

圆桌论坛

乡村振兴，「快递到村」不可少

赵志疆

5月19日，笔者在国新办召开的加强县域商业体系建设有关情况政策例行吹风会上获悉，“十四五”时期，将进一步扩大农村电商覆盖面，着力解决农村网购“最后一公里”问题，力争用3至5年时间，做到快递网点在所有行政村全覆盖。

在今天的中央一号文件、政府工作报告和“十四五”规划中，先后提出“实施数字乡村建设发展工程”，用数字技术推进乡村振兴和农业农村现代化。近日，财政部、商务部、国家乡村振兴局联合印发《关于开展2021年电子商务进农村综合示范工作的通知》，明确要求，扩大电子商务进农村覆盖面，健全农村商贸流通体系，促进农村消费，培育一批各具特色、经验可复制可推广的示范点。

对于农村地区来说，快递网点不仅是促进消费的“最后一公里”，而且是农产品上行的“最初一公里”。随着互联网技术的快速发展，农村电子商务成为优化农民生活、助农增收的重要驱动力。一方面，“下沉市场”越来越受到互联网行业的重视，随着电商企业争相布局农村，越来越多的农民享受到了更加便利的生活以及更加丰富的产品；另一方面，搭上互联网快车之后，越来越多的优质农产品从田间地头走进城市生活，为城市居民带来了便宜和实惠。

这些优势，在全民战“疫”期间发挥得尤为明显。新冠肺炎疫情防控期间，传统的农产品销路受阻，农村的农产品销售和城市的物资供应备受关注，在保民生、稳供应的过程中，电商企业的贡献有目共睹。随着农民争相

变身网络主播，一些基层领导也纷纷开启“直播带货”，由此，不仅直接为农产品增加了销量，而且补齐了传统农产品营销的短板，开拓了一条新的出路。“电商作为新兴业态既可以推销农副产品，帮助群众脱贫致富，又可以推动乡村振兴，是大有可为的。”

过去提起农村发展，人们习惯于说“要想富，先修路”。发达的交通物流体系，对于农村地区的发展至关重要。在“互联网+”时代，畅通的网络就是便民路和致富路，而快递网点无疑就是其中的“路标”。建立在快递网点全覆盖的基础上，才能连点成线，铺网成路，为农民的日常生活和增产增收提供坚实的依托。

有数据显示，我国乡镇快递网点的覆盖率已经达到98%。去年一年，农村地区累计收投包裹超过300亿件，带动工业品下乡和农产品出村进城超过1.5万亿元。经历过多年高速发展，电子商务已经深入公共生活的方方面面，在推动农货上行、助力乡村振兴过程中日益发挥着重要作用。但仅仅到乡镇，还远远不够，乡村振兴的路上，乡村快递网点“一个都不能少”。

地方实践

河南内黄举办农产品新电商培训

5月20日，由中国蔬菜流通协会和河南安阳市人民政府共同主办的“2021河南·内黄果蔬产业大会”农产品新电商培训在内黄县举办，受到当地农民和农业经营主体代表的好评。此次培训旨在推进现代新农人队伍建设，培育新型职业农民，重点提升实操能力，提高对流量经济的认知，掌握直播带货技能，培养更多爱学习、懂直播、善经营、会管理的新型农业职业经理人，为内黄县及安阳市的果蔬产业发展和乡村振兴贡献力量。

近年来，内黄县“网红”经济发展迅猛，带货量持续增加，农产品上行成效明显。2020年，该县积极探索“电商直播+扶贫”拉动农产品上行的模式，先后组织参与了“百名县长直播带货”、驻村第一书记电商直播培训等活动，并成功举办了内黄县首届电商直播节，首创“县有中心、乡有站、村村都有直播员”的农村电商直播服务体系，搭建起了县、乡、村三级直播网络，掀起全民直播浪潮。

“这次直播培训班，就是为了鼓励广大电商从业者、农业合作社、低收入家庭、农村青年等学习新电商知识，入驻抖音等短视频平台，培养一批‘网红’，掌握直播带货新技能，为乡村振兴和内黄经济高质量发展培养更多人才。”内黄县政府有关负责人说。

据了解，本次培训班特邀北京易泽天下网络科技有限公司CEO、晓圈子创始人张飞为大家做了《农业产业领域短视频和直播运营方式》培训，并现场为学员答疑解惑。

“张老师的讲解非常精彩，不仅总结了农产品短视频直播带货的现状，还借助生动的案例对我们进行了系统指导，让我们深受启发，获益匪浅。”内黄县马店集镇驻村第一书记何艳君说。

