

地方实践

吉林省舒兰市开展农村电商职业教育

电商下沉 育人为先

□□ 本报记者 缪翼 文/图

“在舒兰，遇见更好吃的东北大米。”在京东商城的中国特产，舒兰馆首页轮播着的这条宣传语，出自吉林省舒兰市职业高级中学电子商务专业的一个由六名学生组成的兴趣小组。

17岁的闫玺安是其中一员。闫玺安的家在永昌村，父母种了100亩水稻。“每到收获的时候，都是被小型米企以较低的价格地头收走。”他从小就想开一个像样的店，把家乡的大米以及当地特产卖出去、卖个好价钱。

近年来，舒兰大力发展乡村经济、深化现代农业建设，瞄准“舒兰大米”品牌化发展之路。如今，通过闫玺安参与运营的舒兰馆，他的梦想正一天天变成现实——去年10月至今，销售额累计突破1000万元，舒兰大米被越来越多人认可和熟知。

产教融合培育电商实用型人才

2017年，舒兰市职业高级中学刚刚决定开设电商专业时，校长房亚杰其实是忐忑的。“会不会被大家长和学生所接受？师资能不能跟得上？”在房亚杰心里是个问号。

舒兰，地处北纬43至44度，正在世界黄金水稻带上；有国家认定的绿色水稻生产基地，也是全国单季水稻生产大县，水稻种植面积80余万亩，常年产量在45万吨左右。

而此前，可能知道舒兰大米的人并不多。

“以水稻为主的绿色农业要发展，离不开电商，更离不开适合电商发展、适应时代发展的人才。”凭借这样的信念，房亚杰决定在2017年开始招收电商专业学生。“我们要充分发挥职业教育在新农村建设中的助推作用。”

招生简章一发出，报名学生即满。这种“被需要”让房亚杰更加坚定了信心和决心。

房亚杰最担心的师资问题，因为与京东大学产教融合中心的合作也迎刃而解。教学实施采取了京东教学体系服务外包形式，给闫玺安团队授课的是5名来自京东认证的讲师团队。

其实，京东大学产教融合模式于2013



从课程到实践，从课堂到车间，舒兰电商职业教育给学生搭建了实操平台。

年正式开展，目前已与全国近百所院校开展合作，从具有京东核心竞争力的电商、物流、AI等业务聚焦，着力培养理论知识与实践并重、能力并重的学生。

今年，已经是舒兰职教电子商务专业第三次招生了，目前该专业在校学生120余人。“大量专业人才的产出将有效推动舒兰乡村振兴。”这让房亚杰倍感欣慰。

“看到舒兰的变化，其他县市也开始动心。”京东舒兰特产馆负责人潘立杰介绍，目前省内已开通电商课的高中职已有20多个学校，其中部分学校积极要求开通类似“舒兰模式”的地方特产馆。“正在交涉且明年即将开通电商专业的高中职业学校将达到50个。”

这无疑是一场产教融合视域下的县域中职办学变革，它为发展农村电商培养着实用型人才。

课堂内外老师手把手教

在一节实训课上，闫玺安担任舒兰馆客服。用老师课堂上教的方式方法和消费者沟通，推荐符合对方需求的商品，并最终促成交易。“当时觉得挺兴奋的，感觉像是自己开店自己经营。”闫玺安说。

在舒兰职高的教室里，这样的实训课从商品拍摄、文案设计、美工技术到竞品比较分析，老师都手把手教，并经常让五六个学生分成小组讨论，进行头脑风暴。

在教室以外，京东校区联合电子商务课程讲师张宝权有时带学生们到田间地头，给他们讲水稻水分晾晒到什么程度在加工时能最大程度成粒、机收水稻和人工收割水稻在品质方面的差别；有时带学生们到京东大学电商专业实训基地，让学生们自己动手打包商品，参与物流过程；有时带学生到大米生产加工企业，一个品种一个品种地品尝米饭，教他们从源头把控产品品质。

