

农村电商发展问题及对策研究探析

夏小艳 张会娜

(江西泰豪动漫职业学院)

摘要:《中国农村电子商务发展报告(2019—2020)》显示,我国农村电子商务规模稳中有升,2020年上半年农村网络零售达7668.5亿元,占全国网络零售的14.9%。其中,全国农产品网络零售额达1937.7亿元,同比增长39.7%,占全国网络零售额的4.6%^[1]。这些数据表明农村电子商务发展前景辽阔,然而在发展过程中也面临着很多问题,本文总结了农村电子商务发展过程中面临的4个主要问题,分别是冷链物流建设不完善、农产品品牌缺失、尚未打通农产品物流配送“最后一公里”、电子商务人才匮乏,并提出了相应的解决策略。

关键词:农村电商;物流配送;电商人才;最后一公里

Research and analysis of rural e-commerce development problems and countermeasures

Xiaoyan Xia Huina Zhang

(Jiangxi Tellhow Animation College)

Abstract: China's Rural E-commerce Development Report (2019-2020) shows that the scale of rural e-commerce in China is growing steadily. In the first half of 2020, rural online retail reached 766.85 billion yuan, accounting for 14.9% of the country's online retail. Among them, the national online retail sales of agricultural products reached 193.77 billion yuan, with a year-on-year growth of 39.7%, accounting for 4.6% of the national online retail sales^[1]. These data show that the development prospect of rural e-commerce is vast, but it is also faced with many problems in the development process. This paper summarizes four main problems in the development process of rural e-commerce, which are imperfect construction of cold chain logistics, lack of agricultural products brand, not yet open the "last kilometer" of agricultural products logistics distribution, lack of e-commerce talents. And put forward the corresponding solution strategy.

Key words: Rural e-commerce; Logistics distribution; E-commerce talent; Last kilometer

研究背景

2022年中国互联网络信息中心发布了第49次《中国互联网络发展状况统计报告》,报告表明我国正处于互联网经济高速发展期,网络购物已成为人们日常生活的一部分,农村电子商务发展步伐逐渐加快,将是未来电子商务行业的一片蓝海^[1]。由于城市电子商务发展基础较好,经过多年发展市场已逐渐趋于饱和,各大电商巨头将注意力转向了农村,农村电子商务市场得到了大力开发;另一方面扶贫助农、脱贫致富一直是国家、政府层面的重点工作,尤其当下全球经济受疫情影响,萎靡不振,给政府工作带来了严峻挑战。在这种“内外夹击”的背景下国家发布了一系列农村电子商务发展的利好政策文件如《中共中央国务院关于抓好“三农”领域重点工作确保如期实现全面小康的意见》、《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》、《中共中央国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》、《关于深入推进农业供给侧结构性改革加快培育农业农村发展新动能的若干意见》、《“十四五”冷链物流发展规划的通知》、《关于加快农村寄递物流体系建设的意见》等,旨在借助“互联网+”的热潮推动农村电子商务发展,完善农村电子商务发展的配套基础设施,确保“互联网+”农产品出村进城的顺利开展,以增加农民收入,真正实现扶贫助农,进一步巩固脱贫攻坚成果。本文基于前人研究总结农村电子商务发展过程中存在的问题,并指出解决策略,为国内农村电子商务发展提供参考借鉴。

1 农村电商发展现状

2020年10月中国农村电子商务大会发布了《中国农村电子商务发展报告(2019-2020)》,报告表明我国农村电子商务经济稳步发展,农村网络购物消费增速明显快于城市,且随着互联网基础设施的完善,农村网络购物规模将进一步扩大,成为我国经济发展的重要力量^[2]。

2 农村电商发展存在的问题

我国农村电子商务发展存在的问题主要表现在4个方面,分别是缺乏生鲜冷链物流体系、尚未打通农村物流“最后一公里”、缺乏农产品品牌建设、缺乏专业的电子商务人才。

2.1 生鲜冷链物流建设匮乏

生鲜冷链物流是阻碍农产品电子商务发展的重要障碍。一些农产品尤其瓜果蔬菜等生鲜类农产品保质期短,对物流条件要求极高,目前国内缺乏专业的农产品生鲜冷链物流供应商,农产品生鲜