刘超 农民日报·中国农网记者 王帅杰

新疆克州

“地标”打头阵 线上销得好

今年5月1日，家住新疆阿克陶县昆仑佳苑的布阿依娜·阿卜力米开办的电子商务服务中心开业了。两周时间，中心收发快递数量就达200多件。

“外发快递的数量占一大半，基本上都是克孜勒苏柯尔克孜自治州(简称‘克州’)的无花果等特色农产品。”布阿依娜·阿卜力米说，阿克陶县巴仁乡出产远近闻名的杏子，希望今年能够通过网络卖巴仁杏，为家乡做贡献。

目前，克州正准备把“阿克陶巴仁杏”申报为地理标志产品。在克州，目前已经有“乌恰阿魏菇”等4个地理标志产品。

聚焦“互联网+精准销售”。地处山区的克州把发展农村电子商务作为拓展特色农产品市场销售的重要举措，以4个地理标志产品以及阿克陶巴仁杏、阿合奇沙棘等一批知名度较高的特色农产品打头阵，积极发动企业、经营者、合作社、种植大户等各类农产品经营主体，在服务站点开展农产品代销售业务。

目前，克州三县一市建成4个电子商务公共服务中心，4个分拨中心，建设投入运营182个电商服务站点。其中包括35个乡镇电商服务站，147个村电商服务站。

为促进电子商务服务业提质增效，今年以来，克州有关部门积极与新疆苏宁易购合作，重点从返乡大学生中挖掘培训电商产业带头人，力争培养一批掌握宣传、物流、金融、农产品流通等经营知识，能够持续带领群众增收的电子商务经营能手。

同时，克州依托“西域传奇”等电商企业，与京东商城等企业深入合作，打造京东·阿图什馆，建立农产品公用品牌“天门果缘”，让克州的地理标志农产品、特色优势农产品实现消费端“最后一公里”和原产地“最初一公里”的无缝连接。

魏永贵 宋卫国

农产品直连消费者

农民日报·中国农网记者 韩啸

“怎么区分肥耙柑和丑橘?”“下单后多久发货?”“口感偏酸还是偏甜?”面对消费者的“喋喋不休”，“90后”主理人小杨乐此不疲，每天，他都要和自己的农业生鲜电商团队重复解答类似的问题上百次。

5月22日，电商平台拼多多举办“百亿补贴”两周年特别活动，来自四川的小杨和他的团队特意选择了“凉山盐源丑苹果”和“不知火丑橘”作为主打产品，他的店铺平日销售的农货也多来自“三区三州”地区。

“这一头，‘百亿补贴’为消费者降低了近40%的支付成本；另一头，农民有了稳定的好收成，心里踏实才愿意与我们合作。”小杨说。

据“百亿补贴”负责人介绍，在此次两周年的活动里，商品种类将比平时更丰富，补贴力度加倍，同时平台将持续大力度向生鲜农货倾斜资源，通过平台流量带动更新鲜、更实惠的农产品上行。

农产品稳占流量入口C位

两年前，拼多多“百亿补贴”项目正式上线

线，山东寿光的“90后”创业者张赫恰巧赶上了这波红利。“我在‘百亿补贴’卖家乡的蔬菜，销量最好的就是小番茄和水果黄瓜。”张赫最近忙坏了，在两周年活动里，他的店铺有9款商品参加了生鲜专区的促销活动，每天都有数千订单，高峰期平均每天发出6000多个包裹。

这一次，张赫拿出了“压箱底”的产品。比如大蒜，线下市场和其他商家最流行的“硬通货”是4.5厘米大小的，个头小、成本相对经济，偶有5厘米的就很抢手了。而这次张赫选择直供6厘米以上达到“出口标准”的产品。

“消费者在评论区晒餐桌、晒果盘，是我和农户们最大的动力。”张赫说。

而小杨刚把“盐源丑苹果”搬上电商的时候，当地收购价才一块多钱，随着这个单品成为爆款，地头收购价也涨到了两三块钱，成了农户们稳定的致富果。这次活动小杨也不甘示弱：“丑橘补贴后5斤价格不到18元，丑苹果补贴后5斤包邮价还不到20元。消费者受益，农民心里也更踏实了。”他的手机里存了不少大凉山农户的联系方式，悄然间，这些果农和全国各地的消费者在“云端”上牵上了线。

山东“95后”于本诚感慨，没想到自家的苹

李小军：“一分田”认养 让好米“看得见”

赵丹丹 刘文龙
农民日报·中国农网记者 刘伟林

插秧刚刚结束，北大荒农业股份庆丰分公司的种植户李小军就马上开启了快手直播，将他的有机鸭稻整个管理过程全程直播给“一分田”认养顾客，让顾客们放心、安心。

“80后”李小军2006年退伍后就开始种植水稻，开始只卖原粮，被市场“牵着鼻子走”一定程度上限制了他的发展。2017年，他联合8家种植户创办了雨辰水稻种植专业合作社，土地面积达1000多亩，还注册了“李雨宸庄园”商标。

