

乡村振兴视域下农产品电商物流发展路径浅析

余航^{1*}, 蔡承智^{2#}

¹贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

²贵州财经大学经济研究所, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月25日; 录用日期: 2024年4月8日; 发布日期: 2024年5月27日

摘要

随着乡村振兴战略的深入实施, 农产品电商物流发展成为促进农村经济发展、提高农产品附加值的重要环节。农产品电商物流的发展能够优化农村产业结构, 提供就业岗位和推动农业现代化发展。农村电商的发展对农产品物流起着至关重要的一环, 本文从我国农村电商发展模式、现状等问题出发, 旨在为我国农产品电商物流发展提供借鉴性建议。

关键词

乡村振兴, 农产品物流, 农村电商

Analysis on the Development Path of Agricultural Product E-Commerce Logistics in the Perspective of Rural Revitalization

Hang Yu^{1*}, Chengzhi Cai^{2#}

¹School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

²Economic Institute, Guizhou University of Finance and Economics, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 25th, 2024; accepted: Apr. 8th, 2024; published: May 27th, 2024

Abstract

With the deepening implementation of the rural revitalization strategy, the development of e-commerce logistics of agricultural products has become an important link in promoting rural eco-

*第一作者。

#通讯作者。

conomic development and improving the added value of agricultural products. The development of e-commerce logistics of agricultural products can optimize the rural industrial structure, provide employment opportunities and promote the development of agricultural modernization. The development of rural e-commerce plays a crucial role in the logistics of agricultural products. Starting from the development mode and status quo of rural e-commerce in China, this paper aims to provide reference suggestions for the development of e-commerce logistics of agricultural products in China.

Keywords

Rural Revitalization, Agricultural Product Logistics, Rural E-Commerce

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

自我国加入 WTO 后, 经济迅速发展, 农业竞争愈发激烈。尤其是 21 世纪信息技术得到飞速的发展以后, 物流信息化技术也开始逐步渗透到农产品物流领域, 使我国农业发展生机勃勃。2024 年中央一号文件明确提出: “推动农村流通高质量发展, 深入推进县域商业体系建设, 健全县乡村物流配送体系” [1]。迈向基本实现农业农村现代化、拓宽“三农”致富道路、推进脱贫攻坚与乡村振兴战略的有效衔接 [2]。随着互联网时代的迅猛发展, 电商由城市电商渗入到农村电商, 农村物流的发展会反哺农村电商水平, 而农村电商的发展又会进一步深化农产品物流水平。

2. 我国农产品电商物流发展现状

2.1. 农产品物流发展现状

随着“互联网+”时代的发展, 电子商务成为广大社会群体进行间接交易的一大形式, 农产品的销售额依托农村电商物流的发展, 销售额不断增加。农产品市场也由传统的龙头企业牵头转变为分区域分模式等方式来进行产品的物流传递。近年来, 也随着不断创新的电商模式, 社群电商、抖音带货、淘宝带货等营销手段层出不穷, 丰富了农产品电商的市场, 让农产品不再受以往地域、时间的限制而进行自由的流通, 这种优势在一方面打破了农产品会受传统市场下信息不对等的劣势而导致的农产品损耗; 另一方面也能提升农产品的区位优势, 让全国各地的居民都能享受到优质的特色农产品。通过《农业农村发展水平》评价报显示: 2022 年, 全国农村网络零售额度达 2.17 万亿元, 同比增长 3.6%。其中农产品的网络零售额占据约四分之一的份额, 达到了 5313.8 亿元, 同比增长了 9.2%, 增速与 2021 年相比提升了 7.3 个百分点。

2.2. 农产品电商基础设施建设现状

近年来, 我国的物流基础设施得到了较快的提升, 航运、水运、陆运等几大基础交通设施都得到了较大的提升, 这为我国的农村电商发展提供了物流发展保障。同时, 通信技术和互联网的发展也使得众多企业开始依赖新型技术, 革新基础设施建设板块, 建立了全新的物流运营模式, 这为农产品的电商物流提供了技术保障, 提高了流通效率和服务体验。企业之间的相互竞争加强了农村的电商基础设施建设,

