

四川省特色农产品电子商务发展的问题与对策

王雨婷 吴杰 赵雷¹

(四川农业大学经济学院, 四川 成都 611130)

【摘要】: 随着互联网的不断发展, 电子商务作为新的产品营销模式, 正在逐步改变传统营销模式, 但在农村地区电子商务发展中仍然存在基础设施薄弱、电商人才队伍匮乏等问题。基于四川省特色农产品电商发展现状, 结合现有电商发展模式, 探索其发展中存在的现状和问题, 提出了加大政策扶持、重视电商人才队伍和基础设施建设等对策。

【关键词】: 电子商务 特色农产品 发展模式

【中图分类号】 F724.6 **【文献标识码】** A

党的十九大提出, 要通过实施乡村振兴战略来解决“三农”发展问题, 以高质量、高标准来促进农村社会的发展, 而乡村振兴战略实施过程中, 产业兴旺是其重要的发展基础, 是解决农村关键问题的前提。因此, 农村地区为实现其可持续发展的目标, 就必须集中精力发展支柱产业、特色产业, 以便提高农民收入和改善农村生活水平来反哺乡村振兴的发展。国务院印发的《乡村振兴战略规划(2018-2022年)》中提到“要壮大优势特色产业, 以各地资源禀赋和独特的历史文化为基础, 有序开发优势特色资源, 做大做强优势特色产业、特色农产品优势区、建设标准化生产基地、加工基地、仓储物流基地。”随着乡村振兴战略的实施和互联网产业的不断发展, 电子商务作为一种新兴发展模式正在塑造现有的营销模式, 改变传统的营销发展渠道。当电子商务融入到农村后, 其将整合农村资源, 且通过网络信息技术拓展农村产业链, 推动农村产业的深度融合, 最终使农民成为真正实际的受益者。农村电子商务的发展, 一方面增加了农民的消费方式, 丰富了农民的消费选择, 改善了农民的生活水平; 另一方面, 当地特色农产品通过电子商务平台, 获得了更多的宣传机会, 拓宽了销售渠道, 增加了业务领域, 提高了农民的收入水平, 从而促进农村的经济发展。各级政府高度重视农村电子商务发展, 中央也出台了相关政策文件促进农村电子商务的发展。2015年中央一号文件提出“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”, 各地政府根据自身实际情况, 通过不同方式发展当地电子商务, 响应国家政策; 2017年的中央一号文件中, 明确指出“推进农村电商发展”, “推进‘互联网+’现代农业行动”; 而2019年的中央一号文件提出“加快发展乡村特色产业”, “实施数字乡村战略, 深入推进‘互联网+’农业, 扩大农业物联网示范应用”。从支持农村电商发展, 到加快农村特色产品发展, 农村特色产业依托电子商务的发展越来越得到重视和认可, 其成为推进农业发展、促进农民增收的有力手段。

四川省拥有丰富的特色农产品优势区, 在地理、气候、特色品种等方面拥有区域优势, 在此基础上结合电商发展模式, 将助力四川省乡村振兴战略的实施。在现有研究中, 电商的发展具有帮助农业生计转型^[1]、探索“互联网+农业”发展新模式等作用^[2], 同时, 电商发展需注意农业基础设施^[3]、创建有效监管机制等方面的建设^[4]。本研究将在现有研究基础上, 继续探索四川省特色农产品电商发展的现状与问题, 并提出相应的对策和建议。

1 四川省特色农产品电子商务发展现状

作者简介: 王雨婷(1997—), 女, 四川眉山市人, 硕士研究生, 研究方向: 农村发展; 吴杰(1997—), 男, 四川眉山市人, 硕士研究生, 研究方向: 农村发展; 赵雷(1997—), 男, 四川眉山市人, 硕士研究生, 研究方向: 农村发展。

1.1 政策支持保障

习近平总书记曾提出“民族要复兴，乡村必振兴”。随着“十四五”规划的发布，乡村振兴战略的实施成为当下解决“三农”问题的有力抓手；如何高效解决“三农”问题、促进农民增收、提升农村的发展水平一直是当下农村发展中的重中之重，而四川省基于特色农产品，开展电子商务活动，为农户增收、农业可持续发展带来了新的发展契机。针对农村电商发展，四川省给予了众多的政策补贴保障，2021年四川省商务厅印发《关于品质川货直播电商网络流量新高地行动计划》，旨在建立电子商务直播网络流量基地，推动四川品质川货的发展；2021年四川启动“电子商务云讲堂”培训计划，旨在为四川培训1万名“新电商人”，促进社区电商新业态发展；创建“川货”电商节模式，对口文旅直播，助力区域特色产品的网络营销，提升数字农业、电子商务的发展水平。

