

江苏省农产品电商发展路径探析

张月兰, 袁育明, 王宇航, 陈红娟* (江苏农牧科技职业学院, 江苏泰州 225300)

摘要 介绍了江苏省农产品电商发展现状, 分析了当前江苏省农产品电商发展中出现的融资难、农村基础设施建设不完善、农产品电商主体发展不稳定等问题, 提出加强金融扶持电商体系建设、完善网络等基础设施建设、增强农产品电商主体的创新性等措施, 从而促进农产品电商的健康、有序发展。

关键词 农产品; 电子商务; 江苏省

中图分类号 S-9 **文献标识码** A

文章编号 0517-6611(2019)23-0244-02

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2019.23.070



开放科学(资源服务)标识码(OSID):

Analysis on the Development Path of Agricultural Products E-commerce in Jiangsu Province

ZHANG Yue-lan, YUAN Yu-ming, WANG Yu-hang et al (Jiangsu Agri-animal Husbandry Vocational College, Taizhou, Jiangsu 225300)

Abstract By introducing the current situation of the development of agricultural products e-commerce in Jiangsu Province, this paper proposes to strengthen financial support for e-commerce by focusing on the problems of financing difficulties, imperfect rural infrastructure construction, unstable development of the main body of agricultural products e-commerce in Jiangsu Province. Measures such as department construction, improvement of network and other infrastructure construction, enhancement of innovation of the main body of agricultural products and so on, will promote the effective development of agricultural products e-commerce.

Key words Agricultural products; E-commerce; Jiangsu Province

2019年中央一号文件提出深入开展电子商务进农村综合示范, 实施“互联网+”农产品出村进城工程, 对农产品电商进行了明确部署。江苏省自2014年以来, 已投入超过1.2亿元省级财政资金用于农村电商发展, 为了加快推进“互联网+现代农业”发展, 2017年省政府办公厅发布了《关于加快推进农业农村电子商务发展行动计划(2017—2020年)》, 农产品电子商务成为精准扶贫和农村产业融合的新引擎^[1]。

1 江苏省农产品电商发展现状

1.1 农产品网络销售高速发展 2018年江苏省农产品网络销售额460亿元, 同比增幅29.7%, 处于国内领先地位, 2019年全年预计增幅达30%, 农产品网络销售额有望超过610亿元。全省涌现出一批网络畅销品牌及大量电商网店, 例如, 沭阳县淘宝村数量达56个, 拥有4万家销售花卉苗木网店, 依托3.467万hm²特色花木产业, 2018年花卉苗木及关联产业电商销售额突破百亿元, 带动从业人员25万。据2018阿里线上全国农产品电商十强县数据显示, 江苏的沭阳县位于第二位, 苏州的昆山市以阳澄湖大闸蟹电商销售位居第四。此外, 还有南京盐水鸭、丰县苹果等一大批江苏特色农产品网上销售迅速, 直接带动农民就业超过260万人^[2]。

1.2 农产品电商多元化发展 江苏省2018年新增智能农业示范点536个, 新建省级“一村一品一店”示范村376家, 累计建成县级农业电商产业园或涉农电商创业园超过50个, 全省农产品网络销售额达470亿元, 农业信息化覆盖率

达62.4%。根据2017年阿里平台统计, 江苏省淘宝村数量已增至262个, 位居全国前三位, 农产品网店15万家, 形成了独具特色的“江苏方阵”。另外采摘体验、生态观光、乡村旅游电商发展迅猛, 苏州借助当地旅游资源优势带动了当地乡村旅游、民宿、生态观光、采摘等服务电商的发展, 具有地域特色的农特产品, 电商成为推动农民脱贫致富的重要渠道, 而且实现了农村电子商务从零散分布到集群化发展的态势^[3]。同时, 江苏省先后被列为全国信息进村入户整省推进示范省、农业电子商务试点省、农业大数据建设试点省、国家农业物联网区域试验工程试点省。

