

我的中国梦——立志·修身·博学·报国”主题
教育系列活动

社会调查类主题教育社会调查大赛

项目名称：激活农村电商生态，创新农村综合服务——广东恩平市
“农村淘宝服务站”项目对促进全域性电商产业发展的调查

项目类别：社会调查类

学生负责人姓名：霍宝欣

所在系或部门：江门职业技术学院 经济管理系

指导老师：张璐斯

填表时间：2016年6月1日

二〇一六年九月

摘要

在当前经济进入新常态背景下，农村经济发展正面临前所未有的新挑战。主要农产品国际国内价格倒挂，农业增效、农民持续增收难度加大。在城镇化深入发展背景下加快县域经济建设任务艰巨。县域电商是一项复杂的系统工程，涉及的产业方方面面，创业就业、创新政企工作、助农增收等，都可以通过发展电子商务来实现。在“加快实现农产品电商的转型升级”的背景下，课题组紧紧抓住“发展农村淘宝，促进农村经济发展”这一主旋律，以广东省恩平市农村淘宝服务站项目的调查为切入点，以恩平市、周边城市为对比，通过介绍农村淘宝，结合恩平市农村淘宝服务站的发展现状，分析农村淘宝建立使用的效果和存在的问题，旨在通过一些粗浅的研究，探讨从农村淘宝着手，对解决农村买、卖难的问题给出更清晰的解决思路，提供一些适合对促进农村经济发展，破解留守儿童、空巢老人的民生问题的建议和方案。

【关键词】：农村电商，农村淘宝服务站，电商扶贫，建议，对策。

目录

一、 调查的背景和目的	
1. 建设农村淘宝的背景.....	2
2. 国内对本专题调查研究的现状.....	4
3. 本课题调查研究的目的.....	6
4. 课题研究的基础和保障.....	5
二、 调查内容和调查方法.....	7
1. 调查内容.....	7
2. 调查方法.....	7
3. 调查区域.....	11
4. 拟解决的关键问题.....	12
三、 调查情况和结果分析.....	13
1. 调查对象主体情况分析.....	13
2. 调查样本具体情况分析.....	14
3. 恩平市农村淘宝项目发展的正面影响.....	23
4. 农村淘宝发展中存在的问题和原因.....	30
四、 建议与对策.....	36
1. 加强农村信息基础设施建设.....	36
2. 大力培养农村电子商务人才.....	37
3. 政府应支持农村电子商务的发展.....	38
4. 建立健全农业电子商务法律法规体系.....	39
5. 加强农村电子商务的宣传和教育.....	39
6. 因地制宜发展农村电子商务模式.....	40
7. 实现农村电子商务的三个“必须”.....	42
8. 突破有路径.....	44
9. 解决制约瓶颈.....	49
10. 充分利用线上和线下.....	51

五、 结束语.....54

前言

随着电子商务长足的发展，农村经济的发展遇到了一个新的历史机遇。2015年7月15号财政部商务部最新消息，中央将对全国200个电商示范县投20亿资金，用于农村物流，金融，电商，人才的配套服务的投资。广东恩平市与阿里巴巴农村淘宝项目达成初步协议，建成江门市首个全域性农村淘宝平台试点。广东恩平市引进农村淘宝项目，拟实现3年内村级服务站全覆盖。恩平是江门地区第一个申请农村淘宝项目落地的县市，引进农村淘宝项目后，恩平可通过农村电商的推动，为当地农村老百姓的生产生活带来更多便捷。农村淘宝项目是一个‘互联网+农村+农业’的项目，这既是发展电子商务，推进电子商务进农村的一项重要举措，也是贯彻国务院扶贫办提出的‘电商扶贫’要求的一项重要举措，更是落实江门市统筹城乡扶贫，推进‘精准扶贫’工作的一项重要举措。那么在推广和建设农村淘宝的过程中存在哪些问题与障碍？各地区、各乡镇在推进农村淘宝的建设中做了哪些努力？如何通过推广农村淘宝的建设促进农村经济发展？如何通过建设农村淘宝，以点带面解决农村买、卖难的问题？如何通过农村淘宝，让更多人返乡创业，从而解决了留守儿童，空巢老人的民生问题，建设和谐幸福社会？针对以上一系列具体问题，我们成立了《激活农村电商生态，创新农村综合服务——广东恩平市“农村淘宝服务站”项目对促进全域性电商产业发展的调查》课题组，以实际的访谈调查为基础，进行了有点有面的专题调研。

一、调查的背景和目的

（一）建设农村淘宝的背景

我国是农产品生产大国，传统的农业商务信息的传播途径和方式的落后，直接导致农产品销路不畅，在市场上缺乏竞争力，发展农村电子商务不仅有利于商品信息的快速传播，还对改变城乡二元经济结构，打破地域经济发展不均衡，提高农产品市场竞争力，为农民收入的增长创造条件。

近年来，我市把加快发展电子商务作为推进现代服务业发展的重要抓手，不断推出新举措，大力促进电子商务的普及及建设，全市电商产业呈现蓬勃发展的良好态势。在众多进驻的电商中，不得不提我市与阿里巴巴集团合作的农村淘宝“万村惠民计划”，进村入户更好地服务农民朋友，让广大农民足不出户，真正享受到与城里人一样的物美价廉的产品，还激励更多年轻人返乡创业。

2014年9月，阿里巴巴集团在美国成功上市后，将发展农村电子商务作为工作重点，启动实施“千县万村计划”，拟利用三至五年时间，投资100亿元，建立1000个县级电子商务运营中心和10万个村级电子商务服务站，面向全国广大农村构建城乡结合的农村电子商务网络体系。

我市与阿里巴巴集团合作，成为“农村淘宝”又一根据地，设一个运营中心、100个村级电子商务服务站，优化乡村物流，真正实现从线上走到线下，建立起更接地气的运营机构和团队。广东恩平市与阿里巴巴农村淘宝项目达成初步协议，建成江门市首个全域性农村淘宝平台试点。2015年10月10日，恩平市首批37间农村淘宝村级

服务站同时开业。开业首日，恩平市农村淘宝村级服务站下单 4500 多个，交易额达 45 万多元，创造了广东省农村淘宝县域开业最高订单记录。恩平市电子商务发展综合指数排名广东省县级市第一名，全国第 36 名。根据恩平市政府与阿里巴巴集团的协商，首期将在恩平建立 50 个村淘服务站。除了为阿里巴巴农村淘宝事业部团队提供办公场所以外，还将实现仓储中转和后期众多的服务站的培训任务，让服务站真正把城市里的一些优质产品，通过阿里巴巴渠道带到农村，同时也借助这个网络平台，为恩平市的农产品布局上线做好铺垫。

通过走访农村淘宝服务站，了解到，做农村淘宝，第一打通物流，让物流能够进到村，让农村人足不出户，也可以享受到城市里的生活；第二，让村里的特色农产品可以卖出去，拉动农民的经济收入，既能盛产也能丰收；第三做农村淘宝，也是给当地的年轻人创业的一些机会，也是通过这一点，吸引到更多恩平市外来务工的人员，发现在自己的家乡也有创业的一个机会，所以让他们回来一起创造自己的农村，那自己农村电商才能做好。

据悉，农村淘宝项目将实现让农村也能享受到城市的生活，让优秀的人才回归农村，在农村也可以创业，让农民可以直接从厂家购买生产资料，降低生产成本，让农业的生产成果足不出户也可以推广到全世界，在极大程度上解决农村买卖难的问题，提升了农民收入，创造了就业，实现了创造农村社会和经济双重价值。

农村用户的电商消费行为相对理智、目的明确。但是农村远离城市中心，目前还有很多比较偏远在地区，物流不发达，配送难是一个很大的问题，所以凭借农村淘宝，有专业在电商团队可以帮忙下单、

解决配送问题，这样既方便又快捷。而且目前农村的农产品滞销问题较为严峻，通过农村淘宝，进行包装、销售，以更高的价格卖出更多的产品，轻松的解决了农产品买、卖难的问题，同时还拉动了农村的经济。如此吸引人的大好机会，让更多的年轻人返乡创业，甚至可以在自家开店，与家人相处的时间更是聚多离少，解决了农村留守儿童、空巢老人的民生问题。

农村淘宝项目是一个‘互联网+农村+农业’的项目，这既是发展电子商务，推进电子商务进农村的一项重要举措，也是贯彻国务院扶贫办提出的‘电商扶贫’要求的一项重要举措，更是落实江门市统筹城乡扶贫，推进‘精准扶贫’工作的一项重要举措。

据了解，农村电商、农资电商多数是要开发农村市场消费潜力，将商品无缝对接地卖到农村，然而，调查组发现现阶段对农民而言，能把农产品卖出去要远比买进来迫切得多，如何利用互联网解决卖难问题是农民的现实需求。

例如今年，恩平市的荔枝，龙眼大面积丰收，其结果却是丰产不丰收。农民一般都是一家一户经营，规模较小，没有自己的品牌，没有QS认证，由于信息不对称，难以打开大城市的市场。因而，如何让农民增产又增收成了急需解决的问题。如果农民懂得通过农村电子商务平台寻找到合适的直接收购企业，提前商谈好价格，众多农户组织起来，集中销售，从而解决了信息资源及营销资源不对称的问题，这将给农民带来较高的收益。

农民的需求，就是涉农企业服务的内容。把农产品通过电商渠道

卖到城市，这也是农村电商生态建设的重要一环，或将是电商开拓农村市场的一个切入点，未来真正实现日用品、农资等商品下乡和农产品进城的双向流通，或将是农村电商、农资电商努力的方向。

眼下，各大电商农村正处赔本赚吆喝的拓展市场阶段，但农民并不是完全地买电商的账，剃头挑子一头热，如何让农民热起来是关键。为此，要想让电商在农村走得更远、更久，创业者得学会“对症下药”。

一方面要着力培养电子商务专业技术人才，引导农业主体、返乡青年、大学生“村官”、转业转岗农民开展电商创业，利用电商平台组织农民进入市场，为农民提供科技、信息、资金、物资和产品销售等服务。

另一方面，对农民而言如何能解决他们的需求是最关键的一点。农民面临着粮价下跌、果贱伤农的问题，尤其今年三大主粮价格下跌，农民的“卖难”问题尤为突出，这也正是摆在电商们面前最需解决的，通过农村电子商务平台的途径，让更多的农特产品走出去，农民卖难问题迎刃而解。

农民卖难问题解决了，才有能力去买日用品，去买农资。对农村电商来说，不要想着如何赚农民的钱，而是要让农民先赚到钱，先富起来，让他们真正享受到电商带来的便利和好处，才能为农村电子商务良性发展奠定坚实基础。农业兴，农民富，则农企旺，只有这样，农村电商、农资电商才能真正地在农村市场中分得一杯羹。

我们正处在一个智慧、创新、互联、数据的时代；即将过去的2016年，农村电子商务市场展示了强大魅力，吸引了数以百计的公

司加入，尽管都在探索、创新、成型的路上；但农村电子商务市场的争夺战已经悄悄打响，谁愿做农村电子商务市场的突破者？领导者？谁能抓住风口浪尖般机遇？

（二）国内对本专题调查研究的现状

当今社会，我国农村发展互联网已成为信息化时代的主流，农村居民中网民数量越来越多。在互联网发展的推动下，农村居民对网络购物及农产品的网络销售渠道需求越来越大，农村发展电子商务的意义重大。但是，由于农村网民的特点以及基础设施的制约使商务应用在农村的发展明显落后于城市，因此建立和完善农村电子商务需要经过不断的尝试改进，需要得到社会的多方面支持。

