

e 农 e 商

从“电商大促”看农产品消费新趋势

欧阳靖雯

每年的“电商大促”(即电商平台组织的大型促销推广活动)都是观察消费市场的重要窗口。数据显示,今年的“双11”全网销售总额达11386亿元,同比增长2.08%。其中不乏乡村消费者的助力,许多优质农产品也趁此热销。根据中国国际电子商务中心研究院等机构联合发布的《2023“双11”消费洞察报告》,今年“双11”,农产品电商快速发展,大荔冬枣、三门青蟹、周至猕猴桃、蒙自石榴、昭通苹果销售额同比增长均超100%。不少农村的网店主还在积极备货参与年底“电商大促”,他们已日益成为电商平台中小商家的重要组成部分。分析今年“电商大促”变化能从中窥见不少农产品消费新趋势。

“低价、便宜和高性价比”成了今年各大平台“电商大促”的宣传重心。在刚刚过去的“双11”,天猫把“全网最低价”作为活动主题;“真便宜”成了京东的口号。虽然已经15岁的“双11”向来以折扣力度大著称,但将“便宜低价”放到平台广告里的情况还至少往前追溯10年。

从2009年诞生至今,“双11”已走过十五年的狂欢,从当初商家甩“尾货”打折到现在,看起来像重回“低价竞争”,实际上回归的背后既是对宏观经济环境和消费心态变化的感知和洞察,也是行业自身

发展的转向。当“电商大促”面临国内提振内需的任务,见效快的“低价策略”也变得顺理成章。

这种不约而同回归低价的策略顺应着消费者越来越理性的需求。他们比过去更关注产品本身价值和品质,拒绝套路,货比三家,“绝不买贵了”。根据全球咨询公司艾睿铂(AlixPartners)的报告,与2022年相比,今年奢侈品和钟表、珠宝、葡萄酒、烈酒等高档消费品的购买意愿降幅最大。与此同时,不同年龄段的消费者都预期增加食品和卫生用品等实用日常用品类别的消费。

理性的消费习惯代表消费者将做出更明智的选择,确保他们能够获得最大的价值。产品的功能、质量以及竞争优势是消费者做出购物决策的主要因素。具体在农食领域,那些“好吃、营养健康且不贵”的产品将获得更多消费者喜爱。

消费心态的变化对作为刚需的农食消费而言是好事。有业内研究员告诉笔者,新冠疫情之后,在所有的消费品类当中,农食消费恢复最快、势头最好。相比其它品类,食品这类刚需性、高频性的消费更受到消费者的重视。在耐用品领域,消费者更注重性价比,对高端品牌的忠诚度在下降。但是在食品消费领域,不但“量在上

升”,总体规模在扩大,对“质”的追求也在持续。天猫国际数据显示,“双11”期间高品质的智利车厘子销量增长960%。

实际上,在农食领域,消费者多样化、个性化、品质化的需求还在不断增加。当前,我国农产品供应充足,农业正在从增产向提质导向转变。消费者对农产品的关注重点已经由“有没有”“够不够”向“好不好”“优不优”转变。如何为消费者提供兼顾美味、绿色、健康、营养和高性价比成为农食行业新的增长方向。

一时的降价只需商家“狠下心”,但要保持低价并兼顾合理利润却需要强大且系统性的供应链能力。“每次吃都一样好吃”对农产品的标准化和品质管控提出了高要求。对利润微薄的农产品而言,更需要思考如何更好满足消费者需求。低价不是绝对王道,以降低消费体验为代价的思路不可取。此前的农产品直播电商案例中,出现过由于供应不稳定,导致断货、产品质量下降等伤害消费者体验的情况,极大消耗了消费者的信任。

今年“电商大促”,越来越多的品牌开始讲有情绪价值的商业故事,卖的不仅是产品,更是试图满足消费者心理需求的功能。当商品功能趋向一致时,消费者的比价和理性消费行为就会上升。但当商品

代表了一种新的生活方式,甚至能提供情绪价值时,更高的溢价也能被接受。这两年户外、钓鱼、骑行等相关装备大火,就是击中了都市人对休闲放松的向往,超越了产品本身的性价比。

不少农食产品在情绪价值上的潜力或许也尚待挖掘。农食产品早已不止步于充饥的功能,更大的潜力或在“食”之外。农食产品天然自带情绪价值。无论是丰富的口感、碳水的饱腹感,还是甜食带来的多巴胺。心情不好,吃点东西就能通过刺激味蕾获得能量和快乐。思念家乡,来点儿“土特产”便能通过舌尖一解乡愁。未来如何将农食产品的情绪价值放大并转换为商品溢价,值得从业者思考。

