

湖北省农业电子商务发展的 SWOT 分析与对策

郑彤彤^{1,2}

(1. 武汉东湖学院管理学院, 湖北武汉 430212;

2. 农业电子商务湖北省协同创新中心, 湖北武汉 430212)

【摘要】: 近年来, 国家大力扶持农业电子商务的发展, 我国农业电子商务集成了多个行业, 产业链逐步趋于完善, 已初步形成了包含平台电商、农资电商、农产品电商以及网络品牌商等四种市场类型, 和 B2B、B2C、O2O 等模式在内的多层次电子商务市场体系和产业生态。湖北省做大做强农业电子商务的途径在于: (一) 充分发挥政府的主导作用, 强化政府参与; (二) 加强农业电商基础设施建设, 完善农村电商环境; (三) 完善法律法规和标准化体系, 规范市场运行; (四) 培育特色农产品, 提高品牌竞争力; (五) 制定农村人才引进政策, 鼓励大学生回乡创业; (六) 创新农业电子商务模式, 促进产业升级。

【关键词】: 农业电子商务; SWOT; 互联网+

【中图分类号】: F127 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1003-8477 (2017) 10-0072-06

DOI:10.13660/j.cnki.42-1112/c.014346

一、引言

农业电子商务是在互联网热潮下, 伴随着电子商务的兴起和发展而产生的一个新的经济发展形态, 是“互联网+”与农业的跨界组合, 代表了一种新的生产力发展方向。农业电子商务指通过利用计算机网络和信息通讯技术进行农业商务活动, 包括农业的信息化生产、农产品的网络销售、物流配送、资金的电子支付^[1], 以及服务管理、客户关系管理^[2]等全过程。农业电子商务以计算机信息网络为基础, 为解决我国传统观念陈旧、生产分散、中间环节多、加工方式落后、农业信息不对称、科技含量低、资源利用率低、农业产业链低等问题提供新的解决思路和方法, 同时为提升我国农业现代化、产业化、品牌化水平提供有益的实践探索。

我国农业电子商务的发展源于 1994 年我国开通中国农业科技信息网, 旨在通过启动的“金农工程”, 加快我国农业信息化建设。经过二十几年的发展, 尤其是近几年国家对于农业电子商务的大力扶持, 我国农业电子商务的发展已经进步全面发展的繁荣时期。主要表现为“互联网+”与农业的快速融合, 激烈的市场竞争促使我国农业电子商务企业进行升级转型和模式创新, 以及对融资模式、营销手段、物流配送、线上线下服务的提升和改进。目前, 我国农业电子商务集成了多个行业, 产业链逐步趋于完善, 已初步形成了包含平台电商、农资电商、农产品电商以及网络品牌商等四种市场类型, 和 B2B、B2C、O2O 等模式在

基金项目: 湖北省技术创新专项(软科学研究)项目“互联网+背景下的湖北省农业竞争模式研究”(2016ADC076); 武汉东湖学院农业电子商务湖北省协同创新中心(培育)项目“基于顾客体验的农产品电子商务企业竞争力研究”(武东院研字[2015]11号文件)。