1.2 电子商务增长迅猛

随着电子商务和网络新零售产业的不断发展，四川省电子商务网络销售量取得了良好的成绩，电子商务的增长势头迅猛，对于区域内的经济增长有明显的贡献作用。据四川省商务厅统计数据显示，2021年四川网络交易总额和网络零售额分别首次突破4万亿元、7000亿元大关，四川省网络零售规模跃居全国第7，网商数量较去年增加到169.2万家；其中，在农村电子商务发展状况中，四川农村电商数为西部第一，2021年实现网络销售额1921.8万亿元，成都、乐山、德阳地区的农村网络销售额更是均突破百亿。四川省电子商务得到迅猛的发展，电子商务生态圈将持续优化，电商增长又推动更多的优势电商项目发掘，区域性的特色农产品也乘电子商务发展的“东风”，呈现快速的增长趋势。

1.3 “川货”IP品牌影响力提升

“川货”IP是一批具有四川区域特色的产业品牌，四川电子商务特色农产品正利用此次品牌打造的机会，不断扩大产品竞争力和影响力，将自身优势产品打造成属于区域独有的特色品牌。越来越多的四川特色农产品加入到了“四川造”行列中来扩大产品市场，带动特色农产品的市场活力，例如四川省通过提高“川货”电商节IP影响力、发展数字商旅文专线等工作来推动电商品牌建设，打造出一批具有四川特色的“川酒”“川药”“川果”等产品，这样的品牌打造机会既助力了电子商务的发展，更是为四川特色农产品电子商务的发展提供了宝贵的契机。同时，根据自身条件不断发展的基础上，四川省各区域也依靠部分特色农产品形成了具有地理标志的品牌，并利用这些发展优势不断扩展市场空间，提高区域特色产品的竞争力和影响力。

1.4 区域电商发展各具特色

农村电子商务正处于如火如荼的发展阶段，四川省不同区域凭借自身独特的地理优势和技术优势，推进自身的“特色农产品+电子商务”的发展模式。在四川省的特色农产品电子商务发展现状中，根据不同区域划分，加之不同区域在气候、地势、产业、技术等条件上的差异，最终呈现出不同区域各具特色的特色农产品电子商务发展状况，例如西部依托农牧、林下作物、农旅产品等来发展特色电商，南部利用气候优势发展特色水果、畜牧产品等特色电商，中东部凭借技术育种优势发展特色水果、加工产品等特色电商，形成甘孜州牦牛肉、凉山州雷波脐橙、眉山市耙耙柑等一众特色农产品。然而，原有占据较大市场份额的区域特色农产品，在某个产品市场领域存在“精英俘获”的现象，存在排挤后来者的现象，技术和信息也具有内部封闭性，特色农产品不同区域间的平衡发展没有得到满足。

1.5 电商基础设施不断健全

农村电子商务正在深刻改变着四川农村的生产生态格局，而基础设施建设是其得到长效发展的有力保障。四川省在示范县和综合示范项目建设中，不断完善健全乡镇服务基础设施建设，截至2020年底全省建设国家级综合示范县、乡、村三级电商（物流）服务站点分别高达99、2323、11727个，这些示范服务站建设为特色农产品的“集、收、发”提供了有力支撑，对于建设

电子商务应用示范体系具有重要作用。在打造电商品牌过程中，各区域不断完善农村现代流通体系，以基础设施发展提高乡村振兴的发展步伐，推动特色农产品的品牌化发展；通过建设电商快递物流协同发展体系，保障农产电商发展的物流运输速度，为快速发展的物流服务活动提供基础设施保障；另外，为提供更高速的网络基础设施支持，建设全面的网络信息工程，保障电子商务活动的顺利开展。基础设施服务的不断建设和强大，将增加农户的电子商务服务能力，确保农民的持续增收。

2 四川省特色农产品电子商务发展存在的问题

2.1 农户认识不到位，传统观念制约发展

长久以来，我国农户坚持以精耕细作的传统生产模式开展农业活动，农村地区存在人口多、底子薄、发展缓慢的特点，加之农村地区的教育水平低下，使农户的发展受到传统观念的制约。大部分农户对电子商务不够了解，不愿意冒险，且缺乏电子商务技术。在实际发展过程中，一边是电子商务的蓬勃发展，一边是因传统观念束缚而对电子商务缺乏信心的农户，这导致了农户对电商发展的认识不到位；同时，除了农户对电子商务发展认识缺乏信心外，农户落后于信息化时代的发展，“信息差”导致销售渠道的匮乏，使其在发展的过程中处于弱势地位。

