

第一章

认识农业与农村电子商务



沙集农村电子商务经

沙集是江苏省徐州市睢宁县下的一个农村小镇,包括17个村,总人口6万余人。它位于苏北的盐碱地上,农民人均土地不足一亩,村里的人除了外出打工,就是回收废旧塑料。2006年,被称为沙集镇网商“三剑客”的孙寒、夏凯和陈雷从外地返乡开网店创业,选择的产品是简易拼装的板式家具。最初起步时,他们找来样品,让镇上的老木匠按样品做出来,在淘宝网上进行销售。经历过一番摸索之后,“三剑客”网店生意越来越好,2007年底,他们投资10万元建立了一个小型的家具生产作坊。农村是个熟人社会,很容易形成带动效应,村里的人开始纷纷向“三剑客”取经学习。于是,“三剑客”的网店生意模式被快速复制,网店在沙集镇开始遍地开花。在沙集镇上,无论是带孩子的妇女开的杂货小铺,还是年轻人开的数码店,甚至是理发店、摩托车修理店等,都无一例外地在店里摆着一台电脑,在线开着网店的网页和旺旺。这些人多是兼职开网店,在网上接单,然后在工厂提货。经过十多年专注家具电商产业发展,沙集镇已聚集1.64万个家具电商,1100家生产型企业,136家物流公司,2019年电商家具销售额125亿元,被誉为“中国第一电商村”。2020年3月底,睢宁县县长薛永走进沙集镇智慧电商产业园直播间,变身“带货达人”,引发沙集众多电商企业架起手机开启直播活动。2020年“6·18”电商购物节活动中,共有93家企业参与联合直播,开设了81个拼多多直播间,3天时间吸引了600多万消费者关注,店铺累计成交额近2000万元。通过抢占直播流量红利,沙集电商企业订单转化效果超过传统电商平台的3倍,沙集家具产业带迎来了新的转型机遇。为了给电商企业创造良好的升级环境,沙集镇建起了3000平米能同时容纳50家企业直播的直播大厦,帮助实力较弱的企业打造了“沙集镇”“沙集网事”等集体品牌,成立了沙集镇家具设计研究院,联合高校力量,免费向企业提供产品设计方案,并注册成立了沙集镇天猫、京东、拼多多官方旗舰店,不断提高沙集品牌影响力。

案例思考: 1. 通过案例,你领悟到了什么?

2. 沙集的农村电子商务经的核心是什么?

3. 通过案例阅读,你认为该如何定义农村电子商务?



