
电子商务在赣南农村精准扶贫中的实践路径及对策

——以 D 县为例

赵珂¹ 胡林丽²¹

(1. 九江职业技术学院, 江西 九江 332007;

2. 广东海洋大学寸金学院, 广东 湛江 524094)

【摘要】: 随着互联网时代的来临, 电子商务已经在农村精准扶贫中发挥越来越重要的作用。通过对 D 县的实地调查分析, 总结赣南农村电子商务在精准扶贫中的实践路径和经验, 发现电商在精准扶贫中存在的问题, 提出了以电子商务助推精准扶贫, 促进电子商务与精准扶贫深度融合发展的对策, 为推动赣南农村产业转型升级、提高贫困群众收入提供借鉴。

【关键词】: 电子商务 精准扶贫 对策

【中图分类号】 F327 **【文献标识码】** A

电子商务扶贫是国家“十大精准扶贫工程”之一, 是推进精准扶贫的有效抓手之一, 如何才能做到电子商务扶贫与农村精准扶贫的紧密结合? 主要有三个方面的途径: 一是让农村扶贫对象直接参与到电商创业、就业中来, 以此可以达到减贫、脱贫目的, 二是通过让贫困人员间接参与到相关产业链来实现脱贫, 三是让贫困群体分享电商发展的溢出效应来达到减贫脱贫。

1 D 县电子商务精准扶贫的现状与实践路径

1.1 D 县电商精准扶贫的现状

D 县属原赣南中央苏区, 是比较严重的贫困地区, 全县建档立卡贫困对象 7643 户 22802 人。该县农产品品种丰富, 但由于交通、信息闭塞, 在农产品向商品转化方面存在一定的滞后。近年来, D 县把“互联网+”这种新的经济业态及时引入扶贫工作中, 实施电子商务精准扶贫取得阶段性的成果。目前全县从事电子商务(含网商)的有 149 家, 从业人员 430 人, 带动 700 多户 2300 余贫困人口直接或间接收益, 预计有 1100 人脱贫; 网售商品主要有脐橙、茶油、香猪、烫皮、板鸭、多味花生和花卉苗木等; 有物流企业 26 家, 上半年交易总额近 3 亿元, 贫困户人均增收 3000 元。

1.2 D 县电商精准扶贫的实践路径

1.2.1 搭建电商平台。

作者简介: 赵珂(1992-), 女, 硕士, 九江职业技术学院教师, 研究方向: 社会学与行政管理。

(1) 打造电商产业园。D 县引进投资 12 亿元打造电商产业园,产业园内引进建设了颐高电商馆、电子商务展示馆等多个电商分区,利用智慧城市网络体系与淘宝平台相结合逐步构成了“线上+线下”的多功能电商产业园区。截止目前,已经吸引多家省内外电商类公司入驻。如:赣州土购网、深圳厂家网、杭州甲骨文科技、浙江颐商集团等。同时,将县城繁华区域的精品街进行适时改造,对入驻商家进行大力扶持,包括对入住商家实行全额免除租金,发放创业补助等。吸引了包括贫困户在内的近 30 家入驻开店。(2) 建设特色电商交易馆。在县花木产业旅游示范园建设了花卉苗木电子商务交易馆,借助智慧旅游、游遍大余等互联网平台优势,花卉苗木的销量增加了 1.5 倍,新增就业岗位近 100 个,惠及 30 余贫困户。通过线上平台及花卉物流,将花卉的 O2O 电商模式打通,消费者可以通过网络选择自己想要的购买的花卉产品,通过零售配送和批量配送的方式,经专业的花卉物流,送达消费者手中。(3) 建一批电商运营点。引进旺淘电商公司和“1 号店”达成合作,成功申请“大余馆”上线运营,预计进入正轨后可新增就业岗位 90 个,月新增农产品需求量 1000 余吨。正在研究推出钨产品网上电子交易项目、南安板鸭网上旗舰店,打造特色优质品牌。

1.2.2 建立服务管理体系。

一是建立网店服务体系,为网店建设和运营提供专业性服务,包括前期技术培训、运营指导;二是建立网货供应监管体系,对网货供应定点企业进行认证,加强对网货的监管。三是加快贫困村宽带建设,推进村村通光纤工程,降低贫困户办网店的成本;四是建立考核评价体系,要求各服务中心及时按月上报电商扶贫的成果进展,对电商带动贫困户销售农产品的成效进行重点考核。

1.2.3 实施优惠和扶持政策。

一是对电商企业实施税收优惠:对农村的电商企业总体降低缴纳所得税税率,对在开发新产品过程中发生的相关研发费用,其中未形成无形资产计入当期损益的,可以按照当期研发费用的 50%加计扣除;二是加大财政扶持力度,对新认定的乡镇电子商务创业园及示范企业分别给予 3~10 万元资金奖励;三是加大“财政惠农信贷通”等对电商企业的支持力度,对符合贷款条件的贫困区电商企业或农户,引导相关机构优先为其提供融资担保和贷款,通过这些扶持措施,有效缓解了电商企业的资金难题。

2 电商精准扶贫中存在的主要问题

2.1 电商人才匮乏

电商人才多集中在沿海发达地区,引进人才对刚起步的电商企业来说又需要较大成本;总体来看,以 D 县为代表的赣南苏区策划营销、摄影美工、平台开发、电脑制作等电商专业知识人才还严重缺乏。

2.2 供应链条不全

从供应方来看,传统方式生产的农产品因缺乏市场信息,怕出现“卖难”,不敢大规模生产,电商企业怕供不应求,也不敢接大单;从销售方来看,虽然农产品品种丰富齐全,但绝大多数缺乏自身品牌,难以形成网络品牌销售,农产品防伪溯源体系难以形成。

