

彭燕琼,张鸣峰,刘 丹,等. 农业新动能培育视角下农村电子商务发展研究——基于句容市“农村电子商务进村入户工程”的调查[J]. 江苏农业科学,2018,46(22):369–372.

doi:10.15889/j.issn.1002–1302.2018.22.084

# 农业新动能培育视角下农村电子商务发展研究 ——基于句容市“农村电子商务进村入户工程”的调查

彭燕琼,张鸣峰,刘 丹,高 恺,刘凡馨,卢雯皎,吉根宝

(江苏农林职业技术学院,江苏句容 212400)

**摘要:**农产品电子商务是近年来学界和电子商务经济界领域的关注热点。在农业生产力 and 市场经济体制的 multifaceted 影响下,农产品的市场格局发生了较大变化,农产品的销售瓶颈愈发明显,进而形成了开展农产品电子商务的现实需求。笔者主要以句容市“百名大学生电子商务进村入户工程”实施情况为例,通过 2 年的工程建设,首先制订了调查方案,并设计了调查问卷,通过问卷调查走访农业大户,收集整理数据。采用访谈方法和实地考察,了解电子商务对农产品销售的帮助,得出调查结果。然后对整个调查情况的分析进行概括。最后,对调查情况进行研究,调查发现目前农村电子商务缺乏专业人才、产品配送体系不完善等问题,经过 3 年的推进和检验,取得了一定的成果,从而为电子商务进村入户工程实施提出切实可行的建议。

**关键词:**电子商务;进村入户;农产品;农村电商

**中图分类号:** F713.36      **文献标志码:** A      **文章编号:** 1002–1302(2018)22–0369–04

2017 年中央一号文件中指出,加快农村电子商务发展,以“互联网+农业”为驱动,为努力打造“信息支撑、管理协同,产出高效、产品安全,资源节约、环境友好”的现代农业发展升级版作技术支撑。文件指出,推进农业供给侧结构性改革,要在确保国家粮食安全的基础上,紧紧围绕市场需求变化,以增加农民收入、保障有效供给为主要目标,以提高农业供给质量为主攻方向,以体制改革和机制创新为根本途径,优化农业产业体系、生产体系、经营体系,提高土地产出率、资源利用率、劳动生产率,促进农业农村发展由过度依赖资源消耗、主要满足量的需求,向追求绿色生态可持续、更加注重满足质的需求转变。文件同时强调,推进农业供给侧结构性改革是一个长期过程,处理好政府和市场关系、协调好各方面利益。近年来,在农村电商的实践层面,新现象、新变革明显增多。这些新现象、新变革汇聚着农村电商变局的新力量。在江苏地区拓展特色农产品销路,开网店、搞电商是个不错的渠道,然而农民个体做电商,往往存在信息滞后、各自为营等问题。2015 年 3 月 16 日,江苏农林职业技术学院与江苏省句容市政府合作电子商务进村入户工程启动仪式在句容市文化艺术中心隆重举行。句容市电子商务进村入户工程是句容市政府落实中央一号文件精神、培育新型农业经营主体、推进农业现代化的重要举措,也是学院加强校地合作、服务句容经济社会发展的具体行动。

句容是江苏省内农业发展的重点城市,下蜀、后白等辖区充分合理地利用当地的农业自然资源以及社会经济资源,在

茶叶、草莓、葡萄方面尤为显著,并且创立了自己的品牌。茅山长青、丁庄葡萄等都是远近闻名的品牌。随着电子商务的迅猛发展,句容市农业委员会与江苏农林职业技术学院合作,实行大学生一对一的帮扶活动,利用自己的优势,启动电子商务进村入户工程,转变农业增长的方式,帮助更多的商户走上农产品电商的道路;句容市政府与阿里巴巴合作,成立了农村淘宝服务中心,建立村级服务站,提供网上销售、创业培育、网上代购等服务。为了解句容市大学生农村电子商务进村入户工程的发展现状,我们团队对句容市大学生农村电子商务进村入户工程情况进行客观调查并作出分析,经过 3 年的推进和检验,取得了一定的成果,从而为电子商务进村入户工程实施提出切实可行的建议。