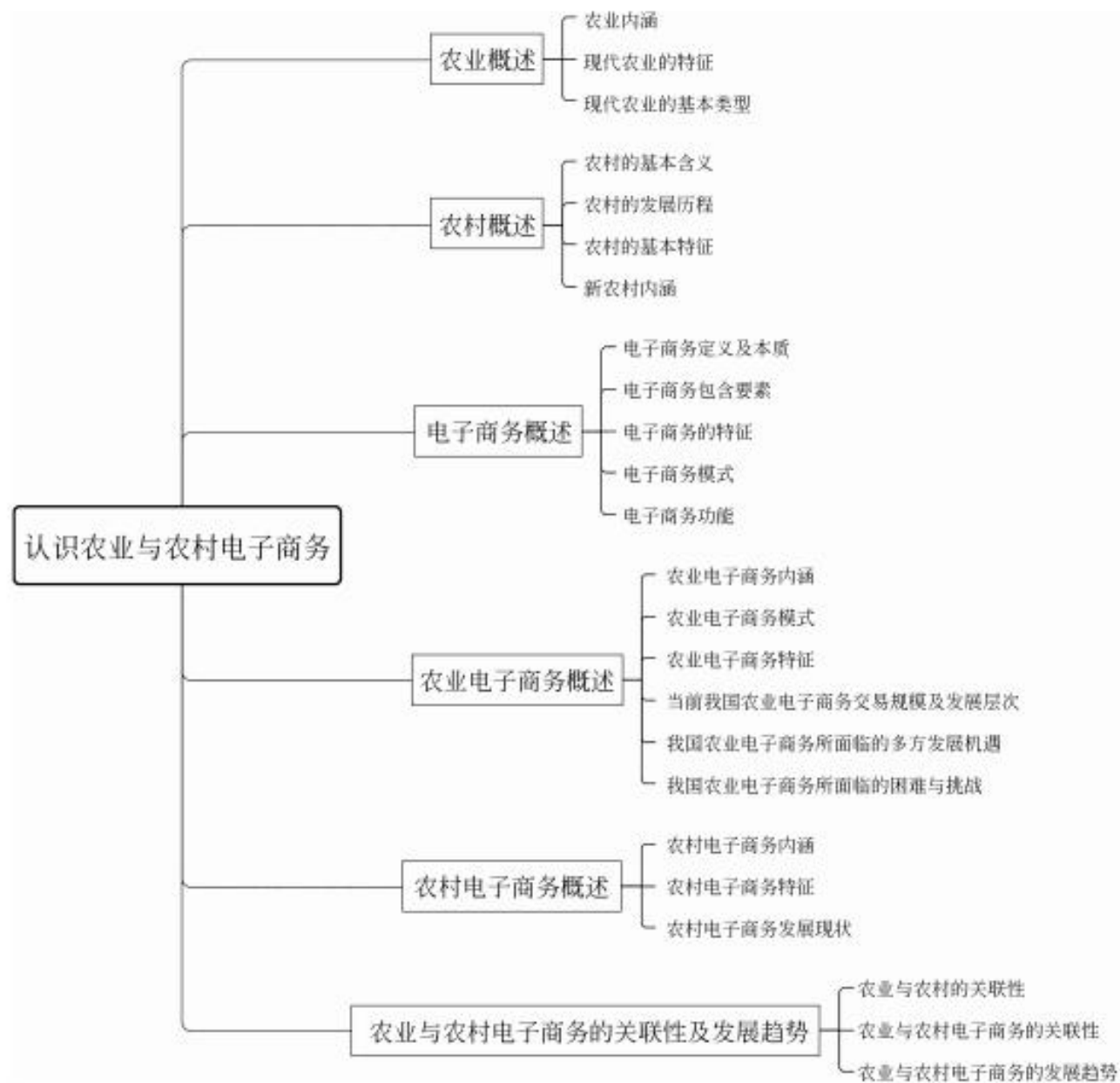
知识目标

- 了解农业与农村的基本内涵。
- 明晰电子商务的概念与本质。
- 了解农业与农村电子商务的基本概念、现状及发展趋势,理解二者的关联性。

能力目标

通过对于农业、农村及电子商务的学习,全面掌握它们的本质及规律,能够对农业与农村电子商务的相关内涵作深入辨析。

内容导图



目 录



1.1

农业概述

1.2

农村概述

1.3

电子商务概述

1.4

农业电子商务概述

1.5

农村电子商务概述

1.6

农业与农村电子商务的关联性及发展趋势

1.1 农业概述



1.1.1 农业的基本含义

农业是以土地资源为生产对象的部门,是通过培育动植物产品从而生产食品及工业原料的产业,其劳动对象是有生命的动植物,获得的产品是动植物本身。农业的生产时间与劳动时间不一致,受自然条件影响大,有明显的区域性和季节性。

广义农业包括种植业、林业、畜牧业、渔业、副业五种产业形式,其中利用土地资源进行种植生产的部门是种植业;利用土地上水域空间进行水产养殖的是水产业,又叫渔业;利用土地资源培育采伐林木的部门是林业;利用土地资源培育或者直接利用草地发展畜牧的是畜牧业;对这些产品进行小规模加工或者制作的是副业;它们都是农业的有机组成部分。对这些景观或者所在地域资源进行开发并展示的是观光农业,又称休闲农业;这是新时期随着人们的业余时间富余而产生的新型农业形式。狭义农业是指种植业,是包括生产粮食作物、经济作物、饲料作物和绿肥等农作物的生产活动。



