



“农业发展银行杯”  
2016 大学生暑期社会实践

福建省农村电商平台对农产品  
的生产、销售影响调研报告  
——以福建省福州闽侯及泉州安溪为例

学    校：福建江夏学院  
院    系：金融学院  
团队成员：苏锦彬、尤茹松、江坪惠、苏义清、  
            高哲、陈帅玉、陈净莲  
指导教师：邱全俊

2016 年 8 月 20 日

# 目录

摘要 .....	3
一. 调研概述 .....	3
(一) 调研背景 .....	3
(二) 调研基本情况 .....	3
1. 调研主题 .....	3
2. 调研目的 .....	3
3. 调研地点 .....	3
4. 调研方式 .....	3
(三) 调研流程 .....	3
二. 福建省农村电子商务平台发展的现状分析 .....	4
三. 农村电商平台对农产品的生产、销售影响 .....	12
四. 福建省农村电子商务的促进因素分析 .....	13
五. 福建省农村电子商务发展中存在的问题 .....	15
六. 针对农村电子商务发展中遇到的问题所提出的建议 .....	16
七. 总结 .....	17
八. 附录 .....	19
(一) 调研问卷 .....	19
(二) 调研数据 .....	22
(三) 活动日志 .....	27

# 福建省农村电商平台对农产品的生产、销售影响调研报告

## ——以福建省福州闽侯及泉州安溪为例

### 一、调研概述

#### (一) 调研背景

我国农业规模庞大，农产品和农资交易都在万亿元以上规模。政策东风频吹之下，各路行业巨头也已经瞄准了农村电商这块潜在规模超万亿元的大蛋糕。

京东、苏宁、阿里等互联网及零售巨头不断加快推进其下乡之路。其他诸如“赶街网”、“一亩田”、“乐村淘”、“淘实惠”等专注于农产品交易的农村电子商务平台也在农村电子商务市场不断攻城略地。但这些农村电子商务平台对于农业的发展会带来何种影响，以及这种影响有多大，各类文章众说纷纭。

有鉴于此，本小组通过对福建省农村电商平台的实地调研，有助于认清农村电商平台在福建省的发展现状，了解其对农产品生产和销售带来的利弊，从而提出针对性的建议，为促进农商电子商务平台和农村经济的健康发展提供一个参考。

#### (二) 调研基本情况

1. 调研主题：福建省农村电商平台对农产品的生产、销售影响
2. 调研目的
  - (1) 了解农村电子商务平台的发展现状
  - (2) 了解农村电子商务平台对农民生产销售的影响
  - (3) 了解农村电子商务在发展中遇到的问题及分析原因
  - (4) 了解现有相关政策对农村电子商务平台的扶持情况
3. 调研地点
  - (1) 福建省福州市闽侯县厚德农场
  - (2) 福建省泉州市安溪县茶都
4. 调研方式
  - (1) 走访各村庄了解情况
  - (2) 走访各家个体营业店了解情况
  - (3) 向走访地区农户发放问卷

#### (三) 调研流程

- (1) 2016年7月6日至17日我们小组成员共同完成制作了本次的调查问卷
- (2) 2016年7月20日我们团队于福州闽侯县集合对调研的有关事项的准备进行商议
- (3) 2016年7月21日我们前往福州市闽侯县厚德农场进行走访
- (4) 2016年7月22日我们对当地农民进行了问卷的发放与面谈
- (5) 2016年8月5日下午我们来到了泉州市
- (6) 2016年8月6日我们来到了泉州市安溪县茶都进行走访

- (7) 2016年8月7日我们对安溪县茶都茶叶店进行了走访面谈及问卷的发放
- (8) 2016年8月8日我们向当地的农民进行了问卷的发放与面谈

## 二、福建省农村电子商务平台发展的现状分析

为了解福建省农村电子商务平台发展的现状，我们选择问卷调查的方式，对福州市闽侯县、泉州市安溪县及其他福建地区的人们进行调查。以农村电子商务平台发展现状调查问卷表为基础，在各个地区共发放问卷 257 份，收回 257 份，回收率达到 100%。在所有有效问卷中，男性 104 份（占 40.47%），女性 153 份（占 59.53%）。20 岁及以下 80 份（占 31.13%），20 至 40 岁 154 分（占 59.92%），40 岁以上 23 份（占 8.95%）。问卷调查对象的福建民众群体结构合理、完整，数据真实可靠。

通过对调查问卷表的数据整理分析，我们发现，被调查的大部分人对于电子商务平台的发展持以支持的态度；被调查的人在电子商务平台上进行农产品的销售与购买的比例占据较大，且在交易过程中信任是最大的关键；农村电商平台的潜在客户群体庞大，做好推广与宣传，能为农产品的网上销售带来提升；政策扶持对农村电子商务平台的发展有很大的推动力，而大品牌的引领也能促进农村电子商务平台的健康快速发展。

### （一）农村电子商务平台的使用情况

我们统计了生产者和消费者对于农村电子商务平台的使用情况，情况分别如图 1 和图 2

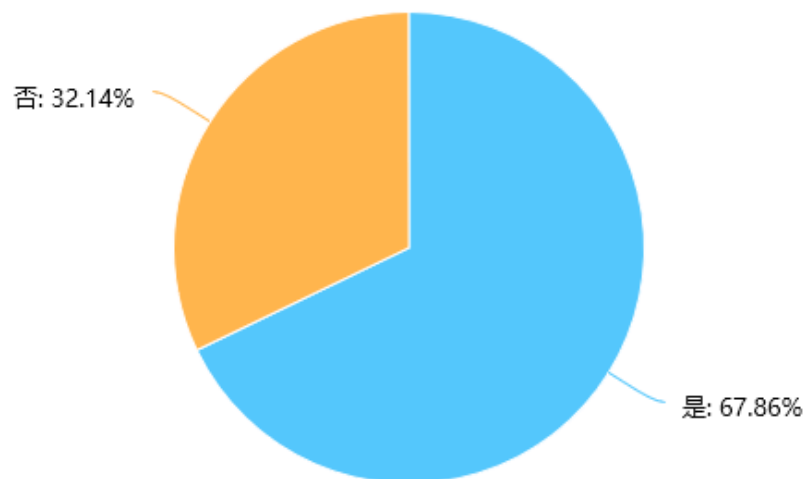


图 1: 是否在农村电子商务平台上销售农产品

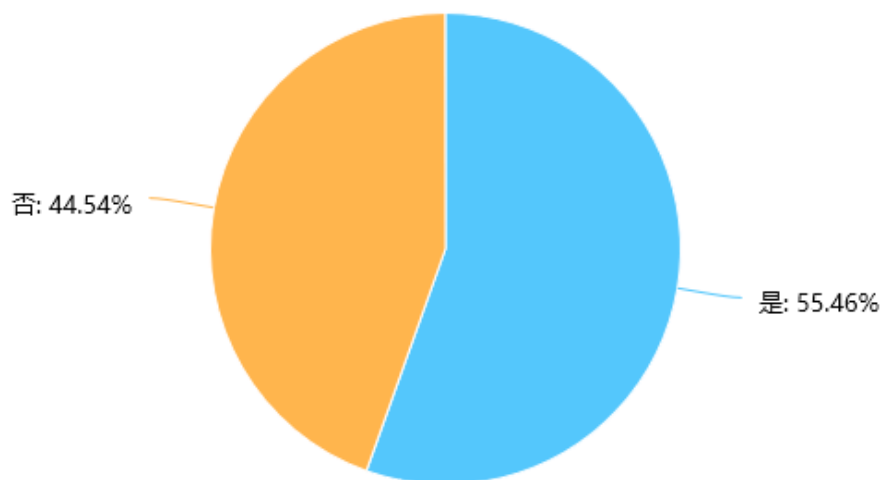


图 2:平时是否有进行网上购买农产品

如图 1 所示,在参与调查的人群中有 67.86%的农民曾在农村电子商务平台上进行农产品的销售。同时,图 2 也显示了参与调查的人中有 55.46%都有在网上进行购买农产品的行为。这说明农村电子商务平台在农民中的接受程度和认可程度较高,发展情况良好。

