

# 基于政府和企业视角的新疆林果产品电子商务发展动力探析

李琳玉<sup>1</sup>, 赵丽娟<sup>2</sup>

(1. 昌吉职业技术学院, 新疆 昌吉 831100; 2. 新疆农业职业技术学院, 新疆 昌吉 831100)

**摘 要:**鲜干林果产品是新疆的特色产品。近年来,林果产品已成为新疆电商发展的重点,电商主体多元化且涌现了一批知名的电子商务示范企业。新疆林果产品电子商务的发展依靠政府和企业:一方面,政府搭建平台提供信息化服务,建设信息服务试点和培养人才;另一方面,新疆企业通过构建林果产品大宗交易网络平台、多元化零售模式、第三方营销平台提升林果产品电子商务水平。然而,当前仍面临交易平台影响力不足、电商应用层次低以及产品品牌度低等问题。政府应加大投入力度,提供配套设施服务以及企业加强营销推广,与学校合作办学,带动地方品牌建设可能是破解困局的出路。

**关键词:**林果产品;电子商务;新疆;政府;企业

**中图分类号:**S 126 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-0009(2017)12-0187-05

涉农电子商务是指建立在现代信息网络基础上的一切涉农商务活动<sup>[1]</sup>。在国内电子商务高速发展的影响下,农业电子商务的发展初具规模,据阿里研究院的统计显示,2013年,国内各类涉农网站有3.1万家,其中提供交易服务的电子商务网站3 000多家,天猫和淘宝网上正常经营、注册地在农村(含县)的网店数有203.9万家,比2012年增长了24.9%,其中注册地在村镇级的有105万家,比2012年增长76.3%。为促进互联网和农业农村的融合发展,2015年《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》和2016年“中央一号文件”提出了“积极发展农业农村电子商务”的要求。新疆素有“瓜果之乡”之称,依托优势的自然资源,盛产红枣、葡萄、哈密瓜、核桃、杏、苹果、梨等优质、特色的干、鲜林果产品。据《新疆统计年鉴(2015)》统计,2014年新疆的水果种植面积95万hm<sup>2</sup>,水果总产量858.6万t,其中,红枣种植面积48.4万hm<sup>2</sup>(占50.88%),产量257.5万t(占

29.99%);葡萄的种植面积14.9万hm<sup>2</sup>(占15.69%),产量231.6万t(占26.98%)。然而,由于远离内地消费市场,交通尚不方便,不利于新疆林果产品的运输和销售。在互联网时代,应用电子商务,既能消化大量的林果产品库存,又能开拓提升市场知名度,增加果农收入,这无疑为新疆林果业的发展提供了巨大的发展机遇。

目前一些学者已开始涉猎新疆农业电子商务的研究,如简咏梅<sup>[2]</sup>对新疆发展电子商务的必要性和困难进行了阐述;王冬霞<sup>[3]</sup>基于新疆特色农产品电子商务平台发展现状提出了优化方案;孙宇男<sup>[4]</sup>采用SWOT模型分析了新疆农业电子商务的优劣势、机会和威胁;陈敏等<sup>[5]</sup>构建SWOT-PEST模型剖析了新疆绿色农产品电子商务发展的内外部环境因素。从文献来看,学者们偏向农业电子商务对新疆发展的作用和机遇分析,但较少对新疆农业电子商务的发展动力,尤其是特色林果产品电子商务的现状和动力进行深入分析。应该看到的是:近2年来,在政策的扶持和企业的推动下,新疆电子商务的发展非常迅速,据《新疆电子商务发展报告(2014—2015)》,新疆260个农牧业龙头企业中,46.54%的企业已开展电子商务应用,23.46%的企业电子商务应用已深入到了采购和销售环节,高于新疆的其它行业,达到了全国的平均水平;截至2016年9月9日,

**第一作者简介:**李琳玉(1982-),女,硕士,讲师,现主要从事市场营销及网络营销与电子商务等研究工作。E-mail:57078266@qq.com

**基金项目:**科技部现代农业产业技术体系建设专项资金资助项目(CARS-42-G24)。

**收稿日期:**2017-02-07

在天猫和淘宝网平台上找到注册地为新疆的天猫店和皇冠级网店的新疆网商已达到 425 家,分别比 2015 年和 2014 年多了 40 家和 53 家,而且产品数量、上线时间均值达到历史最高,其中,有 76.56% 的网商开展农产品电子商务。因此,现以新疆特色林果产品电子商务为研究对象,首先对林果产品电子商务的发展现状和特征进行分析,其次从政府和企业的角度剖析发展动力,最后就发展困境从政府和企业的视角提出对策建议。