1.3 农产品电商市场前景广阔 目前江苏已经具有7个国家级农产品电商县, 28个省级农产品电商县, 80个省级农产品电商镇, 以及150个省级农产品电商村, 数量名列全国第三。同时, 江苏省农产品种类繁多, 农业结构不断优化, 2018年江苏粮食播种面积547.64万hm², 粮食总产量3660.3万t, 比上年增产49.5万t, 同比增长1.4%; 棉花产量2.1万t, 油料86万t; 全年猪牛羊禽肉产量321.9万t, 禽蛋产量178万t, 农产品产量在全国位于前列。

1.4 农产品市场基本实现信息化 2018年中国银行江苏分行开发的益农贷金融产品, 成立益农信息社, 共发放贷款1800多笔, 累计达9.7亿元。如徐州特色农产品电商新沂“一品香”获得贷款420万元, 极大地推动了电商平台的发展。扬州农产品电商在银行资金注入下, 全市100个农村淘宝服务站, 累计替村民代购的金额较去年增长2倍多。泰州市打造了本土智慧农业信息服务平台——“农牧旺”惠农平台, 平台集农业生产、经营、管理、服务为一体, 提供农技、资讯、供需、自学、交流等一站式服务, 平台上线以后很快覆盖了泰州市各乡镇, 吸引了一大批种植、养殖、农产品加工大户, 加盟了一批种子、农药、肥料、农机、金融、保险等服务商

基金项目 江苏农牧科技职业学院项目(NSF20161602)。
作者简介 张月兰(1982—), 女, 黑龙江绥化人, 讲师, 硕士, 从事财务会计、农业经济研究。*通信作者, 副教授, 硕士, 从事农业经济管理研究。
收稿日期 2019-08-06; **修回日期** 2019-09-05

家。目前,平台注册有全市 5 000 多家新型农业主体,高校、农业、科技、企业等科技人员 3 000 多名,1 000 多家农业服务组织,手机 APP 在线使用人员超过 2 万。利用平台服务功能,泰州各级农业部门累计开展服务 5 000 多次,开展 100 人以上的培训班 200 余场^[4]。

2 农产品电商发展过程中存在的问题

2.1 农产品电商融资难 目前,江苏电子商务所使用的最多的支付方式是互联网支付,占比 62%,而互联网支付的资金都流向了承担金融服务职能的银行,同时,农产品电商的发展也离不开金融服务业的支持,部分农产品电商企业在银行贷款的支持下获得较快发展。虽然江苏农产品电商发展蒸蒸日上,但是根据国家发改委高技术产业司《中国电子商务发展指数报告 2017》显示,江苏与广东、浙江等还有一定差距。原因是多方面的,其中农产品电商在发展过程中融资问题显得较为突出,虽然近年来有所改善,但由于农产品电商自身的特殊,抵押品极为匮乏,其融资诉求很难通过正规金融机构获得贷款,在一定程度上直接制约农产品电商的发展,金融服务业也很难对其开展金融扶持^[5]。这一点在连云港发生的集体韭菜中毒事件中得以体现,使得金融服务不再放心对农产品电商进行扶持。

2.2 农村基础设施建设不完善 江苏省经济发展总量领跑全国,但基础设施建设却不平均。参考中国网络互联中心第十七次报告的数据,江苏苏北网络覆盖率为 42.5%,远远低于苏中和苏南的 51.1%和 60.3%,而其中占绝大多数的网络普及不到的群体,就是农民。经济发展较快的苏南建设得比较齐全,网络覆盖面广,信号强,信息获取的成本不高,反观苏北则逊色于苏南很多。在苏北的偏远地区,网络基础设施建设较差,覆盖面小,信号差,网络在农村难以被普及,导致农民获取信息的成本颇高,农产品电商平台的搭建也遥遥无期。同时,由于电子商务所依赖的电子交易平台的搭建需要资金支持,以及日后维护费用也较高。