作者简介: 郑彤彤(1984—), 女, 管理学博士, 武汉东湖学院讲师, 农业电子商务湖北省协同创新中心研究员。

内的多层次电子商务市场体系和产业生态（我国主要的农业电子商务平台如表 1 所示）。

表 1 我国主要农业电子商务平台一览表

市场类型	企业代表	业务模式	特点
平台电商	淘宝	C2C 平台电商	有一定的用户基础，中高端市场定位；物流体系比较健全，冷链系统待建；真正实现同一商家内一站式购物
	京东	自营 B2C 模式	
农资电商	农商 1 号	自营+平台	线上线下相结合，线下服务站渗透到县、乡镇、村；物流配送采取外包方式
	农一网	自营+平台	
农产品电商	本来生活网	垂直 B2C 模式为便利店、水果店提供采购 P2B 业务，引入线下水果店加盟平台的 O2O 模式	价高质优、定位高端，有雄厚的资本支持，单品种类有限，流量和用户有限，物流配送具有限制性
		沱沱工社	
	顺丰优选	以传统 B2C 为切入不断创新，开展产地直采模式，搭建从产地到消费者的直供平台，顺丰直达；与地方政府合作，开展特色农产品馆模式；针对高端家庭客户推出蔬菜宅配卡定制	快递公司开展电商业务，物流配送体系健全，优势明显；为冷链物流布局铺路；辐射范围较广；中高端定位
网络品牌商	三只松鼠	预售模式 官方网站+平台销售	定位为纯互联网食品品牌，专注于网络品牌建设和客户服务

根据智研咨询发布的《2017-2022 年中国互联网市场运行态势及投资战略研究报告》显示，截至 2015 年，我国农村网民规模达 1.95 亿，农村网民占比 28.4%，较去年上升了 0.9 个百分点。至 2015 年在阿里平台上经营农产品的电商企业数量超过 90 万个，完成农产品销售 695.5 亿元；2015 年在阿里平台上农资产品销售接近 50 亿元^[3]。从运营模式来看，我国农业电子商务从最传统的 B2C 模式发展衍生出多样化的模式，例如 F2C（农场直供）模式、C2B（消费者定制）模式、C2F（订单农业）模式、O2O 模式、CSA（社区支持农业）模式等^[4]。B2B 模式也在不断创新，出现了许多新型的农产品电商模式。如广西糖网，首创了“周合同”交易模式，采用电子商务平台来开展食糖销售、物流及信息服务，同时通过积极建设全国范围内的食糖物流配送体系，整合社会仓储、运输、金融、质检等各方服务资源，创建了独具特色的“电子商务&现代物流配送”的食糖流通模式。

从采用的网络工具来看，除了常见的自建电商平台、借助公共平台、委托电商平台代办、合作共建平台（O2O 模式）之外，“三微营销”（微博、微信、微店营销）也成为常用的网络工具。由此可见，我国农业电子商务已进入社群经济时代。

整体而言，我国农业电子商务经过二十多年的发展，已经逐渐形成以阿里和京东为主导，本来生活网、沱沱工社、顺丰优选、我买网等多强企业共同发展，同时拥有一批诸如天天果园、青年菜君、鲜码头等，虽然小众但是具有特色的农业电商企业的格局。至此，我国农业电子商务进行全面发展的繁荣时期。

二、湖北省农业电子商务发展现状

湖北省地处中部地区，气候适宜，是农业大省，多种农产品产量位居全国前列，油菜、淡水产品产量连续 20 年保持全国第一位，蔬菜、茶叶产量居全国第三位，柑橘产量居全国第四位。食用菌、蜂蜜、鲜蛋、淡水小龙虾、河蟹等农产品出口位居全国第一位^[5]。主要的农产品作物包括粮食、棉花、油料、花生、油菜籽、茶叶等。

尽管湖北省农产品种类繁多、规模庞大，但是由于地处内陆地区，技术、观念更新较为滞后，政策优势、区位优势与沿海省份相比存在差距。因此，与东南沿海省份相比，湖北省农业电子商务起步较晚，农业电子商务的发展也相对滞后。

在 2010 年之前，湖北省的农业电子商务发展主要体现在借助全国性的电商交易平台完成农产品交易^[6]。2010 年，部分企业率先建立起垂直电商销售系统，例如福娃集团。福娃集团是国家农业部等九部委评定的首批农业产业化国家重点龙头企业，也是湖北省著名的农业品牌。福娃集团在 2010 年成立专门的电子商务部门负责其产品的网上销售。

