

苏南农村电子商务发展路径规划研究¹

张继昌，喻 星

(河海大学 企业管理学院，江苏 常州 21300)

【摘要】：农村电子商务已经成为农村经济发展中重要组成部分，苏南农村地区经济发展水平处于全国前列，而苏南地区农村电子商务发展却不温不火。在对苏南农村电商发展现状进行分析后，再判断出阻碍苏南地区农村电商发展的制约因素，最后针对发展现状给出发展建议和路径规划。

【关键词】：农村电商；苏南地区；路径规划

【中图分类号】：F713.36 **【文献标识码】**：A

农村电子商务，通过网络平台嫁接各种服务于农村的资妮，拓展农村信息服务业务、服务领域。苏南地区是指苏州、无锡和镇江三市，地处长三角核心地带，自古以来就是鱼米之乡、物产富饶之地，三市 2017 年 GDP 总值占江苏省近 40%。苏南模式下的农村经济也是相对比较发达。近年来在“互联网+”思维的引导下，农村电子商务蓬勃发展，已经成为农村经济改革与发展的重要组成部分。苏南农村经济在电子商务助力下有了新的发展，但是苏南地区在拥有得天独厚的物产、区位、技术等背景下，却没有成为全国电子商务发展的排头兵，发展程度与苏南经济实力不相匹配。苏南农村电子商务在原有农村电子商务服务农业、手工业产品等含义上增加了工业品、生鲜等其他行业产品。本文旨在分析苏南三市农村电子商务发展现状并总结发展所遇到的阻碍因素，从体制改革、政府扶持、政企合作等方面予以规避或解决问题的建议，为苏南农村电子商务发展提供规划路径，助力农村电子商务为苏南农村经济发展提供新的动力。

1、农村电商发展综述

1.1 全国农村电商发展现状



图 1 农村电商成交额

¹[收稿日期]：2018-04-24

[基金项目]：本文系河海大学大学生创新创业训练项目“苏南农村电子商务发展路径探究——以常州为例”（编号：2017102941301）。

[作者简介]：张继昌（1997-），河北省张家口市人，本科在读，研究方向：电子商务。

2017年，我国农村电子商务成交额达12448.8亿元，同比上年增加39.1%。截至2017年底，农村网店达到985.6万家，较2016年增加169.3万家，同比增长20.7%，带动就业人数超过2800万人。近五年农村电商成交额如图1。



图2 淘宝村数量

截至2017年12月，在全国农村淘宝项目已经覆盖了29个省、300多个县，全国淘宝村数量突破2000个达到2118个。农村电子商务已经成为农村经济发展中必不可少的产业。淘宝村数量如图2。

1.2 苏南农村电商发展现状及问题

2016年江苏省电子商务成交额为2.16万亿元，苏州电子商务成交额9000亿元，常州市为2500亿元，苏南地区成为江苏省电子商务发展的主力军。但苏南农村电子商务却远不及电子商务发展，2016年，江苏省第二批38个农村电子商务示范镇名单中，苏南三市仅有5个；2017年商务部认定的第五批江苏省40个农村电子商务示范镇名单中，苏南地区仅有7个人选。苏南地区也涌现出一批农村电商代表性品牌，如常州市横林木地板，2016年销售额超过18亿元，木地板带动了整个镇辖区经济发展；苏州引导发展“龙头企业+平台+消费者”模式，重点推进“京东·相城馆”、“1号店·常熟馆”“苏宁·吴中太湖馆”等项目建设，加快形成特色的地域品牌。但代表性品牌背后是更多的个体性农村电商在“孤军奋战”，产业分布过散，产品质量不高，发展成本太大还是绝大多数苏南地区农村电商面临的问题。花木是苏南地区发展较为成熟产业，仅常州市旧有夏溪和嘉泽两大花木交易中心，但花木在农村电子商务方面却失去了先机，苏北花木成为线上交易的领头羊。苏北各县镇将花木产业作为经济发展规划的重要组成部分，推进政府上网、企业上网和家庭上网，在农村电子商务方面不断招商引资，截至2017年，苏北各类农村电子商务发展示范单位数量远超苏南地区。