2015年，11个发达国家中87%的人口使用互联网，而我国农村的这个比例仅为19%；随着一二线城市市场渐趋饱和，淘宝、腾讯、京东、百度、国美、苏宁等行业巨头纷纷布局“农村电商”，农村电商规模持续增长已成为电商新引擎。

根据中国信息产业网信息化要闻关于《到2015年中国互联网渗透率将翻番用户超过6.5亿》分析预计到2015年，中国互联网渗透率将翻番，互联网用户人数将超过6.5亿人，这个数字仍不足中国总人口的50%。大部分的增长来自中国农村地区。尽管中国农村宽带覆盖率不平衡，但大部分新用户都来自农村地区，其中有很大一部分是首次在网吧接触网络的农村年轻人。另外，农村地区年轻的互联网用户已经成为其所在地区最活跃的用户群体。在农村互联网用户中，年龄低于30岁的用户占77%，低于20岁的超过农村互联网用户的一

半。除了中国政府宽带基础设施建设，刺激农村互联网渗透率的另外一个主要因素是可支配收入的增长。2009年，农村地区人均年收入从2005年的407美元增长至758美元，年复合增长率达17%。2009年的时候，农村人均年收入超过882美元的人占农村总人数的34%，预计到2015年将达到54%。在这样的背景下，农村电子商务有着比较好的发展条件。

据调查发现，农村淘宝项目将有力促进全国优质工业品下乡，深入到全国各地农村地区，解决农村群众买东西难、买东西贵、买东西质量差等问题。此外，农村淘宝项目将有力促进特色农产品进城、建立网上销售渠道，有助于解决农产品销售渠道窄、销售不畅、谷多贱农的问题。通过引进农村淘宝合伙人制度，还可以鼓励、吸引、扶持农村青年才俊返乡就业、创业，带领农村群众共同致富。

广东恩平市与阿里巴巴农村淘宝项目达成初步协议，建成江门市首个全域性农村淘宝平台试点。自从有了农村淘宝后，农民通过网络，可以购买到正品，享受送货上门。特色农产品放上电商平台销售，不再担心销路问题；搭建创业舞台，吸引更多年轻人返乡扎根农村。

发展农村淘宝恩平优势突出，县级电子商务发展综合指数全省第一：9.317（其中网商指数7.25，网购指数11.38）；农产品丰富：有特色薯类（马铃薯、木薯、番薯等）、藜菜系列产品、恩平菜心、香大蕉、甜玉米、龙门挂绿荔枝、恩平柑桔橙、大田茨菇等；电子商务氛围浓厚：本地市民和农村居民喜欢上网购物，本土企业十分热衷于在网上销售产品。

进一步深化农村电子商务的发展，建设农村创业、创新平台，解决农村买、卖难的问题。对推进农村信息化建设和落实国家、省市关于推进“互联网+”电子商务产业的重大发展。这既是发展电子商务，

推进电子商务进农村的一项重要举措，也是贯彻国务院扶贫办提出的“电商扶贫”要求的一项重要举措，更是落实江门市统筹城乡扶贫，推进“精准扶贫”工作的一项重要举措。

农村淘宝项目在恩平的实施过程中，还将充分利用恩平当地的媒体和各种宣传手段，营造浓厚的返乡创业氛围，搭建创业舞台，提供创业扶植，让更多年轻人返乡扎根农村，从而解决留守儿童、空巢老人等农村的民生问题。

综合可见，本课题研究具有一定的实践指导意义和理论研究价值。不仅能够为发展全域性农村淘宝提供一定的借鉴，也能够从理论和发展前景上提出一些有意义的，具有科学性和真实性的数据，填补国内关于此类问题研究的空白。

（三）本课题调查研究的目的

本课题通过调查题目“激活农村电商生态，创新农村综合服务——广东恩平市“农村淘宝服务站”项目对促进全域性电商产业发展的调查”调查研究，结合实地访谈和了解其他城市的电商发展的建设和发展，实地考察江门市的农村电商建设和发展，找出江门市的农村淘宝建设运营存在的不足和问题，提出适合江门市的实际要求的农村电商发展的方向和具体建议，了解农村电商建设对促进农村农副产品的销售和各产业协调快速发展，解决农村买、卖难的问题和解决留守儿童、空巢老人等社会民生问题工作的意义。以促进全域性电商产业发展为目的，以农村电商建设为抓手，以解决社会民生问题为重点，扎实推进农村电商扶贫建设，希望能在破解农村电商难题中取得新的进展和成效。主要方向如下：

1. 着力破解农村买、卖难问题
2. 扶持村民返乡创业，带动农村经济发展
3. 解决留守儿童、空巢老人的民生问题
4. 农村电商人才与技术培训问题
5. 促进全域性电商产业发展
6. 全域性农村淘宝平台的搭建

二、调查内容和调查方法

（一）调查内容

本调查报告，具体分析农村电商发展存在的问题，以及恩平市农村淘宝项目对促进农村电商发展起到哪些积极的意义，并对如何改进和完善农村淘宝项目的发展提出建设性有效性意见，针对农村电商发展目前存在的问题，探讨如何解决农村电商发展的困境并更好的运用到解决社会民生问题和农村买、卖难的问题，

1. 发展农村淘宝的重要意义；
2. 探讨如何普及村民对电子商务的认识与理解；
3. 如何突破农村电商信息与物流的瓶颈；
4. 农村淘宝是如何促进农村农副产品的销售和各产业协调快速发展；
5. 探讨目前农村电商发展存在哪些困境及原因分析；
6. 实现“网货下乡”和“农产品进城”的双向流通功能起到哪些作用。

（二）调查方法

本次调查主要采取典型调查、问卷抽样调查、座谈会交流访谈，实地考察等方法进行，调查的数据统计分析采取定性和定量相结合的方法进行。课题组结合实际情况，根据不同调查目的，设计了针对广东省恩平市村淘服务站、恩平创谷、恩平市村民等地方，设计不同访谈内容，同时对村淘服务站工作人员，网购客户，当地农户设计三类调查问卷，根据调研对象的不同，设置不同问题，力求全面了解农村电商对促进农村经济发展和解决民生问题的现实意义。除此之外，还采取了实地考察和座谈会的形式，到乡村与当地农户以及农村网民进行现场交流；到恩平市农村淘宝项目“村淘服务站”的各村县、江门市各大电商企业、恩平创谷访谈相关职能部门工作人员；到江门市天马、新会崖南、崖西等等多个较落后乡镇与负责人进行交流调查，获得了大量的一手资料和相关数据。通过问卷调查、现场交流座谈会、实地访谈考察等形式对有关的典型实现电商扶贫村县、以及当地政府和社区街道办、村委相关工作人员进行全方位的调查，较全面地掌握电商扶贫与农村淘宝的发展对改善民生的发展现状，进而对各类问卷和访谈内容所得数据进行整理、分析和归纳，得出调研报告。

表二 课题组方式及相关说明

课题组调查方式及相关说明表	
调查方式	相关说明
问卷调查（农村网民、当地农户，发展农	本次调查问卷，选取了江门四市三区共9个农村电商发展乡村、东莞市2个电商发展乡村，广州市3个电商发展乡村，对1209名人员进行调查，文件分别设计了三种类型，分别为网民适用版、创业适用版、

村淘宝村民)	普通适用版。其中网民适用版问卷共发出问卷 1050 份收回 1033 份；创业适用版问卷发出 69 份，收回 69 份，普通适用版问卷发出 90 份，收回 90 份，选取的 13 个乡村（社区）农村电商发展县市，特点不一，有典型的，非典型的，发展好的，发展落后的，因此具有一定代表性。
实地考察	为了获得更全面，更精确的数据了解农村淘宝对促进农村经济发展的情况，课题组深入乡村县市进行实地考察，不仅到一些对农村淘宝发展较有代表性的城市，如到恩平市部分具备调查代表性的“村淘服务站”进行踩点和资料收集，而且到新会部分落后乡镇等地进行实地考察和访谈，同时深入到农村留守儿童、空巢老人家庭，进行问卷调查与交流访谈，收集资料。
到相关政府机构及电商企业访谈调查	为使调研更深入，课题组到发展得较好的典型农村淘宝城市、区相关职能部门了解信息；与恩平市淘金创谷开展有关电商销售座谈；与“淘金集团”签署校企合作协议，获得了大量一手资料及相关数据。
与恩平市发展电商创业者、恩平市农民访谈	课题组成员与部分返乡创业者进行访谈，了解恩平市农村淘宝项目的建设运行情况以及所遇到的困难，对扶持村民返乡创业，带动农村经济发展的重大意义；同时访问了恩平市部分农民对于农产品滞销问题，实行特色农产品放上电商平台销售的看法和满意程度，深入了解农村淘宝发展给农村经济带来的机遇和如何通过电商模式帮助农民增收的具体情况。
与乡村留守儿童、空巢老人	课题组成员为了更深入了解农村电商发展在扶持村民返乡创业的同时解决了留守儿童、空巢老人等民生问题，对部分发展农村淘宝家庭的儿童以及儿童

交流	监护人进行交流，了解到近几年农村淘宝的发展对解决家庭问题的推动力，以及儿童改善生活质量后的感受和看法。
对比研究	访谈广东省其他各大城市的农村淘宝发展情况，分析在同一领域的电子商务环境下，恩平市具有哪些优势与潜在的发展机遇。通过对比分析，了解和反映恩平市电子商务氛围浓厚，发展农村淘宝的优势突出和建设的工作成效。

在调查网民网购方面，课题组分别在 13 个地区的乡村（具体调查情况详见正文内容附件三）发放调查问卷，由当地有过网购经历的村民填写。本次共向 1050 个网购用户发放调查问卷，回收 1033 份，有效问卷 974 份，问卷有效率达 91.7%。

在调查村民返乡创业方面，课题组分别在 13 个返乡创业家庭发放调查问卷，由当地创业者填写。本次共向 69 个创业者发放调查问卷，回收 69 份，有效问卷 69 份，问卷有效率达 100%。

在调查农副产品方面，课题组分别在 90 个当地农户（集体调查情况详见正文内容附件四）发放调查问卷，由当地农户填写。本次共发放 90 份调查问卷，回收 90 份，有效问卷 90 份，问卷有效率达 100%。



图1 课题组采访当地农户

（三）调查区域

课题组的调研从2016年8月开始，选取广州、东莞、江门等3个地区的13个农村淘宝服务站进行问卷调查及访谈；各取了1050名网民、90家农户、69名村淘工作者进行问卷调查，选取了7个地方进行实地考察，同时，还到相关农村淘宝服务站和特色农产品种植农户进行交流访谈；此外，为了加强对比分析，还访谈了广州增城市新塘镇农村淘宝服务站、广州白云区太和镇农村淘宝服务站、广州市番禺区南村镇农村淘宝服务站，恩平创谷等单位了解农村淘宝的发展。最后，还与当地农户，农村淘宝服务站的工作人员进行交流。由此可见，本次调查的对象较全面，调查区域具有典型性，地域、规模也比较有代表性，从而保证了本次调研的真实性与科学性。

