

对重庆秀山农村电商助推乡村振兴的思考

李伟丽

重庆中共秀山土家族苗族自治县委党校

DOI:10.32629/ej.v2i4.179

[摘要] 电商企业大多分布在经济水平较发达、产业配套较完善的东部沿海地区,落后地区特别是中西部农村地区的电子商务发展则相对滞后,但这也意味着广大农村地区电子商务产业有着巨大的发展潜力。秀山在发展农村电商助力脱贫攻坚上进行了积极探索,为广大农村发展电商产业,加快渝东南地区乡村振兴提供有益借鉴。

[关键词] 农村电商; 产业发展; 建议

近年来,随着“互联网+”战略的实施,电子商务快速发展,电商产业已经成为信息经济时代的“新宠”,也成为了广大贫困落后地区借力互联网平台实施乡村振兴战略、实现跨越式发展的有效途径。

1 当前制约我市农村电商产业发展的主要问题

1.1 农村群体观念未转变制约信息消费

我市部分农村居民从未接触电商,也缺乏相关技能,加之农村“空心化”产生的严重失衡年龄结构,特别是农村传统习惯于追求“风险最小化”而非“利益最大化”,认为网购缺乏体验感,信奉“眼见为实”,不免产生担忧和疑虑,导致农村群体信息消费观念难以转变。

1.2 信息基础薄弱制约农村站点普及

网络基础设施是电子商务发展的物质基础和载体,我市农村地区在信息基础设施建设上的整体投入比例与东部沿海和主城区相比还比较落后,互联网普及率不高,物联网起步较晚。

1.3 专业人才匮乏制约网点布局

由于我市农村地区的生活基础设施、城镇环境、公共服务水平等相对较差,对人才的吸引力较弱。电商普及培训仅处于基本知识输出阶段,内容仅以电商常识、业务概念为主,尚未对“触电”群体开展深度培训。有知识、有思想的年轻人返乡热情不高,在乡农村青年参与面不广,难以承接未来全方位的业态服务。

1.4 物流配送体系不发达制约企业做大做强

由于我市农村交通不便、单个村居业务量小,快递公司网点覆盖率低,配送成本较高,服务能力有限,农民无法享受速度快、价格低的民营快递服务,唯一的EMS收费太高,且到乡镇网点仍需自行取件。冷链物流起步较晚,转运设施、保鲜技术等都存在弊端,尤其是大宗生鲜农产品,农民卖家更是难以承担运费。

1.5 精深加工跟进缓慢制约农产品进城

我市贫困地区农特产品加工大多处于初级加工层面,加工链条短、精度低、细分少,未能依托特色资源优势与基地优势形成产业集群。品牌开发水平低,虽地域性特色产品多,但形成地标性品牌较少。地标产品技术标准体系和产品质量

追溯体系尚未成熟,等级标准和质量档次没有形成规范,严重制约武陵山地品牌进入全国市场。

2 秀山发展农村电商产业助推乡村振兴的探索

2.1 构建三级物流网络,破解两个“一公里”难题

组建专注于农村配送的云智速递,投用电商分发中心,有效整合233个武陵生活馆配送网点,将全县规划为4个片区15条乡村物流线路,无缝对接社会快递和乡村网点,形成“T+1”“1+T”城乡双向物流模式,快递首重包邮从以前的17元降至现在的3元。

投用西南地区枢纽型电商云仓,实现自动成箱、自动打包、自动分拣。建成周边区县配送站230个,开通秀山至贵州德江、湖北恩施、湖南玉屏等17条武陵物流专线,实现定时、定点、定线路、定车次、定费率“五定管理”,有效服务武陵山周边区县。开通秀山至杭州、广州、泉州等8条次日直达国内主要城市快递专线,实现秀山及周边区县快递包裹有效集散和高效配送,确保“双十一”“双十二”等重要促销节点“不爆仓、不瘫痪”。

2.2 打造一体化产业链,源头土货秒变电商爆款

构建农产品“产研加销”一体化上行产业链,打通农产品上行的每个关键环节,形成源头土货变电商爆款的程式化服务。大力发展“一村一品”,帮助有需求、有条件的农户,尤其是贫困户,发展土鸡、土鸡蛋、百合、紫薯、秦橙、茶叶、生猪等产业,建立电商农产品生产基地,承诺其生产的农特产品可以通过村头平台全部包销,目前已认证132个特色农产品电商基地,建立供应站点3650个。实施一农户一二维码标识,构建农产品质量安全二维码追溯体系,同时实行政府背书保证,打造“双放心”工程。创建“武陵遗风”(以农产品为主)和“边城故事”(以手工艺品为主)公共品牌、62个电商企业自有品牌,上线本土特色商品728款。

2.3 坚持全域触电培养,造就推动农村电商不断向前发展的生力军

秀山对新农人的要求是“下地能弯腰,上桌玩鼠标”,通过组建讲师团轮番深入各乡镇村居,开展电子商务进农村普及培训,累计培训农民2.7万,培养600余名电商带头人。针对农村电商人才需求,打通培训上岗绿色通道,培养营销、美