把特产馆开到了学校里，这在全省乃至东北都是首例。由京东大学老师和该校电商专业学生一起运营的特产馆业绩很不错——2018年10月，舒兰特产馆新建，销售额从零开始。截至2019年8月26日，舒兰特产馆成交金额1000多万元。上线商品45款，其中舒兰大米22款、杂粮20款、其他特产3款。今年6月18日以来，店铺利润近20万元，共售出舒兰大米1768吨。舒兰大米等特产在线已覆盖全国29个省172个地级市1523个县区。全店访客数达到108万人次，浏览量达到229万次。

“像闫玺安这样的学生，毕业就可以自己开店，一点问题都没有。”眼看第一批电商专业的学生们就要毕业了，张宝权感慨于他们进步之大。“你给他们实操的平台，他们还以对家乡、对产业更大的热情。”

最好的教育是传承

在促进县域经济发展的诸多因素中，最重要的是人，把人留住是目前县乡发展的根本性问题。

“要像老师一样，在当地做一名专业电商讲师，带动家乡发展。”听到班上另一个男生王弘宇的这番话时，张宝权长出一口气：“电商带动产业蓬勃发展，舒兰将会留住越来越多的人才。”

“我们电商专业毕业的学生回到家乡就可以投身到农村电商热潮中，为乡村振兴贡献力量。”为了实现自己的“小目标”，王弘宇学习可有动力了。

“有机红豆 真空包装 红小豆 小红豆 东北 五谷 杂粮 真空装 大米伴侣”，这是舒兰馆在售的一款有机红豆的产品标题。

一个红豆，为什么标签那么多？其实这27个字并没那么“随便”。王弘宇在课后经过大量实践归纳总结了小技巧，“这些是搜索的高频词汇，曝光度比较高。”

除了设置容易被搜索到的关键词，王弘宇对网页怎么设计更加美观合理、文案怎么写更吸引眼球、图片如何制作等都有比较深的研究。

“毕业后我想边自己开网店边教学，积累丰富实践经验以传道授业。”王弘宇之所以会有这样的初心，是因为他心中的“明星”——长春一所高校的老师齐心。

两年前，齐心成为了京东大学的签约老师。2年的时间，她的足迹遍布吉林省近30个县的职业高中，给近数百名学生上电商课，让学生们通过课程接触电商，培养兴趣，带动当地电商人才培养，为乡村振兴留住人才。齐心的目标是今年再多走几个县，把电商班开到50个县里，让更多人知道电商，知道可以通过电商平台把家乡的产品卖出去、卖好价格。

齐心之于王弘宇，这大概就是教育的传承。

圆桌论坛

近年来，世界农业现代化水平普遍提高，我国农业面临的竞争压力加大。对农业生产经营组织进行变革，有助于帮助我国有效应对国际竞争。而农产品电商平台在我国农业生产经营组织变革特别是新型农民专业合作社培育中能够发挥重要作用。

国际经验表明，随着农业现代化水平的提高，农民收入总额中取自地头经营环节的收入比重会逐步下降，取自农业产业链其他环节的收入比重却在逐步提高。实现这个转化的主要机制是农民合作社的发展壮大。现代欧美、澳新农民合作社已不同于国际合作社联盟章程所要求的合作社模式，一些典型的欧美农民合作社的社员，在国际贸易中与大型跨国公司没有区别。笔者对国际乳业巨头排名前10位的背景做了检索、梳理，发现其中7家具有农民合作社背景。

在市场化程度较高的欧美国家能够长期存在较强市场竞争力的农民专业合作社，绝非偶然。首先，强大的合作社组织与政府相结合，提高了政府农业政策的效力。其次，农业的“技术经济”性质会使多数农业家庭经营的规模、发展遇到“天花板”，单个农场无法整合农业产业链、实现纵向一体化经营的程度，有必要通过合作降低市场风险，并使农村劳动力在农闲时间实现“充分就业”和“再就业”。再者，农民合作社机制会影响农业产业链中核心企业的空间布局，以形成城乡协调发展机制，这有利于疏通现代科技装备农业的渠道。有分析表明，距离城市较近的区域里，农业经营具有更高的经济效率。

