



深耕农村电商产业“生态圈”

供销合作社电子商务线上线下融合发展研究报告

浙江经贸职业技术学院课题组

发展农村电商,是创新商业模式、建设农村现代流通体系的重要举措,是转变农业发展方式、带动农民增收的有效抓手,是促进农村消费、满足人民对美好生活向往的有力支撑。

近日,商务部等9部门联合印发《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》。《意见》着力推动农村商贸流通企业转型升级,促进电商与农村一二三产业全方位、全链条深度融合,构建协同、创新、高效的农村电商生态圈。作为我国农村流通主渠道,供销合作社在激发农村电商发展活力和内生动力上,有着无可比拟的优势,是推动电商高质量发展不可或缺的力量。

现状篇:

新业态 新模式 新特点

经过近十年的持续创新发展,农村电商日新月异,农产品网络零售额持续保持两位数的增长速度,取得了超出预

期的成效。农村电商已成为活跃城乡市场的重要渠道、发展农村数字经济的突破口、巩固拓展脱贫攻坚成果的超常规“武器”、构建新发展格局的重大引擎。据商务大数据监测,2023年,全国农村网络零售额达2.5万亿元,同比增长12.9%,比2014年增长近13倍;全国农产品网络零售额达5870.3亿元,同比增长12.5%,约是2014年的5倍。

随着农村和城市资源要素的双向流动以及农村网络零售业的快速增长,农村电商的新业态、新模式不断涌现,呈现出许多新的特点:

一是东中西部全面发展;二是物流体系不断完善,全国95%的建制村实现快递服务覆盖,形成了县、乡、村三级物流配送体系;三是品牌效应持续彰显,越来越多的农业企业和农民合作经济组织,依托电商平台持续加强区域农产品品牌打造(如褚橙、阳澄湖大闸蟹、海南火山荔枝、东港草莓等),并运用新媒体营销,创新了品牌营销渠道,提升了农产品的溢价能力;四是新型电商落地乡间田头,直播电商、社

区团购、农旅直播等新业态新模式在县域兴起热潮,越来越多的农民通过抖音、快手等平台开展电商销售,为农副产品、文旅产品、原生态美景等“代言”;五是农业新零售模式不断涌现,“社交电商+新零售”“小程序购物+仓储式超市+基地直采”“平台+云仓+门店”“微信群+基地直采+社区直供”“直播带货+门店体验”等一批农业新零售模式不断涌现,为农村电商发展带来了新的更大空间。

供销合作社系统电商发展现状

党的十八大以来,全国供销合作社系统主动顺应商业模式和消费方式深刻变革的新趋势,充分发挥供销合作社传统产业和实体经营网络优势,以开拓农村电子商务和发展农产品电子商务为重点,大力培育电子商务市场主体,加快基层经营服务网点信息化改造和农村寄递物流体系建设,加强线上电商平台与线下批发市场、实体经营网点的资源整合和信息共享,实现线上线下融合发展,着力打造了富有供销合作社特色的新型农村电商经营服务体系,促进了农村经济快速发展和农民增收致富。

其一,统筹引领作用正在有效发挥。中华全国供销合作总社先后制定出台了《关于加快推进电子商务发展的意见》和配套实施方案,印发了《关于推进区域电商发展的实施意见》,成立了中国供销电商公司。同时,总社与各省级供销合作社合作,打造了20多个省级区域性大宗农产品交易中心;与各县级供销合作社合作,建成了一大批县级电子商务运营中心和乡村基层电商综合服务站,有效促进了农村现代商贸流通体系的建设和完善。总社全面指导建设脱贫地区农副产品网络销售平台(“832平台”),为政府采购脱贫地区农副产品提供线上交易服务。截至2024年4月底,“832平台”累计销售额突破533亿元,注册供应商超3万家,在售农副产品超40万款,采购单位逾60万家,助推832个国家级脱贫县超320万户农户巩固脱贫成果。

