

2017/04 XINXING CHENGXIANG YITIHUA HULIANWANG QUDONG FAZHAN

新型城乡一体化 互联网驱动发展

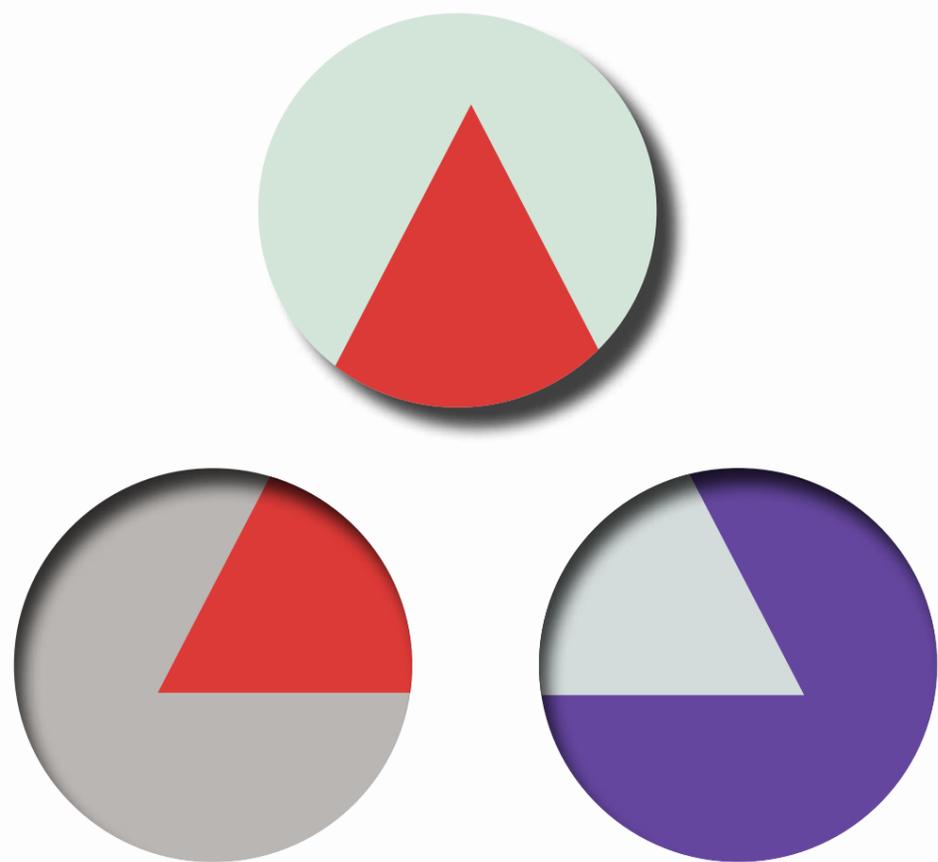
文_刘俊杰 (经济学博士, 广西师范大学经济管理学院教授, 中国区域经济学会常务理事)

在信息时代社会, 作为经济、文化活动和个人生活的重要平台, 互联网已广泛渗透城镇生活的各个层面并向农村延伸。互联网塑造了全新的生活形态, 改变着人们的生活与工作模式。同样, 互联网对城乡之间要素流动、经济发展、文化传播起到举足轻重的作用。但当前依然存在的“城乡二元结构”成为影响城乡信息技术流动的重要障碍, 互联网驱动城乡一体化要素配置的潜力仍未发挥出来。因此进一步消除城乡信息流动的体制障碍, 推进农村信息化建设, 重视和加强农村互联网对资源优化配置的积极作用, 能够有效缩小城乡之间由于“数字鸿沟”导致的一体化进程。

一、互联网驱动城乡一体化的机制

1. 分工深化与比较优势驱动城乡要素融合

分工深化是促进经济社会发展的重要动力, 依据比较优势理论, 每个人做自己最擅长的事情, 其收益可以达到最大化。农户最擅长农产品种植, 但长期以来农产品特别是地方特产规模不大, 难以专业化生产, 农户自产自销。互联网电商进入农村, 开始打破这种封闭自给的生产模式。以苏宁易购为例, 其发达的物流体系, 已经能辐射到全国大多数县城。专业的物流公司, 正在将农民从不专业的流通领域解放出来, 专门从事自己最拿手的农产品种植、生产, 并将产品借助网络销往广阔的外部市场。



