

四川彭山农村电商发展的现状、困境与对策

——以果园村葡萄产业为例

王梦蝶 王脉 黄诗雨¹

(中国人民大学 农业与农村发展学院, 北京 100872)

【摘要】: 以四川彭山观音镇果园村葡萄产业为例, 采用实地调研法, 探究其运行机制, 发现农村电商的实施很大程度提高了当地设施葡萄、晚熟柑橘等农产品的销售额, 推动了当地经济发展, 但目前也面临着运营人才奇缺、物流成本太高等诸多瓶颈, 对此提出相应的对策建议, 以期为当地的农村电商和产业发展提供参考。

【关键词】: 农村电商 网络销售 农产品市场

【中图分类号】 F724.6; F327 **【文献标识码】** A

近年来农村电商蓬勃发展, 其在开发农村消费市场、带动农村扶贫开发、助力乡村振兴等方面的效果显著, 越来越多的学者关注和研究这一领域。现有文献已围绕农村电商的概念、类型、作用、发展模式、存在问题等方面展开讨论。

崔凯(2018)将农村电商实质概括为以互联网技术为基础的商业模式在农业农村发展中的应用。农村电商的模式包括对义乌模式(张帆, 2016)、温州模式(伍玉华, 2020)以及武功模式(周瑞, 2019)等的研究, 但对各种模式的特征、机制、要素等进行全面系统对比和归纳总结的文献较少。此外, 农村电商的发展状况存在区域差异, 东部或东南沿海地区的典型模式相较于中西部地区更多。在定量研究方面, 王七苟(2020)采用空间模型进行实证分析, 发现我国农村电子商务发展存在“东部-中部-东北-西部”的排序。

针对我国目前农村电商发展面临的瓶颈, 有学者提出应该推进农产品标准化和农产品溯源体系建设。如谢天成(2016)认为农村电商的产品价格和品质差异明显是由于品质保障体系不健全, 如农产品认证体系、溯源体系和检验检测体系。另有学者对劳动力、农村电商生态以及网络与金融环境等方面存在的问题提出了政策建议, 但关于有关措施实施效果的研究较少。

此外, 近年来学者们也将农村电商和精准扶贫、乡村振兴等话题结合, 探究农村电商显现的助推效果以及作用路径(宋玮玮, 2019)。但由于产业结构、经济水平和基础设施等方面存在差异, 政府缺少可完全借鉴的适宜中西部地区农村电商发展的实际案例以及发展过程中的普适性内在规律(马昂昂, 2020), 对当地农村电商发展的引导难免存在一些问题。因此本文旨在通过对四川彭山农村电商发展这一实际典型案例的分析, 对其后续发展提出建议。

1 案例发现

¹**作者简介:** 王梦蝶(1997-), 女, 四川眉山人, 硕士研究生, 研究方向: 农产品贸易, 食品经济管理;
王脉(1999-), 男, 广东广州人, 硕士研究生, 研究方向: 农林经济管理;
黄诗雨(1997-), 女, 四川成都人, 硕士研究生, 研究方向: 农业环境。

本文选取彭山观音镇果园村葡萄产业园作为案例研究对象，近年来该村特色葡萄产业发展成果显著，具有典型性，下文将探析其运行机制、电商运营发展现状以及面临的困境等。

1.1 四川彭山观音镇果园村葡萄产业园概况

观音镇果园村位于眉山市彭山区北面，地理位置优越，距彭山城区 3km、省道 103 线 1km，“成昆”铁路、“成乐”高速公路和县道观保路贯穿全村。

目前果园村培育和发展的美人指、紫地球等 40 余个高端葡萄品种，主要销往国内北上广等一线城市的精品超市以及出口海外。全村 765 户人种植葡萄达 333 余 hm^2 ，先后荣获全国先进基层党组织、省级乡村旅游示范村等称号。2020 年，果园村全村年产值已超 2 亿元，人均纯收入达 3 万元，高于该区农民人均收入近 60%，被农业农村部授予“2020 年全国乡村特色产业亿元村”称号。

1.2 “党社融合”：观音镇果园村葡萄产业发展的运行机制

“党社融合”即“党支部+农民专业合作社”的模式。2015 年，根据产业发展需要，果园村党总支按照农民专业合作社、家庭农场、扶贫开发等分类设置了 6 个党支部，通过召开联席会议，共同商议村葡萄种植及产业发展的各事项。如图 1 所示，合作社内部设理事会和监事会，向合作社党支部报告工作。其中，合作社理事会受监事会监督，其成员由合作社党支部委员交叉任职，合作社党支部对监事会的工作进行支持和监督。合作社党支部每月定期开展政策宣讲、技术推广、生产指导和营销培训等活动。在工作保障方面，每年合作社支持党支部 15000 元，村党总支给予 8000 元活动经费，并提供活动场地、配备党务工作指导员。