## 1 新疆林果产品电子商务的发展现状

虽然越来越多的新疆特色产品进入网络零售主流产品中,包括薰衣草、棉被、玉石、手工艺品,但特色的林果产品更具竞争力,仍是新疆农业电子商务的重要发展方向。现从林果产品的地位、电子商务

表 1

2014—2015 年新疆网商的发展情况

Table 1 Development situation of electronic commerce sellers in Xinjiang from 2014 to 2015

类目	天猫和淘宝商家/%			好评率均值/%			产品数量均值/个		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
食品/保健	63.86	63.38	53.35	98.99	98.91	99.07	58	60	62
美容护理	20.18	18.96	17.88	99.30	99.37	99.48	84	82	85

注:数据来源于阿里研究院。下同。

从表 2 可以看出,2016 年上半年,新疆十大网商以林果产品零售为主,排名第 2、3、5、6、9、10 均是林果产品的网商,所占比例为 60%。

表 2 2016 年 1—6 月销量最高的新疆十大网店

Table 2 Top ten best electronic commerce sellers in Xinjiang from January to June, 2016

排名	店铺名	交易笔数
1	楼兰蜜语总店	684 296
2	西域美农总店新疆果然不错	337 038
3	丝路果果新疆特产店	293 268
4	香饽	164 579
5	慧果源新疆干果特产店	130 380
6	漠里香干果店	119 428
7	吐鲁番葡萄干直销	77 547
8	醉爱丝路	63 721
9	新疆浪漫天山	56 797
10	西域部落新疆特产店	56 789

## 1.2 林果产品电子商务主体多元化

林果产品的初期经营主体是学生和下岗人员,依托淘宝、天猫、京东、1 号店等第三方平台经营,但从 2012 年开始,经营主体结构发生分化,部分网商退出;公司化、品牌化的规模网商异军突起,如新疆网商邓静将新疆红枣卖到全国并创立“丝路宝典”这个具有影响力的红枣淘品牌;一些网商转型电子商务服务企业;一些网商转向玉石、棉被、手工艺品等

主体、电子商务示范企业等方面介绍新疆林果产品电子商务的发展现状。

## 1.1 林果产品是新疆电子商务发展的重中之重

红枣、核桃、葡萄干等干果是新疆网络销售的初期产品,随后延伸到苹果、香梨、哈密瓜、葡萄等鲜果,取得了很大的影响和成绩。阿里研究院数据显示,2014—2016 年在天猫和淘宝平台上,新疆网商销售额最高的商品依次是和田玉、红枣和葡萄干;信用在一级皇冠及以上的网商中,70% 销售新疆农产品,主销干果、鲜果等。由表 1 可知,2014—2016 年食品/保健、美容护理的比重虽然有所下降,但仍位居榜首,食品/保健以红枣、核桃、巴旦木等林果产品为主,2016 年的好评率达到 99.07%,产品数量也逐年增加,2016 年达 62 个。

产品;而一些网商采用预售、众筹等方式销售鲜果产品。令人瞩目的是,大量传统的林果企业从线下向线上发展,通过第三方平台涉足电子商务,以新疆果业集团为代表的龙头企业深入开展电子商务应用。

## 1.3 涌现一批知名的林果业电子商务示范企业

2012 年以来,新疆涌现出一批出色的林果业电子商务示范型企业:以新疆果业集团为代表的行业龙头企业,以汇宗农副产品电子交易市场有限公司为代表的第三方电子交易平台企业,以巴州宏强农业科技开发有限责任公司为代表的新兴私营企业。新疆果业集团是新疆供销社控股的大型林果企业,“西域果园”“天山”等国内知名品牌,集团重视电子商务的应用,2012 年成立了新疆果业大唐丝路电子商务有限公司,2013 年集团举行的汇聚新疆网上销售活动,销售阿克苏青皮核桃 111 t,吐鲁番鲜葡萄 32 t。汇宗农副产品电子交易市场是组织新疆特色林果主产区商家进行红枣、核桃等林果产品交易的电商平台企业,2013 年正式上线,当年拥有 233 个开户商家,交易存量资金超过 600 万元,线上线下累计现货交易额达 3 000 万元。巴州宏强农业科技开发有限责任公司是红枣、核桃、巴达木、葡萄等林果产品生产、加工、销售于一体的企业,通过开设自营电子商务平台和第三方平台,2013 年电子商务交易额