其二,农村电商“最后一公里”瓶颈正在突破。供销合作社系统充分发挥大宗农产品交易市场和线下实体网点分布的优势,大力推进了镇级快递综合服务中心以及村级电

商快递服务点的改造建设。同时,通过整合邮政、快递企业等各类资源,积极打造了县、乡、村三级物流配送体系,统筹发展县域农村快递物流统仓集配业务,较好解决了周围5公里范围内村民和农民专业合作社日常的物流问题,有效促进了“农产品进城”和“工业品下乡”的双向流通。此外,针对鲜活农产品运输难题,供销合作社系统还深入实施“供销合作社系统农产品冷链物流体系建设工程”,通过成立专业化冷链物流企业、加大项目建设力度等方式,加快推进了冷链物流基础设施的建设。

其三,区域供销合作社农村电商活力正在释放。各省级社大力发展农村电子商务,逐步构建了农村电子商务和流通网点相结合、线上线下一体化的现代化流通体系,带动了农民增收致富。一方面,一些省级供销电商公司正在发展成为集县域电商公司运营、多类电商平台融合、仓储冷链物流互联、农产品供应链贯通于一体的综合性电子商务集团,有力推动了本省特色农产品电子商务的快速发展,龙头引领作用正在有效凸显。各市、县供销合作社利用实体网络资源,挖掘整合地方特色农产品,建立农产品电商供应链体系,提高电商产品货源组织和品控能力,培育区域农产品电商品牌,并依托“832平台”以及淘宝、天猫、京东、1号店等第三方平台,建立区域特色的农产品网店或地方馆,不断扩大本区域农产品线上销售规模,有力推动了地方特色农产品电商发展。据统计,2021年全国供销合作社系统开展电子商务活动的企业有4570家,比2015年增加3000多家,农产品电子商务销售额达2276.1亿元。

其四,供销合作社推动农村电商新发展的优势正在形成。近年来,随着短视频、移动社交平台的迅速崛起,传统电商的营销模式逐渐向线上线下相融合的全渠道模式以及“线上线下+物流”相融合的新零售模式发展。供销合作社系统因势利导,充分发挥自身优势,大力推进村级综合服务站、便利店和社区超市等基层经营服务网点的信息化改造,加强物流配送体系建设,打造县域物流配送中心、乡镇物流配送站、村物流配送点,特别是加大了农产品产地集配中心

建设力度,加强了分级包装、加工仓储、冷链物流等基础设施建设,初步打通了工业品进村“最后一公里”和农产品进城“最初一公里”的双向流通瓶颈。同时,各级供销合作社充分发挥自身农村电商“国家队”的优势,把发展电商与创新农业服务方式结合起来,不断拓展托管服务咨询、远程问诊、农技培训、农情气象等在线服务,为农户和各类经营主体提供了更加精准、便捷的个性化服务,切实促进了农村电商全产业链的转型升级。

此外,各级供销合作社积极面向农村电商从业人员开展短视频拍摄剪辑、网络直播带货等技能培训,并通过订单农业、基地直采、农旅融合,打造线上线下融合的新零售模式,推动新农业与新零售结合,有效提升了农产品价值链。

供销合作社系统电商主要运营模式

自2015年以来,供销合作社系统以遍布城乡的线下经营网点为基础,推进线下实体网络资源融合对接线上平台,构建了网上交易、仓储物流和终端配送一体化经营的农村电商经营服务体系,形成了多种富有供销合作社自身特色的线上线下融合发展模式。

1.“农村电商服务中心+电商平台”的代购代销模式

各市、县供销合作社因势利导,充分发挥线下网络优势,线上线下融合,为农民提供网上代买日用品、代售农产品、充值缴费、创业培育等服务,有效解决了偏远农村电商终端薄弱、农民网购网销不方便等问题。如浙江省衢州市及该市衢江区两级供销合作社依托现有的基层网点及物流体系,牵头在全市农村建成了一批“乡村淘”“阿里村淘”“村邮乐购”服务点,不仅为农民提供日用消费品代购、农特产品代销等服务,还积极开展物流配送及农村电子商务培训等综合服务,切实发挥了供销合作社网络的双向流通功能,为农村电子商务发展提供了有力支撑。