但是还有 32.14%的农民未使用电商渠道进行销售,这表明了网上销售的依旧存在着一定的困难。并且占有 44.54%的人群不愿意在网上购买农产品也显示了网上的销售有阻碍因素。那么这两者所受到的限制是什么呢?我们对这部分人群也进行了调查,情况如图 3 和图 4

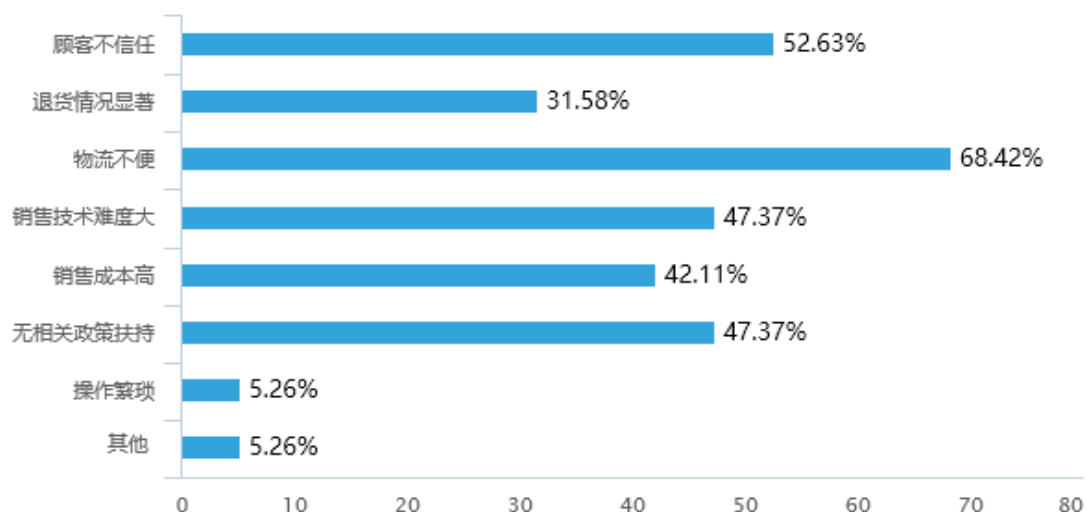


图 3: 网上销售所遇到的困难因素情况

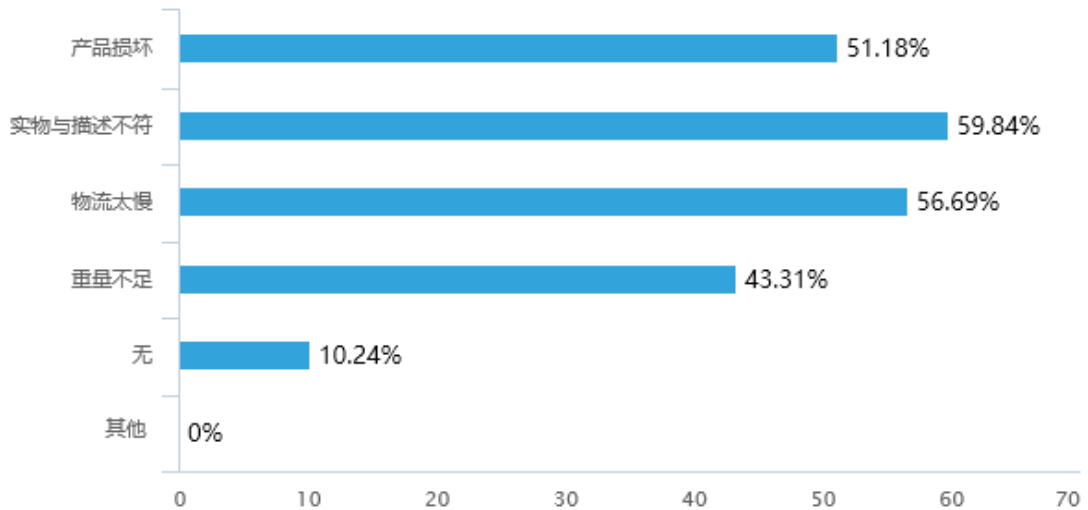


图 4：网上购买农产品的过程中遇到哪些问题

通过图 3 可以看出,在网上销售过程中,“物流的不便”这个因素占据了 68.42% 的比例,同样的在图 4 中网上购买中“物流太慢”的因素也占据了 56.69% 的比例。这说明了在电商的发展中,物流起着很重要的作用,农村地区居民的网上购物热情越来越高,农村物流需求不断扩大。农村地区的物流发展水平没有城市高,交通的不方便,地区的偏僻都会限制物流的发展,若能使物流通向每一个乡镇或农村,必将促使电商的快速发展。

另外,图 4 中“实物与描述不符”、“产品损坏”也分别占据了 59.84% 和 51.18%。这也再次说明了产品在运输过程中存在的问题,物流时间长、运输过程中物件的磕磕碰碰都会对产品本身造成损害。因此,物流速度也是一个重要的限制因素。

## (二) 农产品的网上销售及购买情况

不同类型的农产在网上销售情况是否一样? 是否存在着差别? 我们针对这些问题进行了调查, 调查情况统计如下

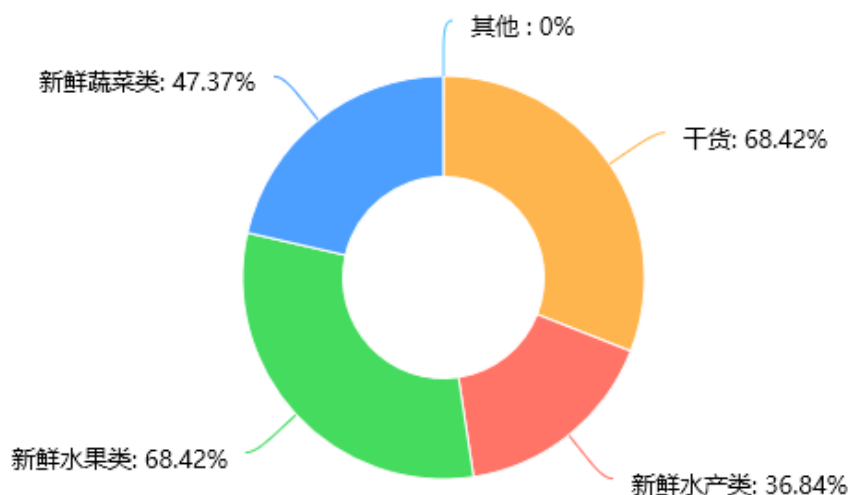


图 5:不同类型农产品的网上销售情况

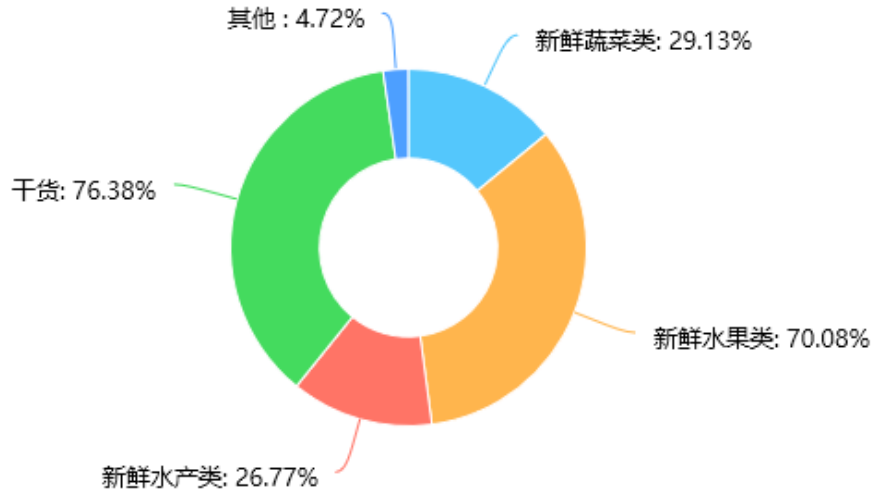


图 6: 不同类型农产品的网上购买情况

从图 5 和图 6 显示的结果可以知道，在网上销售农产品的或有网购农产品人群中，所销售或购买品类最多的是干货，分别占 68.42%和 76.38%。其次是新鲜水果类，分别占 68.42%和 70.08%。然后水产与新鲜蔬菜类所占比例差不多。

