

农村电子商务发展带动农村经营新模式

——基于江苏省“淘宝村”的案例研究

刘静, 李佳乐, 刘常瑜* (南京农业大学经济管理学院, 江苏南京 210095)

摘要 随着电子商务的发展, 中国部分农村地区出现了一种特殊的现象, 这些地区的很多农民都以在“淘宝”上开网店为生, 所售产品基本来自于该村作坊生产。以“淘宝村”为代表的电商平台模式是一、二、三产业融合发展的实践成果。该研究以江苏省2种典型“淘宝村”——沙集镇东风村、颜集镇堰下村为样本区域, 基于实地调研数据、案例分析以及理论研究成果, 拟对这种新型农村经营发展模式进行分析。在了解运行现状的基础上, 分析“淘宝村”发展至今存在的问题, 为农村新型经营模式提供政策建议。

关键词 农户; 电子商务; 淘宝村

中图分类号 S-9 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2015)20-293-03

E-commerce and the New Model of Rural Business Management—A Case Study of Taobao Village in Jiangsu Province

LIU Jing, LI Jia-le, LIU Chang-yu* (School of Economics and Management, Nanjing Agricultural University, Nanjing, Jiangsu 210095)

Abstract With the development of electronic commerce, there is a special phenomenon in rural area of China, a lot of farmers in these areas are in the ‘Taobao’ open shop for a living, the sale of products from the village workshop production. Electronic business platform mode of ‘Taobao village’ is the representative of the one two three rural industry convergence practice. In this study, Jiangsu Province, two kinds of typical ‘Taobao village’: Dongfeng Village Shaji Town in Xuzhou and Yanji Town in Shuyang for sample areas, based on the field survey data, case studies and the theoretical research, the new rural operation development mode was analyzed. Based on the understanding of the operation situation, existing problems were analyzed, several policy suggestions for rural new type operation mode were put forward.

Key words Farmer; E-commerce; Taobao Village

据中国互联网络信息中心统计,截至2014年12月,我国网民规模达6.49亿人,互联网普及率为47.9%。我国互联网产业展现出一片生机与活力。与此同时,电子商务产业正在蓬勃发展^[1],这为农村经济发展提供了信息化的沃土,催生了信息时代下农村经济发展的新模式——“淘宝村”。在这些被称为“淘宝村”的农村地区,农民身份与人们传统观念上的认知出入很大,他们不再过着“面朝黄土背朝天”的生活,而是在村域生产优势的基础上投身于“淘宝”开网店的创业浪潮中,人均年收入逾10万,甚至多至几百万。并且通过农村这个“熟人社会”强有力的示范与带动,形成集聚效应。笔者通过对江苏省基于不同产业基础的两大“淘宝村”——沙集镇东风村、颜集镇堰下村进行走访调研,基于实地调研数据、案例分析以及理论研究成果,力图剖析“淘宝村”电子商务产业的运作方式,并在了解运行现状的基础上,分析“淘宝村”发展至今存在的问题,为农村新型经营模式提供政策建议。

1 调查方法

电子商务作为国民经济新兴的一大创新推动力,已经潜移默化地渗透到社会生活的各个角落。江苏省目前自发形成的两大“淘宝村”,即沙集镇东风村、颜集镇堰下村,具有典型的代表性,发展状况佳,均入选首批“中国淘宝村”。

调研组采取的调查方式为:先与村委会联系,对村干部进行深度访谈,初步了解每个“淘宝村”的发展状况、政府措施与态度等情况,然后在村委会的指导与帮助下,通过问卷

方式对农民电商进行入户调查,对特殊典型通过访谈调查,获取农民电商个体家庭基本情况、电子商务运营情况、商户网店经营行为、现阶段存在的问题等信息。该研究于2014年7~8月展开正式调查,调查采取入户问卷调查的形式,调研过程中根据商户回答填写问卷。在进行商户问卷调查的同时,调查人员还与各村政府的相关负责人进行了深度访谈,从政府层面了解“淘宝村”发展状况以及管理扶持情况。调研组此次调研累计问卷200份,有效问卷188份,有效回收率为94%,其中沙集镇东风村110份,颜集镇堰下村78份。