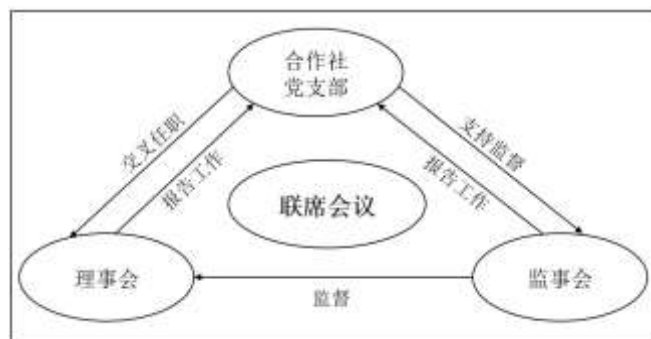


图 1 “党社融合”运行机制示意图

彭山自强葡萄专业合作社党支部自 2015 年 5 月成立以来，着力发挥党组织的政治引领、服务产业功能，带动群众扩大葡萄种植面积 347 hm^2 ，品改技改高端品种达到 41 个，总产值达到 1.7 亿元（根据在彭山区观音镇果园村调研时对该村两委委员的访谈内容整理）。如图 2 所示，该支部隶属于果园村党总支和彭山区葡萄产业党总支，由果园村党总支进行属地管理，区农业行业党委、葡萄产业党总支进行行业管理，下设技术服务、农资统筹和营销服务 3 个党小组。近年来，通过实施组建党员技术服务队、免费为种植户提供技术指导和培训、举办“葡萄节”等方式，不断做强产业品牌，推进全村葡萄产业发展。

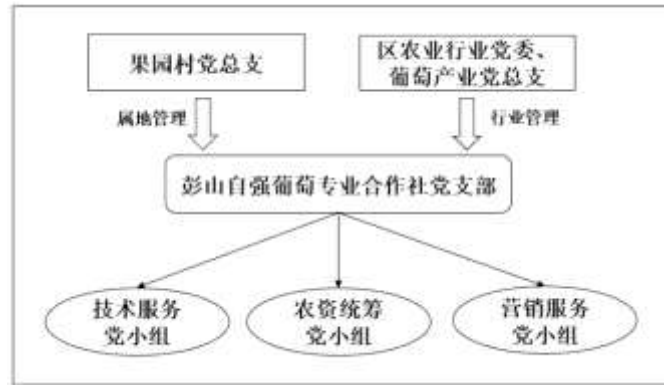


图 2 彭山自强葡萄专业合作社党支部组织架构图

2 彭山区农村电商发展经验

2.1 创新“零接触”网络销售模式，助推当地果业复苏

2020 年 1 月 23 日以来暴发的新冠肺炎疫情使全国各地一二三产业遭到严重冲击，农产品销售也受到巨大挑战，“直播带货”“生鲜配送”等“零接触”网络销售模式的发展被掀起又一波热潮。在彭山区政府各级部门的支持和引导下，当地主要采取了三大举措以助推果业复苏。

一是开展同城配送。组织本地水果实体经营门店主推春见、不知火、草莓等本土果品，利用电话、微信群接单，通过同城物流开展柑橘同城送业务或私家车以社区为片区进行集中配送，按照顾客需求将水果配送至小区。

二是畅通电商渠道。充分利用新媒体沟通性、关联性、体验性等特点，对新型职业农民、电商青年、创业人员进行电商培训，指导其与各大自媒体平台以及抖音等短视频、直播平台合作，在疫情期间开展网上销售。疫情暴发后的两个月内，当地农户、各家庭农场以及果业公司通过网络电商模式累计销售了 250 万 kg 晚熟柑橘，产值超过 3000 万元，极大缓解了新冠肺炎疫情对行业的冲击。

三是创新农超合作。构建“线上+线下”中转平台，开发了“武阳春·见”一站式批发平台小程序，改变原有果园直采合作方式，实现采购商不到地、外地车不进镇、人员不聚集。家庭农场和果业公司将优质果品资料、样品和合作方案等快递送至全国各大合作商超，并采用远程视频洽谈、直播看货、解读果品指标和监控采摘的方式落实后续环节，使水果品质与客商信息透明公开，构建新型客商关系。

2.2 打造区域公共品牌，助力农产品销售提升

在区域特色农产品品牌的打造方面，彭山区以观音镇果园村的设施葡萄、黄丰镇团结村的晚熟柑橘和义和乡悦园村的红心猕猴桃为主导，努力打造彭山标志性特色产业和“彭山田野·礼”“武阳春·见”和“彭山葡萄”等区域公共品牌。

推广方面，每年举办一次“中国彭山观音美人指葡萄采摘节”，邀请各级领导以及农业和旅游方面专家出席，包括乡村振兴成果展、农产品品质品牌发展研讨会、葡萄采摘等活动，通过线下展示、线上新媒体矩阵传播等多种方式，将彭山的农业、文化、旅游资源进行整合式宣传推广，推动了彭山区农产品销售提升和品牌发展。此外，“农旅推介会”邀请微博、B 站和抖音等新媒体平台走进果园全景直播，通过直播带货的方式将彭山葡萄销往全国各地。

