

行业聚焦

实施“最初一公里”战略,实现农产品的标准生产、现场分拣、产地直发“超短链”——

邮政携手电商 共促源头变革

□□ 本报记者 韩啸 见习记者 丁乐坤

“自2019年5月‘天水邮政精准扶贫官方旗舰店’登录拼多多平台以来,通过‘产地直发’帮助果农销售苹果、樱桃、蜜桃、手工辣椒面等农特产品17.42万件,销售额435.5万元,2020年全年销售已超10万单……”日前,中国邮政集团有限公司天水市分公司渠道平台部副经理李军告诉记者。

为了打通出村“第一公里”,让新鲜农产品直达餐桌,中国邮政集团和新电商平台拼多多在2020年9月成功“牵手”,在产地与销地发挥各自优势,助力农产品上行。“目前,全国多地邮政机构都建立了与合作社、农户、基地合作的扶贫助销模式,并在拼多多等平台开店,让本地特产高效直达全国。”拼多多新农业农村研究院常务副院长狄拉克介绍,“我们通过实施‘最初一公里’战略,以推动农产品在标准生产、现场分拣、拼购仓、产地直发“超短链”等方面实现全方位的‘源头变革’”。



天水邮政的工作人员正在打包发货,将“花牛苹果”以“超短链”发往全国。 甘天 摄

深耕产区 邮政电商推动“源头变革”

2020年9月19日,中国邮政集团有限公司与拼多多达成战略合作协议,双方将发挥各自优势,全面推进农产品产销对接合作。中国邮政将用三年时间打造150个中国“邮政农产品基地”,为拼多多消费者从源头供应优质农产品。

这种“源头变革”此前已在各地邮政机构中悄然展开。天水邮政精准扶贫官方旗舰店是百万个拼多多涉农店铺之一,也是近年来在“最初一公里”战略推动下诞生的“邮政+电商”新模式的典型代表。

甘肃省天水市秦州区中梁镇是一个以苹果种植为主要产业的大镇,也是秦州区苹果种植重点乡镇;往年苹果成熟时节,大批外地客商前来收购成为田间地头的一大特色。

由于难以对接大市场,当地的小农户对市场行情变化不够敏锐,“果贱伤农”的情况时有发生。为了能够让农村地区的包裹从产地直发,缩减中间环节,天水邮政专门成立了拼多多店铺运营团队,渴望通过电商和社交拼团的力量,改善当地苹果的销售状况。

李军回忆,2019年,天水“花牛苹果”曾出现销售难,价格一度跌至0.6-0.7元/斤。运营团队得知此情况后主动到中梁镇各苹果种植户走访,了解当地苹果的滞销情况。

中梁镇何家湾村村民范小军家中共有6口人,其中两位老人年事已高,基本无法下地劳作,全家收入来源仅靠家里的8亩苹果园。一方面,村里的“亩亩优”农民种植专业合作社负责人蒲建明在当地政府的协调下,与范小军联系并吸纳其入社,并承诺优先收购出售范小军家的苹果。

另一方面,天水邮政的电商团队则与“亩亩优”合作社建立销售合作,帮助果农销售苹果;合作社农需要根据电商的销售特点,将果品分级、包装,提升品控,严格遵守店铺提出的各项质量标准。两周下来,便将范小军家的4万余斤“花牛苹果”销售一空。

和范小军一样,建档立卡户靳顺喜家里的20亩苹果也被合作社兜底包销。靳顺喜的父亲常年卧病在床,生活无法自理,除了日常种植中遇到的生产难题,每逢收获季苹果也成了心病。自从通过合作社对接上拼

多多天水邮政店铺,销售难题彻底解决了,他可以将更多的心思放在“如何种出好果子”来。亩亩合作社负责人蒲建明介绍:“除了固定社员,合作社还对接着几百户农民,依靠社交电商的‘威力’,让这些果农的销售从容了许多。”

邮政与拼多多相结合的方式,改变了当地“最初一公里”的产业生态,帮大量果农提供了一个畅通的销售渠道和一种全新的销售模式,许多贫困种植农户也有能力将天水本地的水果卖向全国。

据了解,这样的邮政精准扶贫官方旗舰店正在拼多多平台上快速铺开。2020年以来,仅在甘肃天水、武威、定西、白银等地,就有多个邮政机构持续发力,展开“从0到1”的历史性跨越,通过“邮政+新电商”的新模式,在农村地区创造了海量订单,推动小水果变成大产业。

释放物流潜力 推动农村“新基建”进程

有数据显示,在刚刚过去的2020年,中国

已成为世界上发展最快的新兴快递市场,包裹快递量超过美国、日本、欧盟等发达经济体总和。

在各大电商的推动下,农村市场成为发展亮点。“2020年农村地区收发货件超过300亿件,同比增幅比城市高20个百分点以上。特别是农产品加速上行,成为行业重要助推力。”国家邮政局发展研究中心研究员刘江介绍,保守测算2020年农产品快递业务量超过百亿件。