农户最擅长农产品种植, 但长期以来农产品特别是地方特产规模不大, 难以专业化生产, 农户自产自销。

中华特色馆 百色馆
ICON CHINA

官方唯一授权 诚信担保 正原产地保证
CHINA KENGYU ORO GUANSHI COUNTY OF ORIGIN

2017 百色芒果预售
6-9月百色芒果采摘季 全城飘香

冰糖心菠萝
两个装
· 蜜味芬香
· 汁甜多汁
¥19.9

热带红心木瓜
三个装
· 皮薄肉厚
· 香甜细腻
¥25.8

广西番石榴
4斤装
· 汁多肉脆
· 新鲜采摘
¥21.8

以苏宁易购为例，其中华特色馆专题页面汇集了全国各地的特色农产品，百色馆就有芒果、菠萝、木瓜、番石榴、木耳、糯米等特色产品直销链接，为农产品种植者提供了优质的销售渠道。

农村电子商务能最大限度消解城乡数字鸿沟和信息不对称，降低信息搜索成本，解决农民“卖难买难”的问题。为传统农产品产销注入信息化元素，以信息流带动物流、人才流、技术流、资金流，及时、准确反映供求状况，提升农产品生产者在订单和定价上的话语权，拓展销售渠道、开辟新客源和新市场，能够有效促进市场供求衔接，降低交易成本，有益于稳定市场预期、减缓价格波动，建立健全现代农产品流通体系。农业电子商务有利于引导市场主体广泛参与，促进资源要素合理有序流动，推动区域、城乡农产品统一市场的完善，实现“工业品下乡”和“农产品进城”的双向流通，解决“农民小生产对接大市场”的问题，实施精准扶贫，实现农民增收，缩小城乡收入差距。通过“双创”与市场机制推动，协同发展实体店与电商平台，促使实体经济与互联网实现互动发展，有利于、提高消费，促进农业转型升级、农村健康发展、农民增收致富。



2. 增强就地居住意愿，优化城乡空间体系

优化城乡关系、促进新型城镇化的内容之一，就是改变过去单一追求中心城市为核心的集中式城镇化，通过公共服务的延伸、特色要素的集聚，增强农民在农村中心镇、一般小城镇的就地居住意愿，实现网络化、分布式新型城镇体系，推动大中小城市与小城镇协调发展。农村电子商务可以在农户分散就业、就地创业背景下，配合城镇聚落的网状结构和去空心化特征，提高小城镇的居住意愿，减少盲目的人口外流，优化城镇人口体系，改变传统单一的城市空间布局，通过电商驱动的产业链与就业链，激励广大农户有机会以较低的成本，参与到综合性、协同型的一体化价值网络中，使大量农民、返乡人员等在本地就可实现就业、创业和居住，实现就地城镇化，分担中心城市的压力，最终促进城镇化空间分布和规模结构更加优化。

3. 三次产业融合驱动城乡产业一体化

农村电子商务在改变农村信息化滞后现状的同时，将一二三产业依托信息互联网平台逐步融合起来，推动城乡各类要素流动、等价交换，实现公共资源在城乡间的均衡配置，促进中心城市人才、技术和资金等向周边中小城镇及农村延伸，加速城乡资源双向互动，促进农村地区由工业化带动转型至信息化带动的新型城镇化建设，缩小城乡收入、就业及公共服务“剪刀差”，推动城乡一体化。农村电子商务将农业产业链、价值链、供应链经营模式融入大农业，全面促进信息技术与传统农业的深度融合，推进现代信息技术应用于农业生产、经营、管理和服