由此看来，进行网上销售农产品的农民中和参加网购农产品的消费者中，销售与购买最多的都是干货这种比较容易保存及运输的产品以及新鲜水果类。

### (三) 农产品的网上销售带来的影响

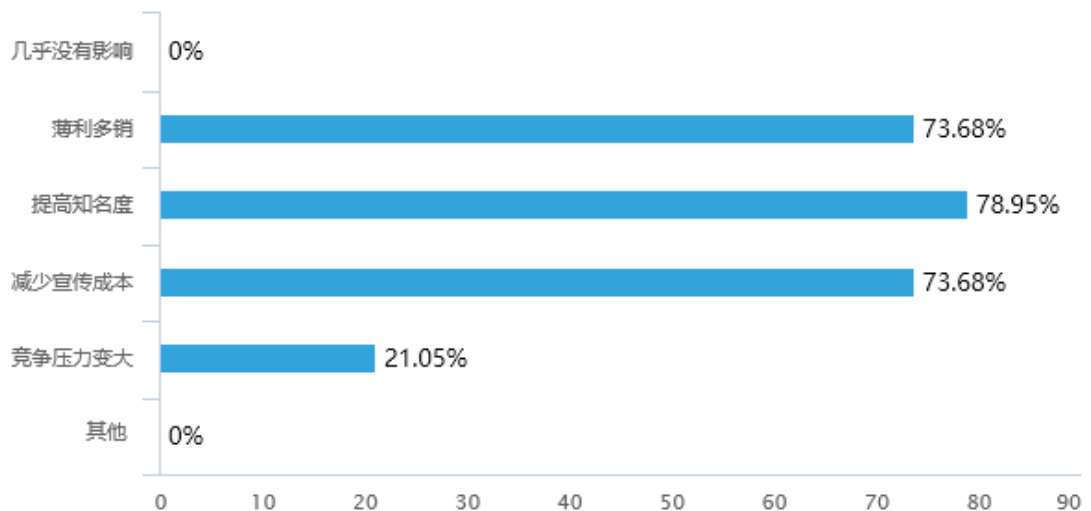


图 7: 网上销售的影响

对那些有在网上进行销售农产品的人群中调查发现，大部分人认为网销对自身店铺的知名度有着很明显的提升，选择率达到 78.95%。而认为宣传成本得到了减少和利用网上进行薄利多销的人群都占到了 73.68%。21.05%的比例也显示了网上销售会带来竞争。但是总体来说网上销售所带来的积极的影响肯定了农村电子商务平台的高速发展的必然性。

#### （四）不进行网上购买农产品的原因

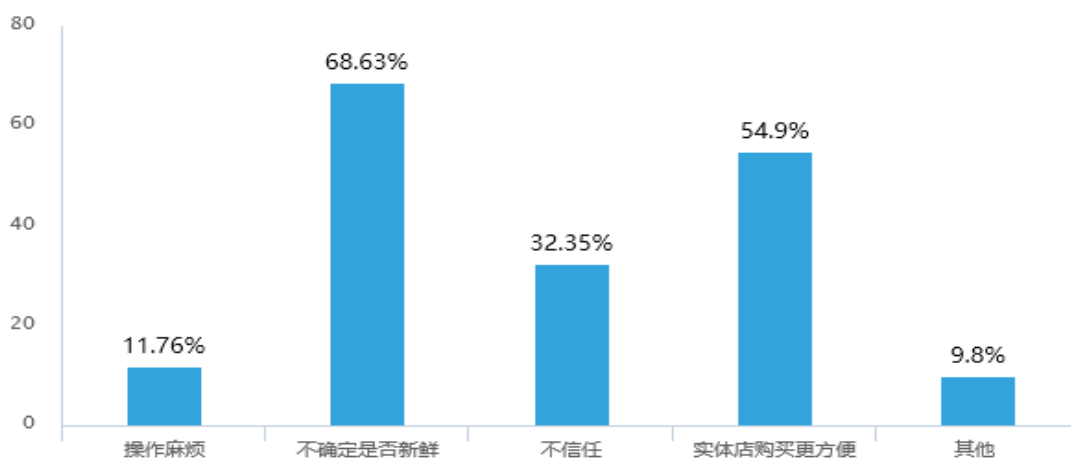


图 8：不进行网上购买农产品的原因

从图 8 中的调查数据中可以看出：不确定农产品是否新鲜是不进行网上购买的主要原因，占有 68.63%。这也反应了干货这种易保存产品在网上销售与购买中占据主要地位的原因。实体店购买更方便占到了 54.9%，说明了农产品的传统销售模式在农村地区还是占据着比较大的比例，实体店购买方便自然不必进行网上购买。“不信任”和“操作麻烦”也限制了人们进行网上购买，分别占有 32.35%和 11.76%。说明了电商平台的信誉度和界面的操作简化有待提高。

#### （五）了解农村电商平台的渠道

我们分别在消费者和生产者中调查了他们是通过哪些渠道了解到农村电商平台的，情况如图 9 和图 10



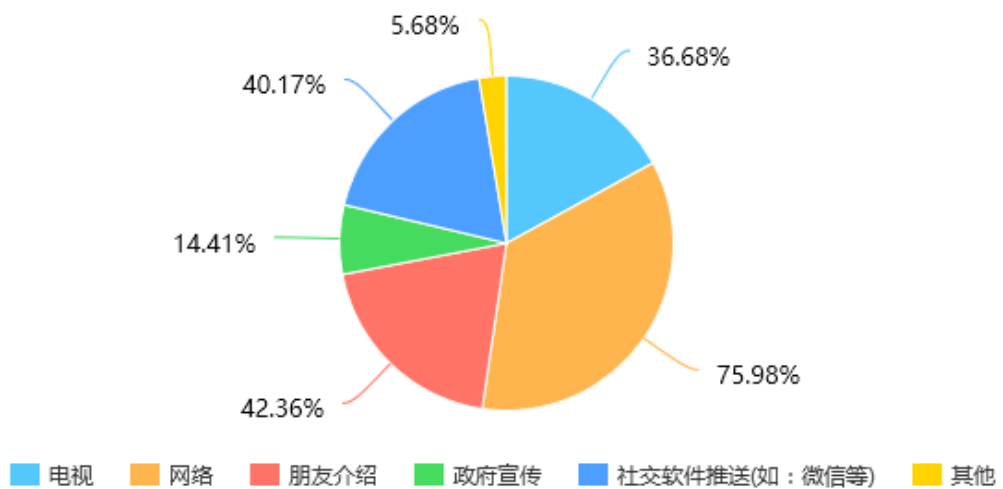


图 9:消费者了解农村电商平台的渠道

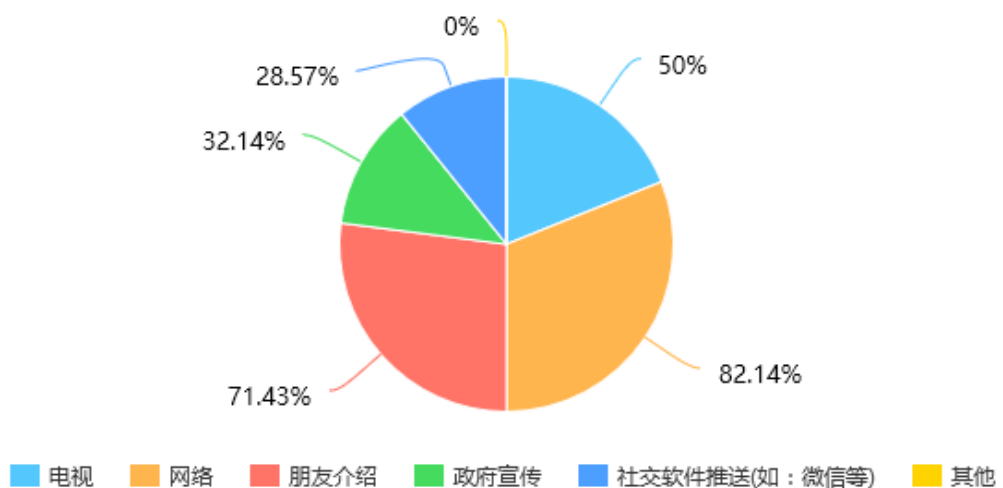


图 10:生产者了解农村电商平台的渠道

从图 9 和图 10 中可以共同体现出,不管是消费者还是生产者对农村电商平台的了解大多数都是通过网络渠道了解的,分别占了 75.98%和 82.14%。如今网络覆盖地区广泛,大多数人都能上网,因此对于农村电商平台的推广和宣传网络是一个十分有效的方式。

