

“互联网+”时代下农村电商扶贫现状分析

——以颍上县为例

孙瑀鸽¹

(安徽大学 商学院, 安徽 合肥 230601)

【摘要】: “互联网+”时代下电子商务越来越成为农村经济的创新发展新模式,旨在分析“互联网+”时代安徽省农村电商发展现状,以安徽省颍上县为例,探索农村电商扶贫存在的问题及相应的对策,寻找全国普适的稳定的农村电商模式。

【关键词】: “互联网+” 农村电商 经济发展新模式 精准扶贫

【中图分类号】:F27 **【文献标识码】:**A

1 颍上县电商扶贫背景

1.1 国家大力支持电商扶贫

时下,信息技术一日千里,随着“互联网+”战略的不断推进,农村电子商务助力农村群众就业创业、提高农民的创收、增加各农副产品产品分销渠道,为达成脱贫攻坚中的“两个确保”的效果和贫困人口“两不愁、三保障”目标作出贡献。

国务院扶贫办将电商扶贫工程列入精准扶贫十大工程,并下发了《关于促进电商精准扶贫的指导意见》。重点扶持建档立卡贫困户、贫困村,政府牵头鼓励和引导电商企业建立电商服务平台,农产品上行与网货下乡结合起来,让互联网发展成果惠及更多的贫困地区和贫困,以“农村电商+精准扶贫”,加快农业农村发展,助力打赢脱贫攻坚战,实现建成全面小康社会的战略目标。

1.2 颍上县电商扶贫作用

颍上县是 592 个国家级贫困县之一。现有贫困村 78 个, 占全县总村数的 22.4%, 贫困人口 10.84 万人, 占全县总人口的 6.2%。

颍上县有着非常丰富的农特产资源。服务中心联合本地涉农企业、相关产业协会等, 组建农产品运营中心, 统筹资源, 通过充分挖掘农特产、本地品牌塑造、涉农电商培训、资源推介、农产品物流建设等方式解决农产品难售卖、农产品难保存、农产品难派送等问题, 推动本地农产品电子商务的发展。

颍上县在 2016 年申报全国电子商务进农村综合示范县, 并取得成功, 以全省第一名的成绩成为阜阳市唯一入选的电商示范县。2017 年上半年颍上县顺利成为安徽经济十强县, 经济总量稳居阜阳各县市第一位, 带动了当地贫困户通过电商实现增收, 为颍上县实现脱贫注入了强劲的动力。目前 30 个 2017 年拟出列贫困村已实现电商站点全覆盖, 建设村级电商服务网点 716 家, 经营

基金项目: 安徽省大学生创新创业计划项目《基于“大数据+电商”下的精准扶贫模式研究》(201810357553)。

额达 3.1 亿元,为贫困户节约及增加收入 185 万元,直接带动贫困户就业人数达 319 人,帮助贫困户 1170 户。

2 颍上县农村电商扶贫现状

2.1 电商基础设施不断完善

颍上县政府主导,加大发展基础设施建设,当地建设电子商务公共服务中心,推动电商发展。基础设施上,提升农村地区尤其是贫困村的基础设施现代化水平、农村公共服务均衡化水平,打牢脱贫攻坚的基础支撑。农村电力改造实施 31 项单项工程,总投资 2056.84 万元,已全面完工,实现村级全覆盖。道路畅通工程计划实施 310.897 公里,新增贫困村 43 公里断头路项目,已全面完成。建设村级电商服务网点 716 家,经营额达 3.1 亿元,为贫困户节约及增加收入 185 万元,直接带动贫困户就业人数达 319 人,帮助贫困户 1170 户,大大促进扶贫发展。

2.2 创新思维指导电商扶贫工作

颍上县采用了互联网指导电商扶贫的新的思维方式,互联网思维融入扶贫方方面面,形成“培训+孵化+培育”模式,在京东、天猫、淘宝、苏宁等一些有着较强消费者群体的电子商务平台开店创业,带动网商发展,加快了传统产业转型。

