



直播电商驱动农产品供应链升级 助力农业品牌高质量发展

数据显示,2024年前三季度,国内农村网络零售额同比增长8.3%、农产品网络零售额同比增长18.3%。从2021年到2023年,国内农产品物流总额连续三年超过5万亿元。

增速快、规模大、效率高,直播

电商等新业态赋能农产品生产与流通效果显著,不断释放出消费活力与产业活力。以广西为例,借助快手电商等渠道,武鸣沃柑、百色芒果、融安金桔、北流百香果等一批农产品形成全网热销。

“直播电商升级了农产品供

应链,形成新的销售模式和产业生态。”中国农业大学经济管理学院教授吕建军表示,传统农业供应链环节长且复杂,直播电商让产销对接的链路更精简,果农和农产品企业直接面对消费者,大大减少了生产、供给与需求之间的信息差。

区域农产品“勇闯”大市场:订单量同比增长1000倍

近年来,直播电商作为新兴业态发展迅速,成为电商领域竞争“主战场”。2023年,我国直播电商行业市场规模4.9万亿,用户近6亿人。

数据显示,今年双11期间,直播电商销售额3325亿元,同比增长超过50%,占整体销售额的20%以上。

吕建军表示,地方政府、农户和供应链企业对直播生态的接受度越来越高,成为农产品销售、农技学习、新农人互动的重要载体。借助快手等直播电商平台的推荐能力和触达效率,区域农业品牌更容易与跨区域用户建立链接,促进农民增收和农产品增值。

为挖掘和扶持更多优质特色农货,快手、淘宝、拼多多等平台

也纷纷推出扶持政策,吸引商家、达人和供应链企业开展直播电商运营。

以快手电商为例,今年推出的“兴农计划”已与海南、山东、云南、广西等多个果蔬产业带建立了深度合作关系,通过提供流量与现金补贴,降低入驻门槛、新农人培训、品牌标签打造等,助力区域农业高质量发展。

《2024快手电商果蔬行业半年度洞察报告》显示,近半年,海南芒果订单量突破突破400万单,同比增长超20%;四川柑橘订单量超90万,同比增长超410%;云南芒果订单量达130万,同比增长超790%,一众区域农业品牌实现高速增长。

小众农产品通过直播电商加

持,也开拓出“大市场”。数据显示,2024年至今,热带水果番石榴在快手订单量同比增长1000倍,冻榴莲订单量同比增长90倍。

来自广西玉林的快手达人岭南种植农场小伟说,2023年他们入驻快手平台深耕番石榴这一品类,通过产品改良让芭乐口感更佳,果肉更软糯,受到直播间用户的喜爱,不到一年卖出15万单。

小伟所在的广西玉林北流市,番石榴的品牌越来越响。北流市公布的一组数据显示,该市番石榴去年电商年销售额超1.4亿元,成为玉林市继百香果、沙田柚之后网销超亿元的农产品,2024年更是预计北流市番石榴电商年销售额超2.05亿元。

直播电商驱动供应链升级:农业品牌回归消费者需求

2023年以来,一款特种百香果——钦蜜9号,成为各大直播间的热销产品。这款由广西壮族农业科学院重点实验室等机构通过杂交选育而成的黄金百香果品种,通过直播电商平台迅速出圈,在大众市场建立了品牌认知。

目前,区域农产品在直播电商等互联网平台上的影响力和美誉度已经成为品牌建设的重要参考指标。农业农村部发布的《农产品区域公用品牌互联网传播影响力指数研究报告(2024)》指出,中国大部分农产品区域公用品牌已经通过互联

网传播取得了明显成效,在消费者中建立了一定的美誉度和忠诚度。

直播电商高效的品牌传播与心智触达,在提升农产品认知度的同时,更核心的是释放并强化了消费者需求。相比传统渠道,直播电商一端直连庞大的用户群,一端直连供应链企业、达人和生产方。用户需求与反馈,实时高效向上游传递,驱动全链条持续围绕消费者需求进行供给优化。

广西京贸国际贸易有限公司是一家农产品供应链企业,运营总监姜涛见证了直播电商给生产

端、供应链端和消费端带来的巨大改变。

“过去做供应链,我们只是供货,既不管上游生产,也不管C端消费。”姜涛表示,现在他们不仅要根据消费者需求,帮助生产端做产品升级研发,还要与快手等平台的众多达人合作,找出适合他们售卖的产品,并优化物流链路和运输方式。

