

## 湖北宜都构建农产品从田头到餐桌的超短链接

# 一枚鲜鸡蛋 三天到餐桌

□□ 本报记者 韩啸

11月底的湖北省宜都市有些寒冷,但电商企业“誉福园”的禽蛋和水果仓库内,打包工人却忙得热火朝天。鸡蛋从鸡场产出,第三天即可到达湖北省消费者手上,五天内抵达全国消费者手上。借助电商平台,湖北农产品正在一步步构建从田头“最初一公里”到餐桌“最后一公里”的超短链接。

### 基地直达 三天吃到新鲜鸡蛋

只需三天,一枚新鲜鸡蛋从产出就可以送到消费者手上,这种基地直达的新模式,正在重构鲜鸡蛋的产业生态。

誉福园是拼多多平台上的第一家生鲜电商企业,在其位于湖北宜都的禽蛋仓库内,一盒盒经过分拣的鲜鸡蛋从鸡场运送过来,经仓库工作人员一一筛选,破损鲜鸡蛋被剔除,合格鲜鸡蛋放入装有防震卡的纸盒中,用稻壳填充打包发往全国各地。

仓库负责人简宪红介绍,鲜鸡蛋比拼的就是新鲜,鸡蛋从鸡场产出,第二天集中送到禽蛋仓,经过分拣、包装、运输,第三天送达湖北省消费者手上,五天内抵达全国消费者手上。

“从鸡场产出的鸡蛋,经过中间商收蛋,拉到北上广等大城市,再经过二三级分销商分销到农贸市场,至少需要10天时间,通过电商平台,时间至少缩短一半。”简宪红说。

鲜鸡蛋保存和运输是电商首先要解决的难题。誉福园在鲜鸡蛋包装上下功夫,定制加厚纸箱,用防震卡纸分区,每枚鲜鸡蛋单独放入,再用稻壳填充饱满,覆盖一层气泡袋,最后封口打包。“有一些商家用的泡沫棉不透气,鲜鸡蛋在夏天特别容易坏。”简宪红说,气泡袋比较透气,而用稻壳填充则夏天透气、冬天保温。在现场,简宪红拿起鸡蛋盒往地上猛摔五次,打开后每个鸡蛋依旧完好无损。

在誉福园官方旗舰店内,目前30枚鲜鸡蛋包邮活动价25.8元,如果消费者收到鸡



誉福园员工向消费者展示“摔不破”的新鲜鸡蛋。 资料图

蛋有破损,都会按比例赔偿。简宪红介绍,今年鸡蛋价格飞涨,比去年同期增长40%。一盒30枚的鸡蛋包装和人工成本是5元,通过电商平台剔除中间环节,直接让利给消费者,保证平台零售价的平稳,一天平均可卖出30万枚鸡蛋。

为了保证鸡蛋的品质,誉福园生鲜产品采用“公司+农户”共建示范基地模式,与其合作的养鸡场都是标准化厂房,统一提供鸡苗、饲料,统一收购,每批定期送检,形成标准化品控标准;且精选的鲜鸡蛋都是40克-50克的“中号蛋”,产蛋鸡是鸡龄130天-250天的“青年鸡”。

### 即采即送 新鲜蜜橘不愁销

“山上送来的蜜橘立马清洗包装,最快当晚就能发货。”水果仓负责人王慧说。

在誉福园的水果仓库,同样也是一番忙碌景象。大货车卸下一筐筐新鲜采摘的蜜橘,立即送到自动清洗机上;蜜橘表面的各种枯叶和灰尘被清洗后,放在传送带上依次称重、自动大小分级,处理完毕后的蜜橘立刻打包贴单发货。这套设备一小时可以洗

1.5万斤果子,蜜橘按直径50、60、65毫米进行分装,满足不同市场需求。

眼下,正是宜昌蜜橘、脐橙销售期,王慧说,本地采摘蜜橘和脐橙,送到仓库清洗分拣后,立即发快递销往全国,既不进冷库更不用打蜡。

在宜昌当阳市半月镇凤凰山基地,46岁的刘文建忙着张罗农户采摘蜜橘,一辆辆大卡车等着装车。刘文建说,今年是蜜橘小年,产量比去年少,加上干旱,果子个头小,但今年收购价翻了近一倍。

