

认识农业与农村电子商务

【导入案例】

沙集农村电子商务经

沙集是江苏省徐州市睢宁县的一个农村小镇,包括 17 个社区和行政村,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”的网店生意越来越好,2007 年年底,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,村里的人纷纷向“三剑客”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计算机,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,沙集家具产业迎来了新的转型机遇。

为了给电商企业创造良好的发展条件,沙集镇建起了 3000 平方米、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的核心是什么?

3. 通过案例阅读,你认为应该如何定义农村电子商务?

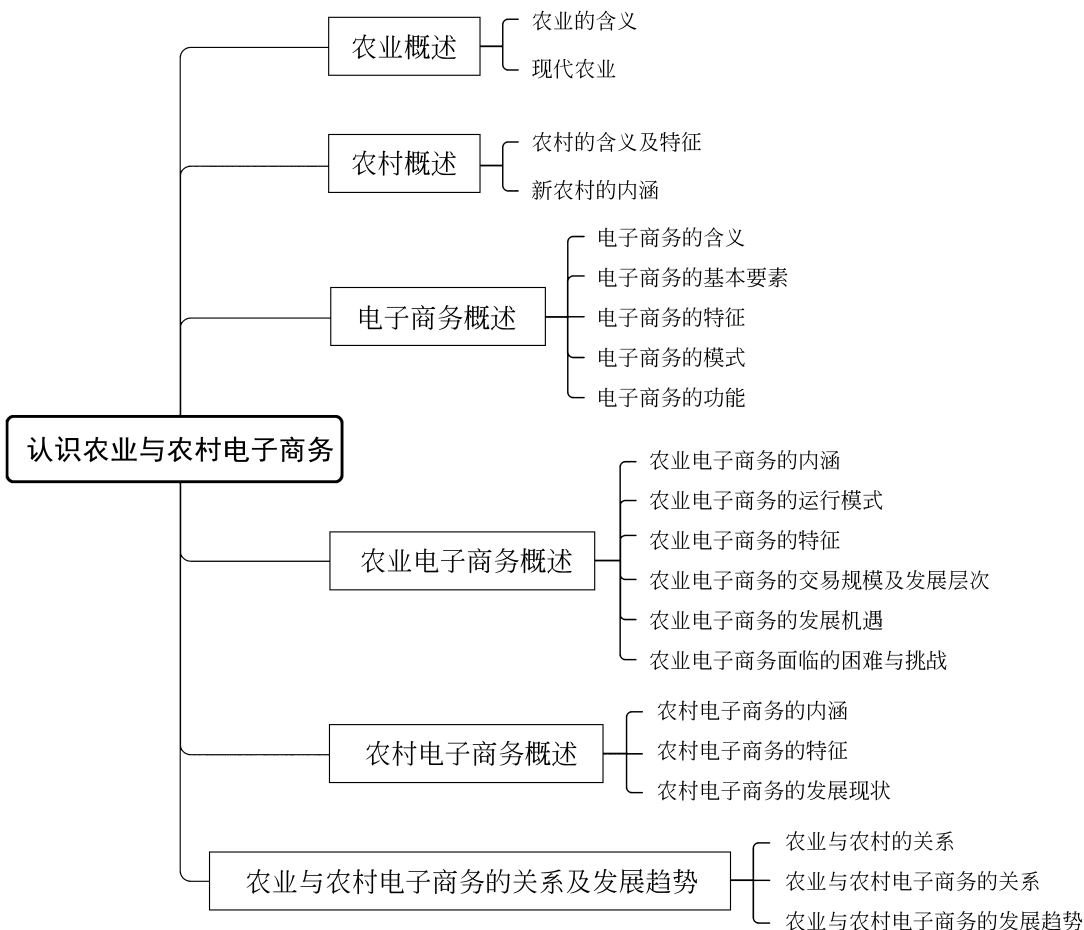
【知识目标】

- 了解农业与农村的基本含义。
- 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,理解二者的关系。

【能力目标】

通过对农业、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】



1.1 农业概述

1.1.1 农业的含义

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,又称渔业;利用土地资源培育采伐林木的是林业;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资源进行开发并展示的是观光农业,又称休闲农业,这是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,是生产粮食作物、经济作物、饲料作物、绿肥等农作物的生产活动。

