

## 行业聚焦

天津市农业产业化龙头企业金仓公司着力建设高效农副生鲜供应链——

## 以大数据衔接“田间”和“餐桌”

□□ 本报记者 金慧英 文/图

新冠肺炎疫情突发,让原本计划3月份上线的微信小程序“金仓公社”于大年初二提前亮相,为天津市民提供“无接触送货上门”的生鲜配送服务。开通以来,小程序“粉丝数”已超2万,日订单量超过200单。对于程序开发者天津金仓互联网科技有限公司来说,经过四年多积累,公司目前已经拥有微信公众号“金仓商城”、静海区电商运营服务平台以及微信小程序商城“金仓公社”三条销售渠道,客户覆盖面日渐广泛,不仅为天津市民提供了稳定可靠的生鲜配送方式,也有效推动了各地扶贫产品在天津的线上售卖。

“以前是人找货,现在是货找人”,公司董事长刘光昭告诉记者,“我们用大数据、信息化的方式衔接都市农业的生产端和消费端,形成多层次的营销网络,不仅为天津提供了新鲜食材,也让消费扶贫有了抓手”。

落实订单种植  
深入产地建设供应链

作为天津市消费扶贫示范企业和农业产业化龙头企业,金仓每年销售农副生鲜产品1万吨以上,其中主要销售渠道——微信公众号“金仓商城”目前提供三类服务:一是团餐类,如机关学校幼儿园食堂等;二是社会餐饮类,如天津宝轩集团、新煮意、瑞景大酒店等;三是商超类,如真新鲜、华盈、社区超市等。商城上线五年,每日订单客户超过200家,月销售额1000万元左右,2019年线上销售总额达9000万元以上。

如何实现稳定的销售增长业绩?“我们的优势在于支撑电商平台的数据系统,所有的买卖数据都有记录,依据大数据分析确定订单种植。”刘光昭说。

从2015年公司成立的第一天起,配送的蔬菜批批有检测,“质量追溯”落到了实处,每一样订单品种都与科研院所有效对接,并在田间地头进行全程的技术指导跟踪。

刘光昭说,公司通过直接深入产地参与供应链建设,有效缩短了中间环节,客户在较低的价格下就可以享受到有质量保证的农产品。以热销品“金农二号”西红柿为例,从静海区播种的那片土地起,就奠定了独有的风味;充足的光照、精心的培育造就了其酸酸甜甜的口感,不少消费者反馈“吃出了

儿时味道”。“金农二号”目前已经成为金仓力推的扶贫果:一头连着被帮扶地区,一头连着广阔市场,成为深受都市消费者欢迎的热销产品。

参与东西部扶贫  
帮助扶地农产品对接大市场

虽说是互联网企业,但金仓公司的一楼展厅里却“土”味十足,各种农副产品琳琅满目。这些产品大都来自甘肃、新疆、河北等对口帮扶的受援地区,其优秀品质深受天津市消费者喜爱。

据了解,从2017年开始,天津市河东、南开、红桥、静海、北辰5区对甘肃庆阳市华池、环县、镇原、庆城、合水、正宁、宁县7个县开展全覆盖对口帮扶,以金仓为代表的优秀民营企业也冲在东西部扶贫协作的第一线。

“这几年我们多次到访受援地区,比如甘肃省庆阳市镇原县,当地的农产品质量非常好,但是由于交通物流成本高、产量有限等原因,好产品却没有好销量。我们公司通过一系列举措拓宽了销路,让农户多挣钱。”刘光昭说。

从2017年开始,金仓公司消费帮扶的车辆在陇东高原的塬、梁、峁之间盘旋,他们

见证了这里山塬层叠、空气清新。然而靠天吃饭、交通闭塞,勤劳的农民也只能一代又一代在贫困的樊篱中打转。

于是,公司的采购团队在海拔1500米的镇原干起了“上门收购”的工作。镇原县平泉镇秦铺村志坤农民专业合作社负责人秦志坤高兴地合不拢嘴,“金仓公司以每斤6块3的兜底价收购农民养的兔子,高于市场价5毛钱,我们养的兔子平均在5斤左右,一只比以前多赚2块5啊!”秦志坤说。今年3月底,金仓公司收购5万只肉兔免抵天津静海,一只兔子农民获纯利8元,就这一笔生意就让当地兔农增收40万元。

