
浙江省农村地区电商产业发展 对策研究

雷莉 王晓慧¹

(浙江海洋大学 经济与管理学院, 浙江 舟山 316000)

【摘要】: 农产品电子商务通过农产品线上交易及售后服务, 直接推动了产销之间的对接, 在乡村振兴中起着不可忽视的作用。但农村地区依然存在产业整体供求不均衡、生产效率不足、信息化程度偏低等问题, 导致农产品销售链脱节, 因此农村地区电商产业亟待改善。基于对浙江农村电商产业的调查, 分析研究农村地区电商发展中存在的问题并提出解决对策。

【关键词】: 农村电子商务 网络平台 电商人员

【中图分类号】 F323.7 **【文献标识码】** A

1 浙江省农村地区电商产业发展现状

1.1 浙江省农村地区电商平台的研究建设与发展现状

浙江农村地区政府打造完善电子商务服务平台, 通过平台建设农村电商创业孵化园、招商引资第三方知名经营主体等措施建构完善电商平台。在平台发布农业政策、农产品种植技术、电商平台操作方式, 鼓励农村地区提高电商平台的使用率。

一些地区电商平台还展示发布有关本地的特色农产品, 通过不定期的滚动播放宣传, 潜移默化地提高知名度。此外电商平台已从最初的提高数量发展为量质共同提高; 拓展了资源 and 市场范围, 电子商务农产品甚至做到了跨境的电子商务区域, 最大程度的缩减了产业成本及地域限制, 无需像传统交易进行来回选货和谈判, 节省了时间及精力。此外通过此形式进行收发货, 买卖双方及电商平台都能够掌握最新物流信息, 规范农产品销售行业的整体发展。

1.2 农村物流运输体系整体情况

目前浙江省部分农村地区根据快递服务区域需要整合现有服务网点, 通过城乡区域之间的互联网物流对快递进行有效的资源整合, 已经基本完成县级覆盖点位, 快递甚至可以做到当日送达, 新增农村物流服务点 9000 余个, 县级农村物流服务点覆盖率达到 85%。

即使在浙江省的贫困县, 政府也进行了资金支持和赞助、政策扶持和吸引等多种方式搭建农村电子商务平台, 建设农村电商一体化产业示范园区, 还与国内京东、阿里知名电子商务平台公司进行了战略投资合作, 引进农村物流服务企业, 设立电商

¹**作者简介:** 雷莉 (1987—), 女, 浙江杭州人, 硕士研究生在读, 研究方向: 农村发展。

通讯作者: 王晓慧 (1966—), 女, 吉林人, 副教授, 中国注册会计师, 国际注册内部审计师, 研究方向: 海洋管理、区域经济。

代卖产品服务，同时浙江省借助在农村有一定经营优势条件的小超市、小卖部开设电商服务点，借助其与特色农产品相对接的电商平台进行物流合作，建设小型的物流配送、存放点，使得农村物流和快递的运转更方便快捷。

1.3 农产品网络销售量

浙江省通过互联网和大数据对当地特色农产品的网络信息资料及销售量进行了分析和整合，推出了具有浙江县域特色和代表性的农产品。同时政府还通过政策引导当地特色农产品行业进行电子商务销售，利用互联网+线上线下市场宣传及开拓产品市场，打造专属销售平台，开设了农特产的网络店铺，同时在 2018 年开发了“掌上浙江省”移动端服务 App 和主推浙江省特色农产品的农副产品直销电子商务平台，浙江电商在全省累计实现了农产品的网络交易和零售额 667.6 亿元，同比上年增长 31.9%。

1.4 农村电商培训

2018 年末，浙江省通过政府渠道公开招标聘请具有专业资质的农村电商培训服务企业及机构，引进一批高级讲师对农村电子商务进行技术指导。由省政府出资补贴从业人员，从北上广、杭州等互联网经济发达区分别聘请一批具有丰富农村电商实战经验的专业讲师进行授课，还根据培训者的实际情况，专门开设农村跨境电商班、电商培训夜间班等专业课程。

浙江省通过与农村跨境电商企业和境外商务公司签署战略合作协议，对那些有志从事农村电商的农户和农村小微企业经营者提供相关的电商培训，课程内容包括电商企业经营之道、高级电商人才引进、电子商务实践操作和农村电商产业布局规划发展。定期在全省各个区县和乡镇开展农村电商培训和会议，对那些具有农村创业基础的青年人进行电商网店的开设、物流链等的培训引导。

政府还发展了农村网上电商物流，形成为贫困农村提供农产品发力，重点规划部署本地农产品加入跨境电商的平台，使本地的特色农产品直接与国际市场上的经销商和消费者进行对接。