## 1 研究现状

农产品电子商务是近年来学界和电子商务经济界领域的关注热点。同时在农业生产力 and 市场经济体制的 multifaceted 影响下,农产品的市场格局发生了较大变化,农产品的销售瓶颈愈发明显,进而形成了开展农产品电子商务的现实需求。而农产品电子商务模式研究也正逐渐成为电子商务领域研究的热点。

胡冰川对农村电商的发展进行了研究,认为网络与通信技术的快速发展,有助于农村电商的发展<sup>[1]</sup>。世界贸易组织在“E-commerce in developing countries: opportunities and challenges for small and medium-sized enterprises”一文中,对电子商务发展情况和贫穷国家如何通过移动互联网受益、中小规模企业如何利用电子商务平台发展自己等问题进行了介绍。李琳提出,农产品流通模式演进是受内在机制和外在影响因素共同作用的结果,而鲜活农产品流通模式演变的内在机制是分工外部化和内部化交替作用的结果<sup>[2]</sup>,认为我国农产品流通模式的演进将朝着供应链管理的一体化模式前进,

收稿日期:2018–04–03

基金项目:产业创新团队项目(编号:KJ2018009);江苏省农业委员会农业软科学研究课题(编号:18ASS012)。

作者简介:彭燕琼(1987—),女,湖北武汉人,硕士,讲师,主要从事电子商务教育教学。E-mail:409783728@qq.com。

农产品流通模式的构建应该因地制宜,不同地区要根据当地的鲜活农产品生产、消费环境和交易环境发展适合当地的农产品流通模式,不能强行推行供应链流通模式。费霄雨对农产品电子商务中网站提供的电子服务质量研究,得出网购的便利性对消费者农产品网购意愿的影响较大<sup>[3]</sup>。何德华等研究认为,产品质量和安全以及网站提供信息的丰富度是显著影响消费者通过网络购买生鲜农产品意愿的主要因素,而价格、包装和物流服务对消费者网络购买生鲜农产品的意愿影响并不显著<sup>[4]</sup>。苏珍等认为,中国农业电子商务建设尚处于摸索阶段,与农业电子商务建设成熟的国家相比存在较大差距,找出一种符合我国国情的农业电子商务模式尤为迫切<sup>[5]</sup>。要由下而上考虑和实施农业电子商务建设,做好农业电子商务发展的环境建设,如农业信息系统的建设、农业电子商务人才队伍建设、政策体系的建立等都要加快速度等<sup>[6]</sup>。

总体来看,国内外对农产品电子商务研究已经历时多年,成果颇丰。笔者对农产品电子商务的发展趋势、存在的问题等方面进行研究并提出相关建议。

2 句容市农村电子商务进村入户工程的基本概述

句容市是农业大县,农产品优质环保,品种多样。为推进句容市农业电子商务的发展,2015 年 3 月 16 日,句容市政府与江苏农林职业技术学院签约,通过筛选出近 100 名电子商务专业学生,分别对接 1 户农业专业大户,实施电子商务进村入户工程。通过与农户对接,开展一对一帮扶政策,利用现有的第三方平台,搭建网络店铺,发展农业电商。由句容市农委牵头,各乡镇相关干部协助,近百名大学生到农户、家庭农场、农业龙头企业进行面对面的互联网知识宣传和指导。围绕句容市果园、茶园、农家乐、农场等对象开展,帮助他们建设自己的淘宝网店、网站、微博、微信等电商平台,实现在线销售和宣传。

2.1 项目实施活动流程

首先,江苏农林职业技术学院组织近百名电子商务专业大学生,2 人 1 组,分成 50 组。每组大学生对接 2 组农户、农业龙头企业、农村合作社。并且由江苏农林职业技术学院对电子商务专业的大学生进行专业培训。通过电子商务专业大学生对帮扶的农户对象进行淘宝开店、网站销售、网络营销进行专业指导。每月定期组织 1 次句容市农户网络知识培训,由江苏农林职业技术学院电子商务专家进行统一授课。统一建立句容市农产品电子商务基础应用平台,为全市农户的淘宝店、网络店提供专业美工设计、文案策划、店铺装修等共性服务。