按照苏南地区农村经济实际情况，苏南地区农村电子商务应该走在全国前列。按照设想，苏南农村电子商务应该是以发达的农村集体经济下较为完整的工业门类与丰富特色物产为主体，依托相对低成本物流与大型实体交易市场，建设成为特色明显、产业集中、上下行协同发展的新型农村电子商务发展模式。而实际情况确是苏南在具有各方面优势的情况下，并未在农村电子商务发展模式这一块有所创新并形成一定规模的品牌效应。在政府重视程度、产业集群发展以及农村电子商务发展规划等方面存在一定的问题。

2、问题分析

2.1 旧有体制的约束

苏南模式以集体经济与工业化著称，从“时空修复”的角度看，苏南乡村工业化最为本质的动因是为了解决因乡村改革而产生的资本、劳动力盈余问题。工业发展一定程度上挤压了农业发展，抑制了农村商品经济活跃性。旧有的思想与尚未改革完成的存在，是影响苏南农村经济尤其是农村电子商务的原因。此外苏南模式下的苏南乡村呈现“村村点火、户户冒烟”的工业分散格局。致使形成现如今苏南农村分散无中心的布局，影响农村电商区域品牌、电商生态系统和农村电商产业集群建设。

2.2 农村电子商务发展不受足够重视

电子商务的开端大部分是自发性的，但是发展到一定程度就需要有从自发生长向政府推动转变的过程。但是苏南农村经济主体是集体经济下的工业发展，虽然在理想状况下在农村生产的工业品仍可作为特殊农产品参与到农村电子商务运作中，但实际情况是农村电子商务仍未引起政府真正的重视。发展农村电子商务并非依靠文件、政策，寄希望于农民自己完全摸索发展道路。而需要政府部门以实际为出发点，与农产品生产者一同创新发展模式、开拓农产品上行渠道。

2.3 发展优势尚未明晰

过去一段时间，苏南地区还沉浸在依赖集体经济繁荣的辉煌历史中，没有及时追踪新的发展思路与模式。近些年来，对于农村经济尤其是农村电子商务经济缺乏明确的发展规划与设想，尚未明晰苏南地区农村电商发展优势，致使农村电商发展出现遍地开花、大而不强的局面。

2.4 “散兵游勇”式发展模式

“散兵游勇”式发展模式，难以降低电商经营成本和抗风险能力，致使苏南地区农村电商发展水平参差不齐、缺乏持续稳定的盈利模式、缺乏投资背景、产品同质化。农村电商产业需要向着开发规范化、经营规模化、管理协作化的方向发展，从“单兵作战”到“集团军协同”转变。

3、苏南农村电商发展路径规划

3.1 打破旧有体制思想约束

农村经济转型已成为推动国家经济持续、稳定发展的重要因素。苏南地区城乡差距相对较小，农副业并非农村经济主要产业，但却关乎农村基层村民经济保障问题。因此基层政府组织应该肯定农村电子商务在农村经济发展中的重要地位，将发展农村电子商务尤其是涉及农副产品的销售作为工作的重点。农村电商发展应该由政府牵头，在资金保障、渠道建设、执法监管、创业引导等方面下实力，积极学习其他模式的经验、结合本地区特色探索发展新思路。在客流量较大、规范化较高、商业环境较好的苏南地区再一次创造农村经济发展模式新高地。

3.2 明确本地区发展优势

发展农村电子商务首先需要了解本地区发展优势，苏南地区农村电子商务发展可以从以下几个优势出发：

物流便捷：苏南地处长三角核心区域，交通运输便捷且成本较低。可以以此为契机，整合物流运输能力，建设电子商务物流集散地。为农村电子商务发展解决“最后一公里”问题。此外依托苏南地区蔬菜、花木等大型实体交易市场助力生鲜、水果蔬菜等保质期短、收益高的农副产品参与到农村电子商务体现中，为长三角地区城镇提供保障。