2.3 农产品电商主体发展不稳定 由于农产品电商准入门槛过低,产品技术含量不高,导致易模仿易复制,当一种农产品市场需求量大、价格较高时,第二年涌现了大量同质的农产品出售,出现了“果贱伤农”的现象。同样,农产品电商经营主体也面临很大的经营风险,由于农产品难以长期保险,并且受季节、环境的影响颇大,很难保证其稳定产出,造成众多的农产品电商昙花一现,经不起市场的考验^[6]。当大规模农业生产遭受自然灾害,农产品产量大幅下降时,不仅对生产型农户造成致命伤害,同时也给农产品的电商主体的带来较大的伤害。加之农业生产周期长,产品需求伸缩性小,农产品市场的价格波动频繁,收益难以预测。

2.4 农产品标准化不一 江苏省通过设立农业信息二级网站,来对市场上的农产品进行标准化的分类,但是各地方县市对农产品标准化的分类并不统一。这就导致了市场上农产品的信息分类混乱。具体表现在各地方县市对农作物的质量的定义不同,对农作物的生产过程的各执其词,对畜牧业的生产周期定期不同。这种差异的存在使得农产品若在

不同的市区,价格难以界定,生产出厂期难以统一。

3 促进农产品电商发展的措施

3.1 加强金融扶持电商体系建设 在中国农产品电商的发展过程中,电商自身主导的占大多数,此类企业主要通过大型电商平台来发展业务,比如淘宝、天猫。江苏省也出现了大量通过自建平台来发展业务的农产品电商经营主体,扬州创立了“惠生活”,苏州建立起“淘豆网”。对此类企业,金融服务业主要通过个人贷款或者资金资助来支持其发展。金融服务业通过建立信息交换网站,金融结算等方式进行管理,通过与当地政府有关部门进行深度合作,扶持当地农产品电商的发展。金融服务业可以与当地的质检部门、工商部门合作,委托他们调查农产品电商资源的真实性和合法性,整合网络交易资源,通过整合,使不诚信、虚报的企业不能获得金融服务业的扶持,从而对金融服务业进行保护^[7]。通过网络资源的整合,使得同时段成熟的农产品电商企业得以“捆绑”,使金融服务业可以对他们一并开展资金、技术的服务,由此减少农产品因时节不同,难以统一的问题,进而提高了农产品的经营效率。

3.2 完善网络等基础设施建设 鉴于农村基础设施发展不足的问题,金融服务业可以和当地政府联合,对贫困地区的网络、交通等基础设施进行招投标,采取因地制宜的发展策略,努力改善部分农村的网络和交通状况,在苏北地区的部分县区要做到网络的全面覆盖,减少农村的信息获取成本,解决农民上网难的问题,降低农民建立电商平台的难度,同时,指导农民进行电子商务平台的建设^[8]。也可以联合苏南经济和电子商务发展较好的地区,对贫困县进行帮扶。在此基础上,对农民进行网络技术的培训与宣传,提高农民农产品电商的意识。

3.3 增强农产品电商主体的创新性 农产品电商的发展离不开科技创新和人才支撑,江苏省农产品电商应立足本地优势特色产业,结合农业农村实际情况,采取多渠道培养农产品电商人才的措施。特别是对专业大户、家庭农场主、农民合作社带头人等新型职业农民的“互联网+”应用培训,这些农业经营主体往往都是电商平台的经营主体^[9]。同时,培养电商主体的品牌意识,发展农产品区域品牌有助于提升区域特色农产品质量水平、提高产品市场竞争力,必须加快发展具有江苏特色的农产品品牌,重点支持像兴化大米、螃蟹龙虾、银杏等具有良好基础的优势产业,加强营销推介,为“互联网+生产”“互联网+销售”等提供产业基础。

