

黑龙江省农产品电子商务发展问题研究

史铭铭

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年5月31日; 录用日期: 2024年6月18日; 发布日期: 2024年8月26日

摘要

在农产品电子商务蓬勃发展的今天, 发挥地区农产品优势尤其重要, 黑龙江省作为我国粮食大省, 具有得天独厚的作物生长条件, 打造了一批具有地域特色的农产品, 因此通过电商平台将产品进行出售有利于农村增产增收, 提高农民幸福感、获得感、满足感, 本文分析了黑龙江省农产品电子商务的发展现状、目前存在的问题并提出了相应的对策建议, 一是强化市场监管; 二是加大农产品宣传力度; 三是结合产区发展区域优势发展农产品电商; 四是培育专业电商人才队伍, 希望能够进一步拓宽黑龙江省农产品销售渠道, 促进黑龙江省农业高质量发展, 推动农业产业升级。

关键词

黑龙江省, 农产品, 电子商务

Research on the Issues of E-Commerce Development for Agricultural Products in Heilongjiang Province

Mingming Shi

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 31st, 2024; accepted: Jun. 18th, 2024; published: Aug. 26th, 2024

Abstract

With the vigorous development of e-commerce for agricultural products today, it is particularly important to leverage the strengths of regional agricultural products. Heilongjiang Province, as a major grain-producing province in China, boasts exceptional crop growing conditions and has cultivated a series of agricultural products with regional characteristics. Therefore, selling these products through e-commerce platforms is conducive to increasing rural production and income,

文章引用: 史铭铭. 黑龙江省农产品电子商务发展问题研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 8880-8884.

DOI: 10.12677/ecl.2024.1331085

enhancing farmers' sense of happiness, fulfillment, and satisfaction. This paper analyzes the current development status and existing problems of agricultural product e-commerce in Heilongjiang Province and proposes corresponding countermeasures and suggestions. Firstly, strengthen market supervision; secondly, intensify the promotion of agricultural products; thirdly, develop agricultural product e-commerce in line with the regional advantages of production areas; fourthly, cultivate professional e-commerce talent teams. It is hoped that these measures can further broaden the sales channels of agricultural products in Heilongjiang Province, promote high-quality agricultural development, and drive the upgrading of the agricultural industry.

Keywords

Heilongjiang Province, Agricultural Products, E-Commerce

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

农产品电子商务是促进农民增产增收、提高农民生产积极性的重要销售形式，在发展新质生产力的背景下，农产品电子商务的发展尤其重要，近年来，国家出台多种文件助力农产品电子商务蓬勃发展。2023 年“中央一号”文件中指出要“加快完善县乡村电子商务和快递物流配送体系、建设农副产品电商基地”[1]等内容，2024 年的“中央一号”文件也指出要“推动农村流通高质量发展，实施农村电商高质量发展工程、发展农村土特产网络销售”[2]等内容，表明农产品电子商务在我国农业领域内具有举足轻重的地位，黑龙江省作为我国粮食大省，农产品种类十分丰富且易于流通，同时电子商务打破了地域上的空间限制，有利于拓宽农户销售渠道，使农户持续增收，缓解农产品流通中交易信息不对称的问题。因此，研究黑龙江省农产品电子商务的发展状况、目前存在问题以及提出相应对策建议，能够为振兴东北老工业基地、盘活东北地区经济资源、拓展经济发展新空间提供借鉴意义。

2. 黑龙江省农产品电子商务发展现状

2.1. 地理气候优势

黑龙江地处中国东北部，北、东部与俄罗斯隔江相望，西部与内蒙古自治区相邻，南部与吉林省接壤，拥有“五山一水一草三分田”的地势特征，其中，黑土地资源丰富，黑土面积占全国黑土总面积的 45.7%。其耕地面积达到 2.579 亿亩，典型黑土耕地面积为 1.56 亿亩，占东北典型黑土区耕地面积的 56.1%，优质的黑土地资源为农作物的生长提供了良好的条件，黑龙江省气候四季分明：冬季漫长寒冷，夏季短促温热，春秋季节适中。这种四季分明的气候类型为农业生产提供了良好的条件，使得黑龙江省成为国家重要的商品粮生产基地。