就这样,镇原县的兔子、山羊、黄花菜、蜂蜜等特色农产品,一个一个在金仓公社的三路电商战线成了“网红”,走上了天津市民的餐桌;受援地区的合作社、企业纷纷和平台签订长约,建立起稳定的合作关系,进一步推进生产标准化和产品品牌化,并利用金仓自身成熟的物流和仓储体系降低运输成本,实现了受援地区近乎工业化的生产、加工、运输、销售流程,再依托线上电商平台售卖,最终做到消费者与农户的“点对点”对接。

“2018年,一只甘肃土鸡在天津要卖到168元,而今年降到了109元,消费者的热情



金仓公司工作人员(右)在镇原县养殖户家中检查兔子健康状况。

上来了,销量提高了30%以上。”刘光昭说。

据悉,2019年金仓公司共收购甘肃、河北、青海、新疆和西藏等受援地区特色优质农产品1000多万元,带动当地建档立卡贫困户就业千余人,消费扶贫彰显了真章。

推动区域覆盖  
构建智能配送体系

静海区梁头镇前邓村有世代种植皇冠梨的传统,但是祖辈们留下来的技艺并没有让村民们致富,反而因全村八成的农户都是自种自销,采摘成熟期短、无存储能力,常常面临低价倾销的窘境。

为此,金仓公司于2018年专门成立了天津金仓农副产品销售合作社联合社,并与包括种植“皇冠梨”在内的静海区近200家农民专业合作社签订合作协议,涉及订单种植面积1万余亩,涵盖农副产品50余种,帮助中小农户实现订单农业、技术帮扶和安全溯源。

金仓公司通过“公司+农户”的组织形式,将大型互联网交易平台和仓储优势发挥出来,对产业链流程进行统一规范的管理,并帮助前邓村成立村办企业“天津市金泊商贸有限公司”,申请注册“梁头金泊”皇冠梨商标,让“散而小”的乡村产业有了自己的品牌。针对采摘成熟期短的关键难题,收购上来的皇冠梨都要经过专门打造的“田间仓”进行4到6小时消除田间热,再分拣后降一度至最佳口感,使得产品能够保持新鲜香甜。2019年,全村40多万斤皇冠梨高于市场3%以上价格尽产尽销,农民增收40多万元。

目前,金仓公司静海区农产品电商运营服务平台已有注册会员500多人,涵盖静海区内、蛋、菜、果、粮等农业优势产业五大类农产品。

据刘光昭介绍,下一步公司在已有三个分仓的基础上,再建5个田间仓,将全市纳入整体布局,并逐步升级为“智能仓”,集货、检测、分拣、加工、冷藏、配送和信息平台等流程一体实现;同时,“智能仓”还会将采购的农产品按照品质、颜色、重量等特征自动分类摆放,并根据不同的分区调整温度。“不同果蔬的储存对温度的需求是不同的,只有分温区储存才能减少果蔬的损耗。”刘光昭说,“针对不同果蔬温度要求,分温区储存,减少损耗,延长保质期,逐步将天津本地优质特色农产品打造成爆款”。

## 圆桌论坛

6月22日,全国人大常委会官网公布了乡村振兴促进法草案全文,公开向全社会征求意见,草案重点规定了乡村振兴的五大振兴:即产业发展、人才支撑、文化传承、生态保护和组织建设。在脱贫攻坚决胜之年,全国人大常委会首次审议乡村振兴促进法草案,目的就在于推动脱贫攻坚和乡村振兴的战略衔接,为促进乡村持续发展提供制度法律保障。

如何有效增加农民收入,是乡村振兴重要核心问题。长期以来农产品供应链条长,农产品田间价格和终端价格悬殊,农民并没有在农产品整个产业链中获得最大收益。对此,草案明确规定“国家支持农民专业合作社、家庭农场以及涉农企业、电商企业、社会化服务组织等农业经营主体以多种方式与农民建立紧密的利益联结机制,让农民共享全产业链增值收益。”

草案多次涉及到数字技术在乡村振兴中的作用,提出“利用电子商务推动农村商业组织数字化变革”,对互联网技术在乡村振兴中的作用给予了规定。在新基建的大潮下,“数字三农”必将成为乡村振兴战略的重要推动力之一。各级政府应当支持乡村物流、电子商务等乡村产业的发展,利用电子商务推动农村商业组织数字化变革,发展农村商业。

