

农村电子商务发展：成效、问题 and 对策

——基于内蒙古农牧户的微观调研数据

■ 林海华¹ 高鸿雁² 林海英³

摘要：随着互联网普及率不断提高，农村电商给农牧区带来了巨大变化。文章基于 2017、2018 年实地微观调研数据和宏观数据，从政策层面、基础设施建设层面总结了内蒙古农村电商的发展成效。虽然内蒙古农村电商发展取得了较大成效，但是在政策制定、配套资金使用、基础设施配备以及发挥作用等方面存在诸多问题。因此，为了更好推动内蒙古农村电商快速、健康发展，从政策制定、资金监管、物流基础设施建设、电商平台宣传力度以及引进农村电商人才等方面提出了改进内蒙古农村电商发展的对策建议。

关键词：内蒙古 农村电子商务 成效 问题 对策

一、引言

随着互联网普及率不断提高，农村电商快速发展，针对农村电商的发展和对策(张筑平, 2019; 王文佳, 2019) 研究逐步增多, 但基于内蒙古农牧区电子商务发展的研究较少。越来越多的农牧户通过电商实现了脱贫致富(汪向东等, 2015)。我国的贫困户大部分集中在农村牧区, 因此农村牧区是主要的扶贫基地(周海琴等, 2012; 接家东, 2017)。正是鉴于电商给部分农村牧区带来的巨大变化, 截至 2017 年底, 国家商务部共批准 756 个县作为农村电商示范县, 并逐年向西部民族贫困地区倾斜。其中, 2014 年的 56 个国家级示范县中 7 个属于西部贫困地区, 占比 12.5%; 2015 年的 200 个示范县中 94 个示范县属于西部贫困

地区, 占比 47%; 2016 年的 240 个示范县中 164 个示范县属于西部贫困地区, 占比 68.33%; 2017 年的 260 个示范县中 144 个属于西部贫困地区, 占比 55.38%, 其中 237 个为国家级贫困县, 占总数的 91.2%, 重点贫困和欠发达革命老区县 23 个, 占总数的 8.8%; 2018 年的 260 个示范县中有 205 个为国家级贫困县, 占总数的 78.8%, 欠发达革命老区县 17 个, 占总数的 6.5%。目前, 自 2015 年实施电商进农村综合示范项目 4 年以来, 内蒙古拥有国家级农村电商示范县共 47 个, 全国排名第 8, 其中贫困县占比高达 80.9%。迅速发展壮大, 取得了一定的成效。本文基于实地调研和宏观数据, 总结了农村电商的发展成效, 指出其存在的主要问题, 提出内蒙古高质量发展农村电商的对策建议, 进而更好

推动内蒙古农村电商快速、健康发展。

二、内蒙古农村电商发展成效

(一) 出台规划和政策, 保障农村电商发展

1. 方向性政策方面

2015-2018 年, 内蒙古陆续出台了 7 项关于农村电子商务发展的规划和政策(详见表 1), 这些政策从宏观层面上确定了发展目标 and 主要任务, 为农村电商发展提供指引性方向, 为农村牧区电商发展和应用提供重要的政策指导和指引。其中, 2018 年 6 月, 《内蒙古自治区商务发展“十三五”规划》强调要大力发展农村电商, 优先发展一批具有一定规模和拥有一定数量的涉农涉牧电商服务平台和电商服务网

基金项目：本文系内蒙古广播电视大学 2020 年度科学研究一般项目(编号 IMRTVU-GSR2003)研究成果之一。

点。2018年8月《推进电商与快递物流协同发展的实施意见》中提出，要协同推进电商与快递物流快速发展，实现农村牧区快递物流的转型升级，要不断扩大农村牧区的消费范围，增加用户体验度。

2. 法律法规保障方面

2018年8月31日，《中华人民共和国电子商务法》通过审议，自2019年1月1日起施行。本法对电商经营者和电商平台经营者的电商行为、电商争议和电商合同的履行等方面进行了法律权限和法律约束方面的规定，为推进电商诚信体系建设、营造创新发展的电商市场环境提供重要的法律保障。