表二 课题组调查区域分布情况表

调查区域分布情况		
江门市	新会区	荷塘镇当地农户
		崖西当地网民
		杜阮镇特色农产品种植农户
		崖南当地村民
	江海区	江海区新民乡村少年宫
	恩平市	农村淘宝服务站
	台山市	当地特色农产品种植农户
广州市	鹤山市	鹤山特色产品销售商
	番禺区	南村镇农村淘宝服务站
	增城市	新塘镇农村淘宝服务站
	花都区	狮岭镇农村淘宝服务站
	白云区	太和镇农村淘宝服务站
	东莞市	石龙镇

（四）拟解决的关键问题

1、通过问卷调查、实地考察、现场访谈，获得大量真实可靠的原始数据和资料，并进行整理、归纳和分析，比较全面地反映近三年来，江门市四市三区的农村淘宝服务站的建设情况以及农村淘宝的建设对拉动当地经济发展和改善民生的意义；

2、探讨农村淘宝在实施过程中出现的一些问题，深入分析内在原因，对进一步建设农村淘宝工作提出参考建议；

3、听取相关政府部门、村委会、各大电商企业等职能部门的意见或建议，对建设农村淘宝提出相应的对策。

三、调查情况和结果分析

（一）调查对象主体情况分析

本次调查，调查组共向江门、广州、东莞等地区 13 个乡村发放 1050 份调查问卷；同时访谈了恩平市农村淘宝项目“村淘服务站”的各村县；江门市有关电商企业单位进行交流关于电子商务发展现状及趋势，对农村淘宝提出了宝贵的建设性的意见和建议；还访谈了东莞市和广州市的村民，了解当地农产品的销售情况和网购情况，了解其他城市对发展农村淘宝具有哪些潜在的优势和发展机遇；最后，还与恩平市当地农民、返乡创业者、留守儿童、空巢老人进行交流。

表四 课题组走访调查区域和对象总体情况表

走访调查区域和对象总体情况	
调查对象	具体情况
返乡创业者	共发放 69 份调查问卷，回收 69 份，有效 69 份。
网购用户	共发放 1050 份调查问卷，回收 1033 份，有效 974 份。
电商企业	进行访谈，了解农村电商的发展趋势
留守儿童	实地走访，交流与家人团聚和与父母分离时的差异和感受
空巢老人	实地走访，了解子孙返乡创业后家庭经济状况的转变与家庭关系的变化

当地农民	共发放 90 份调查问卷，回收 90 份，有效 90 份。
	面对面交流，了解当地农产品的销售情况和特色农产品的生产质量

(二) 调查样本具体情况分析

1. 受访创业者样本分析

1.1 受访创业者的年龄分布

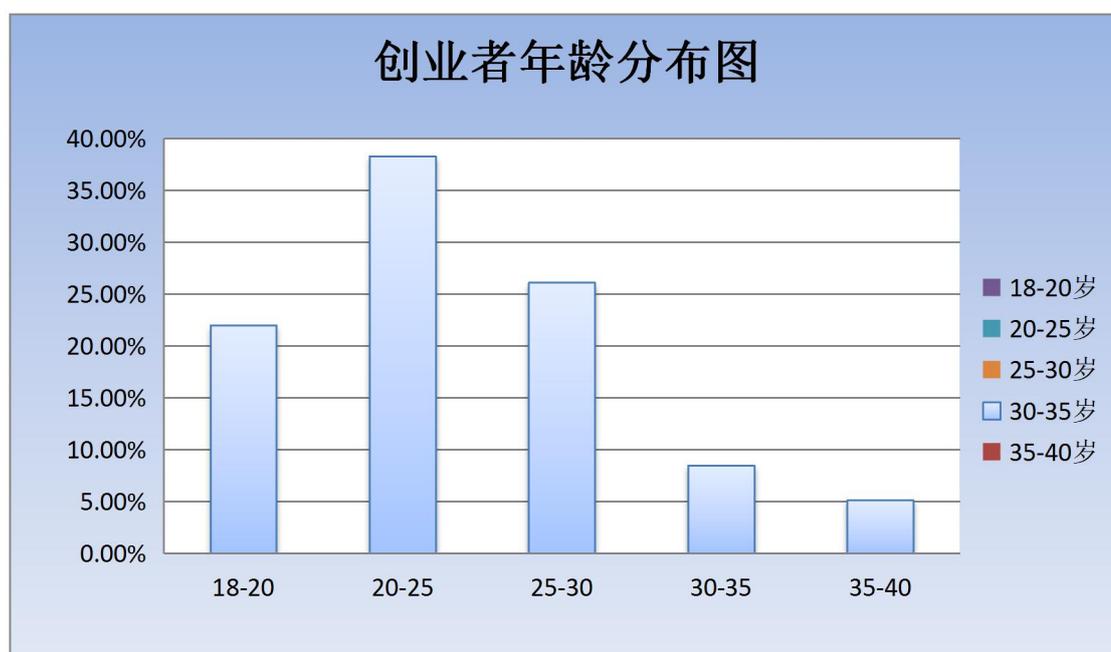


图 2 受访创业者的年龄分析

如图 2 所示，接受采访的创业者年龄分布在 18 - 40 岁之间，不同年龄阶段的创业者所占比例不同，18-20 岁占 22%，20-25 岁占 38.28%，25-30 岁占 26.10%，30-35 岁占 8.48%，35-40 岁占 5.14%，说明调查对象涵盖充分。

1.2 受访创业者的创业原因

返乡创业者创业原因分析

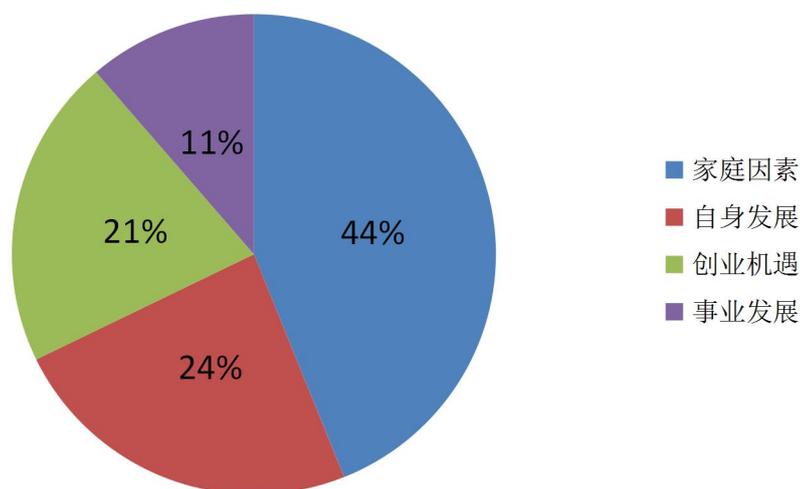


图 3 受访创业者的创业原因分析

如图 3 所示，接受采访的创业者年龄分布在 18 - 40 岁之间，根据不同年龄的创业者创业原因也不同，因家庭因素的占 44%，因自身发展的占 24%，因创业机遇的占 21%，因事业发展的占 11%。由数据可得，家庭因素占的比例最多，说明返乡创业的欲望与他们的家庭密切联系，同时解决了大部分家庭的留守儿童、空巢老人问题，说数据具有可行性和真实性，符合本次调查的目的。

1.3 受访创业者的创业时长

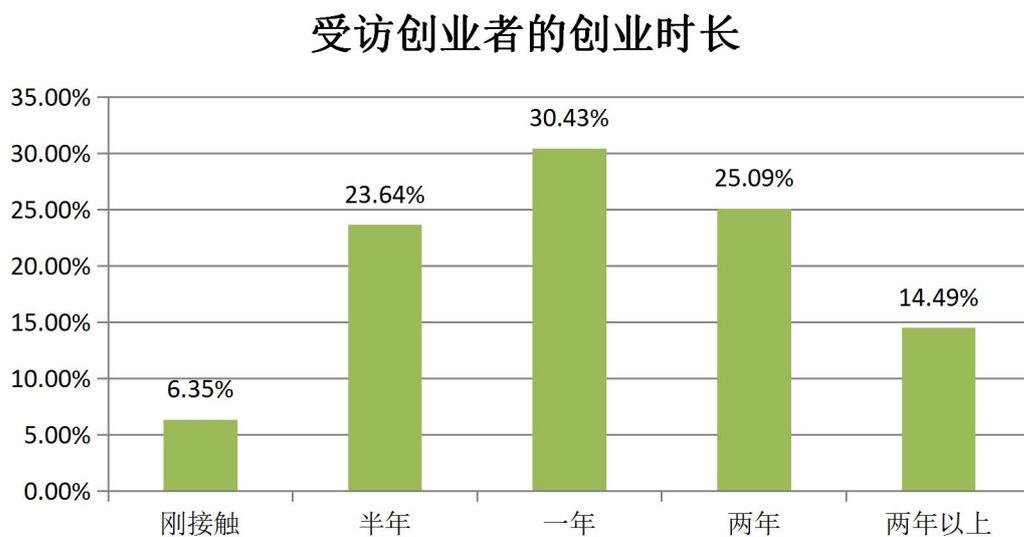


图 4 受访创业者的创业时长

如图 4 所示，受访创业者的创业时长，刚接触的占 6.35%，接触半年的占 23.64%，接触一年的占 30.43%，接触两年的占 25.09%，接触两年以上的占 14.49%，说明调查对象基本熟悉农村淘宝服务站的运作和情况。

2. 受访网民样本分析

2.1 网民网购终端调查分析

你最常通过哪类终端进行网购？

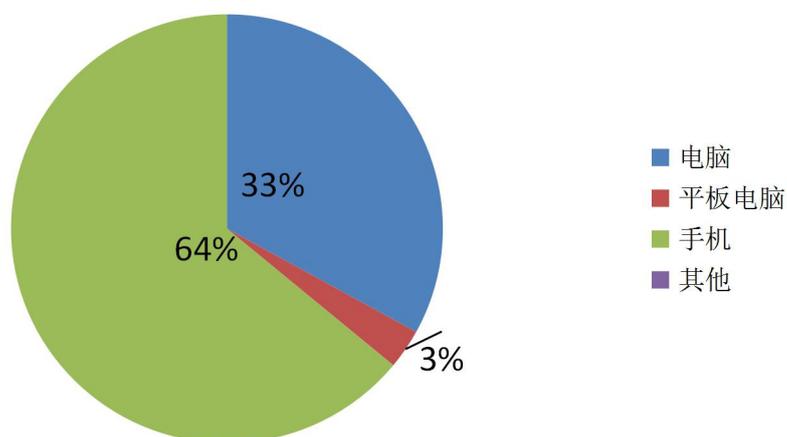


图 5 网民网购终端调查分析

如图 5 所示，手机已成为最主要的网购终端，64.2%的农村网民通过手机购物，而使用电脑购物的只有 32.9%。可以说，手机不仅是农村网民最主要的网购终端，也是他们最主要的上网终端。

