
农村电子商务发展的问题与对策

——以赤壁市绿购网为例¹

曾 晶 刘 慧 邱佩玲 马 歆

(武汉东湖学院, 湖北武汉 430212)

【摘 要】:近年来,随着电子商务的迅速发展,农业电子商务应运而生。在城市电子商务的带动下,村镇电子商务的范围也不断扩大,但由于农村电子商务品牌建设程度低,物流通达率和配送效率低下等问题,农村电商的发展仍然滞后。通过对前人研究成果的归纳,以赤壁市绿购网为例,结合该电子平台的品牌建设、电商人才培养和农产品物流配送体系这几个方面进行分析,并提出相应的解决措施,从而加强农村电子商务的发展。

【关键词】: 县域电商; 绿购网; 物流; 品牌建设

【中图分类号】: F49

【文献标识码】: A

【doi】: 10.19311/j.cnki.1672-3198.2017.32.024

1 引言

在“互联网+”背景以及政府的大力支持下,农村电商发展迅速,各种涉农电商平台不断涌现,各互联网巨头开始向有着巨大人口和市场潜力的农村发展。截至2016年6月,我国网民中农村网民占比26.9%,规模为1.91亿,较2015年底增加2571万人,增幅为5.2%。农村网民规模快速增加,这为农村电子商务的发展提供了良好条件,同时国家也明确表明发展农业电子商务是推动经济发展的新动力。

朱品文、万宝瑞和贺国杰学者在2015年对农产品基础设施建设、农民电商教育培训、农产品品牌化和标准化等方面进行研究;张滢、侯文华和董坤华等学者在2016年对农村电商的不同模式和升级策略、发展的阻碍因素以及未来的发展模式进行了探讨;丁慧平和王萍萍对促进农村电商发展进行了生产创新、商业模式创新和金融模式创新等方面的研究;侯文华针对农村电商集群的发展模型这一方面提出了系统动力学分析法,对当前农村电商存在的问题进行了分析。虽然很多学者对农村电商的现状、存在问题 and 未来发展道路进行了研究,但鲜有学者以一个特定的营销渠道或企业对农村电商发展情况进行分析。

本文以赤壁市绿购网为例,首先分析了新形势下农村电商现状,在此基础上对绿购网发展过程中存在的品牌建设、电商人才和农村物流配送体系等问题进行了分析,最后结合绿购网的发展情况提出了相应的对策建议。

2 新形势下农村电商的现状

¹**作者简介**: 曾晶(1997-),女,湖北鄂州人,本科,武汉东湖学院经济学院2015级国际经济与贸易专业,研究方向:农产品电子商务;刘慧(1996-),女,湖北咸宁人,武汉东湖学院经济学院2015级国际经济与贸易专业,研究方向:农村电子商务;邱佩玲(1997-),女,湖北黄冈人,武汉东湖学院经济学院2015级国际经济与贸易专业,研究方向:农村电子商务;马歆(1988-),女,湖北武汉人,武汉东湖学院经济学院助教,校优秀科研团队的骨干成员,研究方向:粮食安全。

赤壁市绿购网成立于 2014 年 7 月,是由赤壁市政府和赤壁热线共同投资的绿色生态产业展览交易的官方电子商务平台。作为省级电商示范企业,绿购网在全国拥有 18 个绿色产品直供基地及千余种线上农产品。除了线上销售农产品外,绿购网还提供线下电子商务培训,以此打造电商产业园,通过孵化和培育电商企业,形成电商产业集聚效应,最终构筑电商公共服务体系,建设电商公共服务中心。

目前,农村电子商务现阶段的发展特征主要体现在三个方面,分别是农产品销售趋于品牌化、服务趋于个性化和市场秩序趋于规范化。以绿购网为例,从品牌的角度来说,绿购网对特色农产品进行网络宣传、拍视频和限时抢购等措施,使消费者在购买线上产品时形成强烈的品牌意识,推动农产品网络品牌化进程。从服务的角度来说,绿购网在生产、流通和销售环节通过预售、团购、线下体验购买、便捷的“同城配送”以及七天无理由退货等方式,极大地提高了服务质量。从市场秩序来说,绿购网针对农产品有专业的溯源系统,使产品在整个供应链中趋于标准化、规模化,专业化,进而规范农村市场秩序。然而,由于农村电商品牌建设程度低,生产标准化程度低以及物流通达率低和配送效率低下等问题,农村电商的发展仍然滞后,具体分析如下。

2.1 品牌建设程度低和竞争力弱

大部分农村电商由于投入不足和分散经营没有自己的品牌,在网上认知度低。此外,商业的本质是产生价值获取效益,但是现有规模的局限性造成了产能的不匹配,极其不利于品牌建设的发展。绿购网作为一个县域电商,区域的局限以及电商的普及就业程度有很大的制约,这些不利因素均制约着农村电子商务的进一步发展。

2.2 生产标准化程度低和市场规模小

目前,虽然农产品电商的创业非常活跃,但电商供应链各环节的互动联合与分工协作机制尚未形成,线上与线下的融合还存在很多障碍。以绿购网为例,从线上角度说,由于县域电商、区域的局限性以及电商的普及从业程度导致适合网货的品种少,整体市场规模不集中。从线下角度来说,生产者缺少机器设备,无法做到机械化、标准化生产。

