扎实推进农村电商发展

助力脱贫攻坚产业见效

——重庆市丰都县三建乡样本分析

根据中央政策的相关定义和企业经营的现实情况，农村电商主要是指通过信息化手段、集约化管理、市场化运作以及成体系的跨区域、跨行业联合途径，构筑而成的紧凑而有序的涉农商业联合体。2014年初，中央一号文件《关于全面深化农村改革加快推进农业现代化的若干意见》首次提出，“加强农产品电子商务平台建设”。2015年11月，国务院办公厅印发的《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》指出，农村电商是转变农业发展方式的重要手段，是精准扶贫的重要载体。2019年1月，国务院办公厅发布关于深入开展消费扶贫助力打臝脱贫攻坚战的指导意见，将农产品“走出去”视为消费扶贫的重要抓手，提出动员社会各界扩大贫困地区产品和服务消费，全面提升贫困地区农产品供给水平和质量。2020年4月20日，习近平总书记在陕西考察时，专门强调了农村电商在脱贫攻坚中的作用，指出农村电商不仅可以帮助群众脱贫，而且能助推乡村振兴，大有可为。

重庆市委、市政府积极响应中央号召，认真贯彻落实习近平总书记有关指示精神，大力扶持农村电商发展和电商扶贫工作，助推全市农村电商迈入发展快车道。重庆智汇电子商务规划研究院《2018年重庆市网络零售发展报告》显示，2018年重庆市农村网络零售额达164.4亿元，同比增长45.5%；农产品网络零售额占农村网络零售额34.5%，奉节脐橙、巫山脆李和城口核桃、丰都牛肉等农特产品经由电商渠道销往各地；14个国家级贫困区县实现农村产品网络零售额77亿元，带动贫困户农产品销售额3.5亿元；11万户贫困户借助电商扶贫实现增收。2019年7月，重庆市政府颁布的《关于加快电子商务产业发展的意见》强调，要大力发展农村电商。重庆市将进一步深化实施电商扶贫行动，拓宽贫困地区农特产品销售渠道，为脱贫攻坚插上“电商”翅膀。

丰都县三建乡是重庆市十八个深度贫困乡镇之一，是重庆市人大常委会办公厅扶贫集团对口帮扶乡。重庆市人大常委会办公厅扶贫集团将农村电商发展作为三建乡脱贫攻坚产业发展的重要环节，做出了三建乡电商发展“1+8（1个集配中心，8个村级平台服务站）”总体规划。近两年，在重庆市人大常委会办公厅扶贫集团倾力帮扶下，丰都县三建乡打破产业发展难、接入市场难的困局，积极引导扶贫产业主动接受市场和历史双重考验，实现了产业发展开局起步、电商发展跨越争先。一个“一方水土难以养活一方人”的深度贫困乡镇，正逐步成长为区域性农产品电商交易中心。丰都县三建乡电商发展的案例，对于点上扶贫工作和农村电商的发展有一定启示作用。

一、丰都县三建乡农村电商发展主要成效

按照市人大常委会办公厅扶贫集团统一部署，三建乡农村电商发展自2017年开始谋划、2018年探索、2019年全面发力，经过探索实践取得了明显成效。2019年3月，三建乡第一个村级微信电商平台上线；2019年10月，三建乡廖家坝社区成为全乡首个农产品电商销售额过100万的村；2020年1月，三建乡夜力坪村成为第二个电商销售额过100万的村。2020年1月，三建乡电商综合服务中心正式投用。2020年6月13日，重庆市人大常委会办公厅扶贫集团在三建乡启动第一场带货直播，全网关注流量146.94万人次、实现农产品销售额60.31万元。截至2020年7月，全乡电商平台已累计实现农产品销售额超950万元，市场化订单比例超过70%，直接带动100余户贫困户增收。三建乡农产品注册商标从无到有，农产品区域品牌从无到有，农产品有机认证从无到有，全乡电商平台从业人员从1人增加到10余人，新增就业岗位10余个，战略协作的市场化主体5家，培育孵化周边乡镇电商平台4个，真正成为丰都县乡镇电商的领跑者。随着三建乡扶贫产业的逐步投产，高山大米、土黄牛肉、土鸡、麻辣鸡、冷水鱼、雷竹笋、原生态菜籽油成了三建乡新特产。总体上看，丰都县三建乡农村电商发展成效主要体现在四个方面。