2 浙江农村电子商务产业发展中存在的问题

2.1 基础建设未满足农村电商发展总体需求

目前浙江农村偏远地区主要以种植新鲜瓜果和蔬菜为主，采用直接生产和销售的模式，农户将农产品直接拉到本地蔬菜批发市场对外进行销售或在种植基地等批发商前来采购，但是瓜果和蔬菜保鲜的时间非常短暂，农户基本做法是先将产品采用溢价或是平价的方式销售，最后将剩余产品进行折价出售，而生鲜产品对运输时效要求非常高，但浙江偏远农村地区农产品快递目前还没有达到专业生鲜产品的运输条件。

此外每个乡镇中虽然都有快递服务企业，但是快递因农村中转站设立点地理位置及数量因素影响，故会比城区周转时间滞后 1-2 天；由于农村快递的营运点普遍存在的缺乏专业配套设备，快件摆放不规范、营运未有长期计划等问题。乡镇快递点设置比对城镇略偏，发一件快递成本比城区高；农村快递员薪酬低、劳动强度大，从而间接影响快递物流的总体效率。

2.2 农村居民未充分使用电子商务进行产销

根据调查机构相关数据的统计，显示我国农村人口中仅有 4%左右选择在农村劳动进行电子商务贸易。留守人员中妇女、老人在农村人口中占据较大比例，因此基本生活生产便是围绕农田耕作自产自销，对于使用电子商务技术进行产销并无热情，即使有学习需求也只是关于农特产种植方面的学习。农村居民主要交易方式依靠面对面进行，农产品种植数量也只是根据以往经验进行预估，生产后只在周边的区域进行销售。

而且农村居民基本存在文化素质偏低现象，加之平时田间劳作强度大，因此不会有目的去深入学习电子商务技术，对使用网络电商这种新型模式进行产品交易保持观望态度。由于网络电商平台订单交易一般都是在网络上进行，农户需要通过网络平台订单交易进行日常的操作、产品相关信息资料的及时发布、订单的及时处理、商家在农户交易后台的统计等交易专业知识比较缺乏，自身学习转化率不足，种种因素使得农村居民对从事电子商务交易普遍具有畏难情绪。

2.3 农产品线上品牌能力匮乏

浙江省农产品个体品牌目前仍缺乏影响力及知名度，每年我省粮食作物稻米、豆类、马铃薯等产品遍布全国市场，可是知名个体品牌却不多见。浙江省农产品品牌规模尚未成型，农村产品很少拥有自有品牌，农民对于品牌注册、维护缺乏观念上的重视，农村产品生产流程无法达到国家要求的标准，使得生产经营许可证申请难以被批准，另外品牌的注册维持资金需要不断的进行投入的特点也严重影响了农村品牌的创立、宣传。

2.4 农村缺乏专业电商人才

网上店铺开设及装修、店铺推广、文案信息编辑、节假日的营销、后台数据收集分析等技能，均需要专业的电子商务人才。农村总体经济落后、消费水平后力不足、电商从业人员待遇偏低，人才首选在城市发展。因此浙江省农村地区对于电子商务人才的供小于求感受十分突出。而且浙江省境内的一些农村贫困县，交通不畅通，农民的文化素质偏低，又造成电子商务培训难度加大。农村电商是一个操作性和实践性非常强的技术领域，但农村大部分地区的居民对电商技术及其利用还处于懵懂阶段，由此可见农村专业技术人才的缺口短板，短时间内是无法弥补的。

3 浙江省农村电商产业发展对策及建议

3.1 完善农村地区基础设施建设

生鲜产品对运输条件的温度、卫生均有严格要求，农特产品的物流运输是必须解决的问题。生鲜冷链食品物流系统需要采用冷冻冷藏的模式。使产品在储运销售的各个环节中保障产品质量，确保产品的品质。浙江政府可与区域内的优质生鲜冷链企业进行合作，制定统一的冷链食品行业标准，公开加盟条件。农产品快递网点可与冷链电商网点平台的经营者相互入股，享受发件优惠，利用平台进行双方产品的广告营销宣传。平台订单优先使用合作方的快递服务，双方共同完成生鲜产品的物流运输。

农产品电商平台网站可以选择专业的冷链电商平台，众品旗下的鲜易网冷链是一则非常成功的案例，它通过“互联网+”的大数据管理运营模式，直接定位产业互联网中 O2O 生鲜供应链服务方式，建立了全国第一家冷链运输的电商交易运输平台，从另一方面推动了企业转型升级，实现了多个城市间的生鲜品共同配送，继而提高了农牧产业生产和销售精准化水平，推进了新阶段农民改变传统农产品的生产和销售流通生活方式的结构性转变。

