

特色农产品借电商“出山” 兴趣消费激发更多乡村关注

本报讯 许维娜 完善乡村基础设施、创新农货销售模式、开展电商技能培训……近年来,我国农村电商在促进农产品产销对接、推动农业转型升级、拓宽农民就业增收渠道等方面成效显著。数据显示,今年前三季度,全国农村网络零售额达1.7万亿元,增长12.2%。

政策给力,农村电商已成为农村创业的大舞台。有专家表示,进一步优化电商高质量发展的业态模式创新,是新发展格局下培育成熟健康消费市场的重要路径。

在此背景下,全域兴趣电商助农应运而生,其主要是对兴趣电商的拓展、深化和精细化,以满足消费者对美好生活多元化需求的追求。通过整合短视频、直播内容、商城、搜索等多种渠道和场景,将内容场景与货架场景相结合,发展出更多新渠道。

过去一年,许多商家和电商作者在电商平台上获得了新的收入。可以说,全域兴趣电商已经展现出了积极

的作用。以抖音电商为例,其重点助农项目“山货上头条”聚焦乡村“人、货、场”,通过丰富的乡村类短视频和直播内容提升农货市场关注度。同时,通过专项扶持和培训指导,带动农货商家实现可持续发展,助推区域农特产产业发展。

“福建一直有煲汤的传统,许多网友表示购买菌菇后不知如何烹饪。因此,我将各种散装菌菇搭配成汤包,并逐步拍摄煲汤过程,确保大家拿到后即可轻松制作。这款汤包现已成为我家的明星产品。”“山货上头条”助农项目曾在福建福州举办了一场助力食用菌产业发展发布会,主播田小宇在现场分享了自己的经验。

随着农特产销量的攀升,平台助农模式也不断更新迭代。

今年,“山货上头条”项目从聚焦“区域专项主题助农活动”升级至“助农产业扶持”,在特色产业产销对接、品牌打造、附加值提升等重要环节上深度投入。食用菌就是今年的重点扶持产业

之一。抖音电商通过给予流量倾斜、营销专项等方式,鼓励新农人通过全域电商平台推介家乡农产品,打造特色文化品牌,助力地区特色产业发展。

过去一年,甘甜多汁的广东茂名荔枝、浏阳蒸菜的“点睛之笔”湖南茶油、融合多种菌类的福建闽东菌汤包,皆在“山货上头条”项目中销量高涨,一定时期内同比增幅分别达到576%、520%和237%。此外,宁夏枸杞、海南椰子鸡、安徽六安瓜片、贵州大方豆干等地方代表性农特产,也获得了更大的销售市场。

用户的消费需求往往以“兴趣”为驱动力。这与电商市场关注乡村,从兴趣电商向全域兴趣电商升级的大趋势是一致的。据悉,2023年“山货上头条”助农项目共扶持了49个乡村产业。

电商助农不仅仅是将农产品搬到网上,更重要的是推动产业链升级。专家表示,展望未来,全域覆盖各类流量,全面满足用户的多样化交易需求,将成为趋势。

解开新电商强劲增长的密码

新电商的出现,是电商在市场端持续升级迭代的结果,也是不断适应消费者需求变化的结果。新电商让消费不再是单纯的交易行为,而是融合了社交娱乐、知识分享、文化体验等多种元素,契合了消费者对产品与服务更趋个性化的需求,有助于拓展消费渠道,释放消费潜力,促进供需有效对接。

回顾2023年消费市场,最热闹的莫过于电商领域。其中,“新电商”的强势崛起更是频频引发市场关注。商务部的最新数据也印证了上述判断:截至2023年11月底,我国网上零售总额已达14万亿元,较去年同期增长11%,尤其是直播电商保持强劲增长势头。

直播电商是新电商中最常见的应用场景之一。在大数据、人工智能迅速发展的当下,基于新一代信息技术的新电商,已成为促进数实融合、赋能消费升级的新赛道。与传统电商相比,新电商对传统的“人”“货”“场”进行了链路重构,强调从功能性消费转向体验式消费、从以产品为中心转向以用户为中心、从单一场景转向多场景融合。简单地说,新电商就是把传统电商的“人找货”模式,变成了当下的“货找人”模式。

模式变化的背后,实际上是底层逻辑的改变。新电商让消费不再是单纯的交易行为,而是融合了社交娱乐、知识分享、文化体验等多种元素,契合了消费者对于产品与服务更趋个性化的需求,有助于拓展消费渠道,释放消费潜力,促进供需有效对接。

新电商可以增强消费吸引力、改善消费体验,但并不止于消费层面,它在赋能产业转型升级、驱动供应链创新等方面的作用日益凸显。比如,新电商的个性化推荐、定制化服务等汇集成的数据,可以更精准地把消费需求反映到生产环节,企业借助相关技术分析,可以更及时地了解消费者偏好以及市场需求变化,更有针对性地调整产品设计