冷链物流建设过程中主要面临以下几个问题。

成本昂贵,技术难度大。农产品生鲜冷链物流建设对温度控制、物流运输条件等要求极高,需要运用多项专业技术,建设成本昂贵,对企业的资金实力要求较高。目前我国农产品生鲜冷链物流服务水平还处于初级阶段,亟需完善、突破,以减少农民损失^[3]。

建设周期长。农产品生鲜冷链物流建设是一个系统庞大的工程,投资大、见效慢,光靠社会化物流是不行的,冷链物流“链”上的各个环节都是决定供应链流畅运作的核心点,因而各大电商巨头纷纷斥巨资投入冷链物流建设,其中比较有优势是京东,物流能力是其核心竞争力,也是建立生鲜冷链物流的一大优势^[4]。

国内冷链物流的建设和发展并不完善。首先冷链物流基础设施落后,且分布不均、功能失衡;其次,国内冷链物流监管标准并不完善,企业执行力度差,部分不良企业打着全程冷链的旗帜,却执行间歇性供冷进行经营,以此降低冷链物流的成本^[4]。

2.2 农产品品牌建设缺失

农产品品牌建设不仅有助于提升国内农产品行业整体形象,更有助于提高农产品的市场竞争力,实现农业增效、农民增收,甚至助推整个区域的发展。因而必须加强和重视农产品品牌建设,目前,农产品品牌建设过程中主要面临以下问题。

农产品质量问题。国内农产品种植过程中对化学制品的依赖性较大,严重影响了农产品质量^[5],加之国内大部分农民文化素质较低,创新能力、学习能力较弱,在培育特色农产品方面面临较大困难,这些因素不利于提升农产品质量。

品牌效应不明显、标准化缺失。一方面,随着特色农产品的普及,人们逐渐模糊了对农产品品牌的认知;另一方面,对于市面上的“明星”农产品,其他企业可以很快复制产出^[5]。这种行为助长了假冒伪劣风气的盛行,严重威胁、伤害了生产品牌农产品农户的利益,一定程度上打击了农户进行农产品品牌建设的积极性。

2.3 尚未打通农村电商物流配送“最后一公里”

家门口寄取快递会给消费者带来极大便利,然而要打通农村电子商务物流配送“最后一公里”并非易事,目前打通过程中面临着以下困难。

农村地区缺乏生鲜冷链物流的支撑,难以实现物流配送“最后一公里”。农村地区主要以当地特色农产品为主要销售对象,尤其贫困地区如江西、贵州、四川等西部地区主要销售瓜果蔬菜等生鲜品类,容易腐烂,因而对冷链物流依赖性比较强,然而目前国内农村

电子商务领域缺乏成熟的生鲜冷链物流供应体系,这意味打通农村电子商务物流配送“最后一公里”失去了基础支撑,限制了农村电子商务经济的发展。

农村地区地处偏僻,增加了物流上门取件及配送难度。通常快递员在进行上门取件或配送时会对照快递单面地址进行操作,然而一些农村地区地处偏僻没有楼栋号和门牌号,大大增加了快递员的上门取件及配送难度。

农村地区地广人稀,物流配送成本高、取件成本高。农村地区人口密度小,部分村与村之间相隔较远,无形中会增加配送员、取件员的时间成本、精力成本,为达到预期效果提升消费者购物体验,物流公司必须增加快递员数量,即同一个区域安排更多人手,以保证配送效率和取件效率。

农村地区物流配送网点少,缺乏物流配送基础设备。由于农村电子商务发展规模较小,物流快递自提设备尚未在农村建设,加之农村快递业利润微薄甚至处于亏损状态^[9],所以真正意义上的送/取件上门还未实现,大部分消费者还需到镇上取/寄件,时间、精力成本较大,而且农产品保质期短,可能路途中会发生毁损,居于此,大部分农户宁愿选择线下销售。