2012年以前,刘文建在家务农,除了打理20亩蜜橘,还得经常外出打工。“以前果商到家里来收货,他们说多少钱就多少钱。”刘文建记得2008年下大雪,蜜橘才卖3毛钱一斤,一年亏了五六万。2012年后刘文建带着30余户农户成立合作社,专供誉福园电商渠道。

“电商平台保底收购,销量不愁。”刘文建开心地说,电商平台对蜜橘种植提出标准化要求,比如果树高度在2.5米以内,枝叶通风透光等。为此,每年刘文建组织农户搞五次培训。现在销量不愁,刘文建不用外出打工,采摘旺季忙不过来,河南等周边农户都会来干活。

### “云仓+平台” 构建农货上行新机制

为更好推动农产品上行,湖北供销社冠名的首个农产品云仓项目落户宜昌,宜都市供销社与湖北誉福园达成战略合作,深耕湖北农货市场。

供销社云仓作为供销社整合系统仓储资源的抓手,其核心服务包括云仓集配、B2B业务、末端快速整合业务、共享仓储平台及供应链系统,为仓储物流企业与客户提供综合解决方案。

誉福园总经理朱道鹏介绍,该项目将在湖北宜昌建立3万平方米以上产地仓,配套5000平方米冷库,总投资在2亿元左右。今后云仓管理系统根据数据合理分布库存、自动履行订单,以货主为单位对库存分布自动调拨,对库存进行优化并拉动上游供应链补货,可有效降低农产品物流成本,缩短物流运输时间,提高农产品流通效率。

比如与云仓合作的农产品合作社,订单系统数据无缝对接,随时接收订单信息,审单、打单、打包、验货、配货、称重、发货全流程一站式服务。

誉福园的快速发展,离不开拼多多平台的支持。11月20日,拼多多发布的2019年第三季度财报显示:截至2019年9月30日,平台活跃买家数达5.363亿,其打造的农产品上行超短链路,正持续提升中国农产品的流通与生产效率。2018年,平台实现农产品销售额653亿元,在此基础上,平台农产品在2019年继续保持翻倍增长的态势。

同时,拼多多持续推动农村地区各类生产要素实现优化重组。依托“农田直连小区”的上行体系和“前店后厂”的新型农村生产模式,平台农村地区的卖家得以将特色农产品大规模销往全国市场,包括湖北宜昌蜜橘、脐橙、脐橙、湖北鲜鸡蛋在全国热销。

新的供需关系也带动了包括运营、检测、封装、物流等在内的一批工种的出现与壮大,为乡镇地区培育了大量新增就业机会,农村常住人口中包括老人、妇女在内的非技能型人口,可以通过出租土地、被雇佣的方式,获得更多的收入。

## 圆桌论坛

生鲜农产品流通关乎众多农民和广大消费者的切身利益,一直受到国家高度重视。由于我国生鲜农产品存在小生产和大市场的矛盾,以及流通中的环节偏多、产销衔接不畅等弊端,多年来,“菜贱伤农”“菜贵伤民”频现,生鲜流通陷入困局。近年来,电子商务被引入生鲜流通,并被赋予破解生鲜流通困局的厚望。

一方面,电商使得流通渠道更为扁平化,因为电商可以利用其信息优势,促使生产者和消费者基于电商平台直接对接,减少中间环节;另一方面,电商具有的“全天候”“跨地域”等特征,也能增加交易过程的便利性、提升渠道运作的透明度,有利于降低流通成本、减少流通风险。

生鲜电商的模式可分为两大类:一类是生产或流通企业自建网站并直接参与交易的自营模式;另一类是企业通过入驻互联网平台,由平台企业提供交易撮合的平台模式。前一种模式下,企业直接参与交易,对流通渠道的介入较多,但因牵扯精力较大,商品的丰富性不足。而后一种模式下,企业依托平台的优势,可以提供更多品种的产品,但是对渠道的控制力较弱。

