

“乡村数字化”背景下贫困县农村电商的 “云端再造”发展模式创新研究

罗明凡 段庆华¹

(湖南开放大学(湖南网络工程职业学院), 湖南 长沙 410004)

【摘要】: 为了解决电商意识不强、农产品电商上行供应链保障能力薄弱、农业农村数字化水平较低、电商专业人才匮乏等问题,加快贫困县农村电商的转型升级,通过调研石门县电子商务发展现状和问题,提出了“云端再造”的发展模式,即打造云产品、拓宽云渠道、孵化云产业、培育云主体、推广云服务、树立云品牌,实现各相关产业在互联网(云)上的数字化重构,创新驱动县域经济高质量发展。

【关键词】: 数字化 贫困县 农村电商 发展模式

【中图分类号】 F724.6; F327 **【文献标识码】** A

中央一号文件连续强调加速推进农村电子商务的发展,贫困县政府审时度势,抢抓“互联网+”新机遇,大力推动县域电子商务产业发展,在农村电商公共服务体系建设、农村电商物流配送体系建设、推动农村产品网络销售、电商人才培养方面奠定了扎实的基础,取得了阶段性的发展成果。截至2020年12月,全国农村电商已实现对全国832个贫困县全覆盖。与此同时,贫困县县域电商生态欠平衡、农产品电商上行供应链保障能力薄弱、农业农村数字化水平较低、电商专业人才匮乏等问题,依然成为石门电商发展的制约和瓶颈。

1 石门县电子商务产业发展现状

石门县拥有3970km²的国土面积,辖18个乡镇,4个街道,4个农林场,总人口67万,农业人口51.6万。2017年石门县被评为全国电子商务进农村综合示范县,连续四年被评为“全省电商扶贫一类县”。石门县电商扶贫发展模式被湖南省扶贫办、湖南省人民政府经济调查研究室编印的《四跟四走——湖南产业精准扶贫100例》收录刊载。

2021年石门县实现电子商务交易额22.5亿元,同比增长35.7%,网络零售额17.9亿元,同比增长37.39%。石门县现有电子商务企业和个体4715家,其中规模电子商务企业256家,网店8235家,全县电子商务从业人员超过1.6万人,有湖南湘佳牧业股份有限公司、湖南常德九品福绿色食品有限公司、湖南大湘正食农副产品有限公司等102家本土规模电商企业,其中省级电商认定企业20家、示范企业2家、重点培育1家,市级电子商务示范企业4家、重点培育3家。截至目前,石门县建立了1个县级电商公共服务中心、1个县级仓储物流配送中心、1个电商快件处理中心、18个乡镇(镇)级电商服务站、263个村级电商服务点,建成县、乡、村三级物流配送服务体系,农产品质量信息追溯体系、农产品资源库应用体系,打造了县域农产品区域公共

¹**作者简介:** 罗明凡(1987—),女,湖南衡阳人,硕士,讲师,研究方向:远程和职业教育、数字经济;段庆华(1971—),男,湖南桃江人,硕士,副教授,研究方向:创业经济、企业管理。

基金项目: 湖南省职业教育教学改革研究项目(ZJGB2019413);湖南开放大学青年专项课题(XDK-2021-Q-4)

品牌“2098·石门味道”，培训电子商务人才超过1.7万人次。

石门县全县电商站点、企业、网商分布式发展格局初步形成，公共服务体系逐步完善，创新创业典型不断涌现，物流配送效率显著提升，农村产品上行规模稳步提升，农村电商已逐渐成为推动石门县城乡经济发展，助力乡村振兴，迈向共同富裕的重要产业。

2 贫困县农村电商升级发展的制约因素

2.1 电商意识不够强

电子商务作为一项新兴产业，县委、县政府十分重视其发展，但还是有些政府部门存在对电商最基本的初级知识不明白的情况，有的认识片面化，有些甚至完全没概念。电商企业发展的大氛围尚未形成，有30%以上的行业企业，尤其是传统农业企业，对电商的理解还停留在淘宝开网店的阶段，根本没有意识到运用电商开展网销的紧迫性，对于新媒体电商、内容电商毫无接触。

