

电商助农

丝路黑珍珠火热上市 甜蜜产业香气四溢

——新疆兵团第五师双河市葡萄产业电商发展实践

农民日报·中国农网记者 胡燕俊

夏天已至尾声,但位于新疆生产建设兵团第五师双河市的葡萄园里依旧热闹非凡。湛蓝的天空下是一望无际的葡萄绿洲,一串串夏黑葡萄犹如黑珍珠般闪耀在枝头。微风拂过,葡萄叶随风起舞,主播们站在葡萄藤架下直播,将镜头对准阳光下饱满的葡萄,给远方的朋友们说着这一大自然的甜蜜馈赠,形成了一道亮丽的风景线。

一直以来,葡萄产业都是第五师双河市的特色支柱产业。近年来,通过加快推进品种结构调整,优化区域布局,打造标准化种植基地,推动精深加工,葡萄产业实现了质效双增,多维联动促销售也让双河葡萄搭上电商快车,让葡萄的甜香飘向了更远的地方。

抱团取暖奔向市场

位于北纬45°这一农业生产的“黄金地带”,第五师双河市的水土光热生物等资源非常丰富。自2001年开始发展葡萄产业起,如今已历时23年,打造了六大鲜食葡萄种植基地,面积达7.5万亩,葡萄品种21个,年产优质商品果10万吨以上。

众所周知,葡萄在新疆水果中占有重要地位,面积和产量占全国20%以上。目前,新疆栽培的早熟品种主要有火焰无核、夏黑、丝路红无核、维多利亚等。夏黑作为新疆葡萄的主要栽培品种,八十一团占有1.5万亩,为全疆连片种植面积最大区域。

万事开头难。起初在棉花田上栽下第一棵夏黑葡萄苗时,不了解的部分连队职工心中满是质疑,不相信这个新品种能带来远超棉花的收益。在与种植户的耐心沟通交流中,随着11124亩夏黑葡萄的开沟种植,五师开启了葡萄种植从无到有的“1.0时代”。

2017年,全团职工看到种植葡萄的希望,当初“一亩(葡萄)园十亩(棉花)田”的目标基本得以实现。2018年团场综合配套改革后,夏黑葡萄产业的发展更是步入快车道。

“现在葡萄的价格是一年比一年高。”天益诚种植专业合作社负责人邢正国告诉记者,从原来的4.7元/公斤涨到现在平均单价近7元/公斤,通过党支部引领,入社葡萄面积达1.46万亩,带动90%的葡萄职工整团推进葡萄产业发展,2023年葡萄职工取均收入达到13.5万元。

收入的提高得益于联农带农新模式



葡萄园里,主播正在进行直播带货。

受访者供图

的推广。通过采取“龙头企业+合作社+职工”的经营模式,整合葡萄产业资源,抱团发展,形成紧密利益联结机制,带动职工就近就业增收。如今已培育葡萄产业师市级以上龙头企业3家、师师级以上示范社12家。

抱团取暖奔市场,才让双河葡萄逐渐在市场上打出一片天。

严格要求卖出高价

从“1.0”到“3.0”,第五师双河市的夏黑葡萄产业经历了飞跃发展。

“最难干的就是标准化管理,因为葡萄从发芽开始,抹芽、定枝、疏花、疏果,对每一穗葡萄都要进行好几遍的精细管理,我们对于德形管理比较到位,所以说客商来看完果子,给的都是高价。”邢正国说。

达标是上市的基本要求。“一般8月5号左右夏黑葡萄就可以上市了,但是我们合作社的葡萄,要在颜色、糖度检测合格后才能采摘上市。”邢正国强调,“很多市场上的葡萄,你看着颜色上来了,但甜度没上来,这种葡萄一上到市场,让消费者吃了觉得不好吃就麻烦了。”

除了生产端的悉心呵护,现如今的双河葡萄还有了自己的“身份”。

“我社一直推广农产品承诺达标合格证制度,上市葡萄张贴农产品承诺达标合格证后,得到了消费者的信赖,2023年,每公斤葡萄网络销售价格达到了35元。”八十三团金沙山种植专业合作社理事长贺朝阳说,“我社种植葡萄1500亩,主要销