2018年，李小军开始探索“互联网+农业”模式。他在电商平台注册商铺销售自己的大米，订单并不多。2019年，他受到蔬菜认养派送模式的启发，有了“一分田”认养的想法。

“想让顾客认养自己的水稻田，那就需要大家能看到我是咋种田的。”李小军说。

为了让顾客能“看见”，他先后投入6万余元在水稻田里安装了20多组智能监控，插秧、田管、秋收各个阶段都能随时在手机上看到，这种新、特、实的方式，赢得了网友们的认可。实现可见的效果后，李小军想把绿色牌再发挥出更大的作用，他结合实际情况，最终选择了在水稻田里养鸭，让鸭子和水稻互相成就，形成生态共赢。

(上接第一版)

迈入新阶段，北京将以实施乡村建设行动为总抓手，立足城乡发展规律，针对城镇集建类、整治完善类、特色提升类、整体搬迁类4种类型村庄，分类建立村庄“七有”“五性”基础设施和公共服务清单，打造一批乡村全面振兴示范样板。

——持之以恒抓好农村人居环境整治提升。研究制定农村人居环境整治提升五年行动方案，深入推进“百村示范、千村整治”工程，持续推进农村“厕所革命”、垃圾治理、污水治理，健全长效管护机制，实现农村由“一时干净”向“时时干净、处处美”转变。

——着力提高农村基础设施建设和公共服务水平。今年将对578个行政村设置村级医疗卫生机构，50个村实现集中供水，启动400个山区农民搬迁工作，持续做好44个传统村落保护和修缮。实施数字乡村建设工程，推动农村千兆光网、5G、移动互联网与城市同步规划建设。

根据规划，到2025年，京郊农村公共卫生等公共服务短板基本补齐，城乡居民生活基本设施大体相当。未来，京郊宜居宜业的乡村将会越来越多。

精心——

用足优势、久久为功，用小种子书写北京农业大篇章

“京科968”玉米品种累积推广超1亿亩，“京字号”二系杂交小麦大面积播种在“一带一路”沿线国家，“京系列”高产蛋鸡品种一举打破外企对国内市场的垄断，绘制全球首张西瓜基因组序列图谱……这是近几年北京种业的一张履历表，且一直在不断更新中。

北京是典型的“大城市小农业”，农业的出路根本在科技。从科技资源看，北京是我国农业研究领域最全、优势团队最多、高端人才最为集聚的区域，汇聚了全国1/3的种业科研“国家队”。种业已经成为北京农业高质量发展的一张王牌。

鲜食玉米、京郊蔬菜、杂交小麦、高科技养猪场、蛋鸡自主研发、北京鸭产业、奶牛良种繁育……近些年，北京瞄准一个产业领域，锁定一个具体品种，并在“玉米团长”赵久然、“西瓜大王”许勇等一大批育种界精兵强将的带领下，精心布局，强势攻关，北京“种业之都”的优势和实力愈发坚实。

远在安徽的顾客陈先生是第一批“一分田”认养顾客：“现在都讲究营养健康，我认养的有机鸭稻被插上了小牌子，这是我的专属地盘。在手里随时能看到插秧到收获的全过程，很放心！”

顾客口碑相传，李小军苦心经营，顾客由最初的十几人发展到现在的300多人，由最初的省内发展到全国各地。广东的顾客刘女士说：“我是通过快手直播看到的一分田有机鸭稻认养，起初觉得好奇，并没有抱着多大期待，但当我收到精致的礼盒产品，并且把米煮熟之后，才感觉确实物有所值！”

为了扩大影响力，李小军在2019年开始尝试与当地知名网络主播合作，将绿色有机鸭稻以一分田400元的价格进行网络销售，为了注重顾客体验，在中秋节期间，李小军还邀请客户参加免费抓鸭子和大米现场加工等活动。

近两年，李小军不断扩大认养面积，带动其他社员一起致富。2020年，他的网络订单达700多吨。李小军采用绿色标准种植的水稻，每亩比普通种植的多收入800元左右。

今年，李小军开始在水稻品种上下功夫，开启了“小谷稻”种植，主打婴儿胚芽粥米。他表示，还将不断创新，继续探索集水稻绿色有机生产、科学加工、品牌包装、网络销售为一体的高效水稻产业融合之路，实现经济效益与社会效益的双赢。

良种优势不但给种植户带来了实实在在的效益，更丰富了首都百姓的餐桌。位于顺义区大孙各庄镇的北京绿奥蔬菜合作社产业园区，大棚里的辣椒刚过定植期，番茄、黄瓜、茄子等瓜果蔬菜长势正旺，园区内果蔬品种琳琅满目。从以前的传统品种，到现在的“春桃”“千禧”等，仅合作社推广试种成功的西红柿品种就有6个，受到广大种植户欢迎，也得到消费者的喜爱。