图 10 中,生产者的了解渠道中政府宣传占据了 32.14%,明显比消费者的 14.41%多。福建省许多农村电商发展较好的地区都有政府的扶持和政策的支持,因此政府在生产者中对农村电商平台的推广扮演了一个重要的角色作用。

#### (六) 农村电商平台的改进空间和群众的倾向模式

我们对于使用农村电商平台的用户进行了调查,从中去寻找他们所期望农村电商平台的提升地方,以及他们更愿意接受哪一种农村电子商务模式去进行经营

销售。

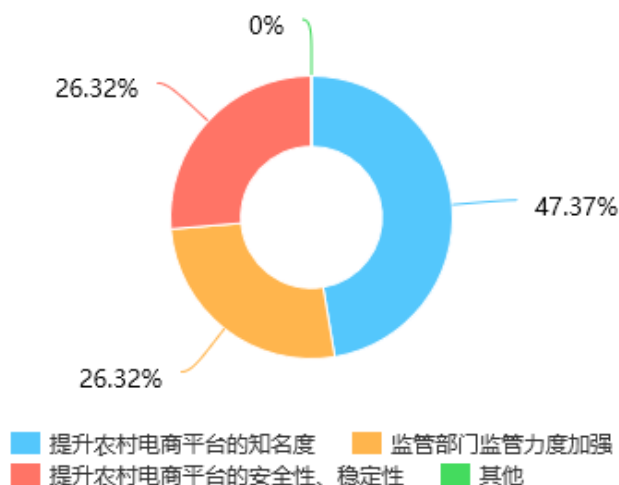


图 11: 农村电商平台的改进空间

从图 11 中，参与调查的用户中，希望提升农村电子商务平台的知名度的占据了 47.37%，这说明了用户在使用农村电子商务平台的时候比较看重该平台的知名度，平台知名度的越大，越吸引人们入驻平台去进行销售，因为这在一定程度上平台知名度越高越能吸引消费者的目光，自然会有跟多的人群原因入驻该平台。

其次，平台的安全性、稳定性的提升和监管部门的监管力度的加强，也分别都占有了 26.32%。这体现了平台在用户体验上也是一个让用户注目的地方，而监管力度的加强更是对农产品本身的质量、真实要求较高，可以防止一些假冒品牌农产品销售，维护自身利益。

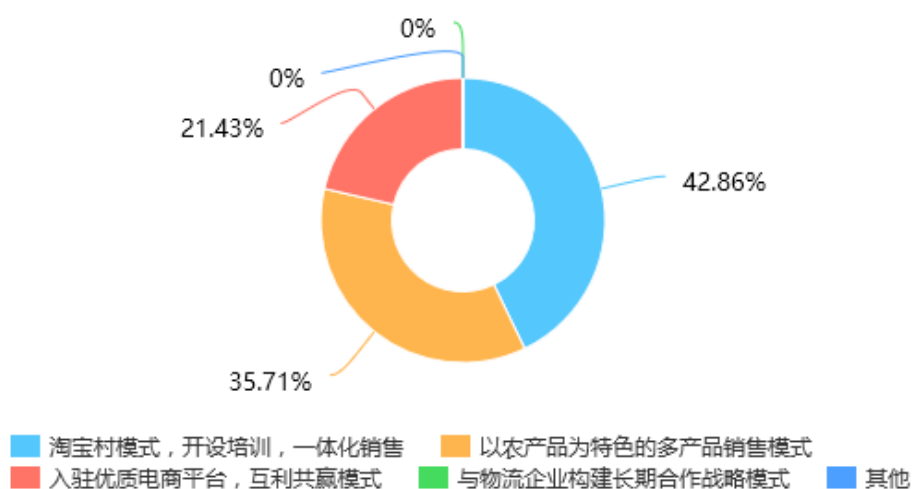


图 12: 农村电子商务模式的倾向

从图 12 可以看出，人们比较愿意接受以淘宝村模式，开设培训，一体化销售这种形式，占到了 43.86%。福建省在 2014 年与阿里巴巴开展战略合作，成为继浙江、广东后全国第三个与其合作推进“千县万村”计划的省份。“淘宝镇”、“淘宝村”发展势头良好，龙岩培斜村和泉州安溪灶美村 28 个行政村入选“中国淘宝村”，全国排名第三。再加上淘宝村项目有开设培训，指导农民如何进行网上销售，更得农民的喜爱。

以农产品为特色的多产品销售模式和入驻优质电商平台，互利共赢模式分别占有 35.71%和 21.43%。而与物流企业构建长期合作战略模式却没有人选择，这说明了农民更愿意借助现有的一些平台去进行网上销售，而不希望自主去构建电子商务平台再来销售，因为这其中投入的成本和精力也是很大的。

### （六）群众对农村电子商务平台发展的态度

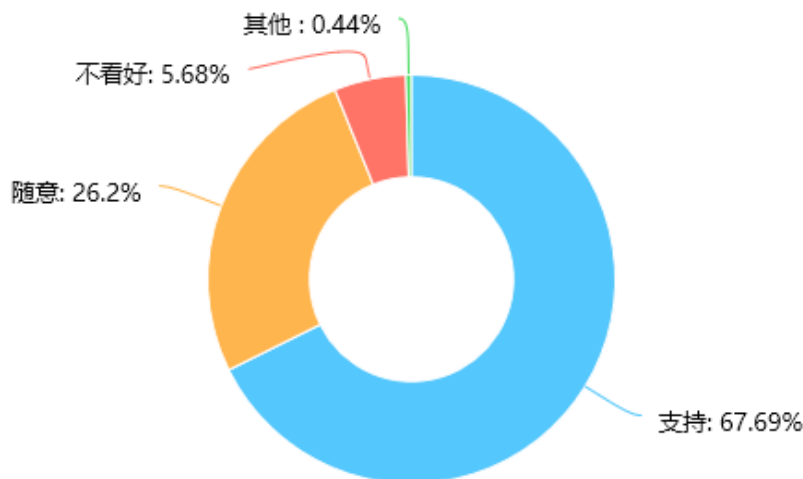


图 13: 农村电子商务平台发展的群众支持态度

从图 13 中可以很明显的看出，群众对于农村电子商务平台发展的支持度达到了 67.69%的支持度。这说明大多数人都看好农村电子商务平台的发展，其发展空间很大。若发展的好即可为平台本身带来利益也可为广大农民带来利益。

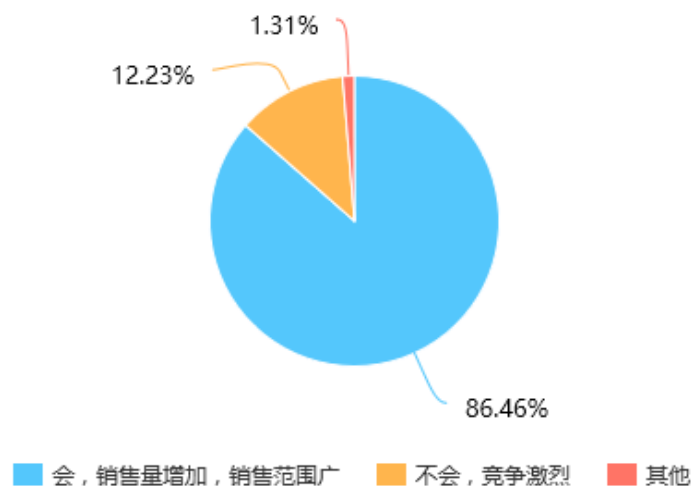


图 14：农村电子商务平台是否有利于农产品的销售

图 14 的数据可知，群众对于农村电子商务平台是否有利于农产品的销售这一问题上，高达 86.46% 的人认为会增加销售量且也会扩大销售范围。这一点表明了农村电子商务平台的潜在用户很大，做好宣传和推广必定会吸引更多的农民入驻平台，实现双赢。

