

各地加快推进农村电商发展—— 让农产品“种得好”也“卖得火”

□ 张艺开 叶传增 吴君

农村电商方兴未艾,成为转变农业发展方式的新发力点,但也面临新挑战。如何让优质农产品获得更多消费者青睐?如何利用电商直播助力销售?物流如何又快又实惠?各地在加强品牌建设、提高电商效能、完善物流体系等方面进行了有益探索。

今年中央一号文件提出,实施“数商兴农”工程,推进电子商务进乡村。农村电商的蓬勃发展,为广阔乡村架设了农产品流通新平台,拓宽了农民增收路径,激活了乡村振兴潜能。

擦亮产品品牌 打造品质标准

市场上的农产品五花八门,同一类产品还有产地、品质等差异,如何脱颖而出,获得消费者青睐?这离不开品牌的打造。叫响名号,形成品牌影响力,才能助力好产品成为好商品。福建六鳌红薯、山东烟台苹果、湖北洪湖莲藕……时间淘洗出的农产品品牌,在搭载农村电商这趟快车时,更容易拔得头筹。

有了品牌并非一劳永逸,如何维护品牌,持续获得消费者认可,还需要很多努力和探索。

于殿红是黑龙江省五常市民乐朝鲜族乡陆家村村民,几年前开始在网上卖自家产的大米,常常遇到消费者提问“怎么证明你卖的米是五常大米?”于殿红只好把身份证拍照给人看。好东西还愁卖,让不少农民既困惑又无奈。

转机很快出现。2015年,五常市设立了五常臻米网,对全市大米品牌产品进行公示,并以农业物联网为依托,建成“确地、确种子、确投入品、稻米三重检测”的水稻溯源防伪系统。

据介绍,五常市对良种繁育、育苗插秧、收割仓储到加工销售的27个流程99道工序逐一细化,制定并推广了五常大米种子、种植、投入品等8个方面的地方标准。

“达到标准才能进入加工溯源体系,才能使用五常大米溯源防伪标识和二维码。”于殿红说,“网上一搜,就知道咱家是五常的。袋上一扫,哪个村、谁的田、啥品种、检测报告,一目了然。有这一网一码,销量翻了不止一番。”

“2016年,市政府还开设线上‘五常大米’自营旗舰店,集合本地合作社、米企产品,统一推广运营,共同使用‘五常大米’公共品牌。”五常市商务局副局长关宝砚介绍,各部门还组织企业、合作社参加大米节等展销会,线上线下结合提升品牌影响力。

品牌化让农村电商驶入快车道,无论是擦亮旧品牌,还是塑造新品牌,提升品质是关键。不断推进区域公共品牌建设,将有利于擦亮地方特色农产品招牌,进而引领规模化生产、标准化管理和产业化经营,提升农村电商质量效益和市场竞争力。

网络基建铺路架桥

截至2021年11月底,我国现有行政村已全面实现“村村通宽带”。

2021年,我国互联网普及率**73.0%**,其中农村地区互联网普及率**57.6%**。

农村电商蓬勃发展

2021年全国农产品网络零售额**4221亿元**,同比增长**2.8%**。

截至2021年9月底,全国农村网商(店)已达**1640万家**。

目前,全国**832**个脱贫县已建设各类电商服务点超**10万个**。

电商发展带旺农村消费

2021年全国农村网络零售额**2.05万亿元**,同比增长**11.3%**。

返乡创业助力振兴

到2021年底,全国返乡入乡创业人员累计达到**1120万人**。

较2020年底增长**110万人**,平均每个创业主体带动**6.5**名农民就业。

直播促进带货 电商打开销路

如今,“销农货,找电商”成为许多农民的共识,但具体如何“触网”不少人并不在行。老乡最了解自家产品,但不擅长网络营销;主播们懂网络,但对田间地头的活计并不内行。如何发挥各自优势,让农产品“种得好”也“卖得火”?

去年,在云南省大理白族自治州宾川县乔甸镇李捷村,获得石榴丰收的村民李本斌一开始想继续通过传统渠道销售,“但问了好几家采购商,最高收购价才开到1.8元一斤。”他想起曾在别家的石榴地里看到的“果农爸爸”直播团队,几个年轻人在田里对着手机卖力吆喝,“石榴现摘现发,不吐籽味道甜!”

于是,李本斌拉着石榴来到镇上的云南果农爸爸农业科技有限公司。他家的石榴品相好、个头大,公司负责人袁晓薇说:“这样的石榴适合走电商渠道,做精品零售。”两人一拍即合,按照2.2元一斤的价格,李本斌的80多吨石榴陆续拉到了电商仓库。

袁晓薇从事农村电商行业已有4年。2018年,她辞职回乡,和几个姐妹

一起创业,在网上卖当地特色蔬果。她们下到田里,向农民学习,记录、展示农产品的种植、采摘、打包、发货等环节,既卖了货,也增加了人们对当地农业的了解。如今,30多种云南果蔬经过她的网上店铺销往全国各地。袁晓薇还和村里的年轻人分享直播经验,带他们参与电商运营。

近年来,宾川县大力培育、发展农村电子商务产业,吸引年轻人返乡创业,做主播、帮带货。截至2021年底,累计培植电子商务企业78户,在电商平台开设店铺2990个,微商3000余人,上线销售农特产品突破百种,农产品上行交易日趋活跃,全县农产品网络零售额达2.09亿元。