3. 农村基础设施建设方面

2016年9月，《关于推进农村牧区电商加快发展的实施意见》提出，到2020年底，全区农村牧区电商交易规模年均增长30%，村级电商服务点覆盖率50%。2017年2月《内蒙古自治区信息化发展“十三五”规划》中提出全区要不断增强电信服务能力，实现行政村2020年通宽带比例达到98%以上。2018年6月，《关于推进电商与快递物流协同发展的实施意见》中指出，为提升电商快递末端的服务能力，不断推进配送车辆规范运营和便利通行。

4. 电商人才培育方面

2015年4月，内蒙古自治区商务厅下发的《关于联合实施

农村牧区青年电商培育工程的通知》中指出，要加大电商人才的培养力度，积极带动青年参与“电子商务进农村综合示范”项目，吸引社会资本，营造浓厚的“电商进农村牧区”氛围。

(二) 加快基础设施建设，助力农村电商发展

1. 农村道路建设逐渐完善

截至2018年底，全区新建改建农村牧区公路7.3万公里，新增通沥青水泥路嘎查村5996个，目前11565个嘎查村公路网通畅率达96%，所有的苏木乡镇通客运班车、嘎查村通班车率达98.3%。

2. 农村互联网普及率稳步提升 农村三级物流网初具雏形。

“县级电商运营中心+乡镇服务点+村级服务站”的电商运营模式能够积极推动物流企业与第三方的积极合作，构建乡镇(苏木)快递综合服务中心，实现农畜产品“进城”，以及农牧民所需的网络产品“下乡”。为突破信息接入“最后一公里”的瓶颈，采取“政府与三大网络运营商”协同建设互联网的模式，不断加大互联网的建设力度，不断提高网络普及率。据统计，2014-2018年，农村互联网接入村数呈现明显的上升趋势(见下图)。

表1 农村电商发展的规划和政策一览表

年份	政策名称	制定部门
2015年	《内蒙古2015年电商进农村牧区综合示范工作总体方案》	内蒙古自治区商务厅
2015年	《关于加快发展农村牧区电商的意见》	内蒙古自治区商务厅
2016年	《历年电商政策汇编(1996-2015年)》	内蒙古自治区商务厅
2016年	《关于推进农村牧区电商加快发展的实施意见》	内蒙古自治区政府
2017年	《推动实体零售创新转型实施方案》	内蒙古自治区政府
2018年	《内蒙古自治区商务发展“十三五”规划》	内蒙古自治区商务厅
2018年	《推进电商与快递物流协同发展的实施意见》	内蒙古自治区政府