2.2 受访网民网购情况调查

你逛电商的频率有多高？

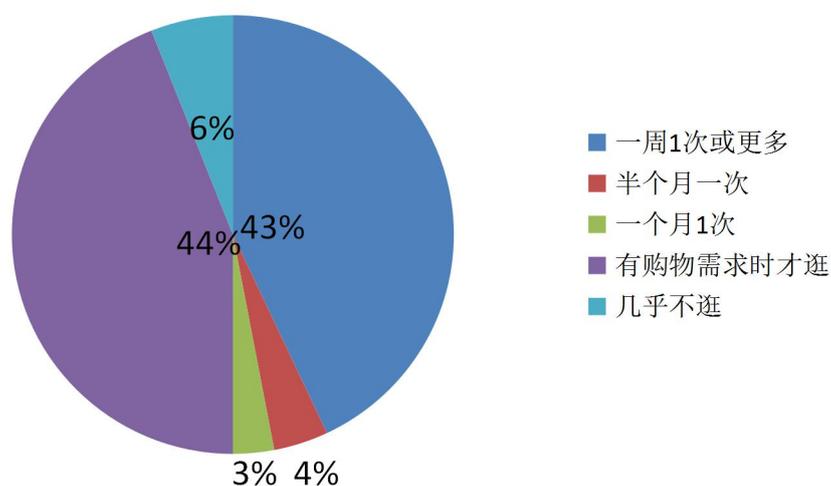


图 6 网民访问电商网站频率分析

如图 6 所示，约半数用户已是高频使用人，43.5%的农村用户会在一周之内多次访问电商网站，这一比例与城市用户相差仅 10%。“逛电商”已经成为了农村用户一个比较高频的互联网行为。同时，与之比例相当的则是“有购物需求才逛”的人群，占比约 44%。可见，农村用户在使用电商服务时分化为“高频族”和“需求族”两大类人群。

2.3 受访网民网购频率调查

受访网民网购情况调查分析

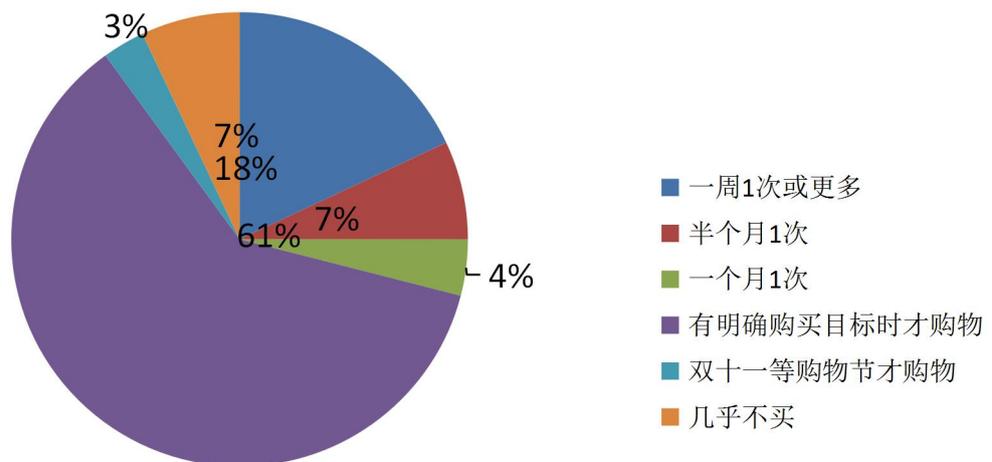


图 7 网民网购频率情况分析

从逛到买，“目的导向型”的消费才是主流虽然近一半农村用户已经养成了一周多次访问电商网站的习惯，如图 7 所示，到了实际发生购物的时候，这一比例便降到了 17.9%，降幅达 59%。但已经有 28.2%的用户平均每月至少会购物 1 次。通过明确购买需求而产生消费行为

的人群比例则增至 61.4%。可见，农村用户的电商消费行为相对理智、目的明确。

2.4 受访网民的网购产品类型分析

你在网上经常购买哪些类型的产品？

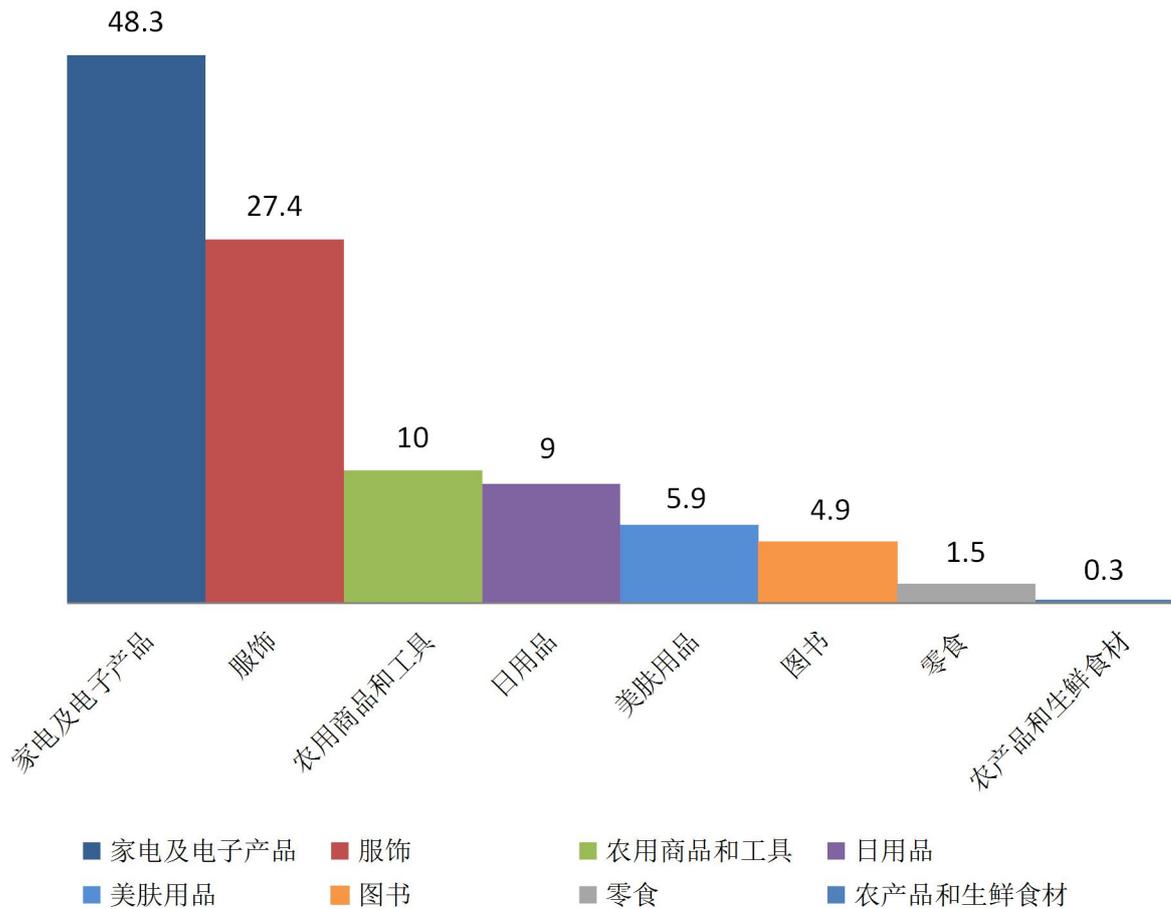


图 8 网民网购产品类型分析

如图 8 所示，调查的产品类型分别有家电及电子产品，服饰，农用商品和工具，日用品，美肤用品，图书，零食，农产品和生鲜食材，其中购买家电及电子产品占 41.3%，服饰占 27.4%，农用商品和工具占 10%，日用品占 9%，美肤用品占 5.9%，图书占 4.9%，零食占 1.5%，农产品和生鲜食材占 0.3%。

农产品和生鲜食材占 0.3%，本次调查的产品类型多种多样，说明调查的类型比较全面，达到我们的调研目的，数据具有针对性、可靠性和代表性。

农村用户爱买电子产品和家电，也买农用商品和工具。农村用户排在前三名的购买品类分别是“家电及电子产品”、“服饰”以及“农用商品和工具”。其中，前两类商品同时也是城市用户最爱购买的品类，属于大众层面的受欢迎品类，而第三个品类则是农村用户比较显著的一个特有购物需求。现阶段，阿里和京东等电商巨头都在积极推动农村电商，向农村市场销售种子、化肥、农用工具等商品。从用户的反馈来看，已有 10% 的用户培养起了这样的消费习惯。

3. 受访农户样本分析

3.1 受访农户产量情况

农村农户种植产量情况分析

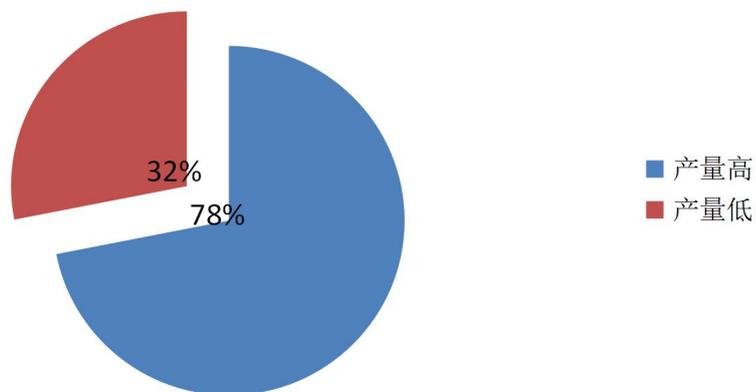


图 9 受访农户种植产量情况分析图

如图 9 所示，大部分的农户种植产量比较高，其中产量高的农户占 78%，种植产量相对较低的农户占 32%，再根据各地方的环境，气候分析，符合当地生产的农产品产量相对较高，因此，数据具有综合性和科学性，符合调研的实际现状，具有较高的参考价值。

3.2 受访农户销售情况

农村农户的收益情况

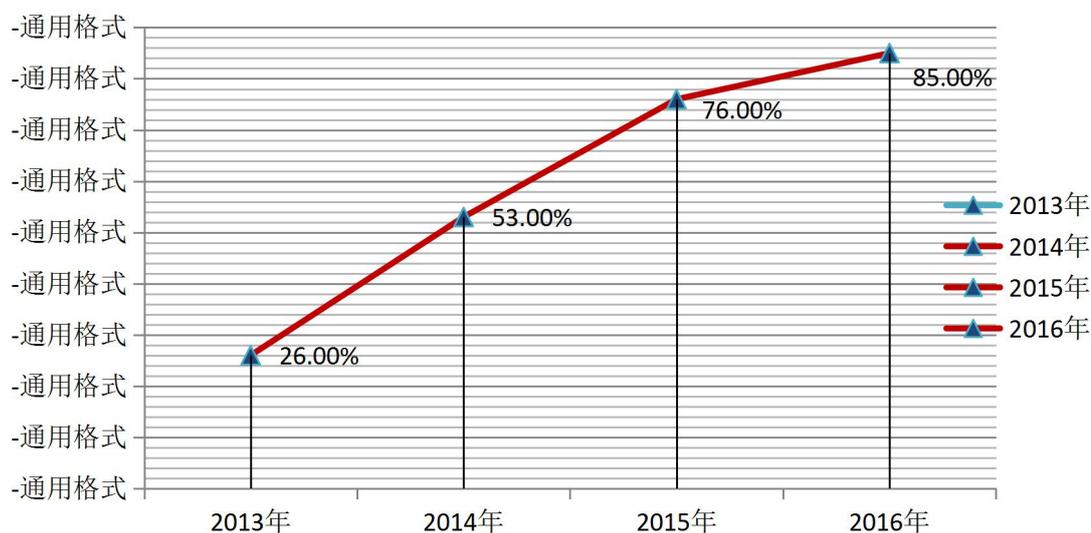


图 10 受访农户产量收益情况分析图

如图 10 所示，农村农户的收益正在逐年快速增长，这离不开农村淘宝的发展，让更多农产品通过发展农村电子商务的形式，把商品信息快速传播，打破农村经济发展的困境，提高农产品市场竞争力，为农民收入的增长创造条件。

