

五部门印发《2022年数字乡村发展工作要点》

本报讯 近日,中央网信办、农业农村部、国家发展改革委、工业和信息化部、国家乡村振兴局联合印发《2022年数字乡村发展工作要点》(以下简称《工作要点》)。

《工作要点》明确了工作目标:到2022年底,数字乡村建设取得新的更大进展。数字技术有力支撑农业基本盘更加稳固,脱贫攻坚成果进一步夯实。乡村数字基础设施建设持续推进,5G网络实现重点乡镇和部分重点行政村覆盖,农村地区互联网普及率超过60%。乡村数字经济加速发展,农业生产信息化水平稳步提升,农产品电商网络零售额突破4300亿元。乡村数字化治理体系不断完善,信息惠民服务持续深化,农民数字素养与技能有效提升,数字乡村试点建设初见成效。

《工作要点》部署了10个方面30项重点任务。一是构筑粮食安全数字化屏障,包括加强农业稳产保供信息监测、提高农田建设管理数字化水平。二是持续巩固提升网络帮扶成效,包括加强防止返贫动态监测和帮扶、优化完善网络帮扶措施。三是加快补齐数字基础设施短板,包括持续推进乡村网络基础设施建设、推动农村基础设施数字化改造升级。四是大力推进智慧农业建设,包括夯实智慧农业发展基础、加快推动农业数字化转型、强化农业科技创新供给、提升农产品质量安全追溯数字化水平。五是培育乡村数字经济新业态,包括深化农产品电商发展、培育发展乡村新业态、强化农村数字金融服务、加强农村资源要素信息化管理。六是

繁荣发展乡村数字文化,包括加强乡村网络文化阵地建设、推进乡村优秀文化资源数字化。七是提升乡村数字化治理效能,包括推进农村党建和村务管理智慧化、提升乡村社会治理数字化水平、推进乡村应急管理智慧化、运用数字技术助力农村疫情防控。八是拓展数字惠民服务空间,包括发展“互联网+教育”、发展“互联网+医疗健康”、完善社会保障信息服务、深化就业创业信息服务、推动农村消费升级。九是加快建设智慧绿色乡村,包括提升农村自然资源和生态环境监测水平、加强农村人居环境数字化治理。十是统筹推进数字乡村建设,包括加强统筹协调和试点建设、强化政策保障和金融服务、加强数字乡村人才队伍建设。

在京电商平台三倍备货保供 确保重点民生商品“最后一公里”

果蔬肉禽蛋 备足满足45天周转

疫情再起后,生鲜等重点民生物资能否打通最后一公里,完整走完从生产链到餐桌的全过程?浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林表示,要“打通最后一公里”,必须保证防疫措施严格的物流企业参与市场保供活动中去,以保证更高的配送效率,解决资源配置不合理的问题。

那么,重点电商平台在这两天的紧张情况下准备如何?面对骤增的市场需求,电商平台是否具备充足的供应能力?物流送货效率如何在疫情防控中保障?笔者随后追访了相关企业。

美团买菜相关负责人介绍,作为北京重点保供企业之一,对肉禽蛋奶以及新鲜果蔬等市民采购量比较大的商品,即日起已加大了相关商品库存,抗疫保供期间,将按日常消费的三倍到五倍左右进行备货,确保相关商品的库存充足、价格稳定。同时,已实时追加人员全力保供,目前一线分拣人员增加70%,配送人员增加50%,以确保用户及时收到货品。

总部在北京的京东,目前也针对北京市场整体提升了保供措施。相关负责人介绍,在线下供应方面,整体备货量加大到平时的3倍以上,门店对于米面粮油、果蔬生鲜、方便速食等民生商品保持实时数据监测,并已制定好多套预案保障供

随着北京出现疫情反弹,不少市民十分关心物资供应保障情况,尤其是食品供应。目前,在京多家生鲜电商平台订单量激增,袋头、潘家园等涉疫情风险区域订单上涨明显,有平台暴增50%以上。4月25日,据了解,目前肉禽蛋奶与新鲜果蔬,已普遍按日常消费的三倍以上备货,确保库存充足、价格稳定。同时,平台大幅度增加了分拣与配送人员,调配运力、严格消杀,以保证市民能安全及时地收到货品。

应链畅通,订单量较大门店将采取每日多配方式保证平稳供应、价格稳定。

线上部分,京东生鲜方面表示,由于订单持续高涨,已紧急成立应急小组,协调提升产能。截至目前,重点民生商品备货量均已至少提升一倍,果蔬肉禽蛋日常备足以满足45天周转。