2.2. 黑龙江省政府部门的支持

黑龙江省大力出台政策支持农产品电子商务发展，2018 年，国务院批准在黑龙江省设立跨境电子商务综合试验区，有效促进黑龙江省农产品跨境电子商务[3]；2022 年黑龙江省人民政府发布的“十四五”数字经济发展规划指出要利用电商平台宣传和销售特色农产品，加快打造“一村一品”的产业布局；2021 年 8 月公布了《黑龙江省 2021 年电子商务进农村综合示范项目实施方案》，方案为农产品电商提出了详

细指导方针，由此更加促进了黑龙江省农产品龙头企业的高质量发展，通过电商助农直播、淘宝、拼多多等平台，九三大豆、五常大米、古龙小米、伊春蓝莓以及完达山奶业等品牌企业开始进入其他地区的大众视野，扩大了品牌效应，形成了较为成熟的供需联动体系。

2.3. 网络销售形式多样

目前黑龙江省大量农产品逐渐从线下销售走向线上线下联合销售，通过各类电子商务平台发布农产品相关信息并进行交易，其交易额也屡创新高，直播带货等成为黑龙江省农产品销售的重要模式，为消费者提供了可视化农业生产方式，同时大型电商平台积极响应国家政策号召，与黑龙江省乡镇企业及邮政等部门建立合作关系，并且针对黑龙江省特色农产品开辟了电商绿色通道。同时，黑龙江省自建农产品电子商务平台数量已达 129 个，占自建电子商务平台总数的 65.9%，销售平台不断增多，极大促进了黑龙江省农产品电子商务运行体系的蓬勃发展。

3. 黑龙江省电子商务发展存在的问题

3.1. 电商企业发展缓慢

虽然农产品经营主体数量繁多，但是目前农产品电子商务企业龙头品牌类的企业屈指可数，主要是小微企业或者以个体工商户为主，这些企业的规模数量相对较小，且经营主体缺乏电子商务经营管理专业知识，很难为消费者提供定制化服务，无法及时了解市场上的客户需求，由于专业知识的缺乏，导致农产品品牌建设不足，无法形成良好的品牌效应，由于农产品具有季节性、易腐性等特点，对物流配送的要求较高[4]。然而，目前黑龙江省农产品电子商务的物流配送体系尚不完善，物流成本较高，影响了电商企业的盈利能力。部分农产品电商企业在物流配送方面存在如配送时间长、配送范围有限等效率低下的问题，影响了用户的购物体验。电商企业发展缓慢在一定程度上抑制了农产品电子商务的进步。

3.2. 农产品市场监管力度低

农产品因其自身种植特点和产品属性，即便是同一品种的农产品在不同地区生长的品质也会有着明显的差异[5]。农民的栽培方式和对作物管理行为也存在很大差异，导致不同农户的产品品质参差不齐。市场监管力度较低，农产品电商缺乏统一的产品筛选标准，对于假冒伪劣的农产品处罚力度不大，存在以次充好、假冒优质品牌农产品的情况，例如五常稻花香大米，由于市场监管力度低，对于产品品质检测不到位，使得市场上流通了许多打着“五常大米”幌子的其他大米，消费者无法肉眼识别其真假，购买后发现上当受骗，降低消费者对于黑龙江农产品的信任度，不利于黑龙江省农产品电子商务的发展。

3.3. 农产品电商专业人才不足

农产品电子商务作为新兴业态，打破了传统的交易方式，因此需要即懂得电商专业知识又能够了解农业知识的复合型专业人才，然而现阶段农民受教育程度不高，而黑龙江省的农民文化素质相对较低，绝大部分都只有小学、初中文化水平，知识涵盖面窄，经营管理理念相对比较传统落后，短期内为农民提供知识培训使其灵活经营不太现实，部分农产品电商企业在员工培训方面投入不足，缺乏完善的培训机制，导致员工素质和能力难以得到有效提升。同时农村条件差、资源相对匮乏，黑龙江省电商发展的内在保障不足，导致人才短缺，高学历人才往往向一线城市迁移寻求更好地发展，黑龙江省农村很难留住青年毕业生[6]，人才资源短缺问题十分严峻。