2 样本区网络销售发展概况

2.1 徐州市睢宁县沙集镇东风村 沙集镇东风为当今中国年销售额第一、综合实力第一的“淘宝村”,同时也是最早兴起、最典型的农村电商集聚地。东风村现有1180户,网商478户,有3000多人从事网络销售。东风村原主导产业为废旧塑料加工,属环境污染型产业,亟需产业升级改造。沙集电商的最早创始人孙寒于2007年开始仿制宜家家具在网商平台上销售,凭借成本优势很快销售一空。自此他抓住创业机会^[2],不断寻找家具式样,加工后进行网上销售。他的成功随着亲缘与地缘关系迅速扩展,再加之网络强大的传递性^[2],使得更多村民注册淘宝网销售家具。以网上消费者需求为导向,东风村的家具产业逐渐发展为家具制造、网店销售、快递服务、木材供应等在内的完整产业链。

沙集镇网商协会副会长王鹏表示,尽管“淘宝村”是农民自发形成的,但村委会在发觉此利民致富的新途径后,除了邀请外地讲师、“淘宝大学”前来培训外,政府也采取了各种扶持办法,如土地调整、资金支持。对于“淘宝村”的未来设想,希望通过优化打造大户发展模式,将规模较小的电商以务工形式融入主要的几家品牌龙头企业,便于管理的同时也

基金项目 江苏省高等学校大学生创新训练计划项目(20141030-7007Y)。

作者简介 刘静(1995-),女,河南信阳人,本科生,专业:农林经济管理。*通讯作者,本科生,专业:农林经济管理。

收稿日期 2015-05-18

可以缓解小作坊技术水平有限以及环境污染问题。

2.2 宿州市沭阳县颜集镇堰下村 颜集镇堰下村共有村民700多户,网上花店200多家。相比东风村,颜集镇堰下村模式依托原产业基础,在传统农产品销售模式的基础上,通过电商平台拓宽产品销路。堰下村得益于优越的自然条件,自古享有“花木之乡”美誉,20世纪80年代开始村民以种植和经营园林绿化苗等经济作物替代农业作物。调研组在访谈中得知村民任某偶有机会在家开起了网店,利润颇丰,众多村民纷纷效仿,青年人相互学习开店技能。网店生意的旺季集中在春秋两季,其中网销产品中绿化苗占60%,其余为室内盆栽。此外,调研组还发现,不少商户家门口都有政府颁发的“诚信户”“文艺工坊”牌匾,优秀经营户还会获得政府相关的物质奖励。由于苗木初始投入大,政府还采取了零担保贷款政策鼓励发展。

调研组成员在与姜晓成村长的交流中感受到,堰下村的发展成果喜人,其成为“淘宝村”大部分凭借的是长久以来的生产优势,网店产品薄利多销,风险也较低。政府对于竞争问题提出了品牌化和价格优越化策略,对于假货问题则采取了家家户户签订诚信合同书的办法,且村镇交通便利,快递行业竞争激烈。随着开店村民的增多,村内治安环境良好。

3 实体经济运行模式

研究结果表明,“淘宝村”走出了一条“商户+电商平台+家庭作坊+现代物流运输系统”的经济运作道路。其中,商户是运作主体,在调动主动性的同时,可以更灵活地根据市场需求变化产品经营模式^[3]。电商平台是连接纽带,促使商户与消费者直接完成对接,减少以往农产品销售过程中信息不对称问题。商户一方面通过网上相关平台发布的产品价格信息调节产品生产,极大改善以往信息不通造成的生产过剩或生产不足的问题;另一方面通过“淘宝”等网上平台销售产品,省去流通中的多个中间环节,使消费者少花钱,农民多赚钱,在很大程度上解决了农产品运销过程中成本加价的问题。实地调研数据显示(表1),通过电子商务平台销售产品,2个样本区域将近90%的农民收入得到提高。

表1 商户经营前后收入变化 %

经营网店后收入增幅比例	东风村	堰下村
增加50%及以下	41.8	61.5
增加50%以上	45.5	26.9
减少	0	0
持平	12.7	11.5

家庭作坊是生产基础。“家庭作坊”这个环节将调动家庭成员生产积极性与成员专业化合理分工紧密结合。商户在结合比较优势选择经营产品种类后,将家庭内部的生产经营活动结合成员特点以及所拥有的生产要素进行专业化分工。其中调研的2个样本区域,东风村主营家具板材生产,多采用自家院落进行生产活动,场地基本在100 m²以内。堰下村主打花卉盆栽种植,绿植所需种植面积大,受限于当地人均土地面积,村民选择在临近的村庄租地种植。现代物