**（一）有效带动了当地产业发展**

一是扩大了农村电商产业。通过政府政策引导，三建乡的产业从无到有、从小到大。笋竹、青脆李、蟠桃等产业种植和冷水鱼、土鸡养殖等已上规模，土黄牛、土猪、红苕粉等产能也逐步扩大。二是提高了农产品价值。通过发展电子商务，三建乡进一步拓展了策划、包装、营销等各个环节的产业增加值，不仅赢得了市场的主动权，而且推动了生产效益的提升，为开拓中高端消费市场奠定了基础。三是加快了产业转型升级。三建乡通过发展农村电商，推动了农业生产经营由原来的“种什么、卖什么”向消费引领农产品种植、养殖而转变，加速了传统农业生产转型升级。

**（二）创造和丰富了农村电商生态链**

农村电商生态链是以农产品为基点，贯穿传统农业生产者、电子商务平台、销售方、消费者及相关的服务商。三建乡从可持续发展角度，在三建乡电商综合服务中心的基础上，推动8个村电商平台集团作战，共建共享公共服务资源，逐步协同打造农村电商生态链。一是完善了物流条件。三建乡电商团队先后与中国邮政、顺丰速运、中国农业银行丰都支行、丰都孙记麻辣鸡等企业达成战略合作协议，推进了特色农产品冷链物流和农商对接、农超对接、农网对接和资源整合，有效降低了电商物流和包装成本。目前，三建乡电商物流成本已低于丰都城区物流成本。二是加强了电商相关基础设施建设。在三建乡新场镇建设过程中，根据电商产业发展情况超前谋划，整合新场镇农贸市场、超市等项目，规划建设丰都县龙河流域电商集配中心，预计逐步可集聚成丰都县龙河流域农村电商产业发展创新孵化园区。三是落实了目标消费者。三建乡电商团队在脱贫攻坚定点帮扶的基础上，通过线下加强与机关企事业单位食堂、职工的对接，逐步实现财政预留份额采购向机关食堂日常供货、品质家庭的日常消费转变，形成了相对稳定的消费扶贫产销协议和目标群体。

**（三）促进了基层社会治理环境的改善**

一是解放了思想观念。发展电子商务，必须解决思想观念的问题。自三建乡农村电商发展以来，三建乡干部群众的认识水平不断提高，部分群众“羞于经商”的传统思想逐渐开放。二是实现了人才聚集。三建乡作为丰都县龙河流域农村电商发展的“桥头堡”，率先集聚了一批设计、策划、销售等领域的农村电商专业人才，三建乡电商团队直接从业人员从1人增加到10余人。三是提升了当地形象。三建乡整个地形呈“三山夹两河”之势，沿河两岸海拔由200米直接跨越到1200米。随着农村电商的发展，三建乡原生态环境和高品质农产品的对外知名度和影响力极大提高，不仅得到了许多消费者青睐，而且引起了市领导和新华社、人民日报、中央电视台等中央主流媒体的关注。四是促进了社会和谐。农村留守问题由来已久，不利于家庭和谐，是社会不稳定因素之一。农村电商吸引了三建乡外出打工人员回乡就业创业，一定程度上解决了留守问题，形成了青年人才回流的良好局面。

**（四）助推了脱贫攻坚产业投产见效**

一是增加了当地群众收入。三建乡通过“企业+电商+贫困户（农产品）”的经营模式，发挥企业带头作用，大力推进了订单农业和农产品网络直销，拓展了农产品营销渠道，推动了产业加快发展，增强了特色产品的网上影响力，凸显了电商增收致富的作用，逐步构建起电商扶贫利益联结机制，有力促进了农村群众脱贫增收。二是带动了当地创业创新。农村电商创业方式顺应新形势，推动实现“大众创业、万众创新”，特别是首次通过直播带货方式推销农产品，更是给当地群众带来了一次思维冲击。三是满足了群众需求。农村较之城市信息闭塞，商品服务相对较少，特别是农村交通不方便、信息化基础薄弱。但是通过发展农村电商发展带来的农产品上行、工业品下行，三建乡群众既能买到平常买不到的东西，又可以足不出户把产品销往各地。