2.2 基础设施薄弱，产业系统有待提升

对于电子商务来说，物流体系是其中关键。缺乏完整完善的物流系统支持，电子商务难以顺利发展。农村地区产品技术研发、农产品采收设施、物流仓储等基础设施建设不完善，使农村特色农产品电商发展产业链发展仍不健全。一方面，物流仓储基础设施的建设不完备，导致旺季发货不及时，淡季无仓储用于储存供应，因物流仓储造成对区域内产品、商家的信用贬值；另一方面，特色农产品品种、技术换代研发缓慢，病虫害基础设施的投入不足，使特色农产品在市场上品牌知晓度不够，品牌建设的进程有待进一步的强化。

2.3 电商人才队伍匮乏，管理机制不够健全

随着区域电商规模的不断扩大，特色农产品品牌的不断建设，电商人才队伍的缺口越来越大，建设一支满足农村特色电子商务发展的人才队伍成为当下的重点。电子商务人才在营销、宣传、设计等环节具有重要作用，其可以帮助区域来经营电商、建设特色品牌，并通过专业的知识因地制宜的构建适合区域发展的管理机制，促使特色农产品电子商务得到持续性发展。

2.4 政府政策出台不及时，协调推进不到位

政府的高度重视是推进农村电子商务发展的加速器。近几年，政府相继出台了一系列的相关政策文件，但个别地方政府没有根据当地实际情况，发布的内容远远超出农村实际发展情况。地方政府没有跟随新的农村电子商务发展的形势及时更新扶持文件，以至于农村电子商务销售主体无法及时通过当地政府文件了解相关政策，阻碍了农村电商的发展。同时，发展农村电子商务并不仅仅是单个政府部门的工作，必须建立起完整畅通的工作体制。只有各部门都行动起来，各司其职，达到部门联动效应，才能将农村电子商务发展得更好。

3 四川省特色农产品电子商务可持续发展策略

3.1 提高政策扶持力度，增强农户参与积极性

政府及有关部门的扶持，对增强农村电商活力、增加农民收入有着不可替代的重要作用。政府应深入贯彻“电商增收”的发展理念，致力于改善农民生活水平，创新农业发展模式，大力支持四川省特色农产品的发展。同时，政府在“资金、资源、技术”

上给予相应的扶持,通过农业补贴、官方宣传、技术培训等方面来助力农村电商的发展,促使农村电子商务高速发展;另一方面,政府还应建立健全相关法律法规,从发展现状出发,保护农村电子商务的发展,维护农户的合法权益,调动农村参与特色农产品电商的发展热情。

3.2 加强农村电商培训,重视电商人才队伍建设

面对电商人才队伍匮乏,需强化对农村电商知识的培训,夯实电商发展的基础环节。一方面做好农户的电商运营和管理知识的培训工作,确保农户能简单操作线上平台、明晰运营规则;另一方面,须贯彻落实电商人才落地和引进工作,加强现有人才队伍在专业运营、平台管理、核心技术等方面的培训,以特色农产品发展为基础,打造一支高质量、高素质、高标准的人才队伍,确保农村电商获得充足的人才供应。

3.3 完善基础设施建设,提升产业链水平

基础设施建设是电商发展“第一步”,完善基础设施有利于农村电子商务化、信息化的发展,更利于营造良好的电商发展环境。首先,加强农村物流、仓储设施的建设,构建一套快捷、科学的物流体系,确保特色农产品质量、运输时间、物流费用等得到保障;其次,建立健全农村信息化基础设施建设,以互联网技术、网络设备的全覆盖保障“农户-消费者”对接的高效流畅;最后,加大在农村“机耕道”、防病虫害、采收等基础设施的投资和建设,以提高特色农产品的生产质量,让农产品能更快地从田间流通到消费者的桌面,促进产业链建设更加完善,确保农户获得更多的利益。

参考文献:

- [1] 靳青,杨英茹,郭利朋,等. “互联网+”背景下我国农业转型升级策略探讨[J]. 安徽农业科学, 2016, 44(4): 319-321.
- [2] 常艳妮. “互联网+”促进农村经济发展的模式探索[J]. 商业经济研究, 2016(17): 147-148.
- [3] 支磊. “互联网+”背景下传统农业的发展路径[J]. 江苏农业科学, 2017, 45(15): 310-313.
- [4] 杨利娟. “互联网+农业”下生态农业发展的实践与思考[J]. 天水行政学院学报, 2017, 18(02): 104-106.