

散户型农村发展特色电子商务农业可行性探索

——以长阳县椪柑产业为例

覃智征 尹川

(武汉工商学院, 湖北武汉 430065)

【摘要】在我国西南山部地区存在大量的分散村落,他们拥有自己的农田,生产自己的农产品,然而销售问题会使他们很困扰,因此,探讨电商平台如何给农产品带来生产上的便利和经济效益。我国农业正在从传统农业向现代农业的转变中,在农业电子商务相关理论的基础上提出发展基于电子商务的现代农业模式,为我国散户型的村落发展电子商务农业提供参考。

【关键词】散户型农村;电子商务;特色农产品;现代农业

【中图分类号】F27 **【文献标识码】**A **【doi】**10.19311/j.cnki.1672-3198.2018.14.034

长阳土家族自治县位于鄂西南、长江中下游,是一个集老、少、山、穷、库于一体的特殊县份。当地人形容长阳的地形为“七山,两水,一分田。”可想,在一个交通不便,地势险要的地方发展大规模的现代化农业与工业是有较大的困难的。所以,外出务工与种植瓜果以及饲养业一直以来都是大部分农村地区家庭的主要收入来源,种植椪柑又是其特色产业。在长阳,几乎所有的农村地区都会大规模的种植椪柑,尤其以资丘镇脂肪头村、渔峡口镇岩松坪村的椪柑最为出名。

1 长阳县椪柑产业发展现状

得益于与近几年来电子商务的发展与通信及信息技术发展,长阳县的椪柑产业已由过去的果农自产自销逐渐发展为如今的供一产一销三级体系的发展模式。但这种三级体系的发展模式又是独具长阳特色的。不同于一般的供产销体系的各司其职。在之前已经提到,几乎所有的农村地区都会大规模的种植椪柑,所以在长阳县的三级体系中,每一级都可以独立的完成椪柑的产出与销售。

1.1 供给体系

这级体系中,其中主要的人员为那些拥有自己土地并可以大规模种植椪柑的果农,但这并不是真正意义上的专业化种植,他们除了会在自己的土地上种植椪柑外,还会种植其他的作物。只有到收获椪柑时,他们才会“客串”一下果农而已。每年的9月至11月都是椪柑的收获期,除了收获椪柑外,这些“果农”们还会对刚收获的椪柑,按照其外形、色泽、大小、甜度分为特技椪柑、一级椪柑。之后,除留有少部分的特级椪柑供自己食用外,其他的特级、一级椪柑都会按斤出售给下一级的产出体系。一级椪柑3元到4元一斤,特级椪柑5元到6元一斤。

1.2 产出体系

这级体系中，其主要的人员可以是专职贩卖椪柑的中间批发商，也可以是上一级体系人员直系或旁系亲属，亦可以直接就是上一级体系中的果农。这一级体系的任务主要有两个，一是对收上来的椪柑进行标准化的包装，二是将包装好的椪柑进行第一次定价并分销给下一级的人员。以前的包装方法都不统一，价格也高低不均，大部分的椪柑会直接被散卖出去。得益于近年来电子商务的发展与长阳柑橘产业协会的成立，现在长阳县椪柑都按照统一的标准进行包装，即变过去的散装出售为现在的装箱出售。在长阳县本地，一箱特级椪柑价格在 60 到 65 元之间，一箱一级椪柑价格在 40 到 45 元之间，每箱椪柑数量在 45 个左右。

1.3 销售体系

这级体系中，其主要人员包括专职贩卖椪柑的销售商，上一级产出体系中的人员，还包括一级供给体系中的人员。总之，这级体系的人员构成较为广泛。目前，长阳县的椪柑销售有三种主要的手段，第一种是对外销售，其主要的特点是每次的成交量都比较大，供应的地区也比较广泛，主要在宜昌市、武汉市等其他的外地城市。第二种是本地销售，主要集中于本地的瓜果店，超市，或者跟油米店铺联合售卖，更可以是一二级系统人员自己售卖。这也是当地人购买椪柑的主要手段。第三种是手段的主要是针对当地的民营企业或政府事业机关会在年终时给自己的员工发放礼品的现象而独立开辟出来的一种销售渠道。

在上述的三级体系中，每级体系都相互关联但也可以单独生存，所以，归结起来，这种发展模式有三种特点即各级组织松散但又紧密；相连相互独立但又相互联系；你中虽有我，但我中亦无你。

2 长阳县椪柑销售现状“互联网+销售”

2.1 电商化的销售现状

因为长阳县地处山区，所以交通不便一直是困扰椪柑销售出去的主要障碍。过去都是用车将装箱的椪柑山区乡村运输到长阳、宜昌、甚至武汉。一般的果农要是没有一定实力的话，就可能出现有果卖不出的窘境。