1.1.2 现代农业

现代工业和科学技术的发展催生了一种新型的农业——现代农业,它是萌发于资本主义工业化时期,在第二次世界大战后得以形成的发达农业。其主要特征是广泛地运用现代科学技术,将农业生产由顺应自然变为自觉地利用自然和改造自然,由凭借传统经验变为依靠科学,使其在植物学、动物学、化学、物理学等科学的基础上得以进一步发展,成为科学化的农业;把工业部门生产的大量物质和能量投入农业生产中,以换取大量农产品,成为工业化的农业;使农业生产走上区域化、专业化的道路,由自然经济变为高度发达的商品经济,成为商品化、社会化的农业。现代农业是健康农业、有机农业、绿色农业、循环农业、再生农业、观光农业的统一,是田园综合体和新型城镇化的统一,是农业、农村、农民现代化的统一。

1. 现代农业的特征

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。现代农业借助趋于成熟的商业体系,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,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,保证了相对稳定、高效的农产品加工和销售水平。

(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来降低农业经营的公共成本和外部成本,减少农业经营成本。

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

绿色农业是指充分运用先进科学技术、先进工业装备和先进管理理念,以促进农产品安全、生态安全、资源安全和提高农业综合经济效益的协调统一为目标,以倡导农产品标准化为手段,推动人类社会和经济全面、协调、可持续发展的农业发展模式。绿色农业不是传统农业的回归,也不是对生态农业、有机农业、自然农业等各种类型农业的否定,而是取长补短、内涵更丰富的一种新型农业。

2) 物理农业

物理农业是相对于化学农业的一种农业生产新技术体系型农业,是物理技术和农业生产的有机结合,是利用具有生物效应的电、磁、声、光、热、核等物理因子操控植物的生长发育及其生长环境,促使传统农业逐步摆脱对化学肥料、化学农药、抗生素等化学品的依赖以及自然环境的束缚,最终获取高产、优质、无毒农产品的环境调控型农业。

3) 休闲(观光)农业

休闲(观光)农业是利用农村的设备与空间、农业生产场地、农业自然环境、农业人文资源等,经过规划设计,以发挥农业与农村休闲旅游功能,提升旅游品质,并提高农民收入,促进农村发展的一种新型农业。游客不仅可以观光、采摘、体验农耕、了解农民生活、享受乡间情趣,而且可以住宿、度假、游乐。

4) 工厂化农业

工厂化农业是以综合运用现代高科技、新设备和管理方法而发展起来的一种全面机械化、自动化,技术、资金高度密集的现代农业,它能够在人工创造的环境中进行全过程的连续作业,从而摆脱自然界的制约。

5) 特色农业

特色农业就是将区域内独特的农业资源(地理、气候、资源、产业等)开发成为区域内特有的名优产品,进而转化成为特色商品的一种现代农业。特色农业的“特色”在于其产品能够得到消费者的青睐,在本地市场上具有不可替代的地位,在外地市场上具有绝对优势,在国际市场上具有相对优势甚至绝对优势。

6) 立体农业

立体农业又称层状农业,是利用光、热、水、肥、气等资源,以及各种农作物在生长过程中的时间差和空间差,在地面下、水面下、空中以及前方、后方同时或交替进行生产,通过合理组装、粗细配套,组成多功能、多层次、多途径的高产优质农业生产系统,如在葡萄地里种草莓,草莓收获后种菜;水库水面发展网箱养鱼,环库养殖猪、鸡、水禽等。

7) 订单农业

订单农业又称合同农业、契约农业,是20世纪90年代后出现的一种新型农业生产经营模式,它是指农户根据其本身或其所在的乡村组织与农产品的购买者签订的订单,组织安排

农产品生产的一种农业产销模式。订单农业很好地适应了市场需要,使农户可以根据订单安排生产,避免了盲目生产。

8) 都市农业与城郊农业

都市农业与城郊农业都是依托城市、服务城市、适应城市发展要求,纳入城市发展战略和建设规划的农业。二者的差异在于,城郊农业主要是为城市供应农副产品,以满足城市商品性消费需要为目标,它的发展水平相对较低,位置居于城市周边地区;而都市农业是为满足城市多方面需求服务,是多功能农业,它的发展水平较高,位置可以在市区近郊,也可以在市区内部。

9) 数字农业

数字农业是指将遥感、地理信息系统、全球定位系统、计算机技术、通信和网络技术、自动化技术等高新技术与地理学、农学、生态学、植物生理学、土壤学等基础学科有机结合起来,在农业生产过程中对农作物、土壤从宏观到微观进行实时监测,以定期获取农作物生长、发育状况、病虫害、水肥状况以及相应的环境信息,生成动态空间信息系统。它可以对农业生产中的现象、过程进行模拟,达到合理利用农业资源,降低生产成本,改善生态环境,提高农作物产量和品质的目的。

1.2 农村概述

1.2.1 农村的含义及特征

“农村”一词源于俄语,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(畜牧和水产养殖场)、林场、园艺和蔬菜生产等。