（三）恩平市农村淘宝项目发展的正面影响

通过对江门，东莞、珠海 3 个地区的农村淘宝服务站、1050 位农村网购用户、69 名返乡创业者、90 位当地农户的问卷进行数据汇总、整理和分析；对 13 个农村淘宝服务站进行走访并深入乡村与居民访谈；与当地的农户进行交流访谈；课题组进行数据的汇总、整理和分析发现，我们强烈感受到农村电商用户对电商的渴求和喜爱。“农村淘宝”以及“淘宝村”是拓展农村市场，促进农村经济发展的两大农村战略，“农村淘宝”着重于带动农民消费，而“淘宝村”则是把农民的角色定位为农村卖家，分别从买和卖的交易行为进行推动，在电子商务带动下，实现将农村经济互联网化的目标。

2015 年 10 月 10 日，恩平市首批 37 间农村淘宝村级服务站同时开业。开业首日，恩平市农村淘宝村级服务站下单 4500 多个，交易额达 45 万多元，创造了广东省农村淘宝县域开业最高订单记录。恩平市电子商务发展综合指数排名广东省县级市第一名，全国第 36 名。根据恩平市政府与阿里巴巴集团的协商，首期将在恩平建立 50 个村淘服务站。村淘抢滩恩平，还将覆盖江门，恩平 1000 多人竞争 50 个服务站站主资格，激烈程度不输考公务员。

有关政府部门认为，让村淘结合扶贫，希望能够在全市推广。“市里推广村淘项目，与扶贫工作结合，我们农业局协助科工商务局，物色在贫困村设服务站。”恩平市农业局办公室主任吴超雄说，如果全市 50 个服务站运营成熟，对恩平的藜菜、藜菜茶、大米、马铃薯、

番薯、木薯、毛薯等农土特产品销售肯定有促进作用。“服务站对农户和公司的帮助不仅仅是在买和卖方面有直观的利好，实际上它还带来的是先进理念，让农民、公司在种植生产方面有更先进的思维，能够了解市场动态。市场受欢迎的是什麼，可以根据市场来调节生产，实现资源有效分配，不至于像以前一样一窝蜂的种植某种产品，造成种植物卖不出去。而且，它的服务不仅仅只有买卖产品这么简单，目前还有一种方式是，把闲置的土地挂在网上，你要租就可以直接在网上收集自己想要的，它是从种植到售卖一条龙的服务。”江门市农业局副局长林立业表示，恩平是农业大市，有许多特色农产品，恩平出现淘宝服务站，对农户和公司来说无疑是个大利好，希望在江门其他地区铺开來。

不论是政府部门还是社会群体，对农村淘宝建设越来越重视，他们认为农村淘宝实际上是解决农村买、卖难的问题，一个更大更好的电商平台，也给了年轻人更多返乡创业的机会，同时也能改善民生，既能让农产品以好的价格卖出去，也能让城里的人买到优质的特色农产品，农村也能通过农村淘宝服务站以便捷的方式，实惠的价格买到心仪的产品，享受城里人的消费生活。农村淘宝服务站带来了多方面的正面影响，主要表现在：

1. 促进农副产品的销售和各产业协调快速发展

课题组了解到，恩平市的电子商务氛围浓厚，本地市民和农村居民都喜欢上网购物，本土企业十分热衷于在网上销售产品，而且恩平的农产品十分丰富，，有特色薯类（马铃薯、木薯、番薯等）、籼菜

系列产品、恩平菜心、香大蕉、甜玉米、龙门挂绿荔枝、恩平柑桔橙、大田茨菇等，通过把特色农产品放上电商平台销售，村民不再担心销路问题。



图 11 企业检验特色农产品包装

<p>¥75.00 包邮 0人付款</p> <p>恩平特产 雪庄牌特级籐菜茶108克罐装 绿色保健茶养生茶清热去火</p> <p>媵媵李12 广东 江门</p> <p>347.24元/500g</p>	<p>¥68.00 0人付款</p> <p>恩平特产 雪庄牌特级籐菜茶108克罐装 绿色保健茶养生茶清热去火</p> <p>快乐十二少 广东 江门</p> <p>314.82元/500g</p>	<p>¥68.00 0人付款</p> <p>特级籐菜茶 雪庄籐菜茶 绿色保健养生 绿茶 雪庄恩平特产</p> <p>yuemfong 广东 江门</p> <p>314.81元/500g</p>

图 12 恩平特产籐菜茶淘宝价

2. 扶持村民返乡创业，带动农村经济发展

农村淘宝要又快又好的发展，离不开国家的政策支持。在10月14日的国务院常务会议上，李克强总理要求加快部署发展农村电商。如何快速发展电商，让实体经济与电商相互辉映，这需要规范的电商环境，以及大量的农村电商人才等因素的支持。恩平是江门地区第一个农村淘宝项目落地的县市，恩平市委市政府高度重视，并投入了大量的人力物力保障项目的推进。据悉，大部分外务工的人员在偏僻的乡村找不到工作，被迫外出工作。恩平市农村淘宝服务站工作人员李广说“在外打工天天想家，做厂工又苦又累，现在就算怎么辛苦也是在自己家乡，有这么好的创业机会一定好好把握。”

政府整合当地农产品资源，系统性委托给具有实力的大企业进行包装、营销和线上运营，地方政府、农户、电商企业、消费者及平台共同创造并分享价值，既满足了各方的价值需求，同时带动了县域经济的发展。

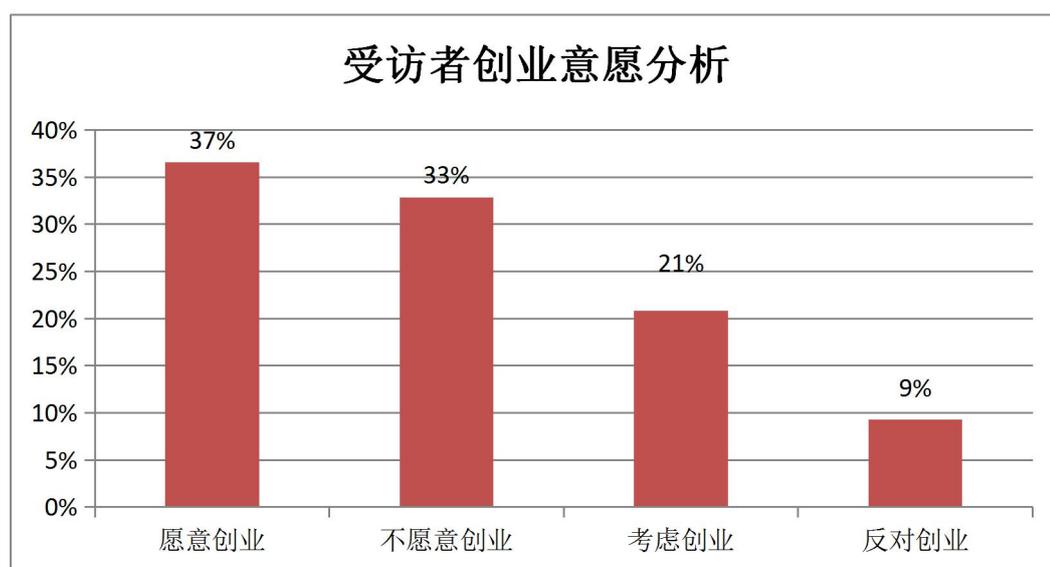


图 13 受访者创业意愿分析图

3. 实现“网货下乡”和“农产品进城”的双向流通

课题组采访农村淘宝恩平市服务中心负责人胡炳阳时，了解到目前广东有 17 个县域开始运营村淘项目，江门目前只有恩平试点开设村淘服务站，村淘服务站目的是让恩平村民充分感受到电子商务给生产生活带来的便利，在家门口就能在网上买到价廉物美的各类商品，但“代购”只是第一步，今后还有“代卖”将本地优质的农特产品、工业产品和旅游资源通过互联网“卖出去”，实现“网货下乡”和“农产品进城”的双向流通功能，促进恩平市农村农副产品的销售和各产业协调快速发展。

如今，农村淘宝在清新广大农村已经被越来越多的人接受。“双‘11’的时候，我们这里也很忙，共有 100 多单。”恩平市农村淘宝村代购员唐燕城告诉调查员，服务站是去年 12 月 5 日开业，开始村民都不熟悉，现在每天有 20—30 件订单，一个月的销售额达到 3 万元左右，农具、农资、小家电等是村民购买较多的产品。在“网货下乡”的同时，“农产品进城”也开始初具雏形了。“昨天有 3 单，今天又有 1 单，都是寄出去的，寄出去的有蜂蜜、干货等。”唐燕城说，现在有些村民也开始对外寄货了，这应该是将来的一种趋势。而通过农产品进城和产品下乡，最终是希望能打造一个城乡一体化模式。

4. 有利于提高农村地区人民的生活质量

在生活方面，农村淘宝消费市场一样存在巨大的潜在需求。由于

农村特殊的自然和社会环境，没有超市、商场等成规模的规范的购物场所，农民购买物品相比城市显得非常不方便，而电子商务恰好可以弥补这一不足。农村相对较低的经济收入水平使得人们对商品的价格更为敏感，而在线营销的普遍低价可以很好地满足农村市场的需求。此外，农村在文化娱乐设施方面的缺乏，也为相关方面的电子商务企业提供了广阔的市场空间。

5. 解决留守儿童、空巢老人的民生问题

农村淘宝的发展不仅能够带来更多的创业和就业机会，而且提供了一条提升农民幸福指数的新路径。

“空心化”是中国农村面临的一大社会问题，大量青壮年劳动力进城打工，留下老幼妇孺留守农村，不仅给城市带来严重的人口承载压力，也带来了一系列诸如养老、留守儿童等社会问题。而农村淘宝的发展可有助改善这些社会问题。

农村淘宝作为一个创业契机，也着实吸引了不少在外务工的人员回流农村创业。“吸引我返乡创业的原因在于，既能利用家乡淘宝村品牌效应赚钱，还能照顾老人。”2012年辞职回恩平市开淘宝店的大学生张青说，恩平市之前是外出务工村，现在许多青年人都回乡开起了网店。由于回乡人多了，留守儿童就少了，老人也有了子女的照顾。恩平市党支部书记李灼冰表示，村民看重的是“参与家庭生活、享受天伦之乐”的趣味，农村淘宝的发展提升了村民的幸福感。

据调查发现，相比经济学意义，农村淘宝的社会学意义更值得关

注。恩平市有一个祖孙三代家庭，年轻夫妻回乡创业，天天忙网店的事，婆媳关系比之前好了，为什么？因为妈妈天天有事做，奶奶就帮忙带孙子，哪还有心情和时间吵架。

“现在这家中的爷爷还帮忙当网络客服，既能了解年轻人的生活，也借此看到一个跟自己以往经验完全不同的世界。”调查小组发现，淘宝这种商业行为无形中改变了农村生活方式，也给村民的思维方式和价值观念带来深远影响，值得重视和研究。