在此次百名大学生进千户活动中,每个乡镇所占的人数比例不同,不同乡镇对接大学生见表 1。

2.2 句容市现有农村电商工程的调查

2.2.1 调查目的 在 2015 年句容市政府与江苏农林职业技术学院合作开展了电子商务进村入户工程,近 100 名电子商务专业大学生与句容市各乡镇农业大户 1 对 1 对接,开展大学生帮扶农户的指导工作。如今 2 年过去了,为了解进村入户工程的发展现状、农户的销售情况、农户对电子商务知识的把握情况以及农村电商带来的影响等信息,特成立调查专业小组,对电子商务入户工程进行深度调研分析。

表 1 不同乡镇对接大学生情况

乡镇	对接大学生数量 (人)
白兔镇	12
边城镇	9
郭庄镇	7
后白镇	16
华阳街道	11
开发区	6
茅管镇	8
茅山镇	10
天王镇	12
下蜀镇	4

2.2.2 调查过程及方法 首先,对调查对象进行分组,分别对白兔镇、边城镇、郭庄镇、后白镇等实施了“百名大学生进千家”的乡镇农户进行调查。在这次调查中设计了 1 份“句容市大学生农村电子商务进村入户工程实施情况的调查问卷”,通过问卷走访农户,并将此问卷打印发放到参与了电子商务进村入户工程的 100 名农业大户手中,让他们进行填写,接着收集整理问卷,并对数据情况作出系统分析;然后,随机走访调查其中一些农户企业,进行实地考察,对参加“百名大学生进千家”农户进行实地考察,直接了解在 2 年时间内,句容市农户现阶段电子商务运作情况;最后通过访谈随机抽取农户,直接和农户当面沟通,了解电子商务对于农户农产品的销售帮助。

3 结果与分析

3.1 调查结果

3.1.1 受访者的年龄分布 调查问卷中,20~30 岁的受访者共有 5 名,此后每 10 岁一个跨度,40 岁以下(含)的受访者共有 19 名,40 岁以上的受访者共有 81 人,占了很大比例,基本是以中老年为主(表 2)。

表 2 受访者的年龄分布

年龄 (岁)	频数 (人)	比例 (%)
20~30	5	5.0
31~40	14	14.0
41~50	32	32.0
>50	49	49.0

3.1.2 受访者学历分布 对受访人群的学历进行统计分析,其中,高中及以下学历水平数量占 75%;大专学历占 12%;本科及研究生学历占 13%(图 1)。受访者的网龄以 5~10 年居多,少数农户网龄达到 20 年以上。

3.1.3 受访者近 3 年销售情况 通过本次调查,了解了从 2015 年大学生进村入户工程没有启动时到此活动进行了 2 年的各个镇的销售额,并对此进行了比较分析,其中重点分析比较了后白镇、茅山镇、下蜀镇、天王镇。从图 2 可以看出,2 年内 4 个镇的销售额都在不断地提高,而乡镇之间的比较也能很清楚的看出。不同乡镇这 2 年的销售额及增长率非常明显,表明大学生进村入户工程的实施带动了句容市经济的发展,给农户带来了新型销售渠道与方法,同时也使农民不用外

