# 农产品电商出村进城研究：以阿里平台为例

农业农村部管理干部学院
阿里研究院

二〇二一年六月

# 课题组成员

**课题主持人：**

彭　超　　农业农村部管理干部学院研究员、乡村振兴研究中心主任

**课题组成员：**

左臣明　阿里研究院高级专家、阿里新乡村研究中心秘书长

温　馨　　阿里巴巴公共事务部数据团队高级数据工程师

徐　飞　　阿里研究院数字社会研究中心主任

胡向方　　阿里巴巴公共事务部数据团队负责人

刘　帅　　农业农村部管理干部学院助理研究员

朱云云　　农业农村部管理干部学院助理研究员

刘　青　　农业农村部管理干部学院助理研究员

薛　岩　　中国人民大学农业与农村发展学院博士研究生

马　彪　　中国人民大学农业与农村发展学院博士研究生

段晋苑　　农业农村部管理干部学院副研究员、乡村振兴研究中心副主任

尚旭东　　农业农村部管理干部学院副研究员、乡村振兴研究中心副主任

沈兴兴　　农业农村部管理干部学院副研究员

丁立江　　农业农村部管理干部学院助理研究员

张　琛　　中国社会科学院人口与劳动经济研究所助理研究员

# 目　录

第 1 章 电商对农村产业发展和农户资源配置的影响.....1
1.1 万物互联背景下的农村电商.....1
1.2 电商对农村产业发展的影响.....2
1.3 电商发展对农户资源配置的影响.....4
第 2 章 农产品出村进城的电商选择.....7
2.1 农产品电商出村进城的“五个成本”.....7
2.2 搜寻成本.....8
2.3 复制成本.....9
2.4 运输成本.....10
2.5 追踪成本.....11
2.6 验证成本.....11
2.7 阿里平台为农业经营主体降低“五个成本”的探索.....12
第 3 章 农产品电商发展及其对农户和规模经营主体影响的制度经济学解释.....15
3.1 农产品电商发展实践的制度经济学描述.....15
3.2 农产品电商制度绩效：以阿里平台为例.....17
3.3 农产品电商发展典型模式.....24
3.4 专题：疫情影响对农产品电商的影响.....28
第 4 章 农产品电子商务发展的政策路径与发展展望.....32
4.1 从历年中央一号文件看农产品电商的发展路径.....32
4.2 电商扶贫的政策措施.....34
4.3 电子商务进农村综合示范.....35
4.4 电商整体向数字乡村战略转型.....36
4.5 农产品电商和数字乡村发展的未来趋势.....37
第 5 章 关于农产品电商健康发展的建议.....38
5.1“好产品”有待深度挖掘.....38
5.2“好主体”仍需加强支撑.....39
5.3“好技术”需要多方参与.....40

5.4“好渠道”需要因业制宜.....41
5.5“好人才”亟须内生外引.....42
5.6“好平台”需要整合资源.....42
第 6 章 农产品出村进城案例.....44
6.1 给传统农业企业插上电商的翅膀.....44
6.2 电商助力花木产业提档升级 带领村民脱贫致富.....49
6.3 孙仕军与乳企电商“认养一头牛”的开挂之路.....56
6.4 直播卖鱼：一条锦鲤卖出百万元.....65

# 第 1 章 电商对农村产业发展和农户资源配置的影响

## 1.1 万物互联背景下的农村电商

随着信息通讯技术的发展及其在农村地区的广泛使用，各级地方政府将希望通过推动农村地区电子商务的发展来促进农村经济发展，实现农民增收，助力扶贫攻坚战，为全面实施乡村振兴战略奠定基础。与此同时，电商企业顺应时代发展潮流，响应党和政府号召，纷纷实施农村战略，与时俱进地大力建设电商服务平台，推进乡镇和村庄电商服务网点建设，为解决“三农”问题，打赢脱贫攻坚战，履行了企业的社会责任，同时也为自身寻求到了新的利润增长点。

作为全中国最大的电商企业，阿里借助互联网的力量，投入了不少“真金白银”，将平台延伸至农村，渐已成势成网，通过支持农户参与电子商务发展的主观能动性，提升了农村商品流通效率，为农民增收就业提供了基础。截至 2020 年 6 月，中国淘宝村数量达 5425 个，较 2019 年增加 1115 个，分布于 28 个省（市、区），淘宝镇 1756 个，这些淘宝村、淘宝镇年销售额超过 1 万亿元，带动就业机会 828 万个，展现出一幅农村电商大发展的美好画卷。

农村电商发展影响农村经济发展，成为农村经济发展的推动力。全国农村网络零售额从 2014 年的 1800 亿元增加到 2020 年的 17900 亿元，规模扩大了 8.4 倍。其中，农产品网络零售额高达 3975 亿元，同比增长 27%，带动 300 多万贫困农民增收。目前，在农民的收入结构中，经营性收入占 30%多一点，务工收入占 45%左右，家庭经营收入主要靠农产品销售，而通过电商销售农产品就成为农民增收的一个亮点。