总之,消费者对美好生活的向往绝不是剥离了价值的“极致低价”。农产品营销需警惕劣币驱逐良币的怪圈,把更多精力放在产品品质与差异化体验上来。“土特产”要出圈既是培育新品牌,也是实现老品牌焕新的过程,自然推陈出新和守正创新都需要。

每年“双11”都是全国快递业务量高峰期,但乡村地区的快递业务旺季才刚刚开头,按以往规律,到2024年春节前夕,农村电商还将迎来新的购买高峰。期待年底农产品上行的表现。

地方实践

吉林省延边州

“双11”销售额创新高

许静 孙畅

2023年“双11”期间,吉林省延边州电商销售额再创新高,全州网络零售额实现11.85亿元,同比增长14.02%。

延边“助农丰收季”溯源直播活动销售火爆。“双11”前期,延边州商务局抢抓“丰收季”“双11”大促黄金期,组织企业利用直播间、电商平台、小程序、新零售等销售渠道,将“延边好物”快速分享给消费者,满足其多元化“尝鲜”需求,人参、玉米、大米等品类持续畅销。延边黄牛肉成各主播达人带货新宠,某主播单场直播销售黄牛肉1000余单。全州重点电商企业、带货主播通过直播带货累计销售延边农特产品60余万单,销售额超3500万元。

实物型网络零售保持稳定增长。全州实物型网络零售额实现9.71亿元,同比增长10.14%。各主流平台“延边馆”、电商企业、主播达人加大促销力度,加强品控管理,提升配送时效。其中,京东云仓日出库单量达到7600余单,承接州内带货主播商品量和自营平台订单是去年2倍。

服务消费成为“双11”重要“新供给”。全州服务型网络零售额实现2.14亿元,同比增长35.69%。生活服务业态进一步向精细化和便捷化延伸,住宿、餐饮、旅游等企业多平台布局,平台优惠与休闲娱乐、出行旅游等场景拓展和捆绑,如2700家市内美团商家上线团购套餐、抵用券、代金券等,不断拓展消费市场。中国朝鲜族民俗园线上交易热度居全省榜首。



近年来,河南省夏邑县农广校根据时代需要,开设电商培训班,培养一批懂网络、善经营、会营销的“新农人”,让手机成了新农具,直播成了新农活,流量成了新农资。图为夏邑县农广校培养的“农广数字兵”在该县北岭镇仇庄村的黄瓜种植基地大棚内进行直播带货。 夏天 农民日报·中国农网记者 范亚旭 摄

农村物流

绍兴邮政

破解农村“销售难、物流难”问题

尹航 卢筱芳
农民日报·中国农网记者 高文

“一楼可买可看,二楼深度体验,三楼党建文化……”跟随邮政工作人员的介绍,走进位于浙江省绍兴市富盛镇的“越富邮生活馆”,琳琅满目的特色农产品、智能化的设备让人眼前一亮。

“越富邮生活馆”作为集综合物流、助农销售、“一站式”便民服务、普惠金融服务、宋韵文化宣传交流、“共富邮路”党建于一体的综合服务平台,已成为富盛镇串联农产品生产、销售、配送及消费的整个产业链条核心,有效促进了富盛镇及周边区域农产品、手工艺品等交易,做到了带动千乡万村小产业融入经济大循环、助力千家万户小农户对接全国大市场。

由浙江绍兴市越城区、富盛镇政府和绍兴市邮政分公司联合建设,绍兴邮政负责运营的“越富邮生活馆”项目是绍兴邮政全面落实集团公司服务乡村振兴战略的实践样板。通过在三级物流体系建设、推进普惠金融服务、畅通农产品销售渠道等方面积极探索尝试,充分发挥“四流合一”资源优势,破解农村“销售难、物流难”问题,成为中国邮政用心用情用力服务乡村振兴的一个缩影。

平水共配中心客货邮融合交接点靠得更近了一些。

“小徐,可以装车了。”

“好啦!沈师傅,来了来了。”

平水共配中心的徐阿安一边应着沈学军,一边和同事将装好的邮件拉了出来。这些邮件装上公交车后,沈学军将带着它们一路下村,送到邮政的各个村级站点。像富盛镇各村一样,平水镇的村民们也都不用出村,就能拿到自己的快递包裹了。

平水共配中心覆盖的平水、稽东、王坛三个乡镇,下辖74个行政村,3个居委会,但常住人口不足10万人。2021年以前,三个镇中有80%的村民都要到镇上取寄邮件,最远的丹家村往返要2个小时以上。

