

村民淘金电子商务的春天已来临

本报记者调查我市农村电商发展现状

近日,国务院办公厅正式发布《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》,提出要加强农村流通基础设施建设,提高农村物流配送能力,全面促进农村电子商务健康快速发展。在今年的双十一网购狂欢节上,农村淘宝以独立频道的方式首次进场,也从侧面说明农村俨然已经成为电商的新蓝海。那么我市的农村电商发展现状如何?记者进行了实地走访。

农产品进城,村民淘金电子商务 一农户网上卖泥鳅一年一万斤

“去市场上卖泥鳅,一天十几斤根本卖不掉,价格还会受到市场的影响,有时卖20元一斤,有时卖25元一斤,别人也不知道我这泥鳅的来路。但是放在网上卖以后,买的人就可以通过照片看到我的泥鳅是稻田养殖的,绿色无公害,我卖30元一斤也照样畅销。”石柱镇上杨村村民杨章威是我市较早把农产品搬到网上卖的农民之一。这不,双十一网购狂欢节一结束,杨章威就张罗起了打包的活,要让自家的农产品包裹飞向全国各地。

记者在杨章威的淘宝店铺里看到,他在网上销售的是自家种的大米和稻田里养殖的泥鳅。杨章威发展稻田养殖泥鳅已经四五年,养出来的泥鳅肉

质鲜美无公害,但在做电商之前,杨章威的泥鳅销量还不到现在的一半。

杨章威的电商之路不仅仅是发展淘宝店铺,微信电商平台也有他的身影。微商平台开通两个月来就卖掉了500多斤。杨章威说,做电商以后,泥鳅每年可以卖掉1万斤左右,大米更是供不应求,每年的收入也至少增加了6万元。

上杨村党支部书记杨林根说,村里还有很多像杨章威这样通过电商将优质农产品送进城的村民,大家看到了杨章威的成功,也都想往电商这个方向发展,已有二十多位村民先后注册了网店,开始走上了电商之路。

杨林根说,在村里的电商没有发展起来之前,很多村民都闲散在家没有收入,自从接触电商这个平台之后,不仅收入翻了一番,还将优质的农产品送进了城,对农村的发展和农民生活水平的提高十分有利。

我市农村电商尚处在起步阶段 特色农产品挖掘不够和物流是主要瓶颈

今年以来,支持农村电商的重要政策文件接连出台。仅5月以来,国发24号、40号,国办发59号、72号文件相继发布,其中均涉及加快发展农村电子商务的内容。8月21日,由商务部牵头、19个部门联合发布了《关于加快发展农村电子商务的意见》,专门就农村电子商务作出部署。11月9日国务院《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》提出了七方面政策措施。

“农村电子商务的本质是通过网络平台嫁接各种服务于农村的资源,最终是要扎根于农村、服务于三农。”市商务局市场科负责人王有高说,农村电商的核心内涵是“互联网+三农”,是一场涉及农业生产方式、农村生活方式、农民思维方式和价值观念的深刻变革。国家层面相关政策的出台,无疑给农村电商的热潮再添火力。

据悉,我市目前预计约有农村电商300多家,占全市电子商务比例不到1%,还存在较大的发展空间。

不过,记者调查发现,目前我市发展农村电商还处在起步阶段。主要面临两大主要瓶颈:特色农产品挖掘不够和物流配送还没跟上。首先是互联网市场的属性要求,上网的

农产品必须具备一定的品牌和可追溯性,从而保证农产品质量,而我市目前具有一定品牌知名度的特色农产品并不多,不少具有地域代表性的农特产品还不具备商标意识,更不用说品牌了,而例如方山柿、舜芋等一旦真正电商化后,还面临产量短缺的问题。另外,由于冷链物流等技术远远没有跟上,导致一些农特产品不能走向全国。

在这样的现状下,如何让“农户+企业”,或者“农户+合作社”,走品牌化、产业化道路,并搭建农村互联网和物流基础设施成为推动农村电商发展、释放农村人口消费潜力,刺激农村消费的重要任务。此次《意见》扶持农村电商发展的政策加码,自上而下的推动有利于社会资源的整合,完善农村网络和物流设施,减轻电商下沉的信息及物流成本,降低企业进入农村电商市场的门槛。

“目前来看,我市农村电商的社会效益远比经济效益大得多,主要解决了落后山村农产品进城和工业品下乡的实际难题,要大力发展农村电商还需要政策的有力扶持。”王有高表示,我市会积极研究出台相关落地政策。

■相关链接

目前农村电商比较成功的三种模式

浙江遂昌模式——走平台化道路

遂昌馆是淘宝第一个县级农产品馆。其核心在一个独特的会员仓储配送中心,借助政府的强大支持和自身体系的巨大聚合能力,“遂网”集合了当地千余家小卖家共谋发展。他们为千余家松散且不标准不专业的小卖家提供专业的培训服务,对上游货源进

行统一整合并拟定采购标准,由“遂网”专业团队进行统一运营管理,线下则按照统一包装、统一配送、统一售后等标准化操作执行,遂昌模式更像是一个区域化的大型购物商场,他们是一个服务商而已,售卖的是“标准化”。

甘肃陇南成县模式——走资源整合道路

成县在政府的支持和推动下,成立了电子商务协会,主打产品有核桃、土蜂蜜等地方特产,依托在淘宝网进行销售。值得一提的是,他们尝到了在微博、微信上推销产品的甜头,并招募了不少

年轻销售人员,对他们进行专业化的微营销培训,至今他们80%的销售额来自这些免费的社会化媒体,而“网店”对他们来说更大的价值在于交易,创业初期这未尝不是一种明智的选择。

吉林通榆模式——走品牌化道路

通榆县和以上两县的最大不同是,开门见山进行品牌化运作,为当地的农产品取了一个好名字叫“三千禾”,并直接进驻天猫旗舰店。品牌更重要的魅力在全程产业链上进行标准化运作,统一采购、统一包装、统一运营、统一配送、统一售后等诸多

标准化尝试。

通榆拥有得天独厚的地理位置,会大大的增加品牌附加值,目前主要售卖来自东北的杂粮杂豆、葵花籽、草原红牛肉等,打造的是“基地整合+全渠道营销+流量+交易+供应链服务+口碑营销”的闭环。

《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》提出七方面政策措施

加强政策扶持力度。深入开展电商进农村综合示范。出台农村电商服务规范和工作指引。推动电商扶贫。

鼓励和支持开拓创新。开展农村电子商务创新创业大赛和农村电子商务强县创建活动。

大力培养农村电商人才。实施农村电子商务百万英才计划,培养农村电商人才。

加快完善农村物流体系。加强农村物流服务网络和设施的共享衔接,加快完善县乡村农村物流体系。加强农产品产地集配和冷链等设

施建设。

加强农村基础设施建设。完善电信普遍服务补偿机制,加快农村信息基础设施建设和宽带普及。促进宽带网络提速降费,加快农村公路建设。

加大金融支持力度。加大对电子商务创业农民尤其是青年农民的授信和贷款支持,简化农村网商小额贷款手续。符合条件的农村网商,可按规定享受创业担保贷款及贴息政策。

营造规范有序的市场环境。加强网络市场监管,打击制售假冒伪劣等违法行为。推进农村电商诚信建设。