农产品电子商务：特征、形势与突破

——以福建为例

季祖强

(福州外语外贸学院, 福建 福州 350202)

[摘要] “互联网+”时代, 农产品电子商务飞速发展, 成为优化农产品流通渠道、提升农产品附加值的新模式, 也日益成为促进农民增收、农业增效的新引擎。本文阐释农产品电子商务区别于传统农产品流通渠道模式的特征, 厘清农产品电子商务发展现状, 辨析面临的困境和制约瓶颈, 擘画未来发展趋势和产业发展面临形势, 进而提出促进农产品电子商务发展的对策建议。

[关键词] 农产品电子商务; 特征; 形势; 突破

doi: 10.3969/j.issn.1673-9477.2016.03.003

[中图分类号] F323

[文献标识码] A

[文章编号] 1673-9477(2016)03-008-03

农产品流通渠道连接着农产品生产与消费, 是农产品从生产领域进入消费领域的渠道。加强农产品流通体系建设, 创新农产品流通渠道模式, 进而压缩中间环节, 降低流通成本, 对于稳定农产品消费市场、增加农民收入、发展农村经济, 都具有十分重要的意义, 是实现“促消费, 惠民生”的重要保障。农产品电子商务可以缩短农产品从田头到餐桌的距离, 拓宽农产品销售渠道, 加快农产品流通速度, 优化农产品流通模式, 还可以促进产业结构调整, 加速传统农业向现代农业的转变^[1]。现有文献研究普通电子商务的比较多, 而研究农产品电子商务的则较少。因此, 对农产品电子商务的模式特征、面临困境、突破路径等进行分析和探讨, 具有一定的理论价值和现实意义。

一、农产品电子商务模式特征

改革开放以来, 福建农产品流通模式大致可以划分为四个发展阶段: 改革开放初期, 以集贸市场为主导; 80年代中后期, 以批发市场为主导; 90年代后期, 以“农超对接”为先导; 近年来, 以电子商务为先导。为了便于比较, 笔者将以集贸市场、批发市场为主导的农产品流通模式称作“传统模式”, 将以“农超对接”为先导的模式称作“创新模式”, 以传统模式、创新模式作为参考序列, 以电子商务模式作为比较序列, 着重从以下几个维度, 分析农产品电子商务模式的特征。

(一) 渠道关系与参与主体

电子商务模式将传统流通模式以企业为中心的产业格局转变为以消费者为中心的全新格局, 渠道关系灵活、资源配置合理、成本低、信息化程度高, 但也受到资金投入多、物流配送实现难、农产品标

准化水平低、人员素质要求高等因素的制约。从参与主体权力看, 电子商务模式以消费者为中心, 参与主体通过契约形成稳定的关系、权力的平等。

(二) 流通业态

“互联网+”经营方式是以网络信息化为基础的全新业态, 打破了传统模式的固有边界, 加速了产业融合发展, 实现资源高效优化组合, 使得交易更加融合、透明、公平和高效, 并且极大拓展了农产品流通的时空界限。电子商务模式依靠现代化的网络信息平台, 可以按不同消费需求结合多种业态形式, 较为丰富多样, 且是诱发业态创新的良好载体。

(三) 流通成本

电子商务模式直接将生产者和消费者联结起来, 消除了中间环节的成本和损耗, 大幅降低交易成本, 是流通成本最低的现有流通模式, 其流通成本主要集中于网络平台的建设、管理和维护, 以及农产品由生产者转移到消费者这一过程, 特别是实现“最后一公里”配送所需要的大量销售网络、人员和运输设备投入。

(四) 流通效率

从流通速度看, 电子商务模式通过电子网络信息平台由生产者与消费者直接交易, 不需要中间环节, 流通速度很快。从流通规模看, 电子商务模式采用线上线下交易方式, 流通规模按照消费需求进行灵活调整, 更加适应市场的多样性。从流通效益看, 电子商务模式通过现代网络平台直接交易, 取消了中间环节, 交易时间、空间不受限制, 并能满足不同层次、品质的消费需求, 经济效益、社会效益都得到明显提升。

综合分析, 电子商务模式较之传统模式和创新

[投稿日期] 2016-08-10

[基金项目] 福建省科技厅软科学计划项目(2015R0022); 福建省国家级大学生创新创业训练计划项目(201413762002)