2.3 物流通达率低和配送成本高

庞大的物流需求与滞后的农村物流配送不适应,即使在有物流配送的村庄,物流配送成本也居高不下。以绿购网为例,绿购网在赤壁市内有自己的专属物流,但城外需与其他快递企业形成物流体系,才能完成配送,势必会增添大额成本。据调查,从 30 公里的范围内增加到 60 公里时,包裹在农村的物流成本由是城区的 3 倍变到了 5 倍。物流成本过高不利于电商实现农产品的产地直销和解决边远地区农产品“卖难”问题,也削弱了生产者通过缩短流通环节获取增值收益的空间。

2.4 电子商务人才稀缺

随着网商规模的不断扩大,人才缺乏的矛盾日益突出。农村电商的经济管理者大多是当地村民,文化程度低下。农村对于目前集中于大城市的电子商务缺乏吸引。对于作为县域电商的绿购网来说,如何吸引人才,留住人才是农村电商面临的挑战。

3 农村电商发展对策

根据绿购网现阶段发展中遇到的一些问题,本文在接下来的内容中将有针对性的从四个方面提出一些对策建议。

3.1 加快实施个性化,差异化和品牌化策略

要使农村电商在激烈竞争的市场经济中稳步发展,获得最佳经济效益,就要在“个性化、差异化、品牌•化”上做文章。企

业需提高品牌意识,推动创立电商品牌和区域性品牌,加强原创设计能力。进而满足消费者“个性化,,需求。绿购网在配合程度和经营理念上应与商家的合作保持高度一致,大力推动品牌建设。在发展过程中也应加强与政府之间的合作,政府可以在工商注册、引入第三方专业设计培训机构等方面提供支持,引导企业品牌化发展,扶持标杆企业发挥引领带头作用共同打造属于自己,属于本区域的品牌。

3.2 加快产品质量安全和标准化建设步伐

企业要着力提高产品质量,实行标准化生产,特别是拟出口产品,一定要按照国际标准严格执行,政府等相关部门也应加大力度进行监督。绿购网应对产品品牌需要不断进行销售渠道拓展,加强与农民、农产品加工商与市场的互动交流,多做市场调研,尽量提供多样品种的绿色产品,确保农产品绿色化与有机化,满足网上客源的需求。

3.3 加快农村信息基础设施建设和完善农村物流体系

加快农村信息基础设施建设,提高网络覆盖率,积极利用国家政策,降低或减免农村居民网络费用及相关硬件设施费用。同时,加快完善农村物流体系,以网络平台为纽带与当地物流公司加强协作,科学划分交易过程中风险的评估与责任,充分挖掘农村地区物流企业潜力与活力,解决农村电商发展“最后一公里”问题。绿购网在运输这一方面,还需加强与各快递的协作。如在乡镇建立商贸中心和配送中心,发挥好邮政普遍服务的优势,发展第三方配送和共同配送,提高流通效率。

3.4 大力培养电子商务人才

企业和政府要相互协作,建立专业的电商人才培训基地和师资队伍,引导具有实践经验的电商从业者从城镇返乡创业,鼓励本地大学生回乡创业就业,加大电商活动的宣传力度,不断推动地区性电子商务高效发展。绿购网还需加强相关课程的培训,积极引导当地农民正确认识电子商务,为培育电商人才做出贡献。

4 总结

随着农村信息化水平的不断提高和物流体系的不断完善,我国农村商品流通在电子信息网络技术的发展推动下已经成为了一种新型的电子商务途径,成为农村经济发展的新引擎。本文以绿购网为例,对现阶段农村电子商务做了进一步的分析。从产业结构来说,绿购网以原有的传统产业为基础,建设、运营电子商务自主交易平台,打通多个网络销售渠道,构建“云产品库”,开创运营新模式,推动传统产业转型升级。从流通渠道来说,这不仅减少了流通的中间环节,降低了流通成本,还提高了利润空间,使农民能够随时了解消费者需求的变化,及时掌握市场情况。从就业角度来说,绿购网通过电商孵化、电商培训、理论研究和咨询管理等方式培养人才,将产品与电商相结合,实现了仍以农业为基础、带动多元化服务业的发展。

参考文献

- [1] 张滢.农村电商商业模式及其进化分析[J].商业经济研究,2017,(06):161-163.
- [2] 王超,龙飞扬.“一村一品一店”农村电商发展模式浅析——以江苏宿迁市宿豫区为例[J].江苏农业科学,2017,45(04):293-295.
- [3] 董坤祥,侯文华,丁慧平,王萍萍.创新导向的农村电商集群发展研究——基于遂昌模式和沙集模式的分析[J].农业经济问题,2016,37(10):60-69+111.

-
- [4] 朱品文. 农村电商发展困境及对策分析[J]. 商业经济研究, 2016, (10):68-69.
- [5] 朱世友. 农村电商发展对物流业的影响及农村物流体系构建[j]. 价格月刊, 2016, (03):75-78.
- [6] 张传秀. 当前我国农村电商存在的问题及对策分析[j]. 中共南宁市委党校学报, 2016, 18(01):16-19.
- [7] 洪勇. 我国农村电商发展的制约因素与促进政策[j]. 商业经济研究, 2016, (04):169-171.