务。激励第一产业由以产品为中心转变为以服务市场为导向、以消费者为中心，通过品牌培育，开发高产、优质、生态、高效、安全农业，实现农业生产方式的根本性转变，提高农业比较优势和竞争力，为新型工业化、信息化、城镇化和农业现代化融合发展拓宽新的空间、创造新的动力。通过一二三产业的融合，满足不同消费群体对农村特色产品的个性化、多样化、便捷性需求，降低交易成本，促进消费转型升级。同时，农村电子商务的发展也可带动城市农业生产资料 and 消费品下乡，形成一二产业产品和多层次、异质性要素市场双向流动的新格局，激活农村消费市场潜力和活力，让农村居民分享信息经济发展的成果。



由于很多地方政府，特别是西部特色农产品产区自身应用互联网发展农业的能力较差，且生鲜农产品对仓库储存的要求较高，只有大企业能承担起冷链运输的成本，大多数农民不得不借助于外来互联网企业。

互联网驱动城乡一体化的机制



二、互联网驱动新型城乡关系发展的制约因素

1. 利益分配与共享

由于在“触网”的过程中，广大农户并没有太多议价能力，如何把更多“互联网+”的收益留在农村农户，直接关系到四化融合的内在动力。以广西阳朔兴坪柑橘为例，从普通农户到家庭农场等新型经营主体，再到区域产业协会，当地田间单价3.5元的柑橘转手之后在网上售价达12元，收益的绝大部分被中间商垄断。由于很多地方政府，特别是西部特色农产品产区自身应用互联网发展农业的能力较差，不得不借助于外来互联网企业。农户、地方政府在与互联网企业合作中由于信息不对称，缺乏运营监管，往往导致农户利益受损，农户只获取极小部分收益。农户激励机制解决不好，不仅会影响“互联网+”的效率，而且可能会偏离正轨。“互联网+”应该是给三农松绑助力，而不是加套增重。

2. 资源整合与要素短缺

“互联网+三农”资金和力量的条块分割亟待统筹整合。目前与“互联网+三农”相关部门包括工信、商务、农业、供销社、金融、电信等多个政府职能部门和相关企业，不同系统建设方案、扶持标准、资金使用管理规定不尽相同，各自为战，不仅容易造成资源浪费，而且降低地方与企业的谈判和博弈能力。农民网商普遍存在资金少、现金流紧、贷款时间长等资金问题，已经成为许多淘宝村农民卖家的发展瓶颈之一。以桂林临桂为例，80%的网商不同程度上面临资金短缺、融资难、融资贵等问题，淘宝店起步困难，难以扩大规模；同时，土地制约的矛盾也日益凸显。网商的规模化拓展，对办公、仓储的需求也逐步增加，对农村集体用地制度和耕地保护制度提出挑战。相对城市网商，农村电子商务面临的人才缺乏问题更为突出。淘宝村虽然具有较强的创富能力，但农村的住宿、交通、生活设施都还不是很健全，对高校和企业的专业人才吸引力不足。

3. 同质化恶性竞争

淘宝村能够快速长大，并且在全国范围内大规模涌现，重要原因是相互模仿、细胞裂变式复制。许多网店设计能力和生产能力有限，网店图片拷贝他人，产品以拿货为主，网店自身的创新力较弱，农民网商看中销量和销售额，缺失品牌意识，无法实现长期的可持续发展。许多淘宝村的形成，是基于一种产品或一类产品发展起来，通过集群的方式降低成本，从而取得线上的竞争优势，因此，同质化竞争的问题不可避免地成为淘宝村面临的挑战。在同质化比较严重的农村电商，低价竞争不可避免，导致农村电商获利较少，并没真正增加农民收入。

4. 缺少组织构建与协同合作

淘宝村的成功发展需要电商、通信、物流、金融、商贸和邮政等电子商务相关企业的协同发展，大多数企业各自为战，关注自身利益，忽略了协同发展的重要性。而淘宝村大多是以农民自发产生、裂变式复制形成的产业集群，缺少关键的带头人。优秀的农村电子商务带头人，在淘宝村形成过程中起着关键的作用。同时，缺少大型电商企业和协会的领导和带动，容易出现产品同质化竞争、管理协调能力较弱的问题。农村电子商务协会的领导者 and 电商的身份重叠带来的公信力、协会自身的组织能力等问题，使协会的作用未能充分发挥。