2.“农资经营店+线上交易+为农服务”的协同服务模式

各级供销合作社积极响应“互联网+农业”战略,紧紧抓住电子商务快速发展的契机,大力推进农资、农具、农机上线销售,并围绕农民在农业生产和农资应用方面的实际需

求,大力打造了在线农资交易和为农服务“一站式”综合平台,形成了“农资经营店+线上交易+为农服务”协同互动的综合服务体系。如由浙江省供销合作社牵头、浙江农资集团有限公司承建的“智慧农资”服务平台,是以在线农技服务、在线农资交易、农产品质量溯源等为主要功能,线上线下有机结合、贯穿农业生产全过程的综合化为农服务平台。截至目前,该平台已有注册用户10万余名,吸纳各类企业5000余家。

3.“网络订单+智慧供应链+基地直供”的电商O2O模式

近年来,一部分供销合作社社属企业充分利用电子商务在品牌塑造、产业链整合、供应链优化等方面的优势,不断完善产业链的总体布局,以统一标准和互联网信息化建设为手段,深入拓展农副产品加工及配送环节,为农产品的养(种)殖、加工、销售一体化经营作出了成功示范,实践了“从田园到餐桌,从种子到筷子”的农产品全产业链的电子商务订单式直供模式。如浙农茂阳农产品配送有限公司坚持以“做安全、优质农副产品的供应服务商”为宗旨,积极打造农副产品线上、线下一体化品牌标准和质量标准的供应链管理体系,并通过采用全产业链全封闭控制安全的模式,着力构建了农副产品线上、线下一体化的产业链智慧体系,实现了“网络订单+智慧供应链+基地直供”的电子商务O2O模式。

4.“特色农产品电商馆(店)+网博会+区域品牌培育”的云销售模式

各地各级供销合作社积极与阿里巴巴、京东等电商巨头合作,利用其线上流量的巨大优势“借船出海”,纷纷在天猫、淘宝、京东等电商平台开设富有当地特色的农产品旗舰店、专营店、企业店以及特色农产品电商地方馆等,大力开展本地特色农产品的网上销售。

5.“小程序购物平台+便利店+合作社+云仓”的产供销一体模式

各地供销合作社牢牢把握电子商务在农产品销售领域

的独特优势,试点推动了电子商务公司与超市(便利店)、农民专业合作社之间的合作,通过基地直供、基地直采、订单农业等方式进入连锁超市区域云仓冷链物流中心,并由云仓根据线上用户订单统一派送到各个社区超市(便利店),进而有效减少了中间流通环节,缩短了销售链,提高了农产品的附加值,促进了产业增效和农民增收,实现了“小程序购物平台+便利店+合作社+云仓”产供销一体的新销售模式。

6.“线上线下农贸市场+配送”的智慧市场模式

为了助力解决农产品“买难”“卖难”问题,部分市、县供销社大力智慧农贸市场建设,通过打造“网上菜篮子”将区域内实体农贸市场的店铺开设到网上,让广大市民通过手机APP就可以选购到所需的农产品和农副产品,并通过构建终端配送体系,有效解决农产品配送“最后一公里”问题。

7.“农产品直播带货”电商新模式

近年来,随着互联网的快速发展和短视频直播平台的兴起,农产品直播带货成为了一种新兴的销售方式。供销社作为农产品上行的主力军,因势利导,积极推动和组织实施了农产品直播带货的电商新模式,有效拉动了农产品销售总量和速度,并在实践中形成了品牌直播模式、合作社生产基地直播模式、线上线下直播模式以及直播达人模式等多种农产品直播带货模式。如贵州省独山县供销社通过产品包装与直播间布置突出地域特色风貌来提升县域知名度,打造了一条县域电商网络直播的产业新路。截至2023年7月,电商直播带货带动独山县网络零售额达到6655.28万元。

8.“新仓储式连锁超市+集采集配中心+数字化运营平台”新零售模式

近年来,各地供销社系统积极打造县、镇、村三级物流配送体系,推动“数字供销”与“数商兴农”实现有效对接。一方面,通过推进供销社流通网络数字化、现代化转型,以及抓好县域集采集配中心和县、乡、村物流配送体