1.1.2 现代农业

1. 现代农业特征

现代农业具有不同于传统农业的新特征,具体有以下几点。



(1) 更高生产率。现代农业具有较高的综合生产率,包括土地产出率和劳动生产率。

(2) 可持续发展。现代农业广泛采用生态农业、有机农业、绿色农业的生产技术和生产模式,可以进一步促进区域生态的良性循环,形成可持续的生态产业系统。

(3) 高度商业化。现代农业借助于趋于成熟的商业化体系,成为具有较高经济效益和市场竞争力的产业,在农业现代化水平较高的国家或地区,农产品商品率可达90%以上。

(4) 生产条件现代化。包括电力、农膜、肥料、农药、良种、农业机械等在内的物质投入和农业劳动力投入以及现代基础设施建设,科学技术的应用使农业生产条件高度现代化。

(5) 管理方式现代化。现代农业广泛采用先进的经营方式和管理手段,将产前、产中、产后环节紧密联系在一起,形成有机衔接的产业链条,全面提升了农业生产组织化的程度,有了相对稳定、高效的农产品加工和销售链条。

(6) 农民素质普遍提升。具有较高素质的农业经营管理人才和劳动力,是建设现代农业的前提条件,也是现代农业的突出特征。

(7) 农业生产规模化、专业化和区域化。现代农业常通过规模化、专业化和区域化的生产模式,降低农业经营的公共成本和外部成本,减少农业经营成本。

1.1.2 现代农业

2. 现代农业的基本类型

根据现代农业的经营模式,可将其分为九种类型。

- | | |
|-------------|--------------|
| 1) 绿色农业 | 2) 物理农业 |
| 3) 休闲(观光)农业 | 4) 工厂化农业 |
| 5) 特色农业 | 6) 立体农业 |
| 7) 订单农业 | 8) 都市农业与城郊农业 |
| 9) 数字农业 | |



1.2 农村概述



1.2.1 农村的含义及特征

“农村”一词,起源于俄语,有垦荒、从树林中开辟耕地等意义,指以从事农业生产为主的 劳动者聚居的地方,是与城市相对应的一种地域概念;也指农业区,有集镇、村落,以农业产业(自然经济和第一产业)为主,包括各种农场(包括畜牧和水产养殖场)、林场、园艺和蔬菜 生产等。

与城镇相比较,农村具有以下特征:

- (1) 人口居住分散,生产场所分散。
- (2) 农村人口生计方式主要以农业生产为主,以工商业为辅。
- (3) 广大农民劳动时间季节性差异较大。
- (4) 农村经济发展较为落后,农民的物质及文化生活水平相对较低。
- (5) 家族聚居现象较为明显,地方习俗较浓厚。



1.2.2 新农村的内涵

“**生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主**”，是党的十六届五中全会对建设社会主义新农村的总体要求。短短20字的定位，涵盖了多方面意义。建设社会主义新农村，绝不仅仅是加快农村经济发展，反哺之义也不止于增加农民收入。五中全会强调，要大力发展农村公共事业，这意味着在加快经济发展的同时，也要加快农村教育、文化、医疗、社会保障、基础设施等社会事业的发展。

新农村概念是在新的历史背景下，由我国党和政府提出的，它是针对于我国农村实际情况而来的，重在发展农村，让农村地域赶上我国社会的整体发展步伐。新农村建设包含内容广泛，包括四大方面：一是农村经济，二是农村综合治理，三是农村社会事业，四是农民收入。