售到广州、福建、深圳内地等高端市场,消费者可通过扫描承诺达标合格证上的二维码追溯产品生产情况,为葡萄的质量又添一层有力证明。”

承诺达标合格证制度的落实也惠及越来越多的职工。八十六团十九连古妙红葡萄种植专业合作社理事长蒋和明说,“我们合作社2023年克瑞森葡萄取得了绿色食品A级认证标志,贴标后销往北京150吨,价格8元/公斤,比常规葡萄价格提高了12%。”

如今,第五师双河市共建立了承诺达标合格证服务站15个,购置、发放承诺达标合格证打印机45台,积极推动以食用农产品承诺达标合格证为载体的产地准出与市场准入衔接机制应用落地。

第五师双河市强化农产品质量检测体系建设,农产品质量检测中心取得“双认证”,在团场建立了3个速测站,对师市7.5万亩葡萄进行全覆盖检测,做到户户检。去年检测样品3734批次,合格率100%,做到了果品不达标不采摘、不检验不上市。师市相关部门每季度开展1次农产品质量安全联合检查,果品质量逐年提升,双河葡萄得到社会各界广泛认可,第五师双河市也被评为“国家农产品质量安全县”。

产销联动走出新章

“我们迎来了紫色的七月,下面有请黑色的八月出场。”短视频里,名叫“葡萄哥”的博主在自家葡萄园里展示着挂满枝头的夏黑葡萄。由绿到紫,再到蓝黑色,葡萄的色泽日益转深,“葡萄哥”的笑容也

越发灿烂,“2024!8月份!丰收!”

这位“葡萄哥”是八十一团的李坤鹏,常在平台上记录自己与葡萄的日常。定穗、施肥、剪枝、抹芽、摘心、疏粒……20多个夏黑葡萄的种植环节,他给屏幕前的消费者展现了原汁原味的生长全过程。夏天卖鲜食葡萄,秋冬卖自然晾晒的葡萄干,他的想法很简单,正如他的主页简介所说:“想把新疆的好产品送到全国各地。”

“我和葡萄树是有感情的,在葡萄树藤出土的那一刻我们就日夜相伴,一年365天,我有260多天就在葡萄地,两份地,9840棵树,每一棵我都认真对待。”李坤鹏说。有客户在视频下留言想要买他家的葡萄,他耐心地告诉客户:“红了还不行,黑了才好吃。”

这位2021年才加入职工队伍的河南小伙除了自家种植15亩葡萄园之外,又另外承包了15亩,30亩葡萄园25万元的纯收入让他坚定了在新疆发展的决心。

葡萄生态采摘游、葡萄美食市集、农特产品展、葡萄文化节……一系列精彩纷呈的活动绚烂开演,吸引了无数疆内外游客前来感受葡萄谷的独特魅力。

“成绩来之不易,我们将继续围绕葡萄产业、种植、食品加工、销售等农业全产业链各环节要素,继续做好葡萄质量追溯体系建设,持续打造夏黑葡萄独有品牌,从而不断提升团场夏黑葡萄在市场上的品牌影响力,同时开拓葡萄全新销售渠道,实现传统渠道与电商渠道有机融合,激发农产品销售活力。”八十一团党委书记、政委盛辉明说。

近年来,师市顶层设计、高位推动,统筹国内国外市场,千方百计激活内循环,发挥团连主体作用,积极对接联系,2023年引进优质收购客商142人,双河葡萄主要销售到武汉、广东、东北等18个省市,积极拓展海外市场,销售的红提、弗雷葡萄60%出口到泰国、印尼等东南亚国家。

同时,积极开展“葡萄代言人”行动,通过抖音、快手等平台发布直播带货信息,实现“线上线下同步走”,全方位扩大“双河葡萄”影响力,有效带动产销两旺。葡萄价格连年攀升,平均单价自2020年的5.15元/公斤增长到2023年的5.72元/公斤,增长11.1%,“万元田”面积达3.5万亩,占比46.67%。