留守儿童调查情况分析

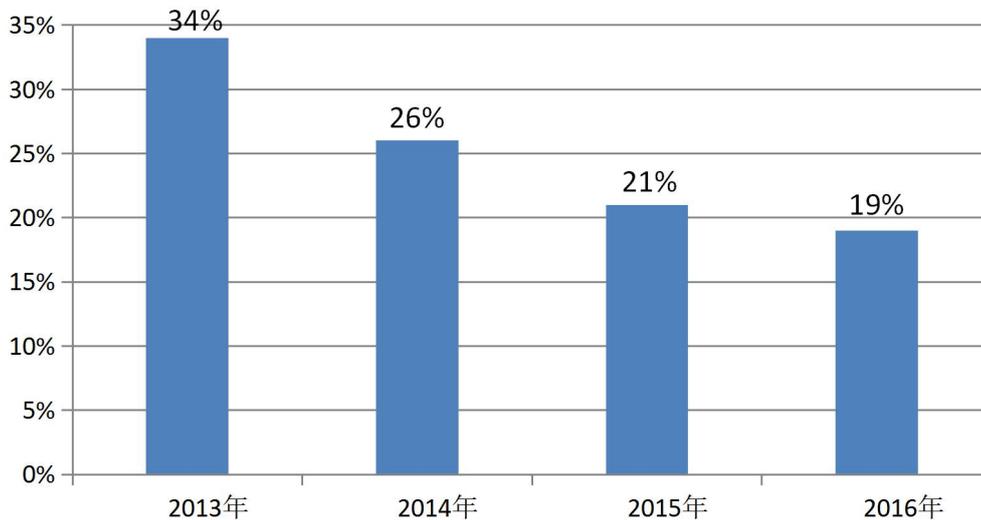


图 14 留守儿童调查情况分析

(四) 农村淘宝发展中存在的问题和原因

在调研中，课题组了解到，虽然农村淘宝服务站已经越来越受到政府部门和社会群体的关注和重视。但从调研情况看，当前农村淘宝服务站仍然存在一些问题，例如战略架构尚不完整，运营商服务网络铺设不到位，也存在农村网络覆盖率较低、农民的受教育水平低等客

观条件限制，摆在面前的一些普遍难题有以下几点。

1. 客户效益得不到充分利用

(1) 客户价值创造壁垒较高

消费者能接受的物价水平不一。例如对于农民消费者来说必需品是果蔬，粮油；像智能手机、电脑等这一类的电子产品并不是农民的必需品，农民消费者对家电的需求弹性和购物习惯并不一样。农民并不存在城市居民感受到的房和土地的生存压力，他们的房和土地安定，不存在相应的担忧，对新出现的有用的商品会产生强烈的购买意愿。

新农人的教育水平普遍较低，对新的事物保持自身的怀疑和不确定的态度，然而他们一旦选择接纳，就会产生口口相传的口碑效应，这时候的新竞争者则很难再进入这一市场很。消费者对于新技术的掌握热情不高，产生不信任，导致其对于新模式的接受壁垒较高，与城市用户相比接受难度稍大。而且农村消费者的教育成本过高，难度极大。

(2) 客户价值创造体系仍需完善

由于农村区域覆盖范围较大，就出现许多难题，服务站点的基础设施建设不够。发展规模比较小的，可重点建设其他配套基础设施，比如生鲜食品的物流基础建立，也可以先带动建设一部分网店，帮助一部分区域的农民留住他们的最早一批的客户。如果能够在县（市）级层面成立运营中心，将村民的所有需求集中起来进行一级导购与筛选，再对村民进行服务，就会便利很多。

农村不论是物流的基础网络设施铺垫还是交通的便利性都与城市有很大的差别，这是电子商务进入农村一个绊脚石，农村地区的物流问题是农村淘宝发展需要重点解决的难题。物流的落后使得农村地区快递尚未完全普及，大部分地区目前只有 EMS 能够到达，导致物流成本高。

“农村淘宝”发展农村电子商务，物流是关键问题。因此亟需平台方构建物流平台，物流企业搭建物流体系。解决“最后一公里”问题，将成为“农村淘宝”发展的最重要课题。

(3) 缺少有效的客户价值沟通与评估

在为客户提供优异的客户价值后，作为客户价值管理的最后一步，还应对客户价值的感知结果进行有效监控，通过客户满意度调查、客户抱怨记录、客户跟踪访谈以及定期与不定期的客户随机调查，了解客户对其所获得价值是否满意。在为客户创造客户价值的同时，农村淘宝还应该积极地同客户进行“沟通”，必须运用整合营销沟通手段，全面给客户转达在使用产品或者消费相关服务的过程中将会感知到的价值。整合的宣传方式应该包含很多具有统一代表的广告、公关与宣传、活动促销等，实现辅助农民消费者了解农村淘宝所能为他们提供的价值。

2. 农村互联网普及率低，信息化基础设施有待加强

通过调查得知，该镇农民能使用电脑上网的群体一般是学生为主，

年龄在 10 岁——30 岁的人有 80%~90%都会使用电脑。30 岁——50 岁大部分都能使用手机了解天气预报、农业知识等。此外，该镇的农民大部分听说过电子商务，且少部分人对电子商务有一定的了解。一些被调查者认为在农村开展电子商务是很有必要的，他们认为时代在进步，发展农村电子商务提高农村的经济生活水平一种有效策略。

村民对电脑的普及情况

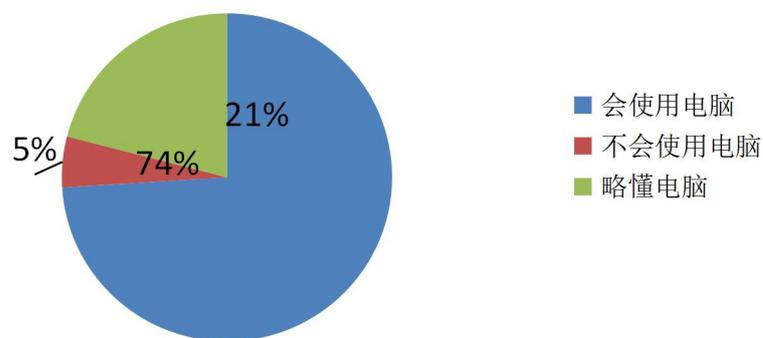


图 15 村民对电脑的普及情况分析

(1) 农村计算机拥有量及基础设施较差

在调查中发现，农村家庭电脑拥有量较低。在当地大学生一般都拥有笔记本电脑，有少数比较富裕的家庭拥有自己的电脑。此外，由于农村网络覆盖面积小，一般农民就算拥有自己的电脑上网也是比较困难的。

(2) 当地还没有自己的电子商务网站

据了解，该地区政府为发展地区经济也大力支持有农民建立电子商务网站。虽然得到当地政府的认同与支持，在该地建立网站还是比较困难的，被调查者也不知道建立电子商务网站该如何入手。

由此可见，农村互联网发展速度慢于城镇发展速度。互联网在城乡的发展差距拉大，在导致农村互联网增速放缓的因素中，农村互联网相关基础设施薄弱，公共上网资源匮乏和农村上网成本相对于农民收入水平仍较高是最重要的两大原因。

(3) 农村电子商务交易存在安全隐患

在大部分的农村中，电子商务应用属于新兴产业，人们接受起来有一定的难度，农民更愿意选择一手交钱一手交货的传统交易模式，此外，一些网上诈骗的案例使他们产生畏惧。现代电子商务主要是通过网络实现，而网络经常会受到各种病毒、木马程序的攻击，加上农村网络硬件、软件设备的落后以及缺乏安全技术支持给不法分子提供了可趁机会。目前，我国电子支付的手段尚不成熟，信用机制和约束机制也正在探索阶段，这给农民网上从事经贸活动带来很大的风险。这些都是长期影响农产品电子商务发展的安全问题。

3. 农村网商的忧虑

(1) 农村网商迅速聚集淘宝村陷入恶性竞争

易复制是互联网的最大特点，也让互联网行业的竞争度加剧。农村淘宝村存在大量的复制盗图抄袭的现象。比如说现在哪些款比较好卖，所有人就都做这些款，只能把质量越来越低，价格降下来，到最后全部都是一些烂大街的货。

(2) 农村网商一味拼价格难以为继。

由于竞争太激烈，如果单纯靠产品低价根本无法留住客户，一味地拼价格也会让经营者利润下降，蒙受损失。

(3) 淘宝村创新难

在法不责众的市场环境下，创新的成本太高。而且对于小的网商来说，创新不见得就能给网店带来效益。

4. 农村电子商务应用人才缺乏

农民的文化素质较低，对新技术、新信息的接受能力较弱，对电子商务了解不深，而懂得电子商务技术的人才又不愿意到农村地区服务，这使农村电子商务应用人才严重缺乏。

5. 农村生产经营模式，导致生产及销售成本高

农村淘宝的竞争阻力小，传统农产品供应链环节较长，从农业生产者到消费者环节较多，导致农产品在储运、加工和销售环节中的成本过高。首先，电子商务将农产品直接推向市场，拓展了传统交易方式的同时简化了供应链环节，降低了农产品交易成本。其次，可以解决小农户的销售途径，避免因产量小而没有经销商收购。再次，可以降低农业生产风险。绝大多数农民从事农业生产，往往并不是以市场需求为导向，更多的是一种习惯性生产行为。如该镇一般种植油菜、小麦、玉米、水稻及水果等。这种习惯性行为导致的往往是不了解市场需求状况，造成需求与供给之间的矛盾，给农业生产带来了极大的农业生产风险。农业电子商务的应用在于能够让农业生产者准确、实时了解市场动态信息，了解市场需求状况，为农业生产者降低农业生产风险，合理组织生产，以避免因产量和价格的巨大波动带来的效益

不稳定降低农业生产风险。

6. 农产品生产和农村消费主体的分散性和规模小

家庭目前仍然是我国农业的基本生产单位，每家农户就是一个生产经营单位，农产品生产存在着分散性和规模小的特点。因此，农村电子商务的发展必须要考虑到农产品生产的特点。

由于农村居民人口众多而且居住较为分散，导致一方面，农村消费市场的分布面广、服务对象绝大部分是千千万万的个体农户，数量庞大，从生产资料到生活资料，品种繁多，规模较小；另一方面，具体到每家每户，其品种规模却又很小。这些特点，导致了农村市场的巨大差异性，带来农村市场本身以及农村市场系统和其他市场系统之间衔接的复杂性。农村市场的差异性，必然要求农村服务的多样性和个体服务的专业化，必然对建立现代农村市场体系和物流体系提出更高的要求。

四、建议和对策

农村情况千差万别，生产力水平各不相同，发展路径不能靠同一个模式，既要因地制宜，更应突出创新发展。应立足本地资源优势，突出特色品牌，大力发展特色产业，合理区域布局，提高产品品质，优化品种结构，培育龙头企业，以特色产业引领电商发展。

（一）加强农村信息基础设施建设

由于城乡收入差距，导致了城乡互联网差距越来越大，我们应该积极发展特色农业，发展农业经济，提高农村个体收入。加强基础设施的建设，一方面，加快农村网络基础设施建设；另一方面，可以利用中小学电脑室的建设，与其合作投资扩建。学校机房的对外开放为农村电子商务网站的建设节约一部分成本，既满足了学校教育的需求，也为农村电子商务的发展奠定了良好的基础，改善了农村用户的网络环境。另外，移动手机的普及，为农村的信息化有增加有效途径，采用手机支付、下订单等，电脑与手机移动商务相结合，可以进一步完善了农村网络系统。

