

刘 岩,张文字,秦建军,等.“互联网+”农业电商发展分析及展望[J].江苏农业科学,2017,45(21):330-333.
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2017.21.091

“互联网+”农业电商发展分析及展望

刘 岩¹,张文字¹,秦建军¹,施宇恬²,曹宏鑫¹

(1.江苏省农业科学院农业信息研究所/数字农业工程技术研究中心,江苏南京 210014;

2.江苏省农业科学院农业经济与发展研究所,江苏南京 210014)

摘要:电子商务与农业产业的融合既带动了农业生产的发展,也改变了传统农产品的销售模式。当前,凭借发达的电商平台、便捷的购买方式以及畅通的物流体系,农业电商逐步占据了农产品营销市场。基于“互联网+”视角,分析农业电商的定义、作用、现状、机遇、挑战及发展趋势,以期为现代农业产业升级及农业供给侧结构性改革提供借鉴。

关键词:“互联网+”;农业电商;现代农业;农产品

中图分类号: F713.36 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2017)21-0330-03

“互联网+”即“互联网+各个传统行业”,利用信息通信技术以及互联网平台,让互联网与传统行业进行深度融合,创造新的发展生态^[1]。现代农业是“互联网+”的重要应用行业,而“互联网+农业电商”是“互联网+现代农业”的重要组成部分^[2]。国际上,英、美等西方发达国家率先搭建了农业电商平台,较好地带动并促进了农业经济的快速发展,以及农产品的网络销售^[3]。与西方国家相比,我国农业电商起步相对较晚,且大部分集中于东部沿海经济发达地区,农业生产和深加工型企业的电子商务也尚处于萌芽状态,但随着市场环境的改善及相关政策的出台,我国农业电商的发展前景较好。与此同时,国内互联网巨头争相下乡开始圈地运动,农业电商的发展如火如荼,成为各地、各级政府提升当地经济、带动产业发展、打造亮点工程的有力手段。

随着电子商务在农业领域的应用和发展,“互联网+农业电商”已经成为潮流风向标。本研究基于“互联网+”视角,分析研判我国农业电商的发展历程及趋势,以期为现代农业产业升级及农业供给侧结构性改革提供借鉴。

1 农业电商及其特点

1.1 农业电商的定义

农业电商是农业电子商务的简称。关于电子商务的定义,在政界、学术界、企业界和商界,甚至在不同组织机构都不尽相同,目前最权威的解释出自 2007 年国家发展和改革委员会、国务院信息化工作办公室联合发布的《电子商务发展“十一五”规划》,该文件将电子商务定义为“网络化的新型经济

活动”^[4]。此外,还有广义电商和狭义电商之分^[5],广义电子商务是一种通过改善产品和服务质量,提高服务传输速度,满足政府、组织、厂商和消费者降低成本效率需求的现代商业方法;狭义电子商务的定义为整个贸易活动实现电子化。

通俗而言,农业电商就是电子商务在农业领域的运用,亦或农业商务活动的电子化实现。狭义农业电商其实就是人们常说的上网做生意演变而来的上网卖农产品,也包括时下流行的微商等形式。而广义农业电商更宽泛,计算机网络营销、移动互联网营销、微信营销、电视购物等凡是在农产品买卖过程中涉及到信息化交易的,均属于广义农业电商的范畴。如图 1 所示,个体商贩摆摊实体销售依旧是面对面的线下交易农产品,从狭义角度看不属于农业电子商务,但他利用支付宝(电子工具)作为农产品交易中的收费工具,从广义角度来说已经属于农业电商范畴。