“网货下乡”促进当地特色农产品销售。颍上县充分发挥苦荞、红芋、咸鸭蛋等特色农副产品资源优势,支持涉农网商网上交易农产品、农业物资产品,推出有特色的农业产业品牌;颍上县建立旅游服务信息门户网站,及时发布当地旅游的相关信息,大数据分析旅游情况;对于传统产品,通过开设网店,扩大线上销售规模。鼓励商贸服务企业建立完善电子购物体系,推动传统商业企业发展 B2B、B2C 网购业务,达成互联网与实体经济的互通互融。

2.3 培育孵化品牌,带动电子商务发展全面发展

为了让更多的农产品通过网络进城,实现产品变商品、增加贫困户的收入,颍上县加快电商扶贫服务体系建设,积极帮助有助于扶贫的电商企业建设贫困地区的电商服务平台。就像返乡创业青年陈远,直接带动本土农产品线上售卖,创办了颍上县神农电子商务有限公司,返乡做起了农产品电商的跨界创业之路。经过 2 年发展,团队从最初的 5 人,到现在 20 余人,从最开始的零散采购,到现在完善供应链,创建自有加工工厂,纵深产业链,由生态养殖到基地加工再到消费者手中,让农产品搭载电商顺风车闯了一条特色的品牌之路。同时,神农牵头起草制定了“颍上咸鸭蛋”电子商务流通交易标准。2016 年度神农线上销售额突破 570 万元,主营八里河咸鸭蛋产品销量突破 400 万枚,2017 年双十一当日销售额一举突破 140 万元,截至目前 2017 年末线上营业额统计已达 1200 万元,同比 2016 年度销售额增长 221%,先后带动生活困难户 60 余户,人均增收 3000 元。

2.4 设立专项基金支持,建立奖励机制

颍上县政府为促进电商扶贫,下发《颍上县电子商务进农村综合示范中央财政专项促进资金使用管理办法(试行)》。县财政每年预算投入 1000 万元,鼓励全民电商创业,开展电子商务示范体系建设,加快农村电子商务发展。对首次网络销售零达到 50 万元以上的本县农产品、文化旅游产品企业或网商给予奖励。对企业(网商)年网络零售额首次达到 200 万元以上的,按其网络销售额进行奖励。推动了“互联网+”时代下电商扶贫的进程。

3 颍上县农村电商扶贫中存在的问题

3.1 农民自身文化程度较低,对电子商务的接纳程度不高

就颍上县农村群众来说,素质相对不高,思想观念相对陈旧,对网络信息资源的采用几乎为零。即使光纤通达率非常高,但实际使用很少。广大群众难以利用网络数据与信息及时准确分析市场行情、抓住农副产品最佳的销售时机,销售利润不甚理想。

调查数据显示,大多数民众知道“电商扶贫”的概念,没有从事过与电商相关的工作,电商扶贫仅停留在宣传层面。新兴事物接受能力较强和熟悉网络的年轻人更愿意出去到大城市里打工,留在农村里的农民普遍年龄较大且文化程度很多停留在初中,认为从事电子商务的风险较大,对电商扶贫产生抵触心理,对电子商务的接纳程度不高。

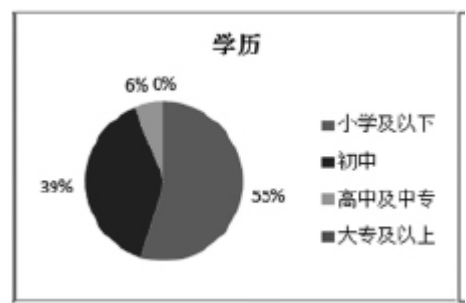


图1 学历

(来源于面向贫困人口的调查问卷统计)