系建设,创新探索“中央厨房”、直采直供等流通新业态新模式;另一方面,大力发展新仓储式连锁超市,“一站式”为城乡居民提供日常生活所需的各类质优价廉的日用品和农副产品。如江西省供销社依托其社有企业江西省供销新零售有限公司大力推动“万花百合·VR 仓储式会员超市项目”建设,实现了数据动态存储更新,从货品存量到单日销售额、顾客偏好,乃至进店顾客日常生活消费水平等信息都能在平台上及时展现。

9.“农产品电商+农旅融合”新零售模式

近年来,农业生态游、乡村游、休闲游、体验游等已成为众多城市居民追逐的一种旅游休闲方式。为此,各地供销社积极引导当地农产品电商企业和农民专业合作社组织开展“农产品电商+农旅融合”的新领域合作,即在线上通过产地直播、基地直播和达人直播等方式向消费者展示农产品种养加全过程的同时,还向消费者展示农产品生产基地优美的自然田园风光,吸引粉丝、游客前来生产基地参观、品尝和购买农产品,并体验乡村生活。同时,在线下组织开展农作物种植、采摘以及观光旅游、农家乐等体验式活动,提高用户黏性。

10.“农村电商与物流快递协同发展”的供销社新零售模式

各地供销社立足于区域立体网络基础,从区域市场寻求差异化竞争优势,推进线下实体网络资源融合对接线上平台,实现了线上线下融合发展。一方面,逐渐形成以县域为核心的全国互联的农村电商生态;另一方面,组织各地供销社积极推进电商基层综合服务网点建设,整合邮政、快递企业等各类资源,着力构建了县、乡、村三级城乡寄递物流体系和生鲜冷链系统,较好解决了农村物流“最后一公里”问题。

目前,通过一手抓农村电商发展,一手抓快递物流建设,既把日用消费品、农业生产资料供应下去,又把农副产品、再生资源收购上来,实现了供给与需求的有效对接,进而为供销社电子商务持续发展奠定了坚实基础。

问题篇：

新情况 新变化 新挑战

农村电商与农产品电商线上线下融合发展是一项系统工程,加之当前新业态、新模式的不断涌现,供销合作社系统在推动农村电商与农产品电商线上线下融合发展方面还存在一些问题。

一是思想认识不到位的问题依旧存在。由于长期形成的惯性思维和路径依赖,对供销合作社电子商务线上线下融合发展认识不到位,只是生搬硬套工业品电商发展模式,反而失去了供销合作社自身的优势和特点。因此,供销合作社发展电子商务应该将其与加快发展现代流通体系、促进农村电商与物流体系协同发展,实现从“传统零售模式”向“新零售模式”的跨越式转变。

二是发展不平衡不充分问题依旧突出。东部沿海省份电商融合式发展水平远高于中部、西部和东北地区。同时,发展不充分问题也比较明显。首先,带动产业链发展的能力还不强,虽然结合了本土优势,开展了特色农产品上行、工业品下行服务,但在指导农民专业合作社(联合社)优化农产品种植结构调整、推动特色农产品深加工以及拓展商农旅融合新业态发展等方面的力度还不够,电商辐射带动产业链发展的成效不够明显。其次,农产品电商市场主体竞争力还不强。从规模看,供销合作社社属控股、参股的农村电商企业全年销售额在1000万元以上的不到1/3,且产品精深加工不足、品牌培育不够,大多为初级农副产品,市场竞争力不强。最后,农产品规模化、标准化经营水平不高。我国农产品种植养殖业大多分散在偏远农村和深山老区,产地分散、交通不便、生产规模小且方式简单,缺乏统一的农产品生产标准、种养标准、加工分拣标准、物流配送标准、仓储标准、包装标准、检验检疫标准、入市标准、推广宣传标准等,致使无法开展规模化、标准化生产经营,产品附加值不高。

三是顶层设计与资源整合亟须加强。近年来,全国总社不断加强顶层设计,积极整合资源,统筹规划,构建了全国、

省域、县域三级农村电商发展服务体系,即“总社重点打造全国性电商综合服务平台,省域重点打造大宗农产品交易线上平台,县域重点打造县(市)级运营中心与‘最后一公里’综合服务站”。然而,目前大部分县(市)级供销合作社对本县域内的农村电商工作还缺乏整体设计,没有把各基层社有效联结起来,导致供销合作社的优势资源得不到充分整合利用,区域品牌和产业联盟不能有效形成。

