

# 北京电子商务协会换届

## 推动本市电子商务行业高质量发展

本报讯 程子姣 4月3日下午,主题为“凝心聚力、共谋发展”的北京电子商务协会换届大会暨直播论坛,在京东总部大厦成功举办。京东零售CEO辛利军当选为协会第五届理事会会长,选举产生的新一届理事会、监事会成员集体亮相。北京市商务局、北京市市场监管局网监处、北京市委互联网企业工委组织一处、北京海关行邮监管处、经开区商务金融局等有关部门和100多家电商会员企业、媒体单位受邀出席会议。

北京市商务局副局长郭文杰在致辞中表示,电商协会一直致力于配合各级政府推动北京电商发展环境的建设,在提供服务、反映诉求、规范行为、培育人才等各方面都发挥了很好的作用。过去四年是北京电商发展史上极不平凡的四年,统计数据显示,北京市消费结构实现历史性跨越,总消费规模持续扩大,服务消费在总消费中占比55%左右,网上零售额占社零总额比重从2017年的20.5%提高到2022年的39.8%,创历史新高。

目前,直播经济已经成为助力北京消费升级、提升消费体验的新引擎,北京凭借京东、快手、抖音、东方

甄选等头部企业平台聚集的优势,已经跻身了全国直播电商领域的第一梯队,拥有技术、人才、市场等优势,不断创造出了新的消费体验。北京市商务局近年来制定出台了培育壮大网络消费、推进跨境电商创新发展、繁荣夜间经济业态等方面的利好政策,提升企业销售规模与影响力。

希望广大企业进一步坚定在京投资兴业信心,用足用好消费类政策举措,北京市商务局将全力做好保障服务,持续优化营商环境,为企业发展创造更好条件,为消费升级作出更大努力。大会听取并通过了第四届北京电子商务协会会长丁同欣的工作报告,新一届理事会同时聘请丁同欣为顾问;聘请一批业内专家为协会智库成员;新任会长辛利军致辞,并宣布北京电商协会三家专委会成立,分别为:直播电商专委会、电商人才专委会和电商物流专委会。

北京电子商务协会副会长兼秘书长马小森介绍下一步工作计划时说,北京电子商务协会成立于2002年,已有20年的历史,这20年也是北京电子商务行业高速发展的20年,电子商务已成为拉

动首都经济增长的新引擎,这得益于政府和主管部门的好政策及扶持引导,得益于广大电商企业的辛勤努力和积极贡献。

北京电子商务协会换届后,将以“推动本市电子商务行业高质量发展”为中心;既要进一步加强为政府服务、也要更好地为会员企业服务;汇集各方资源,做好各类资源配置和对接;强化引领作用,做好政策引导、行业规范和培训赋能;发挥组织优势,切实解决会员企业发展的痛点难点问题和行业发展的共性问题。

北京电子商务协会介绍称,今年将本着“成熟一批认定一批”的原则,完成北京市特色直播基地的认定工作;配合做好“2023北京直播电商购物节”和“北京市电商直播技能大赛”,以及“2023中国电子商务大会”;组织每月一次的“凝心聚力,共谋发展,走进电商企业思享会”,为会员企业带来多方位、多层次、多业态的务实合作机制;此外,协会还将举办电商领域的各项培训,包括政策解读、优秀案例分享、市场前景分析、互联网营销师等培训内容,为行业培育更多优质人才等。

# 平谷区东高村镇30万斤西红柿上市

## “一村一主播”电商培训启动

本报讯 曹晶瑞 薛璐 走进平谷区东高村镇崔家庄村温室大棚,西红柿的香气扑鼻而来。4月3日,平谷区东高村镇崔家庄村第二届西红柿尝鲜季开幕,有着20年西红柿种植经验的崔家庄村今年将有30万斤西红柿陆续成熟上市。东高村镇党委副书记、镇长王勇说,去年东高村镇启动了“互联网+蔬菜”工程,让田间的果蔬直接端上了市民餐桌。今年,东高村镇将在各村组织开展电商培训,打造“一村一主播”。

