
内江市农村电商发展 SWOT 分析及改善建议¹

樊勇，吴莉萍，吴小平

(内江职业技术学院，四川 内江 641000)

【摘要】：如今，“互联网+农业”使得农村电商已经在各地得到了迅速发展。一面是政府的众多扶持政策的出台和大肆打造，一面是农民积极性的不持续性和众多项目工程的无疾而终。本文运用 SWOT 方法分析了内江市目前农村电商发展的优势和劣势，并以此为依据提出了一些发展农村电商的改善建议。

【关键词】：农村电子商务；现状；改善建议

【中图分类号】：F323.7 **【文献标识码】**：A

农村电商从出现就是一个热词，无论是政府、行业、企业还是学术研究机构，都在对农村电商进行激烈的研究。相比于墙外花香四溢，绝大部分农民们却对电商的认识仍然很肤浅，甚至认为农村电商就是把农产品放上网去卖。

现在业内普遍认为农村电商包括两个方面：一是指农产品进城，即通过网络渠道，把农村的大量初加工或者原产品农副产品销售出去，比如生鲜农产品、“农产品+休闲观光型”服务业电商；二是指工业品下乡，即农民通过网络渠道购买各种电商平台的商品，包括日用品、农资等。

近年来为了适应国家的“互联网+”趋势的来临，内江正逐步努力将电商培育为地区经济增长点，相继引进了京东、淘宝、赶街网等知名电商企业加入本土农村电商发展的进程，建设了川南电商中心、内江电商基地以及各县区电商产业园等吸引行业、企业入驻，对农村村官和创业者进行了专业的电商从业知识培训等。通过这些措施，内江地区的电商发展比较迅速。下面我们将对内江地区近年来农村电商发展中存在的问题进行分析，运用 SWOT 方法找出内江市目前农村电商发展的优势和劣势，并提出一些改善建议。

1、内江发展农村电子商务的优势与劣势

1.1 优势因素分析

1.1.1 地理区位优势

内江市位于四川省东南部，沱江下游中段，东邻重庆，南接泸州，西接自贡，西北连眉山市，北与资阳市相邻。内江是交通运输部规划的国家公路运输主枢纽之一、四川省第二大交通枢纽和西南陆路交通的重要交汇点，是成渝经济区的中心城市，素有“川南咽喉”“巴蜀要塞”之称。它形成了南北贯通、东西相连、纵横交错、水陆空立体发展的交通网络，物流中心优势明显。成渝高铁的开通，让内江融入了“成渝半小时经济圈”的范围。这些地理区位优势和物流优势是内江发展农村电商的有效保障。

¹[收稿日期]：2017-09-05

[基金项目]：本文系内江市科技支撑计划 2015 年项目——“推广‘互联网+农产品模式’助推镇域经济发展”的阶段性研究成果。

[作者简介]：樊勇（1964-），男，上海市人，在职研究生，副教授，研究方向：计算机科学。

1.1.2 资源优势

内江是国家商品粮生产基地，也是四川省粮食和经济作物的主产区和水产产业化试点市。塔罗科血橙、冬尖、七星椒、周萝卜、柠檬等 17 个品种荣获无公害产品称号，“隆昌素”兰花获国家地理标志证明商标，资中“塔罗科血橙”通过国家绿色食品认证，“资中鲢鱼”“永安白乌鱼”获国家地理标志产品。

1.2 内江市农村电子商务发展的劣势因素分析

1.2.1 农村电商人才稳定性差

内江市政府近两年通过与淘宝、鼎峰易大、内江职业技术学院合作，组织了近百期的电商培训，培训各类人员总数近 9000 人，尤其是对全市的大学生村官进行了集中的培训。但是绝大部分参培人员培训后没有从事电商相关工作，对于培训的知识技能运用不高。另外，农村本身在交通、文化、娱乐等配套上缺乏对电商人才的吸引力，很多本地触网农民需要专业技术服务的时候找不到合适的人才，仍然需要去市里、县里相关的运营服务公司那找寻服务。

