

关于涉农电商产业链及减贫困境分析

于竞雯

西安石油大学, 中国·陕西 西安 710300

【摘要】实现共同富裕是所有劳动人民的共同目标。长期在扶贫、减贫过程中出现的一系列低质量、低效率问题, 最根本都是不可小觑的大问题。电商扶贫是依靠电子商务, 对贫困农户实现产销对接, 通过提供一系列等精准服务, 达到脱贫要求。

【关键词】涉农电商; 产业链; 减贫

Analysis on Agriculture-related E-commerce Industry Chain and Poverty Alleviation

Yu Jingwen

Xi'an Petroleum University, Xi'an, Shaanxi, China 710300

[Abstract] Achieving common prosperity is the common goal of all working people. A series of low-quality and low-efficiency problems that have appeared in the process of poverty alleviation and poverty reduction for a long time are fundamentally big problems that cannot be underestimated. E-commerce poverty alleviation is to rely on e-commerce to realize the connection between production and sales of poor farmers, and to meet the requirements of poverty alleviation by providing a series of precise services.

[Key words] agriculture-related e-commerce; industrial chain; poverty reduction

电子化、网络化的商业交易称为电商。近几年来, 我国选择在网购物的人数不断增加, 网购已成主流, 在此基础上, 多样化的电商网站与平台也在不断出现。电子商务最大特点就是其流程电子化、数字化, 没有传统那么繁琐与复杂, 实物流被电子流替代, 既为企业节省成本, 降低支出, 又打破了传统商务在时间与空间上带来的不便, 从而为交易提高效率, 增加收益。其次, 在农村, 由于地理位置等原因造成农民有果有菜卖不出, 堆积在家最终浪费的情况, 而电商的出现, 让他们把劳动成果直接变现更容易更快捷, 不用因为地理位置而烦恼。这样的形式让农村经济快速进入个性时代从而促进发展。况且电商在农村的兴起, 不仅是农业产品流动更快, 让停滞不前的农村经济前景变得更广, 对于农民们的种植也会大大的促进, 对于农村的就业也有新的推动, 让越来越多外出打工的人留在农村通过电商获得收益, 推动农村经济的发展。2019年4月, 习近平总书记到陕西进行电商走进农村的考察, 他指出, 协助农民卖出农副产品, 帮助其摆脱贫困, 推动农村经济的发展, 是大有可为的。据数据统计可以了解到, 在中国农村, 网民数量达到2.5亿, 农村电商破千万家。愈来愈多的企业或商家知道去农村找具有互相需要的农民作为突破口, 这种收益方式也让农民感到新奇。十四五规划中, 尤其重要的一节就是把乡村振兴战略做好做实, 让农民们不再卖不出农作物。新型电商同时也在推动农村的消费, 但为更好地适应消费者的要求, 农村电商也要及时更新, 跟上时代的步伐, 这也需要多方面共同加油, 打造更优的助农模式从而实现农民提高收益、实现农业振兴, 循序渐进实现自我发展, 让农民广泛加入电商活动中。

1 遂昌县 基本情况

遂昌县, 浙江省丽水市辖县, 位于浙江省西南部, 气候温暖湿润、四季分明。遂昌县总面积2539平方千米, 耕地面积1.03万公顷, 总人口19.43万人, 河道总长度2838千米, 植物资源丰富。该县水质优良, 拥有众多文化名村、自然景观与名胜古迹, 2019年同时获得全国绿色发展百强县市与入选了国家农产品质量安全县称号。2020年, 遂昌县全年地区生产

总值130.81亿元, 同比增长3.4%。

1.1 “赶街式”助力精准扶贫

遂昌县是国内最早一批进行电商走进农村探索的团体, 早在2010年他们就提出了“赶街”, 在那时他们首先发现互联网更有利于买卖的优势, 这对于连接农村商品与城市需求非常有利, 能达到资源的你我互通与共享。在那时, 遂昌县就打算依照国家所要求, 对农民进行帮扶, 贯彻精准扶贫, 将电商与“赶街”相结合, 创造遂昌县特有的发展模式。截至2021年3月, “赶街”在遂昌县的成功, 逐渐推广到全国各地, 现已在全国17个省、49各县、12000个行政村落实, 其服务全覆盖了1600万农民, “赶街”站点月均成交额突破2600万元, 在所覆盖的市县累计实现网络零售超过10亿元, 已经助50余万建档立卡贫困人口脱贫提高收入, 电商扶贫成效显著。