数据来源：内蒙古自治区政府网站整理。

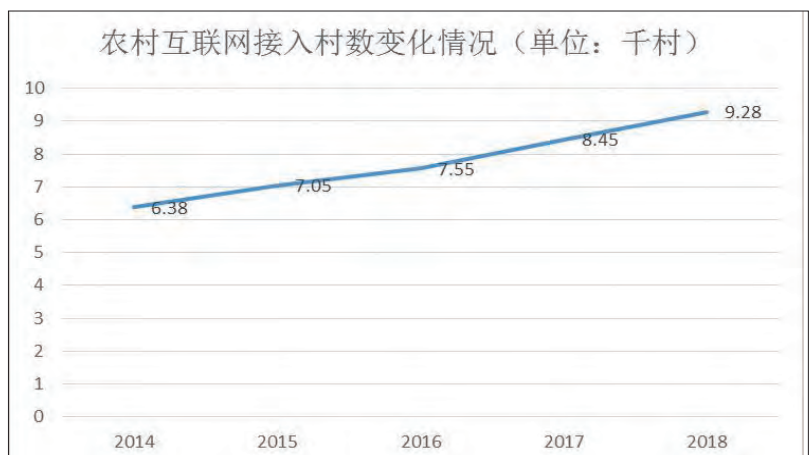


图 2014-2018年农村牧区互联网接入村数变化情况

(三) 发挥示范县引领作用, 推动农村电商高质量发展

示范县作为农村电商发展的试点县, 不断推进网络交易额的增长。部分示范县打造了本土平台, 如科右中旗、正蓝旗、巴林右旗、土右旗、五原县依托龙头企业电子商务平台, 培育县域品牌, 分别建立了具有地方特色的草原淘宝、大元上都、巴林桥、敕勒川商城、河套购等本地电商平台。部分示范县采用自建平台的形式开展农村电商活动, 如兴安盟突泉县的“品味突泉”自建平台, 获得农牧户好评。

三、内蒙古农村电商发展存在的问题

(一) 政策不明确, 缺少具体的指向性文件

虽然内蒙古自治区政府开始重视农村电商的发展, 颁布了一些相关的政策性文件(见表1), 但是专门针对农村电商颁布的政策文件较少。这些政策性文件多数是一些宏观的指导性文件, 对于农村电商具体实施策略并不明确, 不具有引导性。尤其是县级政府在实施农村电商活动时并没有实际操作可依, 目前农村电商开展较难的两部分内容中无方向感, 农畜产品“上行”方面以及冷链物流配送等方面创新性不足。

(二) 快递配送不畅, 物流建设仍是短板

2017年和2018年调研数据

显示, 有一部分地区实现了“最后一公里”物流配送问题, 例如巴彦淖尔市的五原县、兴安盟的突泉县和呼伦贝尔市的扎兰屯市。但是大部分示范县还是没有办法在村中收取快递, 只能选择距离近的邮局或者县城收取快递。由此, 农牧户网购的收取快递的不便利性导致其对网购的兴趣逐渐降低, 限制了农村电商的发展。对于内蒙古自治区的特色农畜产品——牛羊肉、香瓜等一些生鲜特色产品, 需要冷链运输, 而冷链物流运营成本高、商品腐损率高, 流通率较低。且内蒙古自治区农产品冷链流通仅在几家快递公司有此项业务, 针对农村牧区费用也非常高。

(三) 村级电商服务站作用未凸显, 工作人员服务意识不强

2017年和2018年调研数据(见表2)发现, 仅有13.37%的农牧民是通过电商服务站的工作人员购买的, 大部分农牧户是通过其他方式从网上直接购买。被调研的农牧户中90.4%所在村里有村电商服务站, 但是去过村电商服务站的农牧户仅占45.19%。部分村级电商服务站成为“摆设”, 各个村级服务站99%都放在本村的商店, 85%的商店只是负责为农牧户取快递、交话费等, 只

有约15%的工作人员会为农牧户现场指导购买生活用品、帮助农牧户销售特色农畜产品等。村级服务站配备的工作人员98%都是该商店的老板, 为农牧户服务意识较差。

(四) 农村电商人才匮乏, 年轻人较少

从政府部门工作人员来说, 一方面, 政府部门工作人员大多懂农村却不懂农村电商, 大多数相关部门工作人员“半路出家、现学现卖”, 政府部门缺少懂电商又懂农村的相关人才; 另一方面, 在旗县级农村电商相关事务归经信办或者电商办负责, 负责人只有1-2名。2018年调研数据显示, 农牧区的平均年龄为48岁, 老年人占一半以上, 年轻人较少。且农牧区经济和文化环境较为落后, 大多数电商专业的大学毕业生不愿意留在农村, 出现农村电商工作“留不住人”的局面。

四、内蒙古农村电商发展对策建议

(一) 制定指向性政策文件, 确保政策落到实处

内蒙古横跨西北、东北、华北地区, 毗邻8个省区, 按地理

表2 农牧户不同网购方式人数和比例表

内容	自己上网买	让亲戚、邻居、朋友帮忙买	让电商服务站的工作人员买
人数(人)	259	104	56
比例(%)	61.81%	24.82%	13.37%

数据来源: 2017和2018年农牧户微观调研数据。

位置可分为东中西三个部分，而每个区域的自然环境、经济条件发展情况、农村电商发展情况都不近相同。因此，各旗县政府在制定政策文件时，要因地制宜，要根据各地农村电商的发展进程，制定符合当地实际的切实可行的政策，突出当地特色，杜绝出现“复制粘贴”现象。

