

doi: 10.7621/cjarrp.1005-9121.20191218

· 研究报告 ·

# 我国农产品电子商务发展现状、展望与对策研究

田世英<sup>\*</sup>, 王 剑

(中国农业科学院农业信息研究所, 北京 100081)

**摘要** [目的] 发展农产品电子商务是促进现代农业的重要途径, 对推进乡村振兴战略的高质量实施具有重要意义。[方法] 文章从政策、品类、区域、流向、主体、基础设施等方面分析了农产品电子商务的特点、存在的问题以及未来的发展趋势, 并提出了政策建议。[结果] 农产品电子商务蓬勃发展, 在品种上, 表现出网络零售品种繁多, 在区域上, 呈现出“群雁效应”, 在流向上, 显现出城乡、跨境双向流动的态势, 在主体上, 展现出大中小电商平台共生发展的良好格局, 在支撑条件上, 网络环境与基础设施明显改善, 在创新上, 新机制、新模式、新业态不断涌现。[结论] 在强有力的政策推动下, 农产品电子商务将进入高质量发展的新阶段, 成为精准扶贫的新抓手, 帮助返乡入乡人员成为新农民, 助推现代信息技术与现代农业融合发展。

**关键词** 农产品 电子商务 现状 展望 对策建议

**中图分类号**: F724.6; F323.7 **文献标识码**: A **文章编号**: 1005-9121[2019]12141-06

## 0 引言

近年来, 党中央、国务院高度重视农村电子商务发展, 相继出台了一系列政策文件, 实施了电子商务进农村综合示范等一系列重大工程项目。我国农村电子商务发展的政策体系已经形成, “四梁八柱”不断加固, 为农村电子商务的持续健康快速发展创造了良好的环境。特别是2018年“中央一号文件”和《乡村振兴规划纲要(2018-2022)》, 都对农村电子商务发展做出了战略部署, 为电子商务推动农村经济社会跨越式发展、城乡融合发展和乡村振兴带来历史性机遇。2018年, 农产品电子商务政策支持力度持续加大, 基础条件加快改善, 机制模式不断创新, 网络零售额保持高速增长, 对打赢脱贫攻坚战发挥了超常规武器的重要作用, 引领着农业农村数字经济快速起步, 为农村经济高质量发展、加快推进农业农村现代化提供了新动能。

## 1 农产品电子商务发展的成效与特点

据商务部第三方大数据统计, 2018年全国农产品网络零售额达3490.7亿元, 同比增长43.3%, 继续保持高速增长的态势。另据农业农村部信息中心首次发布的《2019数字农业农村发展水平评价报告》显示, 全国2094个有效调查样本县(市、区)2018年农产品网络零售额为5542亿元, 占农产品交易总额9.8%。虽因统计口径和数据采集方式不同, 两部门的数据有较大差异, 但都能表明网络零售已经成为农产品销售的重要渠道。分析2018年农产品电子商务发展状况, 主要有以下几个明显特点。

### 1.1 在品种上, 表现出网络零售品种繁多

从农产品电子商务平台经营品类分析, 几乎涵盖了所有农产品及其加工制品, 无论是干果、粮油、杂粮、茶叶、禽蛋, 还是需要冷链运输的鲜活农产品, 消费者都可以通过网络平台购买, 特别是鲜活农产品, 随着冷链物流体系的不断完善, 鲜活农产品网络零售额快速增长。

收稿日期: 2018-07-01

作者简介: 田世英(1964—), 女, 河北昌黎人, 副研究员。研究方向: 优质农产品开发服务、无公害农产品认证、农业防灾减灾等管理和研究。Email: tianshiying@caas.cn

## 1.2 在区域上, 呈现出“群雁效应”

经济发达的东部地区发展农产品电商的“头雁效应”明显, 中西部地区紧随其后, 形成“群雁矩阵”。尤其是随着电商扶贫力度的持续加大, 2018 年电子商务进农村综合示范项目新增 238 个贫困县, 覆盖全国 28 个省区, 其中有国家级贫困县 737 个, 占全国贫困县总数 88.6%, 贫困地区农产品电子商务发展速度明显加快。