1.2 “七统一”标准化运营模式

遂昌县提出的“七统一”包括统一培训、统一采购、统一仓储、统一配送、统一物流、统一包装、统一服务。由于农民分散, 生产不集中, 要想降低人力物力成本, 提高收益, 就要进行销售集中化, 在销售层面得到更大的议价能力, 可建立一个能接受委托的中心, 一些线下操作的工作例如采购事项、配送服务、最后的结算等都可由委托中心进行办理, 为助农富农提供更优质的帮助与服务。

1.3 “草根创业”助力乡村振兴

遂昌县认为自己创立培育紧跟时代脉搏的电商人才最保险, 故与相关院校共同成立遂昌县农村电子商务学院, 定时开展一些选拔与择优大赛, 例如, 青年电子商务创业大赛, 赛前进行免费培训, 校内所有想学习的都可参与, 培训主要内容为电商理念知识, 为相关的工作与行业提供人才, 更好为社会服务。并且自从2018年开展遂昌县提出的“结对帮扶”政策以来, 四川省通江县157个贫困村全部摘帽, 累计脱贫人数超11.2万, 贫困发生率更是降至0.2%, 与此同时带动县里线上电商的商家短时间内增至2727家, 不仅领数人致富, 增加无数岗位带动从业, 更是提高经济发展。并且通过集中化与统一商品化, 实现各阶段分离模式, 将20多个特色产品进行网上销售。例如, 茶

叶、笋干、番薯干等,通过特色化形式,形成特色村,利用农名带动互联网新思维,推动低收入群体搭上“赶街”快车,经济收入持续增长,金竹镇通过“赶街”平台销售,实现10余名低收入农户增收进20万元。最重要的是建立独立体系,解决物流问题,让农民更放心,不仅获得足够的盈利,也能有效促进城乡结合,让农民也能体会到便利的生活方式,真正做到为农着想,节省资金投入,增加盈利收入。

2 “涉农电商”减贫机制

所谓的通过电商来进行对农民的减少贫困人口、带动收入提高,本质上是对贫农降低他的生活成本,增加他的收入,并且让他有稳定的工作以至于让全村的经济不后退,保持一定的速度增长。首先,贫困农户需要有真正想摆脱现状的决心以及一颗真诚学习的决心,因为他们想要发展,需要付出很大的努力,通过接触网络,学习大量的有关农业的生产、收益、甚至技术层面的知识,并通过发布信息,吸引外地游客,进行消费,在此期间要不断提高自身的学习新事物能力,增进自己与外界新事物的交流,把握住每一次机会。其次,在电商发展到一定时期,整个农产品产业链进入到平稳的发展趋势,但竞争愈来愈激烈,这就要求农民不断进行创新,在农产品、推广方式、服务上实现转变,进行改革创新,优化产业链,从而达到减贫目的。最后,在电商进入到农村后,整个农村都会发生巨大的变化,不论是经济上、日常生活中还是文化。都会发生翻天覆地的改变。在此基础上,曾经外出打工的农民、毕业大学生在外地进行工作的或多或少都会选择回到家乡进行工作,不仅带动农村经济发展,还更能解决留守儿童与老人的日常不便与不安全问题。因为“涉农电商”,大家都能享受到其带来的便捷,例如,杭州的桐庐县,在近几年来通过电商的发展,成为经济实力第一强县,打造成为物流之乡,其主要通过阿里巴巴作为自己的首个电商试点,创造了良好的行业氛围,并且它自身也有良好的产业基础作为支撑,政府对其扶持力度大,为电商的发展提供了优良的环境基础,在发展过程中也知道自己的不足与缺陷,通过以战养战策略,在行动中不断调整与优化,各层管理都及时审时度势,这才能让当地的产品销往全国各地,不仅满足消费者的需求,还能提高农民的收入,增加当地的经济水平。电商扶贫无疑是一场大战斗,要想打赢,必须坚持,加大力度。

3 “电商减贫”发展困境分析

在时代快速发展的同时,机会也在飞速前进,若不把握住每一次机遇,都有可能被淘汰,从而停滞不前,难以发展,进入死循环。尤其是贫困地区,在闭塞的环境内,要想跟上信息化浪潮,同时自身基础薄弱,缺点众多,差距相差大,要想快速发展无比艰难,面对这些情况,可从一下几个方面进行分析。