今年已经是八十一团葡萄展销会举办的第三年,欢声笑语在热浪中翻滚,香气四溢的葡萄在这片土地上串起了师市职工的幸福生活,串起了葡萄产业的光明未来。

动态资讯

2024年全国快递业务量突破1000亿件

农民日报·中国农网记者 张缘成

国家邮政局监测数据显示,截至8月13日,今年我国快递业务量已突破1000亿件,比2023年达到千亿件提前了71天,凸显出我国快递市场的繁荣活跃和发展质效的不断提升,更折射出我国经济发展的活力与韧性。据了解,2024年度第1000亿件为一件破壁机,将从新疆乌鲁木齐发往昌吉,由菜鸟速递承运,于8月14日送达。

菜鸟速递新疆昌吉站站长赵小东说:“菜鸟速递昌吉站已经成立两年多了,从最开始几十单,到现在一天揽收和配送的订单大概有1000多单。在快递服务上,我们也持续提供网购次日达、送货上门、退换货2小时上门揽收等服务。”

今年以来,我国邮政快递业持续快速发展,既有量的增长,更有质的提升,月均业务量超130亿件,月均业务收入超1000亿元,均创历史新高。国家邮政局相关负责人表示,随着我国经济回升向好,消费需求保持活力,在扩内需、稳增长系列政策利好下,快递业为服务线上经济发展、促进要素流动提供了有力支撑。此外,快递业还不断开辟进厂快递、逆向物流等发展新领域新赛道,加快培育发展新动能新优势,为行业高质量发展注入了新动力。

湖北荆门 发展数商兴农 助力农企转型

农民日报·中国农网记者 乐明凯

“楚风数韵,共绘‘荆’彩。”近日,2024“数商兴农进湖北”暨荆楚优质农产品资源对接会在湖北荆门举行。现场开展农产品资源对接、直播推介、惠民惠农电商培训、电商平台产销合作等活动,助力湖北农业企业和特色产业数字化转型。

活动现场设立农产品资源对接专区,来自湖北各州市的数百款农特产品悉数亮相,相关电商企业、快递企业进行产销推介。快手涉农直播达人开展农特产品专场直播。活动期间举办惠民惠农服务活动,商务部电子商务和信息化司邀请农产品电商专家为参会企业进行直播电商培训,举办相关农特产业产销合作专场活动,帮助农业企业提升数字化能力。

近年来,湖北省及荆门市积极发展

2024年是“快递下乡”工程启动十周年。十年间,邮政快递业通过“快递下乡”“快递进村”“一村一站”等工程不断推动农村邮政快递网络下沉,激发了乡村振兴的巨大潜能,农村地区收投快件量十年间增长超10倍。特别是在中西部地区,快递企业持续加大基础设施建设投入,逐步完善县级寄递公共配送中心、乡镇标准服务网点、村级寄递物流综合服务站等县乡村三级基础设施,农村寄递服务能力更加快速提升,区域发展的均衡性和协调性得到了进一步提升。

截至目前,我国已累计建成1200多个县级公共寄递服务中心,超30万个村级寄递物流综合服务站,建成了较为完善的农村寄递物流体系,在降低农产品流通成本、提升农产品流通效率等方面发挥着越来越重要的作用。

国家邮政局相关负责人表示,下一步将紧紧围绕推动行业高质量发展,因地制宜培育和发展新质生产力,将数字化和智能化触角更加充分地延伸到收转运派的各个环节,有效提高全要素生产效率。加强寄递网络建设,围绕城市群建设优化寄递枢纽布局,持续推进农村寄递物流体系建设,完善国际寄递服务网络,不断提升内外部联通能力。持续深化产业协同,推动服务链条与先进制造业相融合,以更好地服务经济发展。

数商兴农,念活“产业经”,打通“融合牌”,走好“创新路”,推动城乡生产和消费有效衔接,农村电商公共服务体系不断完善,县乡村物流配送体系加快健全,行政村已实现快递服务全覆盖,农产品上行通道愈行愈畅,特色农产品集群效应逐步显现,形成了一批知名农产品电商品牌。在农村电商带动下,荆门高油酸菜籽油、京山桥米等农产品品牌价值不断提升。

活动启动仪式上,湖北省商务厅、荆门市商务局分别与各电商企业签订湖北好货“电商+产业带”繁荣计划、“数商兴农”合作协议,湖北随州市商务局、十堰市竹溪县及相关企业签订13项电商领域合作协议,美团为荆门市捐建乡村儿童公益操场。此次活动由湖北省商务厅、荆门市人民政府共同主办,中国电商乡村振兴联盟、湖北省电子商务行业协会、荆门市商务局承办。

