
黔东南州农产品电子商务模式创新问题的思考

梁旭楷

(黔东南民族职业技术学院, 贵州凯里 556000)

【摘要】 本文从黔东南州的实际出发, 探讨了黔东南州农产品电子商务运作模式存在的问题, 并在此基础上, 提出了比较适合本地区发展的 P2G2B2C 电商运作模式。

【关键词】 农产品电子商务模式; 运作思考; 创新

随着我国网络技术和社会经济的发展, 广大农村地区的农产品的流通与电子商务的结合成为了一种社会必然。这种结合一方面改变了人们的农产品流通的思维定式, 另一方面也使我国农产品流通得到了新生的力量。从本质上讲, 农产品电子商务是一种新兴的农产品市场运作模式。从理论上讲, 该模式可以减少传统的农产品运作过程中的中间环节, 降低交易成本, 有效地解决当前我国农产品流通过程中供求矛盾冲突的问题。然而, 由于自然环境、人文素质、基础设施和农业发展的现代化程度较低等多种因素的影响与制约, 导致目前贵州黔东南州的农产品流通模式并没有完全适应电子商务交易环境。这需要我们认真分析其存在的问题并有针对性地探讨适合本地区的农产品电子商务的运作模式, 以服务于本地区农民的民生, 促进本地区的社会和谐。

一、农产品电子商务及其运作模式

电子商务发展于 20 世纪 90 年代, 是通过网络这种媒介进行商业交易的一种方式。国际上通用的电子商务类型主要有 B2B(企业对企业)、B2C 企业对消费者)和 C2C(消费者对消费者)等三种模式。电子商务给商业交易的从业者提供了一个活动的平台, 该平台具有快捷、低成本和开放的特点。从宏观层面而言, 电子商务的开放打破了过去时空壁垒, 使得交易空间进一步扩展, 使得虚拟化的交易的各种网络信息充分整合和优化。从微观层面而言, 电子商务降低了企业的运营成本, 为企业提供丰富信息资源, 提升了企业的市场竞争力。

农产品电子商务是指在农产品的生产、销售和流通等各个环节中所使用的网络电子商务平台。该平台主要为农产品流通、农产品网络销售、农产品网络宣传和农产品的生产提供信息服务, 将农产品的信息流、资金流、商流和部分物流完整地链接在一起。其参与主体为: “直接参与的有农户、农民专业合作社、农资公司、农产品生产和经营企业、电子商务交易平台、物流服务和农产品消费者(个人和企业), 间接参与的主要是指政府和金融机构等”。一般而言, 我国的农产品电子商务模式最早为 B2C 形式的 8848 网上商城。其特点为“大幅降低经营成本, 满足消费者个性化便捷需求, 短期迅速实现规模的扩张的优势”。随着阿里“千县万村计划”的开展、京东“农村电商战略”的实施和 1500 家苏宁易购服务站的开张, 我国农产品的电商市场迎来了辉煌。

二、黔东南地区电商存在的问题

在电子商务广泛应用和农业产业化发展的环境下, 提高农民收入, 大力发展农产品电子商务已成为实现农业现代化的必然选择, 也是黔东南州政府所倡导的发展方向。近年来, 依托阿里系、京东系农产品电商平台, 黔东南农村电子商务得到飞跃发展, 农产品类电商较多, 但也存在着一些较突出的问题。

1、竞争无序，成本较高

由于手机的普及，黔东南农村地区的移动商务较多，相互竞争激烈。竞争的本意是为了提高产品质量，更好地服务于消费者。但是由于黔东南农村经济发展比较落后，农产品经营模式更加分散和落后，农产品的生产以个体为主，规模效益较差，并且在生产的过程中存在着较严重的跟风现象，导致同质化严重，千网一面。为了较快地销售农产品，相互压价现象严重，竞争无序，阻碍了本地区电商的健康发展。另外，在以山地为主的黔东南农村地区，交通相对落后一些，运输成本较高，再加上大多数农产品商品价值较低，运输成本往往超过商品成本的一倍甚至更多。因此，从这种意义上来说，黔东南地区的农产品电商不仅没有降低其流通成本，甚至会增加其流通成本，导致农产品价格上涨，阻碍销售市场的扩大。

2、农产品区分标准程度低，稳定性较差

黔东南地区的广大农村以生产无公害的纯天然野菜为主，农产品的品质较好，货价理应较高。但由于我国对农产品的区分标准不一，难以统一定价，绿色农产品、无公害农产品、有机农产品、中国地理标志产品等，导致货真价实的农产品难有市场。而且农产品在生产过程中，具有周期性、价格波动性，农产品订单农业难以形成，俏销农产品不受订单限制，滞销农产品过多地依赖订单农业，导致市场波动性较大，生产者、经营者、消费者利益均不稳定，难以形成一种协同关系。

3、政府引导不足，品牌意识差

虽然政府一再强调农业产业的重要性，但由于经济教育的落后，严重阻碍了人们的思维开拓。就政府层面而言，服务思维较差。虽然黔东南州政府网页上三农服务一栏中有农产品的市场需求信息和市场价格信息，但都流于形式，信息滞后，更新比较缓慢。尤其是农产品的市场价格变化较快，政府提供的信息不能满足农民的需求。就电商而言，思维开拓不足，小农意识过浓。这典型的表现现在黔东南地区的农产品包装质量差，宣传不足，品牌意识不强，农产品附加值低，严重影响了生产者和电商从业者的收益。

