

互联网背景下农村电商知识服务需求与制约因素分析

西南科技大学经济管理学院 绵阳 621010

王海 何晓兰 王诗华

摘要 科学技术的迅速发展让“互联网+”改造了各行各业，农村电商的发展是“互联网+三农”的重要问题之一。知识服务是促进农村电商发展的重要方法，然而农民对发展农村电商的知识需求具有多样化与隐性的特征，如何提供农民真正需要的知识服务成为发展农村电商面临的一大挑战。通过对农民在整个农村电商产业链所需的知识进行研究，分析得出农民知识需求的主要内容，并对农村电商知识服务制约因素进行总结分析。在此基础上提出建议，以便形成强大的知识服务能力，为农民提供更高效、更快捷的知识服务。

关键词：农村电商，知识，需求，因素

中图分类号：F724.6

开放科学（资源服务）标识码（OSID）



Analysis on the Demand of Knowledge Service of Rural Electricity Suppliers in the Context of Internet

School of Economics and Management, Southwest University of Science and Technology, Mianyang 621010, China

WANG Hai HE XiaoLan WANG ShiHua

Abstract The rapid development of science and technology in the internet change the various walks of life, the development of rural electricity is one of the important issues in the internet+ and issues of agriculture, farmer and rural area. The knowledge service is an important way to promote the development

作者简介：王海（1992-），男，硕士研究生，研究方向：知识管理，Email：924889938@qq.com；何晓兰（1976-），女，硕士生导师，副教授，研究方向：农产品供应链、知识管理；王诗华（1991-），女，硕士研究生，研究方向：竞争情报。

of rural electricity supplier, while the characteristics of knowledge demand for rural electricity supplier are diversified and recessive, how to provide services to farmers become a big challenge for the development of rural electricity supplier. Through the study of the knowledge demand of the farmers in the whole rural electricity supplier industry chain, the study analyzed the main content of knowledge demand of the farmer, and summarized the impact of rural electricity suppliers in the development of the various factors. On this basis, the paper put forward suggestions to form a strong capability of knowledge services to providing more efficient and efficient knowledge services for farmers.

Keywords: Rural electricity suppliers, knowledge, demand, factors

随着互联网技术的普及,农村电商自2009年以来呈爆发趋势,经过初期的观望与质疑,农村电商的美好前景在2014年李克强总理视察淘宝村与阿里巴巴集团公布农村战略之后已展露无余。大力发展农村电商作为解决三农问题的方向之一,已经受到国家与全社会的广泛关注。农村电商的崛起对农村的经济发展、产业链升级以及帮助农民增加收入等方面将会发挥重要的推动作用。目前农村电商要素开始聚集在部分村镇,以返乡民工、大学生、村官为主的群体开始农村电商自发创业。伴随着“互联网+”与县域经济的融合、农产品电商的深入发展以及电商下乡的加速推进,农村电商市场的缺口已经被打开,农民的消费新习惯正在养成。但由于农民固有的知识鸿沟造成的知识能力差异,使农村电商带来的效益不能被有效开发与利用。知识与信息是知识经济时代促进社会发展的重要资源,由于农民的文化素质普遍偏低,使得现有的海量知识信息不能被他们有效合理的吸收,所以要实现农村电商可持续发展,就必须适应农民的知识需求。

知识服务是促进农村电商发展的重要方式,对农村电商知识服务的需求与制约因素分析能

够准确获取农民对知识服务的期望,深入了解农民在农村电商发展过程中对知识需要的内容和服务的范围,能够明确对农民提供知识服务的目的。了解农民真正的需求,对农民具体的问题给出满意的解决方案,满足农村电商发展过程中农民的知识需求。

1 农村电商知识服务与信息服务的区别与联系

在农村电商发展过程中,知识服务与信息概念混淆在一定程度上阻碍了农村电商知识服务的发展。所以对知识服务与信息服务的区别与联系进行说明,能够为农村电商知识服务的发展途径进行明确的指导。

知识服务是信息服务的深化及发展趋势,二者之间存在包含、转化与并列的关系,由于信息服务的局限性,知识服务将会成为信息服务发展的方向^[1]。农村电商知识服务与信息服务的区别,主要在于农村电商信息服务仅限于以序化的方式向农民提供信息资源的获取与传递。信息服务主要是进行大量的信息传播,它重“量”轻“质”,而且还是一种被动应答式服务,