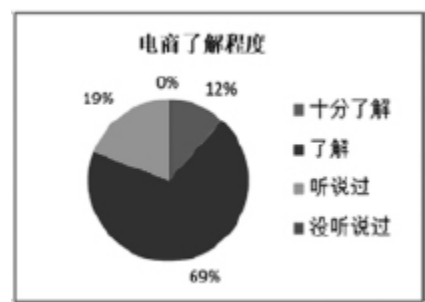


图2 电商了解程度

(来源于面向贫困人口的调查问卷统计)

3.2 颍上县电商发展水平不高,核心竞争力较弱

虽然县委县政府重视电子商务发展,不过与附近的县镇相比较,颍上县的电商优势并不突出。对于普通民众来说,一般在生活中使用互联网支付、缴费等生活服务功能较多,借助农村电商平台的形式过于简单,也没有合理的利用其各个平台进行自身的经济发展。像是农村的种植养殖业、手工业等实质性促进乡村经济发展的产业往往无人问津。颍上县许多远近闻名的乡村品牌,如三十铺粉丝、南照大米、半岗柳编、杨湖糖果、古城泥人大很少通过网上销售运往外地获得收益,销售范围小,外运数量低。

而且大多数企业没有自己的特色产业与品牌产品,农业生产呈现出小而散的特点,农产品没有形成规模化产业化的完整产业链,缺乏特色产业和品牌产品,竞争力不高,品牌宣传力度不够,农产品市场销售量持续走低,市场效益不大,无法形成独具特色的产业与品牌产品,不利于提高产品的竞争力和贫困地区的农民创收增收水平,影响电商扶贫的建设进程。

3.3 电子商务基础设施建设相对滞后, 电商扶贫服务体系仍不完善

电商扶贫, 设施先行。贫困地区的道路、互联网、电力、物流等基础设施是发展电子商务的前提。目前我国铁路与公路交通通达, 快递业得到快速发展, 但不得不正视中西部贫困农村地区的道路交通建设仍十分落后这一问题。颍上县基础设施虽然有了很大程度上的提高但是只是满足正常的生活交通需要, 依旧限制了电子商务的发展。

一方面贫困地区互联网覆盖程度不高, 网络设施建设尚不完善, 即使有网络覆盖, 网络的信号与质量也难以满足电子商务发展的要求。另一方面, 农村的物流基础设施如邮政等相互衔接不够紧密, 运输效率低、速度慢, 成本高居不下, 导致贫困地区产品难以形成价格优势从而竞争力不高。电子商务难以发展, 扶贫脱贫也无从推进。

3.4 颍上县农村电商专业技术人才严重匮乏

农村电子商务发展需要人才的核心驱动, 电商因其专业性、复合型等特点, 对人才的要求较高, 颍上县缺少具备全产业链管理、营销、包装、设计等电商专才和复合型人才。广大群众受教育程度相对较低, 对电子商务防范很大, 且认识不清, 基本上无法有效的开展农村电商。乡镇条件有限, 也缺少留住人才的外部环境, 高校毕业的电商人才一般选择离开农村留在学校所在的城市, 专业型复合型人才缺乏使得颍上县农村淘宝发展缓慢。

4 对农村电商扶贫的建议

4.1 加强政府作用, 营造宣传氛围

在颍上县扶贫办专门设置电子商务扶贫专项小组, 指导全县电子商务扶贫工作。财政部门要把全县电商扶贫工作列为当年预算项目。同时开设电商扶贫专栏, 宣传电商扶贫相关政策、典型例子, 利用微博、微信、贴吧等网络媒体和电视、杂志、广播等传统媒体, 增强企业投资和应用电子商务的信心, 增强大众对电子商务的信任和防诈骗常识。

4.2 积极扩大电商影响范围, 提高村民积极性

设立电子商务村级便民服务中心, 为农村的超市店主作思想工作, 大力实施“电子商务进农村”这一项目, 积极推广“一村一店”模式。通过专业培训和现场解答帮助贫困户开办网店, 销售自产农产品, 帮助贫困户撰写文案、美工设计、外观包装等提高产品的附加价值获得可观利润。

