

[SUFE-IAR-201201]

上海财经大学高等研究院 2012 年度政策研究报告之一

关于通过发展农村电子商务解决“三农”问题的若干建议



市场机制设计和信息经济研究中心

上海财经大学高等研究院

2012 年 2 月

【按语】我国是一个农业大国。然而，我国农业发展一直存在“重生产轻销售”的现象，致使农户分散生产与大市场的需求出现脱节，已经不能适应当今市场经济发展的要求。发展农村电子商务恰好能使这些问题迎刃而解，为解决“三农”问题提供新思路，为我国农业市场化的转型起到积极的推动作用。但是，我国农村电子商务发展面临着基础设施薄弱、人才匮乏、电子商务平台服务水平较低等问题。国家与地方政府应当给予相关政策的支持，鼓励并引导农民参与电子商务，建立以区域为核心向四周辐射的农村电子商务销售网络。

关于通过发展农村电子商务解决“三农”问题的若干建议

市场机制设计和信息经济研究中心
上海财经大学高等研究院

一、发展农村电子商务的重要性与意义

我国是一个农业大国，农民占全国人口的大多数，而当今农业和农村经济的发展已经进入了市场化、城市化、信息化“三化融合”的发展趋势。解决“三农”问题、解决农业生产结构与市场需求的突出矛盾，增加农民收入，实现我国现代化高效农业，已经成为当前中国经济与社会发展最紧迫的任务之一。我国农村农产品价值的问题关键在于“分散农户生产与大市场”之间的矛盾。单个农户作为生产的主体，不能及时了解市场的信息，造成农产品生产与市场需求出现脱节。发展农村电子商务有利于解决这一矛盾，电子商务可以利用现代信息技术服务“三农”，提高农业资源利用效率，从而促进农业增产，农民增收，农村社会全面进步，为“三农”问题的解决提供新的思路。

（一）建立农村网络消费市场

我国农民人均收入逐年提高，农村地区的客观条件和农民的生活习惯在信息化发展的大背景下发生了翻天覆地的变化。农民的消费结构也开始升级，改革开放以来，我国农民消费支出不断增加，消费结构不断改善，农村居民恩格尔系数也从1997年的67.7%下降到2008年的43.7%。农民生活消费开始由满足基本生存型向追求生活质量型转变。农民衣食和衣着消费层次逐渐提高，高档耐用消费品开始进入农民家庭，然而传统销售由于地域的限制，导致农民购买高质量的商品缺乏渠道。这都为构建农村网络消费市场做好了准备。

随着互联网的普及，农村一改以往信息闭塞的面貌，走上了信息高速公路。根据 CNNIC 发布的《第 26 次中国互联网络发展状况统计报告》显示：我国农村网民规模达到 11508 万，占整体网民的 27.4%，同比增长 16.9%。这说明农村是一个潜力巨大的市场，很多农民已经开始网络进行消费，农村网络消费市场不容忽视。

（二）建立农村电子商务销售市场

我们不能再把农村和农民仅仅视为市场，视为消费者，认为农民只是潜在市场的“目标受众”。要认识到农民也能成为 B2C 中的 B (business, 商家)。要摆脱以往农业发展“重生产轻销售”的误区。充分利用电子商务的优势，为农民销售创造渠道，增加农民收入，改善农业产业结构。

农产品相比于普通商品有其特殊性质：农产品品种繁多，区域性强，具有易腐性，并且难以标准化。农业生产大都是采用农户家庭分散经营的模式，容易引起单个农户生产与大市场的需求出现断裂。农业生产与农产品的这些特性会导致生产分散和信息传递严重滞后，农户扎堆生产，农产品滞销。而一个优良的电子商务平台可以提高交易的效率，有助于农业生产中产供销与需求之间信息不对称问题的解决。