此外，各地市州农林牧渔等部门陆续建立自己的门户网站，试图搭建农业电子商务交易平台。

2012 年，随着我国农业电子商务逐渐趋于成熟，湖北省农业电子商务也迎来了发展的快速期。大批农业相关企业纷纷试水电子商务，尝试在淘宝、天猫、京东等第三方平台开设网店，拓宽销售渠道。湖北省各地方政府与淘宝特色馆项目进行合作，陆续开放十堰、宜昌、襄阳、鄂州等十二个淘宝特色馆。

2014 年是湖北省农业电子商务发展历程中的一个转折点。这一年，湖北成为国家八个电子商务进农村综合示范试点省之一，获得专项扶持资金 1.4 亿元，重点用于促进示范县（市）的电子商务在农村经济发展、推进城镇化进程、提高农产品商品化率和农村流通现代化水平。同年 5 月，湖北省人民政府发布《关于大力推进电子商务发展的意见》，指出要“培育涉农电子商务平台，在农村地区和农产品流通领域推广电子商务应用，培育农产品电子商务龙头企业，支持建设农产品电子商务平台，推动涉农电子商务企业开展农产品品牌化、标准化、规模化经营。拓展农产品网上交易渠道，打造生鲜农产品网上购物平台，为城乡居民提供便捷、安全的消费渠道。”6 月，国内首家淘宝商学院落户汉口北，通过与高校合作，为湖北省大型电商及传统企业量身定制电商策略，培养电商人才，对湖北省电子商务的发展也起到了积极的推动作用。截至 2014 年底，全国已发现淘宝村 212 个，十堰市郧西县涧池乡下营村是湖北省唯一的一个淘宝村（如表 2 所示）。

表 2 2014 年全国淘宝村分布表

排序	省	淘宝村数量	排序	省	淘宝村数量
1	浙江	62	6	山东	13
2	广东	54	7	四川	2
3	福建	28	8	河南	1
4	河北	25	9	天津	1
5	江苏	25	10	湖北	1

资料来源：阿里研究院整理。

至此，湖北省农业电子商务走上快速发展时期，发展势头良好。截至 2015 年 10 月，全省 26 个示范县（市）共建立县级运营中心 30 个，乡镇服务站 196 个，村级服务点 2696 个；发展电子商务网民 467 万人，网络交易额 89 亿元，农副产品网络销售额 10.9 亿元，农村旅游服务网络销售额 5.2 亿元，带动社会就业 37820 人^[7]。

三、湖北省农业电子商务发展的 SWOT 分析

（一）湖北省农业电子商务发展的内部优势分析。

1. 农业生产优势。

湖北省田地面积广阔、淡水湖泊数量众多，农产品资源丰富，生产规模庞大，是我国重要的粮、油、棉产地和最大的淡水产品生产基地，具有明显的农产品生产优势。

2. 特色农产品资源丰富。

截至 2015 年底，湖北省共注册地理标志 249 件，位居全国第三，中部第一^[8]。宜都蜜柑、罗田板栗、武当道茶等农产品地理标志品牌入选 2015 年中国著名区域公用品牌“百强”。

3. 网络基础设施覆盖建设初具规模。

网络基础是开展电子商务的前提条件，也是支撑农业电子商务发展的重要基础设施。截至 2016 年 12 月，我国网民规模达 7.31 亿，全年共计新增网民 4299 万人，互联网普及率为 53.2%；湖北省网民规模 3009 万人，互联网普及率为 51.4%，处于全国平均水平^[9]。

4. 农业信息服务趋于完善。

随着我国电子商务的不断发展和成熟，电子商务发展的信息服务体系也在不断完善，为湖北省农业电子商务的发展提供了信息服务优势。湖北省目前的农业信息服务主要通过传统的大众传媒和现代网络技术收集、整合、加工、分析、传播和有针对性地发布农业生产、销售、融资等相关信息，为农户带来极大的帮助和便利，农户与农业企业、农业协会以及政府之间能够实现快速的沟通、互动和信息共享。