超过 3 500 万元。

## 2 新疆林果产品电子商务发展动力

### 2.1 政府视角

政府是电子商务发展环境和基础设施建设的参与者和引导者。新疆商务厅、发改委分别制定了《新疆电子商务“十三五”发展规划》《新疆“互联网+”行动计划方案》，作为发展农产品电子商务的总纲要，指导全疆推动林果产品电子商务的发展，在信息服务、商务信息试点建设、人才培养与培训等方面为新疆林果产品电子商务提供发展动力。

2.1.1 提供林果产品流通信息服务 各级政府提供了林果产品的信息服务，农业厅在维汉双语种新疆农业信息网上提供农产品供求与价格信息，并通过 12316、手机 App、QQ 群等方式为农民提供信息和答疑解惑；商务厅建设新疆农产品流通公共服务平台（手机 App 和网站）免费为新疆林果产品流通主体提供全方位的市场信息服务，实现农超、批发市场、经销商直接与国内市场的产销对接；气象局的新疆兴农网为林果企业和农户提供资讯、服务等信息服务。

2.1.2 信息服务试点建设和扶持示范项目 政府在电子商务示范带动和争取国家级示范项目做出了努力。如新疆鄯善县等 6 县市成为新疆首批全国依托党员干部现代远程教育网开展农村商务信息的服务试点，为村民提供优质、高效的商务信息服务，促进林果产品流通。2015 年，乌鲁木齐市新疆国际电子商务产业园和巴州库尔勒经济技术开发区电子商务产业园入选国家电子商务示范基地，阿克苏市等 7 县市成为国家电子商务进农村综合示范县，获得中央资金扶持 1.4 亿元。

2.1.3 促进专业人才培养和培训 政府支持和引导电子商务人才的培养和培训，推动新疆电子商务的应用。人才培养方面，教育厅支持大专院校设立电子商务专业，截至 2015 年底，目前已有 11 所院校开设专业课程，比 2011 年增加了 4 个；招生名额 539 人，比 2011 年增加了 345 人；人才培养方面，新疆农业厅、乡镇企业管理局对新疆 500 余家农牧业龙头企业开展农产品电子商务应用培训；团委通过举办“华凌科技杯”第四届青年创新创业大赛引导青年学习和应用网商；作为淘宝大学的新疆合作机构，新疆丝路睿网公司为企业、农民和大学生村官提供淘宝大学设计的实战性培训课程。

### 2.2 企业视角

企业是电子商务发展最重要的应用主体。电子

商务能促进企业升级发展，反过来企业通过构建网络交易平台、创新零售模式以及第三方营销平台，促进了新疆林果产品电商化进程。

2.2.1 构建林果产品大宗交易网络平台，提升交易效率 新疆的林果产品众多，但由于产地分散，产品集散地有限，价格发现功能缺乏，线下交易成本也较高。为提高交易效率，降低产品总成本，近 5 年来，新疆不少企业和网商致力于打造特色林果产品的电子商务交易平台，构建了不同模式、不同功能的林果产品交易平台，开拓了林果产品市场份额，提升了新疆林果产品在国内外的交易量和交易额。如 2010 年林果网开始线上运营，2012 年合源果业开发公司的大宗农产品信息网在互联网运营，2013 年以林果产品市场信息咨询、交易中介、代购代销和储运配送的汇宗农副产品电子交易市场正式运营，2014 年亿家益电子商务公司打造的林果特色产品 O2O 模式的新疆品牌网上线运营，2015 年新疆电子商务科技园正式运营巴扎网，同时，阿克苏市农村电子商务运营中心推出阿克苏赶巴扎网。

2.2.2 发展多元化零售模式，延伸林果产品和服务的价值 近年来，新疆林果产品零售已经突破单纯传统的实体店销售模式，实现了全天候、跨区域的销售模式。目前，林果产品电子商务零售模式主要分为“线上+线下”零售和纯“线上”2 类。“线上+线下”零售模式的运营代表是新疆佳农优品生态农业有限公司，拥有丰富的供应商资源，在林果产品采购、渠道建设、物流系统具有相对优势，同时，构建多语种的健康食品零售网站—我家后院，通过母公司的有机食品生产和供应，采用线上和线下渠道为会员提供免费配送到家的服务，既能通过实体门店、品牌认知建立顾客的忠诚度，又能将线下体验和线上支付交易结合，创新购物方式。纯“线上”模式主要是新疆大晨报股份公司的我来 go 商城、克拉玛依尚美网络科技有限公司的强市爱尚团购网等代表性网络零售企业，通过 24 h 全天候运营、方便快捷的购物体验、日益健全的快递运送体系，凭借强大的价格优势，吸引林果产品消费者线上购物。