### 三、农村电商平台对农产品的生产、销售影响

据中国电子商务研究中心《2015 年度中国网络零售市场数据监测报告》监测数据显示，2015 年全国网络零售市场交易规模占到社会消费品零售总额的 12.7%，较 2014 年的 10.6%，增幅提高了 2.1%。交易规模达 38285 亿元，相比 2014 年的 28211 亿元，同比增长 35.7%。其中 2015 年农村网购市场规模达 3530 亿元，相比 2014 年的 1817 亿元，同比增长 94.3%。预计到 2016 年将达 4675 亿元。

数据表明了中国的网络零售市场需求在不断的扩大，农村网购市场也不断扩大，带动了农村电商平台的发展。面对农村网购市场的需求，农村电商平台的推广，农产品会受到什么样的影响呢？我们从生产和销售两个方面进行了分析。

#### （一）农产品的生产类型和生产规模

农作物的生产除了气候、地形、土壤等自然因素的影响外，也受人为因素的影响。农村电商平台的发展影响着农民对农作物生产规模和种植种类的选择。我们从走访中发现，对于电子商务对农产品的价值而言，并非所有的农产品都适合电商这种销售模式，就现阶段的许多农产品而言是行不通的，并不是所有的农产品都适合电商。

通过调查和走访了解到，附加值高的或者干货类的农产品非常适合做电商。例如：牛奶、菇类、茶等。所谓高附加值是指在产品的原有价值的基础上，通过生产过程中的有效劳动新创造的价值，即附加在产品原有价值上的新价值。这类农产品的价值高，销售利润高，农民可以接受在此类农产品在物流运输中产生的费用。而干货物流的运输上具有先天的易保存、非生鲜优势。电商渠道能为这类

的农产品的销售带来提升，因此农户就愿意扩大生产规模，经营此类农作物。或者改变以往的生产类型，积极的投入到此类农产品的生产中，进而农作物的产量自然提高了。

## （二）特殊农产品的产生和销售

农村电商平台作为一种销售平台，本身就为农产品的销售提供了一条全新的路径，不仅可以增加销售量，也能扩大销售范围。中国地域辽阔，每个地方生产不同的农作物。为了满足跨地域的人群的需求，农村电商便成为了一个实现供求对接的平台。

在走访中我们发现，除了一些需求集中的大众产品外，一些比较特殊的、需求分散的小众产品，比如准妈妈做月子吃的土鸡蛋，传统渠道很难买到，而农户也很难卖出去，主要原因是供求信息的不对接。此类农产品由于需求过度地区分散、需求时间不定等因素，导致销售利润难以维持以店面形式的经营，并且在传统渠道很难有效的流通，但现如今电商平台销售就很好的解决了这个问题，这就使得农户更有积极性是生产或种植该类产品。我们所调研的闽侯厚德农场所生产的土鸡蛋就是利用网络进行销售，从而扩大了销售量。所以，农村电商销售和传统经营方式更多的是一种互补的关系。

## 四、福建省农村电子商务的促进因素分析

在互联网+热潮影响下，农村电子商务的兴起，密切了农村与城市之间的市场联系，推动了农村经济的发展，大批农民工返乡就业，促进农民增收，提高农村经济水平。农村电子商务的发展是一项系统工程，政府、企业、农户、网络平台各要素缺一不可。为此，我们通过查阅资料及实地采访的方式，从政府政策扶持、品牌电商入驻、物流业的发展三方面了解其对农村电商的促进作用。

### （一）政府政策扶持情况

福建省最新的关于扶持农村电子商务发展的政策是于2016年8月正式出台实施的《福建省推动农村电子商务发展行动方案》，《方案》提出，争取到2018年，构建网货下乡、农产品进城的网上通道，农村网购网销快速增长，全省农产品网络销售额达600亿元；具体措施包括：开展电子商务进农村综合示范活动、鼓励农产品上网拓展市场、建设闽农货网上专业市场。由此可看出，未来几年福建省的农村电商发展前景巨大，众多电商将涌入农村地区，政府在这中间的引领作用重大，做好农村电商的发展，必将使得未来的农村经济高速发展。

我们所走访的泉州安溪县，安溪铁观音销售占全国茶叶电商销售总额42%，前5大茶叶专业电商网站中，福建省有4个，电商占有率稳居全国第一。

安溪铁观音茶叶经销商以中国茶都茶叶批发市场的1860家实体店为基础，推行实体店铺+网店实名制，打造品牌，形成安溪铁观音茶叶网购商城。在我们走访的多家店铺中，大多数店铺都是电商供货配送中心，他们本身并不直接利用电商平台进行销售，而是把包装好的茶叶以集装箱的形式送至电商处。形成农户到店铺到电商再到客户手中的这样一条销售链。2014年，安溪县政府出台《加快电子商务发展实施意见（试行）》，鼓励茶叶电商企业入驻安溪行政金融中心，并对入驻企业在融资、财税等方面进行重点扶持。为了避免同质化内耗，加强质量保证，又出台《安溪县电子商务监督管理暂行办法》，规划电商市场。

## （二）大品牌电商入驻农村

依靠知名电子商务平台开展电子商务活动，是电商销售中的一种重要模式，如利用淘宝网这样的 C2C 电子商务网站，农户可以直接在网上销售产品。

福建省政府与阿里巴巴开展战略合作，推进“千县万村”计划。围绕电子商务、云计算和大数据、“互联网+”其他领域和推动“信用福建”等四大方面开展合作。京东、苏宁等大型电商平台也都将农村视为未来业务增长的新引擎，纷纷抢占农村市场，有力提升了农村信息化服务水平，带动了大量农民从事网络销售。

我们调研的泉州安溪县中就有包括福林村、翰卿村、翰苑村、新楼村、尤俊村、灶坑村、灶美村 7 个村被评为“淘宝村”。这些农村电商的良好发展正是借助了淘宝这个知名的电子商务平台进行的，淘宝入驻农村，为农民提供技术支持，指导着农民在淘宝上的销售。2015 年中国品牌价值评价结果中，“安溪铁观音”以 1401.38 亿元的品牌价值，位列全国茶叶类地理标志产品首位。一个好的电子商务平台拥有广大的消费者，消费者信赖这个平台，自然也愿意在平台上购买产品。总的来说，大品牌电商的支持为农村的农产品销售带来了提升，促进了农村经济的发展。

## （三）物流业在农村地区的发展

随着农村电子商务的蓬勃发展，催生并带动了物流业在农村地区的快速发展，在电子商务交易比较集中的乡镇，汇聚了全国各大快递业和物流企业。农村电子商务平台要发展得好，物流水平也是决定因素之一。

福建省是电子商务与物流快递协同发展中央 5 个试点省份之一。EMS、申通、快捷、顺丰等快递公司、第三方物流配送公司将在福建实现全省“无盲区”，电子商务平台的发展将带动物流发展需求，反过来物流的发展也能促进电子商务平台的完善建立。

# 五、福建省农村电子商务发展中存在的问题

## （一）农民对电子商务的认识不足

我们经过访谈发现，受农村发展落后等因素的影响，农民的思想观念较为保守，自身文化水平不高。因此，一方面在接受新鲜事物上存在一定的难度，农村电商作为近几年出现的新鲜事物，在农村的推广发展自然存在一定的困难。另一方面，农民对互联网、电子商务的认识和学习也相对比较落后。

通过与当地农民交流，发现他们更习惯于传统的交易方式，既“一手交钱，一手交货”。对于现在的网上销售、网络支付等这种虚拟钱币交易方式并不是很能接受。再加上网上支付存在着一定的风险，以及网络诈骗的存在，导致农村电商交易的安全系数不。农民收入本身就不高，所以难以承受由此可能会带来的损失和风险。所以电商在农村的发展运用受到了一定的阻碍。

## （二）农村电商人才缺乏

农村电商作为现代的一种新型交易方式，虽然具有便利性，但是仍需要一定的网络技术、支付技术。我们走访了中我们发现，大多数农民的文化程度较低，缺乏文化和网络学习基础，不能很好地运用现代网络技术，这给农村电商推广带来一定的困难。