流运输系统是支撑。调查中所有“淘宝村”商户都将产品的发货运输工作外包给物流公司与快递公司。商户表示,当地的物流支持系统为产品的销售提供了方便快捷的运输支撑。

“商户+电商平台+家庭作坊+现代物流运输系统”的模式如今在农村有很强的可复制性。截至2014年12月,全国已有各种类型的“淘宝村”211个,遍及福建、广东、河北、河南、湖北、江苏、山东、四川、天津、浙江等10个省,涉及产品包括家居、服装、箱包、农产品、小商品、户外用品等多个品类,相较于2013年呈现“井喷”式的发展态势^[4]。

4 存在的问题及发展建议

笔者通过实地调研验证了目前相关文献中所提到的“淘宝村”在发展过程中出现的产业升级遭遇瓶颈、“融资难”困境以及农村电子商务监管缺位等问题^[5]。同时随着运作模式的逐渐成熟,又面临新的挑战,基于此提出相关发展建议。

4.1 人才缺乏 “淘宝村”商户的受教育程度主要集中在初中水平,只有30%左右的商户受教育程度为高中及以上(表2)。大部分受访者表示,其网店经营技能主要凭借自学以及邻居亲友教授习得,基本操作较方便。研究发现网店经营的好坏与经营者的信息掌握程度、电脑技术熟练度以及网店经营技巧有很大关系,所以“淘宝户”会有意识地雇佣文化程度更高、对新鲜事物掌握速度快的年轻人负责网店的经营与日常维护。与此同时,在东风村的调查中不少商户表示目前该村面临“用工荒”的问题,家具生产迫切需要熟练掌握木工技巧的师傅。所以在针对“淘宝村”商户网络技巧培训的同时,也应关注产品生产人才缺乏的问题,帮助经营者向标准化、规模化企业目标迈进。

表2 商户受教育程度分布 %

受教育程度	东风村	堰下村
小学及以下	9.1	3.8
初中	46.4	46.2
高中	22.7	26.9
中专	8.2	10.3
大专及以上学历	13.6	12.8

4.2 空间束缚 尽管“淘宝村”的产品生产场地多借助商户自家宅基地,但是调研过程中,东风村村民表示,家具生产需要占用的空间大,目前的生产量受到场地约束,生产规模无法进一步扩大。堰下村村民也表示,目前绿植的租地面积需要进一步扩大,然而周边村庄的土地已经基本租完,需要向更远的村庄租地。因此笔者建议当地乡镇政府及村委应帮助商户解决土地紧张问题,通过政府力量为商户协调用地。

4.3 同质化竞争 调研中,超过50%的网店经营商户反映目前最大的问题是同质化竞争。值得关注的是,多数个体经营者在政府号召与他人经验教训下,已经认识到产品质量、售后服务、宣传促销等问题。表2列出了“淘宝村”商户面对同质化竞争问题时所采取的解决措施。从表中不难看出,经营者在意识到产品更新与差异化,以及产品质量对于提高自身竞争力重要性的同时,品牌与信誉意识亟待加强。所以商户应在当地政府的帮助下树立品牌观念,追求诚信经营,培

养顾客对该村特色产品的品牌忠诚度。

表3 商户问题解决措施分布 %

解决措施	东风村	堰下村
降低价格	23.6	42.3
产品更新	38.2	19.2
品牌化	1.8	0
差异化	27.3	34.6
提升质量	54.6	46.2
改变产品	10.9	11.5
提升信誉	14.6	11.5

4.4 缺少组织 相比堰下村目前无成熟电商协会的现状,东风村作为中国最早兴起、最典型的农村电商集聚地,已经有当地电商组成的电商协会。电商协会在协调和组织方面发挥了实质性作用,电商抱团成长,“淘宝村”的发展有了相对清晰的规划。然而不少受访者表示电商协会在面对商户间恶性竞争问题时,仍无法给出有效的解决措施。因此“淘宝村”商户在建立自己的电商协会,彼此相互交流经验,解决经营难题的过程中,还需强化电商协会职能,树立电商协会的威信。

4.5 服务业等配套产业发展羸弱 实地调研过程中“淘宝村”相关的电子商务服务业基本上限于物流快递企业,其他诸如代理运营、店铺装修设计、图片摄影、餐饮、住宿等类别的服务商基本很少。以产品展示图片为例,许多商户依然采用直接拷贝网络图片或者盗用他人图片的方式。在服务业缺失的情况下,当地电商店铺运营水平快速提升受到制约。

(上接第292页)