据《商务部》2023 年的报告：目前我国农村电商和快递服务点已超过 15 万个，这使得大部分以农产品为依托的乡镇企业得到了相应的物流保障和交易环境。另一方面，政府部门也推动了农产品电商的大力发展，包括物流基础设施建设、配送环节创新和相应的平台支持，这位农产品电商的发展提供了大量的政策保护和发展动力，为农产品提供了广阔的发展空间和前进动力。但是在基础设施、企业管理水平等方面仍然呈现出东部、中部较好，西部发展较为缓慢的格局，仍需要相应的政策支持和技术革新来解决西部地区受区位环境条件限制所带来的农产品电商物流发展的瓶颈和局限。

2.3. 农产品电商物流模式现状

现阶段农产品电商主要有四种模式：企业和企业模式(B2B)、企业面向消费者模式(B2C)、消费者面向消费者模式(C2C)、政府与个人间的运营模式(G2C)。随着自媒体等技术的流行，各种直播运营的形式在市场上广为流行。而农产品物流模式呈现出两种：常温物流和自然物流。主要分为以市场进行大批量批发的模式为主，由当地的龙头企业作为主导的模式，物流区作为辅助的模式，随着产业化发展，农产品的三方物流、大型超市连锁经营店和构建物流中心的模式也得到了初步的发展。但是农产品在交易过程中仍然是以原始的市场进行交易，现代化信息程度较为简单，物流产业链主要由市场需求决定而非固定的契约关系。农产品电商物流在发展过程中会受产品特性的影响较大，在农产品进入当地消费市场时需要经历较多的过程：如仓储、运输、冷藏、送达等多流程的构建，往往会消耗过多的时间，而农产品的保质期相对较短，当前很多农村地区的物流技术水平低下，难以满足客户的需求，农产品电商物流能力需要尽快提升。除此之外，全产业链的思考能力不够，意识不完善，数据的应用和相应的人才也匮乏，缺乏对数据相关信息的挖掘和提取能力，对于产业供给端缺少动力。另外，线上线下的相应协作能力也需要提升，推动相应的发展能力有待提升。

3. 我国农产品电商物流存在的问题

3.1. 农产品电商物流基础薄弱

农产品电商物流基础相对来说仍然很薄弱。农村的网络基础设施仍然不完善，从互联网普及率来说，截止到 2024 年 2 月，我国互联网普及率为 77.5%，但是农村地区的互联网普及率为 66.5%，而农产品主要产业基地也是在我国的乡村地区，互联网普及率的不完善会导致网络信息的传递出现滞后性，对农产品电商物流的发展会造成一定的制约。而物流交通主要是围绕水陆空三种形式，相应的基础设施匮乏会增加物流成本，阻碍农产品的远距离输送，“最后一公里”问题仍然较为突出。农产品的冷链物流布局也缺乏科学合理性，相应的冷藏系统和场地的不足，电商各企业之间存在信息壁垒，服务网络没有完全形成，这对于城乡之间的沟通渠道也产生不少影响。而农产品各园区内的基础设施跟不上发展的进度，滞后情况严重，利用水平也相对较低，路网配套能力呈现出东部好，中部一般，西部较弱的趋势，影响制约了园区的服务能力。最后，农村产业结构的失调，职业分配比率失衡，也影响了农产品电商物流的发展。

3.2. 农产品电商物流模式缺乏创新

农产品电商物流体系不够完善，较多的农产品企业难以提供到全过程的全流程服务，尤以农产品物流的末端配送服务为例，信息化的智能程度较低，对于全过程的物流反馈不足，增加沟通成本和物流成本，影响消费者的消费体验。受农产品运输过程的限制，现阶段物流成本相较于一般商品会大大提高，而农产品本身的价格水平相对较低，高成本的运输大大增加了产品原有的价值，给消费者会带来较大的经济负担，难以实现农产品电商的可持续发展。传统物流模式难以满足农产品电商的特殊需求，农产品