人才瓶颈已经制约了淘宝村的进一步发展，优秀的农村电子商务带头人，在淘宝村形成过程中起着关键的作用。



基于互联网的电商扶贫，带动了贫困地区特色商品的销售，促进了贫困县企业进行互联网转型，助力精准扶贫水平的整体提升。

苏宁易购 电商扶贫在行动

截止到2016年11月
苏宁在国家级贫困县开设**248**家线下扶贫特色馆
42家线上扶贫特色馆

在扶贫的道路上 我们永不停息

苏宁电商扶贫
线上扶贫特色馆
线下扶贫特色馆
农村电商人才培训
农村电商人才孵化
品牌孵化与运营
苏宁金融助力扶贫
物流云助力扶贫
农村电商

国家级贫困县：剑河
国家级贫困县：岳西
国家级贫困县：瑶山

礼县花牛苹果原产地直采基地
菏泽山药原产地直采基地

父亲的芒果园 自家人的味道!

三、互联网驱动城乡一体化发展的路径

1. 注重政府引导，加强政策扶持

农村电商发展是一项集政府、企业、农户、网络诸要素于一体的综合系统，各环节必须相互配合，协同发力，形成合力。地方政府应结合农村发展规划，在实施特色资源开发、特色小镇培育、农户精准扶贫等战略过程中，紧密结合实际，科学投入，优化线上线下市场的营商环境，发挥区域比较优势，打造农村优特产品，引导电商进入。

引导个体走多元化、特色化、精准化、人性化服务模式，打造“人无我有，人有我优”的品质以及专、精、特、灵的差异化市场战略。地方政府、行业协会应根据“品牌电商化，电商品牌化”的市场认知趋势，加强宣传自身特色，推动农民网商提高品牌意识，积极培育一批有核心竞争力的骨干品牌电商，力争在区域竞争中占据有利地位。加强行业自律，规范市场经营、打击恶性竞争、控制产品质量；积极打造集体品牌，实施品牌化战略。

2. 以品牌求发展，以名特优取胜

农村电商网店以模仿性设计居多，仅仅是简单的二传手，同质化、低端化服务显著，导致产品竞争优势不强，未来农村电商的发展需通过自主创新，培育自己的品牌，

3. 大力培养和引进农村电商人才

当前多地凸显的人才瓶颈已经制约了淘宝村的进一步发展，优秀的农村电子商务带头人，在淘宝村形成过程中起着关键的作用。要从战略高度注重农村电商专业人才



物流网络背后的核心是大数据运算下的商业应用，仓储、干线运输、落地配资源，以及在此基础上运营的统一的服务标准、信息系统。通过打通跨境、快递、仓配、农村、末端配送五个链条的信息流、物流，形成智能网络。



物流配送是实施电子商务的根本保障，完善农村物流体系是淘宝村成功与否的关键所在。

的引进和培育，优化各项激励政策，调整地方高校专业结构，官一校一企一村联合共建电子商务专业培养机构和实习培训基地；鼓励农村在校大学生通过互联网创业，打破农村电商与专业人才之间交流与合作不足的障碍。联合有关电商教育培训机构、电子商务企业，定期开展淘宝村电子商务的平台使用、农产品网上经营策略和技巧培训，提高农民电子商务的应用能力，引导农民走集约化、品牌化和生态化的电商发展道路。

4. 加快完善农村物流体系

物流配送是实施电子商务的根本保障，完善农村物流体系是淘宝村成功与否的关键所在。积极建设物流中心、配送中心和运输站等设施，

加强交通运输、商贸流通、农业、供销和邮政等部门以及电商、快递企业同相关农村物流服务网络和基础设施的实现对接共享，构建完善的物流基础设施和物流网络。提高物流系统的信息化水平，对电商产品的供求、交易和价格等信息的进行收集整理、分析和结果，通过电子商务平台让物流双方掌握及时、准确的信息，减少产品在各物流环节中的信息盲目性。引导第三方物流发展，提高物流专业化水平。积极整合物流园区、物流中心和淘宝村电商的经营者，建立广阔的物流信息平台，实现物流配送信息共享，加强物流公司之间的合作，以规范物流配送服务水平，提高物流配送效率。🏠