严格防控“无接触配送” 保障运力效率

“在一些关键的物流中转站,要做好疫情防控措施,但又不能在物流

方面谋求过度集中,因为物资过于集中会导致物流拥堵,且不利于疫情防控。”盘和林表示,在电商平台保供过程中,做好供应链的疫情防控尤为重要。

美团平台相关站点的工作人员表示,该站点工作人员已全部完成疫苗接种,并按照要求每日进行核酸检测。日常消杀也严格按照疫情防控措施进行,如站内早晚消毒、工作人员每天两次测温、配送箱及设备每次配送完成后进行消毒等。值得注意的是,电商平台通过提供“无接触配送”服务,保障商品与履约链路的安全。

据京东线下保供员工介绍,目前,90%以上配送员已经接种完三针疫苗,剩余配送员均接种两针(第三针未接种因接种时间未到);目前要求应检尽检,全市配送员持72小时内核酸证明上岗,配送范围涉及疫情的需持48小时内核酸证明到岗;全员每天执行四次消杀制度,早晨、中午、下午、晚上对配送车辆及配送箱全面消毒。

京东生鲜员工第三针疫苗接种率则为95%以上,员工每日一次核酸检测,环境核酸检测每3天一次,库房消杀每天早晚各一次。进口商品入库时严格按照四证一码把关,在库专仓存储,员工全程佩戴口罩、手套等防疫用品,耗材保障方面4万新购保温箱陆续到位,泡沫箱耗材紧急增加26万安全库存,并持续下单储备,随时保证北京市民民生所需。

(赵利新)

阿里农产品电商报告: 西部省份 包揽增速前四

本报讯 杨野 刘津 近日,农业农村部管理干部学院、阿里研究院联合发布农产品电商报告:《“数商兴农”:从阿里平台看农产品电商高质量发展》(以下简称《报告》)。

《报告》认为,阿里进一步加大农业产地端投入,设立数十个产地仓与1200余个菜鸟乡村共同配送中心,持续建设1000个数字农业基地,与消费端近场电商等新业态结合,更高效连接农民与消费者,让数据逐渐成为增产增收的“新化肥”。

《报告》指出,农产品电商迈入高质量发展阶段,呈现出四大趋势:一是数字化从餐桌延伸到土地,数据成为新型农业生产要素。二是数字技术弥合东西部差距,西部农产品电商搭乘新基建进入快车道。三是近场电商改造农产品供应链带动鲜花首次进入销售品类前十。四是“红美人”效应愈发明显,一批县域通过数字技术打造区域公用品牌,从农业大县迈向农业强县。

从销售来看,增速排名前五的分别为云南、甘肃、西藏、新疆、福建,前四被西部省份包揽,充分证明西部农产品电商潜力正在显现。

截至目前,菜鸟乡村共配中心自动化改造已服务全国25个省的150余个区县,而智能产地仓也将深度服务30个以上的县域。数字化正不断从餐桌延伸到土地,数据正成为助农增收的“新化肥”。

《报告》指出,数字技术有助于破解区域发展不平衡格局,因为缩小数字鸿沟比消除工业基础设施的差距更容易。西部普遍为农业大省,通过搭乘电商等数字新基建,优质农产品越来越多走上全国消费者的餐桌。

《报告》显示,农产品电商销售前十分别为纯牛奶、普洱、混合坚果、大米、鸭肉零食、牛肉、鲜炖即食燕窝、酱类调料、鸡肉零食、鲜花。

《报告》分析认为,三类农产品在电商渠道最受欢迎,一是深加工农产品,包括纯牛奶、肉类零食、酱类调料等。二是耐储运农产品,包括普洱、混合坚果、大米等。此外,受益于淘菜菜、盒马、天猫超市等近场电商崛起,鲜花、鲜炖即食燕窝等对冷链物流效率要求较高的商品,也成为线上消费新宠。

鲜花行业数字化升级步伐较慢,究其原因,是因为鲜花比一般蔬菜、水果更娇贵,对温控、品质、成熟度要求更高,且非常易损,很难通过原产地包裹直发消费者,属于生鲜中最难啃的“硬骨头”。

《报告》认为,近场电商模式的价值是能让人、货、场更精准匹配,通过打通供应链全链路数字化,反向推动农业基地确定性供应,最终实现订单农业。

从省份来看,山东有17个县市入围,之后依次是江苏(14),浙江(11),福建(9),安徽(7),东部四省合计超过百强县一半,地区优势明显。西部省份共有陕西、云南、广西、四川、甘肃、宁夏6省的15个县市上榜,比去年多25%,进步明显。