具有易腐烂、保鲜期短等特点, 对物流配送时效性要求较高。而传统的物流模式往往以标准化、规模化为目标, 难以满足农产品的个性化需求。农产品电商物流成本高昂, 由于农产品体积大、重量重, 且需要冷链运输, 导致物流成本大幅增加。高昂的物流成本不仅影响了农产品电商的盈利能力, 也阻碍了消费者的购买意愿。此外, 农产品电商物流网络不完善[3]。农产品电商物流主要集中在城市地区, 农村地区覆盖率低。这导致农村消费者难以享受农产品电商带来的便利, 也阻碍了农产品电商在农村市场的拓展。

3.3. 农产品电商物流企业缺乏现代管理理念

现阶段我国农产品企业相对来说规模化较小, 电商融合程度不高, 物流网点也比较分散, 内部缺乏相应的管理人才和管理体系的不完善等问题, 物流专业化程度较低, 其经营理念和创新意识与现代物流企业还存在着较大的壁垒。企业管理水平仍以传统思维为主, 缺乏创新和借鉴[4]。还有相对一些农产品企业在物联网、人工智能和技术设备等资金投入上仍然不够, 没有科学组织的物流配送知识体系, 配送效率和成本难以维持农产品电商物流的可持续发展。一些企业没有统一的物流组织规范培训, 物流的网络运行能力不足, 标准化低, 所呈现出来的服务水平和服务质量参差不齐, 难以满足消费者的消费需求。而受城市化水平的影响, 大学生就业往往不考虑农业、农村等发展行业, 员工的知识化水平受限, 对于农产品电商物流质量的提升存在着一定的局限性。

4. 农产品电商物流发展建议

4.1. 完善农产品电商物流基础设施建设

农产品物流配送基础设施的完善是发展高质量农产品电商的关键。提高基础设施建设能够让物流企业弥补产品的先天性劣势, 更好地服务农产品电商产业体系。通过加强基础设施建设, 协调水陆空等不同运输渠道的协作能力, 减少农产品在运输过程中所造成的损失, 减少农产品运输的成本, 提高产品经济效益。加快农产品冷链物流布局, 分区域分特色建设冷藏保鲜基地, 改善物流配送设施, 拓宽冷链物流的服务网络体系, 立足于建立农村站点, 填补县级以下物流缺口, 增强冷链技术, 提高配送效率[5]。在这之中政府需要提供政策引导和支持, 加强农产品园区、市场和合作社等公共基础设施, 让资源得到共享, 发展点到线、线到面的一体化服务体系。加强农村基础网络建设, 提升乡村的信息化网络水平, 让互联网能覆盖到乡村每一家、每一站。要推进农产品企业与乡村休闲旅游有效融合, 打造特色农产品旅游服务区, 提升产品宣传力度, 提高产品媒介价值。

4.2. 创新农产品电商物流服务模式

农产品企业要革新运营观念, 探索创新农产品电商物流的服务模式, 满足不同区域客户的多元化需求, 提高服务质量和效率, 降低配送过程中的物流成本。现代电商区别与传统的物流模式, 农产品企业要跟进时代步伐, 理解产品特性, 将产品的特点和配送环节适配起来, 创新独属于农产品电商的配送服务模式: 首先, 要充分利用互联网和大数据技术, 分析产品特性和配送时长, 分地区设置农产品基地, 优化配送环节, 最大化节省配送过程中所损耗的时间, 提高相应的配送服务质量; 其次, 要加强物流设备的自动化程度和配送智能化升级, 提高农产品在运作过程中的效率和精确度, 降低人工在这之中的运作成本; 再者, 要充分利用好电商的特点, 可利用现阶段的自媒体技术, 采用提前下单再采购配送的形式, 节省产品在物流配置过程中因信息不对称所导致的运送时间过长、农产品易受损的特点; 除此之外要探索新的农产品物流模式, 可以采用社区团购、拼单配送等模式, 降低物流的成本, 提高配送效率。改善农产品企业的区位条件, 将培育基地选址在区位条件较为优势的地区, 减少农产品在运输过程中所产生的成本和消耗, 提高农民和企业的生产利益和价值。要创造明确的产品定位, 展示品牌独特性, 为