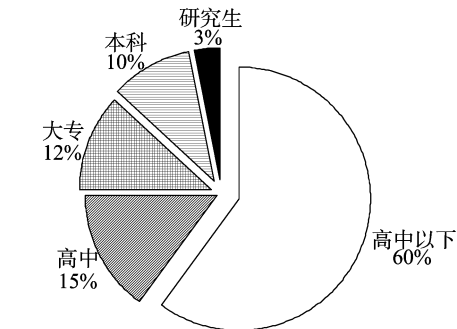


图1 农村经营主体受教育情况调查

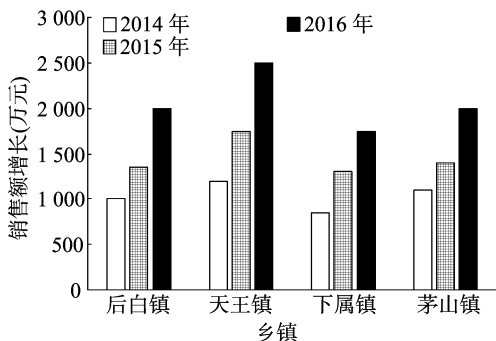


图2 不同乡镇销售额增长情况

出务工,在家经营农产品电商就可以发家致富。

3.1.4 相关性分析 对这次大学生进村入户工程是否影响了农户的年收入水平,进行了相关性分析,从表3可以看出,二者达到在0.01水平(双侧)上显著相关,皮尔逊系数也达到0.547。也就是说,大学生进村入户工程对农户收入是有影响的,而且是正相关。

表3 大学生进村入户与农户收入相关性分析

		农户年收入	进村入户工程
农户年收入	Pearson 相关	1	0.520 *
	显著性(双侧)		0.547 *
	N	100	100

注:“\*”在0.01水平(双侧)上显著相关。

### 3.2 句容市电子商务进村入户工程建设情况分析

3.2.1 组织精准帮扶,发挥合作优势 句容市电子商务进村入户项目工程实施以来,句容市农业委员会在各个农业大镇、乡街小道等农业生产区域通过筛选出100家新型农业生产经营户,并且联合江苏农林职业技术学院通过选拔出近100名电子商务专业大学生与农户进行对接,开展大学生帮扶农户的1对1指导工作。同时,句容市农业委员会还从相关单位选派30名专业技术人员和各单位进行对接,成立专门指导小组,协调开展农户发展电商工作。通过1对1的精准帮扶政策,发挥政校合作优势,目前已建成以“春城有礼”“淘句容”“后白悠品”“下蜀茶场”为代表的新型经营主体网店185家。

3.2.2 培养示范引导,扶持优秀典型 现阶段农村电子商务发展在句容市还处于电商发展的初步阶段,但通过各乡镇农户的广泛参与、江苏农林职业技术学院的精心培育和政府的大力推动,已经成立了“春城有礼”“后白悠品”“亚夫优品”等一大批优秀新晋品牌。形成后白镇五星村省级电子商务示范村,申报省级电子商务示范村培育对象的茅山镇丁庄村、白

兔镇倪唐村、后白镇西冯村、郭庄镇端王村、华阳镇下甸村、天王镇戴庄村等7个行政村中,茅山镇丁庄村审批通过<sup>[7-8]</sup>。

3.2.3 统一经营模式,整合多元平台 目前,句容全市已初步整合形成5类电子商务模式。(1)基地+淘宝网。如王军蚯蚓养殖基地,充分利用自有的蚯蚓养殖基地,借助现有的成熟第三方电商平台,入驻淘宝和微店,通过全方位、宽领域、多层次地营销自产农产品。(2)授权品牌+天猫店。比如蓝天食品专营店。蓝天食品专营店是当地知名品牌,店铺以营销茅宝葛根茶为主,采用互联网电商模式来销售优质农产品。(3)淘宝+公益性O2O平台。江苏九谷生态农业有限公司协助天王镇,搭建带有乡镇农产品特色的O2O电子商务服务公众平台,开设以“原味原乡·天王味道”为主题的网络店铺,线下结合当地政府,设计规划建设农产品的展示和体验中心,通过吸引第三方公司平台来进行具体操作,将本地的优质质量的农产品统一上线,统一销售,统一推广。平台来制定农产品的统一质量指标、设计、包装、推广,努力为当地农户提供一站式的网上营销服务。(4)基地+O2O模式。如春城农业电子商务产业园,通过基地示范,开通淘句容销售微商城,实现新鲜农产品市场直供。如未来味好生态农业有限公司,依托位于133.33 hm<sup>2</sup>无公害蔬菜基地,以O2O模式致力于向上海各小区提供地道的无公害蔬菜。现在上海已有8家直营店。通过发展电子商务,打造生鲜电商的O2O平台。(5)自建电商平台。例如“亚夫优品”分别以PC端商城、微信商城、移动端商城搭建特色农产品综合性电商服务营销一体平台。平台通过O2O模式运营,鼓励农户在平台上开设店铺自主销售<sup>[9]</sup>。