研发、生产制造和营销策略,让距离市场终端较远的源头产业链也能更好地感知并响应市场变化,从而提高整个产业链的运行效能。

事实上,新电商对经济发展的贡献,主要体现在促进中小微企业的数字化转型上。近年来,国家大力推动制造业数字化转型,很多规模制造业企业通过购买中台、后台系统实现了数字化转型,但对于数量众多的中小微企业来说,不菲的转型成本往往让它们望而却步。新电商模式则从需求端发力,拉动中小微企业用“数”上“云”,成本可控且效果明显,更符合中小微企业的自身实际。有机构统计显示,2023年11月,实体商家的店铺直播销售占比已增至其全部销售额的一半,其中虽不乏“双11”等因素驱动,但新电商总体增势尤健。

与一二三产业多行业多领域跨界融合,是新电商发展的又一重要特征。在“万物皆可播”的当下,新电商正全面从线上渗透到线下,参与者更多、产业链更长,与实体经济的互动更加密切。值得关注的是,近年

来,新电商出海步伐不断加快,与上个世纪90年代沿海地区小商品出口一样,其背后依托中国强大且完善的供应链体系。未来,随着数字化智能化转型加快,中国的供应链将变得更加灵活高效,柔性制造、高频上新以及更接地气的性价比,有望为中国制造赢得更多市场话语权。

从某种意义上看,电商本身并无严格的新旧之分。新电商的出现,是电商在市场端持续升级迭代的结果,也是不断适应消费者需求变化的结果。但人们之所以更愿意称之为“新电商”,希冀的是用新的价值理念引领行业发展——未来的电商不应只是“买买买”和“卖卖卖”,而应成为一个资源配置优化、覆盖上下游全产业链条的数字化产业生态圈,通过数实融合释放更多发展红利,让更多中小微企业和消费者能搭乘上新电商快车。

(《经济日报》)



第七届中国农村电子商务大会在丽水举行

本报讯 刘冬冬 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省丽水市召开,评选出全国农村直播电商优秀案例(个人案例)315例,山西省共7例入选,晋中市太谷区的李俊伟、平遥县的郝德峰和许旭晶3例农村直播电商案例榜上有名。

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。近年来,晋中市农村电商发展迅速,在乡村振兴中扮演着引领者和助推器的角色,逐步迈入高质量发展的新阶段。市商务局在乡村e镇培育中,注重典型示范引领,不断探索“直播+电商+助农”的新业态,解锁乡村振兴“新密码”,为实现乡村振兴注入了新动力。

据悉,本次活动共征集了来自全国28个省的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。晋中市上榜的3个案例中,太谷区的李俊伟、平遥县的郝德峰因表现优异,获得优秀奖。

李俊伟是“鑫炳记”太谷饼第五代传人,在坚守传统工艺的同时,积极创新,主动“触网”,线上线下融合发展,让老字号焕发新光彩。郝德峰和许旭晶均为平遥县返乡创业者,通过短视频和直播带货的形式,帮助家乡的农户售卖农产品,在助农增收的同时,让晋中的优质农产品走向全国。

第二届广西“新丝路”跨年电商节暨网上年货节启动

本报讯 宾艺苑 2023年12月31日晚,广西壮族自治区商务厅联合南宁市人民政府,联动越南、柬埔寨、泰国、老挝、缅甸、马来西亚6国驻南宁总领事馆,在中国—东盟特色商品汇聚中心举办第二届广西“新丝路”跨年电商节暨2024年网上年货节启动仪式。

启动仪式现场,主办方介绍了东盟电商主题周活动情况。柬埔寨、老挝、马来西亚、缅甸、泰国、越南等东盟国家的特色商品通过“广西渠道”网销全国,国内消费者可足不出户网购东盟好物,同时将助力东盟国家优质产品出口,分享中国超大规模市场红利。淘天集团发布了广西和东盟农特优品流通计划,助力广西推动桂品与东盟产品网销全国、走向全球。

据悉,第二届广西“新丝路”跨年电商节暨2024年网上年货节以“丝路电商e网同行”为主题,将持续至2024年2月。活动通过“1+3+10+N”的形式,即“1场跨国跨年晚会、3大东盟主题系列活动、10大主流平台营销、N场特色好物大促”组成活动矩阵,“引进来”与“走出去”双翼齐飞,线上线下联动打造新潮、有趣、多元的电商节消费场景,推动东盟国家商品通过“广西渠道”网销全国,广西优质特色产品实现“桂品出海”网销东盟,持续释放中国与东盟国家消费动能,为中国—东盟经贸合作注入新活力。