

# 基于线上线下一体化的农产品电商扶贫对策分析

徐菀菁

(阳江职业技术学院,广东 阳江 529566)

**摘要:**近几年来,电子商务开始渗透在农村日常生活与生产之中,成为农民日常消费以及农产品外销的渠道之一。特别是近些年来,农村电商基础设施日渐完善,线上与线下之间的无缝衔接也为消费提供了更为优秀的消费体验。基于线上线下一体化的农产品电商模式也逐渐得到市场的认可,但也不可否认,线上线下一体化的发展并不成熟,目前依旧存在许多问题尚未得到有效解决。为此,本文简要分析了电商扶贫的意义,同时讨论线上线下一体化农产品电商方面存在的问题,同时提出构建具有本土特点的农产品电商平台以及强化对消费者引导等具体的对策,为我国基于线上线下一体化农产品电商模式未来发展提供参考与帮助。

**关键词:**基于线上线下一体化;农产品;电商扶贫

**[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.29.142**

2015年,国务院扶贫办正式把电商扶贫规划在十大精准扶贫工程之内。次年,国务院扶贫办联合我国15个相关部门共同颁布了《关于促进电商精准扶贫的指导意见》,2018年,国务院再次颁布了《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战三年行动的主导意见》等文件,都明确提出需要积极推广电商扶贫政策。近几年来,电子商务在农村已然有良好的发展基础,农村地区农民也开始接触电子商务,对电子商务有一定的了解。而就目前已经开展的电商扶贫试点农村而言,虽然基于线上线下一体化农产品电商扶贫推广时间较为短暂,但是效果显著,对贫困地区农产品销售而言具有积极意义。为此,如何有效开展基于线上线下一体化电商扶贫工作,也受到社会各界的关注以及重视。

## 1 电商扶贫的意义

第一,电商扶贫引导农民与市场对接。贫困的实质是农民进入市场的能力较低,所以扶贫的重点是提高农民进入市场的能力。电商扶贫能够实现收益直接到户、参加产业分工以及减少市场风险等诸多优势,为贫困群体进入市场提供了宝贵的机遇。而事实也证明,线下商业基础设施发展落后的区域,电子商务能力也可以刺激新的市场需求产生,进而加快本地经济的发展速度。

第二,电商可以实现产业化扶贫。电商扶贫打破了时间、空间以及市场方面的约束,使得贫困区域的产业可以直接面向全省、全国,甚至全世界的市场,为农产品提供了规模庞大的市场,寻找了一条可持续市场化发展的产业,从本质上实现了输血到造血的过渡。

第三,电商加快农村经济发展与城乡一体化进程为了更好地开展农村电商扶贫工作,国家在农村地区的物流、公路等基础设施方面投入大量资金,促进当地商业生态实现良性循环,逐渐缩减了城乡之间的差距。

## 2 基于线上线下一体化农产品电商扶贫存在的问题

### 2.1 运行成本过高以致普及程度不足

基于线上线下一体化农产品电商模式所带来的经济效益虽然受到许多贫困地区农户的认可,但是需要投入的运行成本较高,结合顺丰成本预测数据显示,若创办一个线下实体门店,每个月正常的运行费用就不少于数千元,且农产品损耗等不可预估的额外成本也需要考虑。如此一来,实体门店的运行成本过高,以致于许多贫困地区的农户根本无法承担如此的经济压力,即便是小规模的农产品企业以及电商往往也无法承担实体店高额的日常开销,使得基于线上线下一体化农产品电商扶贫措施的落实受到一定程度的负面影响。

### 2.2 电商与实体门店之间缺乏合作意识

通常情况下,线上线下一体化农产品电商扶贫发展的基础以及重点在于线上线下之间可以实现高度的融合,线上电商与线下实体门店之间开展双向的合作,使得双方的资源都可得到最大限度的运用。但就我国目前许多地区基于线上线下一体化农产品电商扶贫落实情况而言,电商与实体门店之间并没有形成良好合作关系,甚至在市场之中处于竞争以及对立的局面,许多电商表示实体门店经营过程中,存在流程繁琐、管理复杂、成本高以及利润空间小的问题,而大部分实体门店经营者完全不了解电子商务的运作方式,且在遭受电子商务的冲击之后,对电子商务的运作模式持观望态度,甚至有较强的抵触心理,而不愿意接触电商领域。电商和实体门店之间难以开展有效的合作,使得双方的资源无法实现有效整合以及运用,限制了贫困地区基于线上线下一体化农产品电商扶贫的实现以及发展。

