

今年是《数字乡村发展战略纲要》印发的第五年。随着数字经济在乡村地区快速普及,数字经济在整体上将对乡村振兴发挥作用愈发重要。近段时间,各地政府陆续发布的乡村振兴相关文件聚焦“数商兴农”工作,从积极发展农村电商、加快完善快递物流配送体系等方面作出工作安排。

受访专家表示,科技平台企业在供需两端助推数字化运营,发展数字经济新模式,畅通“农产品进城”和“工业品下乡”双向循环机制、激活乡村发展活力方面发挥了积极作用。下一步,应更加注重发挥科技平台的连接作用,构建起政府与市场协同发力的乡村振兴格局。

多地聚焦“数商兴农” 政企合力助推乡村振兴

“数商兴农” 助力电商下乡

近些年,随着数字经济推动农村经济提质增效,“数商兴农”工作取得了一系列显著成效。《2023中国农产品电商发展报告》显示,中国农产品电商超额完成了《2022年数字乡村发展工作要点》中“农产品电商网络零售额突破4300亿元”的目标,达到5313.8亿元。

中南财经政法大学数字经济研究院高级研究员金天接受证券时报记者采访时指出,农村电商可以更好地连接城市生活所需与农村地区的优质供给,有助于农户专注生产、降低营销成本;同时,为城市居民提供多样化的农副产品选择,实现供需两端的互利双赢。

作为农村电商重要参与者,京东、拼多多等科技平台企业充分发挥各自优势,多方面助推乡村振兴。拼多多相关负责人告诉记者,平台通过模式创新为农产品出村进城搭建起一条高速公路;并通过举办农货节、年货节大促,带动农产区发展,农民增收。

京东方面表示,自2020年10月京东提出助力乡村振兴的“奔富计划”以来,截至2022年10月底带动农村实现产值超过7000亿元。去年9月,京东举办首届农特产购物节,上线30万款高质量农产品,覆盖全国

2000多个农特产地及产业带。

供应链不完善等问题 仍待解决

经过多年发展,我国农村电商在助力农民增收、促进乡村振兴等方面的作用愈发凸显。但是农村电商在快速发展中暴露的问题仍待解决。

在金天看来,在农业生产环节由于单位种植养殖规模普遍较小,难以形成规模效应;在加工、物流、销售等后续环节,受制于地理条件和传统熟人社会的覆盖半径,难以进一步纵向延伸和横向拓展;同时,受限于对下游的认知局限,农民难以在大市场和同质化竞争中找准定位,根据终端需求调整生产计划、提高生产质量和改善配套服务,进而难以形成品牌效应,影响产业做大做强。

对于上述问题,京东与各地政府合作,在产业链上游推行种养标准化、推动生产规模化;中游实行标准化仓储、扩充物流干线,减少运输环节对产品的损耗;下游则以品牌化为核心,改变农产品长期徘徊于低附加值的现状,促进脱贫农民增收。

拼多多则通过大数据、云计算等技术,聚集分散的农产品需求,实现以需定产。以此优化中间交易环节,降低农产品销售成本,并减少农产品流通时间。

对于当前农村基础设施仍较薄弱、三级物流体系不完善、末端服务能力不足等问题。近些年,国家层面持续发力补齐农村物流发展短板。《报告》显示,截至2022年7月,我国支持建设县级电子商务公共服务中心和物流配送中心超2600个。

同时,科技平台企业方面也在逐步构建适应各自业务特点的运力网络。京东方面推动农业全产业链建设,目前已在陕西武功县、新疆伽师县、江西会昌县落地产地智能供应链中心,助力当地农特产品上行。

拼多多在建设农产品冷链物

流、仓储配送等供应链体系的同时,积极与快递物流企业展开合作,进一步提高了农产品的流通效率。

北京工商大学商业经济研究所所长洪涛接受证券时报记者采访时表示,我国农村电商物流的短板更多体现在欠缺资源整合、体系构建上。下一步,应更好地将农村电商公共服务资源与科技平台企业运营服务体系有机对接,加强系统整合资源,加强体系建设,解决当前存在的农村电商物流不足、供应链不完善的问题。

政企合力 助推乡村振兴

事实上,国家一直十分重视“数商兴农”工作。2018年的中央一号文件首次提出数字乡村战略,此后党中央、国务院持续推进“数商兴农”相关工作。2021年印发的《“十四五”电子商务发展规划》明确大力实施“数商兴农”行动,加快完善农村电商生态体系。2023年的中央一号文件强调实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程,为推动乡村产业高质量发展进一步指明方向。

近段时间,各地政府陆续发布乡村振兴相关文件也对“数商兴农”作出部署。经梳理发现,截至4月16日,已有20余个省(区、市)从积极发展农村电商、加快完善快递物流配送体系等方面作出工作安排。

陕西省在《关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的实施意见》中提出,积极发展电子商务、直销直供、冷链配送、社区拼购等业态,推广农产品“生鲜电商+冷链宅配”模式。并推进农产品产地仓储保鲜冷链物流建设三年行动,全年新建200个产地冷藏保鲜设施。

浙江省则明确,培育网上农博、网上森博、直播带货、社区团购等农产品电子商务新业态,建成电子商务专业村2200个以上,实现农村网络零售额1.1万亿元。

值得一提的是,包括京东在内的诸多积极推动乡村振兴的企业,也期待着产业、政策等方面能够予以更多支持。京东相关负责人表示,希望能与更多的地方政府、产业园区一起,培养产地电商供应链链主企业,并升级产地数智化供应链,畅通线上线下农产品流通。同时,希望更多地方鼓励电商平台打造以农特产为主题的线上线下购物节,激发农产品消费热情并扩大农产品销路。

在金天看来,推动“数商兴农”仅依靠政府主导或市场自发优化都存在各自难题,应更加注重发挥科技平台的连结和协同作用,特别是在供需两端聚合优势资源、突破关键卡点。可通过政企合作推动乡村物流基建、生鲜冷链、普惠金融、数据共享、数字农场、农产品产业带等领域合作,解决农村电商发展的流通、资金、数据壁垒、数字转型等问题。

洪涛也表示,政府应根据农村电商实际提供相应政策,并通过管理模式创新,为农村电商发展创造有利条件。

(郭博昊)