2015 年，清江椪柑开始试探性的接触电商平台，其最开始出现的地区在渔峡口镇岩松坪村。宜昌高山绿农公司就是最开始尝试在互联网平台上出售椪柑的公司。这家公司在 2015 年网上试运营中取得了非常好的销售量。仅仅 11 月与 12 月的销售量就达到了将近 8 万斤，同时客户的反馈也非常好。有了成功的案例，越来越多的果农也选择在網上售卖椪柑。据中通等快递公司统计，2016 年清江椪柑发货量是 2015 年的 6 倍，全县快递出货量达到 30 万件以上。从 2015 年起基本上每年的 12 月中旬开始中通、顺丰、圆通、韵达、汇通等几大物流、快递公司的工作间基本被清江椪柑占领。

2.2 网络销售的主要平台

目前，长阳清江椪柑在淘宝、天猫、京东、苏宁易购等国内主流的电子商务平台均有店铺。

2.3 本地电商企业的发展现状

自 2015 年起长阳县就启动了农村电子商务工作，在清江椪柑上市之前，就利用新型职业农民培训项目，对部分柑橘专业合作社开展了为期 7 天的电子商务培训，截至 2016 年已经开展农村电子商务培训 10 批次，培训 1500 人次。

得益于前几年实施的“万村千乡市场工程”，截止 2016 年 8 月，长阳县级物流配送中心 1 个，乡镇商贸中心 4 个，村级农家店 141 个，农资店 52 个，同年 8 月 18 日，长阳县城府出台了《长阳土家族自治县农村电子商务物流配送试点方案》。经过近 5 年的发展，长阳县的物流网络已覆盖全县所有镇级行政单位。

3 存在的制约和问题

3.1 经营管理方式粗放

就目前整体上看，长阳县电子商务的发展还处在一个较为低级的发展阶段。大多数的桠柑网上专卖店都是以夫妻店或“家庭工厂”的形式存在且在管理与经营上缺乏专业管理，大部分网店都是粗放式的发展。

3.2 行业竞争加剧

与长阳清江桠柑同样出名还有衢州桠柑、红山桠柑、雷家坪桠柑等等。就以上的其他品牌来讲，长阳清江桠柑缺乏相应的品牌感染力与号召力，更缺乏品牌文化，无法做到长久性的发展。同时，网店人门槛的不断提高，对创业者提出了新的要求。

3.3 物流配送体系不完善

虽然近些年来，长阳县在交通与货运等方面取得了较大的成就，但整体的物流水平较为低下，处于个体小物流企业占据主流市场的状况。这些公司企业类物流企业经营规模普遍偏小，经济实力不强，物流基础设施和管理制度不完善，在行业中难于发挥主导作用。缺乏正规，现代化，专业化的物流运营企业是长阳县电商发展所面临的一个窘境。

3.4 专业人员缺乏

虽然长阳县电商人才培育在逐步开展，但专业电商人才奇缺，复合型高端电商人才的引进和培育更是空白。就像前文分析的，长阳县桠柑产业分为三级发展体系，如果要进行电商化的运营，则需要各行各业的专业人才。

4 解决措施

4.1 坚持宣传培训

积极引进先进的电商管理经验与电商运营型人才，改善软硬环境。同时要加紧对自己本县的人才培育，提升全整体的电商运营管理水平。定期组织人员赴义乌、遂宁等电商发展成熟地域进行学习，聘请专家担任顾问，促成电商发展的良性循环。

4.2 完善、巩固和提升物流快递网络建设

提升物流快递能力和水平，化解农产品进城、工业品下乡物流配送“最后一公里”瓶颈难题。

4.3 优化整体空间布局

建立以县城龙舟坪为中心，磨市、都镇湾、资丘、贺家坪四个中心乡镇为支撑的县级电商营运、物流配送网。再以上述四个中心乡镇的基础上建立起辐射其他乡镇的镇级电商运营以及物流配送网络。建立起一张完整、系统的电商运营网络。

4.4 树立品牌形象

清江桠柑本身曾多次获得宜昌名果、湖北省优质水果等称号，并获国家 A 级绿色食品证书，名扬荆楚。这是其他地区所不具备的，所以长阳县可以抓住这个优势，打响其名声，并发展其附带产品与附加文化价值。

4.5 强化和提升信息基础设施建设

做到信息建设城乡一体化并不断提升果农对农业行情的认识。政府可给予创业环境提供和政策补贴，激发民间资本向电商创业投入，从而为电商的发展提供良性的支持。

5 结论

电商平台让给长阳的桡柑产业带来的便利和高效，使果农们学会了利用电商平台销售农产品，打造特色的品牌形象，发展特色的电商农业，使其成为农村生态可持续发展的重要道路。

参考文献

- [1] 孙学文. 基于电子商务视角的现代农业发展对策研究——以苏州为例[J]. 安徽农业科学, 2010, 38(28).
- [2] 孟晓明. 我国农业电子商务的构建方案研究[J]. 科技进步与对策, 2009, (4).
- [3] 长阳经信通. 长阳农村电子商务发展的实践与思考[EB/OL].