当前,由于互联网平台企业影响力大、引流能力强,使得天猫、拼多多这类平台模式在生鲜市场上占据极大份额,许多垂直电商也不得不入驻平台,由原来的自营电商变成平台企业的网商。但是,也有部分垂直电商仍在竞争中得到发展。

总体来看,当前生鲜电商市场竞争激烈,系统内各主体关系的处理颇为不易。尤其是巨头公司与中小企业的关系,对整个行业生态会造成一定影响。中国是生鲜的生产者和消费大国,众多的地域特色生鲜以及不断多元化的消费者需求,为企业提供了发展空间。从生鲜电商发展的需要来看,应该是既有平台企业主导的生态系统,也有垂直电商等其他企业主导的生态系统,各类生态系统能够并存、互补发展。

不同于工业品,生鲜的易损易腐性、非标准性、生长的地域性和季节性、生产组织化程度低等诸多因素,导致生鲜流通难度很大。生鲜流通涉及电商企业、生产企业、批发零售企业和物流企业,这些主体有不同的资源优势,可以承担不同职能。无论是平台电商还是垂直电商,都要注重与其他企业“共生”,打造生态系统。当前,天猫、拼多多、京东、每日优鲜等平台垂直生鲜电商都开始注重打造自身的生态系统。

当然,生鲜流通的复杂性、消费者需求的多样性以及我国生鲜生产的特殊性,要求不同电商企业主导的生态系统要“百花齐放,各展所长”,如此,才有可能破解当前的生鲜流通困局。

生态系统的共生演化,要经历从初期聚焦特定生鲜产品的“点共生”,到基于多品类经营以实现范围经济的“线共生”,最后向多主体全方位合作以获取范围经济之上的规模经济的“网络共生”演化。推动生态系统的共生演化,首先要推动系统的开放,培育更丰富的“物种”;其次要促进资源共享,改善不同类型企业间的关系,提升生态系统协同性,提升流通绩效;第三,要注意通过《电商法》等法律来完善系统规则,防止“二选一”等恶性竞争,促使系统良性演化。此外,还可以推进认证体系以及供应链信息公开等机制的构建,以降低系统风险,促进系统健康发展。

对电商企业来说,要注重打造基于大数据的市场供需监测及预测系统,充分发挥自身优势,引导农民合理安排生产,促使供需双方高效匹配,减少农民盲目生产带来的滞销等问题。同时,还应强化渠道信息公开,使信息显示升级为声誉机制,以减少流通中的道德风险。

此外,还需要大力推进专业合作社等新型主体发展,提高生产环节的组化程度,这也有利于生产者和流通者建立稳定的业务关系,进而帮助农民解决流通问题。

农民是生态系统的关键成员,一方面要增强“触网”意识,提升自身使用电商渠道销售的能力。另一方面,也要增强契约意识,减少为了获利而将水果催熟并提前上市等投机行为。对广大小农户而言,采取“公司+农户”“专业合作社+农户”的形式,提高生产的组织化水平,是一种比较可行的选择。

政府是推动生态系统“百花齐放”、健康发展的重要外部力量,可以做的事情很多:一是主导建设国家层面的农产品信息平台,及时了解生鲜供需变化,为农业政策的制定以及生鲜的稳定供应提供支撑;

其次,推动企业在线上线下多渠道开展合作,鼓励平台电商赋能线下经营主体,支持垂直电商打造地域品牌、促进线下经营主体转型升级;

最后是支持生产企业开展生鲜深加工,提升产品附加值。此外,还需要加强生鲜的标准化体系、冷链物流等基础设施建设,完善市场监管和公共治理体系、信用体系、人才培养体系等。