二、农村电商发展面临的主要问题

尽管近年来农村信息化建设突飞猛进，但是农村电商发展涉及多个领域且主体之间关系复杂。从丰都县三建乡电商发展实践情况看，农村电商发展主要面临如下问题。

**（一）农村基础设施不完善**

基础设施建设在电商经济中具有基础性和先导性作用。农村基础设施很大程度上影响着农村电商的发展，主要体现在物流基础设施、交通道路设施以及信息基础设施。**第一，物流基础设施是农村电商发展的最大痛点。**受制于农村交通基础设施条件，重庆市不少乡村的农产品集货问题和农产品出乡的“最初一公里”问题仍然突出。目前，重庆市农村电商物流缺乏全程链式发展，特别是冷链运输建设滞后，配送服务网点还未完全覆盖行政村，物流效率低，包装、仓储等基础设备不足，无法有效运用先进的物流技术、引用电商大数据和对接农村电商服务平台。**第二，农村道路较差、交通不便。**绝大多数的物流点主要集中在县城、乡镇两级，增加了物流成本，影响了运输效率。**第三，农村信息化水平不高。**农村地区电脑网络使用普及率仍然较低，无法实现信息的畅通。

**（二）相关配套政策不健全**

**一是政策相关单位职能不明确。**目前，重庆市相关公共服务体系有待完善，一定程度上制约了农村电商产业的发展。如职能部门还未实现全产业链的无缝监管；还未协调做好农村电商相关的信息采集、数据统计工作等。**二是财税扶持政策不完善。**农村电商产业发展涉及诸多领域和环节，需要大量的资金扶持，而目前已有的财税扶持政策可操作性不强。如政府补贴形式有限，补贴实施意见操作性不强；面向农产品电商创业者的金融服务企业和金融产品较少；面向电商发展的关键支撑物流体系建设，相关政策尚未破题等。以丰都县三建乡为例，虽然农村电商发展物流成本得到了有效解决，但从政策层面，对物流企业和电商企业快递物流的相关激励性、奖励性补助还没有破题，无法有效调动物流企业、电商企业的积极性。**三是人才培养与激励政策不具体。**农村电商需要大量懂农、精商、通网的复合型农村电商人才以作支撑。然而，在实地调研中发现，三建乡农村电商复合型人才短缺问题突出，较大程度上制约了产业的较快发展。若无明确的人才培养与激励政策，很难调动农民学习的积极性，更难吸引留住年轻人返乡创业，不利于农村电商的发展。**四是主体培育政策有待细化。**重庆市农村电商平台的经销主体是以个人、个体工商户为主，层次偏低、能力偏弱，既难以提供良好的电商服务，也难以实现规模经济。

**（三）电商专业人才不充足**

农村电商涉及领域较多，对电商专业人才提出较高要求。不仅要有能力对电商平台管理和维护，而且需要具备信息流、资金流、物流等相关知识。从农村电商从业人员结构来看存在几大问题：**一是整体文化程度较低。**相关统计结果显示，目前我国农村电商行业90%的从业者的学历水平低于大学本科学历。以三建乡为例，全乡电商从业人员10余人中，仅有1名大学专科毕业生。**二是老龄化较为突出。**由于农村地区的年轻劳动力流失严重且多数大学毕业生更愿意留在城市就职，目前农村电商从业人员除主要人员以外，仍以农村留守人员为主，人口结构偏老龄化。**三是专业素质不高。**虽然农村电商逐渐普及，但是很多农民极少经过系统的电商物流业务知识培训，难以对相关农产品进行统一的营销策划，更难有创新的经营理念来实行有效的技术管理。

**（四）发展路径特色不鲜明**

农村电商的发展需要消耗大量的人力、物力、财力，理应结合当地的特色，需要因地制宜地选择匹配的发展模式。虽然各地政府顺应了农村电商的发展热潮，但是各个农村相互效仿发展模式，忽略农村间的差异性，必然导致重复建设、效果不佳等问题。我国是典型的分散的小农生产模式，农产品标准化程度低、质量差异大、产品附加值低、标准化建设不健全、网络销售发展水平不平衡，难以吸引和留住消费者，更难持久有效地提高农民收入。此外，农村电商的农产品普遍存在品牌建设不足、技术含量低、同质化显著、模式僵化、产品单一等问题。

三、推进农村电商发展的政策建议

习近平总书记强调，要增强造血功能，建立健全稳定脱贫长效机制。发展农村电商，不是用行政命令代替市场作用，更不是为了堆数据、垒盆景。发展农村电商，既需要政策引导、规划引领、建设指引，更离不开土地政策、财税政策、激励政策支持形成的合力。只有系统整合各类资源，完善基础设施公共服务、人才储备条件，才能最终通过电商发展接入市场观念、市场意识，实现脱贫攻坚产业走上“规模化”“特色化”“品牌化”的道路。