所以信息服务提供的价值比较有限。而知识服务是一种用户目标驱动的服务,是面向知识内容、面向解决方案的服务,贯穿于用户进行知识析取、集成、创新全过程的服务^[2]。农村电商知识服务就是为了适应农村电商发展和知识创新的需要,根据对农民问题解决的目标,通过农民知识需求和问题环境分析,对发展农村电商过程所提供的经过信息的析取、重组、创新、集成而形成恰好符合农民需要的知识产品的服务;是指从各种显性和隐性信息资源中针对农民的需要将知识提炼出来、传输出去的过程,它是以资源建设为基础的信息服务的高级阶段。是以信息的收集、分析、加工、整合和创新为基础,根据农民的具体问题和实际情况,并融入农民解决问题的全过程,向农民提供能够有效支持知识应用和知识创新的一种服务。

表1 农村电商知识服务与信息服务区别与联系

	农村电商信息服务	农村电商知识服务
主要目的	信息专递	解决问题
提供价值	有限	无限
侧重点	重“量”轻“质”	重“质”轻“量”
知识效用	较低	高
服务特点	无加工,只改变资料形式	改变资源内容与形式
服务方式	被动	主动
存在形式	数据、信息、参杂少量知识	数据、知识、智库、解决方法
从业人员要求	素质要求一般	素质要求高

2 农村电商知识服务知识需求的特征

2.1 知识需求多样化

随着农村信息基础设施的不断完善,相关

农业信息资源变得更加丰富,但是这些信息大多是处于表层、比较简单的涉农消息,不能够满足农民实际需要以及及时有效的农业知识需求。满足农民的知识需求是打开农村电商发展大门的钥匙,而发展农村电商涉及整个产业链的相关知识需求。所以身在农村电商生态圈中的农民对知识的需求呈现出多样化的特征。对农民而言,与农村电商紧密(例如市场情况分析、涉农政策、电商发展格局等)相关的知识是最亟需、最重要的,这些知识能够为农业的增产与农民的增收提供直接的帮助。农民对知识需求的范围在不断扩大,知识需求的内容也呈现出更加多样化的趋势。

2.2 知识需求的个性化特征

由于不同农村地区存在着差异性,农民对知识需求会因为所从事的行业具有较强的个性化特征。如专门种植水果的农户就会对水果方面的知识有着强烈的需求感,包括不同果树种植的地理环境、栽培技术以及水果售卖等方面的知识。农民是一个很实际的群体,他们对知识的需求会根据自身所处的位置而表现出很强的专一性,在进行农村电商知识服务的时候就要针对农民的具体情况而进行个性化的知识输送。

2.3 知识需求的内容微观与盲目性并存

农民的文化水平普遍偏低,专业性知识更是极度缺乏,尤其是一些年纪较大的农民,他们不会利用互联带来的便利,在进行知识诉求的时候表现出内容微观化与盲目性

并存的特征。他们不能够很清楚的表达自己需要什么样的知识或是自己通过其他渠道获得的知识并不满足自己的需求状况，面对浩瀚的知识海洋感到茫然，没有针对性的进行知识吸收，使他们的知识匮乏现状不能得到解决。

3 农村电商知识服务知识需求主要内容

农村电商知识服务是一种以农户需求为驱动的、面向解决方案的增值服务，最终关注的是如何为农户提供行之有效的解决方案并解决农户问题^[3]。对于农民的信息需求，许多学者采取调查统计、理论分析等方法进行了分析，而对于农民已经能够获取到的信息所包含的隐性只是关注度不够^[4-7]，对农民的知识需求主要内容进行分析，可以为农民提供系统化、个性化的知识服务，以便促进农村电商的快速发展。农民的知识需求主要内容包括农业科技知识、农业市场知识、技术培训知识和涉农政策相关知识。

3.1 农业科技知识

我国是一个农业大国，农业的发展对促进农村电商有着举足轻重的作用，农业要稳定发展就必须依靠科学技术。第二次全国农业普查主要数据公报（第五号）显示：我国农村劳动力文化程度小学以下的为39.5%，初中文化程度的为49.5%，高中以上文化程度只占11%。到目前为止，小学以下的比例略有下降，为37.3%，初中文化程度的占50.2%，