崔家庄村位于平谷洵河南岸,据村党支部书记张海友介绍,村里的土壤是西红柿最喜欢的,所以种出的西红柿都是沙瓤。2002年开始,崔家庄村开始发展设施农业,20年来,形成了一套独有的西红柿栽培与管理模式。前几年,村里完成了167栋种植大棚升级改造,西红柿有了更舒适的“家”。“我们根据消费者的口味需求,重点引进10余种鲜食西红柿优良品种,与农学院等三所学院合作成立科技服务团队示范基地,组织村民

集中培训,提升种植技能,施用农家肥和微生物肥,保持作物自然生长周期。村里的西红柿都是天然成熟的。”张海友称。

2022年崔家庄村(西红柿)获评第十二批全国“一村一品”示范村镇。目前崔家庄村可实现年产西红柿30万斤、生菜180万斤、温室大桃20万斤。张海友介绍,崔家庄村已经完成蔬菜无公害认证,正在积极推进崔家庄村鲜食西红柿申报国家地理标志产品,接下来将注册“崔庄子”品牌,创建“博士”农场项目,让科技引领高质量发展。

崔家庄村所在的东高村镇是有名的蔬菜大镇,借着这股东风,崔家庄村也同步种了新奶白、菜心等10余种新蔬菜品种。

平谷区东高村镇党委副书记、镇长王勇介绍,东高村镇蔬菜种植面积9000余亩,年产蔬菜2.5万余吨,约占全区蔬菜总产量的三分之一,现有博士农场10家,欧李、西红柿、大葱、鲜菊花、草莓、葡

萄等各种绿色有机农产品四季不断,初步形成了南宅庄户欧李、赵家务大葱、崔家庄西红柿以及大旺务豆角、克头秋葵、高家庄小丝瓜等特色品牌。

2022年东高村镇借鉴“互联网+大桃”的成功模式,与顺丰、京东合作,启动“互联网+蔬菜”工程,真正实现网络销售渠道和物流渠道的贯通,建立果蔬从农户田园直接搬上市民餐桌的闭环流通体系,实现农业增效、农民增收。“去年农户通过电商销售,整个销售额增长了40%。”王勇称,今年,东高村镇将启动“一村一主播”电商培训,在发展“一村一品、一村一业”的基础上,发挥东高村镇电商讲师团作用,在各村组织开展电商培训,打造“一村一主播”。“通过培养本土新农人主播,让手机成为‘新农具’,直播带货成为‘新农活’,将镇域特色高品质农产品推向各地,带动农民增收致富和乡村产业发展,塑造东高村特色美食新符号。”

# 电商助力跑出兴农“加速度” ——打通最后一公里

农产品销售难、增产不增收的问题,一直困扰着广大农民。酒香也怕巷子深。精耕细作生产出来的特色农产品怎么才能卖出去?卖个好价钱?这一边是农民在寻找农产品的出路,而另一边消费者也很希望能够买到优质农产品。好在现在有了电商平台,网络在四面八方的特色农产品和天南地北的消费者之间打通了“最后一公里”的销售通道。

新疆阿克苏的苹果、黑龙江五常的大米、陕西柞水的木耳,无论离得有多远,我们一键下单,各地的优质农产品就送货上门了,感觉生活品质大大提高。今天,我们先去新疆阿克苏看一看,那里的冰糖心苹果已经开始剪枝了。

早春三月,万物复苏。像往年一样,为保证苹果品质,吐逊·买买提开始给家里的果树剪枝,他的老朋友李小波也来帮忙了。自从有了电商平台,阿克苏冰糖心苹果开始享誉国内外。

种植了30多年苹果,这几年他迎来了好时光。吐逊·买买提之前家里的苹果都是以低廉价格打包销售,自打上了电商平台,收入的事他就再也没操心过。

从2008年,李小波就开始接触电商,到2016年专职从事电商,8年时间,他虽然勤奋,但成绩一般。按李小波的说法,那时他并没有真正迈入电商的门槛,真正的改变是从2017年开始的。