3.4. 农产品品牌宣传效果不佳

目前黑龙江省农产品品牌只在与黑龙江省临近的地区有知名度，没有在全国范围内大量投放广告，

在利用传统媒介如电视、广播、报纸等进行宣传时,也没有充分利用这些媒介的广泛覆盖面和影响力[7]。在宣传策略的制定和执行过程中,缺乏专业的数据分析支持,无法准确地了解消费者需求和市场趋势,导致宣传效果不佳,同时宣传内容的质量参差不齐,宣传资源配置不合理,部分宣传内容存在夸大其词、误导消费者等问题,影响了黑龙江省农产品电子商务的声誉和可信度。并且市面上流通的农产品品牌具有熟人效应,农产品质量信息高度不对称,消费者对于黑龙江省农产品的情况了解不透彻,很难进行购买,导致消费频率不高,新顾客很少,农产品市场主要依靠老顾客购买以维持正常运行。

4. 黑龙江省农产品电子商务发展的对策建议

4.1. 强化农产品质量市场监管

随着互联网的不断普及,人们增加了获得信息的渠道,老百姓消费观念的也逐渐变化,消费者更加注重农产品的质量,购买者不仅想吃的饱,还想吃的放心,开始选择购买高品质、性价比高的食物,因此要建立健全农产品质量安全监管和奖惩机制,通过严格的质量安全检测,加大对违规、假冒伪劣产品的惩罚力度,严格农产品电商市场准入标准,强化区域品牌农产品价值,对市面上“稻花香”“五常大米”“五常长粒米”等鱼龙混杂极易造成客户辨别失误的品牌,或者以黑龙江省地理标志品牌名义但是生产地却未在黑龙江省的农产品予以严厉打击,切实保障地理标志品牌的保真、保实。

4.2. 加大农产品电子商务宣传力度

首先,需要明确宣传的目标和定位,黑龙江省农产品电子商务宣传旨在提升农产品的品牌知名度、增强市场竞争力、促进农产品的销售。将宣传定位聚焦于黑龙江的地域特色、优质农产品以及电子商务的便捷性方面在农产品交易会、展销会等场合设置展台,展示黑龙江省农产品的优势和特点。其次,在农村地区开展农产品知识讲座和宣传活动,提高农民对电子商务的认识和参与度。举办线上抽奖、优惠券发放等互动活动,吸引用户参与并分享农产品信息。鼓励用户晒单、评价、分享购物体验,形成良好的口碑传播效应。最后,与地方政府、农业部门等合作,及时播报最新进展,可以借助黑龙江省乡村旅游市场推广宣传地理标志农产品。发挥冰雪旅游的优势,向游客宣传当地及周边地理标志农产品,使消费者了解产品的具体情况,农户选择部分试验地建立采摘园[8],游客能够去采摘园自主采摘绿色农产品,若有购买意愿,可以直接在采摘园开设的网络店铺中下单,下单后通过物流系统配送到游客的家中,这样既方便游客出行,又能提升网上店铺的销量,共同推动农产品电子商务的进一步全面化普及和发展。

4.3. 结合产区发展区域优势发展农产品电商

充分发挥地区比较优势,高效利用地区资源禀赋,加强农产品电子商务对外合作,将优质农产品出口给俄罗斯、韩国等临近国家,进一步拓宽农产品出口渠道,发挥黑龙江省电子商务的区域优势,主打优势产业,打造当地农产品品牌建设并进行网络电商销售,与政府部门合作促进,加快打造“一村一品”,建设具有黑龙江特色的农产品品牌,通过品牌故事、文化内涵等方式提升品牌价值和影响力。结合“两微一抖”等平台进行线上线下联合销售,完善黑龙江省农产品品牌建设,提高农产品核心竞争力,充分学习“千万工程”治理经验,将省内不同地区的优势农产品与电商结合,通过主播带货、农村自媒体博主、农户自主上网开店等方式扩大品牌知名度,使更多农产品“走出去”,提高电商平台覆盖率,完善农村地区的网络基础设施建设,提高电商平台覆盖率和上线率。这将有助于让更多的农民和农产品生产者参与到电子商务中来,推动农产品的线上销售。同时优化物流配送体系,及时升级快递、物流等服务,扩大服务范围,降低投诉率。优化物流配送体系将提高农产品的配送效率,降低物流成本,进一步提升黑龙江省农产品的市场竞争力[9]。