## 1.3 在流向上, 显现出城乡、跨境双向流动的态势

城乡融合发展在农产品电子商务方面表现尤为突出, 经过多年的实践探索, 形成了“农产品进城”与“工业品下乡”双向流动的新格局, 包括食品、化工、机械制造等工业产品运用电商平台拓展农村市场。国家坚持扩大开放的重大政策, 先后在 22 个城市设立了跨境电子商务示范区, 特别是随着“一带一路”倡议的深入实施, 跨境电商日益成为农产品国际贸易的新渠道, 如泰国榴莲、美国车厘子等国外优质农产品都成为电商平台的热销产品。

## 1.4 在主体上, 展现出大中小电商平台共生发展的良好格局

阿里巴巴、京东、苏宁、拼多多等大型电商平台继续保持主导地位, 中国网库、中粮我买、邮乐网、顺丰优选、本来生活等电商平台不断发展壮大, 农产品加工企业、农民专业合作社纷纷触网自建电商平台, 特别是信息进村入户工程、电子商务进农村综合示范项目等国家扶持政策的带动, 加之阿里巴巴、京东、苏宁、拼多多等大型电商平台在农村加速布局, 农村网店如雨后春笋般快速发展。截止 2018 年底, 农村网店超过 1 200 万家, 比 2017 年增长 33.3%。

## 1.5 在支撑条件上, 网络环境与基础设施明显改善

截止 2018 年底, 98% 的全国行政村接通了宽带, 提前完成“十三五”目标任务。截止 2018 年 12 月, 农村网民已经达到 2.22 亿, 互联网普及率达 38.4%, 比 2017 年提升了 3 个百分点。据农业农村部信息中心对全国 2 094 个县的监测, 已建电子商务服务站点的行政村达 28.34 万个, 共有电子商务服务站点 39.1 万个, 电子商务服务站点覆盖率已达 64%, 比 2016 年第三次全国农业普查的数据提升了 38.9 个百分点。此外农产品分级包装、贮藏保鲜、冷链运输等基础设施建设也得到明显加强。据调查, 广东省高州市作为全国第一大荔枝生产县, 近年来通过冷链系统的建设与流通方式的创新, 全市荔枝总产量的 40% 实现了电商销售。

## 1.6 在创新上, 新机制、新模式、新业态不断涌现

农产品电子商务已经成为返乡入乡人员创业创新的主要领域。据有关部门调查, 全国目前双创人员已达 780 万人, 其中 54% 都是利用互联网技术和信息化手段进行创业创新, 这中间大部分人都在从事农产品电子商务。从电子商务的发展进程看, 传统电子商务正在快速转型, 紧紧围绕质量、信用、便捷、环保等方向加大创新力度。近年来, 品质电商、内容电商、社交电商大量涌现, 成为农产品电子商务创新发展的突出亮点。广西灵山县一位普通妇女甘有琴, 网名“巧妇 9 妹”, 2018 年她通过抖音在多家知名电商平台上传视频, 点击量超过 10 亿人次, 发展了 1 000 多万粉丝, 通过粉丝销售农产品 400 万 kg, 年销售额超过 2 300 万元。“巧妇 9 妹”还帮助 1 200 多农户销售农副产品、创造经济效益, 也给当地提供了 60 多个直接就业岗位, 间接带动了 200 多人就业。在“巧妇 9 妹”的带动下, 灵山县的电商迅猛发展, 2018 年达到 3 000 家, 比 2017 年多了 1 倍。据易智库数据显示, 2018 年我国社交电商月活跃用户 1.7 亿人。

## 1.7 在政策上, 支持力度不断加大

2018 年是实施乡村振兴战略的开局之年, 《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》明确提出要打造农产品销售公共服务平台, 大力建设具有广泛性的促进农村电子商务发展的基础设施, 深入实施电子商务进农村综合示范。2018 年 6 月 27 日, 国务院常务会议专题研究“互联网+”农业、促进农村一、二、三产业融合发展, 作出要加快实施“互联网+”农产品出村工程(2019 年“中央一号文件”完善为“互联网+”农产品出村进城工程), 推进重要农产品全产业链大数据建设, 让手机成为农民的新农具等重要部署。同时在快递物流、信息进村入户、精准扶贫等方面, 有关部门也相继出台了相关扶持政策。在