工、设计、客服等专业技能精英2500余名。开设电商扶贫干部班,引导领导干部用互联网思维促进实体产业发展,完成培训2000余人次。与重庆工商大学等校企合作,建成众创空间和人才实训基地。整合职业学校教学资源 and 电商孵化园实训资源,建立“县职教中心+电商孵化园”人才输出模式,开设现代物流、农村电商等相关专业,有针对性的持续培育本土电商人才,输出相关专业人才1200人。

2.4线上线下双向融合,秀山农村电商模式面向全国推广农村电商关键是要扎根农村,服务“三农”。秀山县按照“县城建核、乡村布点、网络拓展”的融合发展思路,形成线上“村头”、线下武陵生活馆的发展模式,正加速走出重庆、走进武陵山、走向全国。立足功能完善的物流园区,按照“园中园”思路、“一园一馆六中心”布局,建成电商产业园,迅速集聚电商资源。在县域农村建成233家武陵生活馆,优先覆盖85个贫困村。每个店集成网络代购、快递收发、特产收购、金融业务、农村政务和乡村便利店“六大功能”,店主发挥着农产品经纪人、快递员、网络代购员、金融业务员、便民服务员、售票员、政务员和超市老板“八大员”作用,彻底改变农村交易方式和消费环境,实现“小空间、大服务,百姓办事不出村”。

2.5服务全方位无死角,不断扶持电商企业做大做强

企业是推动农村电商向前发展的主体。秀山县不断向着打造农村电商创新高地、成本洼地、创业福地的目标前进,从上至下构建起“全方位、无死角”的服务体系,逐步成为无数创造者、中小企业、龙头企业的“筑梦空间”。设立每年不少于2000万元的专项资金,从主体培育、技术创新、品牌建设、业务拓展等方面予以扶持。县电商办定期研究解决电商产业发展中遇到的难题。创新电商产业贷,设立电商产业发展基金,低门槛融资、简易程序审批,累计为电商企业、贫困农户等提供贷款6350万元。

3 发展农村电商产业助推乡村振兴的建议

立足本地实际,将电商产业发展与扶贫有机结合,探索精准扶贫工作新机制,帮助贫困户和贫困村树立脱贫之志,掌握脱贫之技,实现脱贫致富。

3.1把农村电商产业作为转方式调结构的新引擎

建议叠加政府这双“有形的手”,充分整合各类资源,抓住互联网+助推经济社会创新发展新机遇,尤其是将信息化延伸至农村,大力发展农村电商产业,从而以发展方式转变推动产业结构优化,引领农民脱贫致富,促进农村社会转型。

3.2把发展农村信息基础设施建设作为投资新重点

完善农村地区电商服务中心、乡服务站和村服务点功能及配套设施,为网商提供技术和创业孵化服务。建议将农村信息基础设施建设作为新一轮投资的重点,扩大无线宽带、光纤网络、移动网络覆盖范围,提升个人电脑、移动设备等实体端口普及率,发展应用云计算、大数据服务,为信息化产业的发展奠定基础。

3.3把培育“新农人”作为职业教育和基层干部培训的新方向

将电商纳入职业教育重要课程,引入专业市场化电商培训机构,与大型企业、大专院校共建电子商务实训基地,推行电子商务从业技能鉴定,出台优惠政策、整合培训资源、广泛宣传发动,支持农村青年积极“触电”,吸引外出精英人才返乡创业。同时,通过党校(行政学院)干部轮训、企业实践等平台方式和方式,加强对基层干部电商实用知识培训,打造一支推动农村电商迅速普及的专业化服务队伍。

3.4把完善城乡物流配送作为农村“新兴路网”建设的新规划

依托“传统路网”,规划建设以配送网络为主的“新兴路网”,打造县域分拨中心、乡镇街道集配中心、村居末端配送网点三级配送体系,引导支持龙头企业牵头建立配送联盟,开发智慧物流信息系统,补齐转运设施、保鲜技术等产品冷链短板,实现“传统路网”向“新兴路网”的升级。通过多种方式鼓励和扶持物流企业在贫困乡镇建立符合电商发展需要的物流配送门店,在贫困村建立快递服务点。

3.5把激励区县创建自主电商品牌作为产业扶持政策的新取向

电商品牌是政企进行市场营销的着力点和发力点,以品牌化促组织化,以组织化闯大市场,才能产生良好的增值效益。在产业扶持政策中,要将创建自主电商品牌列为重点,引导以个性优势打造特色地标品牌,建立地标产品技术标准体系和产品质量追溯体系。

[参考文献]

[1]皮武良.试论新时代我国农村电商经济健康发展路径[J].农业经济,2018(11):141-142.

[2]吴伶.对新媒体时代农村电商发展与职业农民培育的思考[J].中外企业家,2017(21):241-242.

[3]吴燕芳.发展农村电商助推乡村振兴战略实施[N].甘肃日报,2019-03-21(006):2.