2.2 专业人才较匮乏

电子商务人才既需要掌握现代信息技术技能，又需要熟悉商业理论基础知识和实务能力。石门县从事特色农产品种植的农户普遍年龄偏高，而且受教育程度偏低，缺乏专业技术能力，导致在运用现代化工具，掌握现代化信息方法上存在严重不足。从石门县电子商务长远发展来看，已经出现较大的人才缺口，大部分企业出现招不到人才的问题^[1]，特别是在农业技术、数据统计分析、活动策划、产品研发、包装设计、物流规划等方面的中、高端人才极度匮乏，而且这些领域的人才大多集中在经济较好的大城市，在县域范围招聘的难度大。

2.3 产业相对较分散

石门县农业资源丰富，但农产品供应链的能力“小而散”，龙头企业带动力不强，电子商务发展相对滞后。同时，产业低端，产业链延伸不足，经济增加值较低，带动效应差，产业园区规模小、产业聚集程度低，综合制约着电子商务的长远发展。目前，石门县农产品的标准化、市场化程度较低，还没有建立起涵盖生产、销售、服务、物流全过程控制、质量检验、清理筛选、分级包装、冷藏保鲜等环节于一体的质量管理体系，这将严重阻碍石门县电子商务做大、做强、做精。

2.4 服务平台不健全

石门县电商企业和电商消费市场的发展，对电商服务提出了越来越多样化、个性化的需求，电子商务服务供给已不能满足需求^[2]。目前虽然初步建立了电商公共服务中心框架，但仍处于起步阶段，实际效用很小，为电商及时准确提供政策咨询、产品整合、品牌包装设计、仓储与物流、网上运营与推广等一站式服务的能力弱，电商的营运主要还是依靠企业，个体自力更生，很难从电商公共服务中心得到有效的扶持和技术支撑^[3]。

2.5 电子商务与文旅融合不深

石门县旅游资源丰富，壶瓶山、夹山寺、长梯隘等景点引人入胜，县委县政府高度重视对旅游资源的规划、开发与建设工作。但是，旅游景点的开发与配套设施的建设与电子商务结合程度不够，区域公共品牌未有效融入本地人文风貌和旅游资源文化内涵。电商对旅游的引流作用发挥不明显，本地旅游资源对线上电商交易的反哺作用不强，旅游景点农产品销售后劲不足。

3 贫困县农村电商的“云端再造”发展模式

以一二三产业为基础，以互联网(云)数字技术为依托，深化电子商务对石门县各相关产业关键领域、关键环节的提质赋能作用，通过“打造云产品、拓宽云渠道、孵化云产业、培育云主体、推广云服务、树立云品牌”的云端再造模式，实现各相关产业在互联网(云)上的数字化重构，创新驱动石门县域经济高质量发展，形成开放、共享、互利、协同的“云上石门”的数字化产业发展格局，在“云端”再造石门。

3.1 打造云产品

大力开展农业标准化示范，逐步建立覆盖生产与加工的标准化体系，不断提升石门产品标准化供应与市场溢价能力。通过区域公共品牌与企业自主品牌组合传播方式，形成石门特色产品网销集群与价值传播矩阵。营造支柱产业“顶天立地”、网销商品“铺天盖地”的电商营销氛围。一是依托“1+2+4”产业格局，提升农产品标准化生产水平。针对“粮食粮油”主打产业、“柑橘、茶叶”两大龙头产业，以及蜂蜜、土鸡等特色产品，构建以对标石门现代农业产业体系的网货标准化体系，优化石门特色产品资源库系统。建立农产品从生产、加工、分选、包装、渠道对接、促销为一体的全供应链标准化应用流程，通过集中培训和分类引导等形式指导经营主体进行应用，提升产品标准化、规模化生产水平。二是完善质检品监控管理，建立健全农产品溯源体系。升级农产品质检品控体系。依托服务中心农产品质量检测室，配置等专业化农产品检验检测设备，通过集中送检加强产品品质监控，根据农产品的不同等级进行分级分类，统一质检，披露种植和生产的相关信息。升级农产品质量追溯体系，设置系统预警，并通过微信公众号、手机 APP 等途径发布信息，并同步联动商务、农业、市场监管、县电商服务中心等主管部门或服务机构，对质量不合格的网销产品及时追溯到责任主体，并将处理结果进行统一公示。三是构筑“2098·石门味道”品牌价值矩阵。建立以“2098·石门味道”农产品区域公共品牌为基础，适当发展企业自主品牌的母子品牌建设模型。进一步统筹整合石门农、特、优产品资源，赋予公共品牌内涵与外延，进行区域品牌的整体打造、价值挖掘与顶层规划。做好品牌标准建立，品牌标识确定、品牌规划制定、品牌推广宣传、品牌授权管理五大方面工作内容。