（二）大力培养农村电子商务人才

根据农村现状我们应该把握政策机会，把“大学生到农村支教、担任农村村官”与“发展农村电子商务”相结合。大力培养农村电子商务人才，提高农民信息素质。引导大专院校的电子商务专业人才进入农村地区进行“技术扶贫”为农村电子商务建设提供人才支持和队伍保障。首先，通过对大学生村官、支教老师进行电子商务技术培训，让他们掌握电子商务的专业知识，并带领村民学习电子商务知识，开展电子商务活动。其次，与高校和企业建立联系，在农村开展电子商务相关讲座，将产品与电子商务相结合，同时引进电子商务成功案例，让农民感受效果了解未来农村的发展趋势。定期组织村民进行培训，并提供技术指。再次，重点为农业龙头企业、种养大户、合作组织培训人才。在农村具有号召力的农业龙头企业、种养大户、合作组织等是当前农村电子商务应用的主要带动力量，对信息接受能力强、传播

速度快，培训应以这部分人为重点，能在更大程度上提高培训效率，达到培训的目的，进一步推动了农村电子商务活动的开展。



图 16 恩平市农村淘宝合伙人电子商务培训班

（三）政府应支持农村电子商务的发展

政府主要应该从以下几方面支持农村电子商务的发展：1. 应该加大多农村网络的资金和技术支持，使网络系统有效的升级，引进好的硬软件设备，提高网络的安全性。2. 应加大对乡村道路设施的建设投资力度，保证物流的有效到达。3. 应通过制定政策支持金融企业向农业电子商务企业和个人发放贷款。



图 17 课题组成员到农村淘宝服务站采访

（四）建立健全农业电子商务法律法规体系

国家应该建立健全农业电子商务的法律法规体系，一是加强电子商务法律法规的研究。充分借鉴国外在信息立法以及其它的一些体制和做法比较完善的经验，逐步建立起适应我国国情的农业电子商务发展方面的法律法规，用法律的制度来规范和保障农业电子商务的健康发展。二是要加强市场的监督管理。要加强农村电子商务市场的监管，规范市场秩序，同时加强信用环境的建设，以保证网上正规渠道技术、产品、市场信息的可靠性，以形成良好的网上市场环境。

（五）加强农村电子商务的宣传和教育

在农村电子商务活动中，农业生产者当然占主体地位，所以我们应该加强对农村地区的电子商务宣传活动，以取得农民的支持。首先，

将成功运用电子商务的地区作为示范，从该地区抽调一些新近知识分子、大个体用户（什么意思）给该地区农民进行宣讲，传授一些网上交易支付的经验。其次，还可以组织一部分有号召力的农民群众到先进示范的地区进行考察，体验先进的购物模式或销售模式。让他们相信电子商务对农村经济的发展有促进作用。再次，应组织农民学习怎样有效抵制或防范木马程序。

你在附近的生活区内会经常看到电商网站的广告吗？

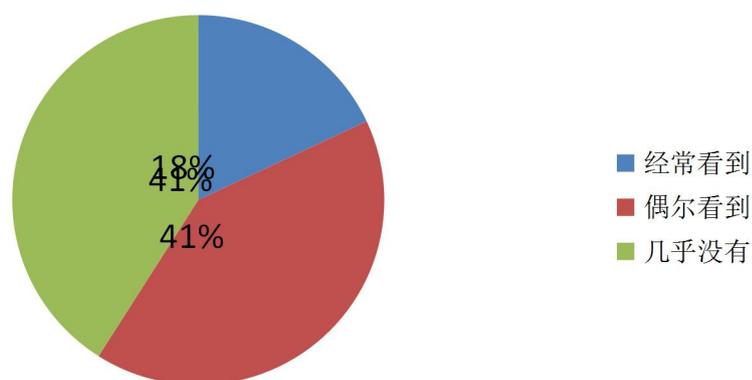


图 18 受访者对电商广告的了解

（六）因地制宜发展农村电子商务模式

一方面，发针对农村的实际情况，可以发展农村团购。在村或乡镇由一人或二人担任团购的负责人，这个负责人可以由大学生村官担任。该团购负责人主要任务是把个体需求变成整体需求。就是把每家每户的订单汇总整合，把该乡或村的总体需求，下订单给商家或厂家，方便商家货物的发送和物流的有效配送，有效的满足农村用户的需求。这样就能在一定程度上解决农村个体的分散性的弱点。

另一方面，农产品的对外销售，不能再采用传统的自产自销方式，这样成本会较高，对市场的判断也不准确。因此，我们应该组织多元化的物流模式，一是农民组成合作社，专门从事运销。丹麦、澳大利亚、新西兰是典型。这相当于生产企业自营物流。二是由经纪人或代理商同第三方物流签订合同，由专业的物流公司从物流业务在现阶段“公司+农户”的模式下实行订单或成片租赁开发的公司，可以自营物流，也可以委托第三方来从事物流业务，结果都可以使农民收入稳定增长，使农产品更快的进入流通领域。另外物流公司方面应该完善农村物流网络和水果蔬菜等的保鲜技术，使电子商务开展的地区物流的有效完善和保证农果产品到达购买者手中不会腐烂，缩短物流运输时间。这样不仅能得到能完成自己的工作，也增强了该公司的竞争力，还解决了农村剩余劳动力的就业问题。此外，物流公司还可与在乡镇均设立网点的中国邮政签订合作项目，保证商品在一定时间内到达用户手中。

农村用户对“物流不能送上门”的不满远远超过城市用户，用户最在意的地方往往也是他们最不喜欢的地方：由于不再考察价格因素，于是商品品质、售后、物流分别位列“黑名单”前三。

值得一提的是，农村用户对“物流不能送到家门口”的不满程度远超城市用户，达到 17.6%，这与农村物流体系建设不完善有着直接关系。

在支付方面，仅有 3.6%的农村用户表示线上支付会造成不便，这一比例与城市用户相当。可见第三方支付服务在农村的普及程度已

经与城市没有太大差异，不会对用户的网购行为造成不便。

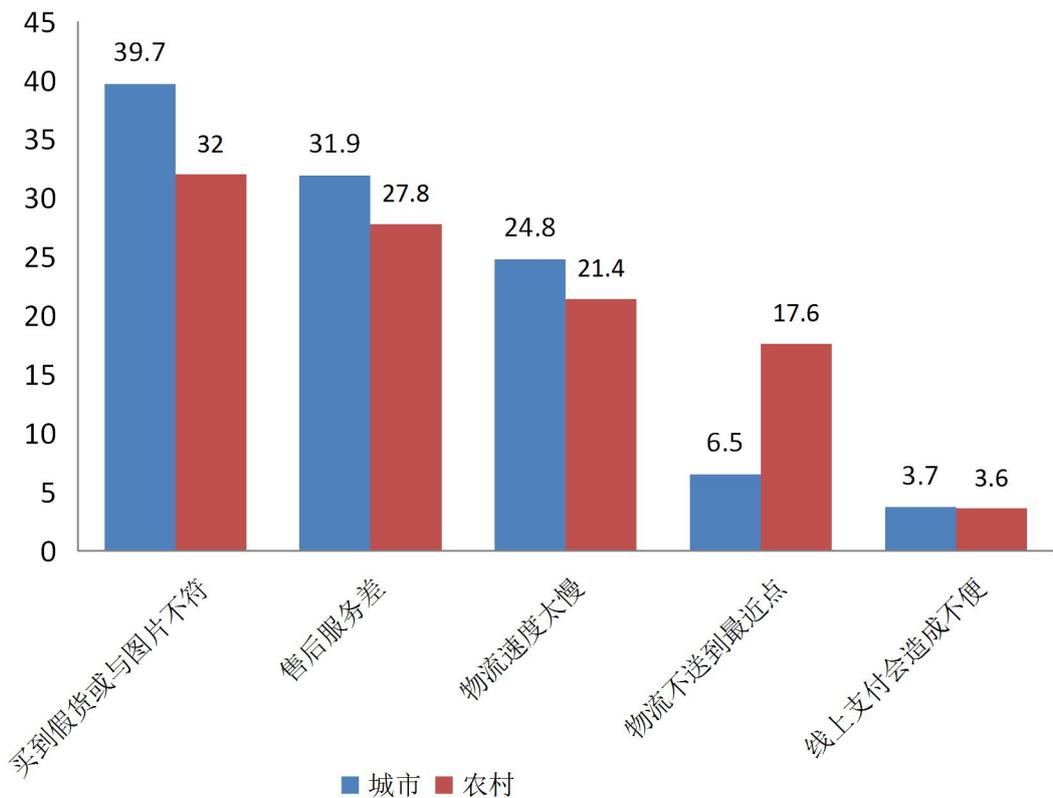


图 19 农村和城市的物流情况对比

(七) 实现农村电子商务的三个“必须”

农村电子商务和资本市场上的电子商务有着不同的基因，浅薄的总结在农村发展电子商务需要具备以下三个“必须”：

第一，发展农村电商，必须借助县级以上政府的公信力

以上三个县城，如果没有当地政府强有力的组织和支持，绝不会蛋出所谓的三种模式，这种支持不仅仅是“叫卖”，更重要的是为农产品质量做初级的信用背书，为第三方企业提供公司注册、税收、资金等实际性的支持。

我们多数的耕地小而分散，对于资源性的整合尤其需要借助政府

的力量，而“三农”关系到老百姓的切身利益，县委书记勇于站出来推销家乡农产品便也亲民合理。

第二，农产品要卖得更高更远，必须实现专业的品牌化

我们需要明白一个核心，在农村发展电子商务的根本是帮助农民增收，增收的关键是：其一，减少农产品的滞销，获得更多销量；其二，让农产品卖出更高的价格，获得单量溢价。农产品进行品牌化运作便为农产品实现溢价增收开创了先决条件。

联想集团战略投资高端水果品牌“佳沃”便是恰逢其时的正确选择，柳传志坦言“联想做农业并不着急赚钱”，因为打造品牌是一个长期战略，更大的价值在未来市场，但现在需要先走出第一步。



图 20 恩平特产雪壮牌勐普茶

第三，农产品品质体现，必须借助地域特色找出差异化

农产品市场的劣币驱逐良币现象严重，我们耳闻能详多半是“地

域品牌”，而非产品品牌，地域品牌的最大问题是好人坏人都可以用，就像今天你很难辨识谁是正宗的阳澄湖大闸蟹，消费者便对市场失去了正确判断，对行业是毁灭性的打击。

每个地域都有其唯一性，经纬度、温度湿度、光照时长、土壤结构等不同，会生长出不同的具有明显地域特色的农产品，我们需要在此基础上挖掘产品的特色卖点，进行专业化的品牌化包装，通榆县便依托独一无二的地理位置，打造出了“三千禾”，这是一条突围之路。



图 21 课题组成员采访当地农户

（八）突破有路径

万物皆有其中心：农村电子商务也有自己的中心——服务！代表农村未来的年轻创业群体最渴望的是服务，包括平台、帮助、引导、支

持、平等、尊重、信任的品牌服务。这几乎是一片空白，需求就是机会，帮助别人成就自己！当前，单纯的服务是难以启动农村电子商务市场的，服务的切入要靠农资！农资是刚需，影响人口最多，覆盖地域范围广，2013年农资市场规模1.52万亿元，是直接帮助农民创造财富、增收脱贫的切入口。

网民大多在意商品价格，其次是商品品质，在网购时在意价格的用户达到34.7%，占比最高。他们所介怀的其它问题依次是品质、售后、物流、支付和品类齐全度。这一方面，城乡两个用户群体并没有表现出太大的差异性，可见大家对网购服务的诉求相对一致。