1.3 电子商务概述



1.3.1 电子商务的含义

从狭义上讲,电子商务(ElectronicCommerce, EC)是指通过使用互联网等电子工具(这些工具包括电报、电话、广播、电视、传真、计算机、计算机网络、移动通信等)在全球范围内进行的商贸活动。它是以计算机网络为基础所进行的各种商贸活动,是商品和服务的提供者、广告商、消费者、中介商等有关各方行为的总和。人们一般理解的电子商务是指狭义上的电子商务。

从广义上讲,电子商务(ElectronicBusiness)是指通过电子手段进行的商事活动。通过使用互联网等电子工具,使公司内部、供应商、客户和合作伙伴之间,利用电子业务共享信息,实现企业间业务流程的电子化,配合企业内部的电子化生产管理系统,提高企业的生产、库存、流通和资金等各个环节的效率。

无论是广义还是狭义上的概念,电子商务都是以商务活动为主体,以计算机网络为基础,以电子化方式手段,在法律许可范围内所进行的一种商务活动。它不仅仅是经营一个网络商城,更不是一个京东、淘宝、天猫等电子商务平台上的网络店铺。

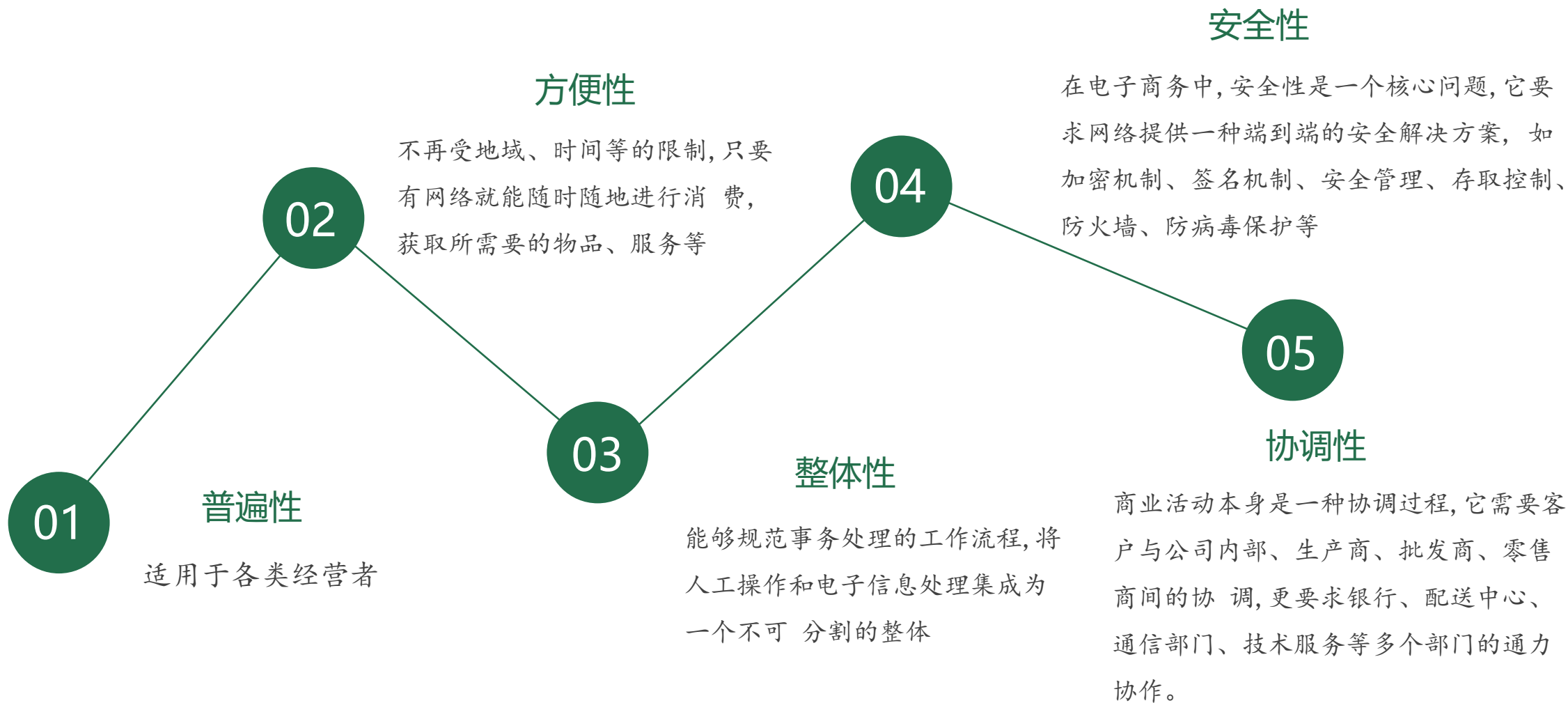


1.3.2 电子商务的基本要素

一个完整的电子商务系统包含六个要素,分别为网络商城平台、商家、消费者、商品、物流、支付系统。网络商城平台提供网络交易的平台,并提供商品展示;商家将自己所售卖的商品上传至网络商城平台之中,借助于网络商品平台进行商品展示、售卖及为消费者提供相关服务;消费者通过网址进入网络商城浏览商品信息,并从中选取中意的商品,再通过支付系统支付商品费用;最后通过物流(服务商)形式将商品配送至消费者手中。这样就形成了一个完整的电子商务交易系统。



1.3.3 电子商务的特征



1.3.4 电子商务模式

1. 以交易主体划分

13) B2T (Business To Team) 模式

1

B2B (Business to Business) 模式

2

B2C (Business to Customer) 模式

3

C2C (Consumer to Consumer) 模式

4

ABC (Agent, Business, Consumer) 模式

5

