

电商扶贫

电商来了，毛南族的日子不难了

——广西环江县依托电商及特色产业实现整县整民族脱贫

□□ 本报记者 韩啸

每隔三四天，广西环江县毛南族人谭俊新就要骑着摩托车从下南乡社区赶到大山里，那里放养着维持他全家生计的8头菜牛。他要经常去看看这些牛是否受伤，并定期给它们补充盐分。

等菜牛长大了，县里的加工厂就会来收购，或者销售到省外，或者加工成牛肉干等产品，通过线下线上渠道发往全国各地。

今年五月，作为全国唯一的毛南族自治县，环江正式宣布退出贫困县序列，毛南族也实现了“整个民族的脱贫”。然而脱贫只是第一步，为产业发展注入数字化的力量，才是持久增收的路径。尽管县里电商运营基础薄弱，环江县长黄炳峰还是尝试了当下颇为流行的电商直播带货，希望可以提高当地农户和企业应用互联网的意识，加快数字基础设施建设，让这个刚刚摆脱贫困的地区，能够在新的市场环境中仍然迈得开步子。



环江香猪养殖专业大户、致富带头人覃素鲜(左)走进电商直播间，向网友介绍“黑珍珠”美誉的环江香猪。

盘活产业 跟着带头人发展特色种养

2015年底，谭俊新因缺土地、没技术和孩子上学等原因被认定为贫困户。该村第一书记覃思颖根据当地帮扶政策，帮他申请贷款和补贴，发展养牛、养猪产业，并在村里当护林员、保洁员，一年时间就实现脱贫。“我现在养有八头牛、两头母猪，4月份刚卖了一窝小猪仔，收入1万多元。现在另一头母猪也怀孕了，过几个月还会有一笔收入。”

环江县毛南族人口6.45万，约占全国毛南族总人口的70%。这里大部分地区属于喀斯特地貌和岩溶山区，有着“石头上的森林”之称，地理环境十分恶劣，当地群众曾经连吃水都成问题。毛南族原名“毛难族”，意为“生活在毛之地的苦难民族”，1986年经国务院批准才更名为“毛南族”。很多年轻人选择背井离乡，走出大山到大城市去务工谋出路。

今年受疫情影响，大家只能居家隔离，贫困户无法外出务工。”环江县东兴镇久灯村第一书记覃善应在直播中介绍，为

了让贫困户有事做、有收入，他组织党员致富能人与贫困户组建了养殖合作社，给187户贫困户发放了1.5万羽本地土鸭苗，并定期入户指导养殖技术。

黄炳峰认为，改变环江县“一方水土养不起一方人”的历史，从长远和根本上解决环江县的脱贫问题，必须发展产业。

在脱贫攻坚战中，环江县结合自身资源优势，发动群众养殖香鸭、香猪等“短平快”传统特色养殖项目。当地的脱贫致富带头人覃素鲜就是有名的香猪养殖专业大户。2013年，覃素鲜创办环江鸿鑫生态种养专业合作社，圈下200多亩山地，建起了生态养猪场。凭借着吃苦耐劳的干劲儿，短短一年时间里，覃素鲜养猪的量就达到1000余头。她还积极探索“公司+基地+合作社”的模式，辐射带动周边500多户群众发展养猪业。

目前，环江县143个有脱贫摘帽任务的行政村(社区)全部有新型农业经营主体或有产业基地覆盖，76个贫困村每个村有不少于3名创业致富带头人，发展优质稻、桑蚕、杉木、柑橘、香猪(鸡、鸭)和油茶、菜牛等“5+2”特色产业，覆盖贫困户21339户。

电商直播赋能 为山里货打通大市场

“世遗环江，多彩毛南！这里是全国唯一的毛南族自治县，也是世界自然遗产地。这里不仅有好山好水，还珍藏着非常多的绿色原生态农产品。”6月6日上午10点，环江毛南族自治县县长黄炳峰穿着民族特色服饰走进拼多多直播间，向广大网友推介环江的特色食品。

这是继今年5月环江退出贫困县序列后，首次开展的政企合作电商直播带货活动。

“今天给大家展示推介的香鸭特产就是此前贫困户养殖的，生长期超过90天，品质非常好。”覃善应介绍，这些鸭都是农户放养于河流田间，吃的都是小鱼小虾，所以皮下脂肪少，特别适合白切蘸鸭酱食用。