四是县域农产品上行仍存压力。尽管近几年来,供销合作社系统积极建设或参与了农村寄递物流体系,改造或新建了一大批农村电商综合服务中心,但总体而言供销合作社系统在协调政府多部门联动、统筹推进建设方面的力量还比较薄弱,农村电商的物流体系(特别是冷链物流体系)还不健全,快递成本高、时效慢,仓储价格昂贵,产地仓、中转仓、前置仓(销地仓)建设还较滞后。再加上农产品季节性 & 品质难以把控等特性,导致农产品上行规模较小,不能形成规模,很难带来规模效益。

五是农村电商人才匮乏。供销合作社现有的人才队伍中大多是传统经营人才,与农村电商所需的质量高、结构合理、优秀的农村电商人才有较大出入。全系统特别是基层供销合作社普遍缺少懂技术、懂业务、懂管理的电子商务专业技术人才,尤其缺少骨干领军人才。

六是农村电商仍面临不小的挑战。在推动电子商务发展中,技术挑战、运营管理挑战、行业竞争挑战等都需要供销合作社系统进一步整合发挥线下经营网络优势,并通过加大品牌建设和推广、提高产品质量安全、提升消费者服务水平以及降低农产品价格等措施来全面提升自身的综合竞争实力。

对策篇：

新政策 新方向 新举措

该如何解决农村电商中存在的问题?从哪些方面入手推进农村电商高质量发展?这些都是目前应该重点思考的问题。

《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》提出,以技术和应用创新为驱动,从搭建多层次农村电商综合服务平台、加快农村现代物流配送体系建设、培育多元化新型农村电商主体、提高农村电商产业化发展水平、开展多种形式的农村电商促销活动、巩固拓展电子商务进农村综合示范政策成效等6个方面着手,提出14条具体政策举措,为未来农村电商发展指明了方向。

一、提升供销合作社电子商务融合发展的思想认识

首先,要充分认识到供销合作社推动电子商务线上线下融合发展具有天然优势。近年来,国家出台的一系列促进农村电商发展的文件中,都对供销合作社提出了明确要求,强调鼓励和支持供销合作社建设电商平台,中央财政还专门拿出专项资金,支持供销合作社实施农村电商惠农工程。《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》明确提出,提高农村物流配送集约化水平。支持邮政、供销合作社、电商、快递、交通运输、商贸流通等各类主体开展市场化合作,搭载日用消费品、农资下乡(农药除外)和农产品进城双向配送服务,推动统仓共配。同时,《意见》强调,做好市场化运营转化落地。加强电子商务进农村综合示范与县域商业体系建设的统筹衔接,用好现有资源,从“重建设”向“重运营”转变。引入邮政、客货运、供销合作社以及有实力的电商、物流、快递、商贸流通等企业,统筹推进项目后续运营管理,整合资源,强化数字赋能,实现可持续发展,推动示范项目向常态化工作转化落地。这为供销合作社推动电子商务融合发展提供了很好的政策环境。

其次,要清醒认识到供销合作社推动电子商务线上线下融合发展面临的挑战。供销合作社系统上下对于电子商务融合发展思想还不统一,认识还不够到位。对于怎么盘活资源,实现线上线下融合发展,有些人还没有明确方向和思路,有些人则对供销合作社优势认识不清,导致工作缺乏信心。思想认识问题如果不解决,供销合作社电子商务线上线下融合发展就很难推进,甚至可能会走弯路。

最后,要深刻认识到供销合作社推动电子商务线上线下

融合发展的意义。全系统必须清醒认识到,电子商务是供销合作社搭建为农服务综合平台的重要途径,是顺应商业模式和消费方式深刻变革新趋势的客观要求,是实现自身转型升级联合发展的必由之路。电子商务线上线下融合发展是大势所趋,机遇大于挑战,在工作中既要克服急于求成的心理,也要克服悲观畏难情绪,要紧抓机遇、扬长避短,才能打赢电子商务线上线下融合发展这场硬仗。

