

# 电子商务背景下农村物流配送问题及对策

施 莉, 李春艳

(成都信息工程大学物流学院, 四川 成都 610103)

**[摘要]** 在很多的农村地区, 交通不便、物流配送困难, 这很大程度上制约了电子商务向农村普及, 使农村里的农副产品在配送进城的过程中往往很难达到理想的物流配送效果。对此, 本文通过对现存的农村物流配送问题进行分析, 了解农村地区物流配送难题出现的原因, 探索出了适合农村物流配送发展的冷链物流配送方式, 希望让农村农副产品物流配送与电子商务能够合作共赢, 使农副产品能够更多更好地通过物流配送系统到达千家万户。

**[关键词]** 电子商务; 农村物流配送; 物流管理; 冷链物流

**[中图分类号]** F724.6 **[文献标识码]** A

自“互联网+”计划提出后, 与互联网电子商务体系相配套的物流配送服务也相应得到大力发展, 物流配送服务向西部地区、农村地区不断扩展开来。近年来, 创新创业热潮更是把农村电商的发展推上了新的高潮, 农业的升级、农村的新发展需要电子商务体系的不断完善与农村物流网的不断扩展。我国大部分地区现虽然已经形成了从县到乡再到村的三级物流配送服务, 但是目前农村的物流系统仍不够完善, 在物流系统的管理、物流配送时效性、物流网点的设置等很多方面都还有待加强。

## 1 近年来农村物流配送的发展

首先, 国家的政策支持为农村电子商务的发展提供了强有力的保障。中央财政对全国电子商务示范县进行了巨额的资金投入, 用于农村电子商务服务中心与电子商务服务网点的建设, 这为农村电子商务的普及、农村电子商务培训的开展与农村物流配送服务的普及提供了有力的保障。同时, 为了扩大内需、推动农村、发展促进农民增收, 国家大力推进农民电子商务创业, 让农民在农村就能完成创业梦想。

**[收稿日期]** 2019-09-03

**[作者简介]** 施莉(1970—), 女, 四川成都人, 博士, 研究方向: 电子商务与区域经济发展; 李春艳(1992—), 女, 四川绵阳人, 硕士研究生, 研究方向: 农村物流和农村电子商务等。

其次,阿里巴巴、京东等电商巨头进入农村也为农村物流的发展带来了一定的帮助。这些电商在农村的发展过程中必然要攻克农村物流配送这一难题,对此淘宝在农村地区设立千个县级运营中心与十万个村级服务站,以完善其在农村地区的物流网络;而京东则设立“先锋站”来解决农村地区最后一公里的配送问题,并配置农村推广员进行电商推广与物流服务帮助。这样一来不仅可以通过电商途径把工业产品更多地输入到农村家电市场中来,还可以将农村的生鲜产品更好地输入到城市中去。在电商巨头加入之后,我国已有三十万个行政村达到了电商物流配送服务全覆盖,这为盘活农村市场发展农村金融带来了重要机遇。

最后,物流巨头也深入农村地区进行了农村物流系统的完善,为农村的物流发展带来新的活力。邮政速递物流公司就自上而下重新划分了物流管理体系,形成了省、市、县、乡、村五级分销配送体系,更好地进行农村地区的物流配送任务。并且该公司还通过增设加盟网点的方式扎根到农村当中,让更多的农村劳动力参与到农村物流体系中来。顺丰速递更是提出了让来自农村的城市快递员回乡进行农村快递网点建设的计划,以此实现农村快递网点的优化管理配置。

## 2 现阶段农村物流存在的问题

现阶段虽然有多方力量参与到农村物流体系的建设中来,但是农村地区的物流配送依然存在着很多问题,主要集中在表现为运输过程中损耗大、效率低、物流运输成本高、农民互联网思维薄弱这三个方面的问题。

首先,虽然随着对健康重视程度的提高,大城市对于农村的生鲜产品的需求量得到提升,但是在农村农副产品进城的过程中生鲜农产品往往难以保存,在运输的过程中很多农副产品或是因天气炎热而腐败变质、或是因路途颠簸相互磕碰、或是因为家禽水产缺氧死亡,这就产生了很大的损耗量,使得生鲜产品的运输效率很低。如果不能很好地对农副产品进行保鲜,将有大量的生鲜产品在路途中白白浪费。农副产品的保鲜是各个农村生鲜电商面临的巨大问题,长途的运输过程中如何做好生鲜产品保存这个问题难倒了很多电商,不少生鲜电商都因此陷入巨额亏损当中。