让农民从“会种”到“会卖”,让农村电商从业者从“懂卖”到“懂种”,两者之间的良性互动对推动农村电商提质增效、促进农产品进城具有积极意义。

补齐物流短板 加速鲜货出山

对于新鲜蔬果等时令性强、保质期短的鲜货来说,物流“最初一公里”的迅速和通畅至关重要。湖北省秭归县高山陡坡之间的脐橙园里,田间轨道运输车为鲜货“出山”提供了新探索。

轻触按钮,公路边的电动轨道车缓缓降到坡下的果园。车一到,采摘工人将一箱箱脐橙快速码好,再摁按钮,几分钟内,千斤重的脐橙顺着轨道就上了山。“我们基地每年产脐橙50万斤,过去转运费每斤是1角2分钱,现在只要5分钱,总共能省3.5万元!”丰悦脐橙合作社基地负责人刘国华欣喜地说。

刘国华的脐橙基地位于秭归县郭家坝镇烟灯堡村,这里山高坡陡、不宜耕作,却是脐橙生长的沃土,“以前交通设施落后,运送橙子只能靠肩挑背扛,现在方便了!”

2019年,当地通过搭建电网对动力设备电气化升级改造,在果园和公路之间架起了两条总长250米的电动轨道,“人工背一趟橙子上下山要20分钟,现在只需4分钟左右就可以将橙子运到公路边。”刘国华说,“还不用担心人工运输的安全隐患,省时也省心了。”

在秭归,这样的田间轨道运输车有588条,总长11.93万米,它们将4万多亩地里产出的脐橙从山坡运到公路旁,完成了脐橙“出山”的第一步。

出山后,紧接着要快速出村。县里将县内快递公司、电商企业、农村综合运输服务站等调动起来,建设了“多业融合、多点合一”的村级物流服务体系。秭归县科技经信局电商办负责人刘浩天说,“秭归脐橙产业形成了果农种得好、物流跟得上、产品卖得好的良性循环。”

农产品出城,物流是重要一环。补齐农村物流基础设施短板,推动农村地区流通体系建设,将进一步打通从田间到餐桌、从枝头到工厂的道路,助力农村电商蓬勃发展。

(人民网)

中国跨境电商 交易会在榕举办

本报讯 林张清 近日,在2022“中国跨境电商交易会”新闻发布会上获悉,中国跨境电商交易会于2022年3月18日至20日在福州海峡国际会展中心举办。

据了解,在去年成功举办的基础上,主办方今年对展会进行了更创新的设计,对团队进行了更精心的配备。此次展会面积达到72000平方米,设置有多个区域。目前共吸引全球超50个跨境电商主流平台、60多个全国特色外贸产业带、230多家知名跨境电商服务商、2000+家外贸优质供货企业参展,众多跨境电商国际顶尖平台及跨境电商知名企业参展参会。截至目前,共有50多个平台报名参展。采购商报名热情高涨,目前采购商邀约系统后台登记数量已破8万。活动期间将举行金砖国家数字经济对话会、中国跨境电商金融资本高峰论坛、抢占TikTok电商跨境新蓝海、亚马逊全球开店跨境专场、当季新品爆品发布会等重点活动。

福州市商务局副局长黄雪勤接受采访时表示:“中国跨境电商交易会在福州举办,对福州跨境电商综试区建设具有重要的意义,是外贸领域践行数字化战略的具体行动,我们将以跨交会的举办为契机进一步集聚并做大做强跨境电商产业,推动跨境电商生态圈的完善和升级,力争把福州跨境电商综试区建设成为跨境电商发展的新高地。”

2021年生鲜电商 融资总额超80亿元

本报讯 郑志辉 2021年生鲜电商无疑是最为拥挤的赛道,虽有广阔前景却竞争残酷,既有赛道选手“每日优鲜”“叮咚买菜”上市的喜讯,又有“呆萝卜”宣布停业、“美菜网”被曝裁员和业务收缩等噩耗。

根据第三方智库网经社电商2021年最新发布的《2021年度中国生鲜电商市场数据报告》,2021年生鲜电商交易规模达4658.1亿元,同比增长27.92%。

目前生鲜电商模式包括O2O模式、前置仓模式、到店+到家模式、社区团购模式、周期购模式等。

生鲜电商行业2021年渗透率达7.91%,此前的2014年至2020年渗透率分别为:0.59%、1.29%、2.02%、2.97%、3.8%、4.67%、5.98%。

《报告》显示,2021年国内生鲜电商行业共发生了8起投融资事件,融资总额达80.5亿元,涉及的平台分别为:T11、森果云、朴朴超市、叮咚买菜、飞熊领鲜、兔子鲜生、菜划算。2021年生鲜电商“独角兽”共2家,分别是谊品生鲜、百果园,估值分别为34亿美元、14.62亿美元,总估值达48.62亿美元。

网经社旗下网络消费纠纷“进入黑猫投诉”调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示,退款问题、商品质量、发货问题、霸王条款、售后服务、虚假促销、订单问题、客服问题、网络欺诈、网络售假、送餐超时是2021年期间生鲜电商投诉的主要问题。2021年依投诉量来排名,涉及的生鲜电商平台有叮咚买菜、易果生鲜、每日优鲜、本来生活、顺丰优选。