

农村淘宝年销售超千亿 电商助脱贫

“电商扶贫”成为今年两会的热词,也成为了扶贫的重要手段。过去几年,以阿里巴巴农村淘宝为代表的农村电商平台,在实现精准脱贫、助推乡村产业兴旺和吸引人才返乡创业上,表现出了强大势能。

数据显示,阿里巴巴零售平台上目前有超过100万的农民网商,有超过1000亿元的农产品年销售额,以及2100多个年销售额超千万的淘宝村。

年销售农产品超千亿 农村淘宝走通电商脱贫模式

3月11日,商务部部长钟山在十三届全国人大一次会议的记者会上表示,“电商扶贫”将成为扶贫的重要手段,商务部将继续促进电子商务进农村,帮助贫困地区的优质特色农产品走出深山、走进城市、卖出好价钱。同时,培育一批致富带头人,形成一批特色优势产业。

钟山介绍,四川广安一个贫困村,通过电商销售特产红心柚,成功帮助29户贫困户脱贫。这种电商脱贫模式,已经成为不少贫困地区实现换道超车的首选。

数据显示,通过打造直供直销新链路模式,农村淘宝已经孵化培育出了160多个区域农业品牌,上线了300多个兴农扶贫产品和23个淘乡甜种植示范基地。

2017年,来自新疆巴楚县的留香瓜,通过农村淘宝的数据赋能和供应链升级,这款甜瓜不仅打开了销路树立了品牌,还让瓜

农收入增长了10倍。

在整个过程中,农村淘宝不仅帮助村民控制农药化肥使用,还对瓜直径大小、挂果数量进行了严格把控,保证每个瓜的个头、水分和甜度达标。通过数据反哺供应链,瓜农三个月内接到了超过6000吨意向订单,数百吨的巴楚留香瓜短短24小时就销售一整,采购价也从每公斤0.6元提高到每公斤2元,让当地瓜农每户平均增收8000多元。在国家级贫困县安徽金寨,联合国世界粮食计划署也与农村淘宝开展了猕猴桃扶贫项目,500多户贫困家庭的生活因此发生了极大的改变。

中国社科院农村发展研究所副主任胡冰川感叹,“让农产品有更高的供应标准和品质,让农民真正得到实惠,这是一种用商业思维解决贫困问题的新思路。”

开设兴农扶贫服务站 搭建乡村数字商业基础设施

在今年1月举办的电商脱贫高峰对话会上,阿里巴巴宣布

了有关电商脱贫的落地措施,并表示将持续帮助贫困地区通过电商平台销售商品、打通产业链,并搭建金融、物流、大数据等数字商业基础设施。

重庆奉节、云南元阳、甘肃礼县、新疆巴楚县、新疆吉木乃县、内蒙古敖汉旗、安徽金寨县、福建长汀县、吉林和龙市、贵州雷山县一起,被阿里巴巴确定为首批十个电商脱贫样板县。

阿里巴巴集团CEO张勇表示,阿里开设的兴农脱贫频道,将通过数字化窗口,打通农产品的产业链上下游和供需关系,让贫困地区的好产品走向千家万户。另外,阿里巴巴将在阿里电商平台开设兴农扶贫县域官方服务站,助力地域农产品品牌升级,农业产业升级,打造县域农产品名片,带动农户脱贫增收。

仅仅过了一个月,首个电商脱贫样板县在国家级贫困县新疆吉木乃县落地。

据介绍,阿里巴巴将集中优质资源,推动吉木乃地标小麦(吉木乃面粉)的销售和品牌化发展,并将其打造成行业标杆,

在2018年实现全面脱贫。阿里巴巴乡村事业部总经理王建勋介绍道,兴农脱贫频道已累计对接全国13个省份,120个国家级贫困县。“超过2800万网购用户购买832个国家级贫困县的农产品,基本覆盖了全国绝大部分城市。下一步,我们会将把成熟电商脱贫案例在全国范围内规模化复制推广。”

培养112万农村电商学员 淘宝课程覆盖92%贫困县

来自贵州的全国人大代表华茜,是一名阿里巴巴农村淘宝的“村小二”。通过这一身份,她不仅把城里的正品好货代购给村民,让他们享受城里人一样的生活方式之外,还把家乡的土特产卖到了全国各地,带动乡亲们致富。

2015年8月,华茜成立公司并申请商标,用公司化手段搜集当地特产,帮乡亲们把农产品卖出大山,其中最高一天内成功卖出3000斤米酒,合计1000余件,真正解决农村产品买卖难的大问题,这些来自贵州山区的土特

产,不仅卖出了省,最远还卖到了辽宁丹东。

来自甘肃代表团的全国人大代表梁倩娟,是陇南市徽县水阳镇“陇上庄园”网店的店长。2013年12月,梁倩娟回乡创办“陇上庄园”淘宝店,通过淘宝等平台集中收购、推广和销售陇南当地的土特产,让大山深处的农特产品远销全国。目前,梁倩娟的网店年收入达450万元,辐射带动周边300多户群众发展,其中包括100多户贫困户。