2.3 创新能力不足

多数电商企业都处于“小、弱、散、单”,经营模式习惯于模仿抄袭,缺乏有创意的经营方式,喜欢单干不愿交流共享发展模式;极少数企业受不良市场的影响,有走传销路线的嫌疑,影响电商事业的发展。

2.4 宣传力度不够

贫困人口文化水平普遍较低,思想上比较消极保守,安于现状,接受新鲜事物的积极性不高;当地政府没有充分利用传统媒体和各种新兴媒体宣传电子商务知识,各单位、各乡镇干部职工学习电子商务的热情也不是很高,宣传力度不大,不能切实解决贫困户在从事电商中遇到的困难。

3 对策探讨

3.1 多方位提供政策扶持,帮助贫困群体创业

如何帮助农村贫困人群通过电子商务实现创业?首先从免费培训入手,广泛开展贫困户电商技能培训工作,加强跟踪服务,确保培训质量。对已建档立卡的贫困户,他们及其子女参加培训获得电商资质证和技能证后,可以享受政府扶贫部门的资金补助。其次,为贫困人员创造便利的创业条件。从小额贷款、信息服务等各个方面帮助贫困群体从事电子商务,可优先安置贫困户到电商产业园落户、创业,要鼓励贫困群体、残疾人在网上开店创业。三是通过电子商务渠道帮助贫困群体实现就业,解决其生活问题。

3.2 与特色产业发展紧密结合,推动农村电子商务平台建设,打造一批地方特色农产品电子商务品牌

3.2.1 提前做好产业规划。

突出地方特色,构建产业发展“一村一品”“一乡一特”的格局。充分利用地方特色优势,扶持一个有发展前景的特色农产品电子商务交易平台,如D县应重点发展板鸭、多味花生、脐橙、花卉苗木、茶业、红糖等当地特色产品,对这些农特产品要进行品牌的整体包装、品牌策划、销售技术应用和电商交易过程服务。引导当地购物中心等农产品交易市场,与相关电商平台、网店开展农特产品的对接服务,如农特产品的预售和包销等。

3.2.2 进一步抓好农产品品质保障。

针对性地加强技术、设施的研究、应用和建设,提高质量管控水平,逐步建立系统的质量安全保障体系。督促农产品生产企业积极开展农产品质量国家认证,加强对农特产品的质量检测,确保提供网店的农特产品具有原生态、无公害。加快完善产品质量的相关追溯体系和产品生产技术规范。

3.2.3 扶持特色农产品品牌建设。

树立品牌意识,鼓励注册产品商标、申请专利保护,采用新技术、新工艺和新设备,提高产品质量和档次;加强与知名电商的对接。

3.3 利用互联网把扶贫对象的内心需求连接到现实世界

3.3.1 加强电商扶贫的宣传,拓宽宣传渠道,灵活运用宣传手段。一是利用新闻媒体电子商务扶贫专栏和微信公众号等新媒体,对电子商务扶贫的相关政策和典型案例进行广泛宣传。二是对龙头电商企业、电商能人、参加电商扶贫的贫困户等进行重点宣传。三是利用各级电子商务协会、专业合作社等组织,举办形式多样的研讨会、座谈会等活动,积极宣传电商扶贫内容和成果。

3.3.2 各帮扶干部、乡村干部要深入到村组,面对面宣传“互联网+扶贫”,重点宣传电子商务扶贫相关政策、典型案例等。鼓励支持贫困群众大胆地试、大胆地闯,认识和感知“互联网+”的便利和实惠。

3.3.3 发挥示范户的带动引领、及时快速传播优势,让示范户带动其他贫困群众融入“互联网+”。

3.4 培育传统龙头企业,加快传统企业转型和升级

政府应协助本地企业做大做强传统农特产品,培育一批龙头企业,起到带头作用。这些龙头企业在做好传统产业的基础上,要做好转型升级。电子商务是促进传统企业转型升级的重要渠道,企业通过拓展电子商务市场,实现转型升级、发展壮大、实施多渠道发展;全力扶持电商骨干企业加快电子商务产业发展,实现转型升级。以点带面,以龙头企业带动其他中小传统企业商店,利用电子商务开展线上销售,实现线上、线下的高度融合。

3.5 孵化一批电子商务示范镇(乡),帮助贫困户通过电子商务实现就业

先选择条件较好的乡镇开展电商扶贫试点,以试点向其它的乡镇推广,进而孵化出一批电商扶贫点,扩大农村电商扶贫的集聚区。在示范效应下,电商扶贫以点带面,不断拓展的结果是,贫困地区电商业务不断扩大,通过电商而实现创业、就业的贫困人口不断壮大,精准扶贫的效果越来越好,贫困地区人民群众的生活水平不断提高。

作为国家电子商务农村综合示范县,D县通过电商进行精准扶贫的成效比较明显,其电商扶贫模式具有一定普适性,不仅能帮助赣南苏区贫困农户脱贫致富,还能帮助其它相似区域通过这种模式实现精准扶贫。

参考文献:

[1]张梦,起建凌.对农村电子商务扶贫的探索与研究[J].商场现代化,2015(19):54.

[2]易义斌,苏宏振,汪燕.农村电子商务扶贫模式初探——揭阳市军埔村电商扶贫的调查[J].中国商论,2015(21):73-75.

[3]洪勇,电商扶贫:农村扶贫新路径[J].今日中国,2016(2):62-65.

[4]曲天军.利用电子商务推进精准扶贫工作[J].决策探索,2015(17):6.

[5]李逢,春唐端.农产品电商为精准扶贫探路[J].治理之道,2015(33):37-43.