B2M (Business to Manager) 模式

6

B2G (Business to Government) 模式

7

M2C (Manufacturer to Consumer) 模式

8

O2O (Online to Offline) 模式

9

C2B (Customer to Business) 模式

10

P2D (Provider to Demand) 模式

11

B2B2C (Business To Business To Customers) 模式

12

C2B2S (Customer to Business-Share) 模式

1.3.4 电子商务模式

2. 以其他方式划分

按照数字化程度,电子商务可以分为完全电子商务和非完全电子商务两种模式;

按照交易过程中的直接性,电子商务可以分为间接电子商务(有形货物与服务,仍需借助传统渠道)和直接电子商务(无形货物和服务,如计算机软件、娱乐产品的联机订购、付款和交付)两种模式;

按照活动开展的区域范围,电子商务可以分为区域化电子商务、远程国内电子商务、全球电子商务三种模式;

按照交易客体,电子商务可以分为实物商品型电子商务、数字化商品 电子商务及在线服务型电子商务;

按照所使用的网络类型,电子商务可以分为基于专门增值 网络(EDI)电子商务、基于互联网电子商务、基于Intranet电子商务三种模式。



1.3.5 电子商务功能



1.4 农业电子商务概述



1.4.1 农业电子商务内涵

农业电子商务是指利用现代信息技术(互联网、计算机、多媒体等)为涉农领域主体提供线上产品或服务的销售、购买和电子支付等业务交易的商务活动。它以农业网络平台为载体,能够充分利用互联网的易用性、广域性和互通性,实现农业领域快速可靠的网络化商务信息交流和业务交易。农业电子商务涉及多个主体,包括政府、企业、商家、消费者、农民以及认证中心、配送中心、物流中心、金融机构、监管机构等,各主体通过网络被组织在一起。

农业电子商务是从农业传统生产和经营活动中发展起来的新的社会经济运作模式,是现代信息技术、网络技术等与传统农业贸易的有机结合,其目的是提高农业贸易的运营效率,节约农业贸易成本,扩大农业产品的市场范围,改善农业价值链,最终全面促进农业发展。



