

第七届中国农村电子商务大会暨 2023 农村直播电商案例成果发布会召开

本报讯 刘五一 近年来,农村电商发展迅速,在乡村振兴中扮演着引领者和助推器的角色,正逐步迈入高质量发展的新阶段。近日,第七届中国农村电子商务大会暨2023农村直播电商案例成果发布会在浙江丽水市召开。大会由中国国际电子商务中心、浙江省商务厅、丽水市人民政府主办。

当前,随着互联网经济扎根“乡土”,直播电商与乡村振兴的跨界“联动”带火了一批把手机当作“新农具”,把直播当作“新农活”的“新农人”。农村直播电商正深刻地改变着农村面貌,为农村创业者带来新的机遇,为县域经济带来新的发展机会,为乡村全面振兴注入新的活力。

为全面做好商务服务乡村振兴重点工作,中国国际电子商务中心面向全国各商务主管部门、重点直播与短视频平台开展了“2023农村直播电商案例”征集活动。大会期间,发布了2023农村直播电商案例征集成果,并举行了农村直播电商案例库启动仪式和首批农村直播电商公益讲师聘任仪式。

本次活动共征集了来自全国28个省510个优秀案例,其中县域案例195个,个人案例315个。案例覆盖山水林田湖草沙等多场景,内容类别涉及带动致富、模式创新、人才培育、公益帮扶、乡村文旅等多领域,具有典型性、创新性和示范性。

为进一步提升农村直播电商人才水平,大会同期还举办了首届“秀山丽水杯”2023农村直播电商案例赛事活动,旨在挖掘出一批扎根于农村、服务于农民,在直播与短视频领域做得好、讲得好,能够从实战角度传播、推广农村直播电商好经验的优秀人才,培育壮大农村直播电商人才队伍,更好创新发展直播电商助农模式,助力乡村振兴。

以赛选人、以赛促产,本次赛事活动共有231位选手报名参赛。2023农村直播电

商案例征集及赛事活动的举办架起了政府、平台、农民之间的桥梁,探索“直播+电商+助农”的新业态,推动农村直播电商高质量发展,解锁了乡村振兴“新密码”,为助推乡村振兴注入了新动力。成功晋级的县域案例和个人案例三强选手分别在大会上进行了现场展演。

示范样板为农产品销售打开新渠道

中国农村电子商务大会自2016年起至今已举办七届。经过七年的积淀,大会已成为中国农村电子商务领域的行业盛会,是促进农村电商高质量发展理论探讨、思想交流、模式交流、业务交流、经验交流、人才交流的全国性平台。

大会的举办地、山清水美的浙江丽水被誉为农村电商发展的“摇篮”,先后孕育出闻名全国的“遂昌模式”“北山模式”“丽水经验”,为全国农村电商发展和乡村振兴提供了示范样板。丽水网络零售额从2012年的23.7亿元,增长到2022年的724亿元,年均增速41%,2023年全市网络零售额将突破800亿元,解决了近10万个就业岗位。2023年全市农产品网络零售额超百亿元,促进了茶叶、菌菇等优质农产品触网下行,增加了农民收入,助力了共同富裕。

丽水作为全国农村电商的发源地和先行地、浙江唯一农村电商创新发展示范区,更是一座与农村电商人、货、场三大核心要素契合的新时代山水花园城市。丽水把发展电子商务作为数字经济创新引领、助推乡村振兴、实现共富的“金钥匙”,有效扩大农村电商服务范围、拓宽农村居民增收渠道、破解农产品上行难题,形成了可学习借鉴的丽水经验,并在大会上进行了分享。

农村电商作为数字经济的重要组成部分,一头连着农民增收,一头连着产业发展,在未来乡村振兴的进程中,高质量发展的农村电商前景广阔,必将发挥着更加重要的作用。

发展农村电商 助力乡村振兴

电商不仅可以帮助群众脱贫,而且还能助推乡村振兴,大有可为。我国乡村具有丰富的自然资源和人文资源禀赋,乡村产业市场空间广、发展潜力大,但一些地方受到地理环境限制,产业发展面临“酒香也怕巷子深”的困境。而农村电商的发展则可以打破地理空间限制,解决产业集中度低、供应链条长等问题,让更多优质农副产品“飞”出大山,直面全国乃至全球消费市场,助力乡村振兴。农业农村部印发的《全国乡村产业发展规划(2020—2025年)》提出,发展农村电子商务,到2025年年底,农产品网络销售额达到1万亿元。