3 彭山区农村电商发展面临的困境

3.1 专业电商运营人才缺乏

网店运营、新产品研发、包装设计、营销推广等方面的专业经营人才缺乏是目前包括彭山区在内的中西部地区农村电子商务发展面临的严重困难。相比于东南沿海地带，中西部地区鲜有整村从事电商产业的“淘宝镇”“淘宝村”，农户也大多是“单打独斗”，未能形成“以点带面”的良好电商氛围，发挥更好的示范带动效应。

3.2 物流成本高昂

物流成本较高是农村电商发展遇到的又一个困难。虽然彭山区在四川境内地理位置优越，有“成昆”铁路、“成乐”高速公路等交通要道贯穿全域，整体的物流集散较为便利，但其农村物流体系相较于城市物流体系来说，依然处于不成熟的阶段。比如大型快递公司考虑到配送成本，通常只配送到乡镇，导致农村电商和购买者的对接难、运输难、保鲜难等问题。

同时，彭山发展的葡萄、柑橘、红心猕猴桃等农产品都是生鲜农产品，自身较重且需要保鲜的特点导致其冷链运输成本高于普通商品，一些高端葡萄品种更是需要精细严格的包装和物流保护措施，增加了物流成本。

3.3 农产品标准化程度不够

在欧美和日本等发达国家，农产品从新品种的选育到播种、收获、加工整理、分级筛选和包装上市都以高度的标准化为基础。彭山虽然建立了岷江现代农业示范园，种植葡萄的农业基础设施条件得到极大改善，但地处丘陵地带的黄丰镇和义和乡等地由于地形和交通条件等限制，农业生产的现代化、集约化和标准化程度还有待提升，柑橘、猕猴桃、蜜柚等农产品存在大小、色泽、口感等参差不齐的品质问题，这不仅不利于农产品质量追溯体系的健全以及品牌化程度的提升，也会影响消费者的判断和信任。

4 对策及建议

4.1 培养高素质的电商运营人才队伍

电子商务产业持续创新发展，人才是关键性因素。首先政府要加强对农村电商发展的政策性扶持，加强与省内外高校的交流与合作，建立长期供需合作关系，针对性地招聘和培养适宜于当地电商发展需求的人才。二是继续积极落实办好各类电商培训班，分阶段、分批次地对农户进行专业培训，普及相关政策、提升农户电商运营技能。三是积极用好用活现有电商人才，建立科学合理的激励机制，为电商人才提供公正公平的展示平台，激励人才充分发挥所长，促进人才自身建设与电商发展有机结合。

4.2 建设仓储批发物流为一体的集散中心

该区各乡镇由村到户的道路网尚未完全建立，已有的“到户工程”也存在着道路不易识别、修建标准不统一、道路质量差等问题。因此，提高物流效率需要由彭山区政府牵头，在农产品生产地附近交通区位优势处，建立区县一级的综合性大型仓储批发物流一体化集散中心，包括仓储部分和批发部分两项内容，并在仓储部分引入冷链系统。在此基础上，构建乡镇一级的转运体系，同时在村一级设立物流服务站，实现“户-村-乡镇-区县”四级串联的物流体系，使农产品在区县一级进入城市物流体系。

4.3 深加工和分级筛选提高农产品标准化程度

对农产品进行深加工是解决农产品难以标准化和具有季节性的有效途径之一，即将好看的、饱满的果子卖掉，将不好看的、蔫瘪的果子进行深加工。还可以利用分级筛选的方式及分拣检测技术，将不同大小、颜色、酸甜、软硬的果子分成不同的类别进行售卖，并且在网络上推广销售时明白无误地注明产品信息，提高消费者满意度和农产品的知名度。

参考文献:

- [1]崔凯, 冯献. 演化视角下农村电商“上下并行”的逻辑与趋势[J]. 中国农村经济, 2018(03):29-44.
- [2]马昂昂. 乡村振兴视角下农村电商发展成熟度评价研究[D]. 广州: 华南理工大学, 2020.
- [3]宋玮玮. 乡村振兴战略实施进程中地方政府在农村电商产业发展中的作用[D]. 杭州: 浙江大学, 2019.
- [4]王七苟. 我国农村电商与区域经济协同发展关系研究[J]. 商业经济研究, 2020(23):129-132.
- [5]伍玉华. 电子商务与传统产业的融合模式研究——以温州为例[J]. 现代商贸工业, 2020, 41(13):49-51.
- [6]谢天成, 施祖麟. 农村电子商务发展现状、存在问题与对策[J]. 现代经济探讨, 2016(11):40-44.
- [7]张帆. 专业市场与电子商务的业态融合与创新——基于义乌 B2R 商业模式的研究[J]. 技术经济与管理研究, 2016(02):110-113.
- [8]周瑞. 精准扶贫战略下陕西农村电商发展模式及路径研究[J]. 西安财经学院学报, 2019, 32(06):41-45.