### 2.3 缺少本土农产品公共线上商务平台

基于线上线下一体化农产品电商扶贫具有优秀的本土化特点,一个富有本土特点的电商平台能够有效满足本土消费者线上下单、线下前往实体门店进行体验的需要。然而,结合搜狐新闻在2019年发布的《2019年中国农产品电商发展报告》之中数据表示,全国与农业有关的网站之中,较为专业网站的占比相对较小,普遍是依赖于阿里巴巴、京东以及淘宝等各种第三方平台开展农产品的销售。

### 2.4 信息系统有待完善

基于线上线下一体化农产品电商模式的重点在于信息数据的交互,而信息数据的交互以及传输必然需要构建一个健全的信息系统。实体店当获取线上系统的下单之后,系统可以汇总订单,将订单的相关信息直接传输至后台,然后交由冷链配送团队运输至各个实体店,消费者于指定时间段前往门店取货便可。该模式起步相对较晚,但是起点高,如今农村有关的信息处理配套硬件设备并不健全。线上线下之间数据的传输较为缓慢,使得线下实体门店往往无法在制定时间内完成送货,久而久之,消费者便会丧失对门店的信任感。不仅如此,线下门店也缺少健全的会员系统,难以针对消费者开展售后追踪,进而获取消费者有关信息数据,开展更加具有针对性的营销活动。

### 2.5 物流配送体系有待健全与完善

基于线上线下一体化农产品电商模式发展必然需要健全的物流体系作为支持,特别是生鲜类的农产品,由于其保质期较短,所以对物流体系的要求更为苛刻。但就贫困农村地区来说,配送体系基础设施建设较差,设施不健全。许多贫困区域农产品生产规模相对较小、产地相对分散也使得物流成本相对较高。另外,贫困区域物流

信息系统并不健全,物流信息的传达速度也较为缓慢,使得物流配送较为缓慢,特别是贫困区域冷链配送体系较为落后,产品包装相对简单,没有明确的标准,使得农产品在物流配送期间可能产生腐烂、变质等诸多问题。

### 3 线上线下一体化农产品电商扶贫措施

#### 3.1 合理运用自动化技术减少经营成本

线下实体店拥有许多优势,可以最大程度符合消费者对线上产品体验的需要,但如前文所述,实体店需要投入较多的经营成本,也是造成线上线下一体化电商扶贫无法有效开展的主要因素。如今,冷链配送柜在各个城市得到广泛运用,特别是在生鲜农产品中的运用极为广泛,在社区之中安设冷链配送柜可以有效管控线下成本,用户仅需要选择购买的商品,在网络支付之后选用需要的冷链配送柜,线下物流配送便会结合订单信息数据将商品送至消费者要求的冷链配送柜之后,系统在确认收到货物之后,将自动生成密码并传输至用户手机之中,用户仅需要将获取的认证码录入冷链配送柜之后,便可获取相应的产品,安全性较为理想,且可以确保其新鲜度。农产品电商企业可以合理应用该自动化技术,特别是在社区或是交通相对密集度的区域,如地铁站或是公交站中安设冷链配送柜,以便消费能够及时前往指定的冷链配送柜提货,以减少线下投入的运行成本。

#### 3.2 整合线上线下的资源

线上线下一体化农产品电商扶贫需要保证线上线下之间形成有效的融合,相较于B2C、C2C等模式运作所需要投入的成本。线上电商必须最大程度运用线下实体店所具有的优势,实现产品的有效宣传。例如在实体店举办产品展示、农产品试吃等各种活动,为广大消费提供多样化的线下体验服务活动。线下门店则需要合理运用线上强大的网络扩散能力,提高实体店农产品的知名度。线上线下积极开展合作,最大化运用资源,实现线上线下双方的共赢;作为政府,也需要充分发挥自身协调作用,向线上平台以及线下农户积极宣传两者之间结合的优势以及重要性,同时颁布相应的政策为两者结合提供引导以及帮助,并投入专项的资金积极组建供线上线下交流的平台。另外,需要定期组织行业会议开展共同的讨论,以积极解决两者线上线下一体化农产品电商扶贫发展过程中产生的问题。而电商平台以及实体店都需要及时转换观念与思想,积极寻求合作,组建专门的行业协会以明确双方享受的权利以及承担的责任与义务,并予以监督以及管理,确保扶贫效果。