## 4 句容市电子商务进村入户工程实施现阶段存在的问题

### 4.1 缺乏相关专业的人才

发展电子商务,核心还是人才因素。句容市是以农业为主导的县级市,信息产业发展滞后,本地青年中,既懂传统农业,又懂互联网运营的专业人才普遍缺乏。随着2015年句容“电子商务进村入户”工程的启动,现今的电子商务企业主要还是以通过临时高薪聘请电子商务发展较为聚集的一、二线城市专业人才和团队加盟运作。各地乡镇对高素质技能型电商人才的需求量会持续放大,迫切需要加快对句容市本地电商人才的培养步伐。

从图3可以看出,当前从事农业经营的主体,涵盖了农产品生产专业大户成员、家庭农场主要成员、农民专业合作社人员、农产品批发市场有关人员、农产品营销经纪人等多个类别,但文化程度普遍不高,高中以下占60%,高学历中大学生村官比例只有5%。从年龄分布来看,年龄层面偏大,45岁以上人员达到了62%,在一定程度上限制了新型农业经营主体的发展层次。

### 4.2 品牌网络推广成本高

由于市场竞争不断加剧,许多农户意识到打造农产品品牌的重要性,一个品牌的口碑和知名度是实现品牌价值的必要前提,它对于增加农产品的附加值、扩大销路有着重要意义。打造农产品品牌是企业对品牌持续不断宣传和投入的一个过程,对于农户来说,他们没有相关的技术人员,不懂如何去推广网站,只有找推广团队来做,而一些简单的网络推广是

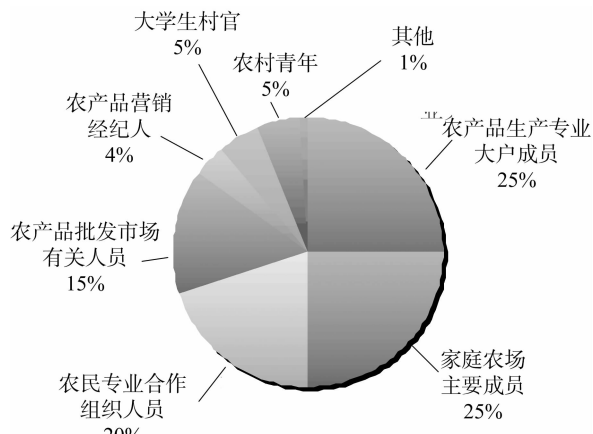


图3 句容市农村经营主体类别分布

按照发布的信息数量来进行收费,发布得越多收费越高,这就是约定其他的条件以后,再按照数量来进行收费的;有的网络推广则是按照发布的时间来进行收费的,网站上发布的信息时间越早,收费就越高。巨额的宣传经费、狭窄的宣传范围、落后的品牌宣传手段等原因造成乡镇农产品品牌杂而不强的局面<sup>[10]</sup>。

#### 4.3 统一农产品质量标准缺失

当前,句容市还没有制定统一的农产品质量标准,缺乏可量化的管理标准,也没有规范性安全追溯机制供电商行业参考执行,这些都已经阻碍本地农村电子商务的发展。

#### 4.4 产品配送体系不完善

近年来,随着电子商务的不断发展,物流的基础设施日益完善,但句容市物流体系仍然存在问题,主要表现在:(1)较多的农产品存在保质期短,不易运输等物流配送难题;(2)由于生鲜果品对冷链物流要求比较高,物流到镇、快递到村的最后一公里在没有彻底打通的前提下,增加了企业的物流成本,导致电商企业效益下降。

### 5 有关句容市电子商务进村入户工程的建议

#### 5.1 成立农村电商领导小组,建立常规联系制度

成立农村电商发展部门,构建政府、行业、企业间的电商发展沟通平台,完善等级分配,各乡镇相关干部集体成立电子商务工作组,制定相关工作体系及制度,建立挂钩指导组,协调开展工作,全力推进电商进村入户工程的发展。