黑龙江饶河县

电商打开优质农产品价格上升空间

农民日报·中国农网记者 刘伟林

黑龙江省饶河县以电商产业为引领,全力打造优质农产品产销一体化发展示范基地,完善农产品加销对接,进一步打开本地优质农产品价格上升空间,实现优价销售,带动农民收入增加,实现乡村产业兴旺。

饶河县位于黑龙江省东北边境,乌苏里江中下游,与俄罗斯隔江相望,地广人稀,生态环境优良。近年来,饶河县以电商产业为突破口开展优质农产品营销,去年,农产品网销额10.34亿元,本地农产品销售额1.63亿元。

饶河县通过电商产业赋能乡村振兴,兴边富民、稳边固边,制定出台《饶河县关于推进线上线下互动创新协同发展新零售模式实施方案》,建成6300平方米集选品、云仓、孵化等服务于一体的电商直播基地。健全县乡

村三级物流仓储配送体系,建设69个乡镇村级服务点,农产品运输实现往返“当日达”,2023年发货包裹超过1438万件。与快递公司达成合作协议,成为全国距离最远、邮费最低的城市。创新产品信任体系,政府出资500万元成立电商直播基地“投保即理赔”信用基金,解决市场信任问题。同时,全面整合农产品品牌,强化“乌苏里船歌”“泽饶”“饶河东北黑蜂”等饶河特色区域公用品牌集群效应,连锁效应,饶河东北黑蜂蜂蜜成功入选“中国农产品产业带”电商50强。

县农业农村局局长张伟东告诉记者,饶河县是全省第一个中国生态食材之乡,国家级黑蜂自然保护区与县域面积完全重合,这是推介天然食品和生态食材的金字招牌,通过一产保供应、二产保增值、三产保渠道,打造了更趋完善的电商产业供应链。全县实施“电商+企业+农户”订单营销模式,建立

饶河东北黑蜂养殖基地160处,绿色水稻种植2000亩,鲜食玉米种植740亩。开展“兴村助农”行动,带动脱贫户和监测户156户,平均每户增收2400元。

饶河县谷万福谷物种植专业合作社社员总数822人,入社土地30万亩。联合社理事长魏振民说,“我们紧盯电商销售渠道,紧盯县域内网红直播,形成了‘农户种、企业收、电商卖’的模式,鲜食玉米网销均价3.7元/棒。”今年,联合社在小佳河镇种植鲜食玉米1000亩,预计每亩收获3500穗,亩收入增加800-1000元。

赫津谷物种植专业合作社以种植水稻为主,杂粮为辅,今年种植水稻3000亩,目前通过电商接单定制绿色大米1500亩,售价最高卖到了15元/斤。

今年5月份,在山野菜“黄瓜香”的收获季,电商直播销售渠道火热,“黄瓜香”鲜品

收购价格从3-4元/斤提高至9-12元/斤;职业跑山人每天收入提高到1000-1200元,周边地区出现无货可卖的情况。

电商让农民的“小菜园”变身“增收田”,主播与农民签订零佣金菜园包销订单,发展线上预售、领养、定制等电商营销模式。目前,签约把高种植98个小院,豆角种植120个小院,散养鸡1万只。主播孙道林采购了400只优质鸡雏赠送给10多家农户,利用乡村自然环境绿色养殖,统一收购,在直播平台进行销售。

张伟东说,电商销售让农产品实现“种得好”向“卖得好”转变,我们将继续支持农产品电商产业发展,带动本地东北黑蜂、绿色有机水稻、山野菜、食用菌、玉米、中药材、畜牧、大豆、杂粮杂豆、干菜、冷水鱼等十一个产业通过电商扩大市场,进一步实现农产品优质优价,让农民增收,乡村产业兴旺。