（三）发展农村电子商务的意义

农村电子商务是通过网络平台提供服务，整合农村的各种资源并对接需求与供给。发展农村电子商务平台有如下积极意义：一、能够改善农业产业结构，解决我国农业分散生产和大市场之间的矛盾；二、能够拓宽农户的销售渠道，让农民迅速地获得市场信息，打破传统受地域限制的销售渠道；三、可以提高整个农业市场的效益，最终实现产供销、农工商一体化经营；四、能够增加农民收入，提高农民的生活水平。

二、农村电子商务发展存在的问题

（一）农村电子商务的基础设施与物流体系不够健全，东西部地区网络建设发展不均衡。

首先，我国农村网络建设正处于全面的起步阶段。尽管从总体上看国家和省级的农村网络设施建设已经有了一定的基础，但是从市县到乡镇的网络基础设施依然很薄弱。农村网络信息服务还没有完全深入到基层，村级信息服务点不够健全，农业信息传递在最后一公里上遇到了阻碍。如何解决县镇二级到最终用户之间的信息传递是亟待解决的问题。

其次，尽管我国农村已经有超过 1 亿的互联网用户，但是仅占中国农村人口的 15%。我国农村人口众多、基础差、教育程度相对落后，导致农村上网普及率相比于城市而言仍很低。并且，目前的电脑价格和上网费用对于农民来说比较昂贵，因此我国农村家庭的电脑拥有量还不是很低，网络使用率也低。要想让农村

的网络建设深入到农村的家家户户，就必须降低农民的上网成本。

再次，由于经济发展的不平衡，我国农村网络建设也呈现出明显的地域性特征。东部沿海由于经济水平较高，因此网络基础建设也相对较快。例如，截止至2009年我国农业以及涉农网站超过了8000个，但是超过40%的网站都集中在北京、山东、浙江、江苏和广东五个省。中西部地区，尤其是偏远地区网络建设比较落后。

最后，农村电子商务的发展必须以方便快捷的物流为基础，而我国农村的物流配送体系需要进一步完善。多数物流公司的物流网络只是覆盖到了县一级地区，以下的乡镇无法送达。这一现状的客观原因主要是我国的农村地域分布广阔以及交通相对落后。加之农产品季节性强，部分农产品是不能保存很久的，这就对物流有更高的要求。因此，对于第三方的物流公司而言，扩大物流网络分布的成本大于收益，致使物流体系的进一步扩张遇到了阻碍。此外，农村物流的费用对于农民来说比较昂贵。例如，大多数不发达的农村地区只有EMS提供了快递服务，而EMS提供的快递一次运费大约为20元，农民一次购买商品的价格又不会太高，这就导致网络消费市场的价格优势丧失，农民网购的消费欲望大打折扣。

（二）网络购物在农村普及率不高，农村居民对电子商务缺乏信任

尽管近年来农村网络的使用率有了很大的提高，但是相比与城市仍有很大的发展空间。上海财经大学高等研究院市场机制设计和信息经济研究中心通过上海财经大学“千村调查”项目对部分省份的农村居民进行大量的问卷调研和深度访谈，并撰写了“2011中国农村电子商务调研报告”。基于此次的调查，我们发现样本中仍有41.11%的农户从未上过网，勿论是否接触过电子商务了。农户普遍对电子商务缺乏基本的认识，加上受传统观念的束缚，普遍对电子商务缺乏信任。相关研究发现学历越高，网上购物比例就越高。而中国农村网民普遍受教育程度不高。他们主要通过互联网听音乐、玩游戏，较少像城市网民一样，通过互联网购物或进行网上支付。此外，相关研究也表明，上网历史越长，购物比例越高，而我国农村互联网使用时间普遍比城市短3-5年以上。

通过本次调查我们还发现，农村网购渗透率为38.4%。农户们给出的没有参与过网购的原因主要集中在支付安全和商品质量两方面。由此可见，制约农村电子商务发展的主要因素是如何构建一个诚信的电子商务交易平台。