1.2 农业电商的特点

一是市场潜力巨大。近年来,农产品滞销的丰收烦恼时有报道。借助农业电商平台,可以及时连通生产者、经营者和消费者,达到有效综合配置农业资源、拓展农产品市场、提高农产品竞争力等效果,进而形成具有中国特色的农业发展模式。二是经济与社会效益巨大。农业电商是“互联网+现代农业”的重要组成部分,是转变农业发展方式的重要手段,是精准扶贫的重要载体,对创新农产品流通方式、构建现代农业生产经营管理体系、促进农民收入快速增长(特别是贫困地区)、实现全面建成小康社会具有重要意义^[6]。三是政府支持力度巨大。2015 年中央一号文件指出,“大力支持电商、物流、商贸、金融等企业参与涉农电子商务平台建设,开展电子商务进农村综合示范^[7]。”2016 年,农业部办公厅印发《农业电子商务试点方案》,在北京、河北、吉林、黑龙江、江苏、湖南、广东、海南、重庆、宁夏等 10 个省(市、区)开展农业电子商务试点^[6]。2017 年中央一号文件明确提出,“推进农村电商发展,促进新型农业经营主体、加工流通企业与电商企业全面对接融合,推动线上线下互动发展,加快建立健全适应农产品电商发展的标准体系,支持农产品电商平台和乡村电商服务站点建设^[8]。”

1.3 农业电商的作用

农业电商最终要解决的是农业问题。而农业先天具有地

收稿日期:2017-07-21

基金项目:江苏省农业科技自主创新资金[编号:CX(16)1006];江苏省农业科学院基金项目(编号:6111649);江苏省重点研发计划项目(编号:BE2016368)。

作者简介:刘 岩(1982—),男,河北唐山人,硕士,助理研究员,主要从事信息农业、农业科技管理等研究。Tel:(025)84390021;E-mail:liuyan0203@aliyun.com。

通信作者:曹宏鑫,博士,研究员,主要从事作物品质生理生态、数字农业关键技术等研究。Tel:(025)84391210;E-mail:caohongxin@hotmail.com。



图1 广义农业电商

欢迎使用快捷支付



域性强、季节性强、标准化程度低、生产者分散且素质参差不齐等特点,并伴有较大的自然风险和市场风险。随着“互联网+”农业电子商务的兴起,为解决农业的上述问题提供了新途径,以下详述其作用。

1.3.1 加速农业信息流通,突破农业生产区域和时间限制

农业电商出现前,信息流在生产、销售和消费环节之间流通不畅,甚至滞后,农产品流通的区域有限。得益于贯通全球的互联网以及便捷的移动网络发布与支付平台,加之高效快速的信息化物流渠道,农业电商打破了传统交易中信息传递与交流的时空界线,使农业生产者摆脱地域限制,不同生态点的农产品流通、交易得以实现,进入跨省、跨国的大市场。

1.3.2 促进农业生产标准化、规模化、集约化 传统农业生产由于地域分散、信息流通不畅等因素,造成农业生产的标准不统一且程度低,难以满足消费者对农产品安全和品质层面的需求,而且传统农产品的流通体系极不健全,产品销售渠道窄、环节多、交易成本高、供需链之间严重割裂^[9]。但在农业电子商务运作模式下,通过信息的流通,重新配置农业资源,既能提高农业生产标准化、规模化、集约化,也可以将农产品统一集中进行质检、分级、配送及组织销售。这样的方式拓宽了农产品销售渠道,促进了农民增收。

1.3.3 减少生产盲目性,降低自然风险和市场风险 农业的市场风险较大程度上是由农业信息传递速度缓慢、信息准确性差等多种因素引起的生产经营盲目性造成的^[10]。在“互联网+”背景下,农业电商通过大数据分析等手段,能够有效减少甚至消除农业市场的信息不对称现象,为农业生产者及时地提供全方位的市场和自然气候信息,使生产者根据市场供求关系和自然资源状况,有针对性地实施生产,减小盲目性,降低自然风险和市场风险。