2.2.3 建立第三方营销平台，扩大林果产品的知名度 新疆一些林果企业普遍借助天猫商城、京东、1 号店等第三方电子商务平台上创立品牌，开设官方旗舰店、展览馆，向全国乃至全世界推广自己生产、加工的林果产品，不仅减少了设立分销渠道的各项成本、提高了林果产品的价格优势、扩大了林果产品的市场份额，而且增强了新疆林果产品的品牌知名

度,促进了新疆林果产业链的延伸,为新疆人民创造了不少电商就业岗位。例如,新疆果业集团在天猫商城、阿里巴巴搭建了28个网络零售店铺、2400家电子商务渠道分销商,如淘宝网新疆馆、阿里巴巴新疆馆;巴州宏强农业科技开发有限责任公司开设了3个天猫旗舰店、2个淘宝店铺以及1个1号店商城,从2012年起,每年销售额保持200%增长,2013第三方电子商务平台交易额超过3000万元。

### 3 新疆涉农电子商务的发展困境

在政府和企业的推动下,虽然林果产品电子商务在新疆的应用取得一定成效,但在发展过程中仍面临不少困难,这些需要政府和企业的关注和帮助,具体如下。

#### 3.1 缺乏全国影响力的林果产品电子商务交易平台

当前,新疆特色林果产品的信息发布平台起步较晚,仍处于初级阶段,平台规模小、影响力有限、知名度不高,这不匹配新疆特色林果产品在全国的规模和影响力。而且,林果产品电子商务取得的成绩仅是销量增长,但平台的活跃度、交易规模和影响力仍比较有限,这些对提高产品附加值和推动产业升级的作用尚小。

#### 3.2 企业未能深入应用电子商务

林果产品的传统企业目前只停留在利用网络平台发布产品信息的应用阶段,由于缺乏经验和人才,效果甚微,对电子商务的驾驭能力仍不成熟,根据网络消费者潜在需求的新产品研究不足,在网络营销扩展和售后服务方面还比较滞后。最终,同质化的网络营销方式加剧了市场竞争,持续的价格战使新疆网商的利润越来越少,最终导致一些网商退出林果产品的经营。

#### 3.3 林果产品的品牌和标准化较低

新疆企业和网商对网上销售的林果产品,大部分属于未加工或初级加工,品质不算最高,且对林果产品的保护投入不够,林果产品的品牌化、标准化和溯源体系建设滞后,约束了产品的溢价空间。

### 4 对策建议

为解决当前困境,需要转变粗放式的电子商务经营思维,才能推进林果产品电子商务的纵深化发展,分别从政府、企业的视角提出对策建议。

#### 4.1 政府扶持和企业营销推广,扩大电商平台影响力

目前的林果产品电商运营平台逐渐增加,但影

响力尚小。从政府角度来看,运营平台是林果产品电子商务发展的核心和制高点,政府部门应予以重视,一方面,设立运营平台的资金项目,对龙头企业建立的平台进行补贴,补充其在网络宣传和日常运营期间的资金投入;另一方面,以整体思维看待平台运行,试图将分散的林果产品电商平台进行整合,将相同功能合并,将不同功能互补,达到资金、人才、技术的有效利用。从企业角度来看,新疆林果产品电子商务企业应重视电商网络平台的推广和营销,结合自身的资金、技术做有效的宣传,一方面,巧妙运用微信、微博等低成本但高效的新兴媒体平台将企业理念、产品信息传递给潜在客户,与客户建立良好的关系,进行口碑营销;另一方面,建立现有客户对网站的忠诚度和美誉度,积极引进和应用客户关系营销信息系统,对专属客户进行一对一的邮件、短信、电话营销,实时关系维护。