中央政策的支持带动下,省市县各级党委政府高度重视农产品电子商务的发展,加强电子商务产业园区建设,积极引入大型电子商务平台入驻。有的地方还探索建立了农产品电子商务补贴制度,加大电子商务实用人才培训力度,这些政策措施为农产品电子商务的持续健康发展提供了良好的政策环境。

## 2 农产品电子商务发展存在的主要问题

农产品电子商务经过 10 多年的高速发展,总体上进入了平稳快速发展的轨道,但在发展过程中也出现了一些新情况、新问题,遇到了一些瓶颈制约。主要面临以下几个方面的困难和问题。

### 2.1 农产品质量信誉问题依然突出

在农产品电子商务实际运营过程中,消费者收到的网购农产品与商家在网上宣传推介的农产品在质量上存在着差异,以次充好、缺斤短两现象时有发生,甚至一些鲜活农产品送到消费者手中已经发生腐烂变质,极大影响了消费者的网购体验。近年来不断有消费者曝光农产品质量问题,据相关调查数据显示,26.5%的受访用户认为网购农产品最容易发生权益保障问题,建议谨慎购买。

### 2.2 农产品电子商务分级包装、冷链物流建设滞后

由于农产品属于非标准产品,必须经过分级包装才能将农产品变成商品。在流通过程中,一些鲜活农产品必须在冷藏保鲜、冷链物流条件下,才能保持其应有的品质和新鲜度。但多数电商企业及网店店主经济实力不强,难以对采后商品化处理、冷藏保鲜设施等进行投资建设,冷链物流体系建设更是一项需要大量投资的公共服务工程。目前城市新建的快递柜刚刚起步,且许多快递柜还不具备冷藏条件。

### 2.3 农产品电子商务经营成本居高不下

在一些地方,农产品供应方承担的成本中,快递费用占比较高,甚至物流价格超出商品本身价格。据邮政集团公司下属的邮乐农产品公司测算,一件新疆大枣采取一般快递仅配送物流费用就高达 7.9 元,如通过集中运输可将每件运输费用下降到平均 1.8 元。零散的物流快递相比规模化的运输,物流成本明显偏高,出现了商品本身价值与物流成本倒挂的现象。另一方面,在农产品电商运营平台成本结构中,场所、人员等费用持续增加,企业利润率下降,甚至出现亏损,从而导致一些农产品电商企业出现大量裁员和倒闭的现象。

### 2.4 农产品电子商务相关人才匮乏

农产品电子商务并不是简单地在网上开个网店,也不是简单地将城市的电商模式机械地搬到农村。农产品电子商务产业发展需要大批既懂互联网、又懂农业的复合型人才。此外,还需要品牌塑造、美工设计、内容宣传、摄影制作和信息服务等专业技术人员,然而,目前农产品电子商务产业这些专业人才缺口较大,相关的职业技能培训也是杯水车薪,大多数农产品电商企业都受到人才短缺瓶颈的制约。从总体看,农产品电子商务行业尽管已成为一个相对成熟的产业,但整体产业的创新发展和壮大需要大量掌握大数据、物联网、区块链、人工智能等现代信息技术的高端人才支撑。

### 2.5 农产品电子商务带来的环境污染日益凸显

由于农产品自身特性,在运输和流通过程中需要大量泡沫、塑料和胶带等非降解材料进行包装和加固,造成越来越严重的环境污染问题。据有关机构测算,2015 年全国仅用于快递的胶带能绕地球 425 圈。此外,零散运输不仅增加成本,而且增加能源消耗。这些情况都不符合绿色发展的理念。

### 2.6 农产品电子商务支撑农业高质量发展的功能作用有待强化

农产品电子商务对农业发展而言,其作用和功能不仅仅在于开辟新的流通渠道,根本意义在于利用电子商务形成的数据和行为能够倒逼农业生产的市场化、标准化、组织化、规模化和品牌化,推动农业高质量发展,促进小农户与现代农业发展有机衔接。农产品电子商务是实现农业农村信息化的突破口,而非农业农村信息化的全部,应尽快将农产品电子商务消费互联网属性向产业互联网转变。

