

贵州省电商扶贫中存在的问题及其对策研究

况盈盈 关延宇

(西南大学 商贸学院, 重庆 402460)

【摘要】:作为一种新型扶贫方式,电商扶贫于2015年开始试点,2016年着力推进,2017年广泛普及,是精准扶贫的重要内容。电商扶贫在贵州省已经初见成果,但想要得到更大范围的发展,还面临着一些问题。为此各地政府要积极探索适合当地发展的方案,克服贵州地形复杂、贫困人口分布不均等问题,促进贵州电商扶贫工作顺利开展。

【关键词】:贵州省电商扶贫 精准扶贫 问题 对策

【中图分类号】:F27 **【文献标识码】:**A

0 引言

受互联网科技的影响,我国电子商务得到了突飞猛进的进展。2015年,我国网络零售交易总金额3.88万亿元,占社会消费品零售总额的10.8%,国务院扶贫办发现电商的优势后,迅速把电子商务扶贫列入我国精准扶贫的十大工程。2015年底,发布了《国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》,为农村的扶贫工作开展提供了全新的思路。电商扶贫自提出以来,在贵州省得到了很好的运用,并成为贵州扶贫工作的重要手段。2015年至今,商务部在贵州省开展了电子商务进农村综合示范项目创建工作,2019年3月,贵州省印发了相关的政策文件对电商扶贫进行了指导,并指出,本年将针对贫困县、乡、建档立卡户,在全省进行农业产业结构的调整,全面推动农村电子商务的发展。本文就贵州电商扶贫现状展开研究,并针对其中存在的几个问题,提出解决思路。

1 贵州省电商扶贫现状

1.1 政策方面

2015年国务院提出电商扶贫,2月份印发的指导意见为贵州省提供了一个全新的扶贫思路,贵州省政府展开了多次会议,并出台了相关指导意见。商务部对贵州省的举措给予了充分肯定,并协助贵州展开脱贫行动,得到了很好的反馈。

1.2 建设成果

在基础设施方面,2016年贵州省启动建设邮政综合服务平台,到2016年底,贵州快递网点乡镇覆盖率达72.4%,建设邮政综合服务平台500个、邮政便民服务站4849个,建成“三农”服务站1802个、村邮站1139个,为贵州省依托“黔货出山”实施“大扶贫”战略提供了有力支撑。据贵州省商务厅统计,贵州至今共建成农村电商综合示范县70个,建设了快递物流服务点8875个,覆盖全省80%的乡镇。农产品销售订呈逐年上升的趋势,单笔订单金额也稳步上升。

在电商培训上,自2015年国务院提出电商扶贫以来,贵州成立了大批专业的电商培训机构,目前各地政府跟培训机构间建立了深度合作关系,大力推进了电商走进农村的步伐。2017年数据显示,贵州省累计参与电商培训的有13万人,其中建档立卡、深

度贫困的有 4 万人,同时,农村电商为农村提供了更多的就业机会,2017 年带动就业 3 万余人。

同时,贵州还与各大电商平台签署了合作协议,各大平台纷纷出台了针对贵州独特的惠农方式。如与阿里巴巴的《农村电子商务建设战略合作协议》,与京东的《贵州省人民政府与京东集团“互联网+”战略合作框架协议》,以及与苏宁易购共同完成的线上线下的 O2O 营销模式;各大平台为推进贵州电商的发展也积极采取了行动,如农村淘宝在贵州省建设县级服务中心和村级服务站点——菜鸟驿站,京东平台在京东 APP 建设地方特产馆——“中国特产贵州扶贫馆”,苏宁易购在贵州有大量的线下实体店,与物联网平台以及物流网络结合,形成完整的电商体系。

2 存在的问题

2.1 电商扶贫作为精准扶贫新模式,还缺乏一套完善的政策体系

就精准扶贫而言,2013 年首次提出,2014 年初步发展,到 2015 年才得到了基本完善。电商扶贫于 2015 年被列为我国精准扶贫的十大工程之一,此后才正式进入人们的视野。发展至今,电商扶贫在部分地区已经初见成效,但中央和各地政府仍处于不断的探索和完善当中,相关政策及理论仍然十分匮乏。

2.2 农村普遍受教育程度低,深度缺乏知识型人才

从第三次农业普查数据来看,我国有 56147.9 万农村人口,其中高中以上文化程度的人数 3258.7 万人,仅占 5.8%;学历为初中水平的有 21356.3 万人,占 38.04%;小学学历的达 23665.5 万人,占 42.15%,平均受教育年限 6.54 年,纯农业为 6.23 年。可见,农村人的文化程度普遍较低,接受新东西的能力低,导致新型营收模式很难在人群中开展。

