

重庆农产品电商产业发展现状与保障机制研究

龙娟

(重庆城市职业学院 重庆永川 402160)

摘要:重庆市农产品电商已表现出主导产业逐渐形成、电商模式逐渐本土化、电商服务平台基本形成、电商新业态加速涌现等良好态势,但仍存在农特产品规模与电商化不足、农产品电商流通体系需完善、农产品电商流通体系需完善、农产品电商人才难育也难留、农产品电商产业组织作用不充分、农产品电商质量标准体系不健全等问题制约着重庆市农产品电商产业的发展,亟需政府部门从完善农产品上行基础设施建设、加快农产品电商人才体系建设、完善农产品电商发展激励政策、健全农产品电商监管监控体系等方面构建重庆农产品电商产业发展保障机制,为重庆农产品电商发展保驾护航。

关键词:农产品;电商;产业链;保障机制

1 重庆农产品电商发展现状

2015年以来,重庆市认真贯彻党中央、国务院和市委、市政府关于大力发展农村电子商务的决策部署,深入落实《关于全面推动农村电子商务发展的实施意见》《重庆市电子商务扶贫提升行动计划》等文件要求,扎实推动农村电子商务发展。据第三方大数据平台监测,2020年重庆市农村网络零售额243.3亿元,同比增长11.5%。据市农村委统计监测,2020年重庆市农产品网络零售额130.7亿元,同比增长21%。当前,重庆农产品电商发展反映出如下特征:

1.1 农村电商主导产业逐渐形成

在农村电商的快速发展与有效积淀过程中,重庆市各区县也在积极培育农村电商主导产业,而且形成了一定的成熟产业。据数据统计,2020年重庆市30个区县农村电商主导产业总数达到了376个,主要集中在秀山县,占到了64.1%,长寿、梁平、万盛经开区三个区县的农村电商主导产业也在快速崛起。

在农村电商主导产业的带动下,各区也形成了农产品电商公共品牌和主打电商农产品种类,2020年重庆市30个区县均已形成主打农产品电商代表,而且呈现多元化、差异化发展的态势。大部分的区县已经树立了农产品电商公共品牌。

1.2 农产品电商模式逐渐本土化

各区县政府相继出台并落实了各项扶持政策,有效的推动了各区县农产品电商模式的发展,同时培养了当地农村相关人才。通过不同农产品电商模式的结合,增加了农产品推广效果。比如大型电商平台的引进,并联合本地的企业入驻电商平台,在平台上成立本地化农产品售卖频道,为本地农产品的电商化模式引入大量流量。并且在一定程度上鼓励本地的物流公司发展,通过平台模式的优势,带动本地物流公司与品牌物流公司的合作,从而起到通过物流公司进行农产品售卖及宣传的模式^[1]。

1.3 农产品电商服务平台基本形成

截至2021年,主城九区以外的各区县已建成集孵化、培训、数据分析、网货生产等功能于一体的农村电商公共服务中心28个、电商产业园(集聚区)33个、镇乡及村电子商务服务站超5500个,其中17个示范区县均建成农村电商公共服务中心,累计建成电商产业园(集聚区)18个、镇乡及村电子商务服务站3900余个,初步解决了谁来提供、在哪提供电商公共服务问题和集聚发展问题。

1.4 农产品电商新业态加速涌现

近几年随着国家直播经济的快速崛起与发展,重庆市也正加快

发展直播电商。各区县已建成或在建直播电商基地26个,其中17个示范区县22个;累计开展直播带货18180场、带货金额21.37亿元,其中17个示范区县直播带货7311场、带货金额5.72亿元。

1.5 农产品电商基础设施建设较完善

农产品电商以及产业链的发展离不开近些年来物流供应链体系的完善与发展。在2021年重庆统计年鉴中数据显示:重庆市的各区县公路总长度达到了3167.596千米,而在这其中1054.28千米的道路为硬化水泥的道路,重庆地区中有236个农村实现了道路全线贯穿。道路的发展协助了农产品电商物流供应链体系的发展快速。同时,重庆各区县地区的物流产业发展迅速,目前有几十家物流企业在正常运作,比如重庆国华货运中心、重庆山驰物流、重庆途泽物流等都可以发送大量的农产品货源,当然快递行业也是遍及各县各乡镇,比如顺丰速运,货物可当天到达,非常方便。