（三）农村电子商务人才极度缺乏、培养体系不健全。

与农村电子商务硬件设施建设相比，农村电子商务人才的建设更是滞后。首先，我国农村人才储备并不高。在农村地区，能操作、利用电脑的人员不多，能懂电子商务的专业技术人员就更少了，根本无法保证涉农信息的搜集、整理和发布。我国农业高等院校每年有数万毕业生，其中不乏学习电子商务专业的人才，他们是农村电子商务发展的保障与智力支持。然而，这些毕业生自愿到农村基层工作的不多，主要原因是农村缺乏吸引优秀人才的政策和优越环境。

其次，我国目前农民整体网络接触率偏低，缺乏电脑操作和电子商务的基本

技能。一些农户对电子商务心存疑虑，接受和理解新鲜事物比较慢。这些农户应当通过政府的引导，使其接触并了解电子商务。然而，目前农村电子商务人才培养的方法针对性不强，而且没有形成体系，没能让农户切身体会到电子商务能为他们带来经济利益。

再次，农村电脑、网络以及从事电子商务的硬件条件相比于城市要落后许多。这些硬件条件的发展滞后也为电子商务人才培养增加了难度。

（四）现有的电子商务平台与农民的需求存在一定的“脱节”，没有考虑到农村主体的真正需求。缺乏与农民互动环节，没有充分调动农民参与电子商务的积极性。

无可否认，我国农业信息体系的建设已经有了良好的开端。1994年我国开始实施“金农工程”，建立了农业信息网与中国农业科技信息网。随后各类农业信息网站得到迅速发展。中国互联网从1997年不到200个农业网站发展到2001年约2200个农业信息网站，再到2005年在中国农业信息网上登记注册的4372家农业网站。截至2009年，我国农业以及涉农网站已经超过了8000个。

然而，真正类似于B2C的电子商务平台目前仍然很少。有研究表明，我国70%甚至更高比重的农户仍然要靠自己解决农产品的运销问题，电子商务的优势没有得到发挥。这是因为现有的农业网站主要是由各级政府或教学科研机构建立的，并没有全面考虑到农村主体的真实需求。许多人仍抱着一种旧观念，即把农村受众视为市场、视为消费者，认为农民只是潜在市场的“目标受众”。这种观念就导致了农村电子商务发展变成了只是农业信息网站的建设，忽略了农民农产品销售这一环节。深化农村电子商务发展迫切需要一个帮农民把生产过程中产前、产中以及产后等环节都联接成一个有机系统的电子商务平台。

另外，现有的电子商务平台普遍缺乏与农民之间的互动，农村电子商务建设中的农村主体地位尚未确立。农民往往成为被动的信息接受者、消费者，因此农民参与电子商务的积极性也不高。

三、农村电子商务发展的几个建议

建议一：加强建设我国农村电子商务的基础设施，完善物流配送体系

硬件设施是进一步深化我国农村电子商务发展的基础，国家与地方政府应当设立专项补贴或资金，为农村提供性价比高的电脑与网络设备，并减少上网以及其他相关费用。

如上文所述，目前大多数物流公司的物流网络只能覆盖到县一级地区，下面的村镇无法送达。而且物流公司在农村发展业务存在盈利难的问题。因此国家与地方政府必须在财政政策或税收上给予物流公司必要的补贴，在政策上给予支持，促进农村电子商务物流体系进一步完善。

建议二：大力培养农村电子商务人才

首先，要广泛培养农民对电子商务的兴趣，以帮助农民致富为出发点。政府要主动引导农民接触电子商务，调动农民利用电子商务的积极性，让他们切身体会到电子商务给他们带来的经济利益与生活上的便捷。其次，政府应当针对一些有潜力的龙头企业或养殖大户进行重点培养，让他们的成功发挥示范效应，带动其他农民也投身到电子商务中来。同时在村里应选出一些有知识文化基础的干部作为科技带头人，先重点对他们进行电子商务知识系统的培训。然后以他们为纽带，带动全村一起参与到电子商务中去。最后，政府应当制定吸引人才的优惠政策，鼓励并引导大中专院校的电子商务人才走进农村，并创造吸引人才的优越环境。例如，政府可以对农业院校予以财政支持，鼓励其开设电子商务专业，培养具有乡土背景的能留得住的农村实用人才；对于我国普通高等农业院校的毕业生，不仅在政策上引导，而且要为他们创造相对优越的工作环境，提高他们在农村工作的积极性。