缺乏专业的农村物流人才。农村工作环境较差,岗位薪资福利待遇不完善,很多从事农村物流岗位的人都是农民,缺乏系统完善的物流知识,不能有效发现解决物流问题,因而只能从事一些简单的物流操作,不利于农村物流的长远发展。

2.4 缺乏专业的电商人才

2020年我国电子商务人才缺口达330万左右^{[7][8]},人才是发展的核心,目前农村电子商务人才发展存在的问题主要有以下几点。

农村电子商务人才面临“两难”处境。一是引进难,为引进电子商务人才,各地政府纷纷出台各项激励政策,但是成效甚微;二是留住难,好不容易引进来的电子商务人才呆不了多久就会离开。农村地区相比城市,交通落后,薪资福利不完善,职业发展空间较小,培训机会少,这些原因导致农村电子商务人才留住难。

高校培养电子商务人才与农村电子商务发展需求不匹配。国内电子商务人才缺口较大,尤其农村电子商务人才。出现这种问题的原因主要有两点,一是高校未树立农村电子商务人才培养目标,实际教学过程中缺乏理论与实践相结合;二是部分高校缺乏课程思政建设,不鼓励学生回乡创业或从事农村电子商务行业。

农村电子商务培训机构服务水平缺乏含金量。目前很多农村电子商务培训机构的服务水平仍处于初级阶段,培训内容没有涉及农村电子商务的专业知识,比如数据分析、网店推广、网店运营等,使培训成果难以应用到实际^[9]。加之前来参加培训的农民都是为了领取政府政策中的“补助”,学习过程中积极性不高,培训效果显然不佳。

3 解决策略

3.1 加强生鲜冷链物流建设

定期组织开展交流会。各地政府应牵头定期组织开展农产品生鲜冷链物流技术交流会,邀请相关企业尤其电子商务巨头企业积极参与,共同分享冷链物流建设前沿技术及心得,以推动农产品生鲜冷链物流建设步伐。

引进行业领军人才,缩短建设周期。目前生鲜冷链物流领域做的比较好是京东物流,可以以此为蓝本进行参考借鉴,帮助少走弯路;另外,政府层面需出台相应的激励措施引进行业内领军人才指导生鲜冷链物流建设,缩短建设周期。

完善冷链物流监管标准,并严格实施。相关部门应加强对冷链物流项目的监管,同时需不断完善监管标准,督促企业严格按照监管标准进行实施。

3.2 完善农产品品牌建设

创建品牌。卖家要善于挖掘农产品尤其特色农产品卖点,并根据市场需求进行改进和研发,同时做好宣传推广工作。另一方面需结合农产品的特点以及市场定位设计好品牌名称和图像标识,增强消费者对农产品品牌的印象,提高知名度和好感度。

提升品牌。农民要不断加强学习农产品种植、管理的先进技术,避免使用农药、化肥等化学制品,从而保护农产品品质。同时做好农产品网店营销活动、视觉营销设计、物流服务及客户服务工作,以提高消费者的整体购物体验。

保护品牌。农民自身要有品牌保护意识,对自有品牌要积极申请专利或商标,针对市场假冒伪劣农产品要积极举报或利用法律手段进行维权。

3.3 积极打通农村物流配送“最后一公里”

优化“最后一公里”物流配送方法。根据后台大数据,筛选出若干网购达人,经过考核后,要求他们取件时,有偿带回/来同村或

邻村的快递,提高配送效率。

物流配送合理选址,配备基础设备。考虑到农村地广人稀的特性,在保证物流配送员投递效率及消费者便捷取件的前提下,可依托大数据,根据各村网购情况选定配送网点地址及数量,并综合使用网购达人有偿代取件的方式,提高配送时效。与此同时,可配套使用一些配送设备如无人机、自提柜等,减轻配送员压力,推动农村电子商务发展。