高中以上文化程度的比例略有上升，但依然只有12.4%^[8]。由于农民文化素质偏低，导致农业科技知识不能有效吸收。农民是农业科技成果的最终需求者，他们对于新的农业品种、高新技术、新成果等相关农业科技知识的需求最为迫切。但是我国农业科技还存在诸多不足，如农业科技成果转化难、农业科技人才稀缺等。所以，在国家对农业科技进行政策扶持的同时，农民急需掌握新技术、新成果方面的知识。充分运用农业科技知识带来的便利，大力发展农业，能为促进农村电商的发展做出贡献。

3.2 市场行情知识

农民对市场行情知识的需求主要是包括农产品供求、价格、销售等在内的相关知识，市场行情的变动会影响到农村电商的发展。农民对市场行情知识的缺乏会导致农产品生产的盲目性。2016年8月份吉林省长岭县瓜农普遍损失惨重，当地西瓜收购价格由7月底的5角钱一斤跌到了7分钱一斤，致使大量西瓜烂在地里而无法销售^[9]。由于没有了解到去年东北西瓜价格高，所以很多瓜农扩大了种植面积，导致西瓜市场供给量过多。这就是当地的瓜农对市场行情知识不够敏感而造成的供需不平衡现象。同样在农村电商销售过程中，农民也要对出售的农产品市场行情进行合理的分析与预测。打开不同的电子商务平台可以发现同样的农产品价格会有差异性，农民需要价格竞争方面的知识，加上对市场行情的认识，合理运用价格竞争，提高农民经济收入。如此，农民就会提高对农村电商发展的信心，有利于农村电商的

发展。

3.3 农业实用技术知识

农业实用技术影响农业的发展直接关系到农民的经济效益问题,所以农业实用技术知识是农民需求量最大、需求程度最迫切的知识^[10]。农民需求的实用技术包括农作物栽培、养殖、病虫害防治等方面的知识。根据不同农作物生长的环境,栽培技术又涉及种子、土壤、光照等方面的知识。病虫害需要诊断、措施以及各类农药的使用,这里面又有细化的知识需求,如不同农药的针对不同农作物要使用不同方法与合适的剂量。电商平台的客户评论很重要,农民在网上出售的农产品农药残留越少,绿色与有机等级越高就能够为农民赢得好的口碑,在农民增加收益的同时也有利于促进农村电商的健康发展。

3.4 涉农政策保障知识

随着我国经济的快速发展和社会转型,农村弱势群体问题越来越凸显,城乡之间的贫富差距与知识鸿沟在不断加深和放大^[11]。被视为电子商务“新蓝海”的农村电子商务呈现出爆发式发展的势头,农村网店、农民网商、农村电商交易额均得到了快速增长,成为带动农村经济发展的一支重要力量。农民要想抓住农村电商发展的机遇就必须提升自身文化素养与知识水平。农村电商知识服务是保障农民这一弱势群体的知识权利,农民在涉农部门出台的政策保障下能更充分发挥知识服务的效用。农民对于涉农政策保障知识的需求是为了促进农业

创新,在政府出台的一系列具有指导性与规范性的措施下有针对性的进行农业生产以及产业转型。政府部门的规划与政策对农村电商知识服务工作有巨大的影响,了解与掌握政策法规,在规定的范围内开展知识服务工作更能贴切的符合农民的需求。

涉农政策对农村电商发展有着重要的指导作用,农民对于国家出台的涉农政策也尤为关注,他们对于有效、及时的农业政策知识获取有着迫切的需求。部分农民利用信息基础设施带来的便利,通过网络获取各种涉及农业与电商的信息,但是由于他们知识理解能力有限,所以他们需要通过专业的知识服务来解读相关涉农信息。2016年中央一号文件对热火朝天的农村电商发展给予了肯定,明确指出,要“促进农村电子商务加快发展”,提出大力推进“互联网+”现代农业,应用物联网、云计算、大数据、移动互联等现代信息技术,推动农业全产业链改造升级;农村电商发展中面临农民习惯没有养成,互联网素养偏低的问题,文件也提出了“加大信息进村入户试点力度”,让农民真正成为农业信息化的主体^[12]。农民对涉农政策的相关知识有着极大的需求。农民需要的涉农政策知识包括农产品的价格制定、农业财政税收与补贴、农资信贷、农村电商惠农措施等切合农民实际利益的知识。农民吸收了相关政策知识就可以做出合理的预期判断,国家政策大力扶持农村电商的发展也会吸引众多还处在观望状态农民的参与进来,有利于促进农村电商的蓬勃发展。