物产丰富：苏南地区不仅农产品丰富且具有特色，苏南农村工业品在全国也具有一定的影响力。常州横林的木地板、无锡的纺织品与环保器材等，此外还有各式各样的产品特色小镇、之乡，这些都可以是农村产品上行的主力军。苏南地区发展农村电子商务不一定是特定某一产品或产业链，而是“一村一品”。

资本活跃：苏南模式下的苏南农村资本积累较为雄厚，加之庞大的集体经济影响，苏南农村电子商务发展将不同于全国其他模式，即贫穷倒逼农村电商产业发展。苏南地区政府、企业、个人都具有相当的资本积累，农村电商也将是主动式发展。此

外国内所有涉及电商的企业在苏南基本都有发展与投资规划。因此苏南农村电商发展模式探索不应忽略这一重要因素，可以探索前期投资高、回报周期长的发展规划。

3.3 加快农村电商产业集群建设

电子商务产业集群，实际就是指电子商务企业本身与其上下游企业相互结合形成的产业生态链。这些企业之间借助产业链模式，实现共同发展。为加快产业集群建设，可由政府主导成立苏南地区农村电子商务行业协会。培养电商产业集群，需要从农户、农业产品、农村企业、网络销售企业、电商服务平台、政府部门以及高校研究所等多方入手，以电商产品为主体构建农村电商产业集群生态系统建设。在以行业协会为引导下的农村电商集群发展过程中，需要着重从以下三个方面进行探索：

创新挖掘新产品：电子商务本质服务于商品最终交换，开发新产品是商品保持竞争力最有效的途径。企业需要不断优化生产要素，包括加工技术更新、行业人才培养、物流成本控制等要素。

积极开拓市场：农村电商服务应该从经营产品向既经营产品又经营服务转变，增加与消费者互动，在产品质量把控、产品标准化建设、产品品牌建设等方面增加投入来改善需求环境。此外苏南经济属于外向型经济，应把握发展好跨境电商的机遇，不断开拓产品市场。

优化企业战略：农村电商发展极易导致产品同质化竞争，产业集群建设需要规避不必要的行业内部消耗。依照苏南农村经济实际情况，产业集群可以纵向分为龙头企业集群、中小企业集群及个体工商户集群，横向可以按照资本来源、所属性质、产品分类等标准进行划分。不同企业个体明确所处产业链位置来确定发展战略。

3.4 加强政企合作

目前参与我国农村电子商务市场建设的共有六类：第一是阿里巴巴、京东、苏宁等电子商务巨头，第二是国家供销总社，第三是中国邮政，第四是中国电信，第五是涉农企业或涉农上市企业，第六是地方性电子商务平台。企业参与到农产品流通体系建设中的创新探索，将更好地发挥农产品电商在推动农业结构调整、带动农民增收致富等方面的积极作用，对于提高农产品发展的质量效益和竞争力具有重要意义。政府对带动性强、经济社会效益明显的农村电商项目和企业给予财政资金扶持，与企业合作推动农村产品上行。借助市场的力量，完善苏南农村电子商务发展模式规范化、制度化、合理化建设。

[参考文献]：

[1]李丽，李勇坚.中国农村电子商务发展：现状与趋势[J].经济研究参考，2017（10）.

[2]黄良伟，李广斌，王勇.“时空修复”理论视角下苏南乡村空间分异机制[J].城市发展研究，2015（03）.

[3]田真平，谢印成，王欢.苏南农村电子商务产业集群发展路径研究[J].电子商务，2017（10）.

[4]顾静.促进农村电子商务产业集群发展的策略——以江苏省农村电子商务产业集群为例[J].经营与管理，2018（03）.

[5]曹荣庆，沈俊杰，张静.电商协会提升农村电商产业集群竞争力的作用[J].西北农林科技大学学报（社会科学版），2018（01）.

[6]王欢，高彦，孔瑜霞，等.苏南农村电子商务产业集群发展模式研究——以常州横林镇为例[J].电子商务，2018（03）.