### 3 展望与建议

#### 3.1 发展展望

2019—2020年是全面建设小康社会的决胜期,必须坚持把乡村振兴作为“三农”工作的总抓手,牢固树立并贯彻落实“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念,以深化农业供给侧结构性改革为主线,落实高质量发展的要求,坚决打赢打好脱贫攻坚战,加快推进农业农村现代化,努力实现两个一百年奋斗目标中的第一个目标。2018年中共中央、国务院印发的《乡村振兴战略规划(2018—2022)》,2019年《关于坚持农业农村优先发展 做好“三农”工作的若干意见》《数字乡村发展战略纲要》、国务院《关于促进乡村振兴的指导意见》和国务院办公厅《关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的指导意见》等文件中,都对加快发展农产品电子商务作出了重要部署,强调要实施数字乡村发展战略,深入推进“互联网+”现代农业,继续实施电子商务进农村综合示范,全面推进信息进村入户,实施“互联网+”农产品出村进城工程,推动农村电子商务公共服务中心和快递物流园区发展。由此可见,发展农产品电子商务的政策措施不断强化完善。在强有力的政策推动下,农产品电子商务将保持高速增长,并伴随发生一些趋势性变化。

##### 3.1.1 农产品电子商务将进入高质量发展的新阶段

高质量是经济发展的必然要求,农产品电子商务直接对接消费者,消费者对网络零售农产品的优质化、多样化、品牌化的需求日益强烈,将会成为推动农产品电子商务高质量发展的强大动力,高质量将会成为农产品电子商务发展的决定性因素,创响一批“独一份”“特别特”“好中优”的“土字号”“乡字号”高质量知名品牌,推动农产品电子商务不断转型升级。

##### 3.1.2 农产品电子商务将成为精准扶贫的新抓手

到2020年,如期打赢脱贫攻坚战,实现在现行标准下贫困县全部摘帽,贫困人口全部脱贫,需要发挥农产品电子商务在脱贫攻坚战中的超常规武器作用。随着网络扶贫的深入推进和电子商务进农村综合示范在国家级贫困县的全覆盖实施,农产品电子商务助推脱贫攻坚的作用更加凸显,不仅能帮助贫困地区特色农产品卖出去,卖上好价钱,而且还能带动贫困地区培育壮大优势特色产业,增加贫困人口就业创业机会,多渠道增加贫困人口收入。在延安市洛川县,有劳动能力的贫困户2 836户,其中92%的贫困户靠种植苹果脱贫致富,46岁的残疾人屈万平因多次骨折并患有脆骨病,一躺就是10多年,后来经常拄着拐杖在苹果园转来转去,成了半个专家,他买手机,开微信,钻研《淘宝从零开始》,很快成了村里第一个农民微商,随后大单纷至沓来,5年间盈利86万元,成了远近闻名的“明星脱贫户”,在他的帮助下,22名残疾人的微店开张,月收入稳定在1 800余元。同属延安市的延长县建起了电子商务公共服务中心,该县黄河沿岸如今已有40多家电商企业,525户脱贫户嵌入电商平台,在家点点手机,就让优质的山货“飘”出大山。2019年5月7日,陕西省人民政府宣布延安各县整体脱贫摘帽。此外,一些大中型电商平台,如阿里巴巴、京东、苏宁、本来生活等均已开通或完善扶贫频道,有的还成立了扶贫基金会,积极履行扶贫的社会责任。

##### 3.1.3 农产品电子商务将使返乡入乡人员成为新农民

农产品电子商务是农村电子商务的重头戏,也将是一个攻坚克难的大发展时期。新时代将给有志于乡村振兴的返乡入乡人员提供施展才华的大舞台,让他们真正成为既懂农业、又懂互联网的新农民,运用掌握的信息技术通过农产品电子商务增收致富,并以此带动农村民宿经济、休闲农业、乡村旅游、共享农庄、数字农业等新业态不断涌现,进而让农业成为有奔头的产业,让农民成为有吸引力的职业,让农村成为安居乐业的美丽家园。