3.2 普及农村居民电商应用知识

我国农村的电商行业要保持发展就要扩大农村居民对电商应用方面的知晓率。在农村区域开展电商知识的普及、成功案例的宣传，主要可以在农村进行村民代表大会专题讨论、墙体宣传、对电商参与者进行奖励等多种方式。建议在各乡镇居委会专门开展促进农村电子物流商务信息化宣传工作，在区域及镇内主要的公共交通路口进行电子商务相关的 LED 信息化宣传，通过多渠道将电商及其服务项目的发展背景、意义、合作的具体内容以及政策文件等相关宣传信息及时散播宣传。大力引导当地村民居委会小组长、党员群众代表发挥示范带头作用，通过进村入户对乡镇电商及其服务项目发展情况进行详细的讲解，使得电子商务真正的在农村进行广泛的开展及普及，让当地的农民和老百姓真正地享受到电商服务带来的便利和丰富的商机。同时还需鼓励当地乡镇委通过定期组织创业会议、讲座等多种方式进行广泛的宣传，动员来自农村的就业、返乡的青年积极参与电子

商务相关的培训，从本质上提高电商在农村的使用率。

3.3 加强农产品的品牌及标准化建设

浙江省农产品价格低廉、货品质量高的形象已深入人心，但有淘宝、京东网络销售平台的存在前提下，网络平台销售的产品无法规避同质化，因此产品、价格、服务等会直接影响到电子商务网店的正常经营和销量，市场竞争中，如果网店没有一个好的品牌很难让人产生信任忠诚。品牌是企业 and 产品的归属，更是大众对产品及其衍生系列的认知，具有无形的经济价值。由于我省一些农村经营者缺乏对自身农产品的品牌建设和维护意识，农产品的销售也不存在对品牌的注册和使用的保护措施。因此希望浙江省相关政府部门可以组织学习研究丽水市政府制定的有关电子商务农产品质量和规格以及产品包装标准，在农产品共用的品牌的基础上创建自有独立品牌。在销售和经营过程中，既可以在政府对所售农产品质量担保的前提下使用共用品牌来进行市场营销，又可以在自身经营规模达到一定程度后直接使用自有品牌，对所售产品知名度及销售量进行无缝对接。

3.4 加快培养农村电子商务专业人才

浙江省地方人民政府依靠政策可以发布电子商务人才引进及回乡创业的相关优惠政策，吸引一批高学历高素质的农村外出人员回乡创业、就业。政府应提高补贴金额，对参与农村电子商务的创业者给予政策方面的扶持倾斜，鼓励农村电子商务从业人员继续进行电商产业发展。浙江省政府还可以与电子商务行业共同设立行业协会，扶持农村刚起步电商营运人员，促使其产业健康成长。另外可以通过协会的渠道引进一批专业化农村电商人才，对参与农村区域电商的行业参与者和企业进行网店系统的运营指导和培训，加快农村区域专业网店的铺设。

而对人才的提供，还可与高等院校签订人才培养协议，招收一批掌握专业电子商务技能的有志青年，满足社会对电商专业人才的需求。政府对农产品线上营运的个体经营者、家庭作坊、加工厂等准入者进行农村电子商务的引导与合作，整合地方政府的资源对农村优秀创业者进行电商重点项目的实训，让其参与农产品加工包装、平台开设网店、电商仓储物流、产品售后等电商各个环节来进行创业致富。最后由浙江省当地政府部门投资支持建设农村电子商务创业园、电子商务专业技术人才孵化产业示范园区从项目方面对浙江省电子商务进行推动和发展。

参考文献:

[1]朴星辉,王立新.精准扶贫下延边州农村电商的持续发展研究[J].山西农经,2018(23):45-47.

[2]浙江公路.布点+织网+联动,浙江农村物流“加速跑”[EB/OL].(2019-06-21)[2019-10-12].http://www.sohu.com/a/322243123_713264.

[3]蔡元杰.浙江数字农业发展对策研究[EB/OL].(2019-10-30)[2019-10-30].<http://www.yyagri.com.cn/articlepages.aspx?id=97223>.

[4]邱泽国,杨毅.“互联网+”背景下黑龙江省农村电商发展及对策[J].商业经济研究,2019(02):145-148.

[5]陈薇.万州三峡库区农村电子商务发展探讨[J].种子科技,2019,37(01):8-14.

[6]张喜才.电子商务进农村的现状、问题及对策[J].农业经济与管理,2015,17(3):71-80.

[7]伍自强,程媛.乡村振兴视域下农村电商发展法律问题研究[J].电子商务,2019(01):39-41.

-
- [8] 伦墨华. 农村电子商务下乡配送发展战略研究[J]. 南方农机, 2019, 50(01):73-77.
- [9] 王昆. 乡村振兴视野下农村电子商务发展策略研究[J]. 智库时代, 2019(02):37-38.
- [10] 李国丽, 吴亮, 邓昕才, 等. 产业生命周期视角下农村电商发展路径及案例研究[J]. 贵州师范大学学报(社会科学版), 2019(01):77-78.
- [11] 胡长深. 农村电商发展与电商扶贫浅析[J]. 西部皮革, 2018, 40(24):37-38.
- [12] 陈志雄. 电子商务在农村经济发展中的应用研究[J]. 无线互联科技, 2018, 15(24):138-139.