覃素鲜也走进拼多多直播间，为环江香猪倾力代言。“环江香猪有着‘黑珍珠’的美誉，是非常珍贵的佳肴”。

从简单的发钱发物帮扶转变到带动贫困户进行产业发展，再到通过时下流行的“消费扶贫”“电商直播”开拓市场渠道，环江县在决胜脱贫攻坚中，迈上了三个台阶，让当地农户的“造血”能力不断提升，有效促进乡镇产业的发展壮大。

据悉，环江此次直播带货活动由县长黄炳峰领衔，下南乡党委书记覃纯果、东兴镇久灯村第一书记覃善应，作为脱贫致富群众代表依次接力，重点为环江最有特色的香猪、香牛、香鸭、香米和香菇等“五香”农产品助阵。直播活动共吸引超过75万名网友围观，承接这次环江好货售卖的“广西特色环江馆”店铺粉丝数提高240倍。

用好“新农具” 开辟助农新战场

虽然退出贫困县序列，毛南族实现整族脱贫，然而，如何巩固脱贫攻坚成果，仍是一项艰巨的任务。环江县也在尝试更多路径，走好脱贫“摘帽”后的发展之路。

这次县长领衔上拼多多直播带货，把当地的特产通过电商平台推向全国，就是一次积极的尝试。

近年来，拼多多不断深入农产品原产地，一端连着大山深处，一端连着消费市场，已经逐渐成为助力脱贫攻坚的“新农具”。

“助农、扶农、为农，一直是我们致力在做的有意义的事情，也是正确的事情。”拼多多新农农业农村研究院副院长狄拉克表示，目前平台联合各地政府打造的“爱心助农”系列活动有效促进了消费回补和潜力释放，对推动农产品复苏和助农增收方面，具有非常显著的作用。

“尊重市场让中国创造了大规模的减贫奇迹。在剩下的一些硬骨头面前，‘市长’加‘市场’，一个都不能少，这也是中国经验。”狄拉克表示，拼多多会持续把农产品上行作为公司的重要战略业务，未来5年内，将在农业农村领域投入不低于500亿元，帮助100万家农村网店年销售超过100万元。

“小鲜农网”带庐江小农户脱贫致富

□□ 钱良好 本报记者 杨丹丹

今年端午节小长假，安徽省庐江县“小鲜农网”的生意特别火爆，后台订单像流水一样哗哗地打印出来，一天时间能达到2000多单，公司几十名工作人员奔走在乡村和城市，在12小时内把最新鲜的农产品从贫困户手里收上来，再送到客户手中。近日，记者来到坐落在庐城电商园的安徽小鲜农网络科技有限公司的“小鲜农网”基地，看到一派忙碌的景象。该公司总经理姚凯一边忙着手上的活，一边介绍说：“我们打造这个平台的出发点就是针对贫困户，帮助他们卖出、卖好产品。”

记者跟随采购人员来到了庐城镇新桥村岗北村民组贫困户叶正仓的养殖基地收货。今年58岁的叶正仓是2014年的建档立卡贫困户，因为上有90多岁的老母亲，下有聋哑的儿子，生活困难。于是他想到搞养殖业。2016年，他承包了村里的100亩水塘，搞立体养殖，水上养鸡、鸭，水下养鱼、养龙虾。前几年因为刚起步，没有什么收入，今年进入正轨，等到鸡肥鸭壮时，却遇到了疫情，销售出现了难题。正当老叶犯愁时，村里的扶贫干部李婷婷找上门来，

帮助他在小鲜农网上挂上了产品，没想到一下子火了，因为是绿色养殖，深受城里人的青睐，订单源源不断地来，500只鸭、1000只鸡、3000多个鸭蛋很快就销售出去了，老叶笑得合不拢嘴：“没想到坐在家就把产品卖出去了，省事，明年我还要多养点，光脱贫不行，我还想致富。”

姚凯介绍，“小鲜农网”扶贫销售，是该县为了促进消费扶贫，帮助贫困户解决农产品销路问题，打通消费扶贫“最后一公里”，联合电商平台，开发应用的一款微信小程序。只需添加微信小程序“小鲜农网”小程序，想要购买的农产品可配送到家。

记者看到，在“小鲜农网”平台上，帮扶责任人帮助贫困户发布自种自养农产品销售信息，平台根据订单情况上门现金收购，在全县范围内免费配送，全国大部分地区均可快递邮寄，若是家禽，可代为宰杀加工。

由庐江县商务局和扶贫办牵头指导“小鲜农网”网络公司建立庐江县消费扶贫电商平台，有三大特色：一是实名发布，平台应用“互联网+农业”垂直领域新模式，由帮扶责任人在平台实名注册、后台认证，帮助发布贫困户自种自养农产品。二是线上