农村电商被作为“互联网+行动”不可或缺的一部分，在“三农”政策文件中也被作为重要组成部分。自 2015 年，连续五年出台的中央“一号文件”均强调了农村电子商务在农业农村发展中的重要意义，尤其是十分重视电子商务在农民增收、乃至精准脱贫方面的作用。2021 年中央“一号文件”明确指出，“加快完善县乡村三级农村物流体系,改造提升农村寄递物流基础设施,深入推进电子商务进农村和农产品出村进城,推动城乡生产与消费有效对接。”这一提法，将农村电商作为“生产”与“消费”之间的纽带，将其提到了一个新的高度。这表明，在全面实施乡村战略的新的历史起点上，农村电商为实现脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接提供重要支撑作用，肩负提振消费需求，畅通国内国际双循环的重要使命，具有很

强的实践和政策意义。下面从农村产业发展和农户资源配置两个角度，探讨电商发展的意义和作用。

### 1.2 电商对农村产业发展的影响

（1）电商发展有利于农村产业结构优化

调整农村产业结构，使整个农村社会生产基本适应社会总需求的水平，是新发展格局下，农村工作亟需认真研究的战略性问题。目前，在农村产业结构方面，还存在短板，诸如新型经营主体发育较慢，先进技术要素扩散渗透力差，经营方式多处于生产导向型，消费导向型不足，产业之间互联互通性不强，大量的农产品在生产初期没有考虑加工转化，没有考虑农业的功能拓展，产加销、贸工农出现脱节等等。

电商的发展为农村产业结构调整提供了机遇。以互联网为核心的信息技术的发展催生了一批新产业、新业态、新模式。以淘宝村为代表的农村电商们犹如春天田野里蓬勃而出的小草，蕴藏着强大的生机和活力，对于改善农业供给，提高农业整体效益具有重要意义。

电子商务具有“时空无限、交易方便、可追可溯”等特点，符合现代农业的发展方向，有利于实现电子商务推进农业产业结构优化的目标。在农产品电商中，订单农业、定制农业、众筹农业、预售农业成为引领农业生产的主流化趋势，对于发展规模化、集约化、现代化的农业经营模式具有重要推动作用。部分电商发达地区，通过充分利用自然生态优势、机械化优势等优越条件，积极探索并优化产业结构，提高农产品优质品种和加工专用品种的比重，壮大高附加值、产业关联面广的企业，使农产品的品种、品质结构能够适应市场需求变化的需要，汇聚生产要素、促进农业相关产业联动集聚，形成产业集聚效应，推动生产要素跨界配置，从而寻找到产业发展的新方向。

（2）电商发展有利于农产品产业链重构

在传统的农产品消费模式中，农产品产销对接不紧密、不稳定问题突出，产不好、卖不掉、卖不好的现象时有发生，这和农产品产业链不完整、不健全有很大关系。

农产品电商的发展有利于延伸产业链、提升价值链、打造供应链。电商发展简化了农产品流通环节，缩短了供应链条，降低了过程损耗，实现了农产品资源

与消费者间的直接对接。通过网店模式、加工企业对接模式、地头模式、全产业链模式等，发展农产品加工和流通，可以使农村产业链向二、三产业链延伸，让农产品可以从任何产业链环节进入电商平台，有利于加快延伸产业链、健全价值链，实现产业链、价值链、供应链“三链”同构。同时，围绕农村线上线下结合、上行下行贯通的本地化的电商服务体系，方便农产品从前端的交易沿着产业链向更深处延展，提高农业全产业链收益。例如舟山市渔农家乐电商村，按照“平台上移、服务下延”的建设思路，支持农产品电商从单一“卖产品”逐步转向“卖服务、卖体验”，推动休闲农业、乡村旅游与电子商务深度融合。此外，各地淘宝村的纷纷建立，形成了不同地区各具特色的专业化生产格局，对于整体产业链布局意义重大。

（3）电商发展有利于促进三产深度融合

在农产品电商发展中，涉及到三个产业的各个方面。其中，第一产业主要涉及专用品种、原料基地等，第二产业主要涉及粮油加工、果蔬茶加工、畜产加工和水产加工为主的农产品加工业，第三产业主要涉及仓储物流、互联网+、金融服务、休闲农业、社会服务等。实现一二三产业融合，促进相关业态的有机整合、紧密连接、协同发展是产业发展的未来方向。

目前，三产融合融合程度还低、层次尚浅，需要从各个方面努力推进。交易成本是制约三产融合的一个重要因素。电商发展有利于降低一二三产业之间的交易成本，通过淘宝电商平台，某种程度上可以让信息的边际成本降低为零，消费者很容易就能够搜索到产品信息，甚至产地休闲旅游的信息。在这个意义上，农产品电商实现了对一二三产业融合发展的贯穿渗透。例如，舟山定海区滨海社区网创服务驿站，以现代化、标准化、品质化发展为出发点，立足定海，辐射舟山

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：
https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37951