4.4. 培育专业电商人才队伍

吸引人才返乡创业, 组建一批专业化农村电商人才队伍是解决黑龙江省农产品电子商务发展问题的关键。打造一支熟悉农产品、懂管理、会技术的电子商务专业队伍[10], 以此带动农产品发展。政府部门要与各高校、培训机构、企事业单位开展合作, 建立农产品电商培训班, 培养一批扎根黑土、不怕吃苦、勇于奉献的农产品电商精英, 同时还可为大学生提供实习岗位, 优化其工资待遇, 从而缓解就业压力[11], 进一步解决大学生就业困难问题, 定期组织团队成员参加培训和学习活动, 提升他们的专业素养和综合能力。鼓励团队成员形成创新思维、勇于实践, 不断探索新的宣传方式和手段。对现有农产品电子商务从业人员开展长期专业化培训, 从农产品信息讲解到运营管理等方面进行有效指导, 为农产品电子商务发展提供坚实的人才支撑。

5. 结论

本文通过对黑龙江省农产品电子商务的发展状况、目前存在的问题进行分析, 最后提出了相应的对策建议, 为了推动黑龙江省农产品电子商务的健康发展, 需要政府、企业和社会各方面共同努力[12], 加强电商平台建设、完善相关法律法规、提升农产品品牌化水平[13]、完善物流配送体系以及培养电商专业人才[14]等。希望能够通过以上建议为黑龙江省农产品电子商务的高质量发展提供新思路新策略, 通过电商赋能黑龙江省农产品市场的发展, 开拓更加广阔的农产品交易市场, 使更多的消费者真正了解黑龙江省农产品的优秀品质, 促进黑龙江省经济持续增长。

参考文献

- [1] 新华社. 中共中央 国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见[EB/OL]. 2023-02-13. https://www.gov.cn/zhengce/2023-02/13/content_5741370.htm, 2024-05-30.
- [2] 新华社. 中共中央国务院学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见[EB/OL]. 2024-02-03. https://www.gov.cn/zhengce/202402/content_6929934.htm, 2024-05-30.
- [3] 谢春来, 闫思琦. 黑龙江省农产品电子商务发展现状及建议[J]. 现代商贸工业, 2023, 44(24): 37-40.
- [4] 姜雨雪. 基于物流供应链生鲜农产品配送体系研究[J]. 农村经济与科技, 2020, 31(22): 84-85.
- [5] 徐孟. 地理标志农产品品牌个性塑造浅析[J]. 青岛农业大学学报(社会科学版), 2016, 28(4): 41-45.
- [6] 刘慧娟, 杨鑫波, 刘力强, 等. 黑龙江省农产品电子商务问题及对策研究[J]. 农村经济与科技, 2023, 34(20): 234-237.
- [7] 张艳荣, 孙家媛, 孟令跃, 等. 黑龙江省电子商务模式下生鲜农产品质量安全三方监管博弈问题分析[J]. 北方园艺, 2020(10): 145-149.
- [8] 高荣伟, 马书琴, 李桃. 黑龙江省地理标志农产品品牌培育策略探究[J]. 北方园艺, 2022(14): 139-145.
- [9] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [10] 余娟, 杨雪, 张滨丽, 等. 电子商务模式下黑龙江省农产品上行问题与对策[J]. 南方农业, 2024, 18(6): 136-138.
- [11] 田野, 夏杰长. 农村电商、农村居民就业与共同富裕[J]. 中国流通经济, 2024, 38(6): 66-76.
- [12] 周健, 刘慧. 电子商务发展与经济增长互动创新发展研究[J]. 经济问题, 2024(6): 83-90.
- [13] 熊晓熙, 贾湘琳. 乡村振兴背景下农村电商发展趋势及问题对策探究: 基于农产品上行路径视角[J]. 中小企业管理与科技, 2023(23): 154-156.
- [14] 汤飞飞. 乡村振兴视域下农村电子商务的应用探讨: 以湖南省为例[J]. 农业经济, 2020(3): 129-131.