我国目前有农民专业合作社200多万家，其中大部分规模很小，局限于一个行政村内，只有极少数合作社具有跨行政区合作的规模。这种状况之下，合作社对农民分享产业链收入难以发挥大的作用。

近年来虽然我国农业产业链的整合水平有较快提高，各类龙头企业逐渐成为构造产业链的主体，但因其与农户只建立了一般买卖关系，很难使农户分享农业产业链价值增值所产生的收入；同时龙头企业的核心业务倾向于在大中城市布局，与欧美国家的同行企业倾向于在小城市布局形成鲜明对比。这种情形也不利于中国农户通过就近兼业而分享农业产业链收入。

据笔者对快速崛起的电商平台拼多多上一些从事经营的流通企业和农户所做的调研初步发现，农产品电商有可能成为推动我国农业经营机制变革和农民合作社发展的重要力量：

首先，农产品电商有利于加快农业产业链整合的速度。从拼多多平台看，加盟其中的流通商的成长异常迅速，其原因可能与网络信息资源充分、资金调配效率高有关；

其次，农产品电商有利于强化农业区域分工，从而促进农业科技进步，并为农户经营规模扩大创造条件。消费需求能够通过电商平台迅速影响供应，加盟流通商的主动选择行为会促进供需衔接。

同时，在农产品电商平台上从事经营活动的大型流通商，在农产品采购中给出的价格更具有竞争性，并且在一定阈值内，加盟流通商的规模与竞争性成正比。同时，加盟流通商与规模化经营农户更容易建立稳定的价格合同，从而为规模化经营农户发展提供更好机遇。

最后，农产品电商有可能通过大数据应用实现财务透明，降低合作的交易成本，提高各合作方信任水平。

这些大型农产品电商所具备的特点，通常也是国外一些成熟的大型农民合作社成功的要素，因此，如果类似拼多多这样的电商企业有介入我国农业经营机制变革的积极意愿，其可供利用的资源条件是充分具备的。

基于这些认知，短期内电商平台可以确立如下工作目标：

第一，由“农园”扶持向合作社培育转变。近几年，我国新出现的农产品经营电商平台在各类“农园”建设中做了很多工作，为脱贫攻坚做出了贡献。但根据一些调研来看，与电商平台对接的农产品运销服务商户拥有更好的资源为农园生产者服务。如果能把这些商户中的一部分培育成为新型农民专业合作社，则有利于农户更多地分享农业产业链价值。因此，国内主要农产品电商平台可以尝试在一定时间内推动跨行政区的农业合作社发展，而让平台更多地承担合作社服务商的角色。

第二，在电商平台可开设“农民合作社频道”，并使之逐步演化为未来中国农民合作社联盟等行业共同体的工作频道。建议电商平台考虑多种因素，有计划地部署频道形式与内容。

第三，进一步完善电商支农计划，逐步形成具有示范性的支农机制。目前电商平台会将自身的“独特资源”直接补贴给农户，没有对自己的“软资源”做经济核算。因而在支农机制中可以将电商平台拥有的“软资源”资本化，体现新电商支农的多种价值。

电商扶贫

湖南长沙市：

村级电商服务站覆盖省定贫困村

今年“双十一”期间，在湖南浏阳市达浒镇椒花新村电商服务站，徐明柏和他妻子何佳把站里堆得像小山一样的快递箱搬运到皮卡车上。野生蜂蜜准备发往新疆乌鲁木齐、土鸡蛋发往长沙市岳麓区、香脆笋干发往广东省东莞市……