在如何建立农业经营主体和农民的利益联结机制上,其实各地都已有不少成功的探索。陕西平利县的农民王秀梅,是个带领51户贫困户种植猕猴桃的贫困户,组成了寻梦猕猴桃股份合作社,电商企业拼多多捐助52万元作为合作社的启动资金,为其提供电商业务培训和平台流量扶持,还实现了“资金变股金,农民变股民”,51户贫困户全部成为了合作社的股东,他们为合作社生产适合电商销售的猕猴桃产品,并共同分享收益。这种模式实现了多方利益联结;由于电商平台的支持参与,有效解决了资金短缺和产品销售难题,加上股权分配这种现代激励机制,农产品从农民田间地头的“最初一公里”和送达消费者的“最后一公里”直接关联,压缩中间环节,实现了农民收入的最大化。

以市场需求和电商平台的专业能力为基础,将地方特色农产品迅速加入全国消费者的“日常购买清单”,能够迅速消除市场壁垒,推动“小产业”升级为“国民消费产品”,拓展农产品的市场能力。因此,草案应当进一步明确农产品线上化的政府责任,这样未来在法律实施后,政府可以引导和推动电商平台与有产业基础的地区建立合作关系。

乡村数字化的美好未来,最终需要农民数字能力的提升去实现。目前制约乡村数字化发展的主要问题是人才严重匮乏,以农产品电商为例,农村内生人才占比少,激励不足。目前甚至在一些农产品优势产区,也缺乏相应的电商人才,只能作为外地电商的供应地。推动农村,尤其农产品优势区内生的电商人才发育,需要有针对性的电商培训、低成本创业启动和激励机制。

笔者认为,对农村数字人才的培育和发展,应当给予更有针对性的规定,让农民在新基建大潮下,同时依靠自身的努力缩短和城市的数字鸿沟。基于对农产品电商行业的长期调研,建议设立国家农产品电商创业培训百亿基金,培养百万新农人,以激发更多农村能人、返乡务工人员、农村大学生接受电商创业培训,鼓励其自主创业,补齐农产品上行的关键短板,实质推动城乡经济复苏。

截至2019年底,电商平台拼多多已经培训带动了超过8.2万名返乡新农人。农产品电商店主一端连着全国大市场,一端连着种植生产端,一个优秀农产品电商店主能带动一个团队,一个团队能带动一大片就业,形成一条农产品上行的高速通道,激活一方农产品产销格局,是人才培养中的关键对象。如何带动和培训更多新农人,通过互联网平台创业,需要从国家层面出台更具针对性的举措。比如设立相应财政激励机制,鼓励县级财政配套相应资金,以公开、透明的方式,选拔培训农产品电商人才,并对创业达到一定门槛的青年创业团队,给予相应激励。

## 地方实践

## 跨境电商助“甘味”农产品“云端结果”

在甘肃2020年外贸进出口总值同比下降的情况下,成为出口“黑马”的“甘味”农产品7月2日至5日登上第26届中国兰州投资贸易洽谈会(简称“兰洽会”)的线上展馆,通过“云端”向海内外客商“自我推荐”并备受青睐;而线下的合作,借助跨境电商设立海外仓已成为促进外贸发展的新模式。

作为“一带一路”沿线国家经贸交流的重要平台和中国中西部区域合作重要载体,兰洽会今年首次以线上为主、线上线下相结合的方式举办。红色诱人的天水苹果、白色脆甜的兰州百合、大小匀称的樱桃番茄……本届兰洽会尝鲜“云展览”“云招商”,设置25个虚拟展馆,精选“陇货”“甘味”等特色产品,开展线上展销和直播带货,现代农业成为“云端”客商们关注的焦点。

本次农产品“触电”已不是中国海升集团张掖公司的“首秀”,该公司负责人李自军介绍,今年该公司在其现代智能玻璃温室进行了一场直播,向网友们展现了番茄和有机彩椒的现代农业生产技术。