3.4 量化农产品标准 2015 年江苏省食品药品监督管理局印发江苏省食用农产品市场销售监督管理指导意见(试行)的通知,量化农产品标准。这种量化使得金融服务也可以很准确的对其进行扶持。各级地方政府应该联合质检部门,工商部门,主动帮助地方农产品量化统一标准,使标准看得见、摸得着。并且与金融服务业一同建立相关电商平台,将农产品电商的统一标准与金融服务业相挂钩,使得金融服务业能对农产品电商进行准确扶持^[10]。

土社会时代之后,社会各个层面不仅都意识到生态环境的重要性,并且大力度的采取措施进行生态环境的保护。在相当长时期该地区一直都存在着要发展经济就必然破坏环境,要保护环境就必然贫穷的错误意识,从思想上没有树立起生态环境与经济协同发展的正确长远意识。从一定程度上而言,对陕南地区乡村的生态治理和经济治理带来了挑战和威胁,过去中国城乡发展曾经就以牺牲环境为代价,其教训是深刻的。陕南地区是我国重要的生态屏障区,其生态保护和治理的意义非同一般,青山绿水就是金山银山。因此,陕南地区的经济发展应凭借和发挥生态优势,依托当地良好的生态环境走绿色循环发展的路子,当然这条路子也并不是说所有的乡村都去进行乡村旅游开发,这种目前在全国风靡的千篇一律的做法本身也是不现实^[7],也存在着很大的问题。除了一定量的乡村着实可以进行生态旅游产业的开发之外,更多的陕南乡村必须结合本村的实际情况,走出开拓适合当地乡村发展的生态产业链,以谋求当地乡村的可持续发展。诸如进行农业生态养殖,渔业、茶园的建设,泉水资源开发利用等等,这些都符合陕南地区的资源和生态环境,完全可以达到既富了村民,又美了乡村的效果。

3.3 拓展渠道有效提升村干部综合素质与能力 中国乡村发展的历史表明,村干部在乡村治理与发展中扮演着非常重要的角色,这一点是毋庸置疑的。但是,在今天的后乡土社会时代,对于村干部的要求实质上提高了,新的时期需要有能力强、有素养、有文化等综合素质都比较好的村干部才能适应当前乡村社会治理与发展的需求。然而,现实的情况恰恰相反,由于大多数素质能力等综合素质相对优势的青壮年群体大都流入城市,虽然也在城乡之间来回流动,但大多数时间还是在城市就业创业,这就意味着乡村的干部队伍整体素质偏低^[8]。这一点在持续推进的陕南乡村调研中得到验证,村干部整体素质能力欠缺,且平均年龄偏大,在对乡村的治理与发展问题上,村干部往往显得力不从心,甚至村干部本身家庭的经济就存在着这样那样的问题,在当地乡村振兴中很难达到村干部应该具有的相应治理能力与效果。因此,一方面从源头上解决村干部的能力欠缺问题,提高村干部薪资待遇,吸引综合素质较高的村民留下来担任村干部,进而凭借其才干带动整个村庄的发展。另一方面,还可激活并发动从当地走出去的各类精英回乡,比如老教师、公务员等企事业单位的退休人员,他们本身就有一种叶落归根的乡愁,也