“这些都是当地贫困户家中的农产品，以前要么烂在地里，要么自己吃，如今搭上‘电商脱贫’的快车‘出山’。”徐明柏告诉笔者，从2016年开始，椒花新村尝试发展电子商务，与全村62户贫困户签订代销农产品协议，通过探索“电商+贫困户”“电商+合作社+贫困户”等模式，实现线上线下销售近50万元的业绩，徐明柏等村民也因此实现了“脱贫梦”。

这是长沙市电商扶贫的一个缩影。近年来，长沙市委、市政府高度重视电商在扶贫工作中的重要作用，制定加快发展农村电子商务实施办法，推动形成较为完善的县—镇—村三级立体服务网络。目前，全市建成并验收4个县级农村电商服务中心，培育示范网店118余家，84个省定贫困村实现村级电商服务站全覆盖。

日趋完善的电子商务服务吸引了不少有志青年返乡投入扶贫大业。宁乡返乡创业青年沈康成立社区电商平台，带动宁乡巷子口镇黄鹤村全村60名贫困群众从事黄桃种植，贫困户的年收入由原来的人均3500元，增长为3万元至10万元不等。望城“蛋哥哥”放弃高薪软件销售工作返乡，玩转微信、做直播、玩抖音，每年线上销售土鸡蛋400多万枚，年销售额达1200万元。

为了帮助贫困地区农产品进一步扩大销量，长沙市组织了浏阳市椒花新村大蓝山杨梅节、宁乡市黄鹤村“状元黄桃”销售节、大围山电商扶贫土蜂蜜推介会等10余场贫困地区产品助销活动，通过“电商+旅游+农产品”的营销模式有效销售了农产品。今年，在浏阳市椒花新村大蓝山杨梅节现场，步步高集团、湖南合诚电子商务有限公司等企业认购2万余公斤，当日销售额超30万元，游客达300余人。

发挥电商特长 助力合作社发展

中国社会科学院农村发展研究所研究员 党国英

地方实践

河南镇平：各类型电商多领域“开花”

灯影桨声，舟车劳顿。曾几何时，产自于河南省镇平县的玉雕、丝绸、香油、黄酒在这些古老的运输工具中通过几个月甚至一年两年的漫长运输漂洋过海，销往全世界。如今，细细的光纤把这个地处豫西南的小县与全世界拉近。从石佛寺镇的电商孵化基地到杨营镇的跨境电商产业园以及遍布全县的淘宝村、电商专业村使这里出产的各类农产品通过物流迅速发送到客户手中。

“这条金鱼的游姿不错，花色也很好。你要的话价钱可以商量。”10月21日在金鱼之乡侯集镇项寨金鱼淘宝村的一间工作室里，30来岁的高坤正在指导客服向直播间里的粉丝推销着他的金鱼。

10年前，大学毕业的高坤没有羡慕大城市的绚丽多彩，而是回到家乡一门心思扎在鱼塘里研究起了金鱼养殖。每天两腿泥，满身鱼腥味，还得到处联系客商前来购买。累不说，遇到不好的年景，辛辛苦苦养的金鱼销不出去连本钱都收不回来。近年来，高坤在翻阅资料时发现了商机，通过互联网销售金鱼。充氧气的

新电商 新农人

□□ 张小寒 本报记者 房宁

从10月下旬进入西洋参收获季开始，山东威海市文登区的淘宝店主王琳就格外忙。“新参刚收获，网店订单‘爆仓’，外地新客商也慕名前来现场收购西洋参，今年又是个好年头。”她乐得不找嘴。

王琳是文登西洋参种植带头人王文水的女儿，“中国西洋参之父”王继振的外孙女。耳濡目染两代种参人的苦心经营，王琳打小儿就有个“种参梦”。但种参辛苦，父亲一直不同意她沾手。拗不过父亲，大学毕业后，王琳考入文登区博物馆，成为一名讲解员。