你网购时最在意什么？

注：此项调查为多选，因此各选项之和大于100%

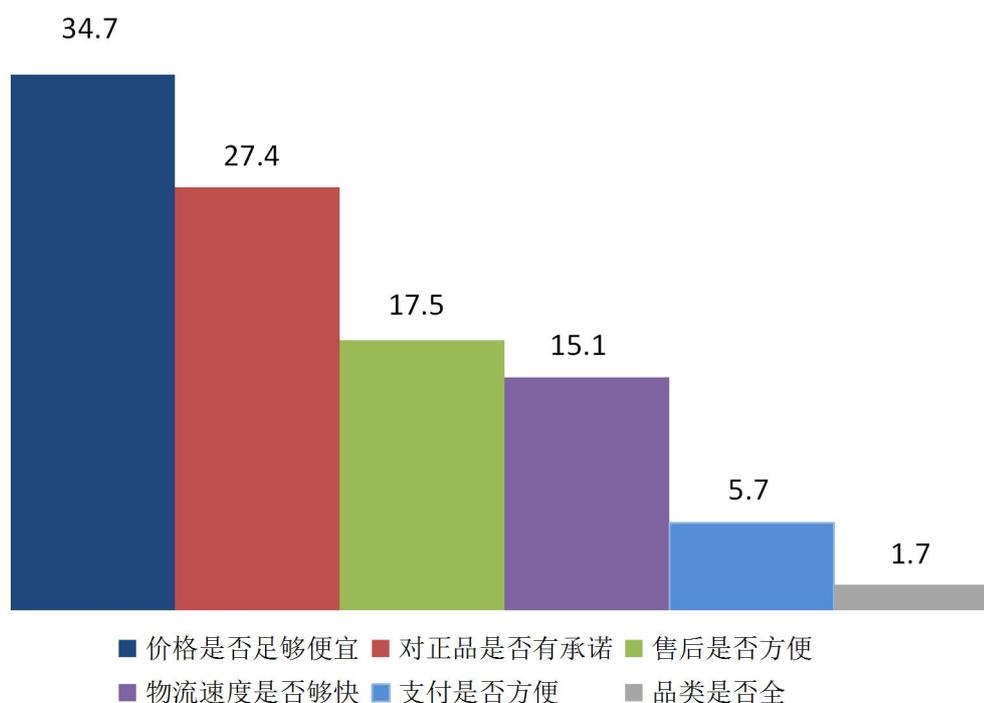


图 22 受访者网购时的要求情况分析

(1) 经营模式：

起步采用（网店、实体店、技术支持、品牌服务等）独创的六合一经营模式，解决长期制约农村电商发展的物流难、技术服务难、启动资金难、盈利模式难等基本问题；

搭建电商平台：B2B2C，首先主营种药肥，兼营土地流转、农机具、农业技术、农副产品、金融、饲料。平台邀请各行业代表性供应商入驻，同时开发乡镇村服务商。

帮助服务商：首先转变思维，做好产品预定预购、备货、接货仓储、当面交易、季节性退货、单店运营、技术服务、良性经营。服务商收入依靠服务农户的数量、技术、信誉、配合电商平台的独立经营能力获得，保持年收入在当地处于中上等水平。

(2) 创新销售模式：

统一执行网上零售价格，共享同一平台服务，打破传统销售模式制约优质产品、优势企业胜出的束缚；自购、代购、现购三种购买方式并存，满足各种需求，解决购物体验，乡镇服务商用三种销售都有回报。完全省去县级及部分乡镇中间环节，逐步为全国农民年增收节支 1000 亿元；并提供必要的田间跟踪服务。

(3) 做实服务：

互联网改造传统行业时，会诞生许多新的商业机会，以农资为起点，为当地提供土地流转经营、农副产品流通与加工、养殖业等更多的农村创富机会；树立服务农业第一品牌，深入发展形成以县域经济为商圈的主营服务层。

(4) 实现价值市场：

做农资为做实现价值市场打下基础，当我们掌握了种子、农药、肥料、生产过程的多方面数据，推广产品标准化，发展订单式生产，再做农副土特产品就具有独特的高可信度优势。

我们没力量改变我们的整个环境，但我们从农资入手，为城乡消费者提供真正的绿色环保、生态美味、健康营养食材、食品，打造品牌，做足文章。

(5) 享受价值市场：

做农副产品又为享受价值市场打下基础，农副产品变现后，资金沉淀会产生，平台除提供互联网金融服务外，再做农村享受价值市场，实现跨界，岂不顺利成章？最终完成创造价值、实现价值、享受价值市场全覆盖。

(6) 繁荣农村：

互联网公司必须先天具有促进社会经济发展、推动农村繁荣的基因，才能走向世界，而且必须首先在国内市场做出样板展现给世界。全国有4万多个乡镇，68万个行政村，7万多家农业产业化龙头企业，15万个体合作社，150万家农业经营大户，首批优选其中30万家带头转型的经营大户不是难事，平均每个乡镇只有几家。

借电子商务平台，以农资起点，为能抓住转变发展模式这一时代机遇的经营户，提供年收益10-50万元及后续发展空间支持，扶上马送一程，确保经营者成功率；以此树立标杆，留住农村人才。机会吸引人才，人才带来技术、资本，再创造更多更大的机会，螺旋上升。

挖掘潜力，整合边缘资源，利用零碎力量，推广产品标准化、打造绿色品牌产品，提供直销渠道，惠及城乡人口。

(7) 独特路径：

以上所谈做农资可能有别其他同行：电子商务是平台、农资经营是起点、技术支持是保障、品牌服务是保证、金融服务是催化、农村繁荣是结果、抢占整个农村电子商务市场是核心！

重点做核心业务层、辅以主营服务层、带动关联业务层、形成外围生态层；实现商机-人才-资金-技术-牵引更大商机的循环加速之势；微力撬动市场，带动数千亿资金运转；实现乡镇村服务商、供应商、平台、国家四方共赢。

(8) 全局谋势：

借互联网之势、大数据之势、政策之势；农业部门支持之势；农村创富之势；农村渴求服务之势；内在驱动力之势；生态食品需求之势...借势发力！顺流而下事半功倍。

因势而动，顺势而为！一旦覆盖整个农村市场，随时提供某个细分市场免费促销活动，提升影响力；建立虚（服务）实（产品）结合，合纵连横，系统完整的生态体系；为农村电子商务跨出国门，服务世界农村，奠定坚实的中国大后方！



图 23 课题组成员采访返乡创业者

（九）解决制约瓶颈

（1）**物流末端**：县市级不能直接到达乡镇村的物流，由供应商与服务商协商通过县级第三方物流协商作解决；物流末端由乡镇村服务商负责解决，私家车、客运班车、摩托车都可用；物流费改由始发方负担。

（2）**服务商持续经营**：用互联网思维转变经营方式，保持乡镇村服务商中等或偏上收入及后续发展空间，使之有利可图。

(3) 启动资金：乡镇村服务商本身有一定资金实力，房、车、门面、仓库、柜台、电脑多数具备，再给要做大做强者提供融资渠道，自我发挥、独立经营。

(4) 技术服务：乡镇服务商负责基本技术咨询，供应商直接负责农户的技术指导、现场问题解决，农户不满意有权差评；必要时邀请乡镇村政府农技办介入，也可到县市执法大队投诉或申请鉴定，专家提供网上咨询解答。

(5) 购物体验：网购、代购、现购三种方式并存，满足各类人群需求。再规范服务项目与服务标准；在互联网公司统一的愿景、价值观、使命感下树立服务新理念；三管齐下解决农村购物体验。

(6) 流量上升：各行业只选少量几个有优质产品的优秀生产商入驻，扩大买家数量，聚焦卖方流量；通过顶级优质产品共享、让利农户、提供优质服务吸引农户购买；通过竞争减少乡镇村服务商数量、确保其平均收入水平，倒逼服务商主动服务农户，确保农户购买流量上升。

(7) 盈利模式：据调查，仅交易额提成，平台可获取流水的 3-7%，其它都另外。



图 24 当地农户介绍特色农产品

（十）充分利用线上和线下

1. 利用线上大数据，分析市场需求

云计算管理系统的作用体现在三个方面：一是通过物联网完成农村淘宝的数据使其更准确、完整、实时的采集，而且与多种硬件设施完成数据输送，为运营工作人员提供及时准确的信息支撑；二是经过云计算的深度数据分析与进一步挖掘，依据差异化的经营需求生成报告、以及具有智能性的结果分析报告，给管理者提供了便捷速度的策略参照；三是使用各种移动客户端应用，对智能化生产现场进行管理并且能随时随地获取数据。

但是需要注意的是，在大数据分析的基础上，要进行进一步的深度访谈，弥补大数据缺乏深度的不足。

政府、电子商务平台以及新农人组织三方面一同努力推动新农人进行大规模合作，它改变了原本农业的生产组织结构、改变了农民原本的生产和生活习惯、对农村原来的社会文明的发展产生了强有力的冲击。根据阿里指数上关于农业的相关搜索，课题组整理出来几个相关维度进行分析。

“农业行业”关键词的热搜榜 2016-04-05			
排名	关键词	搜索指数	全站商品数
1	遮阳网	1728	30227
2	玉米	1503	349685
3	渔网	1441	30790
4	五谷杂粮	1349	31633
5	文玩核桃	1317	2362
6	樱桃	1265	119274
7	蔬菜种子	1265	33599
8	喷壶	1079	15650
9	草莓	1066	20600
10	蓝莓	1068	174302

图 25 阿里指数上关于农业的相关搜索

2. 线下服务站，占领价值链条

当下农民群体的需求仍是以基本生活为主。“农村淘宝”着重

在特定的县级城市设置县级服务中心并且大力投入人力以及物力等资源，让县级服务站再进一步去开辟适合的村级服务站点。选定一位互联网使用经验丰富的当地村民作为服务站长，帮助村民代购，协助村民代销农产品，并提供优质服务使服务站有效运作。

村级服务站服务项目
网上代买：农耕物资；家用日用百货；服装、鞋帽；学生用品
网上代卖：当地农产品；当地农副产品；当地农艺产品及特色产品
网上缴费：水电煤代缴；通信费代缴
创业培育：扶持农特产品网上销售；培育村网点及村民创业
本地生活：快递
代收发：汽车火车飞机票预订；酒店预订

图 26 村级服务站的服务项目

根据上表可以发现，村级服务站的服务项目细化到了村民生活中能产生交易的每一个环节，以买和卖为主线的价值维度，并且囊括了代收发、代缴费等增值服务，村级服务站通过商品的代购服务、快递收货服务、资金结算等的综合生活服务等基本全面满足村民们的生活需求。

五、结束语

中国作为一个农业大国，一直以来，国家对于三农问题都十分重视。可是由于农民对农产品市场信息不能完全了解，造成信息不对称，以及蔬果销售渠道不畅通，几乎完全被中间商（也就是我们所说的菜贩）掌控，导致产销不平衡、收益难保证。农业市场，农产品等生活必需品的价格持续上涨，形成“菜贱伤农、菜贵伤民”的双输局面。农村淘宝服务站作为一个电子商务交易平台，利用大学生村官和居委会帮助农产品走向市场，解决城市居民买菜难买菜贵的问题。

我们正处在一个智慧、创新、互联、数据的时代；即将过去的2016年，农村电子商务市场展示了强大魅力，吸引了数以百计的公司加入，尽管都在探索、创新、成型的路上；但农村电子商务市场的争夺战已经悄悄打响，谁愿做农村电子商务市场的突破者？领导者？谁能抓住风口浪尖般机遇？

农村电子商务的核心、切入点、制约瓶颈、做大做强都有概述。为了农村的繁荣，食品安全，我们愿一起交流、深度探索、甚至共同打拼！