积极引进国内外知名电子商务企业在颍上县建设电子商务大项目。帮助企业发掘具有本地特色的产业技术和传统品牌转战线上营销, 鼓励企业和个体户进驻多个电子商务平台经营。尽量发挥电子商务服务组织机构和行业协会的作用, 收集与推广有价值的信息, 扩大网络店铺的经营规模, 积极招商引资, 促进重大项目落户颍上。

4.3 培育电商品牌, 提高产品质量

大力发展特色产业, 对颍上县优势农产品进行精美包装与加工, 提升农产品质量、价值和知名度, 申报农产品“绿色无公害”标识, 依据产品属性, 研发设计具有特色的相关系列产品, 延伸产业链, 提高附加价值, 培养客户的忠诚度。积极倡导“一村一品”, 促使一个村子至少建立起一个特色农产品优势品牌。加快农产品的包装二维码防伪溯源步伐, 消费者受到农产品一品一码, 更加放心, 同时对农产品生产、加工、运输等环节进行实时监控, 提高农产品的品质保证。

4.4 保持人才保障机制, 加强电商知识培训

建立颍上县电子商务智库,为农村电子商务发展提供专业保障。以优厚的薪资待遇吸引电子商务经营管理人才、技术人才、市场营销调研人才赴颍上工作、创业;引导颍上借复合人才回流,鼓励颍上在外电子商务相关从业人员回乡。对于颍上县的建档立卡精准扶贫对象主动宣传电子商务常识,培养创业意识,下派干部与电子商务服务中心的培训人员为电商创业提供指导,为从事电商的农民答疑解惑。

4.5 发挥示范点的带动引领

选择镇、村开展电商脱贫试点,指导试点乡、村制定路线图,确定时间表,争取村级网点全覆盖。与阿里巴巴、京东、苏宁、天猫等第三方电商平台达成合作关系,有重点的发展,以先发展带动后发展,发动未参与试点的贫困县群众积极性,分阶段逐步实现全县脱贫致富计划。

4.6 政府资金帮扶,发展农村金融

为销售网货的贫困户或带动脱贫致富的特色线上销售产品的网点,给予免抵押的小额信用贷款,由政府支付贴息,按规定年限免除利息,根据情况提供适当的资金补助。在各个村设立关于金融服务的网点,指导村民借贷,使得支付等各个金融条件得以发展。

5 结束语

电子商务发展迅速,近年来在拉动经济增长的作用上十分明显,对于在资源丰富、实业不发达的贫困乡村地区实现脱贫致富有着重要作用。颍上县作为国家级贫困县,脱贫任务艰巨,颍上县重视电子商务发展,顺利成为安徽经济十强县,经济总量稳居阜阳各县市第一位,探索出了适合与自身发展的扶贫模式,取得了相当不错的成绩。

虽然发展迅速,但是野蛮生长之下也暴露了一些问题,对于电商扶贫能否实现“真脱贫”和“脱真贫”,进而达到永久脱贫,还需要进一步的检验讨论。鉴于研究者知识水平和时间有限,在项目实施中仍需要大量的工作,对于是否可以达到预期效果,有待于进一步的检验。

参考文献:

[1]李尚红,方美芳.基于精准扶贫视角的电商扶贫效应分析——以安徽省颍上县为例[J].长春理工大学学报(社会科学版),2018,31(03):103-107.

[2]陈晓琴,王钊.“互联网+”背景下农村电商扶贫实施路径探讨[J].理论导刊,2017,(05):94-96.

[3]高立.关于安徽省颍上县发展农村淘宝的几点思考[J].传承,2016,(07):124-125.

[4]李丹青.“互联网+”战略下的电商扶贫:瓶颈、优势、导向——基于农村电商扶贫的现实考察[J].当代经济,2016,(12):27-28.