促进生态系统保持开放,完善竞争规则,才能有利于系统的健康发展。同时,只有实现了“百花齐放”,不同生鲜电商生态系统能够互补共生,才能更好地满足生鲜流通的需要。

## 河南淮滨

# 电商扶贫车间驻乡间

□□ 浩欣语 本报记者 张培奇

“我们的车间专门生产小商品,通过电商平台销售,线上只要订单发过来,我们就接单。”11月29日,在位于河南省淮滨县邓湾乡邓湾村的豫和电子商务公司扶贫车间内,扶贫车间负责人王祥玉一边忙着组织工人生产年画,一边对记者说。

在近400平方米的车间内,整齐摆放着几十个工作台,工人们正在赶制3000幅年画、对联。“上一批订单是竹编,2000个小竹筐已经发到义乌,客户很满意。”王祥玉自豪地说。

据介绍,豫和电子商务公司扶贫车间是邓湾乡目前最大的电商扶贫车间,投资50多万元,按照一平方米350元的奖补政策,该车间的投资方可得十几万元的补贴。“县里实施的扶贫车间奖补政策让我们的积极性更高,公司计划在全县建立30个扶贫车间,目前已经投产的有25个。”豫和电子商务公司负责人陈勇说。

车间里的工作紧张而有序地进行,只见在一个工作台前,低保户陈树理正在把制作好的年画装到袋子里,手上动作虽不是很灵活,但是很努力地吧年画叠整齐,小心翼翼地放到包装袋里。“自从前年遇车祸,我和老伴儿就落下了腿脚上的毛病,农活干不了,出去也不好找工作,家里还有小孩上学,生活很困难,幸好村里来了扶贫车间,让我们可以工作挣钱。”陈树理动情地说。据了解,目前,该车间共30多名工人,带动了19户贫困户脱贫致富。

近年来,淮滨县科学布局农村电子商务乡村网点,以数字化、信息化的手段,通过集约化管理、市场化运作,构筑了自上而下、紧张有序的电商网络,降低农村商业成本、扩大农村商业领域。“电子商务下沉乡村,汇集各类平台服务于农村资源,将电子商务的实体终端直接扎根于田间地头,真正使农民成为电商平台的最大获利者。”邓湾乡宣传委员王林说。

# 优化生鲜电商生态 促「共生」演化

江苏大学管理学院 田刚

## 地方实践

# 南海新区:开网店卖产品,用了都说好

接单、装箱、发货……眼下的苹果销售季里,山东省威海市南海新区小观镇榆树底村的于建茂异常忙碌,“今天上午就卖出80多箱苹果,卖价还高!”11月20日,说起刚用上的电商平台,于建茂连连称好。

于建茂家有220亩苹果园,其中100亩已经进入丰果期,每年可产70多万斤苹果。往年一到这时,于建茂就会犯愁,“果商来园里收苹果,专门捡着最好最大的摘,这么好的苹果收购价才3块钱,一转手就能卖4块多,钱都让他们赚去了,我们赚不了多少。”今年,在南海新区乡村振兴服务队和山东铝业职业学院电商学院的帮助下,于建茂不花一分钱就开起了网店,在网上卖苹果。“对接上了大市场,没有了中间商赚差价,我们就靠价格吸引顾客,靠质量赢得回头客,每天能有几十箱的订单。”于建茂说。

“咱南海新区这里环境好,产出的农产品也好,要是能把销路打开,这些优质农产品就能走向全国各地。”南海新区乡村振兴服务队负责人说,当地优质农产品存在销路有限、群众脱贫致富门路窄的问题。在得知山东铝业职业学院电商学院可培训电子商务知识时,服务队便在农户和大学中间当起了“红娘”,由山

铝学院免费为有意开展电商经营的农户开网店、提供服务。“我们的网店才建起来四五天,已经卖了两千斤苹果了,电商是大趋势,这将会是我们主要的销售渠道。”东浪暖村景翔果蔬专业合作社经理于新永看着近几天的订单,竖起了大拇指。