二、完善促进各地区平衡发展和充分发展的政策保障

针对我国农村电子商务融合式发展中存在的不平衡、不充分问题,供销合作社系统应积极争取各级党委、政府的支持,进一步加大政策扶持力度和专项资金投入,进一步健全基层网点多元经营和民营企业参股经营的政策制度,探索和完善全系统资源有效整合和东西部跨区域合作的有效机制,进而为促进各地区平衡发展和充分发展提供全方位保障。

首先,强化政策导向,促进各县域电商充分发展。充分发挥供销合作社在电子商务产业发展中自身优势,在规划引领、设施建设、资金扶持、人才支持等方面,积极研究制定促进供销合作社电子商务融合发展的政策和工作措施,鼓励和支持各地供销合作社积极探索实践传统商业与电子商务的深度融合发展。同时,强化为农服务平台和体系建设,着力构建起农民合作经济服务中心、农产品展示展销中心、农村电商服务中心、农民培训中心四大为农服务平台和县、乡、村三级电商综合服务体系——县(市)有大型物流配送中心、乡镇有综合服务站、村有服务网点,有效盘活各地资源,最终促进农村电商的充分发展。

其次,强化产业分工,健全配套支撑体系。在县、乡、村三级建设高效便捷的物流配送体系,并加强信息安全防范和信用建设,规范供销合作社电商平台产品网络营销行为。同时,加强关于信用方面的立法、执法,针对行业监管、行业自律等方面制定相关法律,形成互信的交易氛围。

最后,引导项目推广,加大典型经验的宣传力度,不断营造供销合作社电子商务线上线下融合发展的氛围。通过

电视、网络、报纸等媒体的大力宣传,推广供销合作社电子商务模式及应用服务内容,形成系统上下互动融合、共同推进电子商务发展的新格局,营造电商发展的良好环境。

三、完善供销合作社电商线上线下融合发展的顶层设计

要实现供销合作社电子商务线上线下融合发展,必须要找准定位、整合资源,并完善顶层设计。要以农业供给侧结构性改革为切入点,以用户需求为导向,以“1线上平台+N线下站点”的一体化信息网络体系建设为保障,构建起一套大数据分析、精准化种植以及品牌塑造、质量管控、产品追溯、网上交易、仓储物流、终端配送一体化经营的整体实施方案。

首先,加快供销大数据平台建设,助力供销合作社电商融合发展。要积极开展与淘宝、京东、苏宁易购等大型电商平台合作,强化双方在农产品销售大数据方面的实时共享,及时分析和掌握农产品线上销售的整体状况和趋势。

其次,推进实体店信息化改造,建立线上线下的联结点。将各类县以下基层社、综合服务社和各类经营服务网点通过信息化改造,成为镇级电商分中心和村级电商服务站,促进线下资源与线上网络的有效链接,同时扩大加盟实体网点,健全加盟店网络体系,实行“统一形象、统一标识、统一安装网络设备”等配套设施,壮大电子商务线下服务网点资源。

最后,发挥县级社的主体作用,打造地方特色产业优势。同时,健全产品物流配送体系,确保线下商品运输畅通。总之,供销合作社电子商务融合发展必须要加强顶层设计,注重线上线下联结互动,形成上下联动、多方参与、共同推进的良好格局。

四、充分整合供销合作社系统内部资源,创新融合发展模式

十多年来,各级供销合作社紧跟信息时代变化,不断深化体制改革,整体资源和群体优势得到一定程度的加强和体现,在电子商务平台建设上也取得了一定的成绩。但是在当前我国电子商务开始进入“转型和升级”阶段的现实情况下,必须充分整合供销合作社系统内部资源,坚持发挥供销合作社优势与调动平台经营主体积极性相结合,坚持整合线上网络资

源与整合线下实体资源相结合,坚持社会效益与企业效益相结合,才能创新合作模式,更好地实现电子商务线上线下融合发展。比如,借助供销合作社电子商务平台优势和农业生产托管服务的规模优势,开展农业生产托管的线上服务,可实现农业生产服务线上线下的融合发展;推动农产品网销生态体系建设,解决农产品缺质控、缺品牌、缺包装、缺推广等问题,助力农产品上行;发挥实体网络优势,实现产品销售融合发展;发挥供销合作社电子商务平台优势,助推县域电商发展;创新产品营销路径,畅通线上线下产销对接渠道;大力培育电商主体,引进战略合作伙伴;全力打造“线上线下+物流融合发展”的新零售模式;增强新一代信息技术赋能,助推农产品电商创新发展。