1.4.1 农业电子商务内涵

依据其交易对象,可将农业电子商务分为**农用物资电子商务、农产品电子商务和农业旅游电子商务**。

值得注意的是,农产品电子商务与农业电子商务有着高度的关联性和契合性,人们常常将二者混淆。农产品电子商务是以农产品为对象而开展进行的电子商务活动,目的是实现农产品的网络销售、交易,是农业电子商务的核心部分,但不等同于农业电子商务。要发展农业电子商务,首要任务便是发展农产品电子商务,离开农产品电子商务的支撑,农业电子商务将无从谈起。



1.4.2 农业电子商务运行模式

1. 农民信息服务模式

农民信息服务模式是农业电子商务最为基本的运行模式,主要通过搭建网站发布农业相关信息,在一定程度上满足农民的信息需求。

3. 综合服务模式

综合服务模式是以信息流为先导,结合物流的一种运行模式。综合服务模式的核心内容是信息流和物流相结合,利用企业传统的物流系统,加上农业网站先进的信息流系统,组成商业联盟,网站会员购买联盟企业的产品实行优惠加积分制,每年根据积分给予会员的一定回报或奖励。



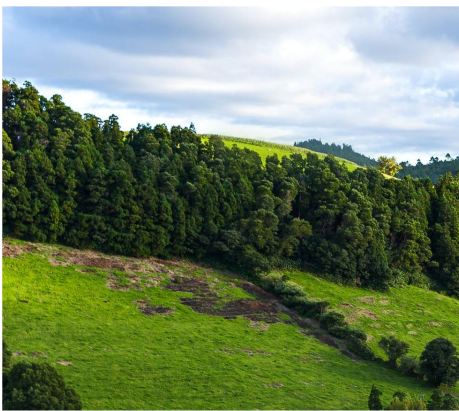
2. 企业信息服务模式

企业信息服务模式是指按行业分类发布最新动态信息,为企业会员提供精准的信息服
务,企业通过这些信息可以及时掌握市场需
求的变化情况,从而更好地安排生产经营。

4. 产品售卖交易平台服务模式

产品售卖交易平台服务模式是最为常见和传统的一种商务运行模式,它不提供信息,仅提供供求双方产品交易所需的平台,保障双方顺利成交是其最核心的诉求。

1.4.3 农业电子商务特征



1. 季节性强

农产品的强季节性决定了农业电子商务的季节性强。



2. 地域性强

“橘生淮南则为橘，橘生淮北则为枳”。



3. 物流要求高

交易对象大多以农产品为主，包括各类生鲜、瓜果、蔬菜，非常容易损坏、变质，对于物流运输的要求较高。



4. 经营更为复杂、困难

农业电子商务的经营是复杂且困难的，它涉及多个步骤，例如种植基地检测、产品检测、产品收购、采摘、筛选、包装、物流、仓储

1.4.4 当前我国农业电子商务交易规模及发展层次

截至2019年,各类涉农电商超过3万家,农村网络销售额达1.7万亿元,其中农产品网络销售额为4000亿元;各类返乡入乡创新创业人员累计超过850万人,利用“互联网+”创新创业的超过50%。

农业电子商务主要集中在农产品,形式有网上期货、大宗商品电子交易、粮食网上交易、网上交易会、网络零售等;有小部分的农资类电子商务,均处于起步阶段,主要以行业信息资讯平台为主,B2B模式电子商务交易平台有中国化肥网等,B2C模式电子商务交易平台有浙江智慧农资等。

从农业电子商务当前的发展层次和规模来判读,农业电子商务目前还是初垦之地,未来必将是一片蓝海。中国商务部2020年5月12日公布的数据显示,2019年全国农村网络零售额从2014年的1800亿元(人民币,下同)增加到1.7万亿元,规模扩大8.4倍,其中农产品网络零售额高达3975亿元,同比增长27%。随着国家政策的大力支持、农业电子商务经营能力的综合提升,未来该领域具有良好的发展前景。