[作者简介] 季祖强(1974—), 男, 福建浦城人, 副教授, 研究方向: 电子商务、“双创”等。

模式，渠道关系紧密、稳定，参与主体权力平等，流通业态形式多样、创新空间广阔，流通成本低，流通效率高，各项指标均领先，是今后农产品流通的主攻方向和发展重点。但另一方面，电子商务模式又受到多数农产品鲜活、易变质、不耐贮运等自然属性的制约，加上对网络信息基础建设、物流配送设施以及专业人才等依存度很高，要想成为农产品流通的主流模式，还有相当长的路要走。

二、福建省农产品电子商务发展态势

（一）发展现状

在农村电商和农产品电商发展方面，福建具有一定的特色和优势。根据阿里研究院《中国淘宝村研究报告（2015）》显示，2015年，全国780个淘宝村广泛分布于17个省份，其中，福建71个，数量居全国第四位；从地级市看，浙江金华市和温州市的淘宝村数量最多（56个），福建省泉州市紧随其后，达到47个。基于淘宝村分布情况，阿里研究院统计出全国71个淘宝镇，其中福建省有7个，数量也居全国第四位。报告还显示，福建的淘宝村已进入集群化发展新阶段，福建晋江市入选2015年全国十大淘宝村集群行列。

在农产品电子商务导向上，福建主要扶持闽东南高优农业、闽西北绿色农业、沿海蓝色农业三大特色产业带优质农产品上网；鼓励四大优势产业（园艺、林竹、畜牧、水产）以及十大特色农产品（茶叶、花卉、蔬菜、水果、食用菌、笋竹、烤烟、中药材、畜禽、水产品）设独立网站交易，同时鼓励农户运用综合性平台开展网上贸易。近年来，福建农产品电子商务迅猛发展，各类农产品热销网络，涌现出中闽弘泰、春舞枝、茶多网、美地农业、帝峰商城、三优商城、蓝渔农业、沙县大通蛋业、兰爱珍豆腐等一批优秀农产品电子商务企业，促进了福建农产品电子商务的推广和应用。春舞枝集团凭借国内鲜花电商销售网络和花卉电商发展模式，2014年主营业务收入达3.03亿元，实现利润8647万元，2014年在德国证券交易所挂牌上市，成为该领域产业第一品牌。首批国家电子商务示范企业之一的茶多网2014年底入驻实体店超过2300家，通过原产地认证的茶商60多家，年度平台交易流水达1.8亿元，并率先创立了全国“茶叶价格指数”，成为全国农产品电子商务标杆企业。

（二）存在问题

农产品电子商务对网络信息基础建设、物流配送设施、专业人才以及农产品标准化等依存度很高，这也是当前制约农产品电子商务模式快速发展的主

要原因。

第一，专业性强、知名度高的农产品电子商务平台较少，大多只能通过第三方平台进行销售。

第二，物流配送网络不完善。现代物流企业一般都针对城市客户，农产品配送体系尚未建立。鲜活农产品仓储设备、冷链资源不足，冷链物流能力严重不足，生鲜农产品销售仅以城市（区）范围内的高端消费人群和团购单位为主，很大程度上抑制了网络营销快速、便捷、低价等优势。县（市）、尤其是乡镇的物流体系薄弱，影响了当地农产品通过电子商务进行销售^[2]。

第三，专业人才缺乏。人才紧缺成为制约福建农产品电子商务发展的重要瓶颈。从福建近年来电子商务发展实践看，超过86%的电子商务企业与平台由于缺乏高级技术人才与管理人才支撑，导致项目得不到有效运营与管理。

第四，缺乏质量标准认证体系，消费者难以区分农产品的品质、产地。农产品电子商务要求网上交易的农产品品质分级标准化、包装规格化以及产品编码化^[3]。由于国内食品安全事件频发，网络环境的安全机制也不够完善，导致质量标准认证、品牌口碑显得异常重要。然而福建农产品质量标准体系没有完全建立，农产品通过严把自身品质和信誉关、作口碑以品牌吸引顾客的较少，对其农产品在网络上的消费者购买意愿带来显著影响^[2]。

（三）面临形势

未来电子商务发展的主要趋势，是基于制造业优势的跨境电子商务平台建设、垂直性行业电商平台、O2O与“互联网+”平台的建设以及农村电子商务的发展，农村电子商务将成为新增长点。农产品电子商务发展也呈现以下五个方面的新特点：第一，通过互联网用心做农业的“新农人”崛起，据阿里研究院统计，全国“新农人”大约在100万左右。第二，原产地农产品直销成为热点。第三，由于消费环境、产品品质等原因，优质海外农产品再国内具有广阔的市场空间，农产品电商与跨境电商融合发展、协同提升的空间巨大。第四，生鲜农产品电子商务快速发展。第五，农产品成为县域电子商务的关键抓手，一些具有明显特点的县域电子商务模式不断涌现，为农村、农产品电子商务发展提供了有益经验和有效范式^[4]。