农产品品牌注入价值, 打造品牌优势, 创造良好的口碑环境[6]。

4.3. 大力培育优质电商示范区

在各区政府的支持下, 结合当地特色打造特色园区, 提高产业园区的宣传力度, 加大农产品企业和物流企业的合作力度, 采用规模化和集约化的生产方式, 加大各区域产业之间的协调能力。首先, 打造电商示范区有利于提高产品的宣传力度, 加强消费者对产品的信赖程度, 这有利于提高产品的购买力度, 从一定程度上能使得产品在配送过程中能整合优势, 向固定的购买区域提供一体化的流程性服务; 其次利用新型示范园区形成产业发展极, 将产业辐射带动其他地区, 提高产业的规模化水平; 另外, 还要注销一批不符合时代发展的落后园区, 把有限的资源投射到能起示范作用的现代园区, 提高企业的核心竞争力和综合经济效益。

4.4. 提高农产品电商物流企业的经营管理水平

要提高农产品企业的经营管理水平则需要运用现代的电商知识体系, 完善和学习相应的管理知识、技术和手段, 完善企业内部的管控力度, 着力提高企业的经营化科技水平。要提升企业内部的相应管理制度和标准体系, 优化运作程序, 提高配送过程效率和节省人力成本。在企业中还要积极推广和应用物联网、人工智能等现代科技技术, 打造智慧园区和智慧物流系统, 优化配送的合理路线, 减少配送损失。通过引进相应人才, 完善人才吸引策略, 建立长期的校企合作和人才引进制度, 平台与高校达成双向运输, 为高校大学生提供实习岗位, 高校为机构培养专业性人才[7], 才能真正的解决农业企业在发展过程中缺乏动力机制的问题。除此之外, 农产品企业要积极制定人才激励政策, 引进和借鉴国内外先进的例子, 吸引一批愿意扎根农村, 热爱农村事业的人才, 在人员的利用过程中要充分信任、放手使用。注重培养乡镇事业编制人员、优秀村干部、大学生村官以及其他各类人才[8]。

5. 结束语

在推行乡村振兴战略的实施过程中, 电商也随着时代的发展应运而生, 近几年短视频流量的兴起, 给农产品电商物流提供了强大助力, 农村电商成为我国乡村振兴战略的重要支柱[9]。但是由于基础设施薄弱、人才匮乏、模式陈旧等一系列问题的存在, 导致农产品电商物流对经济的发展动力不足, 因此, 要通过完善基础物流设施、革新电商物流模式、培育优质电商示范区和提高企业经营管理水平等措施为农产品电商物流注入活力, 从而保障农业经济可持续发展。

参考文献

- [1] 王聪聪. 银色经济视域下健康消费对流通经济增长的影响[J]. 商业经济研究, 2023(5): 50-53.
- [2] 王国丽, 罗以洪. 打赢脱贫攻坚战与实施乡村振兴战略衔接耦合机制研究[J]. 农业经济, 2021(1): 35-37.
- [3] 靳大伟, 蒋斌. “互联网 + 农业”在农产品电子商务发展的制约因素与建议[J]. 农业经济, 2018(7): 129-130.
- [4] 李维胜, 黄蔚, 常荣荣. 农村电商与物流企业共生体系风险测评[J]. 商业经济研究, 2019(12): 125-128.
- [5] 苗娜娜. 我国农村物流末端配送的机遇、挑战及优化[J]. 农业经济, 2020(2): 140-141.
- [6] 陈泽云. 数字乡村视角下农村电商物流的运作机制和实现路径研究[J]. 农业经济, 2020(10): 130-132.
- [7] 陈岩, 王文会. 农村电商何以精准脱贫后[J]. 人民论坛, 2020(15): 106-107.
- [8] 黄福华, 龚瑞凤, 蒋雪林. 农村电商与农村物流协同发展模式研究——以湖南省为例[J]. 商业经济研究, 2017(22): 114-116.
- [9] 列柏洪. 乡村振兴战略下农村电商与农产品物流协同发展模式与策略研究[J]. 北京印刷学院学报, 2019, 27(4): 63-65+72. <https://doi.org/10.19461/j.cnki.1004-8626.2019.04.016>