

农村电子商务发展瓶颈及对策 ——基于江苏沭阳颜集镇花卉“淘宝村”的研究

史修松, 陈晨, 吴江南 (淮阴工学院商学院, 江苏淮安 223001)

摘要 以沭阳颜集镇花卉“淘宝村”为例, 根据对颜集镇农商户的访谈、实地考察以及调研结果, 分析了颜集镇花卉“淘宝村”在发展过程中存在的问题, 为我国农村电子商务更好更快的发展提出政策性建议。

关键词 农村电子商务; 淘宝村; 花卉; 对策

中图分类号 S126 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2017)07-0208-02

Bottlenecks and Countermeasures of Rural E-commerce Development—Research on Taobao Village of Yanji Town, Shuyang City, Jiangsu Province

SHI Xiu-song, CHEN Cheng, WU Jiang-nan (Huaiyin Institute of Technology, Huai'an, Jiangsu 223001)

Abstract Taking the flowers “Taobao villages” in Yanji Town of Shuyang as an example, we analyzed the existing problems of flowers “Taobao villages” in Yanji town through interviews with Yanji town of agricultural businesses, on-the-spot investigation and research results. We put forward policy suggestions for Chinese rural e-commerce better and faster development.

Key words Rural e-commerce; Taobao village; Flowers; Countermeasure

随着电子商务在我国不断发展, 农村网络基础设施建设的不断加强, 大量的“淘宝村”在浙江、福建、江苏等地的农村涌现。农民将农产品通过第三方电子商务交易平台“淘宝网”进行销售, 拓宽了农产品的销售途径, 提高了农产品的销售量, 拉动了当地经济的发展^[1]。截至2016年10月底, 根据阿里研究院和阿里新乡村研究中心联合发布的《中国淘宝村研究报告(2016)》, 全国“淘宝村”首次突破1 000大关, 达到1 311个, “淘宝镇”达到135个, 至少创造84万个就业岗位。“淘宝村”作为电商经济体的局部, 已经由自发、萌芽阶段逐渐发展而转入到协同化、规模化阶段^[2-3]。它不仅增加了农商户的收入, 而且充分地带动了当地农民创业就业。“淘宝村”在高速发展的同时, 也面临着一些瓶颈^[4-5]。只有正确地分析、研究这些问题并制定可行性的规划, “淘宝村”才能更好更快地发展。笔者以江苏沭阳颜集镇花卉“淘宝村”为例, 分析了农村电子商务发展中的瓶颈, 提出了相应对策。

1 沭阳颜集镇花卉“淘宝村”发展现状

作为我国农村电商发源地之一的江苏省沭阳市颜集镇, 2016上半年花木销售额首次突破10亿元大关, 实现11.5亿元, 同比增加22.5%, 其中网络销售额达5.9亿元, 占比51.3%。自2015年以来, 新的创业模式即“支部+电商”被颜集镇积极地推行, 政府及相关部门走在网络创业道路的前端, 不断加强在资金、信息、技术、物流运输等各方面的服务水平, 支持农户网络创业, 积极鼓励外出劳作的青年回乡创业就业, 从事网络销售花木的工作。据统计, 全镇已有1 600名外出大学生及初高中毕业生加入到回乡网络创业队伍中。目前, 全镇网络创业项目已超过6 000个, 有14个村符合全国规定的淘宝村考核认定标准, 预计2016年年底该镇可达

到“淘宝村”100%覆盖率。

近年来, 沭阳县以“打造全国知名网上创业地域品牌”为目标, 全力放大网络创业优势, 大力开展网上创业工程, 采取县乡统筹、上下联动的方式, 努力培养高素质、有文化、熟悉网络知识的新型农商户, 不断提高广大花农的网络经营能力, 形成了“网店带市场、花木经纪人连农户”的网络销售机制。沭阳县在全力推进网络创业工作中, 以互联网为平台, 构筑由网络中介公司、淘宝店以及花木经纪人、花农等组成的富民产业链。此外, 沭阳县还启动建设了3个网络创业园区、2个网络创业基地、4个网络创业示范村(居), 努力为网络创业者提供良好的创业环境。

2 沭阳颜集镇花卉淘宝村发展瓶颈

2.1 同质化竞争 由于以淘宝网为主要交易平台的销售渠道拥有低门槛、低成本、低风险、高收入等优点^[6], “淘宝村”的发展必然是大势所趋。销售农产品的网店将只增不减, 同质化竞争也只会愈发激烈。