值得注意的是,2020年初疫情暴发以来,消费者产生了更多“线上下单”的需要,但由于供给和需求极度分散,农产品的上行依然存在诸多堵点,紧缺和闲置的情况并存。根据国家邮政局提供的数据显示,当前“快递下乡”中97.6%是乡镇层面的,只有40%左右的快递能够真正进入村里。这也意味着,农产品及农村物流体系仍然有较大的发展空间。2021年,政府还将加快建设县乡村三级农村物流节点体系。

移动互联网和新电商模式,成为中国快递业务跨越式发展的强大动力。为了挖掘其中潜力,同时匹配“大国小农”的实际情况,拼多多创新了“农地云拼”体系,以“产地直发”为主要特点,以平台取代层层分销的传统渠道,把快递包裹作为微颗粒,推动田间直通写字楼、住宅区,帮助小农户直连全国大市场,形成“超短链”。这就意味着将消费端长周期的分散需求,归集为短周期的批量需求,形成规模效应,为农民提供长期稳定订单;各个分散的小农业生态,在“云端”被拼成了一个虚拟大农场。

“这在很大程度上解决了传统农产品流通的损耗问题,也在一定程度上绕开了工业品物流节点分发农产品的弊端,让农民和消费者共同分享更大的价值。”狄拉克说。

据悉,未来5年,拼多多将投入不低于500亿元,支持带动建设“拼购仓”等农业农村“新基建”,全方位提升农产品物流的体系和效率,利用模式创新、科技投入和人才输送,构建最完善的农产品物流体系。其间,拼多多将助力农村地区打造100万家年销售额超百万元的店铺,持续扩大农村包裹量,助力全国各地更多特色小水果发展成为带动农民增收和乡村振兴的大产业。

圆桌论坛

建设智慧农场 引领现代农业发展

中国农业大学信息与电气工程学院教授 李道亮

无人农场、智慧农场是近年来农业领域的热门话题。原因很简单,因为农业劳动力在世界范围内都呈下降趋势。据联合国开发计划署统计,美国从1930年左右,日本、意大利、法国从1960年开始,农业从业人口占比迅速下降,如今,发达国家农业从业人口占比基本都在3%-5%,最少的国家以色列仅有约0.9%。

目前我国的农业从业人口占比大约是28%,且在持续下降当中,预计未来30年内会下降到5%左右,且平均年龄是55岁,“60后”和“70后”是主力军,剩下则是“50后”和“85后”。这就意味着在25年后,中国农业主力军将全部退出农业。另一方面,中国劳动力成本也在不断增加,部分地区农忙时分,每天200元也雇不到人。

这就产生一个问题,将来谁来从事农业劳动?唯一的答案就是机器,机器替代人是一个必然的方向。这也使得产业界和学术界对无人农场、智慧农场的讨论有了现实意义。

机器换人的前提是机器需要具备三种能力:第一是感知,包括感知光、温、水、肥、热等生产环境,感知作业对象和装备状态等;第二是通信,也就是网络化;第三是具备智慧“大脑”,某种意义上这个大脑的智能程度不亚于人类。

要想达到这三种能力,需要具备三种技术来武装:一是物联网,让装备有感知能力和通信能力;二是大数据,有了物联网之后,大数据自然就会形成,然后对数据进行精准挖掘与分析,促使农业生产走向精准,从而解决农业生产效率、生产质量和农业可持续发展的问题;三是人工智能,也就是机器智能化。

所以,未来30年中国农业应该会发生巨大变革,在中华大地延续了五千年的农业将会实现华丽转身,完成从传统农业向现代农业的跨越,同时无人化也逐渐成为现代农业发展的一种潮流。

那么,什么是无人农场?事实上,无人农场不等于没有人,实际上保留了人,但同时依靠机器进行作业,从而促使作物产量提升、资源利用率提高,水、肥、药施用量减少,保证农产品质量安全,实现农业绿色可持续发展。

笔者认为,这样的“智慧农场”,将来一定会按照三个阶段来发展:第一阶段,传统劳动力或人进入农场,但是需要人力进行远程控制的无人农场;第二阶段,演变为无人值守的农场,只保留一台无人农机,虽然在农场内看不见人,但是实际上后面有4个人在远程操作这台无人农机完成作业。还可以争取单人操作,尽量减少操控人员的数量;第三阶段,当人工智能发展到高级阶段,所有的作业便可由高级的无人系统自主决策指挥机器人完成,也就是说,机器人本身知道何时下地干活,何时回车库,所有的作业均由机器人完成,这就是无人农场的最高级阶段。