1. **坚持政策引导、规划引领、建设指引路线**

**一是加强政策引导。**当地政府通过舆论宣传，将农村电商发展的相关政策精神普及到农民当中，提高广大农民的意识水平，调动广大农民的积极性，鼓励农民涉足农村电商行业。**二是加强规划引领。**各地要在充分尊重人民意愿的前提下，抓紧落实农村电商产业园区的具体地块并调整完善农村电商产业园区空间规划。**三是加强建设指引。**各级政府协同发力，各个单位各司其职，结合当地实际，抓紧制定出台农村电商发展建设导则。导则既要阐明农村电商行业的经济地位、说明发展农村电商的具体意义，又要具体提出当地农村电商的发展目标、落实政府指导意见，让农村电商发展有理可依、有的放矢、有据可循。

**（二）凝聚土地政策、财税政策、激励政策合力**

**一是健全土地政策措施。**按照集约、节约利用土地原则，保障各地农村电商产业园区的用地需求，推动相关市场主体入驻园区、集聚发展，盘活闲置的房产资源用于农村电商企业发展，对年销售额达到一定规模的企业予以土地资源保障，对推动农村电商发展具有重大意义的项目实行“一事一议”政策。**二是加强财税政策扶持。**创设农村电商产业发展扶持基金，补助电商经营主体，强化电商服务保障，严格执行有关农村电商产业税费的优惠政策。**三是细化相关激励政策。**制定创业资助政策，鼓励大学生农村电商创业；引进高层次的创新创业团队，明确具体的资助金额；制定农村电商评优奖励政策，助力农村电商的参与主体；评选奖励一些规模发展较大、成长较快、创新能力强的农村电商重点示范企业。

**（三）完善基础设施、公共服务、人才储备条件**

**一是完善农村基础设施建设。**第一，加强物流体系建设，整合电商物流资源，完善县、乡、村三级物流服务体系，建立多站点合一、协同发展的农村电子商务物流配送体系，并健全农产品进城和工业品下乡双向通道，打造完备的农村现代物流配套体系。第二，优化农村交通运输网络，为电商扶贫提供交通运输基础保障。第三，推进无线网络覆盖应用。构建覆盖城乡、有线无线相结合的宽带接入网，保障信息网络畅通，为电商发展提供更好的信息技术保障。

**二是明确公共服务单位职能。**公共服务是农村电商的关键部分，是促进一系列工作开展的前提条件。一方面，督促政府部门单位为农村电子商务发展提供必要的公共服务；另一方面，鼓励企业成立农村电商公共服务中心，代政府为当地各类农村电商企业、创业者或农民的电商活动提供服务和保障。其职能包括物流配送体系的整合与协调，创客的服务及管理，农村产品上行所必须的生态体系建设与完善，农村电商服务站的投入和运营等。

**三是重视人才队伍建设工作。**加大支持力度，增加财政投入，综合统筹、统一规划，开展专业、高水平的人才队伍建设工作。一方面，制定农民人才培养专项计划，加强基础知识教育和网络培训，培养解答客户疑问的服务型和销售型人才，结合当地农村电商特色区域培养网络营销、网络美工、电商企业经营管理等专门性人才；另一方面，加大引进外地专业人士。在改善农村电商环境的同时应提高电商人才在当地的工资和住房补贴，吸引外地人才，提高本地电商企业经营水平。同时，鼓励大学生返乡创业。积极协调有关部门为返乡创业的大学生提供资金、技术指导等方面的支持。

**（四）打造“规模化”“特色化”“品牌化”商业模式**

一方面，要拓展农产品上行的渠道，改革农业的供给侧结构，优化创新发展农产品电商，协同政府部门、农村电商企业、农户、传统经销商、农合社等多方开展标准化、规模化经营，打造一批区域化布局、标准化生产、规范化管理、市场化运作的原生态精品网销品牌。另一方面，要根据当地的优势特色，探索适合当地的模式，形成农产品的特色品牌，发展数字农业，培育特色优势产业，实现品牌化经营，对产品进行深度包装，提升农特产品附加值，逐渐打响重庆市知名农村电商品牌，保障农村电商的健康发展，确保贫困乡镇长效稳定脱贫。