沭阳县开网店的花农多于6 500家, 其中颜集镇堰下村中网商最为密集, 全村有1 000多家网店。这导致颜集镇出现了大量农商户销售的商品在使用价值、包装与服务、经销手段上相互效仿, 以致产品的技术含量、使用价值逐渐趋同的现象。同质化的竞争将会降低花卉的利润额度, 许多农商户为了卖东西而卖东西, 一味地打价格战, 不求创新。因此, 怎样在严重的同质化竞争下脱颖而出, 成为颜集镇农商户要解决的首要难题。

2.2 组织化程度不高 颜集镇花卉“淘宝村”的形成是花农的自发行为, 花农胡某率先用网络将花卉销售到全国各地的方法替代了传统的“面对面”的农业交易, 在取得较高的利润后, 亲戚朋友以及四周的花农开始仿照并学习。然而, 互为竞争关系的农商户之间交流少、互动不频繁, 新网商在没有经验的情况下, 从开始网上销售到产生经济效益将费时费力。由于组织化程度不高, “淘宝村”整体的盈利能力受到严重的影响。

基金项目 国家社科基金项目(16BJY131); 江苏省社科基金项目(15GLB011); 江苏省软科学项目(BR2016023); 大学生创新训练项目(201511049002)。

作者简介 史修松(1968—), 男, 江苏泗阳人, 教授, 博士, 从事区域经济研究。

收稿日期 2017-02-03

2.3 服务业的相对缺失 电子商务的发展也带动了物流配送业的迅猛成长。随着“淘宝村”的壮大,颜集镇从最初的没有快递公司,到现在随处可见快递点。但是配套商品包装、店铺装修、客服、摄影美工等服务相对缺失。在服务业缺失的情况下,当地网商店铺运营水平快速提升受到制约。

2.4 网上支付体系不健全 对于网上交易来说,买方按时收到卖家发出的符合质量要求的货物,卖方按时收到买方支付的货款即表明交易完成。目前电子商务所使用的第三方支付途径主要是银联、支付宝、微信等。而发展农村电子商务时,网店店主是对手机 APP 不熟悉的农民,而且农村地区的银行数量不多,种类较单一,网上交易成为难题,限制了电子商务的发展。

消费者在网上进行购物时,首先考虑到的是网络支付是否安全,这也是买卖双方在网上虚拟的交易过程中尤为关注的方面。联系方式、交易的数量、商品的评价等各种信息的泄露和欺诈交易都让消费者在网上交易存在的安全隐患担忧。在经济欠发达的农村地区,网络基础设施仍未完善,缺少安全可靠的网络环境,制约了电子商务的发展。

2.5 缺乏品牌意识 淘宝网店的数量不在于多而在于精,更要精益求精。虽然颜集镇在淘宝网上的店铺众多,但实行品牌化经营的店铺很少,大多数处于初级的产品营销阶段。农商户常用短期目标来衡量品牌,短期内没有品牌效益,他们就放弃走品牌化战略。然而,随着电子商务的深化,只注重短期销量必然会失去品牌体现和品牌积累。农商户想在商业战争中取得优势,就一定要走品牌化发展道路,为自己的产品赢得市场。

3 农村电子商务发展对策

3.1 增强商品和服务特色 面对同质化竞争的问题,农商户可采取以下措施:第一,在营销战略上一定要将产品和服务绑缚在一起,始终坚持“顾客就是上帝”的理念,让顾客体验到附加值较高的超水平服务。当产品同质化难以进行实质性改变时,可以在服务上实行差异化,提高顾客的好评率,进一步提高顾客的总满意度。第二,必须重视市场推广和广告的作用,加大投入,增强产品的知名度及影响力。对于产品的信息传播,可以采用传统渠道和网络渠道相结合的方式,灵活地选用 QQ、微信、微博、短信、电子邮件、报纸、广播等进行广告宣传。第三,在销售策略上一定要强化对业务人员的岗前培训,通过考核方可上岗,培养一支高品质的业务员队伍。在产品相同、营销和技术支撑相似的情况下,业务人员本身的综合品质就是取胜的关键。第四,重视研发具有区别性、独创性的新产品,申请专利并开拓新市场,提高产品的竞争力。

3.2 提高组织化程度

3.2.1 政府要起主导作用。一方面,农民作为一个特殊群体,仍缺乏自主建立经济组织的传统、经验和能力,政府在提高农民组织化的过程中应充分发挥积极的带头作用,并且对网商组织的活动给予政策优惠和支持。另一方面,在电子商务迅速发展的当前,政府应建立相关的商户联盟组织,以便

网商间更好地进行信息交流,提高整体利益。

3.2.2 强化区域中经营淘宝店的大户对当地农户的示范作用。这些大户在产品包装、网络操作能力等方面经验丰富,他们能够更有效地解决销售过程中产生的各种问题。通过信息共享,大户带小户共同发展,提高农商户组织化程度。