1.2.2 平台化思维、大项目思维较浓

目前，各行各业的电商平台已经群雄割据，各种需求的平台高速公路已经建设得很好，急需配套的各行各业的电商企业作为车流量驶入平台。但是受各地发展本土电商的固化思维，各地政府比较重视能够出政绩的大项目，所以很多政策和扶持重点放在了电商园区建设、企业招商引资上，对草根电商创业明显重视不足，花大力气在建设本土电商平台来带动本地电商的知名度，在提升本地本土企业的电商发展上却动力不足。很多政策制定者没有认识到，本土电商企业或者企业电商化不到位，花费精力铺设的各式电商平台终究会因为企业总量不够、交易量缺乏而陷入瘫痪境地。

1.2.3 农产品品牌化程度低，农产品标准化落后

目前，内江地区的农业生产大多数仍处于分散种植、小批量生产的现状。但是农产品电商的标准化却对这种现状不予接受，面对现状如何通过提升自己的运作方式来达到发展农产品电商的要求是亟待解决的问题。

2、内江市农村电子商务发展的外部机遇与挑战

2.1 内江市农村电子商务发展的外部机遇分析

2.1.1 各级政府政策支持

2015 年国务院颁发了《国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》，提出了很多有效的发展农村电子商务的措施；在 2017 年 5 月《国务院办公厅关于县域创新驱动发展的若干意见》中又提出了要把发展电子商务作为县域经济发展的一种推动农村经济发展的创新模式，中央和四川省两级政府发布了很多大力发展农村电商的纲领性文件，这使得各级政府也大力发展农村电商。

内江市商务局利用各种电商平台资源和现代信息技术，在县（区）、镇（乡）、村三级分别建立电商服务平台，构建农村电商网状服务体系，帮助农户拓展农特产品销售渠道。目前，全市已建成 7 个电商运营中心，镇、村级电商服务站点超过 790 个。

2.1.2 各主流电商平台极力拓展农村电商版图，给农村电商带来更多的环境改善

从 2015 年开始，阿里集团、京东集团和苏宁集团陆续加大对农村电商的投入“淘宝村”“京东帮服务店”“苏宁农村服务站”在全国各地遍地开花。这些主流电商平台对农村电商的重视和投入，使人们对农村电商不再陌生。身处农村的人们电商意识在不断增强，明白电商可以让自己有更多的购买物品的渠道，也能让自己生产的产品销售出去。大批农村电商通过“互联网+”创业，增加收入，摆脱贫困。

电商平台农村电商积极发展的同时，电商发展所需的物流、电商人才等必需的配套也在逐步提升和发展，为各地农村电商更好地发展培育了较好的软环境。

2.1.3 消费者绿色消费理念逐步形成，有机农产品电商市场扩大随着人们生活水平的逐步提高和对自身健康重视程度的不断加强，消费者对食品安全的要求越来越高。因此，无公害农产品、绿色农产品、有机农产品的需求不断提升。政府对农村电商的重视和投入不断加大，使得各种农产品生产合作社相继成立，本地农民对附加值较高的绿色农产品和有机农产品的生产积极性有了很大程度的提升。

2.2 内江市农村电子商务发展的外部挑战分析

随着全国“互联网+”创新创业大潮的大势推动，四川各市县也在积极发展本土电商，各级政府也出台了一系列优惠政策促进当地农村电商的不断发展。与内江高速车程在 200 公里的市县中，宜宾、泸州的经济实力远超内江，而且占据有利的水路位置，两市除了陆路交通，其水路运输也很发达。另外，资阳利用与成都紧邻的地理优势也极力发展本地电商行业。因此，内江发展农村电商其实面对周边市县的竞争也非常激烈。

3、内江农村电子商务发展的改善建议

3.1 将农副产品进城作为发展农村电商的真正主流方向

无论在哪个省份，工业品下乡因为产品本身具有一定的知名度和原有配送网络一直进行得比较顺畅；但是作为农产品进城这条路，因为各地的物流配送网络铺设程度不同，产品自身品质和宣传推广力度等因素一直发展不顺。而能真正为农村农民增收致富做出最大贡献的应该是农产品进城这条主线。