5. 地理位置得天独厚。

湖北省地处中部地区，承起东西，连接南北，交通网络四通八达，交通基础设施较为完善，具有完整的水、陆、空交通网络。随着武汉城市圈、中部国际物联港，以及湖北自贸区等国家重点项目的实施，湖北的区位优势日益凸显，物流企业纷纷入驻，物流配送体系初步形成。

6. 政策大力支持发展农业电子商务。

在党中央的号召下，湖北省各级人民政府高度重视农业电子商务的发展，颁布和实施了大量促进湖北省农业电商发展的政策文件（如表 3 所示）。

表 3 湖北省农业电子商务发展相关政策文件

发文时间	发文机构	文件名称
2014 年 5 月	湖北省人民政府办公厅	关于大力推进电子商务发展的意见
2015 年 5 月	湖北省商务厅、财政厅	湖北省电子商务进农村综合示范实施方案
2016 年 3 月	湖北省委财经办（省委农办）、省农业厅等	湖北省加快农村电子商务发展三年（2016-2018）行动计划
2016 年 9 月	湖北省人民政府办公厅	关于加快推进农村电子商务发展的意见
2016 年 10 月	湖北省人民政府办公厅	湖北省农业发展“十三五”规划纲要

资料来源：本研究整理。

（二）湖北省农业电子商务发展的内部劣势分析。

1. 农村基础设施薄弱。

湖北省农业基础设施薄弱，尤其是农村信息化基础设施建设滞后，信息技术在农业领域的应用大多停留在试验示范阶段，农业信息技术的科研与生产脱节，转化为现实生产力的任务仍然艰巨，信息化成果无法惠及农村，农村信息化建设的步伐还有待加快。此外，虽然湖北省拥有四通八达的交通网络，但是仍然存在少数农村交通不便的情况，而对于易腐易烂的农产品而言，建立高效快捷的交通网络是非常必要。

2. 电子商务观念普及滞后，涉农信息不畅通。

截至 2016 年 6 月，我国网民中农村网民占比 26.9%，规模为 1.91 亿（如图 1 所示），且大部分集中在北京、上海、天津一线城市及浙江、江苏等沿海地区；而造成农村非网民不上网的主要原因是“不懂电脑/网络”^[10]（如图 2 所示）。