值得关注的是,无人农场主要涉及以下四大关键技术:物联网、大数据、人工智能和机器人。

物联网主要解决的是农业作业环境的感知、通信问题。所以,物联网的核心就是“云端”:云是大脑,网就是各种通信,如5G、无线网络、卫星通信、北斗系列的各种通信方式。

机器视觉相当于机器人的眼睛,它对作物长势、动物行为会进行一个判断,即通过视觉和人工智能、机器学习的结合,让机器人对动物和植物进行一次精准判断,然后对其营养或饲料投喂进行精准配给。这便是种植或养殖的核心技术。

其次就是人工智能,虽然现在仍然只能叫“初级人工智能”,即基于大数据的人工智能,这让机器人拥有了人的思维方式,也就是控制的策略,甚至比人还精准。通过模拟人的思维进行科学准确的决策,再给装备发送指令,从而进行精准的控制。

最后一方面就是装备集成。除了无人农机、无人驾驶和挤奶机器人等农业机器人相对成熟以外,国外的蔬菜、水果分拣包装机器人也比较成熟了。现在农业机器人任务中比较困难的是蔬菜的收获,目前欧洲、日本农场也未能实现智能化采摘。所以,这方面目前尚有诸多挑战。

让机器人和人一样具有感知、驱动、导航、作业的能力是未来科研努力的方向,等这四方面真正成熟落地,就真正地实现了自主无人系统的搭建,无人农场才真正达到智慧的“无人境界”。

一项新技术从产生到完全推广需要很长时间,因此,我们应从现在开始着手布局,从发展的角度去提问题、去研究、去攻关,不断推进相关产业发展,这将必然会对我国的农业现代化发展产生重大促进作用,也将助力2035年我们国家基本实现社会主义现代化。

地方实践

山东济南 乡村振兴 数字“先行”

“动能转换,济南先行。”山东省济南市新旧动能转换先行区是山东省新旧动能转换的“试验田”。在先行区整体经济结构中,农业经济占据着极大比重,拥有“太平西瓜”等国家地理标志认证商标。在新旧动能转换的背景下,科技创新成为传统农业向数字农业转型升级的动力源泉。

2018年9月,京东与济南新旧动能转换先行区达成全面战略合作。在京东“智联云”支持下,先行区立足产业振兴,建立农业数字化综合服务平台,建成全区农业资源视频监控监测系统,全面提升先行区数字农业水平。打造“甜源先行”农产品区域公用品牌,上线运营“甜源先行”京东旗舰店和微信公众号,通过线上平台和直播活动推动农产品电商销售。同时,联动山东铁塔智联,发挥京东人工智能、物联网等技术能力,搭建农业农村资源数据中心和智能监测平台,为先行区管委及各街道农业农村管理部门和人员提供秸秆燃烧、村庄安全、森林火情、耕地资源监管等数据采集、监测分析、智能预警等服务。

聚焦新科技,赋能新农业。为进一步挖掘和服务新科技、新农业项目,加速济南先行区企业集聚和发展,济南先行区和京东在2019年联合举办创新创业大赛,吸引新农业创新创业项目落地济南先行区数字农业产业园,打造互联网新经济平台。据了解,目前已聚集包括绿口酥农业、华为鼎育生态农业科技、谷之丰农业科技等农业企业在内的220家企业,初步形成数字经济产业集群影响力。 本报记者 杨瑞雪

新电商 新农人

魏天野:用心做「老奶奶的枸杞」

□□ 张唯 张璞

新年伊始,在家舍孙的百岁老人石兰清,仍会不时出现在宁夏中宁县老奶奶农业发展有限公司电商平台的直播弹幕中:“老奶奶身体还好吗?”

“好久不见她直播,有点想她呢。” “新粉表示没有见过老奶奶,遗憾。”

网友口中的老奶奶石兰清,曾是中宁县远近闻名的“村播”。孙辈魏天野回到家乡前,她已和家里的枸杞地打了一辈子交道。用双手种出最好的枸杞,是老人秉持至今的愿望。

前些年,石兰清还会经常出现在自家枸杞地里,查看长势,采摘果实。中宁县老奶奶农业发展有限公司负责人魏天野是石兰清最疼爱的小孙子,十多岁时外出闯荡,摆过地摊,进过工地,干过服务员,当过美发师。在北京、上海、南京等大城市的辗转,让这个农村孩子的眼界逐渐开阔。

回家乡前,魏天野凭借熟练的手艺成为理发总监,月入万元让周围人羡慕不已,但没人知道,他心底的创业梦已经萌发许久。反复思量,魏天野决定回家卖枸杞。

在他的记忆里,老家枸杞地里红红的果子,每年都如数卖给上门收购的枸杞贩子。钱款不算多,让家庭维持生活没问题,但远远谈不上实现富裕。

“我文化水平不高,互联网和电商这些字眼当时听都没听过。”魏天野的口气里带着自嘲。知识可以补,但阻碍他创业的不止这个,没有启动资金不说,家族里几乎每个人都无法理解,为什么要把自己家的枸杞卖到网上。