农村本身培养电子商务人才的条件就有限，而走访中接触到的一些年轻人，他们虽然懂得电子商务技术，但是却不愿意到农村去，这就使得农村电商人才严重匮乏。所以目前农村电商发展遇到的一个重要瓶颈就是人才的匮乏，因此福建省在人才上如何培养既精通计算机操作和现代网络技术，又熟悉农产品贸易相关知识的人才，这将是当前农村电商健康发展需要解决的一个大问题。

### **(三) 农村物流体系建设不完善**

从我们走访的一些农村地区中发现，农村交通相对落后、物流网络不够发达，这造成了农村电商在物流配送方面遇到困难。虽然近年来，国内快递业发展迅速，如顺丰、申通、圆通等民营快递企业迅速发展，改变了原本中国邮政一家独大的局面。但是在经过与当人民的交流，了解到除了邮政外，大多数的民营快递只能覆盖到县或者镇一级，镇下的乡村无法送达，哪怕是邮政，有些地方也只能送到县镇一级。而且农产品对时间和保鲜的要求远远高于一般的商品，目前普通的物流并不能满足农产品在物流中保鲜、冷藏、冷冻等技术要求，以及由此带来的昂贵的物流成本也阻碍了农产品电子商务的发展。

在这种情况下，有些地区即便是有产品，有电商的需求，也没办法得到满足。农民虽然生产出了产品，但是却无法通过物流运输出去，农村电商就没办法顺利进行。物流是农村电商的支撑力量，完善农村物流，加强物流配送，是农产品电子商务发展中急待解决的问题。

## **六、针对农村电子商务发展中遇到的问题所提出的建议**

农村电商对农作物的生产与销售具有十分有效的促进作用，因此发展电商能够带动农村经济的发展，但是在农村电商发展过程中存一些问题，所以我们提出如下建议

### **(一) 政府政策支持加强**

1. 政府应为农村电商的发展创造良好的环境，制定积极的农村电商政策，提高农村电子商务经营的积极性，鼓励当地农民入驻农村电商平台进行农产品网络经营。

2. 根据地方农村电子商务发展的需求，投入一定的财政支持。安排资金用于农村电子商务平台、产业基地、村级电子商务服务站等基础设施的建设。

3. 农村电子商务企业向农民进行产品销售和收购的，或者农民通过自己开设的网店等进行农产品销售的，政府可以给予免税或者减税等优惠政策。

4. 建立一些技术服务咨询点，为不懂电商、不懂网销的农民提供服务提供技术咨询和指导。

### **(二) 建立覆盖广大农村地区的现代物流体系**

1. 农村电商发展初期就应该逐渐完善物流配送网络。将物流网覆盖到该地区的每一个农村地区，为农民的寄送和领取物件提供快捷的网点。在特别地区可以设立农产品优先配送的政策，这样将大大提高物流的速度，也能保证农产品的新鲜。

2. 除了加快物流速度，也应提高农产品的包装技术，配送过程中的储存技术，这样能降低农产品在配送过程中的损坏概率。

3. 考虑到物流成本，可以由多家电商建立合作系统，可以由最近的电商来负责送货上门。这样不仅能够降低物流送货成本，也能保障及时将商品送到客户手中，提高服务质量。

### （三）加强农村电商人才的培养

1. 对农村中有知识的农民开展电子商务专业化培训，为农村电子商务的发展提供人才支撑。

2. 聘请一些成功的电商人员进行指导，讲解农村电商的各项业务流程及他们的成功经验。同时，可以成立农村电商行业协会，加强各电商企业经营人员之间的沟通交流与学习。

3. 政府可以制定对电子商务专业的毕业生返乡创业扶持的相关政策，为大学生就业提供新选择，弥补农村电商人才不足的窘境。发挥本土技术人员的优势，让农村成为电子商务发展的沃土。

### （四）农村电商品牌文化的建设

（1）实现农村电商品牌化，形成市场竞争力，产生规模效益，不断扩大市场份额。形成特色农产品的规模化和标准化，促进农产品在整个生产环节的资源整合。

（2）利用品牌引领作用，与阿里、京东、苏宁等大品牌电商建立电商项目，制定农村电子商务发展战略。

（3）满足不同消费者个性化消费需求，迎合消费市场需求的多样性。适应消费者个性化需要的农产品，才能在农村电子商务平台上得到消费者的青睐。

## 七、总结

从调研分析结果上看，目前福建省农村电子商务发展良好，农村电子商务平台在农民中的接受程度和认可程度较高，有巨大的发展潜力。农村电商平台有助于农民农产品的销售，不仅提升了销售量，也扩大了销售范围，还激励农户的生产积极性，对农村的生产销售都具有十分有效的促进作用。但是，现在农民对电子商务的认识不足和农村电商人才的缺乏、农村物流体系建设不完善是阻碍农村电商发展的主要因素。加大政府政策的扶持力度、建立覆盖广大农村地区的现代物流体系、加强农村电商人才的培养、构建农村电商品牌文化可以有效的促进农村电子商务的快速发展。

在此次的调研过程中，我们的团队收获很大，对自己团队的表现也比较满意。首先，我们团队的分工明确，使得调研过程进行得很顺利。其次，我们在调研之前，制定了比较好的走访路线，让走访有了很明确的目的性，也节约了时间。最后，我们走访了许多电商和农民，能很明确的了解他们对农村电子商务平台的看法与建议，这为我们的调研收集到了丰富的第一手资料。但是我们在过程中也存在不足的地方，一是我们没能直接访问到政府的相关部门人员，没能从政府的角度上去了解到农村电商的一些发展情况；二是在实践过程中遇到碰壁等情况时没有好好的调整情绪，使得走访热情逐渐降低。这都是我们有待进一步提高和完善的地方。



## 参考文献

- [1] 张传秀, 农村电商发展中的问题与对策[N]. 中共青岛市委党校青岛行政学院学报, 2016 (1) 2016
- [2] 林中燕, 郑大川, 张晨画. 2015 年福建省电子商务学科发展研究报告[R]. 福建: 闽江学院科协 闽江学院互联网创新研究院.
- [3] 钟舜丹, 何均琳. 福建农产品电子商务发展现状与对策思考[J]. 台湾农业探索, 2015: (5): 43-47.
- [4] 吴乔·康. 福建农村电子商务发展态势分析[J]. 物流技术, 2015, (34): 54-56.
- [5] 曹建平. 浅析我国农村电商发展现状与对策 [J]. 北方经贸, 2015. (5): 70-71 .
- [6] 王辉, 何宇鹏. 农商产业联盟: 农产品电商升级版[J]. 中国经济报告, 2015(6).
- [7] 张颖川. 农村电商加快发展给物流业带来的影响[J]. 物流技术与应用, 2015 (10) :92-96.
- [8] 冯佳. 基于 C2C 电子商务模式的农村物流发展体系构建[J]. 商业经济研究, 2015 (8) :40-41.
- [9] 福建省人民政府办公厅. 福建省人民政府关于进一步加快电子商务发展的若干意见  
[EB/OL]. <http://e.cntv.cn/2016/05/03/ARTID8acWx1K1H41mGsbPUCY160503.shtml>.
- [10] 中国电子商务研究中心. 福建省推动农村电子商务发展行动方案  
[EB/OL]. <http://b2b.toocle.com/detail--6268317.html>.