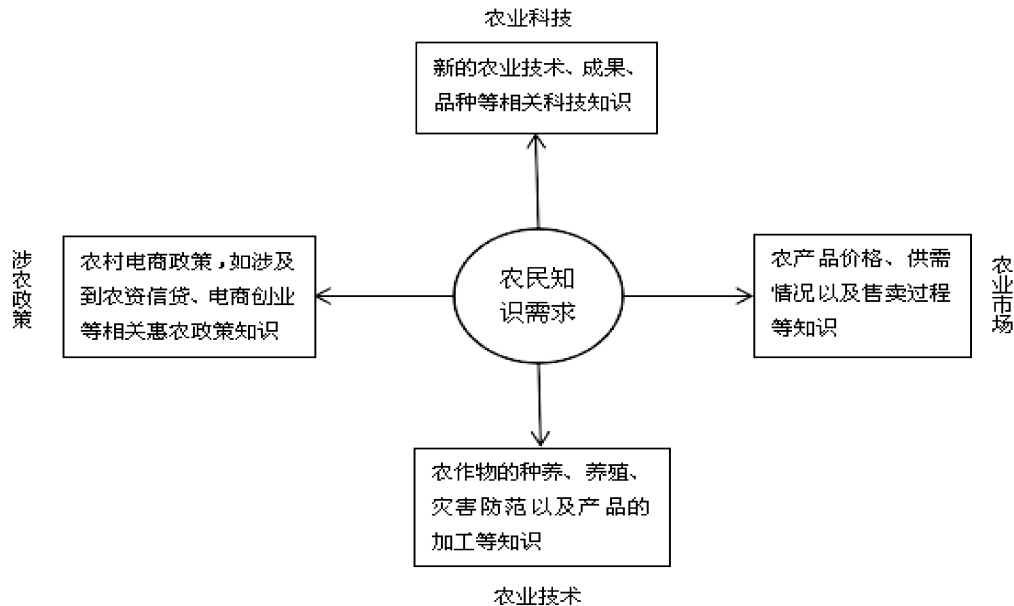


图1 农民知识需求主要内容图

4 农村电商知识服务制约因素

发展农村电商对农村经济转型升级与推动精准扶贫有着重要意义。通过分析影响农民知识需求的因素，能够促进农村电商知识服务的有效开展，改善农村电商的发展环境，扩大电商在农村的应用。通过分析得出政府管理、服务方式、文化教养等问题对农村电商知识服务影响较大。

4.1 政府管理不当

随着国家对三农问题越来越重视，促进农村电商的发展建议也出现在中央一号文件中，政府各级部门闻风而动，针对农村电商纷纷出台相关政策，多头并进、多措并举。然而由于体制管理问题，各地部门出台的措施具有差异性，对形成统筹协调的有效机制造成了阻碍。

涉农政策包括国家和地方对发展农村电商所制定的法规措施，中央政府出台的政策是为了促进农村电商发展，将其作为解决三农问题的方法之一，所以对地方农村电商发展扶持力度很大。但是各地方政府也为得到更多电商红利，会有选择性的出台政策措施，导致了人力、财力、物力的多重浪费。要促使国内农村经济发展以及农村电商知识服务的开展都必须得打破这一瓶颈。农村电商的发展离不开政府部门的调控，相应的知识服务也与政府部门的组织管理密不可分。政府部门统一规划且合理有效的管理是农村电商知识服务顺利开展的关键因素。