在姜涛看来,区域农业品牌借助直播电商高速增长的同时,也在回归消费者需求,用需求迭代供给,进一步带动产业升级和农业高质量发展。

(李文浩)

沃尔玛与美团达成合作 全国门店全量入驻美团

本报讯 曹辑忆 12月17日,沃尔玛中国与美团宣布达成战略合作,双方将充分发挥各自优势,在即时配送、商品丰富度、商品运营、数字化客户能力和数字营销等方面深度合作,共同打造以顾客为中心的全渠道零售新势能,为顾客提供更加便捷的购物体验。目前,全国沃尔玛门店已经全面上线美团,并接入美团配送。

沃尔玛门店首席采购官祝骏表示,“沃尔玛与美团的合作体现了双方以顾客为中心的战略原点。沃尔玛始终坚守‘顾客第一’,通过高品质差异化商品、长期稳定的质价比以及以门店为核心的全渠道体验,实现让顾客‘花得少,过得好’的企业使命。围绕顾客购物习惯,构建线上线下融合、多场景、多种配送范围和时效的全渠道矩阵,持续开拓多元化的优质渠道。本次合作是沃尔玛全渠道布局的有效补充,通过多触点购物,让顾客享受更便利的购物体验。”

“这是头部全渠道零售企业和头部科技零售企业的一次全面、多元化生态合作。”美团副总裁、闪购事业部负责人肖昆表示,美团的使命是“帮大家吃得更好,生活更好”,两家企业为用户创造的价值高度一致,即持续努力把最好的商品和服务交付给用户。美团闪购是一个“随时随地30分钟万物到家”的业务,从“餐”到“万物”,从“应急”到“高确定性的生活方式”,基于平台繁荣健康的商家生态、丰富的商品、稳定优质的履约服务,驱动用户生活方式的养成。

沃尔玛中国与美团表示,此次双方达成合作,可以帮助更多顾客享受多场景、多样化的购物体验。

天猫全国首个保税生鲜仓 落地长沙自贸临空区

本报讯 朱泽寰 刘嘉 近日,从湖南长沙自贸临空区了解到,天猫全国首个保税生鲜仓落户长沙自贸临空区,并正式开仓运营,天猫国际携手中通跨境电商进口的来自马来西亚新鲜树熟猫山王榴莲首发。

据悉,中通快递于今年8月和9月分别在长沙黄花综合保税区、上海青浦综合保税区完成了泰国树熟鲜果、马来西亚树熟鲜果的进口直发测单,生鲜跨境电商“1210保税备货”模式正式开启。未来,中通跨境电商保税仓将继续引入更多来自世界各国的水果、海鲜、肉类等产品,实现海外工厂与国内消费者的无缝对接,助推中国跨境电商行业持续升级。

“我们利用先进的保鲜及冷链物流技术,确保榴莲在恒温、恒湿的环境下运输,最大限度地保持其新鲜度和口感。”中通快递相关负责人易鑫表示,为了给消费者提供更优质、更便捷的购物体验,中通快递打通了马来西亚鲜果的供应链,从鲜果采摘到消费者手中,仅需3~5天。

本次跨境电商进口的榴莲在天猫国际“喜贝海外旗舰店”上线销售。“喜贝是天猫国际首家专注于常态化跨境电商保税进口的水果生鲜类店铺。”天猫国际喜贝海外旗舰店负责人杨学海介绍,与一般贸易鲜果或液氮冷冻类榴莲不同,这是第一批次直接从马来西亚直采的树熟带壳猫山王榴莲,约1000公斤,新鲜采摘意味着成熟度、营养价值更高,味道更鲜美。

“园区通过多种方式优化口岸服务,为跨境电商进口榴莲保障全链路顺畅,并启动快速通关程序确保效率。”长沙自贸临空区综保事务局副局长庄艳介绍,保税生鲜仓能有效降低成本,实现快速配送,确保生鲜产品品质可控。同时,享受免关税及增值税七折的税收优惠,让消费者能够以更实惠的价格购买到新鲜、有保障的进口水果。

据了解,今年1—10月,长沙自贸临空区实现外贸进出口额442.84亿元,总量约占全省的1/10、全市的1/5。