1.4.5 农业电子商务的发展机遇

1. 行业机遇

2. 政策机遇

3. 技术机遇

4. 人才机遇

5. 基础设施机遇



1.4.6 我国农业电子商务面临的困难与挑战

1. 农业生产标准化和规范化程度低

2. 物流配送成本高昂, 物流体系不完善

3. 农业电子商务平台服务不完善, 交易双方缺乏信任

4. 涉农网站发展不完善

5. 复合型农业电子商务人才欠缺



1.5 农村电子商务概述

1.5.1 农村电子商务内涵

农村电子商务是指以网络平台为基础, 结合各种服务于农村的资源, 拓展农村信息服务业务、服务领域, 形成遍布乡、镇、村的三农信息服务站。农村电子商务的实体终端直接扎根于农村, 服务于三农, 真正使三农服务落地, 使农民成为平台的最大受益者。

农村电子商务以地域划分为标准, 交易主体为生活在农村地区的人群, 交易对象为人们日常生活所需的各类消费品、农业观光旅游资源、农业劳动所需的农资物品以及农业劳动所获的农产品。

根据交易对象可以将农村电子商务划分为四大部分, 即**农产品电子商务、农用物资电子商务、农业旅游电子商务、农村消费品电子商务**。



1.5.2 农村电子商务特征

1. 整体性强

2. 地域性明显

3. 产业发展前景广阔

4. 市场规模庞大



1.5.3 农村电子商务的现状

1. 当前经营规模及层次

2020年6月,商务部电子商务司发布了《中国电子商务报告2019》。

报告指出,2019年,全国农村网络零售额达1.7万亿元,同比增长19.1%;农产品网络零售额3975亿元,同比增长27%。截至2019年,电子商务进农村综合示范对全国832个国家级贫困县实现全覆盖,电子商务扶贫对接、“三品一标”认证深入实施,工业品下行、农产品上行的双向渠道进一步畅通,“下沉市场”的消费潜力得到释放。农村电子商务进入规模化专业化发展阶段。



1.5.3 农村电子商务的现状

2. 发展基础及机遇

(1) 设施及用户基础。《中国电子商务报告2019》中显示,2019年,中国行政村通光纤和4G比例超过98%;中国网民规模为9.04亿,其中农村网民规模为2.55亿,占网民整体的 28.2%,中国农村地区互联网普及率为46.2%。这为农村电子商务的发展奠定了设施和用户基础,为农村电子商务的发展注入。

(2) 政策机遇。2020年3月28日,在国务院联防联控机制召开新闻发布会上,商务部消费促进司负责人王斌表示,将会同有关部门重点推进四个方面的工作。一是加强农村电子商务人才培养,会同有关部门和地方政府推进电子商务企业、培训机构、相关协会开展电子商务政策运营、操作、售后等业务培训,引导具有实践经验的电子商务从业者返乡创业,努力培养更多懂得电子商务业务、会经营网店,能够带头致富的复合型农村电子商务人才,带动更多的农民朋友来参与。二是完善农村流通网络体系。继续推动农村物流服务网络设施 共享衔接,整合县镇物流快递资源,大力发展共同配送;鼓励电子商务、快递、物流等企业向村镇下沉,进一步完善农村流通网络,畅通电子商务进农村“最后一公里”。三是强化农村基础设施建设。大力推进农产品的分拣、加工、包装、预冷等集配设施建设,指导有条件的地方 在重点的乡镇规模化的农产品产地建设前置仓和集配中心,提升农产品进城和工业品下乡 的效率。四是推动乡镇商贸转型升级。引导快销、日化等企业为农民开发更多质优价美的 工业产品,加强农村电子商务的零售网络站点,加强农特产品电子商务的品牌和营销,推动 改造一批农村电子商务零售网络站点,提升农村消费品质。