3.2 拓宽云渠道

围绕打造“湘西北商贸物流重要节点”发展目标，构建城乡一体物流服务体系，健全现代化数字商贸物流配送网络，提高智慧物流技术应用水平。加强农产品与大型平台对接力度，大力开展农产品网络销售运营活动，引导传统商贸流通企业数字化转型升级，不断拓宽农产品上行、工业品下乡双向流通渠道。一是畅通物流渠道，打通双向流通体系。依托县-乡-村三级物流体系，升级县级仓储物流配送中心，实现农产品企业、快递物流企业、电商企业、商贸物流企业等物流配送主体的整合入驻。鼓励物流企业采取商贸批发+快递包裹统一配送的方式，降低物流运行成本，提高仓储资源利用率。推动物流服务城乡一体化发展，推动传统商贸数字化转型与“统仓统配”业务模式的落地，结合“湘西北商贸物流节点建设”，构建“区域物流集散中心+城乡物流末端网络”于一体的高效流通渠道。二是打通线上平台，丰富线上销售渠道。鼓励企业、创业个人应用短视频、直播带货、社群电商等互联网新兴发展业态进行多样化的自主就业、分时就业，将石门产品、产业广泛接入互联网，对接广域大市场。依托石门特色农产品资源库、线上商城和线下 O2O 展销馆，打造“线上小程序平台+O2O 实体门店+社区团购+配送/自提”的新零售模式。三是开展节会活动，拓宽产销对接资源。以节造势扩大网销规模，线上开设专场活动，搭配线下活动推广引流。针对特色活动，开展以销售石门农特产品为主的网络营销大赛、产销对接会、直播带货等营销活动。通过电商造“节”，提升石门农特产品线上品牌影响力。

3.3 孵化云产业

树立“产业为王，数字赋能”的创新发展理念，深入推进 5G 互联网、大数据、云计算等新技术在我县一二三产业的渗透与运用。利用数字化手段，强化电子商务在各行各业关键环节、关键领域中的提质赋能作用，不断提升石门产业发展效率与竞争力。一是孵化农业云产业。推进物联网、云计算、大数据、移动互联、人工智能等技术在农机装备、生产作业和管理服务中的应用，鼓励涉农企业开展网上交易。在各大农村地区对农资产业的电商化转型意义进行广泛宣传，制定一系列政策体系来降低准入农资电商的门槛^[3]。以“政府搭台，企业唱戏”的形式，开展各类农产品对接会议，支持县域农业行业的企业与国内知名电子商

务平台对接，促进农产品，尤其是特色农产品的线上交易。二是孵化工业云产业。通过政策宣传、培训与奖励等方式，引导工业企业加快转型，尤其是传统工业企业，树立典型，加快向电商企业的转型与升级，提升竞争力。引导中小企业参与网上信息发布、信息搜索和在线交易。加快企业生产销售模式转变，支持企业通过推进设计研发、生产制造和供应链管理等环节的改造，开展基于个性化产品的服务模式和商业模式创新^[4]。三是孵化文旅云产业。依托美丽乡村建设，结合各乡镇产业资源优势，建设一批集文旅体验、产品推广、电商创业的电商示范小镇与电商创业村，实现产业线上、线下的深度融合。积极推动交易数字化，引导农产品网销体验馆、O2O 展销馆、旅游景点特产专卖店等门店应用手机支付、电子结算等在线化支付技术，促进线上化交易。创新实施新型网销模式，打造“直播内容随时化、视频内容多样化、营销活动创新化”的电商文旅发展格局。