## 八、附录

### (一) 调研问卷

您好，本问卷是由福建江夏学院金融学院暑期社会实践调研小组编制，此问卷旨在了解现阶段农村电商的发展情况以及大众对于农村电商的了解。恳请您用几分钟时间帮忙填答这份问卷，本问卷实行匿名制，所有数据只用于统计分析，请您放心填写。您的配合将有助于对农村电商发展的深入了解与分析，感谢您的合作！

# 农村电商发展问卷

- 1、您的年龄  
A. 20岁及以下    B. 20~40岁    C. 40岁以上
- 2、您的性别  
A. 女            B. 男
- 3、在生产消费过程中您是？  
A. 生产者（跳转至4）    B. 消费者（跳转至12）
- 4、您是否借助农村电商平台在网上销售农产品？  
A. 是            B. 否（跳转至9）
- 5、您网上销售的农产品是什么？（多选题）  
A. 新鲜蔬菜类    B. 新鲜水果类    C. 新鲜水产类    D. 干货  
E. 其他 \_\_\_\_\_
- 6、网上销售给您的带来了什么影响？（多选题）  
A. 几乎没有影响    B. 薄利多销    C. 提高知名度    D. 减少宣传成本  
E. 竞争压力变大    F. 其他 \_\_\_\_\_
- 7、网上销售中您遇到了什么困难？（多选题）  
A. 顾客不信任    B. 退货情况显著    C. 物流不便  
D. 销售技术难度大    E. 销售成本高    F. 无相关政策扶持  
G. 操作繁琐    H. 其他 \_\_\_\_\_
- 8、您认为农村电商平台的改进空间是什么？（多选）（跳至10题）  
A. 提升农村电商平台的知名度  
B. 监管部门监管力度加强  
C. 提升农村电商平台的安全性、稳定性  
D. 其他 \_\_\_\_\_
- 9、您对于农村电子商务平台的认知是什么？  
A. 网络平台嫁接各种服务于农村的资源  
B. 便利的电子平台，利于售卖农产品  
C. 不太了解，但带来盈利  
D. 其他 \_\_\_\_\_
- 10、在您是通过哪些渠道了解到农村电商平台的？（多选题）  
A. 电视    B. 网络    C. 朋友介绍    D. 政府宣传  
E. 社交软件推送（如：微信等）    F. 其他 \_\_\_\_\_
- 11、您更倾向于哪种农村电商模式？（多选题）（跳至24题）  
A. 淘宝村模式，开设培训，一体化销售  
B. 以农产品为特色的多产品销售模式

- C. 入驻优质电商平台，互利共赢模式  
 D. 与物流企业构建长期合作战略模式  
 E. 其他\_\_\_\_\_
- 12、您平时是否有进行网上购买农产品？  
 A. 是            B. 否（跳转至 19）
- 13、您一般购买什么农产品？（多选题）  
 A. 新鲜蔬菜类    B. 新鲜水果类    C. 新鲜水产类    D. 干货  
 E. 其他\_\_\_\_\_
- 14、您过去一年在网上购买农产品的次数  
 A. 2 次及以下    B. 3~6 次    C. 7~10 次    D. 10 次以上
- 15、您过去一年在网上购买农产品的金额  
 A. 100 元以下    B. 100~299 元    C. 300~499 元    D. 500 元及以上
- 16、网上购买农产品给您带来的好处有哪些？（多选题）  
 A. 方便快捷    B. 可以品尝各地美食    C. 包装与口感好  
 D. 价格相对合算    E. 可选择性多    F. 其他 \_\_\_\_\_
- 17、您在网上购买农产品的过程中遇到哪些问题？（多选题）  
 A. 产品损坏    B. 实物与描述不符    C. 物流太慢  
 D. 重量不足    F. 无    G. 其他 \_\_\_\_\_
- 18、请问碰到以上问题您是怎么做的？（多选题）（跳到 21 题）  
 A. 差评    B. 退货    C. 要求补发    D. 退款  
 E. 投诉    F. 无    G. 其他 \_\_\_\_\_
- 19、您不进行网上购买农产品的原因？（多选题）  
 A. 操作麻烦    B. 不确定是否新鲜    C. 不信任  
 D. 实体店购买更方便    D. 其他 \_\_\_\_\_
- 20、未来是否有打算进行网上购买？  
 A. 是            B. 否
- 21、在您是哪些渠道了解到农村电商平台的？（多选题）  
 A. 电视    B. 网络    C. 朋友介绍    D. 政府宣传  
 E. 社交软件推送(如：微信等)    F. 其他 \_\_\_\_\_
- 22、您对农村电子商务平台发展的看法是？  
 A. 支持    B. 随意    C. 不看好    D. 其他 \_\_\_\_\_
- 23、您认为电子商务平台是否有利于农产品的销售？  
 A. 会，销售量增加，销售范围广    B. 不会，竞争激烈  
 C. 其他 \_\_\_\_\_
- 24、请问您对农村电商平台有哪些建议？

---



---



---

问卷结束，感谢您的支持，祝您心情愉快！

## (二) 调研数据

序号	各题回答情况						
1	您的年龄						
回答情况	20岁及以下 31.13%	20~40岁 59.92%	40岁以上 8.95%				
2	您的性别						
回答情况	女 59.53%	男 40.47%					
3	在生产消费过程中您是？						
回答情况	生产者 10.89%	消费者 89.11%					
4	您是否借助农村电商平台在网上销售农产品？						
回答情况	是 67.86%	否 32.14%					
5	您网上销售的农产品是什么？						
回答情况	新鲜蔬菜类 47.37%	新鲜水果类 68.42%	新鲜水产类 36.84%	干货 68.42%	其他 0%		
6	网上销售给您带来了什么影响？						
回答情况	几乎没有影响 0%	薄利多销 73.68%	提高知名度 78.95%	减少宣传成本 73.68%	竞争压力变大 21.05%	其他 0%	
7	网上销售中您的遇到了什么困难？						
回答情况	顾客不信任 52.63%	退货情况显著 31.58%	物流不便 68.42%	销售技术难度大 47.37%	销售成本高 42.11%	无相关政策扶持 47.37%	操作繁琐 5.26% 其他 5.26%
8	您认为农村电商平台的改进空间是什么？						
回答情况	提升农村电商平台的知名度 47.37%	监管部门监管力度加强 26.32%	提升农村电商平台的安全性、稳定性 26.32%	其他 0%			
9	您对于农村电子商务平台的认知是什么？						
回答情况	网络平台嫁接各种服务于农村的资源 44.44%	便利的电子平台，利于售卖农产品 44.44%	不太了解，但带来盈利 11.11%	其他 0%			
1	在您是哪些渠道了解到农村电商平台的？						
回答情况	电视 50%	网络 82.14%	朋友介绍 71.43%	政府宣传 32.14%	社交软件推送(如：微等) 28.57%	其他 0%	
11	您更倾向于哪种农村电商模式？						
回答情况	淘宝村模式，开设培训，一体化	以农产品为特色的多产品销售模式	入驻优质电商平台，互利共赢模式	与物流企业构建长期合作战略模式	其他 0%		

	销售 42.86%	35.71%	21.43%	0%		
12	您平时是否有进行网上购买农产品？					
回答情况	是 55.46%	否 44.54%				
13	您一般购买什么农产品？					
回答情况	新鲜蔬菜类 29.13%	新鲜水果类 70.08%	新鲜水产类 26.77%	干货 76.38%	其他 4.72%	
14	您过去一年内网上购买农产品的次数					
回答情况	2 次及以下 18.11%	3~6 次 47.24%	7~10 次 20.47%	10 次以上 14.17%		
15	您过去一年内网上购买农产品的金额					
回答情况	100 元以下 24.41%	100~299 元 31.5%	300~499 元 23.62%	500 元及以上 20.47%		
16	网上购买农产品给您带来的好处有哪些？					
回答情况	方便快捷 77.95%	可以品尝 各地美食 72.44%	包装与口 感 好 32.28%	价格相对 合 算 76.38%	可选择性 多 56.69%	其 他 0.79%
17	您在网上购买农产品的过程中遇到哪些问题？					
回答情况	产品损坏 51.18%	实物与描 述 不 符 59.84%	物流太慢 56.69%	重量不足 43.31%	无 10.24%	其他 0%
18	请问碰到以上问题您是怎么做的？					
回答情况	差 评 45.74%	退 货 41.09%	要 求 补 发 45.74%	退 款 33.33%	投 诉 32.56%	无 16.28% 其 他 1.55%
19	您不进行网上购买农产品的原因？					
回答情况	操作麻烦 11.76%	不确定是否 新鲜 68.63%	不 信 任 32.35%	实体店购买 更 方 便 54.9%	其他 9.8%	
20	未来是否有打算进行网上购买					
回答情况	是 41.18%	否 58.82%				
21	在您是通过哪些渠道了解到农村电商平台的？					
回答情况	电 视 36.68%	网 络 75.98%	朋友介绍 42.36%	政府宣传 14.41%	社交软件 推送(如： 微 等 ) 40.17%	其 他 5.68%
22	您对农村电子商务平台发展的看法是？					
回答情况	支持 67.69%	随意 26.2%	不 看 好 5.68%	其他 0.44%		
23	您认为电子商务平台是否有利于农产品的销售？					
回答情况	会，销售量 增加，销售 范 围 广 86.46	不会，竞争 激烈 12.23%	其 他 1.31%			