1.3.4 减少农产品销售环节,提高农业生产效率 传统农产品往往自产自销,从田间到餐桌环节众多,效率低下。农业电商环境下,依托便捷的互联网发布信息、处理订单、安排生产、分配资源,供应链中的所有组织几乎可以在第一时间从互联网上获得所需信息,加快了生产和交易的速度,缩短了农业经营主体与消费者之间的距离^[10],在提高农业产值的同时也提高了农业生产潜力。

1.3.5 方便涉农人员再教育 随着城镇化的推进,农村劳动力的流出和农业现代化水平的提高,对单个涉农人员需要掌握农业生产技术的要求越来越高。农业电子商务使涉农人员的教育和培训变得更为快捷、方便,且更具针对性,既能提高农业经营主体的科技文化素质,有利于促进农业新技术在农村的迅速传播,更有利于农业产业化的深入发展。

2 “互联网+”背景下农业电商发展的机遇与挑战

2.1 “互联网+”时代农业电商的发展机遇

伴随移动互联网以及电子商务技术的发展、应用和普及,农业电商正迎来加速发展阶段,在“互联网+”时代,农业电商正面临着广阔的发展机遇。

第一,互联网的快速发展推动着农业电商销售的快速增长。2017年5月5日,阿里研究院联合《电商参考》发布《从“客厅革命”到“厨房革命”——阿里农产品电子商务白皮书(2016)》,数据显示,2016年阿里巴巴平台农产品交易额超过1 000亿元,同比增长速度超过40%,其增长速度高于平台总体的增长速度,反映出农产品电商良好的增长势头^[11]。

第二,互联网消费者的群体不断扩大。20世纪80年代出生的人是伴随着互联网发展成长起来的,作为互联网新一代的消费者,也成为了社会消费者的主体。同时,发达的网络移动通信让20世纪60、70年代出生的人依赖上智能手机,极大地增加了互联网的消费群体,互联网消费群体的扩大将必然促进农产品电子商务的采购扩张。

第三,网络信息技术升级使电子商务成为重要的交易渠道。随着第4代移动通讯(4G)技术的应用,PC(个人电脑)端互联网正向以智能手机为终端的移动互联网转变。物联网、大数据、云计算、实时通信等技术的日臻成熟以及互联网金融、移动支付等业务的发展,使农业电子商务的销售和采购更加方便快捷。

第四,政策驱动为农业电子商务快速发展提供契机。长期以来,政府致力于推进农村信息化建设。2015年中央一号文件中明确提出,“支持电商、物流、商贸、金融等企业参与涉农电子商务平台建设,开展电子商务进农村综合示范^[7]。”商务部高度重视电子商务工作,2015年先后启动了促进发展规范电子商务专项行动和“互联网+流通”行动计划,积极营造电子商务的发展环境,大力促进其应用和推广。

2.2 “互联网+”时代农业电商面临的挑战

由于我国农业电商起步相对较晚,加之我国农业正处于转型期,农业电商的成熟和完善需要一个过程。

第一,农业电商市场空间利用程度较低。农业电商是互联网信息时代新的经济形态^[12],并在中国农村多个地区迅速兴起;但是,目前大部分从事农产品生产、经营的农业主体依旧采用传统的线下交易方式,农产品网络营销尚处于探索起步阶段,发展快而不强,市场空间潜力巨大,远未到达成熟稳定的阶段。

第二,农业电商的人才、知识、技能储备不足。农业电商从业人员需要具备相应的信息知识结构、网络应用技术、信息

处理技术等专业技能。中国农村发展普遍面临农业从业者年龄较大、受教育程度低、创业风险高、知识技能储备有限等问题,缺乏对网络营销技术的知识学习能力和操作技能的应用能力。总体上,农产品网络营销的人才、知识和技能储备不足,在很大程度上制约了农业电商的发展水平。