叶正仓正在自己的养殖场内喂鸡。

资料图

购买，用户通过微信小程序下单，县内由平台派专员上门取货并免费送货，县外采取快递邮寄的方式配送。三是平台对接，结合已有的销售渠道，与县内宾馆、饭店、机关企事业单位食堂等合作，综合考虑物流成本，合理定价帮助贫困户带货。

目前，“小鲜农网”已注册1万多人，发布贫困户农副产品销售信息8000条。庐江县坚持各方积极联动，将爱心行为、慈善行

为与经济行为、消费行为有机结合，变“救济式”扶贫为“参与式”扶贫。

“以前我们想帮助贫困户找不到好的方法，现在有了这个平台，可以直接下单，为贫困户脱贫助一臂之力。”眼下，庐江县党员干部积极以实际行动为扶贫农产品“带货”。截至6月28日，“小鲜农网”销售订单累计5000多笔，销售金额达50多万元。

央企消费扶贫电商平台为农户带来的不止于此。近年来，脱贫攻坚工作已经取得阶段性成效，但部分地区地处偏远，村民们种植养殖技术参差不齐，农产品的质量和销量一直受到制约。

“目前央企消费扶贫电商平台通过建立常态化扶贫机制，不但打通了采购渠道，而且还可以在线提供农技支撑，真正使扶贫工作变输血为造血。”湖北长阳县副县长谢海红对此深有感触。 王璐

圆桌论坛

近十年来，几乎历年的中央一号文件都把信息技术同农业、农村的建设紧密联系起来，并提出了相应的发展方向，包括农村电子商务、智慧农业等，这反映了我们正处于数字时代的宏观背景，以及利用信息技术改造传统社会与经济模式的必然趋势。在这样的时代背景下，如何利用电子商务发展的契机改善农村的产业发展和营商环境，已成为各级政府部门和电商企业必须面对的课题。

今年新冠肺炎疫情发生以来，中央进一步强调要加大新的基础设施建设，包括了新能源汽车充电桩、大数据中心、人工智能、工业互联网等诸多产业链，其中，最重要的是5G网络的建设，它是中国未来的互联网信息高速公路的基础。自美国在1996年提出了信息高速公路的概念，我们从1G、2G、3G、4G，到将要建设的5G，互联网信息流动的道路越来越宽，越来越快，带动信息交流越来越方便。可以预见，未来5年之内，不仅是城市，即使在广大的农村地区，信息基础的建设将有一个翻天覆地的变化。

回顾历史，中国通讯网络的建设经历了跨越式的发展，尤其表现在农村地区，固定电话的普及率在很长一段时间内处于很低的水平。但是，当移动通讯在2000年兴起之后，中国直接跨过了固定电话时代，进入了移动通讯的高速发展阶段。目前，无论是城市还是乡村，移动通讯的普及率都达到了甚至超过了中等发达国家的水平。

5G新基建将对农村地区的网络基础设施的质量带来新的提升，这个提升的直接好处就是给拼多多、阿里、腾讯等互联网企业提供了巨大的扩大市场，为促进消费红利提供了可能，更好的网络必将使得更多的商业活动通过互联网实现，电子商务平台的发展也能促进城乡之间商品的流动，给农民带来更多的致富机会，同时改善农村消费环境，进一步缩小城乡之间的数字鸿沟。

最典型的案例就是位于中国农业生产源头的诸多零散农户们，传统的批发市场、超市无法给小农经济提供销售渠道，而以拼多多为代表的电子商务平台建立了小的农户、商户甚至个体的农民与广大消费者的直接联系，为小农户提供了广大的市场，也为消费者提供了更多的选择。

电子商务平台的发展带动了农产品交易渠道和交易方式的创新，类似于社交拼团这样新的业态，能够在很短的时间内组织团购与供应商签订采购合约，消费者需要价廉物美的产品，供应商希望薄利多销，供需两端的需求通过大数据匹配得以实现。

正是由于拼多多、阿里巴巴等大型电商平台的支持，越来越多在外创业的人群开始返乡，因为他们可以在自己的家乡、在农村，工作、创业。另一方面，当农村的致富、就业机会不断增加，农村的人口也随之增长，将进一步带动农村地区的餐饮、娱乐、快递、物流等服务业的发展。商贸环境的改善有助于乡村地区的生产、生活面貌的改变。可见，电商平台是乡村振兴的重要推动力量。