在推动乡村振兴和精准脱贫过程中,南海新区广泛集结力量,用电子商务让更多更好的南海特色农产品走向市场,为群众开辟致富路。“现在我们还继续推广电商,只要农户想开网店,山铝学院的专业团队就提供服务,并且还将利用手机短视频等新媒体手段,让南海的新高梨、葡萄、菠萝、无花果等特色农产品走向全国各地。”南海新区乡村振兴服务队负责人说。

通过电商平台为农产品销售开辟一条“线上通道”,乡村振兴搭上了电商的“快车”。南海新区还通过统一的线上农产品综合交易平台,推出统一的农产品商标,集中力量打响南海农产品品牌。观海投资有限公司推出的“万家口地瓜”销售异常火爆,通过电商平台,每天能有100多箱地瓜发往全国各地。这里除了有地瓜,还有苹果、生蚝等南海新区农业特产,统一为“和风浪暖”品牌。该



处理订单、包装发货成了电商平台员工每天的日常工作。 刘志鹏 摄

公司副总经理王帅说:“一个人做不如大家一起做,我们通过镇上统一打造的电商平台,注册了淘宝店,必要商城等店铺,还与‘食享会’

等社区团购平台合作,把农产品资源进行整合,统一品牌推广、客服外包等,形成集中发展优势。” 王晓根

## 新农人 新农人

# 苏晓逸:海归养龟 带富乡亲

绿油油的空心菜成片飘在池塘水面上,青虾、甲鱼欢快地游来游去……在位于浙江省嘉兴市海宁市周王庙镇的盛旭水产养殖基地,笔者见到了基地负责人苏晓逸。

今年34岁的他是位“海归”,拥有会计、国际贸易专业的双学位,2009年回国后却子承父业,从事水产养殖,在近600亩的土地上发展生态循环农业。“从小在农村长大,最主要的是我一心想搞农业,尤其想把生态、环保等考虑进去。”谈起投身农业的初衷,苏晓逸眉目间满是自信。

起初,苏晓逸在养殖塘里试种水生植物,

但效果不理想。2013年,他到浙江大学参加职业农民培训,了解到浙江大学的吴殿星教授在选育池塘稻品种。他如获至宝,2014年就在200亩水塘试种,2015年扩大到400亩。考虑到水稻种植人工成本较高,2019年,苏晓逸又对生态养殖模式进行了调整,用空心菜、芹菜等替代水稻,把蔬菜“种”到了鱼塘里。

“别小看这些蔬菜,对鱼类生长比较有利,一方面可以降低水中的氨氮、亚硝酸盐和有害气体,改善水质,减少鱼病。另一方面菜不打农药,不施化肥,比较安全环保。”苏晓逸得意地说,“上面是绿色蔬菜,下面是生态鱼虾,菜

嫩鱼鲜,都能卖出好价钱。” 苏晓逸一边说着一边指导现场的工人打捞青虾和甲鱼。他告诉笔者,现在这里的青虾和甲鱼都处于成熟期,几乎每天都有来自上海、杭州等地的水产批发商到现场“取货”,粗略估计,养殖场每亩的盈利在1.5万元左右。

致富不忘乡情,真情回报社会。成功创业的苏晓逸,在公司不断发展壮大的同时,亦不忘自身承担的社会责任,依托公司基地,“技物结合”积极带动周边农户共同致富。多年来,公司发展,带动的农户有400多户,并利用统一的饲料和种苗供应渠道,争取到低廉的农资

供应价格,有效降低农户生产成本,为农户带来了实实在在的优惠。

此外,作为周王庙80后创业青年党支部书记,苏晓逸紧抓农业电商发展机遇,联合海宁市80后农业青年创业联盟,启动“农场基地+电子商务+连锁配送+直营店”的“绿庄源”农业电商项目,打造立足海宁本地、辐射嘉兴地区、面向全国市场的综合性农业电子商务平台。

“我要帮助更多农业青年创业。”如今,苏晓逸还成立了一个配送中心,在为全市12个食堂统一配送菜品的同时,也为创业的农业青年们提供产品销售渠道。 周梦洁