##### 3.1.4 农产品电子商务将与现代信息技术形成融合发展的新态势

农产品电子商务本质上就是互联网技术创新的新产物。随着现代信息技术的发展,移动互联网、大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能等现代信息技术将为农产品电子商务注入新的要素和动力,将会

在促进小农户与现代农业发展有机衔接上发挥独特作用,成为引领驱动乡村产业、促进农村一、二、三产业融合发展的融合器和加速器。

### 3.2 政策建议

紧紧围绕实施乡村振兴战略的总目标、总方针和制度保障,准确把握农产品电子商务发展的客观规律和趋势,针对目前存在的困难和问题,提出措施建议如下。

(1) 完善落实政策。对近年来党中央、国务院及有关部门和地方政府出台的有关发展农产品电子商务的政策进行全面评估,在此基础上,抓紧制定“十四五”农产品电子商务发展规划,创设一系列支持力度更大的重大政策和重大工程,坚持审慎监管的原则,充分发挥市场配置资源的决定性作用,同时更好发挥政府作用,为农产品电子商务快速健康发展提供良好的市场和政策环境。鼓励地方政府根据当地实际情况积极出台物流补贴、人才培养、信息开放共享等支持政策,特别是对返乡入乡的中高等院校毕业生、退役军人等,在发展农产品电子商务方面给予更大的优惠倾斜政策,在用地、贷款、税收等方面制定实实在在、切实可行的激励政策,鼓励更多的人群返乡入乡创业创新,让他们更有动力、更有信心投身乡村振兴。

(2) 抓好重大工程项目的实施。近年来,国家先后启动实施了电子商务进农村综合示范、信息进村入户、跨境电子商务示范区等重大工程。这些工程要按既定目标任务加快实施进度,尽快发挥效益,特别是信息进村入户工程,要在确保 2020 年实现全国行政村基本全覆盖的基础上,加强农产品电子商务服务功能;电子商务进农村综合示范项目要提升助力脱贫攻坚作用,同时抓紧谋划设计新项目;在跨境电子商务示范区实施过程中,要坚持引进来和走出去相结合的办法,既扩大急需优质农产品的进口,又要让我国的特色优质农产品沿着“一带一路”国家走向世界市场,尤其要按照 2019 年“中央一号文件”的决策部署,抓紧出台“互联网+”农产品出村进城工程的实施方案,细化实化政策措施,确保这项工程尽快落地生效。

(3) 要围绕农业高质量发力。要以农业供给侧结构性改革为主线,充分发挥电子商务在促进小农户和现代农业发展有机衔接方面的作用,同时,也要充分利用电子商务的行为和数据,应用大数据技术优化配置资源,提高农业创新力、竞争力和全要素生产率,实现农业高质量发展。还要建立农户与电商平台的利益联结机制,增加农民收入,让农民能够共享互联网发展红利。

(4) 加大人才培养和技术创新力度。农产品电子商务发展的核心在于技术,关键在于人才。要鼓励和支持中高等职业院校加强电子商务人才培养,同时各级政府要有计划、分层次培训农产品电子商务实用人才,让受训人员学有所用,用有所成。鼓励支持电商企业引入现代信息技术和先进管理理念,加大技术机制创新力度,为农产品电子商务发展提供不竭的创新动力。

(5) 加快形成协同共生的强大合力。农产品电子商务一头连接着生产者,一端连接着消费者,还涉及相关平台企业、物流企业等市场主体。要树立共生型组织发展理念,加强农产品电子商务标准体系建设,探索完善农产品电子商务倒逼农业生产标准化的机制,推动建立信息开放共享机制,鼓励各方积极参与农产品电子商务发展,形成合力协同推进、共建共享的发展格局,使农产品电子商务走上健康可持续发展的轨道,为助力乡村振兴发挥其不可替代的作用,为实现农业新、农民富、农村美作出积极贡献。

### 参考文献

- [1] 康春鹏. 我国农村电子商务发展形势与走势. 农民日报, 2018-05-19.
- [2] 高增长 数字化 农产品电商变局中寻求破局. 中国食品报, 2018-07-19.
- [3] 全国县域数字农业农村发展水平评价报告. 北京: 农业农村部信息中心. 2019.
- [4] 童云. 乡村振兴背景下农产品电子商务发展战略. 社会科学家, 2018(3): 77-83.
- [5] 中国快递领域绿色包装发展现状及趋势报告. 北京: 国家邮政局. 2016.
- [6] 王小兵, 康春鹏, 董春岩. 对“互联网+”现代农业的再认识. 农业经济问题, 2018(10): 33-37.
- [7] 赖修源. 农产品电子商务发展中所面临的问题及对策. 中国农业资源与区划, 2016, 37(3): 180-183.