第三,农业电商的物流配送成本较高,配套物流体系仍需完善。尽管国内涉农产品的专业化物流体系基本健全,但现有设施和技术仍无法满足快速发展的农产品销售方式创新的需求,且有关农产品规模化、系统化的冷链物流体系尚处于建设中,面对农产品(尤其生鲜类)先天具有易变质、易腐败等生物学特征,需要在储存、运输和销售各阶段配套相应的冷链及冷冻设施^[13],这些必将抬升农业电商物流配送成本,削弱网络营销的经济适用性;而对一些低价值的农产品,高占比的物流配送成本,更是丧失了电子商务的用武之地^[14],成为制约农业电商发展的瓶颈。

第四,农业电商相适应的产品标准化程度欠缺。随着农业规模化经营,农产品标准化问题日益凸显,多数农业生产者难以达到标准化生产要求。此外,农产品种类繁多,特性千差万别,营养、调味、观赏等功能各异,网络交易容易引发买卖双方的歧异,标准化程度低会对农产品网络营销发展带来不利影响^[15]。

3 “互联网+”农业电商对现代农业发展的影响

笔者认为,农业电商本身就具有互联网属性,相较于现代农业产业体系中的其他环节,在“互联网+现代农业”中最易实现的当属“互联网+农业电商”。

3.1 革新农产品流通模式,促进产业链升级

传统农产品的流通环节繁杂,是导致成本提高的重要因素,而互联网技术提高了信息获取的效率和对称性,使得农业生产者、经营者和消费者都可以便捷地获取农产品信息。因此,“互联网+农业电商”完成了产业链的纵向整合,直接联通消费者和农业经营主体,革新了农产品的流通模式,促进了农业产业链的升级。

3.2 促进农业与其他产业融合

跨界融合是“互联网+”的特性之一,“互联网+农业电商”的迅速发展正迫使现代农业与工业、服务业融合力度增加。此外,连接一切也是“互联网+”的特性,以农产品生产及流通过程为纽带,将农业生产者、工业制造者与服务业从业人员,农业智能装备、物流链及互联网设备连接在一起,实现人与人、物与物以及人与物的高效连接。

3.3 加快现代农业创新发展

传统农业粗放的资源驱动型增长方式早就难以为继,通过“互联网+”的创新特性,可获取农业产业各个环节的一手资料,结合大数据分析、云计算技术,带动农业产前、产中和产后各个领域、环节的原始创新,促进各领域、各环节的融合创新。

3.4 优化农业资源配置,促进农业产业结构调整

十八届三中全会指出了我国农业生产结构调整的方向,“按照高产优质高效原则,全面发展农林牧副渔各业;粮食作物要确保总产量稳定增长、提高产量、改善品质,尽快淘汰不适销品种”。“互联网+农业电商”可极大改变菜贱伤农、菜贵伤民的局面,通过隐形的调控,促进农产品产量、品质以及农业生产效率的提高,激励农林牧副渔全面发展,迫使不适销

品种淘汰,从而倒逼农业产业结构优化调整。

4 “互联网+”农业电商发展趋势展望

如果说电子商务+农业开创了一种全新的农产品营销模式,“互联网+”就是一种经济发展新形态^[16];因此,笔者认为,“互联网+农业电商”既扩大了现代农业的外延范围,又丰富了电子商务的内涵,它正在开创一种崭新的生活方式,其未来发展将呈现标准化、规范化、特色化、专业化、大众化、人性化、多元化、融合化、品牌化和国际化的“十化”趋势。

4.1 标准化、规范化

目前,“互联网+”行动尚处于起步阶段,特别是移动互联网、云计算、大数据、物联网等“互联网+”核心技术还缺少统一的标准和规范,农业电商相关的标准更加缺乏,因此,标准化和规范化将是“互联网+农业电商”的发展趋势。

4.2 特色化、专业化

农业具有明显的产业特点,生产周期变化和农产品保险储运等均明显有别于其他产业,除新鲜程度、口感之外,消费者甚至对农产品的品种和产地均有个性化的要求。尽管近年来农业电商网站如雨后春笋般涌现,但仍然缺乏专门针对农产品设计的完善的电商体系。因此,针对农业的特点,“互联网+农业电商”必将朝着特色化和专业化的方向发展。