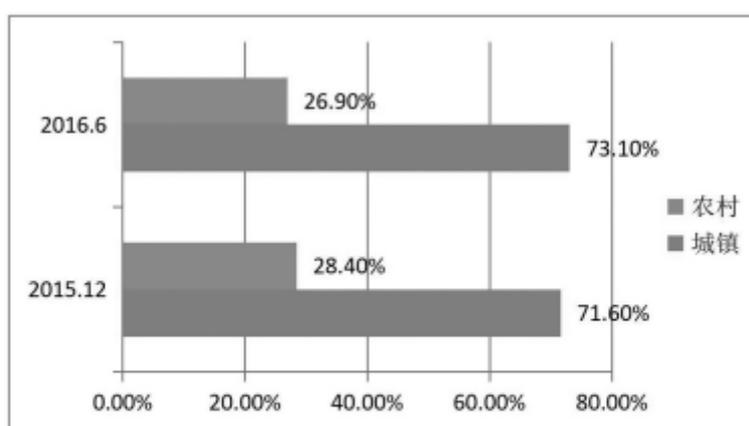


图 1 中国网民城乡结构图

资料来源：CNNIC 中国互联网络发展状况统计调查。

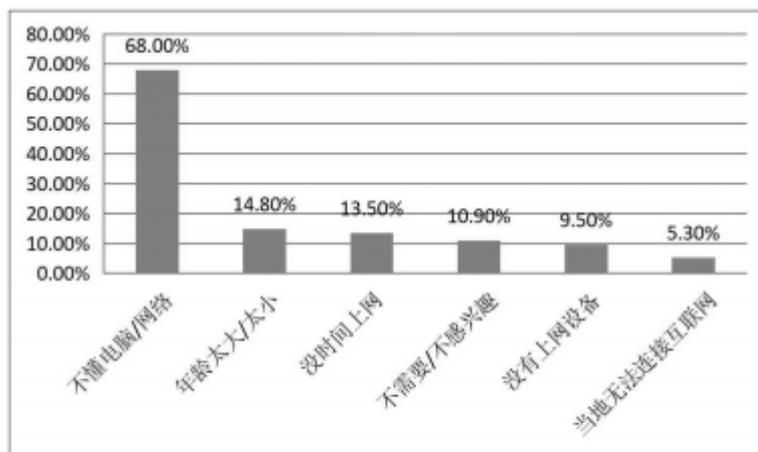


图 2 农村非网民不上网原因

资料来源:CNNIC 中国互联网络发展状况统计调查。

由此可见，湖北省农民对于计算机和网络缺乏基本认识，电子商务观念落后，学习和掌握网络信息技术和电子商务的难度较大。部分农村地区比较落后，信息较为闭塞，缺乏对网络技术的基本认识。

3. 农产品标准化程度低，市场竞争力不足。

湖北省农产品种类繁多，生产分散，规格不一，保鲜要求高，导致农产品品质分级标准化、统一包装标准化、产品编码标准化的实施存在困难。另一方面，湖北省农产品精深加工不够、加工水平有待提升，致使湖北省农产品质量标准不健全、产品档次低、科技含量不高，市场竞争力不足。

4. 物流体系尚不完善。

农产品流通的特殊性在于产品本身易腐易烂，生产者分散，地域性、季节性强，这就要求提高物流配送的时效性。尽管湖北省已形成了完整的物流配送体系，但是农产品流通体系不发达，农产品仓储物流设施建设不足，区域冷链物流系统不健全，农业社会化服务体系有待完善，物流专业化、组织化程度低，这些都制约了湖北省农业电子商务的进一步发展。

5. 复合型农业电商人才缺乏。

缺乏人才是制约湖北省农业电子商务发展的一块“短板”。一方面，发展农业电子商务离不开专业人才，尤其是精通互联网技术、网络营销、物流管理、信息管理以及农业生产、农业经济的复合型人才。另一方面，青壮年常年在外出务工导致农村劳动力流失和农村劳动力季节性、结构性短缺问题突出，成为制约农村发展的一个短板。此外，湖北省各地对农业电子商务人才培养力度不够，缺乏引导和激励互联网人才下乡创业的相关政策措施。这些因素共同导致湖北省农业电子商务人才严重匮乏，产业发展缺乏后劲。

6. 网络营销能力不足，缺乏品牌竞争力。

湖北省农产品物产丰富，特色农产品种类繁多，但是由于农产品及加工产品的品牌经营力度不够，龙头加工企业品牌营销意识不足，导致湖北省缺乏富有地方资源特色、品质特色、功能特色和文化内涵的农业品牌。目前，湖北省已有部分龙头企业开始注重品牌经营，也形成了周黑鸭、福娃、稻花香、神丹等省级优秀的农产品品牌，但是在全国范围仍然缺乏品牌竞争力。

同时，由于生产经营方式落后，导致湖北省农业组织化程度低，生产经营规模小，与市场联系不紧密，抗风险能力弱。

（三）湖北省农业电子商务发展的外部机遇分析。

1. 互联网+农业的深度融合。

随着互联网技术的发展，现代信息技术日益成熟，“互联网+”概念的提出是互联网思维的进一步演进，也推动各经济形态不断发生演变。“互联网+农业”是一种生产方式、产业模式与经营手段的创新，通过便利化、实时化、物联化、智能化等手段，对农业的生产、经营、管理和服务等产业链环节产生深远影响，为农业现代化发展提供新的动力，有助于提高农业质量效益和竞争力，实现由传统农业向现代农业转型，也给湖北省农业电子商务带来了发展机遇。