3.1 农民自身因素

在此之前农户对于电商完全没接触,对其不了解、毫无头绪,认为与自己毫不相干,有些尝试经营过,但由于其经营技巧薄弱与生产规模小,以及对于推广、营销等一窍不通,难以继续维持,最终导致放弃。另外,在生产过程中,种植的产品不统一,产品缺乏标准,让消费者难以对产品进行判断。部分农民对于电商仍不愿意接触,认为风险大,不愿意参与调整,再者,遂昌县大量的青壮年外出务工,留在家里多为老、幼、病等,缺乏创新意识,对合约与法律等不愿意了解与学习,造成限制贫农收入的重要原因,规模化生产难以进行,新品种难以推广,导致招商率减少。

3.2 农民与市场的平衡

农民在生产出产品之后,通过电商对接的是市场,其对市场的需求更敏感,主要注重市场、消费者需要什么,并非生产者生产什么,电商主要是消费者为主,再是生产者,因而一些农民需要求助一些企业或协会、政府进行销售,从而让自己与电商市场达到一种平衡,与中间这进行合理的配合,值得注意的是,一些电商为了蝇头小利,导致不加以熟悉,对农产品货源都不

清楚,以及运输、使用要求、甚至质量等不监管严格而出现的问题,让整个发展停滞,甚至滞后。

3.3 物流不全面

农村服务业发展滞后,互联网、将产品进行打包装、一些产品需要冷冻发货、仓储物流等体系落后,不完善的网点分布等因素也制约了农村电商的发展。并且农村地区偏远,山地等地形起伏大,物流成本过大,没有优惠政策的扶持,综合起来,成本的不断增大导致农民利润不断缩小,降低农民生产积极性,这也限制了其发展。

3.4 政府认知不到位

不同地区发展水平与发展条件不同,别的地区发展政策并不能完全适合本地区的发展,盲目的照搬只会让本地区助农事业难以发展,若不及时对已暴露的问题进行解决,只会让农民对政府出台的政策失去信任和出现正在进行的项目出现缓慢前进甚至停滞不前的严重现象。

4 对减贫困境的讨论与建议

笔者认为,若要精准扶贫事业快速发展,前提则是加快农村电商的推进,二者互相联系,缺一不可,且关键还要处理好政府与市场的关系,市场在这个过程中作为主体的作用重大,充分利用起来。

首先,政府应该起带头作用,制定合理有用的扶贫机制进行对症下药。创造新思路,开展新模式,带领农民走新道路。涉及公共等有关的问题政府需要及时发现并处理,例如,资金补贴、人才的培训等,还需加快土地资源利用的流转,完善机制,规范市场秩序,提高流转的效率,避免土地资源发生闲置、浪费等现象发生。政府也可以把企业与贫困户相连接,二者相互联系,进行合作对接,促进农业结构的调整,并且作妖战略规划,不打无意义的战争,每做一次调整都要有相应的收获。

其次,对于农民的一些落后及不正确观念,政府、企业或电商等其他主体需要加大对其进行宣传,让他们充分了解,二者只有通过充分结合互识,才能让农民切身体会、积极参与,学到有用的知识与技能。另外,对于返乡进行创业的大学生,合作的主体要对其进行大规模的培育,不可错失人才,并进行长久、持续性的培训,形成一人带动一村模式,持续传播知识,促使每个人都能掌握必备电商学识,拒绝没有意义的人才浪费与资源浪费,尽快提高经济水平。

打造好品牌,形成自己产品附加值。在每个阶段都要做好建设,生产出的产品要标准化,在物流上要做到能把产品完好无损地交到客户手上。在用户体验上能够做到让客户用的安心,用的放心,下次还会选择复购。并且对于在发展中出现的不规范问题,例如,欺骗消费者进行虚假宣传、质量不过关导致产品不合格等,当地政府或基层组织需要加强监管,坚决抵制不良商业行为,一经发现坚决从重处罚,切实保护好消费者的合法权益,同时也要提高农民的法律意识,通过各种相关教育、培训、新媒体宣传等,引导农民对法律树立一个正规化的认知,才得以保证农村电商的发展得以长久快速健康发展。

结语

到现在来看,电商在很多地区都已经得到推广并且获得发展,在一定程度上改变了农村落后的经济发展,甚至有些地区已经成功脱贫,效果显著。与此同时,电商在快速发展与适应中暴露出来的问题也需要各方面进行重视与处理,引导涉农电商在减贫过程中朝着更好的方向发展,帮助贫困户提高收益,为社会作出更大的贡献。

参考文献:

[1] 吴声凤,周兰,杜艳.大数据视域下的绿色减贫效益分析——基于贵州省M乡的调研[J].经济研究导刊,2018(24):3.

[2] 许慧.连片贫困地区绿色减贫成效分析——以四川四大片区为例[J].南方农机,2020,51(15):2.