像华茜这样的“村小二”现在全国有3万多名。他们分布在全国29个省、700个县,其中包括了178个国家级的贫困县和147个省级贫困县,为农村电商发展,带动乡村电商脱贫打下了很好的基础。

“无论是上行还是下行,最关键的是村里要有人,这是农村电商基础设施的关键。”王建勋表示,为了培养农村电商人才,淘宝大学也开设了相关的电商课程,目前已经覆盖了约92%的国家级贫困县,累计培训了112万贫困县学员。

(中新网)

无人零售催生经济增长新动能

“你不这么做的话,你可能就失去竞争力”,3月3日在两会答记者问的会议现场,就腾讯大规模进军新零售问题,全国人大代表、腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾表示:“除了利用数字技术助力线下传统零售,重要的是能够抓住数字化的机遇,能够把人、货、场景几方面全部打通。”

传统消费升级,新型消费快速兴起,“新零售”毫无疑问成为2017年互联网与实体经济的年度热词。新零售浪潮之下,对于无人零售而言,2018年似乎也已成为值得期待的一年。

政策保驾护航 助推行业有序发展

科技创新及资本支持,将无人零售从概念变为现实,并以一种全新的消费模式,逐渐渗透进人们的日常生活。区别于共享单车的野蛮生长,无人零售在发展前期就获得了政府的规范和政策的支持。去年9月,商务部新闻发言人高峰在新闻发布会上就曾表示,无人值守商店能更好满足个性化、多元化的消费需求,并明确出台政策支持发展无人商店。

此外,新零售发展较好的城市也倾斜政策,扶持无人零售。同时,无人零售行业也积极探索与政府的合作,比如,缤果盒子已与北京门头沟区人

民政府、天津南开区、成都双流区、兰州市政府、南昌高新区、鄂尔多斯新区等多地政府签订合作协议,获得了当地政府的认可与扶持。

可以说,在政策引导与社会支持下,无人零售已迈进有序发展阶段,并迎来一个天时地利人和的大好时机,成为中国经济发展的重要角色。

加速新旧动能转化 驱动实体经济发展

3月5日,在政府工作报告中显示,“网上零售额年均增长30%以上,社会消费品零售总额年均增长11.3%。”消费对经济发展的基础性作用不言而喻,而新零售创新崛起对经济发展的价值也更加凸显。

从阿里提出“新零售”,到京东发力“无界零售”,再到苏宁倡导“智慧零售”,短短两年时间,从概念到实践,无人零售成功在消费者日常生活中实现技术和商业的结合,颠覆性地改变了千百年来以商品为核心的商业消费传统模式,成为中国经济创新发展的新动能之一。

通过应用无人零售解决方案,持续赋能传统零售业,也让更多品牌企业焕发出新的活力。如便利店领域权威711布局无人便利店,缤果盒子帮助购百特无人化改造,深兰科技联手星

星冷链赋能无人零售产业链等,激发零售业升级转型,推进新零售生态圈共建和实体经济发展。

商业模式+技术 降本增效打造全新消费模式

无人便利店作为一个零售新物种,其重要优势就在于通过无人化技术,完成一个人看管数十家店的工作,凭借较低的租金、运营成本,在低流量的社区环境中释放出新的流量红利,更近距离的解决用户即时性消费需求。

无人便利店通过门店快速复制落地,打开市场,并通过规模化效应进一步降低边际成本。同时,也使得无人便利店能够以等同于甚至低于传统商店的商品价格开展零售,确保市场竞争力。

技术的发展及移动支付的普及,为无人零售的落地提供了坚实的基础。尤其是人工智能技术的发展与应用,使得“无人化”运营成为可能,降本增效的同时,提升购物体验。无论是Amazon Go的“拿了就走”还是缤果盒子图像识别系统“小范FAN AI”,其最终目标都是以更低的成本,打造以消费者为核心的零售新业态。新零售浪潮下,不难推测,无人零售业正在迎来伟大的时代。

(联商网)

本报讯 日前,京东生鲜上线了“银河计划”,为符合标准的部分生鲜产品贴上了相对应的品质标签。

据了解,消费者在线上购买生鲜产品时,习惯将评价数和好评率作为重要的参考标准,对生鲜产品的特性及相关资质认证关心较少,此次京东生鲜的“银河计划”主要为了帮助消费者更加直观的辨认产品特性,满足消费者对个性化产品的需求。

京东生鲜“银河计划”负责人称,“银河是被无数颗恒星的光所照亮的,为这个项目取名‘银河’,就是希望这些被国家和行业所认证的资质标签能像银河中的恒星一样,为消费者挑选生鲜产品提供引导和照明。”

据统计,京东生鲜目前已有近1500个sku加入到“银河计划”中,消费者能够在搜索页、列表页和商想页等明显的位置找到对应标签。

据亿邦动力网了解,入选京东生鲜“银河计划”的品质标签类型有十余种之多,包括ASC(水产养殖管理委员会)渔场认证、BAP(最佳水产养殖规范)认证、绿色食品、中国有机、欧盟有机、无公害食品等。目前京东生鲜打造的“银河计划”已经得到京东集团各事业群的认可。

为生鲜产品贴标签 京东生鲜「银河计划」上线