

四川省冕宁县农村电子商务发展的实践与思考

谢思昂^{*1}

(四川省烟草公司凉山州公司冕宁分公司, 四川 冕宁 615600)

【摘要】：农村电子商务是转变农业发展方式的重要手段，是促消费扩内需、提高农民收入的重要举措。分析了冕宁县农村电子商务发展的主要做法以及所取得的成效，提出了促进农村电子商务发展的建议，以期对四川省乃至全国农村电子商务发展有所借鉴。

【关键词】：互联网；农村；电子商务；探索

【中图分类号】：F724.6

【文献标识码】：A

农村电子商务是转变农业发展方式的重要手段，是促消费扩内需、提高农民收入的重要举措。2015 年，国务院办公厅印发《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》，就推进农村电子商务健康快速发展进行了全面部署。近年来，冕宁县主动对接改革任务，充分依托互联网发展，积极探索农村电子商务发展的支撑体系、服务模式以及相关配套保障机制，着力破解工业品下乡“最后一公里”和农产品进城“最初一公里”问题，取得初步阶段性成效。

1 冕宁县发展农村电子商务的主要做法

1.1 探索“互联网+”农村电商应用服务体系

发挥各类电商主体作用，根据农村市场需求，充分依托“互联网+”推动创新创意，探索形成各具特色的电商应用服务模式。

1.1.1 微店直销。线上订购、线下交易，促进农产品进城，是农村电商发展的初衷和主要应用模式。一是以“供销 e 家”电商平台为基础，建设农产品网货展示中心，通过产品包装、拍照、贴图，进行网络商品宣传。二是借助互联网第三方平台，建设农产品 O2O 平台，主要推售尚品香猪、兴宁枇杷等大凉山优质农产品。三是建立微店分销系统，依托专营店，通过“一键开店、分享获利、自购优惠”方式，鼓励企事业单位、大学生、青年创业者、农民以及县城、景点、客栈的商家开设分销微店，形成微店群，随手推售、随处购物。

1.1.2 网购配送。与京东、苏宁等电商合作，筛选适合农村消费者的商品，帮助消费者进行网络购物。引导驻冕宁县的申通、韵达等 5 家快递企业组建快递联盟，抱团发展，统筹物流配送。同时依托乡镇电商服务站，统筹村（社区）骨干流通企业、万村千乡店、批发市场、邮政网点、农家超市等资源，构建综合物流配送体系，形成相互补充、竞相发展的农村物流配送格局。

1.1.3 联媒推广和在线互动。在四川电视台峨眉电影频道、成都电视台，以冕宁农产品纪录片和互动节目形式，共同打造生鲜农产品消费服务平台，开创电视电商 T20 互动推广的新媒体融合模式。通过“农场来了”电视电商节目，推出尚品香猪、

¹ 收稿日期：2017-02-19

作者简介：谢思昂（1987—），男，四川西昌人，助理农艺师，从事烟叶生产工作。

兴宁枇杷等农产品。依托家庭农场，通过建设网站、微信平台和体验馆，建立农场对家庭直供关系。农场为客户提供生态农场体验、生态农产品宅配和健康顾问服务，消费者利用网络预付生产费用，监督农场实施生态农业技术。

1.2 筑牢“四位一体”电商产业发展保障体系

坚持政府引导为主，积极为农村电子商务发展培植土壤，营造有利环境，保障农村电子商务成体系化、链条化、产业化发展。

1.2.1 营造良好社会环境。举办冕宁“互联网+”新农村大会、冕宁青年电商创业大赛主题沙龙活动，吸引更多人群关注、参与农村电商发展。结合冕宁县苦荞、马铃薯等农产品传统展会，开展多种形式的电商营销推广活动。建设“冕宁电商”微博平台、“冕宁农业公共信息”微信平台，促进政府与社会互动，拓宽本地农产品市场对外窗口。

1.2.2 夯实电商人才基础。针对企业、专合社、大学生村官、青年创业者等重点人群，以“互联网+ 农村”、“互联网+ 农产品”、“互联网+ 旅游”为主要培训内容，分析电子商务发展现状及趋势，农业传统企业转型的难点，农村电子商务开展的突破口；围绕电商运营基础、店铺怎样设计装修、如何做好电商客服等进行培训。目前，已开展电子商务应用和实操培训 24 期 5000 余人，提高电商从业人员素质，为电子商务长远发展储备人才。

1.2.3 完善生产监管体系。抓好作为农村电商产业化前端的农产品生产环节的监管，在全县农产品质量溯源体系及质量监管体系基础上，进一步搭建起可追溯、公共查询和政府监管三个平台，对农产品分号管理，借助移动视频监控、二维码、物联网等技术，采集上传基础数据到公共平台，公众进入公共平台进行质量追溯，对农产品入口全程监管。