互联网基数建设和通信网络及5G移动网络的研发,重庆各区县183个村镇均实现了移动通信网络全覆盖,现各村镇都具备完善的信息化条件和基础通信设施,在全国通信5G通信的普及和推广下,移动互联网的应用更为广泛,这也为发展农产品电商提供了非常有利的保障。

2 重庆农产品电商产业发展中存在的问题

总体来看,全市农村电子商务发展特别是电子商务进农村综合示范创建成效明显,但通过调查、统计以及实地调研,发现重庆农产品电商产业发展中还存在不少问题,主要体现在以下几个方面:

2.1 农特产品规模与电商化不足

重庆幅员面积8.24万平方公里,其中山区丘陵占98%,平坝占2%,农业自然条件决定了农业生产基地规模分散。除柑橘、榨菜、脆李等少数品牌集中连片生产经营外,其它产业均存在产业布局分散,产量规模小,无法实现规模效应,销售物流成本一般达到总成本30%—40%左右。因此农产品电商品牌知名度低、影响力小或者没有品牌,部分农产品没有SC认证,网上竞争力偏弱;农产品生产组织化、标准化不够,电商化程度不高,产品质量参差不齐,农副产品加工包装不足,适合网上销售的农产品不多;网货产品结构不优,网上主要销售品类还是农产品,工业品较少,产品附加值不高;拳头网销产品缺乏,农产品价格优势不明显;特色产品、文旅产品、生活在线化服务等电商领域涉及较少,覆盖面不足^[2]。

2.2 农产品电商流通体系需完善

重庆经过这几年农产品电商的发展,物流流通体系也随之有所

进步和提升,但在农产品电商模式的发展中始终存在一个比较严重的问题,即农产品供应链体系的匹配度。农产品的电商模式想要得到大力的发展离不开高水平的物流供应链体系,而现在这两者之间出现了发展不均衡。

2.3 农产品电商人才难育也难留

调查显示,重庆市部分区县反映人才方面的问题。主要有表现在本地精通电商及电商服务业务的中高端人才匮乏,网红直播、主播带货人才稀少,相关配套服务企业少;现在人才能力较弱,学习能力和创新能力、市场行情分析研判能力不足,创新发展意识不足;区域吸引力弱,培育的有所技能的人才向大城市流动趋势明显。而且在乡镇中大多数的农民文化程度不高,且对互联网的使用和运用程度较低,农户来开展农产品电子商务需要较长的过程和较多精力^[9]。而且很多农户认为农产品电子商务的模式对农产品的销售影响并不大,部分农户由于受到信息技术运用的局限性,担心网络交易的危险性而不通过电商平台销售产品。此外,由于部分农民电商意识的缺乏和电商平台操作的复杂性和使用门槛,很多农村的从业人员望而却步,电商客户服务人才的匮乏,导致各平台使用率低,客户问题不能得到及时的处理与反馈,从而影响了各电商平台客流量,在销售和服务的环节遇到难以突破的瓶颈^[4]。

2.4 农产品电商产业组织作用不充分

从农产品电商产业组织化程度看,目前重庆市蔬菜、水果、中药材、茶叶等一些优势产业多数以农户、家庭农场、农民专业合作社、小型农业企业生产经营。生产经营主体之间多数没有建立合作机制,形成利益共同体,主要以自产自销方式进行市场交易,缺乏讨价还价的主动权,生产利润被市场流通商挤压。农产品电商产业发展时间战线长,发展又千变万化,部分农产品电商产业环节不适应行业发展变化或区域发展形势。其中,秀山、城口等个别区县公共服务中心因房租到期、规划调整等原因重新选址建设,石柱等个别区县公共服务中心在相关部门突击抽查时未开门运营,彭水等个别区县农村电商物流配送中心已关门改做他用或农村电商物流整合失败恢复为各自为战状态,相当部分乡镇及村服务站未正常运营。目前,重庆市大部分区县缺乏龙头企业,示范性、带动性不够;电商、网商较分散,集聚抱团发展不充分;认识不到位,数字经济、直播电商等新营销理念能力不足,品牌意识不强,产品创新不够,同质化竞争严重;电商产业园入驻企业不多,人气不旺。