4.3 大众化、人性化

现阶段电子商务已经大众化,但仅有如大米、蔬菜等少数利润较丰厚或耐存储、易运输的农产品走进了电商渠道,远未达到大众化的程度,农业电商仍属小众商业,更达不到人性化。然而农业与人们的生活息息相关,人们对农产品的需求多种多样,农业电商亟须像家居一样提供私人订制服务。因此,“互联网+农业电商”必将朝着大众化和人性化的方向发展。

4.4 多元化、融合化

农业涉及政策、品种、地域、管理和人员等多种要素,是一个庞大而复杂的产业;因此,必将催生诸如种植咨询、农业保险和农村金融等多元化的服务。而各种服务或多或少会涉及政策和环境等公共要素,为降低成本实现优势互补和资源共享、多元化的同时,融合化也是大势所趋,有机融合各种专业服务的一站式平台很可能在将来成为主流。

4.5 品牌化、国际化

我国农业市场潜力巨大,拥有无限商机,早已被国际网络经济和电子商务巨头所关注^[17],而国内许多有远见的企业家也瞄准了广阔的国际市场,互联网没有国界,国际化是大势所趋。当前,海淘已成为时髦词汇。未来,通过农业电商平台购买海外农产品,将国内特色产品销往世界各地将越来越普遍。因此,品牌化和国际化将是“互联网+农业电商”发展的主流趋势。

展望未来,“互联网+农业电商”将给我国现代农业带来勃勃生机。但对于我国农业电商的发展,不应单纯地从经济利益层面研究,而是应当站在一个更高的层面去尝试引入、思考、解决农民增收、农业发展与农村经济繁荣稳定等深层次的问题,形成一个解决“三农”问题的整体方案,才能在国家政策、市场容纳等软件、硬件的支持下,更好地给农业供给侧结构性改革输送动能,切实改变我国“三农”的发展现状。

参考文献:

[1] 百度百科. 互联网+[Z/OL]. <https://baike.baidu.com/item/%>

罗春燕. “旅游富民”战略下的农业旅游经济转型发展[J]. 江苏农业科学, 2017, 45(21): 333–336.

doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2017.21.092

“旅游富民”战略下的农业旅游经济转型发展

罗春燕

(镇江高等专科学校旅游学院, 江苏镇江 212003)

摘要:随着近年来社会的进步,以及人们生活水平的改善,我国以旅游业为主的一系列服务行业发展迅猛,其中乡村农业与旅游业相结合的旅游方式成为新的旅游热潮。但交通等一系列因素导致的诸多问题,为这种旅游新形式的发展带来了许多限制。通过分析农业与旅游业 2 种不同产业模式相融合带来的便利,总结出对以乡村农业与旅游业结合的新旅游方式有利的发展模式,从而为有效实施“旅游富民战略”提供更好的建议,克服发展过程中的难题,强化服务质量,促进其更好地发展。

关键词:旅游富民;农业旅游;产业融合;创新;发展现状;问题;经验;转型措施

中图分类号: F323.4 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2017)21-0333-04

我国以农村环境为主题的旅游业萌芽于 20 世纪 90 年代前后,由于发达国家对乡村旅游的需要以及我国客源的需求,通过对农村进行新型建设以及产业结构的变革调整,这种旅游方式得到快速发展。乡村旅游模式改变了我国传统条件下乡村环境的经济模式,从而进一步改善了我国农村环境下农民的生活环境及质量,促进其发展。但由于农村服务行业存在一系列的质量不过关行为,使得各种问题得以凸显,主要包

括交通运输不便捷、基础服务设施配置不够齐全、生态卫生不过关以及接待水平低下等一系列问题,影响了乡村旅游的发展。因此研究评价现存的一系列问题,从而有针对性地提出解决方法与对策势在必行。