魏天野给奶奶石兰清耐心地教着什么是互联网。魏天野并未妥协。2014年,他着手将梦想付诸实践。当时魏天野的启动资金仅有2000元,其中一半购置了一台二手电脑,几百元作为请人注册店铺的劳务费。一番忙碌下来,他的口袋里只剩不到200元,“好在自家枸杞不需要成本。”

开店之初,魏天野就将销售的自家枸杞起名为“老奶奶的枸杞”。问及缘由,他这么回答:“我想用这个品牌让更多人看到,我奶奶的善良和对枸杞的用心。”

下播后,石兰清还会问魏天野一天的销售额。石兰清正式“出镜”是在2017年。淘宝直播的上线,让买枸杞的消费者看到了真正的女奶奶。老人不知道网络,也不懂直播,甚至因为年龄导致的视力及听力退化,让她只能依赖魏天野的“翻译”和网友交流,但老人面对镜头的淳朴和自然,仍深深打动了网络另一端天南地北的人们。在魏天野借助镜头将自家枸杞从生长结果到风干分拣过程记录下来的同时,石兰清也逐渐成为“老奶奶的枸杞”的活IP,为更多人所知。年复一年增长的销售额不仅打消了家族亲戚的顾虑,还让闻讯而来的村民,也增加了种植枸杞的积极性。如今,“老奶奶的枸杞”产品复购率已到7成左右,当地不少村民也依托于这个品牌,先后脱贫致富。

去年,作为“全网最年轻村播”的石兰清光荣“退休”,但她带着慈祥笑容的漫画头像,却印在了中宁县老奶奶农业发展有限公司的每份产品的外包装上,并随着电商平台的订单发往全国各地。2020年,“老奶奶的枸杞”、梦之杞等3个品牌卖出了3000多万元销售额的好成绩。今年,魏天野计划适当延长枸杞产业链,增加枸杞原浆、冻干枸杞等新产品,同时将部分枸杞外的滋补产品也纳入销售体系。中,但不论企业发展得如何风生水起,魏天野的脑海里,始终牢牢记着奶奶石兰清的一句话:“枸杞是吃的,要好好干,别乱来。”

电商扶贫

河南上蔡:籽粒村脱贫有“花”招

□□ 宋永亮 本报记者 范亚旭

近日,在位于河南省上蔡县邵店镇籽粒村的友大农业科技公司内一派繁忙,省发改委驻籽粒村第一书记孙文生正带领着该公司的员工利用互联网直播推销籽粒村生产的玫瑰花冠茶、玫瑰粉等系列扶贫产品。

“这是我们籽粒村生产的玫瑰花冠茶,我们村的扶贫产业还生产了玫瑰饼、玫瑰酱、玫瑰酒等十多个大类几十个品种,能吃能喝能护肤,不信大家先尝尝,我先吃给大家看看!”孙文生在镜头前又吃又喝又涂抹,想法子让大家相信他所代言的

玫瑰系列产品的品质。依托互联网直播带货,让籽粒村这个豫南小村庄生产的玫瑰系列产品开始走向千家万户。孙文生直播代言籽粒村扶贫产品有所不同的是,一方面通过C2C的模式直接面对消费者,另一方面还通过B2B的模式,发展更多的商家代理玫瑰系列产品。“通过线下代理的模式大力发展电商产业,籽粒村的电商销售额有望比往年提升两倍或更多。”孙文生预计。

2020年12月12日是全球消费者线上购物的狂欢节,孙文生放弃周末休息时间,就加入消费扶贫大

军的行列,以“扶贫优品进万家”为主题开展扶贫产品推介会,以“花相恋”玫瑰系列产品为拳头,让众多经销商看到电商扶贫的美好前景和乡村振兴的希望田野。当天即签订商家代理订单超30份,其中6份是单品的独家代理权。

据介绍,籽粒村依托友大农业科技公司建设的“花相恋”玫瑰庄园,积极发展玫瑰花精深加工产业,协同推进乡村旅游产业,在产业扶贫方面真是出了新“花”招。同时,以“公司+基地+农户”为主要形式连接贫困户,截至目前,已安排附近70余名贫困户周末休息时间,帮助籽粒村脱贫出列。



贵州遵义:农特产品搭上“电商快车”

近年来,贵州省遵义市以基层党建为引领,依托“党支部+合作社+农户”模式,推动当地农特产品搭乘“电商快车”,让遵义酸菜、羊肉粉、麻辣土豆等一批批质优价廉、特色鲜明的农产品远销全国。图为遵义市汇川区电商企业山咖啡公司员工正在直播带货,销售当地特色农产品。 方俊 摄