3.2.3 提高农商户的集体意识和组织能力。要提高农户的组织化程度,主要还得依靠农户自身的努力,只有农户真正意识到“我要组织”而非“要我组织”,农户组织的建立和发展才具有持久的内部动力和生命力。

3.3 提升服务水平 第一,政府应加大农村电商人才的培养力度,引进技术性、高端的人才,为顾客提供超值的 service。政府应引导培养图片设计、店铺页面装修设计、特价商品处理、客服等电商服务商,强化电子商务基础平台;为了让农商户深知产品服务标准,政府需定时、定点、定需为农户开立培训课程。

第二,花卉网商服务态度要认真。当买家询问花卉情况时,要细心、耐心地与买家进行交流沟通;当买家批量购买时,可以适当地给予对方优惠;买家收货后,要重视回访,询问买家对花卉的感觉,花卉在运输途中是否有损坏;包装邮寄要注意细节,花卉网络销售中,回头客是很大的一个市场,在寄出的商品中加放一个宣传卡片,介绍自己的店铺和宝贝,留下 ID 和店铺链接,以便买家再买时记得这个店铺,提高客户忠实度。

第三,网商要了解自己的产品,明白产品的质量属性,在出现问题时要有妥善的处理方案。出现质量问题要和客户协商解决;遇到包裹丢失问题,要迅速帮客户解决。选择速度快、服务态度好、有保障的物流公司,将顾客的感受放在第一位。

3.4 建立健全信用管理体系和安全的支付体制 随着互联网的日益普及,人们的网购欲望愈发强烈,网络消费安全问题也明显上升。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)2015 年 12 月发布的《中国互联网络发展状况统计报告》统计,42.7% 的网民遭遇过网络安全问题,较 2014 年底下降了 3.6 个百分点。其中,遭遇网络消费诈骗的比例为 16.4%,较 2014 年增加了 3.8 个百分点。因此,农村电子商务网上支付的完成与网络的安全性是密不可分的。政府应完善农村地区的网络设施,为农产品网上交易营造一个买卖双方相互信任的氛围,提供一个公平、安全的交易环境。

3.5 增强品牌意识 首先,各区域政府积极推进农产品标准化生产,着力打造特色产品品牌;增强农商户的品牌和市场竞争意识,通过组织企业参加农交会,广泛吸引外商,增加农产品的出口。其次,农商户发挥主体作用,提升自己的产品质量和服务水平,改善供给,适应需求,做大做强品牌。农商户应加大品牌建设投入,增强自主创新能力,追求卓越质量,不断丰富产品品种,提升产品品质,建立品牌管理体系,提高品牌培育能力。

(下转第 211 页)

度大。

3.1.2 按“图”退耕,小班标注与实地不一致。在实施新一轮退耕还林过程中,由于国土和林业部门对地类调查方法和统计标准不一致,导致国土和林业部门使用的图纸不能够完全吻合,在部分资源数据上有一定差异,最终致使小班图纸与实地存在一定误差,增加了实施工作的难度与不便,如土地利用现状图标注的坡度、用地类型等关键因子与实地情况不一致,有些地块在图纸上显示为非基本农田,而实际地块已为退耕多年的林地;有些地块实际为符合条件的用地,而国土部门图纸显示为基本农田。土地二调数据不准确、土地利用现状图存在位移等问题的出现,极大地压缩了退耕还林的用地空间^[4]。

3.1.3 黄龙病果园难列入退耕还林。赣州市各县(市、区)在申报退耕还林任务时,原认为灾害的黄龙病果园地可以纳入新一轮退耕还林范围,而在依据新一轮退耕用地政策标准执行时,绝大多数不符合退耕条件,不能实施退耕还林,导致部分县(市、区)任务虽然不大,但退耕难度大,任务难以落实。

3.2 农户退耕积极性不高 目前,由于务工与耕种效益的悬殊,加之耕地零星、分散、偏远、不便管理等原因,大量年轻力壮的劳动力常年外出打工,导致土地大量撂荒和农村“劳力荒”,致使农户退耕能力不强、退耕意志不坚定。同时,因粮农补贴不断增加,保留耕地种植或不种植农户每年均可得 1 635 元/hm² 的粮食直补,而退耕后收入将会减少。另外,征地拆迁时,农田补偿比林地的补偿要高很多,致使农户不愿意退耕。

3.3 投入不足 新一轮退耕还林工程涉及面广、业务量大、政策性强、技术要求较高,需要投入大量的人力、物力和财力。据赣州市多年来的造林经验,一般苗木费需 1 650 元/hm²,再加上地块清理、整地、运苗、栽植及后期管护,需大量经费,而目前投入远远不足,不但增加了农户造林时的经济压力,后期补植、抚育、管护也很难得到保障。这些问题的存在直接或间接地影响了退耕还林工作进展。赣州市第一轮退耕还林已实施了 26 100 hm²,大多数符合条件的坡耕地已退耕还林,少数符合退耕条件的坡耕地地处偏远山区,零星分散,工作量大,管理成本高,而市、县两级财政比较困难,育林费从 2016 年 2 月起又被停征,工作经费短缺。