三、农产品电子商务发展突破路径

（一）加大网络信息基础建设投入

先进的基础设施是发展农产品电子商务的基本前提和先决条件。要把农业信息网络基础设施作为

农村基础设施的有机组成部分,加快农村宽带基础设施建设;其中最核心的是要解决资金不足的瓶颈制约,这就有必要建立健全适应电商发展的多元化投融资机制。扩大农村第四代移动通信网络覆盖面,提高电子信息产业链各环节配套能力。鼓励有条件的地方建设农业电子商务产业基地,引导传统农产品流通企业和农业生产经销企业发展电子商务。

(二) 完善物流配送体系

农产品物流是农产品电子商务的重要保障^[5]。信息基础设施建好后,物流的保障和配送能力就显得尤为重要;物流必然链接着资金流、信息流,现代经济某种程度上可视为流量经济。要着力发展现代物流业,积极策划建设物流园区平台,引进培育一批国际知名快递物流企业。打破电商“最后一公里”的瓶颈,扎实推进物流项目建设,引导企业共同加大对物流,特别是乡镇物流体系的投资力度,鼓励电商进社区、推广线上线下互动、创新服务民生方式等等,为电子商务物流提供良好的社会环境。加快发展冷链物流,建设一批大宗鲜活农产品产地预冷、初加工、冷藏保鲜、冷链运输等设施,支持冷链物流企业冷链技术升级改造。大力发展智慧物流,实施“互联网+流通”“互联网+高效物流”行动计划。

(三) 重视专业人才建设

要优化人才环境,制定明晰的电子商务专业人才认定标准,以便于引进人才。采取“引进+培育”模式,制定完善的扶持政策,提供子女入学、人才公寓等配套服务,引进电子商务人才。制定符合当地实际的电子商务专业技术人员的培养计划,支持本省高等院校、专业机构加强电子商务领域人才培

养培训,鼓励龙头企业设立企业大学为产业服务并给予一定补助。

(四) 建立和完善农产品标准化体系

农产品电子商务,顾名思义,可以理解为“农产品”+“电子商务”。其中电子商务归根结底只是一种形式,是流通模式的创新;农产品销售的好坏,最终还是由农产品自身的品质、品牌决定的。因此,提高农产品自身质量,着力塑造品牌,才是农产品电子商务能否得到快速发展的关键因素。要对农产品建立基于品类的质量标准体系,保障消费者对农产品优质化规格化的要求。引导企业制定适用于“+电子商务”的农产品产品质量、分等分级、产品包装、物流配送、业务规范等标准。组建电子商务标准化技术组织,构建电子商务标准体系,建设标准化公共信息服务平台。

参考文献:

- [1]郭娜,刘东英.农产品网上交易模式的比较分析[J].农业经济问题,2009(3):75-80.
- [2]田英伟.我国农产品电子商务发展的现实困境及路径选择[J].价格月刊,2012(7):54-57.
- [3]吴宏伟,万江涛.关于我国发展农产品电子商务的思考[J].物流经济,2008(8):72-73.
- [4]陈亮.从阿里平台看农产品电子商务发展趋势[J].中国流通经济,2015(6):58-64.
- [5]李隽波.农产品电子商务发展中的问题与创新对策[J].商业时代,2014(34):89-90.

[责任编辑 陶爱新]

Agricultural products E-commerce: characteristics, situation and breakthrough ——taking Fujian as an example

Ji Zu-qiang

(Fuzhou University of International Studies and Trade, Fuzhou 350202, China)

Abstract: In "Internet +" era, the agricultural product electronic commerce, with its rapid development, has become a new circulation channel to optimize agricultural product, a new model of improving agricultural product added value, and also a new engine for promoting the farmers' income and agricultural efficiency. This article first explains agricultural e-commerce characteristics which are different from the traditional agricultural products circulation channel mode, then clarifies the current situation of agricultural e-commerce development, differentiates and analyses the approaching difficulty and constraining bottleneck, and finally plans the future developing trend and the potential industry situation so as to put forward countermeasures and suggestions to promote the development of agricultural product e-commerce.

Key words: agricultural product e-commerce; characteristics; situation; breakthrough