4、传统农产品电商模式在我区运作的不足

传统农产品电商模式的存在证明了其合理性，但是在面对黔东南州这种比较落后的多山地区，还是暴露出了明显的不足。B2B(企业对企业)的特点为“制造企业面对流通企业，流通企业再面对终端消费者”。尽管农产品流通企业愿意承担，但是黔东南的农业生产企业太少了，尤其是成规模的企业更少，故该模式目前在黔东南区难以有较大的发展。黔东南区以农户个体经营为主，农产品缺乏深加工，再加上农业龙头企业和农业合作社缺位，使得以企业直接面对终端消费者的B2C模式难以搭建成功。而C2C(消费者对消费者)模式需要农户具有良好的电子商务技能和诚信，思维与教育程度均落后的农产品生产者能否适应该模式的高要求，答案是显而易见的。

这些亟待解决的问题严重影响了黔东南地区的农产品电商的正常发育，导致了黔东南地区“优质优价”农产品电商优势难以正常发挥，同时也困扰着黔东南地区的农产品产业的健康发展，如何发挥电子商务的优势，找到适合自身发展的电商运作模式，是所有黔东南地区电商从业者需要思考的问题。

三、黔东南州农业电子商务发展模式的创新

通过对黔东南农村地区的农产品实际情况的调查，笔者认为比较合适的农业电子商务模式应该符合本地区的农业经济的发展水平。黔东南区农业电子商务平台难以搭建的关键在于小农户的分散经营，应该将生产同类产品的小农户组织起来，做大做强，以便于电商平台的搭建。基于此，我认为P2G2B2C(生产者对政府对企业对消费者)模式比较适合黔东南区的发展。这种模式中的P包含2个层次:农户和农民专业合作社，其中成立农民专业合作社是黔东南州政府的大力提倡和鼓励的。这主要是因为黔

东南农村地区农产品的生产比较分散，以家庭单户为主，在农产品电子商务化的进程中，难以实现规模效益。而农民专业合作社则不同，它是“在农村家庭承包经营基础上，同类农产品的生产经营者或者同类农业生产经营服务的提供者、利用者，自愿联合、民主管理的互助性经济组织。”农户通过该组织进行统一产供销、统一引进新品种新技术、统一加工与包装和统一运输等服务，有助于降低交易成本，获得规模经济的效益。另外，截止到2016年3月，黔东南地区登记和注册的农民专业合作社有200余家，涉及蔬菜、药材、水产、牲畜和林产品等诸多农业领域。从组织的构成而言，农民专业合作社一般都是由实力比较强的个人或村集体组织带头成立，这些组建者都拥有较为雄厚的财力。雄厚的财力为电子商务的实现提供了一定的财力支撑，特别是在比较分散的黔东南农村偏远民族地区，农村互联网基础设施还不是很完善，要实现每家每户能独立进行电子商务还比较困难，因此通过合作社来进行电子商务比农户单干更现实一些。从农产品的生产角度而言，个体农户的农产品产量有限，而农民专业合作社是由多个农户构成的，农产品的产量较大。这便于农产品统一标准，统一进行加工与包装，从而形成农产品的品牌商标。这种标准化产品易被市场所认可，从而为农产品的电子商务提供基础。

在P2G2B2C模式中，G代表了政府。在农产品电子商务化的进程中，政府的参与是必不可少的，这是因为政府可以给农户、农民专业合作社和农产品的需求企业提供农产品的供求。除了供求信息外，政府必须要积极引导，尤其是通过对农户、农民专业合作社养殖栽培技能的培训引导产业的发展和升级。在黔东南地区，教育的落后使得政府的积极引导显得格外重要。为此，州政府特意成立了黔东南州职业技术学院，通过该学院为农户、农民专业合作社进行规模培训，这就为引导农业的发展和升级提供了可能性。在这种模式下，政府还扮演着中介的角色，对农户、农民专业合作社和企业而言，政府的公信力和权威性是不容置疑的。农户和农民专业合作社可以依靠政府的力量，采取“订单式”生产的方式，首先保证其生产的产品能够被收购。例如目前黔东南地区的食品厂就是通过政府的牵线，与本地区的一些大型的养殖场进行“订单式”的生产，州政府既向农户和农民专业合作社保证结算资金按时到位，又向食品加工厂保证牲畜的质量，为此黔东南州职业技术学院畜牧系定期派专业技术人员到农户或农民专业合作社指导协助农户生产出达标的农产品，从而使生产者与消费者实现双赢的结局。这既有利于政府威信的建立，也有利于黔东南州社会的和谐，有利于黔东南州和谐农村的建设。

总之，适宜的农产品电子商务运作模式的搭建是一项复杂性的长期性的工作，非一朝一夕可以完成。在搭建的过程中，政府需要不断地做好农产品生产者的指向与引导工作，以促进黔东南州农业的健康发展。

参考文献：

[1]李燕武:鄂西民族地区农产品电子商务模式研究—基于利川农民专业合作社的调查[D].中南民族大学, 2013.

[2]中华人民共和国农民专业合作社法[EB/OL].