“虽然物流需求分散,运营成本高,但村民是有需求的。有需求,邮政就一定会担起责任。”绍兴市邮政分公司总经理李崇喜表示。

绍兴邮政主动对接了市交通局、农业农村局、商务局和柯桥区平水镇政府等部门,探索形成“政府主导、邮政主营”的县乡村三级物流体系建设模式。同时,按照《浙江邮政助力共同富裕和政务服务实施意见》,交通、邮政局、邮政三方建立了常态化沟通机制,政府免费提供场地、车辆等各项配套设施,与邮政共同推进客货邮融合发展。

位于平水镇公交客运站的平水共配中心,就是由政府牵头建设的三级物流区域共配中心,服务人口13万余人,下设68个村级综合便民服务站,规划了12条乡村配送线路,“邮快合作”品牌企业达7家,三个镇的快递包裹从平水共配中心分拣后会直接送到村里。而像沈学军跑的客货邮线路,目前平水共配中心开设了3条,合计日均配送量有5000余件,其中社会快递公司快件占比超过50%,村民的平均取件距离由11公里以上缩

短到1公里。

平水镇王化村的宋敏霞,2004年就开始经营小商超,她的超市紧邻平水镇王化村村委会,是村里的中心位置。2020年,宋敏霞开始与邮政合作。一开始她并不抱太大希望:村子的人口不多,并且大多是老年人,这能有多少业务量?

但经过一段时间的试运行后她发现,村民知道在村里就能取快递后,外出的年轻人常常通过网购给家里的老人买东西,“从村子最远的地方骑车过来,也只需要几分钟,现在每天的快递量是越来越多”。宋敏霞说。

“以前寄快递要到镇上,自从邮政在村里设置了快递点后,我时不时就会给在深圳工作的儿子寄上几斤干货。绍兴人嘛,出门在外也忘不了这口家乡味。”王坛镇丹家村的村民高傅国说。

2021年以来,绍兴邮政已建成县级共配中心3个、乡镇级共配中心31个、村级综合服务站1205个,基本实现56个乡镇、1587个行政村服务全覆盖。2022年,仅平水共配中心就实现快递进村108.12万件,较共配前增长超过300%。

按照“政府主导、邮政主营”的思路,绍兴邮政构建了合作、共享、高效的三级物流体系,正如集团公司董事长刘爱力在2023年调研浙江邮政时所说:“只要政企双方目标一致、行动一致、措施得力,三级物流体系建设、客货邮融合发展就一定能做出实实在在的成效。”

城市餐桌上极受欢迎,但金大爷种的笋,从田间到餐桌,起初却不那么容易。以前,每次卖笋,金大爷都要从金溪村坐40多分钟的公交车来到富盛镇,然后再换一趟公交车坐40多分钟到达绍兴市,可这里还不是金大爷卖笋的地方,继续换乘公交,30多分钟后,他才能到达自己卖笋的目的地——袍江新区。

3趟公交,2个多小时,金大爷着急卖笋,却又不得不跑上这么远的路。因为在富盛镇,笋并不是稀缺食材,卖不上好价钱;在绍兴市,想要卖笋,就要先买上一个摊位,摊位费对金大爷来说太昂贵;只有去远一点儿的袍江新区,他的笋才能卖出好价钱。

“跑远点儿能卖出好价钱也值了,可有时候卖不完,笋的保质期短,只能带回家自己吃了。”如今,金大爷年龄大了,身体不再允许他频繁地跑那么远的路,而且每次能背得动的笋也越来越少。说起现在的解决办法,金大爷提高了声音:“邮政现在帮我做订单化销售,根本不愁卖,我在家不出门也能卖笋。”

金大爷说的订单化销售,由“越富邮生活馆”团队负责实施。“越富邮生活馆”为拓宽农产品上行渠道,在二楼的直播区,主播每天都会开启数场直播为当地的农产品带货,同时入驻智慧食堂线上消费平台,机关单位的人员可以通过饭卡线上消费;在线下,“越富邮生活馆”在企事业单位食堂进行驻点销售,还打通了政府饭卡系统实行通兑,让农产品的销路越来越广。

当前,中国邮政服务乡村振兴工作进入从“点上突破”转向形成“规模化成效”的新阶段。物流通、资金活、销售畅,透过“越富邮生活馆”,记者在绍兴这片土地上看到了一幅生机勃勃的乡村振兴新画卷。