2. 国家政策大力支持。

大力发展农业电子商务有助于农业信息的传播与共享，加快我国农业生产方式的转变，拓宽农产品销路，降低流通成本，进而促进我国农业产业化进程，提升我国农业品牌形象和整体竞争实力^[11]。因此，国家大力扶持农业电子商务的发展，连续几年在中央一号文件中强调“支持电商、物流、商贸、金融等企业参与涉农电子商务平台建设，开展电子商务进农村综合示范”、“加快建立健全适应农产品电商发展的标准体系，支持农产品电商平台和乡村电商服务站点建设”。

为了进一步激发农村电子商务的市场潜力，国家各部委相继颁发了一系列政策，为完善农村市场体系、促进农村流通现代化、释放农村消费潜力提供了有力的政策支持。

3. 市场空间广阔。

互联网不仅影响社会经济形态的发展，也改变了人民的消费观念和购物方式，越来越多的消费者加入网购大军的队伍。同时，对安全、放心、营养、有特色的农产品的需求也在不断扩大。强大的消费需求和广阔的市场空间带动了湖北省农业电子商务的发展。

4. 工商资本竞相涌入。

在国家政策风向标的引导下，传统电商企业纷纷开展农产品、生鲜产品业务，许多非电商企业也开始介入农业电子商务，例如联想集团成立佳沃集团，全面进入现代农业领域；民生银行开始涉足海产品、茶叶等领域；网易投身特色养猪产业等等。大量工商资本纷纷涌入现代农业市场，为农业电子商务的发展带来活力，也为湖北省农业电子商务的发展提供了关键的动力因素。

四、湖北省农业电子商务发展的外部威胁分析

（一）国内外经济形势波动导致市场需求不稳定。

2008年，由美国次贷危机引发的全球金融危机，使全球经济陷入低谷，至今仍处于缓慢复苏阶段，而我国也处于经济增长速度转换、产业结构调整的经济新常态时期，国内外经济形势的变化和波动必然会影响湖北省农业电子商务的发展，对湖北省农业电商的发展构成威胁。

（二）来自其他省份农业电子商务行业的竞争。

根据阿里研究院发布的《农产品电商白皮书 2015》，在阿里零售平台上注册的农产品卖家数量，从地域分布来看广东省排名第一，其次是浙江、江苏和福建。无论是从农产品销售数额来看，还是从消费数额来看，湖北省均处于落后地位，说明湖北省农业电子商务的发展与其他省份（尤其是东南沿海省份）相比还存在很大差距，这些省份的农业电子商务行业势必威胁到湖北省农业电商的发展。

（三）电子商务相关法律法规不健全。

目前，电子商务领域的立法严重滞后于实践。

一方面，国家尚未出台关于商品流通、电子商务等专门的法律法规，导致市场盲目投资、无序竞争等现象严重，容易带来信用危机、食品安全危机等不良影响，严重威胁湖北省农业电子商务的发展。

五、湖北省农业电子商务发展的对策建议

（一）充分发挥政府的主导作用，强化政府参与。

要进一步推进农业电子商务的快速发展，必须充分发挥政府的主导作用，从政策、法律上扶持农业和农产品电子商务的发展，加大对农村物流、信息、金融等基础设施建设的投入，完善农村地区人才培养及相关公共服务，建立健全的法律法规和标准化规范体系，引导人才、资金、技术等要素向农村地区流动。在农业电子商务运行过程中，管理和监督营销、物流和交易支付等环节，维护农业企业、农户和消费者的利益。