24	请问您对农村电商平台有哪些建议？
序号	答案文本
1	监督多一点
2	让平台的顾客信任提升
3	多一些实物图，物流快
4	政府扶持应该能发展得好一点
5	希望电商能发展得好，以后肯定会利用电商去进行销售
6	让顾客能信任电商平台，这样对于我们商家也能得到信任
7	产品质量监督严一点，老百姓购买也放心
8	没了
9	希望征服能够加大力度支持
10	保证产品质量。
11	加油完善
12	多读书，多看报。
13	提高产品可信度
14	无
15	我也不知道
16	多宣传
17	无
18	加油吧
19	可以多开发一些有用的产品，丰富老百姓的需求
20	加快运营速度，保证质量
21	没有
22	无
23	无
24	支持，带动农村发展
25	更深入推广 很有商机
26	目前没有
27	农场品不足，需要提升。
28	农产品的推销需面对大众，需真实，有效
29	提高专业知识，加强农民电商培训
30	无
31	加油加油加油
32	讲诚信
33	注重运送渠道，使消费者能尽快的收到新鲜农产品。 注重保护农产品，减少磕碰，减少添加剂，做到图实相符
34	多些宣传
35	政府加大扶持力度
36	加强监管力度
37	无
38	扩大范围，增加保质期
39	无

40	这是一条发家致富的路，可以让更多人吃到原生态食物。
41	好
42	多多让利消费者
43	好样的，加快建设！
44	没有
45	无
46	没有
47	希望越做越好 保质保量
48	多为一些贫困的农民服务，让他们有额外的收入
49	政府宣传
50	价格合理
51	现在农村电商平台的普及还远远不够，希望下一步能加大普及力度。
52	加强信誉
53	432
54	扩大规模
55	加强质量
56	包装上更细致一些减少浪费
57	加上管理，
58	诚信第一
59	加强对农村人的发展，继续努力。
60	没有
61	ffh
62	dfhh
63	ttt
64	确保质量，确保安全
65	政府出台相关法律法规，规范行业准则，督促其有效健康发展。完善准入机制。
66	扩大宣传服务大众
67	质量是第一位的，，要保证质量，
68	要讲诚信
69	挺好的方便快捷，我支持
70	做好口碑
71	政府多扶持，有专业的技术人员培训
72	立足于农村特有
73	农产品在网上销售很好很方便我喜欢
74	要保证质量，才会有回头客
75	加速
76	质量有保证
77	做好农村方面的推广，有很多农民还不了解。
78	农村对电子商务的意识欠缺，应加大电子商务的宣传力度，并提供基础设施的支持和资金扶持。
79	增加基础设施建设，配套物流建设
80	诚信经营，质量为先

81	没有
82	发送地区再广泛点
83	更加透明 保障农产品的质量（新鲜度 农药残留 生长环境等等）
84	诚信经营
85	希望在运输方面物流能加快速度，实物应与图片相一致，保持诚信经营
86	无
87	诚信为主
88	服务良好
89	多做推广



#### (四) 活动日志

(1) 2016年7月6日至17日我们小组成员共同完成制作了本次的调查问卷



(2) 2016年7月20日我们团队于福州闽侯县集合对调研的有关事项的准备进行商义

(3) 2016年7月21日我们前往福州市闽侯县厚德农场进行走访



并与农场老板黄先生进行了交谈



以下是与黄老板的访谈记录

问题一：

农村主要经营的是什么?规模如何?

黄老板：

我们农场就是主要是以蔬菜、蛋禽等为主。规模的还可以，由于季节、天气原因调节种植和养殖的规模。比如现在天气很热，禽类就不太好养。目前鸡养了一千多，我们有好几个鸡舍，最多可容五千只。农村的规模也还在扩大中。

问题二：

农场有在一些电商平台，比如淘宝，进行销售么？情况怎么样？

黄老板：

网上销售有，不过寄外地的话成本费太高了，产品也不好保鲜，而且电商推广的话也是问题。所以我们主要是通过朋友介绍，利用QQ群、微信群建立会员制，顾客主要是以家庭为主，配送的范围都不会太远，福州地区的比较多。

问题三：

农村这边寄快递方便么？

黄老板：

农场这边的话不太方便，不过我们山下有办公室，每隔几天就会上来拿一些货，然后储存在那边。然后有人要买的，就由办公室那边直接配货出去，送到家庭。那里送快递还是很方便的。

问题四：

您觉得电商平台怎么样？您会不会回入驻某个平台呢？

黄老板：

电商平台主要还是要靠推广。农业是这样的，它的投资很大，你要是投入很多的钱用于推广的话，它的成本就很大了。有的平台看着好像做得很好，但是不一定真的很好，主要还是信任的问题。现在真正的平台给客户信任的很少，不是真正的农业人用互联网他们专注的是互联网电子商务，不是农业，只是把农业嫁接进去。但是对客户需求来讲，还是不相信，看不到基地，也不知道你的蔬菜。你的平台搞得很漂亮，你的蔬菜哪里来，基地在哪里，生产过程怎么把控，客户还是不太相信。所以像做微商这种朋友中推广的就比较让人相信了，他们可以实实在在看到你的产品就会相信了。我们经常组织会员来我们农场进行参观。他们来看过了，就相信我们了。

问题五：

不同农产品在网销中会不会有什么差别？什么样的农产品比较适合网销？

黄老板：

像家禽鸡鸭、蛋类、蔬菜、鱼、水产品这些太杂了，他们本身运输就不好运输。鸡蛋这些可以保存着十几天，鸡不买我可以养着。但是你蔬菜不买的话就黄了，这些季节性的蔬菜你不摘它就老掉了。很多农场做蔬菜，大批农作物，他们就和超市对接，批发市场，电商的就大批收购。那么电商他们可以有资金去对这些蔬菜进行冷冻保存，而一般的农民就比较难做到。所以农民还是比较少直接开电商的，而是把农产品卖给电商，电商在自己去销售。农村电商平台针对特殊农产品，像茶叶、菇类等附加值的产品，这种产品比较有优势。

(4) 2016年7月22日我们对当地农民进行了问卷的发放与面谈

(5) 2016年8月5日下午我们到泉州市集合

(6) 2016年8月6日我们来到了泉州市安溪县茶都进行走访



(7) 2016年8月7日我们对安溪县茶都茶叶店进行了走访面谈及问卷的发放



以下是我们与德林综合茶叶批发商店周老板的访谈记录

问题一：

老板你们茶叶有在网上进行销售么？你们店做电商么？

周老板：

我们有在网上销售茶叶，不过是在朋友圈，做微商。电商的话，都是别的电商来我们这边进货，我们店是电商的配送点，我们自己没有开电商。

问题二：

为什么不开电商呢？直接把货卖给顾客不是更好。

周老板：

开店商需要花很多精力，你要时时刻刻关注着网店，像我自己就比较没有精力去管理网店了。不过在朋友圈买的话就方便很多了，朋友要买就发个消息。我们都可以给他们发图片视频，他们看得到实物，不想网店那样，顾客信任度会高一点。朋友买了觉得好就会再推荐给朋友，这样客源就越来越多了。

问题三：

你们茶叶是自己有种还是去找茶农收的？

周老板：

我们自己是有种茶叶，也有找茶农去收茶叶。这边附近很多家店他们没有种茶，都是找茶农收的茶叶。现在茶的种植成本还是比较高的，如果要茶的话直接去找茶农收就可以了，也很方便。

问题四：

那您认识的茶农有直接做电商的么？

周老板：

直接做电商的真的太少了，这对农民来说成本是很高的。农民对电子商务这些还是不了解的，不会操作，也比较难接受这种形式。所以大部分农民都是把摘下来的茶叶卖给我们这种茶店或者直接卖给电商。也会挑着茶叶到集市卖，这种方式就比较传统。

(8) 2016年8月8日我们向当地的农民进行了问卷的发放与面谈