协助建立品牌效应,推进产业集聚发展。产业集聚发展有利于形成产业的规模效应。一些乡村受限于人口及居住空间分散等特点,乡村产业较为分散,难以形成产业发展的集聚效应。农村电商发展可以协助建立品牌效应,推进乡村产业集聚发展。首先,电商平台可以协助已形成一定品牌的乡村产业进行数字化改造和平台化发展,通过辐射广、流通快的网络推介,吸引行业内优质企业投资合作,实现跨区域、融合式发展,形成产业集群;其次,对于品牌价值不高的乡村产业,乡村可利用电商平台数字化集成运作的优势,联合区域内多家企业建立区域公共品牌矩阵,协同建立品牌效应,提升产业的知名度和影响力;另外,电商平台还可以与当地政府合作建立品牌产业园区,吸纳受地理环境限制较多的乡村产业入驻,政府部门致力于改善当地的基础设施和服务体系,电商平台则主要负责品牌运营和物流运输,营造良好的发展环境。

推动产业链条延伸,实现三产融合发展。产业链条的延伸可以提升农产品的附加值,提高经济效益,实现多元化发展。目前来看,乡村产业大多面临产业链条延伸不足,经营主体数量多但规模小、层次低,三产融合发展动力不足等问题。农村电商的发展可以推动乡村产业链条延伸,实现三产融合发展。首先,农村电商的发展不仅可以实现乡村产业产品网上营销、售卖,还可以推动乡村产业改造升级。如可以借助农村电商营销产生的即时、爆点效应带动相关加工业发展,延长乡村产业链条,增加产品的附加值,有些地区还可以因地制宜建立产业园区,实现产业升级和融合发展;其次,农村电商的发展还可带动关联产业发展。农村电商日渐成熟之后,会催生诸如物流、包装、仓储等关联产业发展,待资金、人才等要素进一步集聚后,还会顺势带动餐饮、住宿等相关产业发展,如此一来,产业链条得到进一步延伸,三产得以融合发展。另外,农村电商还会推动一二三产业多维融合,催生更多新业态。农村电商的发展在一定程度上打破了乡村产业间的壁垒,不但能使农业与加工业深度融合,还能使第三产业得到充分发展,有些地区探索出创意农业、休闲农业等农旅融合发展模式,甚至催生出了田园驿站、葡萄酒庄等农文旅、农文旅融合发展模式。

推动供应链条升级,提升产品供应效率。传统的农产品销售模式多为农户—批发商—农贸市场或超市—消费者,流通环节过多,储存和运输成本较高,零售价随之升高,导致农户没有赚到太多钱、消费者抱怨价格过高。农村电商的发展可以推动农产品供应链条不断升级,提升农产品的供应效率。首先,农村电商可以解决农户和消费者之间的信息错位难题,发挥其信息平台的优势,对农产品进行数字化营销,使农产品供应与消费者的消费需求精准匹配,农村电商“造节”、直播带货等手段可以使农产品短时、大规模成交,极大缓解滞销问题;其次,农村电商在发展过程中积极布局农村物流基础设施建设,提升农产品流通效率。在“快递下乡”“快递西进”“电子商务与快递物流协同发展”等政策的指引下,电商平台积极参与构建完善县、乡、村三级农村物流体系,并带动冷链物流体系建设,满足生鲜运输需求,提升了物流效率;另外,农村电商可整合供应链前端,创新农产品供应链模式。农村电商可将零售环节分离,实现交易前置,供应链模式从以往的“拣货—物流—配送—零售”转为“拣货—零售—物流—配送”,实现农产品按需配送,另一方面农村电商积极整合各供应环节,实现基地直供,通过预售模式等,供应链模式进一步向“零售—拣货—物流—配送”转化,降低流通环节损耗。

(作者:王玉德,天津市中国特色社会主义理论体系研究中心天津市委党校基地研究员)