#### 3.3 构建富有本土特点的农产品平台

线上线下一体化农产品电商需要充分发挥扶贫效果,重点在于构建一个富有贫困地区农产品本土特点的线上平台,政府需要针对农产品电商企业予以适当的帮助,以协助企业构建农产品公共服务平台,引导生产农民、合作社等由会员注册进入平台之中。政府在其中负责监督管理,确保平台运行的合理与合法。而平台于政府监管之下,加强对产品质量的审核,保证流入市场产品的质量,同时更为详细的介绍与分析贫困区域农产品的种类、规格以及产地等有关信息数据,重点宣扬各个地区农产品本地的特点,以展现产品之间的差异性,借此吸引更多消费者的关注以及重视,以引起消费者线上提交订单、线下体验与提取货物的兴趣,借此增加贫困地区的经济收入。

#### 3.4 丰富线下的合作店

线上线下一体化需要积极建立社区实体店,以进一步丰富线下合作店。依赖线下门店的辐射,发展加快线上平台服务发展是当下

线上线下一体化的主要方向。实体店在消费者较为集中的社区创建实体店,持续拓展线下合作店,实体店结合线上销售的产品为消费者提供线下展示以及体验,使得消费者在实体店中确实体验了产品,明确产品的价值之后,再利用网络平台进行下单,网购平台结合消费者提交的订单信息以最短时间将产品运送至社区的实体店之中,然后通过短信的方式要求消费者前往实体店中自行提取包裹。线上门店对自己提取包裹的消费者可以给予一定的运费补贴,以最大程度节省物流配送方面投入的成本。社区门店也节省了物流配送的时间,同时保证了产品的新鲜程度,符合消费者对农产品的需要,也可有效提高我国贫困区域线上线下一体化农产品电商扶贫质量。

#### 3.5 完善冷链物联网配送管理系统

线上线下一体化模式目前最大的影响因素就是产品配送期间持续的损耗,其和食品安全以及价格虚高等有关问题之间有密切的而关系。故而,健全冷链物流配送体系,降低产品在物流过程中受到的损害就显得至关重要。贫困区域若希望构建健全的农产品冷链物流信息公共平台,信息平台关于农产品外包装、冷藏条件、配送路线设计等有关信息数据予以整理以及发布,在线上帮助配送人员设计最佳的配送路线,缩减物流配送所需要投入的时间,降低配送期间农产品的损耗,物流配送企业都是需要及时健全冷链配送的有关设备,包含冷藏箱、专门配送农产品的车辆等。另外,政府也需要针对冷链物联网配送系统的建立提供相应的政策作为鼓励,同时设计合理的帮扶政策以促进农产品批发会场的发展,如物流配送中心构建冷藏室时,政府可以按照一定比例予以资助,确保农产品自生产地直至消费者手中均处于保鲜的状态,避免在消费者受到的产品存在瑕疵。

### 4 结束语

近几年来,农村电子商务基础设施日渐完善,基于线上线下一体化无缝衔接能够为消费供应更为理想的消费体验,为电商扶贫奠定了良好的基础。政府应为电商扶贫实现线上线下一体化提供相应的资金以及政策作为支持,电商平台也需要与扶贫对象之间开展积极的合作,充分发挥电商扶贫的效果,以提高贫困群体的经济收入。

#### 参考文献

- [1]许良,唐磊.基于线上与线下相结合的农产品电商生态系统的发展对策研究——以辽宁为例[J].农村经济与科技,2019,030(010):61-63.
- [2]马仲梅,樊雪燕,郎春霞,等.“互联网+”背景下特色农产品电商精准扶贫的现状分析及对策研究——基于甘肃省内的调查[J].科教导刊(电子版),2019(16):275-275.
- [3]吴燕雯,李顺,尤美虹.电商物流企业在产业扶贫中的积极作用——以秭归柑橘产业为例[J].中国市场,2020.
- [4]许良,唐磊.基于线上与线下相结合的农产品电商生态系统供应链金融模式研究——以辽宁为例[J].农村经济与科技,2018,029(024):47-49.
- [5]胡思茵,林宝川.乡村振兴战略下农产品线上线下渠道协同发展研究——以绍兴市供销电子商务有限公司为例[J].商场现代化,2020,000(003):60-61.
- [6]张芊,刘洁.基于精准扶贫脱贫的农产品电商发展存在的问题及完善措施[J].大众投资指南,2018, No.306(10):114-115.
- [7]方刚.电子商务扶贫模式构建研究——基于安徽农产品电子商务视角[J].宿州学院学报,2019,34(8):32-35.