培养专业的物流人才。国家层面应出台相关的政策法规鼓励专业的物流人才下乡就业或创业,推动完善农村物流体系的建设;个人层面要树立正确的价值观,有回馈家乡之心,具备专业的技能素质,在就业或创业过程中不断提升自我,并给家乡传递先进的物流管理理念,努力促进农村电子商务又好又快发展。

3.4 电商人才短缺解决建议

国家、政府层面加大激励政策,同时需完善薪资福利待遇。国家、政府层面需发布持续性激励政策,以吸引更多人才从事农村电子商务行业,持续性的鼓励政策有助于留住引进的人才,减少流失的概率,另一方面各地政府应完善农村电子商务从业者的薪资福利保障,要求企业规范管理,明确员工发展规划,并不定期开展专业培训,以及时传递先进的农村电子商务经营理念,提高员工的业务能力,促进农村电子商务繁荣发展。

开设农村电子商务课程,鼓励学生下乡实践,学以致用。高校要逐渐改变电子商务人才培养理念,注重理论与实践相结合。针对农村电子商务人才的巨大缺口,可以开设农村电子商务课程,注重培养学生掌握农村、农产品知识的能力,为从事农村电子商务行业奠定理论基础,另一方面可以树立农村电子商务人才培养目标,鼓励学生下乡实践,将所学应用到实践中,既响应国家扶贫助农的号召,又能无形中激发学生报效祖国报效家乡的热情,从而进一步升华学生的理论认知,为学生开展农村电子商务的创业就业活动奠定坚实的理论和实践基础。

加强农村电子商务培训机构管理,提高专业性。加强电子商务培训机构的规范性管理,提高机构开办门槛,培训教师需有相应的职业资格证书,设置培训机构考核标准,定期对培训机构进行抽查,对表现不佳的电子商务培训机构责令停止营业,对考核绩效优秀的培训机构鼓励扩大规模,并给与相应的政策扶持或补贴资助。对于参加培训的农民也采取持续性的激励措施,根据激励的程度设置不同的门槛,以激发农民学习的积极性,将培训的成果与实际应用接轨,充分发挥培训对农村电子商务发展的价值。

4 结论

农村电子商务发展速度越来越快,发展过程中不可避免面临很多问题,这些问题极大地限制了农村电子商务的发展,迫切需要政府、企业、农民共同合作、努力解决。虽然农村电子商务发展之路充满荆棘,但仍将成为未来电子商务行业的一片蓝海,目前已有越来越多的人投入开发中。

参考文献

- [1]《中国互联网络发展状况统计报告》,中国互联网信息中心,2022-02-25;
- [2]《中国农村电子商务发展报告(2019-2020)》,中国农村电子商务大会组委会,2020-10-30;
- [3]《生鲜冷链物流究竟是多大一道坎?》,中国食品报,高泓娟,2016-5-30;
- [4]《中国食品报》,高泓娟,2016-5-30.
- [5]《农产品品牌建设的5点突出意义》,搜狐网,2021-08-21.
- [6]《农村电子商务“最后一公里”物流配送问题及对策》经营与管理,丁红英,2020-11.
- [7]《2020中国农村电商人才现状与发展报告》,中国农业大学智慧电商研究院,2020-06-10.
- [8]《农村电商发展中人才短缺问题的思考和对策》,企业管理,赵亮,2017(09).
- [9]《毕业生求职季 今年电子商务行业预计能吸纳多少高校毕业生就业?》,人民日报,2020-6-28.

作者简介:

夏小艳(1991年9月),女,汉族,江西省吉安市人,学历:硕士,职称:助教,单位:江西泰豪动漫职业学院,单位邮编:330200,研究方向:人机交互、电子商务。

第二作者:

张会娜(1990年1月),女,汉族,河南省周口市人,学历:硕士,职称:助教,单位:江西泰豪动漫职业学院,单位邮编:330200,研究方向:公司财务与资本市场。