与“新基建”需要同时重视的是“人”在乡村振兴战略中的关键因素，在提供信息高速公路的硬件环境有序落地的前提下，广大农民是否具备在这条高速公路上奔跑的能力，才是决定能否享受新基建带来红利的核心要素。因此，除了提供参与网络交易的机会，提升农民的数字能力也是大型电商平台需要同步推进的工作。

新电商 新农人

房雪：工厂车间里的农产品带货“快手”

□□ 毕晓结 本报记者 张仁军

房雪是一位来自辽宁省营口市虎庄镇的普通农村姑娘，也是一位走红网络、用一己之力回报社会的创业达人。她在短视频社交平台“快手”上，已经积累了全国各地的粉丝近50万。

位于辽宁营口大石桥市虎庄镇一处3亩地的农家大院，是房雪目前工作和生活的地方，两层楼上摆满了服装、箱包、洗漱和化妆等各类商品。

“你头回上咱家来呀，热烈欢迎！”直播中的她聚精会神，随手从堆积如山的货箱中掏出一袋海产品说：“我们家是沿海城市，我会给大家推荐我们家的东北特产海带，把这里渔民的特产推出去，希望全国各地的朋友们都能尝尝。”

这就是房雪日常工作的状态，旁边负责下单的同事操作着电脑和手机，订单刷刷地一页页顶上去，在直播的一个多小时里就卖出了1万多单。

走近互联网，是时代给予房雪的幸福，更是对她不懈努力和勇于创新的回报。2016年，她到辽宁省营口市开发区租下二千多平方米的厂房，开起了上百人的服装厂，形成了前店后厂的经营模式。

也在这个阶段，房雪接触了互联网。她招的一个青年员工是“快手达人”，其短视频内容吸引了全国数10多万人看。聪明的房雪受到启发：原来互联网的力量如此强大，是个展示自家产品的好舞台。在快手直播的第一天，她就卖了五六十件衣服，虽说远远不如她的实体店的批发量，但一个好的开头，给了房雪信心。

2019年是房雪做直播的第三年，她参加了“快手卖货节活动”。在为期两天的直播卖货比赛中，她为营口海纳食品有限公司销售了3万袋“郑友和”大薯，为山区农民卖出2万斤苹果、2万斤地瓜和小米。

2020年5月末，为了畅通疫情期间农产品销路，实现“销路通、产业活、农民富、市民乐”的目标，由营口市供销社合作社联合社主办，辽宁供销社农创资产经营股份公司承办的辽宁营口“农创联”网上供销大集启动，启动仪式大石桥的分会场就设在房雪的工厂直播间里。她通过直播带货、网上选购等方式，销售和推广各类农产品达3.3万单，夺得头筹，在快手米面杂粮热卖榜排名第一。房雪说，是不是第一不重要，重要的是能为脱贫攻坚和乡村振兴贡献力量。

电商「新基建」赋能乡村振兴

中国社会科学院财经战略研究院研究员 黄浩

行业聚焦

央企消费扶贫电商平台交出首张成绩单——

覆盖对口帮扶地区 惠农超200万户

作为“国字号”电商扶贫平台，“央企消费扶贫电商平台”聚合央企“朋友圈”，打出助农“组合拳”。自5月12日正式上线以来，截至6月底，累计对接中央企业95家，开店93家，入驻合作商户334家，上架在售农产品3300余款，覆盖对口帮扶地区213个，惠及农户超200万户，在线交易额规模3969.12万元，有效整合了央企电商资源，形成央企统一电商平台，更展现了合力打赢脱贫攻坚战的“央企担当”。

据悉，通过下载央企消费扶贫电商平台APP可以看到，首页中央企馆、品牌馆等频道，产品包括水果蔬菜、肉禽蛋品、粮油调味、冲调饮品、农副加工等大类，下设具体产品分类，可进行商家店铺、产品、订单、积分管理。APP端还设置了精准溯源、帮扶大数据、电商学院、企业内购、党建专区等板块。

值得一提的是，通过区块链溯源服务，利用互联网和物联网技术，央企消费扶贫电商平台将产品从生产、包装到检验、运输、储存

等全过程记录下来，以数字化的方式呈现。这些信息都布局在区块链上，确保不被篡改、不被伪造，消费者可以通过区块链追溯确认产品质量安全后，再选择购买。

据了解，央企消费扶贫电商平台还将协同各央企加强消费扶贫宣传及采购力度，融合直播带货、融媒体矩阵宣传，陆续开展“扶贫办主任带货”系列直播活动、携手贵州省开展“相约贵人 携手黔行”大型直播活动等，汇聚起央企消费扶贫的强大合力。 王璐