

创建全国电子商务进农村综合示范县的实践与思考

竹山县改革办

近年来，竹山县抢抓全国电子商务进农村综合示范县创建机遇，把电子商务纳入精准脱贫“十大工程”，强力推进电商公共服务体系、培训体系、县乡村三级物流配送体系、农产品品牌培育及质量保障和营销服务体系、网货供应基地和乡村电子商务综合服务站点等重点项目建设，依托农村淘宝、邮乐购、淘实惠等电商平台，完善以县城物流配送中心为主体、17个乡镇物流综合服务站为节点、辐射254个行政村的区域物流综合配送服务体系。

一、竹山县发展电子商务的做法与成效

按照全国电子商务进农村综合示范县创建要求，全面推进农村电商网络服务体系建设和基础设施配套，目前，全县254个行政村中电商服务网点已布局300家（村淘网点70家，邮掌柜188家，供销e家42家、淘实惠20家），覆盖全县行政村128个，建档立卡贫困村14个，覆盖率分别为50%、70%。2018年全县电子商务网上交易额突破10亿元，电商销售农特产品交易额近亿元，电商辐射全县贫困人口10万人次。

1. 坚持高位推动，强化政策引领。成立了由县长任组长、县政府分管领导为副组长的电子商务进农村工作领导小组，制定

《竹山县电子商务进农村综合示范项目实施方案》和《竹山县电子商务进农村综合示范资金使用管理办法》等配套文件，明确将电商扶贫作为全县扶贫攻坚的“十大工程”之一，落实重点任务和扶持政策，形成“政府引导、市场主导、全社会共同参与”的电子商务发展格局。

2. 加快网络覆盖，建设平台网点。坚持电商发展多元化思路，先后与湖北融凯科技有限公司、阿里巴巴集团、京东集团、深圳淘实惠公司、苏宁易购、邮乐购、供销e家等7家国内知名电商平台运营企业签订合作协议并开展相关业务，强力推进电商示范站点和电商扶贫服务网点建设，到2019年底，将实现全县电商服务站点行政村和建档立卡贫困村覆盖率100%，农村网络零售额同比递增20%，农产品网络零售额同比增长30%。

3. 抓实电商培训，孵化电商人才。依托京东商学院和十堰秦巴职业技能培训中心等专业电商培训机构，定期开展农村电子商务培训，培训对象包括电子商务创业者、村级网点合伙人、政府工作人员、村干部、大学生村官、种养殖大户、农产品加工企业人员等。培训内容包括电子商务创业培训、电商政策和法律法规知识、网络营销和品牌推广、电脑和智能手机基础知识等各方面知识。今年以来，全县共举办电商培训6场次，培训1200人次，涉及贫困人口280人次，激发了全县干部群众参与和支持电子商务发展的积极性。

4. 配套农村物流，打通最后一里。整合政策项目资源，着力健全县、乡、村三级物流配送网络体系，在通济沟工业园建设 3500 平方米的电商物流园，引导阿里巴巴集团菜鸟物流、恒达物流等和 11 家快递公司集中入驻，实现所有抵达竹山的快递包裹全部集中在县物流中心分拣，农村淘宝货物再由菜鸟物流专车配送到各村级服务站，各服务站再送发到农户手中，实行全程免费 24 小时必达，电子商务物流成本逐年下降，农村流通现代化水平显著提升，农村电商“最后一公里”基本打通，实现了村民购物不出门，网货送到家的方便。

5. 推动企业转型，开展网上销售。引导鼓励企业顺应电商发展趋势，积极探索转型发展之路，湖北贡水源网络科技有限公司、华周壹兰珠宝有限公司、星梦茶业、友花茶业、绿田生物、富韬科技、胜利生态农业等一批销售本地农特产品的企业，主动开展网上销售，积极开发适合网购的产品。去年以来，全县 12 家农产品加工龙头企业累计实现线上交易额 2.5 亿元，新建农产品标准化加工包装工厂一家，网货包装工厂一家。

二、竹山县电子商务发展存在的问题

1. 农产品上行存在瓶颈。竹山县绿松石资源丰富，绿松石系列产品交易额占全县电商交易额 10%，特色农产品中茶叶交易额占 15%，其他产品仅占 5%，受制于产品品牌、成本、质量、标准等因素制约，标准化体系不健全，质量矛盾突出，适合线上交易

的农特产品开发不足、产品产量不大。

2. 电商带动就业创业不明显。2017年，全县企业线上交易额占40%，占全县电子商务交易总额30%，电子商务平台自营实现交易额占全县电子商务交易总额60%，同比新增个体电商从业人员2万人，增幅25%，其中新增贫困户电商从业人员1万人。受制于个体能力及产品等方面的制约，电子商务交易集中于公司和电商自营平台，贫困户电商创业覆盖率低，电商创业脱贫效果还不够明显。

3. 资源浪费比较突出。物流运输资源重叠配送现象突出，全县物流企业18家，快递企业11家。比如，在核心城区，11家快递企业都在城区同一线路重复配送，而且到乡镇的物流配送也存在多家重复配送问题，造成人力物力资源浪费。同时，电商服务网点布局重叠，存在一个行政村有农村淘宝、邮乐购、供销e家等多家电商网点，且网点处于经营微利状态，导致一些网点经营一段时间后关门停业现象。

三、竹山县发展电子商务的建议

1. 完善电子商务产品体系。持续扩大材料供给，全面梳理优势农特产品纳入上线产品目录，发挥专业合作社、种植大户作用，大力发展特色产业，形成“一县一业”、“一村一品”产业规模，保障产品供给。发掘当地传统元素和手工技艺（产品），大力开发上线风情商品、手工艺品。探索将县域旅游资源及周边农家乐

餐饮、住宿等有关信息上网，丰富电子商务产品种类。坚持不懈加强品牌建设，聚焦区域特色和龙头企业，重点培育打造 1-2 个农产品品牌。整合闲置厂房改造升级，统一规划建设原材料检验检测实验室、污水处理系统、蒸汽供应设备等公共设施，招商引资农产品加工、包装企业，开展农产品开发、加工、包装业务。

2. 加大配套资源整合力度。对物流企业经营线路、网店布局进行整合，促进企业间合理分工协作，增大上行产品数量，降低物流成本。对个别偏远地区农村物流企业和物流线路运营进行以奖代补，完善物流网络。全面整合现有农村站点，集中一家网店统一负责电商产品的上行下行，一站办理多家电商业务，形成“一点多能、一网多用、深度融合”的农村物流新模式。

3. 加快农村基础设施建设。深入推进农村宽带、移动网络全覆盖工程，在现有广电、电信、移动、联通布局的基础上，大力开展光纤入户工作，优先为贫困户、贫困村、电商扶贫点通接入光纤，为农村电商发展及电商扶贫提供网络支撑，实现电商应用和服务网络在乡镇覆盖率 100%，行政村覆盖率 90%以上，使电子商务成为助推产业转型升级和山区群众脱贫增收的新引擎。

（本文刊于湖北省委政研室主办的《调查与研究》2019 年第五期）