拓展阅读:农村的发展进程

与城市相比较,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) 农村经济发展水平较低,农民的物质及文化生活水平较低。
- (5) 家族聚居现象较为明显,地方习俗较浓厚。
- (6) 基础设施建设水平较低。

1.2.2 新农村的内涵



拓展阅读：“新农村”概念的产生与发展

“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，也不止于增加农民收入。要大力发展农村公共事业，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，它是针对我国农村实际发展情况而来的，重在发展农村，让农村地区赶上我国社会的整体发展步伐。新农村建设涉及内容广泛，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(electronic commerce, 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、中介商等有关各方参与者的总和。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，电子商务是指通过电子手段进行的商务活动。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,借助网络商城平台进行商品展示、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平台浏览商品信息,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

电子商务的特征可归纳为以下五点。

1. 普遍性

电子商务是一种在互联网和电子科技基础上孕生的商业交易模式,可以适用于各类经营者,具有普遍性。

2. 方便性

在电子商务环境中,人们不再受地域、时间等的限制,只要有网络就能随时随地进行消费,获取所需要的物品、服务等,如通过网络银行能够全天候地存取账户资金、查询信息等。同时,作为提供物品或服务的企业方,可以进行更灵活的商品售卖,扩大商业经营规模,提高对客户的服务能力。无论是对于普通消费者还是经营者,电子商务都体现了其方便性,极大地满足了各方需求。

3. 整体性

电子商务能够规范事务处理的工作流程,将人工操作和电子信息处理集成为一个不可分割的整体,不仅提高了人力和物力的利用率,还提高了系统运行的严密性。

4. 安全性

在电子商务中,安全性是一个核心问题,它要求网络提供一种端到端的安全解决方案,如加密机制、签名机制、安全管理、存取控制、防火墙、防病毒保护等,这与传统的商务活动有很大不同。

5. 协调性

商业活动本身是一种协调过程,它需要客户与公司内部、生产商、批发商、零售商间的协调,更要求银行、配送中心、通信部门、技术服务等多个部门的通力协作。

1.3.4 电子商务的模式

1. 以交易主体划分

按照交易主体的不同,电子商务可以分为以下模式。

1) B2B(business to business)模式

商家对商家的电子商务,即企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换。这种形式下进行电子商务交易的供需双方都是商家(或企业、公司),它们使用互联网技术或各种商务网络平台,完成商务交易的过程。这些过程包括发布供求信息、订货及确认订货、支付、票据的签发和接收、确定配送方案并监控配送过程等。

2) B2C(business to customer)模式

商家对用户的模式是国内最早被广泛使用的电子商务模式,也是如今最为主流的电子

商务模式之一,国内的 B2C 电子商务网站更是非常多,如天猫商城、京东商城、一号店、亚马逊、苏宁易购、国美在线等。

3) C2C(consumer to consumer)模式

C2C 是用户对用户的模式,这种模式为买卖双方提供一个在线交易平台,使卖方可以通过平台发布、推广自己的商品,而买方可以自行选择商品进行购买。

4) ABC(agent,business,consumer)模式

ABC 模式是新型电子商务模式的一种,被誉为继阿里巴巴 B2B 模式、京东商城 B2C 模式以及淘宝 C2C 模式之后电子商务界的第四大模式。它是由代理商、商家和消费者共同搭建的集生产、经营、消费为一体的电子商务平台,三个主体之间可以转化。在 ABC 模式中,大家相互服务,相互支持,形成了一个利益共同体。

5) B2M(business to manager)模式

B2M 模式是相对于 B2B、B2C、C2C 等电子商务模式而言的一种全新的电子商务模式,其区别在于目标客户群的性质不同,前三者的目标客户群都是作为消费者出现的,而 B2M 模式所针对的客户群是该企业或者该产品的销售者或者工作者,而不是最终消费者。

6) B2G(business to government)模式

B2G 模式是企业与政府管理部门之间的电子商务,如政府采购、海关报税的平台、国税局报税的平台等。

7) M2C(manufacturers to consumer)模式

M2C 是针对 B2M 电子商务模式出现的延伸概念,是生产厂家直接对消费者提供自己所生产的产品或服务的一种电子商务模式,特点是流通环节减少至一对一,从而保障产品品质和售后服务质量。2009 年 10 月,著名经济学家郎咸平在“GMC 中国制造商高峰论坛”上首次提出了“6+1”理论,这是 M2C 模式第一次在中国被正式推出。其中“6”是指产品设计、原料采购、仓储运输、订单处理、批发经营、终端零售这 6 个环节;“1”则指“加工制造”这个环节。