大反季节蔬菜的种植力度。茶叶产业以适宜乡镇为基地,加大中低产茶园改造力度,推行标准化种植,发展高产优质茶园。在气候适宜区,扩大猕猴桃的种植面积,规范化种植,打造精品果园。引进优良品种,在刺梨适宜种植区扩大刺梨的种植面积。

二是强龙头,增加发展后劲。抓好以马铃薯为核心的农产品加工企业的招商引资工作,积极创造条件,促进企业发展。加强对各种农业协会的扶持力度,积极创造条件,培育发展新的专业技术协会、专业合作社,培养农民经纪人,提高农民进入市场的组织化程度,带动地方特色产业基地的发展。加强农产品品牌创建和申报注册工作,积极组织企业参加省内外农产品展销活动,提高品牌知名度和市场占有率。

三是做好产后保鲜、贮藏和流通,确保农民增收。加大贮藏库的建设力度,加强各类专业市场建设,发展运销大户,切实搞好农产品流通,彻底解决农产品的卖难问题,确保农民收入稳步增长。

3.2.3 加强水利建设和中低产田土的改造力度,提高抗灾

笔者建议,在市场经济环境下,由政府牵头吸引更多有意向的投资商为“淘宝村”配套产业发展注入新鲜活力。

5 结论与讨论

通过对江苏省两大“淘宝村”进行的走访调研,基于实地调研数据、案例分析以及理论研究成果可以得出结论:“商户+电商平台+家庭作坊+现代物流运输系统”的经济运作道路,在基础设施条件具备的农村地区,结合村域经济发展现状,通过电商平台发展电子商务大有可为,前景广阔。

“淘宝村”模式将现代电子商务融入农村生产,有力地推动了村域经济发展。作为现代农村发展的新模式,对于农民“兴家、兴村、兴业”美好愿景的实现以及我国目前“大众创业、万众创新”社会环境的营造有极大的促进作用。与此同时,农民电商需要认识到差异化经营的必要性,将重心调整到提升店铺运营能力上,注重向企业化、品牌化方向发展。此外,政府有效发挥政策职能以及经济职能,在资金扶持、人才培养、基础设施完善、法制监管等领域改善“淘宝村”发展环境,让农民电商群体繁荣而富有竞争力,并在互联网模式下处于长期领先地位。

参考文献

- [1] 李艳菊. 论我国农业电子商务发展动力机制与策略[J]. 求索, 2015(3): 84-88.
- [2] 刘杰, 郑福田. 社会网络, 个人职业选择与地区创业集聚——基于东风村的案例研究[J]. 管理世界, 2011(6): 132-141.
- [3] 张琳, 张斌. “淘宝村”: 农村经济发展新路径[J]. 光彩, 2011(4): 34-35.
- [4] 钱玉娟. 淘宝村的另类生存[J]. 中国经济信息, 2013(17): 66-67.
- [5] 阿里研究中心. 中国淘宝村研究报告[R]. 2014-12-29.

综合能力。大力加强中、低产田土的改造力度,逐步向深山区、石山区、少数民族聚居区推进,合理规划设计,提高质量标准,突出效益,注重与产业结构调整相结合。加强农田水利建设,把造地、修路、改土、蓄水、防洪排涝结合起来,切实加强和改善农业生产条件,增强防灾、抗灾和减灾的能力。

3.2.4 提高农业结构调整的科技含量。提高农产品品质,降低生产成本,增加效益离不开科技,在产业结构调整中要重点抓好优势产业的品种更新、技术更新、知识更新3大工程,其核心就是抓好科技人才的培养、选拔和任用,关键是要建立一支高效、精干的科技推广队伍,长期深入农村开展技术示范与推广工作,促进科技成果的转化。

参考文献

- [1] 陈烦, 周祖竣. 基于灰色关联分析模型的农业产业结构调整研究[J]. 安徽农业科学, 2012, 40(10): 6192-6194.
- [2] 刘小燕. 基于灰色关联分析的文山市农业产业结构调整优化研究[J]. 文山学院学报, 2013, 26(3): 86-90.
- [3] 郭丽娜, 骆高原. 浙江省农业产业结构的灰色关联度分析[J]. 山西农业科学, 2011, 39(2): 174-176.
- [4] 邓聚龙. 灰色预测与决策[M]. 武汉: 华中理工大学出版社, 1986.
- [5] 罗庆成, 徐国新. 灰色关联分析与应用[M]. 南京: 江苏科学技术出版社, 1989.