（二）加强农业电商基础设施建设，完善农村电商环境。

农业电子商务的发展离不开农村物流、网络、金融等设施的完善。第一，要加快农村交通物流运输体系建设，在全省范围内进行整体物流网络规划与建设，建立农产品物流绿色通道，加大农产品产地及转销地的冷冻、冷藏设施以及冷链运输设施建设，同时加大对物流站点的监管，整合物流信息和物流企业，建立以电子商务交易为中心的实时物流信息共享平台，提高物流信息化、专业化水平，完善湖北省农业电子商务物流环境。第二，加快湖北省农村地区宽带互联网建设，不断提高网络覆盖率和传输速递，同时向农户和农企普及网络知识，传递电子商务观念，帮助农户掌握计算机使用，改变农民不懂网络、信息闭塞的落后局面。第三，发展多元化的农村金融体系，以银行、非银行类金融机构为基础，发展农村合作基金会、民间私人借贷组织等非正规金融机构，形成以农村合作金融为主、政策金融为辅、商业金融为补充的多元化农村金融体系，提升金融“造血”功能，服务农业电子商务。

（三）完善法律法规和标准化体系，规范市场运行。

完善的法律法规和标准化体系有助于农业电子商务健康、稳定、规范地成长。第一，推进电子商务法律法规建设，促进电子商务持续健康发展，规范市场秩序，保障电子商务活动中各方主体的合法权益，修改和完善现行法律中与互联网应用和管理不相适应的内容，推动线上线下规则统一，同时加强网络交易监管。第二，健全相应的农业电子商务标准化体系，为农产品生产、采摘、检验检疫、分拣、分级、包装、储存、配送等环节提供依据，规范市场，引导行业健康发展。

（四）培育特色农产品，提高品牌竞争力。

湖北特色农产品数量众多，但是农产品精深加工不够、品牌推广能力不足等原因，导致产品档次低、附加值低，地方特色、品质特征和文化内涵没有得到充分体现，市场竞争力能力弱。因此，要促进湖北省农业电子商务的发展，就需要大力培育特色

农产品，提升产品加工技术，加大品牌经营力度，走品牌化发展之路。

（五）制定农村人才引进政策，鼓励大学生回乡创业。

提供大学生回乡就业创业优惠政策，并且解答相关优惠政策的宣传力度，为返乡就业创业人员提供良好的环境。例如通过专业技能培训、创业培训班等形式，采用案例分析和现场互动的方式，广大农民快速掌握互联网基本技能和市场经济规律，对那些满怀激情回乡创业的大学生进行创业指导，提升创业能力。

（六）创新农业电子商务模式，促进产业升级。

湖北省要发展农业电子商务，在学习和吸收东南沿海先进省份经验和模式的基础上，还要不断创新和探索农业生产与经营的新路径，寻找一条适应湖北省省情的农业电子商务模式，引导农业规模化、专业化生产和信息化、网络化经营，促进产-供-销协同发展，促进湖北省农业升级转型。

参考文献:

- [1]徐稳.湖北省农业电子商务现状与发展战略研究[D].武汉:华中师范大学硕士毕业论文,2009.
- [2]成晨,丁冬.“互联网+农业电子商务”:现代农业信息化的发展路径[J].情报科学,2016,34(11).
- [3]阿里研究院.阿里农产品电商白皮书(2015)[R].阿里研究院研究报告,2015.
- [4]洪涛.2014—2015年中国农产品电子商务发展报告[R].中国食品(农产品)安全电子商务高层研讨会,2015.
- [5]湖北省政府.湖北省农业发展“十三五”规划纲要[Z].
- [6]简雅露.湖北省农产品电子商务发展研究[D].武汉:湖北大学硕士学位论文,2016.
- [7]全省电子商务进农村省级综合示范现场推进会在潜江召开[EB/OL].<http://news.hbtv.com.cn/p/95346.html>.
- [8]湖北省人民政府门户网.湖北地理标志[EB/OL].<http://www.hubei.gov.cn/2015change/2015sq/ssqq/fqhb/fqhblibz/>.
- [9]中国互联网络信息中心.2016年第39次中国互联网络发展状况统计报告[R].
- [10]中国互联网络信息中心.2016年第38次中国互联网络发展状况统计报告[R].
- [11]郑彤彤,王雅鹏.我国农业电子商务发展风险研究[J].理论月刊,2017,(06).