2.5 农产品电商质量标准体系不健全

农产品作为非标准化产品,其质量标准体系无法按照标准产品来进行制定,农产品质量涉及同品类不同品种、同品种不同规格等多个农产品生长纬度,需要长期的数据统计和分析对其进行一定标准的判别。因其生长周期和各品类的多样性,农产品的品牌还比较单一^[6]。在品牌方面,好的品牌是打开产品市场的关键要素,重庆虽然已经设立了具有本地特色的品牌农产品,但品牌的名气小、产品生产规模不大等,这些问题也加大了重庆本地品牌发展壮大难度。

3 重庆农产品电商产业发展保障机制

3.1 完善农产品上行基础设施建设

基础设施建设是解决农村物流问题的前提条件,是农产品电子商务产业链建设的开端。一是合理统筹农村地区的运输网络,科学规划运输路径,缩短运输距离与时间,降低农产品配送成本。按照先通畅、再优化的思路,确保每个建制村建立出村运输渠道。二是

完备冷链配套实施设备。以农产品产地为源头,加强村级冷库建设,降低流通损失,也为农产品县级干线运输质量提供前提保障。同时,发挥区域产业集群的效应,提高冷库的使用效率。三是加快农村信息化基础设施建设。以农村宽带、网络基建为突破口,推进互联网、物联网、大数据、云计算等现代技术在冷链物流领域的应用。以农产品供应链为核心,建立生鲜农产品流通检测平台,提高农产品安全质量。

3.2 加快农产品电商人才体系建设

农产品电商人才体系是推动农产品电商产业链发展的基础条件,因此,重庆市应进一步加大农村电子商务的人才培养工作。一是转变农户传统观念,培育农户电商意识,增强农户参与农产品电商的积极性。同时对农户开展电商基本常识、电商操作能力培训,提高农户信息检索、网上交易和防范风险等能力。

二是再提升农村电商人才培育培训。整合商务、农业、扶贫、教育、移民、就业等培训资源,多渠道、多样式开展农村电商培训,构建农村电商培训体系。针对企业高管、返乡农民工、农村青年等不同人群,深入开展短期、中期、长期结合的递进式培训。推动高校、职业院校、区县职业教育中心开设电子商务课程,建立校地合作培训模式,建设农村电子商务创业培训实训基地。鼓励电商人才投身农村电商事业,支持区县通过临聘、兼职、招商引资、投资创业等方式吸纳电商人才。

3.3 完善农产品电商发展激励政策

农产品电子商务物流成本高,完全依靠市场推动,实践效果较差,需要借助政府激励力量刺激快速发展。健全个人、中小企业的征信认证体系,提高贷款融资能力;简化相关贷款审核、申请、放款流程,为农产品电商提供便捷的贷款融资渠道。设立冷链物流建设专项资金,用于建设或改造冷藏、冷运、托盘等农产品冷链物流设施设备。通过减税降费、贷款贴息等方式,鼓励农村物流基础、网点改造、冷链设施建设项目。通过信息资费优惠政策,普及农村信息化。通过农产品上行配送补贴,带动社会资本共同参与农产品电子商务工作。通过奖励政策,打造一批民族农产品电子商务综合示范基地。

参考文献:

- [1]高青安.长春市生鲜农产品冷链物流发展研究[D].吉林大学,2021.
 - [2]宋瑛,杨建安.重庆农产品电子商务发展研究[J].商业经济研究,2017(02):159-162+2.
 - [3]赵彩霞,韩静,徐慧丹.新媒体时代“电商直播+农产品”营销策略优化[J].商业经济研究,2022(17):103-105.
 - [4]黄治春.新时代背景下农产品电商的困境与对策研究——以湖北省恩施州恩施市为例[J].安徽农业科学,2022,50(15):234-236.
 - [5]黄治春.新时代背景下农产品电商的困境与对策研究——以湖北省恩施州恩施市为例[J].安徽农业科学,2022,50(15):234-236.
- 作者简介:龙娟(1983.1-),女,汉族,重庆永川人,重庆城市职业学院,管理学硕士,副教授,从事市场营销、营销策划研究。
- 1.重庆市教育委员会人文社会科学,课题编号:20SKGH337
 - 2.重庆城市职业学院,课题编号:XJSK202001009
 - 3.重庆城市职业学院智慧零售协同创新中心项目成果,课题编号:KYPT202200003