行业聚焦

把好品质关 流量才能变销量

胡燕俊

在刚刚闭幕的巴黎奥运会上,被誉为“天才少女”的17岁全红婵连续获得两枚金牌,并成为“奥运三冠王”。

近日,全红婵哥哥全进华因在网上直播带货,而被网友指出有“蹭”冠军妹妹的流量之嫌。对此,全进华回应道:家乡水果滞销,只是希望自己的能力帮忙销售农产品。

除了“奥运冠军的哥哥”的头衔,全进华更是一名土生土长的农村人,他作为了解家乡农产品的“内行人”,能够借直播平台帮忙销售家乡农产品无可厚非。

更何况,全进华早就开始直播带货,也并没有频繁地提及妹妹是奥运冠军。细细翻阅全进华账号发布的视频发现,早在

2021年10月,他就开始卖湛江迈合村的橙子,211个视频作品里,提及妹妹全红婵的视频只有5个,其中最新的4个都是在奥运期间拍摄的与妹妹比赛有关的视频。有网友发现,在妹妹全红婵“火”了之后,全进华面对直播间里突然暴涨的观看人数,吓得直接关掉了直播。

其实此次争议反映的是大多数人对直播带货这一行业的偏见。对于现阶段的直播带货行业来说,“人货场”三要素中,“人”是很大程度上决定消费者是否下单的核心因素。这也是为什么很多名人出现直播带货“翻车”的原因,消费者在名人效应的驱动下购买,结果买回来的产品质量出现问题,

自然就会影响名人的名声。

但对于农产品直播带货来说,所谓的流量或者噱头只是一时的,一夜爆红的关注度或许能让你的直播间人数爆满,但真正能将流量转化为销量并不简单,最前端的主播或许只是冰山一角。

首先,对于能够成功带货农产品的头部主播或者企业来说,背后都有强大的供应链来保证供应。简单来说,订单多了你得保证有货且货好,没有订单你也得保证农产品不会因为卖不出去而砸手里。这也是为什么很多返乡创业的年轻人在直播带货中“摔跤”的重要原因:尚未摸清当地农产品特点,更别说形成稳定的供应链了。

因此,我们大可不必一上来就批评其“蹭”流量,就算许多人会因为“冠军控”的宣传语而下单购买,然而如果全进华卖的农产品质量不好,相信依然不会有人继续花钱买罪受,最终他也会被这波流量反噬。是否能把“蹭”别人的流量转化为自家产品的流量,还得看卖的农产品的品质如何。

如今,消费疲软、低价竞争、规则多变……农产品直播带货的前路阻碍重重。但相信,真正能走下去、走得远的一定是始终保证产品质量的商家或者主播。所以,不妨多给他们一些时间,“冠军”光环带来的流量只是一时的,产品好与不好,市场和消费者自然会给出答案。



正值阳山水蜜桃上市期,江苏省无锡市阳山镇桃品会水蜜桃专业合作社包装车场内,主播正在进行直播带货。

农民日报·中国农网记者 孙莹 摄

金融力量 助力桃业产业发展

“小桃灼灼柳絮攀,蜜桃甘甜沁心田。”浙江省宁波市奉化区林家村,一片丰收景象。果农王大伯欣喜地表示:“今年蜜桃汁水丰厚,订购的客户很多,感谢衢州银行的支持,今年的收成必须有浙江衢州商业银行的一份功劳!”

今年50岁的王大伯是村里最早一批尝试改良品种种植水蜜桃的果农。王大伯计划扩大果园规模,引进先进技术,但资金短缺成了难题。

正当一筹莫展之际,王大伯得知邻村果农通过浙江衢州商业银行获得贷款支持,随即联系了该行宁波分行的工作人员,银行为他批了30万元的授信贷款。这笔资金不仅帮助王大伯解了燃眉之急,也让他

对未来充满信心。自从浙江衢州商业银行推出了乡村振兴贷等涉农信贷产品以来,该行一直致力于精确匹配农业发展的实际需求。在奉化区萧王庙街道,浙江衢州商业银行与林家村等多个村庄紧密合作,通过“整村授信”的模式,有效解决了农户的资金短缺问题。截至2024年7月,该行已经在萧王庙街道投放乡村振兴贷共计1232万元,惠及农户超过百户。

浙江衢州商业银行相关负责人表示,未来衢州银行将继续探索服务农业、农村的新方法、新路径,助力农村发展、农业增效和农民增收,为乡村振兴贡献金融智慧与力量,让更多农户享受到金融服务的温暖,共同谱写乡村振兴的甜蜜乐章。

戚晓晓