五、注重引进人才与培训相结合,加快推进农村电商人才队伍建设

对于供销合作社电子商务融合发展而言,即使客观条件满足,关键还是要实施电子商务人才工程,为供销合作社电子商务应用提供智力支撑。可以通过开展电脑、网络、商务知识等专题培训和岗位培训,鼓励大中专学生回乡创业,注重对供销合作社职工、农民专业合作社负责人、农产品经纪人、种养大户进行培训,使之掌握操作技能,打造一支遍及全县各乡村的从事农村电子商务服务工作队伍。

多年的实践证明,供销合作社凭借深厚的群众基础、丰富的市场营销经验,能够紧跟时代变化,不断适应市场经济发展的要求,推动我国经济的健康稳定发展。当前,电子商务发展势如破竹,若在提升思想认识、完善顶层设计、充分整合资源、完善政策保障等方面下功夫,加强线上线下融合发展,全面打造虚实结合、共同发展的业态,必能为电子商务平台业务带来可持续的增长动力,让供销合作社电商成为农村电商服务的中坚力量。

(该报告为全国总社《供销合作社电子商务线上线下融合创新模式研究》课题报告成果,内容略有删减。)



国家支持发展农村电子商务的政策背景

2015年3月 ■■■■

《关于深化供销合作社综合改革的决定》(中发〔2015〕11号)印发,提出了要“加快发展供销合作社电子商务,形成网上交易、仓储物流、终端配送一体化经营,实现线上线下融合发展”。

2016年4月 ■■■■

国务院办公厅出台了《关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》,要求深入推进农村电子商务,对农产品上行和农村“最后一公里”问题解决提供有效支持。

2017年 ■■■■

中央一号文件、《国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》等精神,进一步推动农村电子商务加快发展。

2018年 ■■■■

中央一号文件指出:“大力建设具有广泛性的促进农村电子商务发展的基础设施,鼓励支持各类市场主体创新发展基于互联网的新型农业产业模式,深入实施电子商务进农村综合示范,加快推进农村流通现代化。”

2019年8月 ■■■■

总社下发了《中华全国供销合作总社关于推进区域电商发展的实施意见》(供销经字〔2019〕30号),要求“进一步发挥供销合作社在区域市场的实体网络优势,推动线下资源与线上网络融合对接,促进系统电子商务均衡、协调、可持续发展,更好地服务乡村振兴战略”。

2020年 ■■■■

财政部办公厅、商务部办公厅、国务院扶贫办综合司联

合发布《关于做好2020年电子商务进农村综合示范工作的通知》,指出示范县重点商贸流通企业依托电商实现转型升级,物流成本明显降低,农产品进城和工业品下乡有效畅通。

2021年10月 ■■■■

商务部、中央网信办、国家发展和改革委员会三部门联合发布《“十四五”电子商务发展规划》提出,要实施“数商兴农”行动。

2022年 ■■■■

中央一号文件首次提出要“促进农副产品直播带货规范健康发展”,持续推进农村电子商务与一二三产业融合发展、促进农村客货邮融合发展“两大融合”,加大力度实施“数商兴农”工程、“快递进村”工程、“互联网+”农产品出村进城工程“三大强基固本工程”。

2023年 ■■■■

中央一号文件指出,深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程,鼓励发展农产品电商直采、定制生产等模式,建设农副产品直播电商基地,为我国农产品网络零售额稳步增长保驾护航。

2024年3月 ■■■■

商务部等9部门发布《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》。《意见》指出,用5年时间,基本建成设施完善、主体活跃、流通顺畅、服务高效的农村电商服务体系。在全国培育100个左右农村电商“领跑县”、培育1000家左右县域数字流通龙头企业、打造1000个左右县域直播电商基地、培育10000名左右农村电商带头人。📌