# RESEARCH ON THE CURRENT SITUATION, FORECAST AND COUNTERMEASURES OF AGRICULTURAL PRODUCTS E-COMMERCE DEVELOPMENT IN CHINA

Tian Shiyong<sup>\*</sup>, Wang Jian

( Agricultural Information Institute, Chinese Academy of Agricultural Sciences, Beijing 100081, China)

**Abstract** Developing e-commerce of agricultural products is an important way to promote modern agriculture and is of great significance for promoting the high-quality implementation of rural revitalization strategy. This paper analyzed the characteristics, existing problems and future development trends of agricultural products e-commerce from the aspects of policy, category, region, flow direction, subject and infrastructure, and put forward policy recommendations. The research found that the e-commerce of agricultural products flourished. In terms of varieties, it showed a wide variety of online retail sales. In the region, it showed a "group geese effect". In the flow, it showed the trend of two-way flow between urban and rural areas and cross-border. It showed a good pattern of symbiotic development of large, medium and small e-commerce platforms. In terms of supporting conditions, the network environment and infrastructure had been significantly improved. In terms of innovation, new mechanisms, new models and new formats were emerging. Driven by strong policies, e-commerce of agricultural products will enter a new stage of high-quality development and become a new grip of precision poverty alleviation, helping returnees to become new farmers and promoting the integration of modern information technology and modern agriculture.

**Keywords** agricultural products; e-commerce; current situation; forecast; countermeasures

(上接第 90 页)

在经济全球化的发展形势下,英语的国际通用语言地位被进一步奠定。其国际政治、经济及文化交流的过程中产生了不可替代的作用,成为来自不同文化背景的人们在跨文化交际中的首选语言。首先,英语是跨文化交际中重要的交流工具。英语不仅是中国在国际政治、经济、科技等各领域有效地交际工具,更是中国人在国际舞台表达独到见解的通道。例如 China Daily 和 Beijing Review 已经成为世界了解中国的一个窗口,截止 2016 年中旬,我国中央电视台的新闻节目覆盖已达世界绝大多数国家和地区。就如今中国的国际地位,通过英语新闻栏目、英语电视频道、英语广播、英文日报或周报、杂志、网站等媒介用英语向世界表达中国的立场,展示中国的发展成果,不仅提升了中国的对外形象,也能使世界更好地认识中国。其次,英语在跨文化交际中传播了中国文化。一种语言的产生并进入到另一种语言中,必然会产生一定的碰撞和摩擦,难免会受本土语言思维与结构的严重影响,也就是所谓的语言本土化倾向,如印度英语、非洲英

语、新加坡英语等。同样,英语进入中国也变体为“中国英语”,它建立在规范英语基础之上,没有受到汉语思维的过度影响与干扰,同时还能够对中国社会各领域文化进行表述。我国拥有古老而灿烂的文化历史,通过中国英语恰当、贴切地传播出去,为中国文化走向世界搭起桥梁。

费孝通先生晚年反思其学术活动时说:“我一生的希望,也可以说我过去的工作重心,而且今后还要继续坚持下去的,就是能认识到中国社会,首先是农村社会。”《乡土中国(英汉对照)》同时满足了汉语学习者与英语学习者通过书籍阅读认识中国的需要。如上所述,英语不仅应用到跨文化交际交流中,更承担了向外传播我国独特文化的重要作用,从跨文化的角度分析英语更广阔的应用空间与研究价值十分必要,《乡土中国(英汉对照)》不仅实现了中国人站在世界面前表达独到见解和文化认同,还进一步增强了中华民族的自信心与凝聚力。

文/吴琼(湖北工业大学 讲师)