文登区博物馆有个“现代发展成就”展厅，作为文登特色产业西洋参是其中的重要板块。每每给参观者介绍起文登西洋参产业的发

展历程，王琳都格外细致、动情。讲得多了，她发现很多人对文登盛产西洋参缺乏了解，更不知道文登是国内最先引种西洋参的地方。

这些常常勾起她内心深处“参情”：只一门心思种植西洋参，不做营销，即便种得再好，知名度也很难打响。“电商在产品推广销售上的优势明显，要充分借助这把‘利剑’，快速打破我们的西洋参质优价低的尴尬局面。”王琳心中暗暗下定了决心。

瞄准时机，2014年，王琳和丈夫办起了网店。本以注册了账号、发布了一个信息，顾客就会自己找上门。但运营了一个月，不仅成交量为零，店铺访问量还时常出现零记录。

没有访问量，怎会有订单？王琳不得不琢磨怎样打破“零记录”。她试着以顾客的视角拿自己的网店跟业绩好的网店对比，很快找到

了访问量低的原因——店铺装修简陋，吸引力差；促销活动少，搜索量低。

问题找准了，立即“对症下药”。她聘请专业团队进行店铺“装修”，找准时机参加平台促销活动；实行店铺客服24小时在线，改善顾客咨询体验，提高服务质量。

效果立竿见影。“网店运营到第三个月，正值鲜参收获期，日访问量从零陡升至1万人次，一个月的订单攒起来足足有半年高，收入也突破百万。”面对“抢订”，王琳第一次感受到电商带来的机遇。2015年4月，她索性辞掉工作，全身心投入到网店运营上。作为第三代“西洋参人”，王琳正式接棒。

乘着文登西洋参品牌推广的“东风”，王琳的西洋参线上营销也越来越顺。“线上连着线下，到2015年底，我们西洋参的线下批发价

自拍杆，边寻宝边讲解，这种方式谓之“走播”。一路走来仿佛带领客户在逛玉雕市场，精美绝伦的玉雕工艺品在客服的解说下，迅速成交下单。

闰女今年刚上大学的刘萍就是众多“网红走播”中的一员。去年“双十一”她照顾上高中的女儿，没有好的业绩。今年她已做好了准备，每天她在市场里边工作边研究行情。“幸福都是奋斗出来的，我的幸福我做主，今年‘双十一’销售额准备突破5位数。”满脸兴奋的刘萍说道。

“传统的玉雕销售已被网络销售取代，玉雕发展的方向在电商。2017年，我们将玉雕产业与电子商务深度融合，加强电商人才培养，推动物流体系建设，实现了玉文化产业链线上线下发展的蓬勃态势。玉雕销售与电商一结合就焕发了无穷的生命力，销售额大增，真想不到呀。”真玉天地电商创业孵化基地总经理满多介绍。目前，该基地已吸引200余家企业入驻，玉器直播年销售额达5亿元。据不完全统计，在石佛寺

镇大约3000余名主播汇聚于此，每个主播团队均有后台运营、客服、美工等人员，从业人员达万余人。直播卖玉成了镇平玉雕产业发展的新模式。

为确保电商产业可持续健康发展，该县全力推进行业诚信体系建设，建立了线上线下相结合的举报及结果反馈查询系统，统一受理举报信息。该县还按照“政府推动、企业主体、市场运作、合作共赢”的思路，聚焦重点，强化措施，推动电商物流体系等建设，抓好电商人才培养，全力以赴为电商健康发展创造良好的外部环境。同时推动汽车配件、香菇、木耳、香油、黄酒等农产品上网销售，一大批淘宝专业村、电商专业村应运而生。

“机遇属于有心人，新生事物的发展需要我们去实践，学会识别它、迎接它、拥抱它。”谈及镇平电商产业未来的发展，镇平县委书记李显庆踌躇满志。如今，该县已实现了农村电商、企业电商和跨境电商等多领域“全面开花”，为经济转型提质升级注入活力。

杨晓申

“参三代”线上创富记

了访问量低的原因——店铺装修简陋，吸引力差；促销活动少，搜索量低。