4.2 服务方式因素

农民对农村电商相关知识的获取主要来源于电视、网络、与科技人员当面交流以及相关出版物的阅读。互联网作为知识信息传播的聚

集地,具有高效性与互动性的特点,是知识传播的主要方式。但是受收入水平、基础设施以及文化程度的影响,农民利用互联网获取知识的途径占有率还很低,而农民通过其他渠道获得知识有限。目前,针对农村电商的知识服务都比较分散,没有形成一种综合性的服务模式。政府通过选派农业科技人员下乡为农民提供知识服务;农业院校与科研机构通过专家解答与信息服务平台为农民提供需要的知识;企业也围绕售卖的产品给农民提供生产加工中必要的知识。这样缺乏系统性的各种服务方式造成某些领域的重复建设,而且知识服务的内容相对单一,不能满足多元化、多层次的的知识需求。为了满足农村电商发展过程中农民的知识需求,就必须对知识服务方式进行创新,联合各知识服务主体通过统一的服务媒介向农民提供包含整个农村电商生态链所需知识的综合性服务。

4.3 文化素养因素

农民的文化素养对获取知识服务的效果有着重要影响。农民受教育程度越高,就会产生更高层次的知识需求,对更多更有深度的知识的需求量就会增加,吸收知识的能力与水准也就越高。根据第二次全国农业普查主要数据公报显示,我国农村劳动力文化程度初中及以下的高达89%,高中及以上文化程度的只占11%。由此可见我国农村劳动力受教育水平还处于普遍偏低的状态,发展农村电商需要的知识不仅包括农业方面,还需要综合了解互联网时代农业生产、买卖之间需要的符合农村经济转型的知识。农民如果连互联网相关知识都

不清楚,甚至不会使用计算机,如何通过电子商务平台售卖自己的农产品以及在电商平台下单购买自己需要的各类商品?所以农民的文化素养对农村电商发展起着至关重要的作用,目前农村地区教育水平很低,对于相关知识服务内容不能有效理解与吸收,限制了知识服务的有效开展。

5 提高农村电商知识服务对策与建议

5.1 加强农民文化素质培养,树立以农民为中心的服务理念

农民的综合文化素质偏低严重制约了农村经济的发展并阻碍了农村电商知识服务的有效开展。为了加强农民文化素质,政府部门要加强对农村教育的政策、资金上的帮扶,利用现代信息基础设施帮助农民提高文化水平。针对农民的知识需求,加大对农民的知识培训力度,在实践中不断完善政策措施,帮助农民提高综合素质。此外,还要树立以农民为中心的知识服务理念,改变一直以来从上而下的政策思路。《“新三农”与电子商务》报告表明,在农村20%的人缺少开店知识,另有14%反映不会设计网店,31%认为当前最大的困难是经营管理和发展问题^[13]。所以各级部门要实际调研不同地区的农民知识需求,根据具体情况具体分析,提供农民满意的知识服务。

5.2 优化知识服务渠道

传统的传播渠道是农民依靠人际接触、书

籍、报纸、电话、电视等途径获取需要的知识。在互联网高速发展的今天，这种原始的知识获取方式已经不能满足农民的知识需求。农村与城市的网络发展程度由于人口密度与经济发展情况不同等原因使得差距较大。然而近年来的移动智能设备普及让农民也能够很方便的用上网络，农民在家里就可以通过移动设备进入网络世界汲取需要的知识。不过由于基础性设施的缺少，个别地区存在如信号差、信号盲区、上网速率跟不上等问题，制约着农村电商的普及。要加强对农村互联网以及移动互联网的基础设施建设，形成以互联网为主，传统渠道为辅的知识服务格局。同时要将政府引导、技术培训、专家下乡等知识传播方式结合起来，与网络传播形成优势互补。

5.3 构建多元化的知识服务模式

目前，导致农村电商知识服务不能有效发挥作用的原因有：知识服务提供主体单一，市场机制不完善、政府引导力不强，没有形成一

个具有系统化特征的综合性服务服务模式。为了使知识服务能够产生推动农村电商发展的强大动力，就需要建立一个集合多个服务主体，包括政府、市场、企业等在内的多元化知识服务模式。