阿克苏是新疆重要的林果业基地,但是由于地处边疆,一直都面临着离国内主要市场远、物流费用高、销售渠道窄的障碍制约。为了打通销售的“最后一公里”,让当地农民增收致富,浙江援疆干部们发挥浙江平台经济和市场渠道优势,杭州市援疆指挥部策划了电商实训班。浙江的援疆干部们,把这称为“蒲公英计划”。

时任浙江援疆干部黄江平表示:“据不完全统计,在阿克苏活跃的电商商家小伙伴里,有90%以上都是‘蒲公英计划’培训的学员。”

正是因为有了“蒲公英计划”这样的电商培训,电商人才才能够播撒到天山南北。

多年来,杭州在阿克苏梯次开展“天山计划”“蒲公英计划”“追梦计划”“领航员计划”等电商培训计划,为当地搭建创业孵化基地、对接重要电商平台、培育骨干人才企业。电商已成为当地农民增收致富的重要渠道。

近十年间,阿克苏市电子商务产业经历从无到有的跨越,电商零售额从2014年的4亿元增加到2022年的30亿元,增长了6.5倍;农产品销售额从2014年的1亿元增加到2022年的11亿元,增长了10倍。网商从2014年的500余人发展到现在的8700余人,增长了17倍;直接或间接带动就业从2014年的2000余人增加到现在的2.9万余人,增长了14倍。

蒲公英,生于山坡草地、田野河畔,种子随风飘散,在阿克苏这片土地上扎根、生长。

地处秦岭深处的陕西汉中市佛坪县,可以称得上是全国最袖珍的县城。除了旅游,佛坪找不到大型支柱产业,人少也成了限制佛坪

发展的主要原因之一。

相比大城市的热闹,佛坪则显得十分静美。因为生态环境优良,佛坪县的农产品不仅丰富多样而且品质好,但当地的年轻人很多去了大城市,村民们没有销售经验,缺少销售渠道,让这些优质农产品很难走出大山。

随着乡村振兴战略的实施,佛坪县针对当地的情况,决定把发展数字经济作为发展的抓手,这让一些不服输的佛坪年轻人看到了机会。

产品产量低且同质化严重,不具备规模优势和成本优势,构建产业链体系难度大,是佛坪电商面临的三个问题。

2022年,佛坪启动了“电商陪跑”计划,邀请互联网公司的培训师来到佛坪,手把手扶持佛坪电商的发展,助力乡村振兴。也就在那时,互联网公司的乡村特派员高泉带着“热土计划”落地佛坪,帮助当地培训电商人才和产品开发。

互联网企业乡村特派员高泉表示:“当时佛坪的食用菌产业以香菇为主,同时,它又是以初级农产品的方式销售出去的,在深加工和工业化方面比较薄弱。我们必须要把初级的农产品开发成农产品,甚至成农精品,成为在互联网上面能够进行销售的产品。”

为了帮助翟叔打开销路,陕西佛坪县返乡创业大学生周正亚用直播带货的方式帮助他卖过新鲜的羊肚菌,但是销量不怎么好。

找对了路子,周正亚直播带货的销量也越来越高。去年临近过年的时候,中国乡村发展基金会、中央网信办以及当地电商办组织了一场直播助农活动,周正亚在当天的直播中,包括菌菇汤包在内的农产品一共卖了1.5万单,那一次也让周正亚意识到佛坪虽小但电商的市场很大。

如今,周正亚的新厂房也在动工修建了,未来在这里从菌棒生产到菌菇加工的生产链条将建立起来,这不仅对产品质量的把控会有更加明晰的标准,也能实现真正意义上的佛坪制造。

电商平台改变了销售的空间概念,让偏远山区的农产品得以面向全国市场,只要东西好、有口碑,不愁卖不出去。发展乡村特色产业,拓宽农民增收致富渠道,既需要有优质农产品的生产,也需要有电商销售的加持。2021年,《“十四五”电子商务发展规划》印发,提出要创新农产品电商销售机制和模式,提高农产品电商销售比例。随着电子商务的发展,随着越来越多人习惯于线上购物,“数商兴农”也将助力乡村振兴步入高质量发展的新阶段。

(央视网)