3.4 培育云主体

积极创新县域电商人才培养模式，打造分层次、分专业、大规模的电商从业主体梯队。促进传统企业触网升级，大力培育创新性电子商务示范企业，形成“百家企业、千家网店、万家网商”的市场主体发展格局。一是发挥龙头优势，打造“云上”骨干企业。积极传统龙头企业触网转型，强化互联网、电子商务等信息技术化手段在企业内部管理、制造生产、市场营销等环节的应用，推动企业开展 B2B 大宗贸易、跨境电商等线上业务。结合全县招商引资工作，鼓励外部引入企业在石门本地建立线上营销推广中心。形成一批互联网“云上”骨干企业，助推电商赋能产业。二是推动触网转型，培育“云上”小微企业。以县级服务中心为依托，面向全县中小企业开展专业培训与定向孵化服务。设置中小企业电商孵化政策引导资金，定期开展电子商务应用示范企业评选，按照“奖优扶强”的原则，鼓励本地中小企业加强电商应用。三是壮大人才队伍，激活“云上”创业主体。坚持电商人才培训和市场主体培育工作相结合，统筹规划人社、商务、教育、团委、妇联、残联等各部门的职能和需求，以培训转化为目标，继续开展电商普及培训，发掘本地人才。通过举办电商创业大赛等活动，发现一批年轻富有创业激情的年轻人才，积极投身电商创业大潮。借助产业资源优势与电商小镇建设，吸引众多外出打工的农民和大学生返乡创业、就业，充实电商致富带头人队伍，形成基数庞大的“云上”创业主体。

3.5 推广云服务

利用互联网、电子商务“普惠、共享、高效”的特性，拓宽政务、商务、便民服务的互联网应用范围。一是加快电子政务协同运用，推进数字治理。以构建智慧政府为目标，以政务服务平台为基础，构建集约化、高效化、透明化的政府治理与运行模式。以深化电子政务应用，以政务信息资源为重点，不断完善政务信息公开，扩大在线服务内容和范围，提高在线服务效率和能力，实现跨部门信息资源共享，推进网上纳税、网上年检、网上申报等政府公共服务，实现电子政务“一门式服务”。二是完善电商配套服务链条，推进数字兴业。大力培育网络营销及推广、电商产品文案创作、电商客户关系管理等电商配套产业，完善石门电子商务产业发展内生动力与产业链条。依托县级电商公共服务中心，通过内培外引的方式，培育本地电子商务产业发展的相关配套服务企业。为全县传统企业、电商企业提供产品包装、网销策划、视觉设计、运营托管、视频制作、物流配送等一条龙服务，建立和完善电商服务产业链条。建立订单式服务机制，通过平台发布服务需求信息，由服务企业接单提供服务等方式，加强电子商务公共服务与市场主体的供需对接。

3.6 树立云品牌

以打造“云上石门”浓厚发展氛围为目标，以主流媒体舆论宣传为载体，全方位、多层次、立体式地宣传造势。一是加大内部宣传力度，形成发展共识。开展“云上石门”专项行动计划，从机关、企业、电商创业个人等不同层面加以动员推进，将“云上石门”作为统筹全县电子商务产业“十四五”规划的共同行动纲领，加强日常宣传与舆论引导，形成人人知晓、人人参与、资源要素集聚靠拢的发展态势。二是加大外部传播力度，树立品牌形象。以“湖南屋脊”的石门名片，定期举办形式多样的“云上石门”互联网大会、高峰论坛、专题讲座等活动，营造政府、企业以及社会各界共同参与建设“云上石门”的浓厚氛围。打造县域电商发展“高地”与产业集聚的价值“洼地”，整体推动石门电商发展影响力。充分利用短视频、直播、大型门户网站、微博、微信等新型网络媒体和报纸、杂志、广播、电视等传统媒体大力宣传“云上石门”发展模式和石门特色产品，强化石门地域品牌

意识，形成“云上石门”价值传播体系。

参考文献:

[1]夏韡, 于波. 木材加工行业电子商务人才缺口问题与对策[J]. 林产工业, 2020, 57(11): 83-84, 87.

[2]魏延安. 向左还是向右——再谈当前农村电商的七个问题[J]. 农产品市场, 2019(16): 40-42.

[3]樊鹏. 基于消费分层视角的农村电商发展与消费结构调整[J]. 商业经济研究, 2021(1): 44-48.

[4]任晓聪, 和军. 我国农村电子商务的发展态势、问题与对策路径[J]. 现代经济探讨, 2017(3): 45-49.