政府部门提供涉及电商政策与农资贷款等政策性的知识服务以保障农民的合理的权益，企业针对农民需要的市场知识给出满意的回答，包括农业院校、科研机构在内的第三方知识服务机构可以为农民提供农业科技方面所需知识并给予农业技术方面个性化的知识服务。由政府部门牵头，联合多方服务主体，将涉及农业科技、惠农措施、电商政策、经济法规等在内的知识建立一个综合的知识数据库。实现知识资源的高度整合与共享，不仅可以打破知识壁垒，还能避免知识服务传播方式的重复建设。农民在获取到需要的知识后，在利用过程中或是结束后随时可以将实践情况反馈给知识服务提供方，通过加工后形成新的知识，如此可以形成良性的知识循环更新过程。

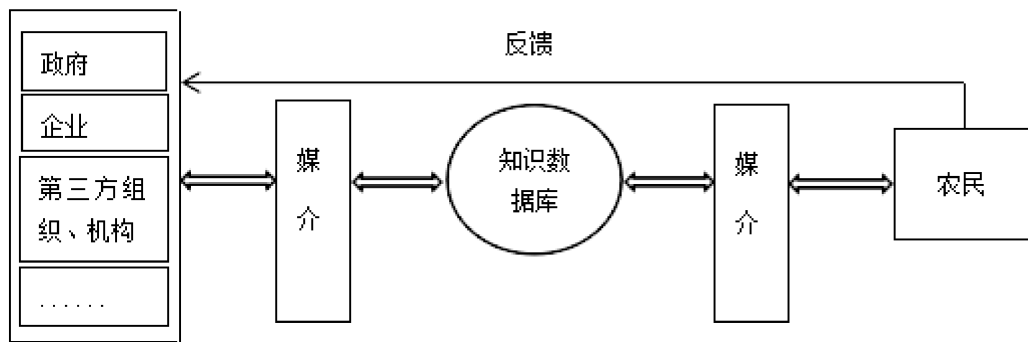


图2 多元化知识服务模式图

6 结语

知识服务对农村电商发展有着至关重要的

作用，对我国农村电商知识服务的主要内容与制约因素进行研究分析。在此基础上提出改善

农村电商知识服务的对策与建议,为知识服务在农村电商发展过程中发挥有效作用提供帮助。由于农村电商知识服务属于新兴事物,所以需要在以后的实践过程中不断探索与总结。

参考文献

- [1] 高劲松,李珂,梁艳琪,等. 关联数据环境下图书馆知识服务模型研究[J]. 情报科学, 2016, V34(5): 64-68.
- [2] 刘军,金淑娜. Kaas知识即服务:面向读者需求的分层知识服务模型及实践[J]. 情报科学, 2014(3): 55-60.
- [3] 万敏,孟宪学. 问题解决型农业科技知识服务需求分析[J]. 中国农业科技导报, 2013(3): 72-76.
- [4] 李春花,许永哲. 基于农民知识需求的农村知识获取环境缺陷与对策探索——以吉林省延边地区为例[J]. 科技创业月刊, 2011, 24(1): 27-29.
- [5] 娄策群,毕达宇. 知识中心面向农民的农业知识服务模式研究[J]. 情报科学, 2012(3): 426-429.
- [6] 张亚君,任碧凤. 新形势下农业高校图书馆构建开放知识服务平台的新思考[J]. 图书情报工作, 2014(s2): 82-84.
- [7] Wang G H, Shao-Ping F U. Empirical Study on Framers' Sci-tech Demand Density——Taking Yangling HDZ as an Example[J]. Journal of Northwest A & F University, 2010.
- [8] Zhang Xiao yan. Research on Strengthening the Quality Education of Peasants in the New Period[J]. Technology guide, 2012, (20): 319-320.
- [9] 佚名. 全国农产品商务信息[EB/OL]. [2016-08-16]. <http://nc.mofcom.gov.cn/2016-8-16>.
- [10] 毕达宇. 面向农民知识需求的知识服务研究[D]. 武汉: 华中师范大学, 2012.
- [11] 高雄. 基于农村弱势群体知识援助保障机制研究[J]. 图书馆工作与研究, 2014, 1(5): 9-14.
- [12] 新华社. 关于落实发展新理念加快农业现代化实现全面小康目标的若干意见[EB/OL]. [2016-01-27]. <http://www.gov.cn/2016-1-27>.
- [13] 汪向东. “新三农”与电子商务[M]. 北京: 中国农业科学技术出版社, 2014.