1.2.4 强化扶持政策保障。制定《冕宁县促进电子商务发展实施意见》，设立促进电商发展专项资金，专项用于支持电子商务产业发展、主体培育、基础建设、人员培训、品牌创建、信贷融资及农产品网络营销等。通过财政资金奖补扶持、以小撬大，对入驻县电子商务应用示范园区的电商、物流及配套企业、创业个体给予房租减免、创业奖励、建设运营补贴等方面的专项扶持，基本可以实现电商企业“拎包入住”，创业个体免费入园，电商发展初期成本大幅降低。

2 冕宁县发展农村电子商务取得的主要成效

2.1 拓宽了农产品销售渠道

农村电商迅速发展，使农产品由产地周边驻场销售为主，发展成直面大都市市场的“线上线下交易相结合、销储配送一条龙”营销，为“农产品进城”找到了一条新路，拓宽了产品市场，促进了产销对接，提高了销量，增加了农民收入。近年来，冕宁通过农村电商渠道销售的特色农产品影响不断扩大、数量逐年递增。

2.2 带动了农村业态创新

农村电商打破传统网络零售商概念，逐步形成包括农产品生产、销售、储藏、冷链、运输、配送等各环节在内的完整产业链，并随着其应用服务模式创新，不断创新形式和内容，形成了新形态。通过冕宁县农村电子商务服务公司的“供销 e 家”电商平台，开展在线咨询、订购等服务，整合农村资源，吸引游客观光，产业链不断拓宽。

2.3 促进了城乡就业创业

电子商务作为新事物，更注重思维观念创新、从业技术门槛并不高，因而吸引了越来越多的年轻人尤其是农村大学生和返

乡农民工投身于电商创业大潮，有力带动了“双创”发展。初步统计，全县农村网民超过 6 万人，各类网店 200 余家，从事与互联网相关工作的人员约 3000 人。

2.4 提高了农村信息化水平

在电商企业引领下，大量农村实用信息技术得到运用推广，提高了生产者信息化管理水平，提高了从业者和农民的科技意识、信息意识和信息技能，改变了生活观念和方式。同时电商通过直接或间接介入农产品进城“最初一公里”，带动了农业生产的组织化、专业化、现代化管理。

3 对发展农村电商的几点思考

3.1 完善基础设施是前提

对地域大县、人口大县来讲，面积较广，农村人口居住分散，产品配送路径较长、量小分散，涉及到村级商业网点的配送难度较大，物流成本较高。因此，发展农村电商首先应根据当地农村自然条件和经济状况，采取相应措施，加大对农村网络和公路基础设施建设的投入，实现村村通宽带、公路，努力降低涉农企业以及农户上网成本，实现自上而下各级网络互联互通，提升网络质量和在农村地区的覆盖率。

3.2 增强人们电商意识是关键

现阶段，大多数农民对农村电商的认识还处于概念阶段，对网购商品的质量及网络支付安全缺乏足够信任，对电商认识不足、了解不深、思路不清晰等现象较为普遍。发展农村电商应结合当地实际出台相关优惠政策，营造良好发展氛围，助推电商快速发展。重点加强对农村电子商务成功典型传播，鼓励农民开展电子商务，鼓励有互联网经验的农村大学生、回乡农民工带头开展电子商务，给更多农民网上创业和就业提供示范。

3.3 打造优质特色品牌是重点

由于电子交易中买卖双方无需见面，农产品质量就决定了交易的可行性和可持续性。因此，开展农村电商必须重点把控农产品质量，强化特色产业基础打造，通过适度规模经营，形成一批具有区域特色的产业基地。积极培育特色产品品牌，鼓励农业龙头企业、农民合作社、家庭农场创建农产品品牌，发挥品牌带动效应，加快农产品营销。强化农产品生产管理，不断完善农产品质量追溯、检测等保障体系建设，确保人民群众“舌尖上的安全”。

3.4 培育电商人才是保障

电子商务平台的交易、物流体系的建立与完善以及各项网络基础设施的建设都需要相关人才的参与。发展农村电子商务应建立一个长期稳定培养电子商务人才体制，一方面“走出去”，根据当地电子商务发展的程度以及特点，进行有针对性定向培养；另一方面“引进来”，积极与当地大中专学校、职业技术学校进行密切合作，培养适合农村电子商务发展的人才，通过双管齐下提高农村电商从业人员素质。

参考文献：

[1] 张振华. 我国农村电子商务发展面临的困境与创新路径[J]. 国际商务论坛, 2015 (13) .

-
- [2] 马凤兴, 郑功帅. 城乡统筹背景下的农村电子商务发展研究[J]. 当代社科视野, 2013 (7) .
- [3] 丁钧盛. 缙云县农村电子商务发展实践与思考[J]. 青少年研究与实践, 2014 (4) .
- [4] 陈良柯. 农村电子商务发展问题及对策[J]. 商业经济, 2016 (2) .
- [5] 郑英隆. 农村电子商务发展与村民信息消费成长效应[J]. 福建论坛 (人文社会科学版), 2015 (11) .