8) O2O(online to offline)模式

O2O 是电子商务领域新兴起的一种电子商务模式,是将线下商务活动与互联网结合在了一起,让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以用线上平台来招揽客人,消费者可以用线上平台来筛选服务,即通过线上平台将线下服务与消费者进行了紧密连接。该模式最重要的特点是推广效果可查,每笔交易可跟踪。例如,美乐乐家具网通过搜索引擎和社交平台建立海量网站入口,将网络中的一批消费者吸引到美乐乐家具网,进而引流到当地的美乐乐体验馆,线下体验馆则承担产品展示与体验以及部分的售后服务功能,促进消费者购买。

9) C2B(customer to business)模式

C2B 是电子商务模式的一种,即消费者对企业。这是一种将 B2C 模式进行转换运用的新的电子商务模式。C2B 模式的核心是通过聚合分布分散但数量庞大的用户形成一个强大的采购集团,以此来改变 B2C 模式中用户一对一出价的弱势地位,使之能够以大批发商的价格购买单件商品。

10) P2D(provide to demand)模式

P2D 是一种涵盖范围更广泛的电子商务模式,强调的是供应方和需求方的多重身份,即

在特定的电子商务平台中,每个参与个体的供应和需求都能得到充分满足,充分体现特定环境下的供给端报酬递增和需求端报酬递增。

11) B2B2C(business to business to customers)模式

B2B2C 中第一个 B 指广义的卖方(即成品、半成品、材料提供商等),第二个 B 指交易平台,即卖方与买方的联系平台,用于提供优质的附加服务,C 即指买方。卖方可以是公司,也可以是个人,即一种逻辑上的买卖关系中的卖方。

12) C2B2S(customer to business-share)模式

C2B2S 模式是 C2B 模式的进一步延伸,该模式解决了 C2B 模式初期无法聚集庞大的客户群体而导致其与邀约商家交易失败的问题。全国首家采用该模式的平台为晴天乐客。

13) B2T(business to team)模式

B2T 是以一个团队向商家采购的交易模式,即互不认识的消费者,借助互联网聚集资金,加大与商家的谈判能力,以求得最优的价格。网络团购已经成为十分流行的一种消费方式,在北京、上海、深圳等大城市十分普遍,其主力军是 25~35 岁的青年群体。

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)的电子商务、基于互联网的电子商务、基于 Intranet 的电子商务三种模式。

1.3.5 电子商务的功能

电子商务可提供网上交易和管理的全过程服务,它具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、电子账户、意见征询、交易管理等功能。

1. 广告宣传

电子商务的第一阶段就是网络宣传和推广,商家、企业借助互联网及相关电子设备进行相关商业、产品信息的发布与宣传。互联网及相关电子设备在信息传播、推送方面非常便捷、快速,能够彻底打破空间的限制,与以往的各类广告相比,广告成本低廉,且能够向顾客传递大量信息。

2. 咨询洽谈

电子商务可借助电子邮件、即时通信软件等网络端通信手段了解市场和商品信息、洽谈交易事务,如有进一步的需求,还可用网上的白板会议(whiteboard conference)即时交流图形信息。网络咨询和洽谈为人们提供了多种方便的异地交谈形式,是促进电子商务发展的有力支柱。

3. 网上订购

在电子商务平台上,商家、企业可以根据实际情况展示相关商品,而买家则可以在电子

商务平台中寻找、浏览自己感兴趣、想要购买的物品,并在线下单订购。

4. 网上支付

客户和商家可基于网络支付工具和技术,实现在线资金支付和转移。网上支付极大地促进了电子商务的发展,解决了网络交易信息问题,但同时也要求形成更为安全可靠的信息传输系统,以防止欺骗、窃听、冒用等违法行为。

5. 电子账户

电子金融即银行、信用卡公司及保险公司等金融单位提供的网上操作服务,电子账户管理是其基本的组成部分。信用卡号或银行账号都是电子账户的一种标志,其可信度和安全性需要通过必要的技术措施来保证,如数字凭证、数字签名、加密等。

6. 意见征询

电子商务能十分方便地收集用户对销售服务的反馈意见,使企业的市场运营形成闭环。客户的反馈意见不仅能提高售后服务的水平,而且能使企业进一步改进产品、发现市场的商机。

7. 交易管理

交易管理涉及人、财、物多个方面,包括企业和企业、企业和客户、企业内部等各方面的协调和管理,是对商务活动全过程的管理,电子商务依据其互联网优势,能够提供一个良好的交易管理环境。

1.4 农业电子商务概述

1.4.1 农业电子商务的内涵

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、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。

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,人们常常将两者混淆。农产品电子商务是以农产品为对象而开展的电子商务活动,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。