步入农场的“甘味”农产品不断在海外“开花结果”。李自军说,疫情之下,该公司的有机彩椒依旧持续销往海外,保持每

10天发运至俄罗斯15吨的产量,让海外食客共享“甘味”;发往国内大城市的樱桃番茄则供不应求,“9月底二期项目投产,产量将增大”。

中国海升集团董事长高亮指出,甘肃发展以戈壁农业为特色的现代农业其时已至,其势可成,将在干旱半干旱地区创造出发展特色现代农业的“甘肃模式”。

今年前5个月,甘肃省外外贸进出口总值144.4亿元,同比下降11.4%;但特色农产品出口持续增长,其中,蔬菜出口1.2亿元,同比增长15.2%;果蔬汁出口9797万元,同比增长4.4倍。

甘肃丰富的农产品成为在马来西亚打拼的甘肃籍商人江世波关注的商机。他创办的马来西亚龙马进出口公司主要业务以经营中马两国互补性产品双边贸易,从甘肃进口中药材、苹果、大枣、枸杞等,从马来西亚出口到中国棕榈系列产品。

疫情期间,通过“云签约”,该公司和兰州新区综合保税区进出口贸易有限公司达成700吨的棕榈仁订单。

“未来,线上交易将成为趋势,我们还将组织马来西亚200多个厂商参与,将当地近2000种产品进口至兰州,以跨境电商、保税区海外仓的方式合作。”丁思

支持电商创业培训  
推动农村商业组织数字化转型

安徽省农业科学院副院长 赵皖平

## 新电商 新农人

## 刘明心:倾心打造镇域田园综合体

一份农户余学勤家的带刺黄瓜、一斤农户葛满枝家的豆角、一份农户程良杰的长茄子、一盒山林散养土鸡蛋……安徽合肥蜀山区居民彭女士在微信小程序“尔岛农业商城”下单了一份农产品套餐。菜品展示页面不仅有记录每样农产品生长的视频,甚至还有每个农户、每片土地的基本信息和照片。

彭女士虽然与这些老乡素不相识,但是能够隔着屏幕看见他们劳动的样子,她甚至能够想起,自己吃过谁家的黄瓜、谁家的豆角。

每天17时前,在距离蜀山区270公里外的池州市东至县泥溪镇,农户们会将客户订购的产品统一送到当地农产品“镇域仓”。

“镇域仓”的工作人员对产品进行分拣、打包。第二天凌晨4点,物流统一发货,8点前产品运抵客户小区门口,由工作人员送货到家。新鲜农产品从田间地头“登上”省城居民的餐桌,这场“旅行”只需十几个小时,这便是青年创业者、安徽尔岛农业发展有限公司负责人刘

明心打造的“镇域田园综合体”项目。

该项目以“镇域”为单元,整合当地200多位农户和农场及部分品牌农产品资源,通过建仓,进行产品标准化质检、分拣、包装和预储存。随后,“镇域仓”(乡镇农产品中转仓库)与城市社区间实现点对点运输,工作人员提供送货上门、售后服务,形成闭环生态链。

“只要头天晚上9点前下单,第二天早上10点前就能收到产品,这个模式正在向更多乡镇推广,产品种类也在逐渐扩大。”33岁的刘明心感慨,在农业领域摸爬滚打6年多,总算摸到一条合适的发展道路,让家乡的生态农产品资源有了“归宿”。

2016年,刘明心开始接触“互联网+农业”,他尝试过众筹、淘宝、微商,将土鸡、土鸡蛋等优质农产品销往上海、苏州等长三角地区。

随着近年来市场消费升级和转型,农产品电商企业层出不穷,但“全国采,全国卖”的路

子同质化现象严重。在资本的推动下,有些企业连续扩张,不惜赔本赚吆喝,靠牺牲价格来提高销量和维系客户关系,有些企业过度追求线下门店的扩张,因而资金链断裂。

“生态农业存在规模小、生产环节多、把控难等问题,因此,不能走规模化、标准化和生产操作工业化的老路,必须自己打造独立、完整、强有力的供应链。”刘明心认为,生态农业更不能将摊子铺得过大,应当将供应链集中在“乡镇”这个区域范围内,而将供给市场限定为城市小区,实现供给双方的精准对接,从而探索出一条“农村包围城市”的道路。

依据他的理解,“乡镇”作为行政区划中的最小单元,也是相对封闭的单元,活动半径较小,且每个乡镇、每个村都有自己的特色产品,更容易将散落在田间地头的农业生产者聚合起来。帮助他们树立生态农业的生产概念和质量意识,可以实现农产品优质资源的最优整合。刘明心和合伙人多次调研,最终将省会长