黑龙江省逊克县宝山镇 网红助农赋能乡村振兴

徐瑶
农民日报·中国农网记者 刘伟林 岳海兴

近年来,黑龙江省逊克县宝山镇抢抓电商发展机遇,通过搭建平台、拓宽销路、培育人才等方式,将高质量特色农副产品与消费市场有效链接,培育出了一大批农产品“网红”,他们依托数字平台,发展新业态、新模式、新场景,打造线上线下融合的新零售模式,推动优质农副产品“爬坡”上线。

“欢迎来到我的直播间,我手里拿着的是宝山村绿之岭马铃薯合作社生产的无添加马铃薯粉条。这是我刚刚用它炖好的小鸡粉条蘑菇,吃起来又滑溜又筋道。我们的链接已上,喜欢的朋友可以立马下单,我们现在做现货。”直播间里,电商能手荣颖声情并茂地向网友们推荐宝山村本地种植生产加工的粉条。荣颖是逊克县绿之岭马铃薯种植农民专业合作社负责人,她从2016年开始在快手、微信上销售产品,但由于相关专业水平不够,销售效果并不好,听说乡里打算开展电商人才培训,她第一时间报了名并认真学习、实践。

如今,荣颖开始帮助村里的农户销售玛瑙及特色农副产品,一年来通过电商平台销售“丰禾”粉条、玛瑙工艺品及特色农副产品的销售额能达到60万元左右,真正成为了一名电商直播带头人。

乔波是宝山村妇女自主创业的榜样,她也参与了县电商办开设的培训班:“我觉得踏实肯干、勤奋好学是必须的。”从一

名农村妇女到现在的电商达人,乔波如今每年通过电商直播销售北红玛瑙原石取得的收入能达到8万元左右:“我打算用自己所学到的知识带出更多的电商从业者,把电商群体做起来,大家一起增收致富。”乔波说。

宝山村从山村位于逊克县东南部山区。蕨菜、老山芹、猴头……都是大自然的馈赠。从山村党支部书记侯晓丹希望带领全村老百姓致富。从2020年开始她主动帮助村民在微信、抖音等电商平台销售村民自己晾晒的山野菜,带领全村饲养“宝山跑步鸡”。纯生态放养的小笨鸡戴上了智能脚环价格上涨,同时与电商公司签订订购合同,帮助农户进行分销,当年每户就增收了1600多元。2023年乡里了解到从山村的部分村民以采山收入为主要经济来源,但销售价格一直由流动收购商掌握,收入不稳定因素较多。经过市场调查,乡里以“合作社+农户+电商”的运营模式创办了从山村山野菜加工厂,收购价格高于收购商3%左右,为农户每年增收了5000多元,达到了生产规模化和产业化的同时,让农民懂技术、会生产、创效益,实现了村集体和农民增收的“双赢”。

“我们做好普及电商政策的‘宣传员’,优化电商环境的‘服务员’,维护权益的‘监察员’,带领全乡人民充分利用好农村电商平台,把发展电子商务作为实施乡村振兴战略的重要抓手,抢抓机遇,推动宝山镇高质量发展。”宝山村党委书记王洋说。

物流通:村民生活更便利

每天一早,“越富邮生活馆”一楼的综合物流处理区就会忙碌起来,各家民营快递发往富盛镇的快件都汇集到这里,依托邮政网络,由邮政统一配送至村级综合服务站,有效解决快递进村“最后一公里”难题。

上午10点,公交车驾驶员沈学军跑完一个班次后,回到了柯桥区平水镇公交客运站内。凭借熟练的驾驶技术,他将车向旁边的

销售畅:增收致富有门路

70岁的金大爷,是富盛镇金溪村的一名笋农,十亩地的笋,是他全部的经济来源。尝鲜无不道春笋,笋这种极致的鲜味在

服务“龙头”企业 助力乡村振兴

乡村振兴,产业兴旺是基础。只有乡村产业振兴,才能充分激活农业农村各项资源要素,激发农业农村内生动力。农行河南新乡市支行高度重视,深入贯彻党中央、国务院决策部署,助力乡村产业发展,促进乡村全面振兴。截至目前,农行新乡市支行成功为好想你健康食品股份有限公司发放乡村产业贷款2.5亿元,助力农业产业化国家重点龙头企业高质量发展。

农业银行作为服务“三农”的国家队、主力军,始终坚持服务“三农”的初心使命。据了解,好想你健康食品股份有限公司主要从事红枣系列产品的生产销售,结合企业的季节性用款需求,了解到公司融资需求,农行新乡市支行与企业实现高效对接,高效投放乡村产业贷款2.5亿元,有效解决了企业原材料收购资金紧缺的问题,为拉动农业农村经济发展与农业食品工业高质量发展贡献金融力量。