(二) 完善资金监管制度，提高资金使用效率

要加强农村电商示范县的资金监管力度和资金使用制度。要确保资金去向，建立资金使用公示制度，各个农村电商示范县要及时准确地公示资金使用情况，让广大人民群众实时监督，让政府机构实时监管，共同推动农村电商高质量发展。针对部分贫困县资金拨付困难的现象，上级政府部门可以将未使用或使用较少的旗县转拨给资金拨付困难却可以较好开展农村电商各项业务的旗县，让“想做事、能做事”的旗县优先发挥积极作用。而针对那些资金使用极少的旗县要积极制定发展对策，进一步推进农村电商的发展。

(三) 加强电商平台宣传力度，充分发挥村级电商服务站的作用

为了能够更好地让农畜产品“上行”渠道通畅，要不断加强电商平台的宣传力度，通过旗县的电视、媒体、网络等形式，大力宣传旗县自建电商平台，让更多的人成为自建电商平台的购买

者和销售者。通过与其他运营商（如淘宝网、京东等）合作，将自建平台嵌入。充分发挥村级服务站的作用，设置专门人员负责村级服务站的工作，定期开展培训和讲座，让农牧户充分了解村级服务站的工作职责和 workflows，不断提高村级服务站人员的服务意识。

(四) 增强物流建设力度，提高物流配送效率

“工业品下乡”需要物流，“农畜产品进城”也需要物流，物流是发展农村电商的必备硬件需求。为了实现了“最后一公里”物流配送问题，通过采取自建物流公司的形式，政府将“四通一达”物流公司的快递全部从县级转到自建物流公司中，自建物流公司工业品配送到农牧户所在的村、嘎查。设立村级（嘎查）服务站，物流公司将网购商品送到村级服务站或嘎查服务站，方便农牧户收取快递。拓宽冷链物流业务，让更多的快递公司开展此项业务，针对特色农畜产品的进城费用，政府可以按照一定比例进行补贴，提高物流公司的参与度，扩大特色农畜产品的销路，更好地为农牧户增收提供便利条件。

(五) 加大年轻电商人才队伍建设，增强农村电商活力

为了解决农村电商年轻人才匮乏的问题，鼓励电商专业大学毕业生扎根农村，建立人才培养和人才激励机制，让大学生能够

“能上能下，能进能出”。通过政府财政补贴的形式，给予不同服务年限的电商人才一定比例的补贴。

(六) 建立农畜产品标准体系，提高品牌知名度

建立统一的农畜产品标准体系，摒弃小作坊式的生产形式，建立统一的公司制的经营机构，统一办理经营许可证和生产许可证，让农畜产品具有更大的竞争力，占有更高的市场份额，为脱贫攻坚的实现打下坚实基础。■

参考文献：

[1] 张筑平. 农村区域电商发展的模式、问题及对策[J]. 商业经济研究, 2019,(12).

[2] 王文佳. 农村电商发展影响因素与对策—以中部欠发达地区为例[J],2019,(12).

[3] 汪向东, 王昕天. 电子商务与信息扶贫: 互联网时代扶贫工作的新特点[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2015,(07).

[4] 周海琴, 张才明. 我国农村电子商务发展关键要素分析[J]. 中国信息界, 2012,(01).

[5] 接家东. 我国农村反贫困模式创新研究—基于资产建设反贫困理论[D]. 吉林大学, 2015,(11).

(作者单位: 1. 内蒙古广播电视大学; 2. 内蒙古自治区发展研究中心; 3. 内蒙古财经大学)

责任编辑: 张莉莉