肥作为落地试验城市,以位于城市核心的蜀山区部分小区为样本,先后设立了12个社区服务站,试点农产品进城。“我们的思路,是一个乡镇的农产品点对点、精准供给几个城市小区,以此模式为样本进行稳步复制。为了方便用户购买,我们自己搭建线上商城,倒置完善物流、冷库、仓储等体系建设,形成完整的供应链,还吸纳小区居民成为工作人员。”刘明心说。通过“镇域仓”,还可以整合辐射范围内的农户、土地资源,有效监管农产品安全生产。

“做生态农业和生鲜电商创业,不一定非要把精力花在高大上的顶层设计、产业规划和市场框架上,也未见得需要依赖过多的资本助推。”在刘明心看来,农产品电商的“镇域”实验的实质是——扎根农产品原产地,从田间地头、从底层做试验,从每一个小步骤、技术环节的完善开始,一步一步向上滚动发展,实现“小而美”的发展格局。

王海涵 王磊

## 浙江省建德市大同镇

## “农创客”牵线 农产品热销

如何发掘农村潜力,实现农业发展农民增收?2018年以来,浙江省建德市大同镇依托万亩生态优质粮食生产基地,探索建立以农创客为中心,串联农创客、农创客、农创客的农业服务中心——“建德稻香小镇·农创客工场”,吸引了150余名青年“农创客”返乡创业,也让当地村民看到了满满的希望。

今年2月,大同镇21家养殖场面临320余吨鸡蛋滞销的难题。为此,大同镇组织“农创客”视频会议,所有电商渠道都被利用起来。短短3天,320余吨鸡蛋全部售完。

“要是放在以前,肯定是坏在养殖场里了。”大同镇党委书记方华说。农创客工场成立之初,就瞄准痛点,集纳孵化了一支专做电商的90

后“农创客”团队,通过与各大社交电商平台合作,尝试多种电商新玩法拓展销售渠道。“电商团队就像‘媒人’,把好的农产品‘嫁’到好人家里去,反过来也促进更多更好的农产品生产。”方华说,“流通成本大大缩减,把更多更稳定的利润留给了农户。”

村民甘有文今年种了20来亩牛奶玉米,这是一种高利润的水果玉米。搁在以前,他肯定不会种:“前期投入成本高,谁知道后面卖不卖得出去?”是农创客工场的年轻电商饶日辉给他吃了“定心丸”。“放心,你尽管种,后面我全部以保底价收购。”

之所以这么笃定,是因为饶日辉身后有日益成熟的农村电商体系。饶日辉介绍,牛奶玉

米价格高,放在建德可能5元一斤都卖不出去,但运到上海、北京,10元一根都被人抢着买。

去年,饶日辉的电商公司销售额达2000万元,今年,他的目标是1个亿,这意味更多小规模散户的销售空间将被拓展,农产品这个“最古老”的产业,将被持续带动,让更多村民受惠。

大同镇小溪源村民徐孝福从未想到,4亩桑叶地会让自己“发财”。“以前家里养蚕,所以种了点桑树,一亩地产值大概3000元左右,不算多。”徐孝福说,怎么也没想到桑叶还能卖钱。

桑叶能卖大价钱,这是青年“农创客”叶元挺回乡后做成的“稀奇事”。叶元挺向村民收购桑叶,从半个巴掌大的小嫩叶到成叶都收,收购来的桑叶卖给城市里养蚕的学生,价格翻

好几番。

“小嫩叶收购价15元一斤,快赶上猪肉的价格了。成叶我们收购价2元,对农户来说也很实惠,还不影响养蚕。”叶元挺算了笔账,桑叶出售配合养蚕,农户一亩地的产值从3000元提升至5000元,而像徐孝福这样桑叶全被收购的农户,一个春季就有三五万元的收入。

“我们计划利用20亩土地,建成稻香小镇的农业展示基地,方便‘农创客’在直播带货时,有直观的农产品生产场景。”方华说,“每年秋天,大同镇还会举办开镰节,吸引更多游客来到稻香小镇,不仅把农业旅游带火起来,也带动当地农创客外销,让稻香飘向更远方。”

吴佳妮