#### 4.2 政府加大投入与企业合作办学,培养高层次电商人才

虽然政府和企业已认识到电子商务人才培养的重要性,但需要加大力气培育一类致力于林果产品电子商务深度应用的人才。从政府角度来看,根据新疆林果业电子商务人才缺乏的问题,应加大财政投入力度,建立专项人才培养和引进经费,不仅提高学校电商设施设备的现代化水平,减免优秀学员的学费,而且,引进国内外的高级管理顾问或专家开展培训和指导;从企业角度来看,积极与淘宝大学、职业学校合作办学,加盟学校的电商人才培养,采用人才订单培养模式,开展前沿、高层、精准的电商培训项目,重点放在网络宣传和推广、经营管理、客户挖掘、品牌建设等方面,培养符合企业需要的电商人才。

#### 4.3 政府提供配套服务与企业带动地方品牌建设,县域协作发展

为避免新疆林果产品网商的恶性竞争,需要新疆各级政府部门、企业之间协作发展。从政府角度来看,以“一县一品”为发展理念,以县域为基本单位,由县政府牵头,应找准县域优质特色林果产品,整合产品、旅游、民俗活动、地标商品等共享资源,解决企业间和农民间的协作难题,并提供相关的配套服务和支持;从企业的角度来看,县级龙头企业一方面要有效协调与其它企业的合作竞争关系,形成开拓发展的凝聚力,另一方面,带动县内农民开展组织化和产业化生产,使生产、加工、销售与售后服务紧密联系起来,申请林果产品地理标志、培养农业品

牌,协同打造县级高品质、深加工的林果产品。

#### 参考文献

- [1] 段禄峰,唐文文.涉农电子商务发展的理论、外部性及政策选择[J].江苏农业科学,2016,44(4):4-7.  
[2] 简咏梅.新疆农业电子商务发展现状分析[J].新疆农业科技,2010(6):5-6.

- [3] 王冬霞.新疆特色农产品电子商务应用平台优化探析[J].新疆社会科学,2013(6):60-62.  
[4] 孙宇男.关于新疆农业电子商务发展的研究[J].山东纺织经济,2014(12):57-59.  
[5] 陈敏,李志刚.基于SWOT-PEST模型的新疆绿色农产品电子商务分析[J].湖北农业科学,2015,54(10):2537-2541.

## Study on Development Force of Electronic Commerce for Forest and Fruit Products in Xinjiang From Perspective of Government and Enterprises

LI Linyu<sup>1</sup>, ZHAO Lijuan<sup>2</sup>

(1. Changji Vocational and Technical College, Changji, Xinjiang 831100; 2. Xinjiang Agriculture Vocational Technical College, Changji, Xinjiang 831100)

**Abstract:** Forest and fruit products including red dates, grapes and so on, which are featured products in Xinjiang. Recently, forest and fruit products has been important in e-commerce development in Xinjiang. Moreover, there now exists various e-commerce operation main bodies and some famous e-commerce demonstration enterprises. The government and enterprises both contribute to the current achievements. On one hand, the government has set up a scaffold to offer information service of products circulation, established the information service pilot and cultivates professional talents; on the other hand, some enterprises has established service platforms, diversified retail modes and third party marketing platforms. However, current e-commerce application of forest and fruit products still faces some problems, such as the weak influence of transaction platform, low e-commerce application and low brand degree. It may be better ways to solve current problems by greater investment and supporting facilities offered by government and marketing promotion, cooperation in cultivating talents, local brand construction create by enterprises.

**Keywords:** forest and fruit products; electronic commerce; Xinjiang; government; enterprises

## 商务部:2014 电子商务交易总额 增速是 GDP 的 3.86 倍 知识窗

2015年5月15日上午,商务部介绍了《中国电子商务报告(2014)》,表明我国电子商务交易总额快速增长,已成为国民经济的重要增长点,并且国际影响力显著增强。《报告》综合分析了我国电子商务发展的主要特点。一是电子商务成为国民经济重要的增长点。2014年,我国电子商务交易总额增速(28.64%)是国内生产总值增速(7.40%)的3.86倍;全年网络零售额较社会消费品零售总额增速37.7个百分点。二是移动电子商务呈爆发性增长。2014年,我国移动购物市场交易规模达到8956.85亿元,年增长率达234.3%。三是涉农电子商务快速发展。商务部和财政部联合启动了“电子商务进农村综合示范”项目,在全国8个省56个县开展了电子商务应用示范项目。商务部建设开通了全国农产品商务信息公共服务平台,累计促成农副产品销售2300多万t,交易额达870多亿元。四是我国电子商务国际影响力显著增强。2014年,我国2家大型电子商务企业先后登陆美国资本市场,国际资本市场反应热烈。

(来源:中国经济网)