4 对策与建议

4.1 加大宣传,提高农户退耕意愿 新一轮退耕还林是党中央、国务院为加快推进生态文明和美丽中国建设做出的一项重大战略部署,是一项政治任务,一项民心工程、德政工程,各地必须保质保量地完成。应广泛运用多种媒体,宣传新一轮退耕还林新思路、新举措和新成效,营造良好社

会氛围;重点采用召开群众会、培训会和发放宣传单等方式,深入宣传第一轮退耕还林成效及先进典型,全面宣传新一轮退耕还林的政策和种植林木的良好经济效益,让基层群众真正掌握政策,认识到退耕还林的重要性,增强退耕意识。

4.2 加大资金筹措,缓解资金压力 省、市、县要切实将新一轮退耕还林工作经费纳入财政年度预算,根据工作任务量明确配套一定比例专项资金并及时划拨到位,作为新一轮退耕还林项目配套和工作经费,确保人员和经费落实到位,减轻林业站经费负担,保证工作有序开展。同时,多渠道筹措资金,提高补助标准,切实解决农户在种植、后期管护等过程中面临的资金问题。

4.3 加强协作,保证任务落实 各部门之间需加强沟通、相互协作,使建设任务得以落实,有效解决用地难问题。林业部门需主动与国土部门密切沟通,加强协作,对一些符合退耕条件,又已划入基本农田的 25°以上坡耕地,可通过一年一度耕地数据库变更调整过来,以满足退耕还林用地需要。同时,要从国家利益和农民利益出发,科学确定保护耕地、退耕还林耕地,尽量把陡坡耕地都纳入新一轮退耕还林范围,将退耕地落实到土地利用现状图上和山头地块。

4.4 科学规划,强化造林管理 结合农民意愿搞好作业设计,根据作业设计提供良种壮苗,并抓好整地、栽植、后期管护等各个环节的工作。坚持因地制宜,宜林则林,宜乔则乔,宜灌则灌,保证退耕还林能成活成林、发挥应有的生态效益和经济效益。科学规划,尽量兼顾经济和生态效益的树种,因地制宜地选择乡土树种^[5]。按照退耕还林技术要求,坚持没有作业设计不施工、不是适生良种不使用、苗木不合格不出圃、整地不合格不栽植、造林不合格不验收的“五不”制度。退耕还林分散在千家万户,农户之间的投入能力、管理水平有很大差别。当地政府、林业等相关部门应高度重视退耕后的林地管理工作,建立责、权、利相结合的服务管理监督体系,并通过政策引导,使退耕还林成为农民的自觉行动^[6],树立营造林质量观和综合效益观。

参考文献

- [1] 姬爱玲. 华亭县实施新一轮退耕还林思路与对策[J]. 甘肃科技, 2015, 31(8): 3-4.
- [2] 李世昌. 红河县实施新一轮退耕还林工程的对策与建议[J]. 绿色科技, 2014(6): 101-102.
- [3] 桂林. 退耕还林与生态环境改善的关系研究与分析[D]. 西安: 西安建筑科技大学, 2015.
- [4] 杨友良. 师宗县新一轮退耕还林工程实施及发展对策探讨[J]. 内蒙古林业调查设计, 2015, 38(4): 10-12.
- [5] 姜琦. 三峡库区退耕还林现状及新一轮退耕还林对策: 以秭归县为例[J]. 湖北林业科技, 2015, 44(2): 64-66, 83.
- [6] 梁全, 钟先成, 苏克锋, 等. 宁南县退耕还林问题与对策探讨[J]. 四川林勘设计, 2011(1): 72-74.

(上接第 209 页)

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 第37次中国互联网络发展状况统计报告[R]. 2015.
- [2] 谈海霞, 张敏. 我国农产品电子商务的制约因素及对策研究[J]. 物流技术, 2011, 30(3): 121-123.
- [3] 李玲芳, 徐思远, 洪占卿. 农村电子商务: 问题与对策[J]. 中共福建省

委党校学报, 2013(5): 70-74.

- [4] 谢茂华. 农产品电子商务国内研究分析[J]. 科技经济市场, 2011(1): 42-44.
- [5] 傅晓锋. 农村电子商务存在的问题及对策[J]. 现代农业科技, 2010(22): 45, 47.
- [6] 杜文宏, 刘茜. 我国农村电子商务发展研究[J]. 商场现代化, 2008(4): 78-80.