3.2 培育农村电子商务市场的经营主体

在三县两区内重点选取一批以农业产业化龙头企业、农民合作社、家庭农场主为主以及返乡高校毕业生、返乡青年、大学生村官、农村青年致富带头人、巾帼致富带头人、退伍军人等为补充的农产品电商经营带头人和实用型人才，发挥引领示范作用。3.3 提升本地农产品质量，拓宽农副产品类型，培育农产品品牌农产品电子商务要想发展得好，良好的产品质量至关重要。随着人们生活水平的提升，对农产品有机、无公害及品牌辨识度的要求越来越高，因此，我们一定要鼓励龙头企业、有一定规模的合作社和农场主在提升产品品质的同时，要注意树立产品品牌，注册产品特色商标。这样不管是在知名度高的电商平台或者自建的行业平台网站中，产品的商品化率和电子商务交易比都会提升。应重点发挥农业生产合作社和各类公司+农户组织的作用，推进农产品的标准化。这需要政府与市场共同合力解决。比如，在农村电商相对发达的地区，在政府的引导下，由当地技术部门和市场上比较有实力的电商共同制定产品的生产、加工、包装等标准，形成同一生产地较为相同的上市交易标准，方便消费者识别。同时，大力引导农村电商推行品牌化营销，避免同质化价格战。比如，重点加强对本地网销农产品销售者的监管，强化农村电商诚信的重要性，有步骤地实施网上销售农产品质量追溯管理，逐步打造具有竞争力和知名度的电商品牌，为本地农村电商的健康可持续发展奠定基础。

3.4 本土特色农副产品销售电商化

极力打造和挖掘当地特色农副产品并将其品牌化或者地标化，选择合适的电商平台将产品销售电商化。成立特色农副产品专业合作社，发挥电商经营主体规模化优势。

3.5 引导建立农产品电商集中卖家与供货农户之间的合理收益分享机制

目前，由于本身知识水平和电商技能的缺乏，内江的普通农户进行电商创业的非常少，大部分农产品电商卖家是回乡创业青年、原有的农户产品经销商、有经验的合作社组织者，普通农户被动接受电商的方式大多是集中供货给电商卖家，自己所处的劣势地位仍然不能发挥他们参与电商的积极性。因此，各级政府、村社应该积极协调电商卖家与农户之间的利益合理分配问题，有效提升农户和电商卖家参与电商的积极性。

3.6 做好农村电商的基础设施配套

畅通的网络和交通是保障农村电商良好发展必需的两大配套工程，内江市政府已经将提升农村网络覆盖率和进一步提高村村通道路的铺设作为重要的政府工程。农产品要靠电商走出去，基础设施必须跟上。

作为一种新兴业态，农村电子商务已经渗透到农业产业链全过程，逐渐改变着内江农村经济发展方式、农村商业模式和农民的生产生活方式。截至 2016 年，内江地区的农业电子商务覆盖率为 34.16%，农业人驻电子商务平台主体 84 个，农业电子商务交易额为 2.64 亿元。虽然内江市在之前的农村电商发展中已经取得了一定的成绩，但是面对国家经济发展的需要和地方经济发展竞争压力加大的情况，我们必须再接再厉，分清自己所处的内外环境，积极发挥自身的优势特长，为农村经济发展和农民增收，继续加大对农村电商的关注和扶持。

[参考文献]:

[1]汪向东,王昕天.电子商务与信息扶贫:互联网时代扶贫工作的新特点[J].西北农林科技大学学报,2015(04).

[2]洪勇.我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J].商业经济研究,2016(02).

[3]张传秀.当前我国农村电商存在的问题及对策分析[J].中共南宁市委党校学报,2016(02).

[4]邓志慧,张芳芳,宋谣等.互联网模式下四川特色农产品营销的研究[J].中国商论,2017(04).