1.5.3 农村电子商务的现状

3. 面临的困难及挑战

与农村电子商务发展良好基础和机遇并存的,还有面临的困难及挑战,要想推动农村电子商务的良好发展,必须积极解决这些问题。当前农村电子商务面临的困难及挑战主要有以下几个方面。

(1) 农村电子商务“最后一公里”仍存在薄弱环节。在农村地区,仍有74.9%的村庄没有农村电子商务配送站点,无法满足农村居民“家门口收发货”的基本要求。

(2) 冷链物流、农产品加工和仓储、农产品宣传推广等配套设施和支撑服务体系仍有待完善。

(3) 农村电子商务人才匮乏,大多数农业生产者的条件难以满足电子商务从业需求。





1.6 农业与农村电子商务的 关联性与发展趋势



1.6.1 农业与农村的关系

农业与农村的区别表现在前者是指以从事动植物培育为主的一种产业,后者则是指以从事农业生产为主的地域。两者的关系可以借助数学中的包含关系来解释,农业被包含于农村,是农村的一部分;农村包含农业,是以从事农业生产为主的地域,除了农业之外还包含有农业从业者、农村建筑、农村交通等多个方面。



1.6.2 农业与农村电子商务的关系

农业电子商务与农村电子商务的含义非常相近,很容易混淆,难以对两者进行根本性、全面性区分。以数学中的包含来看,农业电子商务被包含于农村电子商务,是农村电子商务的一部分,也是最核心和基础的一部分,离开了农业电子商务,农村电子商务将无从谈起;农村电子商务包含农业电子商务,但不局限于农业电子商务,它还包含有农村消费品电子商务。

不过,无论是农业电子商务还是农村电子商务,核心目标都是服务“三农”,促进“三农”发展,实现乡村振兴。

因此,农业与农村电子商务无论是在内涵方面,还是在核心目标方面,都是相互关联的,两者既有区别,又有联系。



1.6.3 农业与农村电子商务的发展趋势

01

农产品电子商务规模持续提升,成为农业与农村电子商务发展的“主力军”

02

移动化将更明显,移动终端成为发力“主阵地”

03

新媒体营销将继续在农业与农村电子商务领域深入发展

04

众筹、预售将会成为农业与农村电子商务经营重要模式

05

复合型农业将成为新常态和新模式

06

社群将成为主导力量,助力农业与农村电子商务发展

07

农产品品牌建设将成为继工业品之后另一个电子商务品牌崛起的领域

08

政府将继续加大对农业与农村电子商务的支持

章节总结、思考及实训





知识盘点

本章主要阐述农业与农村电子商务的基本概念及二者的关联性和区别点,帮助学生理解农业与农村电子商务的本质与内涵,抓住农业与农村电子商务中的核心要素;其次概述了农业与农村电子商务的现状与未来发展趋势,帮助学生行业现状形成总体上的认知。

深度思考

- 1.如何定义、理解农业与农村电子商务?
- 2.农业与农村电子商务的区别点是什么?
- 3.在农业与农村电子商务经营过程中,需要重点考虑哪些方面的影响要素?
- 4.在乡村振兴的背景中,应如何发展农业与农村电子商务?



项目实训

项目名称	农业与农村电子商务发展机遇分析
实训目标	深入了解农业与农村电子商务发展机遇
实训要求	1. 组建实训项目小组(建议 4~5 人一组,教师根据班级实际人数情况确定)。 2. 利用网络、期刊及相关书籍等收集我国颁布、执行的农业与农村电子商务政策(至少 3 个)。 3. 小组内部进行讨论与分析,找出所收集到的政策对于农业与农村电子商务发展的影响。 4. 小组编写分析报告,以 PPT 形式呈现。 5. 各个项目小组在班级内进行演讲,陈述分析报告。 6. 教师及其他小组同学对分析报告进行点评。



感谢您的观看

-----Thank you for watching