建议三：加强农民的电子商务意识，逐步引导农民接触并参与电子商务

如上文所述，目前我国农民网购参与率低，并对电子商务的安全性存在质疑，加上农民普遍存在接受新事物慢，要培养农民电子商务的意识就必须循序渐进。在初期，应让农民先接触网络购物，采取先送货后付款的方式，消除农民对电子商务安全的疑虑，并让农民能体验到网络直销的便捷和快速。随后在逐步扩充网络服务的内容，比如化肥的交易信息，农村二手货交易等。

建议四：因地制宜，形成以区域为核心的农业电子商务交易平台，为农户创立良好的销售渠道

由于不同地区对农产品的消费习惯和需求不同，发展农村电子商务必须以一个区域为核心为本区域内的农民、农业和农产品提供电子商务服务，并向周边辐射形成一个销售网络。构建农村电子商务平台不能是简单地创建商务信息网站，而是在信息网站建设的基础上为农户提供农产品交易服务，包括农业、农产品的需求信息、价格信息、物流配送、农贸信息等。同时，在电子商务平台上介绍先进的农业生产养殖技术和相关信息，引导和教导农户科学生产。

例如，政府应当扶持构建网上农贸市场，为农户网上交易提供行业动态、供求信息与市场行情，并及时将客户的反馈信息发送给农户。我们应在区域里每个村都设置多名信息员，由信息员收集该村农民的求购信息，并迅速发布到网上。这样做的好处在于能将分散的农户集中起来，对农产品进行统一调度，有利于开拓渠道。信息员可以由政府培训，也可以由企业提供。再在每村设置多名物流员，进行短程的集中配送，这样可以减少中间环节，降低物流成本。我们还可以将一个区域中类似的农产品的相关信息都集中起来后在网上发布，增强信息服务的针对性，从而提高特定产品的需求者和供给者匹配效率。

建议五：农村电子商务的发展需要政府、运营商、农民多方共同努力，应当界定好各自的责任边界，以市场需求为驱动，农户自身为主体，政府进行调控，

企业进行辅助操作，三者共同协调配合。

政府、企业和农民应当在农村电子商务发展的不同阶段中发挥不同的作用。在前期，政府应当发挥引导作用，制定相关政策和计划鼓励农村电子商务的硬件设施和电子商务平台的建设。而企业则是硬件设施和电子商务平台建设的执行者，努力让农户参与电子商务。在中期，政府应当加强对农户电子商务知识的宣传，调动农户的主动性和积极性，让农户亲身体会电子商务给他们带来的好处。地方政府可以组织相关人员学习目前农村电子商务第一镇——沙集镇和义乌电子商务村刘青岩村的经验，鼓励农户主动想办法利用电子商务平台因地制宜地进行商务交易，如发展当地特产或者手工制品，等等。以做板式家具的江苏省睢宁县的沙集镇为例，整个沙集镇网店的年销售额超过3亿元，并且带动了上下游多个产业的新产业链的诞生和成长。据中国社会科学院信息化研究中心和阿里巴巴研究院共同出的“沙集模式”调研报告称，沙集镇电子商务的成功因素除了信息技术的普及和年轻人的创业热情外，还离不开当地政府的“不越位”、“不缺位”的扶持理念和做法。所以，在后期，我们建议应当以农户为主导，政府和企业全力辅助其发展，发展自下而上的电子商务模式。由市场牵引、社会或用户自己投入，农民自发地利用市场化的平台开展电子商务。

总之，随着我国社会的不断进步，农村电子商务发展的条件也日趋成熟。但是，进一步深化农村电子商务仍然面临不少困难，任重而道远。农村电子商务的发展有利于解决“三农”问题，可以促进农业发展的转型，加快农村信息化建设，实现农村社会经济的可持续发展。