“三农”工作是经济和社会发展的基础,作为“三农”的金融“国家队”,农行新乡市支行坚决扛起服务乡村振兴的政治责任,持续加大乡村产业贷款的投放,助力乡村产业快速发展。围绕乡村产业发展,加强与企业合作,做强龙头、补链条、兴业态,推动乡村产业全链条升级,为服务乡村振兴、带动乡村产业持续贡献农行力量。

农行郑州分行

“安薪伞”积极化解 农民工“烦薪事”

近日,安徽省蚌埠市淮上区成功化解了一起涉及农民工工资问题的信访事件。解师傅等工人在完成淮上区永康农工区建设项目的外墙一体板打胶工作后,并未收到应得的工资,总额达到2.6万余元。在多次催要工资未果后,解师傅等人通过网上信访反映了这一欠薪问题。收到信访件后,淮上区政府立即行动,成立工作专班进行深入调查。经过详细调查,工作专班确认了解师傅等人是永康农工区外墙保温班组的工人,由于项目未落实实名制管理和农民工工资分账委托总包代发制度,导致了工资的拖欠。查明情况后,工作专班组织总包单位、分包单位与班组进行细致的核算,最终确定解师傅等4人工资为永康项目所欠,而另外1人反映的工资实际为其他项目的工程尾款。经过三天的沟通协调,各方达成一致意见,分包单位于8月1日将拖欠的工资支付到位。

此事件的快速解决,得益于淮上区政府对农民工工资问题的重视,充分发挥了信访联席会议机制的作用。他们通过完善工作专班,针对拖欠农民工工资的信访问题,采取了现场接待、联合办案、集体研判、立接立办、包案负责、限时办结等工作方式。这种高效的行动和细致的工作态度,既维护了农民工的合法权益,也保持了社会的和谐稳定。

李世龙

开展健康敲门行 做好健康“守门人”

为了让失能老年人群老有所医,维持失能老年人机体功能状态,改善失能老年人生活质量,今年以来,贵州省遵义市红花岗区延安路社区卫生服务中心聚焦失能老年人急难愁盼问题,启动了失能老年人“健康敲门行动”工作,免费为辖区65岁以上失能老年人提供“三个一”上门健康服务,即开展一次上门健康管理,提供一套上门健康服务,开通一条健康咨询热线。

延安路社区卫生服务中心17个家庭医生团队通过入户上门,为65岁以上失能老人进行健康体检评估,综合评估老年人目前的身体状况,从生理、心理方面给予他们关怀和个性化健康指导。截至目前,延安路社区卫生服务中心共计开通13条热线,为390名65岁及以上失能老年人带去最迫切需要的健康服务。同时,根据体检结果,中心将落实后期的跟踪反馈和健康管理工作,为高龄、失能老人打通健康管理与服务“最后一公里”。

近年来,延安路社区卫生服务中心坚持党建引领,抓住问题导向,立足群众需求,党员干部发挥先锋模范作用,真心实意为群众办实事、办实事、解难事,不断增强人民群众获得感、幸福感、安全感。同时夯实社区卫生服务体系,筑牢基本医疗和基本公共卫生服务双重网底,做好辖区居民的健康“守门人”。

李德厚

“电保姆”精准服务小微企业 助力乡村振兴

山东桓台县起凤镇的兰英禽蛋加工厂是孵化禽蛋的小微企业,国网桓台县供电公司网络经理在开展“四进送服务”大走访的时候了解到该企业计划新引进一批孵化设备,用电负荷也增加至100千伏安,但是企业附近只有一台200千伏安的公配变压器,用电高峰时存在过载情况,造成该小微企业接入受限。

10月10日,国网桓台县供电公司组织工作人员进行现场勘查,同时启动配套电网工程建设程序,为该小微企业提报新建台区项目申请,并科学制定了台区公变新建方案。

近年来,该公司深化“三零三省”服务,同时全面提升基层单位“四进送服务”走访力度、走访深度,创新走访举措,了解群众在办电过程中的难点、痛点,以提升客户“获得电力”满意度为目标,持续压减办电时间,简化办电流程,提高供电服务效率,帮助企业节省更多时间和资金投入,减少小微企业生产经营压力,让小微企业获得实实在在的优惠,为乡镇企业创造优良的营商环境。

该公司将持续增强服务意识、提高服务品质,以优质服务进一步优化用电营商环境,最大程度满足客户的用电需求,为企业育新机、开新局提供坚强电能保障,为桓台县乡村振兴和农业发展提供国网担当。

冯迪 张明月 王慧敏

广告