1 我国大力发展农业旅游

农业旅游(又称乡村旅游)从本质上讲是一种产业相互融合的表现,随着整体大环境的不断变化以及科技的飞速发展,现阶段各个产业之间或多或少都存在一种相融的趋势。产业之间在通过这种趋势相互升华自己、节约自身成本的同时也得到了更好的发展。农业和旅游业最早是没有关联的,但近年来两者相互交叉融合,农业旅游就是这种融合的体现,

收稿日期:2017-03-10

基金项目:2016 年度江苏省教育厅高校哲学社会科学研究重点项目(编号:2016ZDXXM039)。

作者简介:罗春燕(1972—),女,河南鹤壁人,硕士,副教授,研究方向为旅游经济、旅游教育。E-mail:3131696336@qq.com。

E4%BA%92%E8%81%94%E7%BD%91+/12277003?fr=aladdin.

[2]曹宏鑫,葛道阔,曹静,等.“互联网+”现代农业的理论分析与发展思路探讨[J]. 江苏农业学报,2017,33(2):314–321.

[3]李艳菊. 基于国际经验的中国农产品电子商务模式分析[J]. 世界农业,2014(7):185–188.

[4]中华人民共和国国家发展和改革委员会高技术产业司. 关于印发电子商务发展“十一五”规划的通知(发改高技[2007]1194号)[EB/OL]. (2007-06-01)[2017-07-18]. http://gjss.ndrc.gov.cn/ghzc/200706/t20070620_687912.html.

[5]梁洪宜. 狭义电子商务与广义电子商务[J]. 仲恺农业技术学院学报,2001,14(3):48–52.

[6]中华人民共和国农业部市场与经济信息司. 关于印发《农业电子商务试点方案》的通知[EB/OL]. (2016-01-13)[2017-07-18]. http://www.moa.gov.cn/zwl/m/tzgg/tfw/201601/t20160118_4988374.htm.

[7]中华人民共和国中央人民政府. 中共中央国务院关于加大改革创新力度加快农业现代化建设的若干意见[EB/OL]. (2015-02-01)[2017-09-08]. http://www.gov.cn/zhengce/2015-02/01/content_2813034.htm.

[8]中华人民共和国中央人民政府. 关于深入推进农业供给侧结构性改革 加快培育农业农村发展新动能的若干意见[EB/OL].

(2017-02-05)[2017-07-18]. http://www.gov.cn/zhengce/2017-02/05/content_5165626.htm.

[9]王佳美,王超,郭统中. 我国农产品营销渠道的问题及对策研究[J]. 中国农资,2013(36):88–88,90.

[10]杜文宏,黎家誉. 我国农业电子商务发展的问题与对策[J]. 商场现代化,2008(26):133–134.

[11]从“客厅革命”到“厨房革命”——阿里发布农产品电子商务白皮书(2016)[Z/OL]. (2017-05-07)[2017-07-18]. http://www.sohu.com/a/138856580_749378?_f=v2-index-feeds.

[12]熊望高. 农产品电子商务:中国农产品营销创新新概念[J]. 农村经济与科技,2001,12(5):4–5.

[13]秦建军,朱方林,施宇恬. 江苏省农产品网络营销现状及发展建议[J]. 农业科技管理,2016,35(3):61–64.

[14]张学梅. 我国现阶段网络营销应注意的几个问题[J]. 西南民族学院学报(哲学社会科学版),2002,23(5):125–127.

[15]舒涵. 网络营销——农产品销售的新型模式[J]. 农业工程技术·农产品加工业,2013(3):58–60.

[16]周玲,王明宇. “互联网+”背景下的农业电商发展现状及趋势研究[J]. 中国商贸,2015(13):48–50.

[17]汪红叶,乌兰图雅,万瑞青. 浅析农业电子商务现状及发展趋势[J]. 内蒙古农业大学学报(社会科学版),2002,4(3):21–22.