#### 5.2 设置专项扶持资金,加大电商扶持力度

句容市在电商发展方面应该设立专项扶持资金,用于电商人才的培养,成立专门的电商扶持小组,免费对农户进行培训。对创业资金难的农户给予无息贷款创业,对于电商发展进步大的企业进行销售奖励。完善句容市电子商务创业园的设施,给创业者制造好的创业环境。同时,针对品牌网络推广成本较高的问题,政府前期应给予专项资金,重点扶持天王有机大米、白兔草莓、丁庄葡萄,帮助他们在包装、设计、推广上提升品牌的知名度,起到示范效应。

#### 5.3 制定和规范农产品电商质量标准

设立专业的溯源体系和产品评价体系。以专业的水准来衡量农产品的质量,在农产品的种植过程中的每一部分

都要详细记录下来,并且在产品上注明生产户的姓名和生产日期,消费者可以根据纪录追溯每份农产品的生产过程,并对农产品生产、流通、销售过程的全程信息监控,可以实现农产品从开始种植到购买者手中的全程追溯<sup>[11]</sup>。

#### 5.4 加大电商人才与乡村旅游培训和引进力度

加强产业规划,吸引金融资本、社会资本投入山区旅游和农村特色农产品电商产业,引导企业在自身发展的同时,带动地区经济发展。有计划、有针对性地培养一批贫困山区乡村旅游和电商创业人员;在大学生村官、选调生等选取上,山区要侧重引入有旅游、电商专业背景且具备一定实践经验的人才。通过乡村旅游带动电商进村入户项目。

#### 5.5 完善农村电商物流配送体系建设

在镇江市物流产业发展规划中明确提出,以句容郭庄镇、天王镇为中心点,建立海陆空一体的物流配送平台,并且要在天王镇建立农产品仓储物流和配送中心,用于农产品电商的配送,完善农产品冷链物流体制,给予鲜活农产品专门的物流渠道,从而提高配送效率,降低农产品物流成本<sup>[12]</sup>。

农村电子商务是转变农村发展方式的重要手段,通过加快发展,使实体经济与互联网产生叠加效应,有利于创新句容市农村商业模式,促进消费、扩大内需,推动农村发展和农民增收,助推句容市现代农业的发展,力争在全省率先实现农业现代化的发展目标。通过对这次工程的调查和分析,大学生进村入户工程对农村电子商务的影响是明显的,而且是有效的。

#### 参考文献:

- [1] 胡冰川. 生鲜农产品的电子商务发展与趋势分析[J]. 农村金融研究, 2013(8): 15-18.
- [2] 李琳. 鲜活农产品流通模式与流通效率研究[D]. 青岛: 中国海洋大学, 2011.
- [3] 费霄雨. 电子服务质量对消费者网络购买意愿影响分析——以农产品为例[J]. 电子商务, 2012(8): 64, 63.
- [4] 何德华, 韩晓宇, 李优柱. 生鲜农产品电子商务消费者购买意愿影响因素研究[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2014, 14(4): 85-91.
- [5] 苏珍, 孙国荣. 我国农村电子商务发展情况的调查[J]. 湖南科技学院学报, 2016, 37(12): 89-90.
- [6] 许洁. 电子商务推动农村经济转型与发展相关问题研究[J]. 商场现代化, 2017(1): 46-47.
- [7] 张鸣峰, 胡永进. 以乡镇为单位发展农产品电子商务的“后白模式”探讨[J]. 农技服务, 2015, 32(9): 24.
- [8] 张鸣峰. 句容农业电子商务发展现状及对策研究[J]. 电子商务, 2015(9): 20-21.
- [9] 白雪. 农业电子商务模式研究[D]. 武汉: 华中师范大学, 2011.
- [10] 于文静. 我国将支持涉农电商推动农业跨越式发展[J]. 甘肃畜牧兽医, 2015(2): 4.
- [11] 王永忠. 电子商务对中小企业发展的积极意义[J]. 现代商业, 2008(14): 162.
- [12] 杜万青, 杨帆. 我国农村电子商务发展与对策研究[J]. 科技创业月刊, 2017(3): 45-46, 60.