2.3 贵州地形复杂,基础设施建设难度较大

在贵州省 17.6 万平方公里的总面积里面,其中山地、丘陵分别占了 87%、10%,而平地仅仅占 3%。目前,被列为我国国家级贫困县的县城共有 585 个,其中贵州省就占了 48 个,贵州省 80%以上的贫民都住在偏远山区,且各地的贫困人口数量相差较大。从 2018 年数据来看,贵州省农村人口数为 1889.28 万人,占总人数的一半以上,且由多民族混居,建设基础设施、完善物流体系耗资较多,难度很大。

2.4 扶贫方式存在盲目跟风现象

一个地区的农业水平往往由该地的土壤、气候、人文等共同决定,贵州复杂多变的地形在各地形成了不同的产业模式。迄今为止,贵州建成了国家级电商示范县 70 余个,电商模式也多种多样,许多地区在未了解清楚实际情况的前提下,效仿周边县城的扶贫方式,把人力、资金投入到了“模仿”来的扶贫产业中,但往往吃力不讨好。

2.5 电商培训存在资源浪费现象,目标人群不精准且效果不佳

各地政府和电商培训机构合作,由政府出资,村民免费报名参与的方式进行培训。但大部分人本身并无电商意识,参与培训后得不到任何收获,电商培训的效率十分低下,这造成了很严重的资源浪费。

3 解决办法

3.1 理论联系实际,探讨出当地适宜的电商扶贫模式

贵州省贵定县属于典型的传统农村,“等,靠,要”风气严重,2015 年电商扶贫推出后,村干部立即采取行动,建立了电子商务服务站,春推茶、夏卖李、秋售米、冬销油,带领全县人民实现了脱贫致富,解决了传统的农村生产困境,至今发展成了贵州电商扶贫模范城市。所以,在积极响应上级号召、紧跟时代脚步的同时,更需要将理论联系当地实际,在其他地区扶贫经验的基础上,对实地进行考察,探讨出具有针对性的扶贫政策和模式。

3.2 推进各贫困地区基础设施建设工作,形成一个完整物流网

一个完善的物流体系是实现农村电商扶贫的基础,让快递接收点精确到镇到村,确保每家每户都能方便地买和卖。一方面,让村民们在成为电商人之前先学会网购,鼓励他们使用电子设备,让电商思维深入人心。另一方面,网购商品较之于商店购买更加便宜,完善快递接收点的建设、鼓励农民网购,这也是降低村民恩格尔系数、提高村民生活水平的又一关键所在。

3.3 打造区域品牌,制定产品标准

政府应明确本地区什么产品具有商业价值、什么农产品适合本地种植,以及什么产品能在本地进行规模生产。针对此,政府应首先对该生产思维和技术流程进行宣传和培训,制定好质量标准后鼓励更多的人、力、财投入其中,保证质量的同时提高产量。其次,跟各大电商平台及广告公司进行合作对该产品进行品牌包装和宣传,扩大知名度。

3.4 鼓励大学生回乡创业,为乡村发展出谋划策

互联网大环境下的信息及技术更新速度非常之快,而目前贵州省农村人的平均年龄大,平均受教育水平低,电商扶贫急需大量的知识型人才以保证农村电商工作的顺利开展。政府应采取相应的措施,如裁减老龄官员、增设电商扶贫办,以提供更多的岗位,鼓励大学生回乡发展。

3.5 设置工厂,形成分流程合作生产模式

将农产品生产-出售的过程划分为生产、挑选、加工、包装以及售卖几个步骤,由专业的人进行负责,实行按劳分配制度。具体为:首先部分村民负责将农产品生产出来;然后由专门的人员对产品进行挑选及加工;最后进行一定的包装和营销。这样既能提高产品的生产效率,又能保证农产品的质量和产量,农民的效率得以最大化的同时,也实现了无差别的农产品“上行”。

4 结语

电商扶贫作为贵州省精准扶贫和精准脱贫的重要手段,虽然目前已经初见成效,但在互联网高速发展的背景下,电商扶贫的相关问题仍处于不断的探索中。各地政府应及时传达中央的指令,积极反应基层的诉求,提高运作效率。同时,各地带头人应融入人民生活,分析当地经济发展存在的问题,并着力解决地区差异和文化水平所带来的矛盾,促进电商扶贫的快速发展。

参考文献:

- [1]陈鹏.乡村振兴背景下农村电商发展问题及对策研究——以临沂市蒙阴县岱崮镇为例[J].现代商贸工业,2020,41(04):41-42.
- [2]衡思昱,徐元善.乡村振兴战略背景下农村电商扶贫问题研究[J].电子商务,2020,(02):7-8.
- [3]衷凤英.基于电商平台的互联网金融扶贫战略机制研究——以蚂蚁金服为例[J].科技经济市场,2019,(20):149-150.

[4] 胡健歆. 承德市农村电商的问题和对策研究[J]. 现代商业, 2020, (02): 64-65.

[5] 王捷, 徐俊杰. 关于农村电商服务站建设方案的思考[J]. 中国市场, 2020, (174).