其次,交通运输成本高也是限制农村物流配送发展的巨大阻碍。目前不论是农副产品进城还是工业产品下乡,都面临着高额的运输成本。目前下乡的工业产品主要是家电,而家电的销售就需要解决配送入户问题。但是农村相对于城市来说地广人稀物流配送距离远,且很多农村地区没有门牌号可循,地址不能得到具体明确,不熟悉环境的快递员很难找到目的地的具体位置。不仅是这样,配送效率低还体现在农村的崎岖小路与泥泞山路,为农村地区的家电配送带来诸多的不便,泥泞坎坷的道路很容易引起运载的家电的损耗与折旧,甚至有的小路还不足以让货车通过,使得配送效率进一步降低。物流配送效率的另一个重要影响因素就是物流配送中心的选址。农村地区居民对于家电产品的需求大多随着季节变换而变化,在各个时段对于不同家电产品的需求数量波动大,且农村地广人稀需求中心的定位也比较难,物流配送中心的选址想要达到满足各个村落波动的需求有一定的难度。

最后,目前农村的互联网普及程度还比较低,不少农村居民还没有形成成熟的互联网思维,这也限制了农村地区电商与物流的发展。我国长久以来自给自足的小农思想限制了农村地区消费的发展,农村居民对于各类商品的需求量较小,相应地农村的物流需求也较小,这非常不利于农村物流的发展。虽然农村地区的电商使用率逐年上升,但是农村居民仍然不能主动将农村资源与电商物流配送有机结合起来。

## 3 农村电子商务物流配送问题的解决对策

对于上述我国面临的电子商务物流配送问题,笔者认为可以从优化配送网点的选址、加大冷链物流的应用、强化物流与电商的合作、提高农村互联网水平这四个方面寻求电子商务物流配送的进一步发展完善。

首先,可以通过优化配送网点的选址来促进农村地区“最后一公里”配送服务的完善。如果配送网点的选址不合理,物流公司将需要很高的运输成本来完成最后的配送,并且物流配送服务也不能真正让农村居民满意。因此,对于地广人稀且没有明确地址的农村地区,可以对村内各个区块按照地理、水文、姓氏等因素划分为更小的物流配送范围,以便配送服务的完善。甚至可以将物流网点设立在人们经常来往的村委会、商店、社区医院附近,让农村居民能够享受到更加便利的物流服务。

其次,可以通过加大冷链物流的应用来加强对农副产品的保鲜,减少生鲜产品在运输过程中的损耗。可以通过电商平台连接农户与消费者,当线上交易完成后,应用冷链物流系统进行运输,直接从农户的仓库中调出农副产品配送到消费者手中。这样应用冷链物流系统进行运输,可以极大地使农副产品在运输的过程中保持新鲜,让消费者得到更加新鲜健康的农副产品。并且这样可以减少农副产品在各级中转站仓储中的损耗与仓储成本,农户自己储存农产品时可以有自己的原生态的保鲜方式,如果农副产品面临腐败变质问题,可以及时地将其转化为饲料、肥料等,让长期农副产品得到更好的处理而不至于浪费。

再次,可以通过强化物流与电商的合作,以物流公司与电商企业的信息共享来促进农村物流配送的发展。良好的合作伙伴关系能够促进上下游产业之间的相互配合,物流公司与电商企业存在着密不可分的利益关系,如果能够加强物流公司与电商企业的合作,就可以加强两者的抗风险能力。可以将农户、电商、物流三者的资源优化整合,用资源共享的方式加强合作,这样一来农户可以更好地提升口碑加强品牌效应,电商可以扩大供销市场吸引更多用户的使用,物流可以通过订单数量的增加完善配送网络增加收益,实现三者的共赢。

最后,关键还是要提升农村居民的互联网普及程度,让更多的农村居民成为互联网经济中的一员。在目前我国的农村人口网络思维还不够强,很多时候都不能将自己的资源与网络资源优化整合起来,对此可以鼓励有互联网思维的高素质人才回乡创业、对从事电商的农民进行培训,以此提高农村地区居民的互联网思维。物流公司也可以派出精通互联网知识的业务员下乡,为农村用户提供互联网与物流的帮助与服务,让农村居民能够更好地利用好互联网为农村的发展谋福利,提高农村整体互联网水平。

## 4 结语

互联网的发展为农村经济发展提供了新的机遇,要抓住发展机遇利用好电商平台让农副产品走出去,就需要突破物流配送的瓶颈,利用好冷链物流发展完善农村物流体系。农村物流的发展不仅有利于城乡一体化建设,更有利于资源的优化配置与农副产品的市场竞争力的提高,因此需要多方面共同努力将农村物流网发展得更好。

### [参考文献]

- [1] 郑贵华,黄婉琳.电子商务背景下农村物流配送问题及对策[J].经济论坛,2016(02).
- [2] 陈皓琪.电子商务背景下乡村物流配送存在的问题及对策[J].乡村科技,2018(10).