确实有回乡扶持村民的愿望,将这部分人吸纳到村干部队伍当中,也能够使村干部队伍整体素质得以提高,实现乡村治理的善治与乡村的振兴。

3.4 激发村民参与乡村治理与发展的意识与潜能 村民既是参与乡村治理与发展的关键主体,也是乡村治理与发展的最直接和最终的受益者。因此,村民的参与乡村建设的思维意识就至为重要。目前,陕南大多数乡村村民参与乡村治理与发展的积极性明显缺乏。陕南地区不仅是陕西省最主要的贫困区域,在全国的脱贫攻坚任务当中,陕南也列入其中,在全国经济发展中低于平均水平,处于比较劣势的区域。陕南地区的贫困除了与自然地理位置有关之外,其最主要的原因是当地村民文化教育水平处于较低的水平。陕南多是山区,历史上宗教尤其是道教在该地区非常盛行,至今其负面影响犹在^[9],许多乡村村民定期或不定期的去宗教所属的道观或庙宇进行朝拜,以祈求生活水平的改善和家人的安康,并不能很好的认识到生活的改善需要发挥人的主观能动性,对于贫穷不能从自身找问题,任期顺其自然。这在一定程度上也暴露出陕南地区相当多的村民思想文化意识滞后的突出问题,也必然影响了其参与乡村治理与发展的能动性。因此,必须采取切实有效的办法激发村民参与乡村治理与发展的意识。采取的途径有多种方法,引导城市人力资源向乡村的合理流动,发挥高校师生、政府公务员、企事业单位工作人员等人力资源优势^[10],在乡村定期举办思想文化教育讲座或者辅导培训班,潜移默化的改变当地村民的思想文化意识,既使得国家单位工作人员能够及时深入群众当中,体察和体验民情,积极践行我党全心全意为人民服务的宗旨和精神,又使得乡村治理最核心的参与主体潜能得到激活,使陕南地区的乡村振兴真正落到实处。

参考文献

- [1] 费孝通. 乡土中国[M]. 北京:北京出版社,2006.
- [2] 陆益龙. 后乡土中国[M]. 北京:商务印书馆,2017.
- [3] 贺雪峰. 乡村治理的社会基础[M]. 北京:中国社会科学出版社,2003.
- [4] 习近平. 习近平谈治国理政[M]. 北京:外文出版社,2017.
- [5] 习近平. 党的十九大报告单行本[M]. 北京:人民出版社,2017.
- [6] 王习明. 城乡统筹进程中的乡村治理变革研究[M]. 北京:人民出版社,2012.
- [7] 乡愁里的中国/叶一剑:再谈乡村社会治理[EB/OL]. (2018-01-29) [2019-04-05]. https://www.sohu.com/a/219590759_630124.
- [8] 刘伟红,张敏. 社会转型时期村干部领导力问题研究[M]. 济南:山东人民出版社,2014.
- [9] 黄宝生. 陕南文化概览[M]. 西安:太白文艺出版社,1998.
- [10] 王春光. 迈向多元自主的乡村治理:社会结构转变带来的村治新问题及其化解[J]. 人民论坛,2015(14):11-13.

(上接第245页)

参考文献

- [1] 吴婷,彭成圆,赵建伟. 江苏省农村电商创新驱动发展现状调研报告[J]. 科技经济导刊,2019(1):184-185.
- [2] 曹玲玲,刘彬斌. 农村金融扶持农村电商发展有效性分析[J]. 合作经济与科技,2017(16):51-52.
- [3] 鲁钊阳,廖杉杉. 农产品电商不同融资方式选择的影响因素研究[J]. 统计与信息论坛,2016(11):103-111.
- [4] 陈露. 不同农业经营主体的电子商务发展模式分析:以江苏省句容市为例[D]. 南京:南京农业大学,2016.
- [5] 杜华章. 江苏农产品电子商务发展的SWOT分析与对策[J]. 农业网络

- 信息,2016(8):20-25.
- [6] 党政军. 农村金融支持农村电商发展的有效路径分析[J]. 农业经济,2018(11):111-112.
- [7] 晁迪. 辽宁省农产品电子商务发展对策研究:以X农产品公司为例[D]. 沈阳:沈阳大学,2017.
- [8] 刘江. 基于“互联网+”的江苏省农产品物资电商发展模式研究[J]. 全国流通经济,2018(29):11-13.
- [9] 王硕. 商业银行金融服务农产品电商的方案设计与策略研究[J]. 中小企业管理与科技,2018(1):41-42.
- [10] 顾明义,田真平,仲蓉蓉. 苏南农村电子商务发展现状与对策研究:以江苏省常州市为例[J]. 现代商贸工业,2018(6):80-83.