以农为本，以种为“芯”。目前，北京正实施现代种业发展三年行动计划，这是新阶段北京打好种业翻身仗的行动纲要和指南。通过“揭榜挂帅”的方式，支持产学研优势力量组成创新联合体，并围绕农作物、畜禽、水产、林果等4大种业领域，重点推进高效设施蔬菜、北京黑猪、北京鸭、宫廷金鱼等12大重点物种的种质创新和育种联合攻关，北京将形成一批具有源头性领先优势的种业科技成果。

与此同时，北京已连续举办20届北京种子大会，并将其打造为向全国展示北京种业科技成果、搭建种业交易平台的一个精品品牌；依托畜禽种业的基础优势，正积极推进平谷区国家级畜禽种业创新中心建设；将以通州国际种业园区为核心，建设3万亩永久性种业创新基地保护区，打造国家级农作物种业创新中心。一个个影响深远、意义重大的举措，让人们看到北京带头打好种业翻身仗的决心和行动。

一粒小种子代表的是北京农业的高精尖。未来，北京将聚力打造“种业之都”“农业中关村”。到2025年，全市农业科技贡献率将达到77%，高效设施农业技术、装备、品种自主创新能力明显提升，良种覆盖率超98%。

精细——

综合施策、补齐短板，让京郊农民过上富裕富足美好生活

地处京冀交界的房山区大石窝镇王家磨村，过去资源贫乏、集体经济薄弱。近年来，在村党支部带领下，大力发展林下经济，并进行美丽庭院建设，建成生态观光园，有了“鲜花岛”美誉，成了远近闻名的“网红村”，村民也走上了脱贫致富的康庄大道。

王家磨村的蜕变得益于北京低收入帮扶的一系列精细举措。过去5年，从政策到资金，再到人才培养和组织建设，从“六个一批”到“一村一

行业聚焦

收益更多留给农户

果、梨子、蟠桃这类商品也能上“百亿补贴”。“我们最新改进的珍珠棉铝膜袋包装，就是‘百亿补贴’消费者里一位上海大姐给的建议。”于本诚没想到，知名度和商品单价方面远比不上工业品的农产品，也可以参与到“6·18消费季、百补两周年”这样重要的促销活动中。

“拼模式”让网红果“云端”驰骋

随着国民消费习惯向线上转移，用户的网购需求向全品类覆盖，农产品逐渐成为最大的增长点之一。2019年6月“百亿补贴”推出后不久，平台便宣布全面覆盖“米袋子”“菜篮子”，既助农增收，又普惠消费者。

据商务部研究院发布的《2020年中国消费市场发展报告》表示，在新消费引领国内大循环的背景下，拼多多重塑了“互联网+农业+消费”产业链，通过“拼购+产地直发”的模式，匹配中国较分散的小规模耕作的农业现状，创造了一条“农产品上行”的高速路。大批量当季农产品由此打开云端销路，为农产品销售突破“小而散”的状况提出了新的解决方案。

例如广西的百香果由于产量大、销量小，此前经常滞销。近两年来，在“拼模式”的带

动下，百香果已冲破西南地域，在全国范围内变成了“网红水果”，更成了当地的致富果。

“大蒜、生姜、黄瓜这些产品在‘百亿补贴’的价格很透明，通过云端直连消费者，就能把更多收益留给农户，这样平台、商家、农户才有后劲。”张赫坦言。

还有一些商家则把进口生鲜带到了国内。李快追从2016年开始从越南等产地收购水果，他告诉记者：“我们在‘百亿补贴’上卖的是最好的精品果，采用礼盒装并且顺丰包邮，价格比线下实体店还便宜。”还有智利三文鱼排、法国银鲑鱼、越南黑虎虾等源自海外的各类生鲜，都在“百亿补贴”范围内。

据悉，此次两周年活动，“百亿补贴”频道专门开设了全新的“官方合作旗舰店”入口，新入驻的品牌官方旗舰店数量比去年同期增长10倍以上；同时，消费者在绝大部分订单中均可享受到24小时内发货的新体验，退货时亦可“一键免费上门取件”，且信用良好的用户退款可立即可到账。

“消费者需要什么，我们就补贴什么，就提供什么服务，这是我们的核心理念。”拼多多百亿补贴负责人表示。



李小军(右)在直播插秧。

美菜“承包”菜农滞销包菜

李晴

近日，“美菜SOS助农兴产全国采购计划”再行动，广东惠东县菜农石青天的近2万斤滞销包菜被美菜承包，以爱心助农价在“美菜”商城刚一上线，就被广深两地的餐饮商户“秒杀”。

作为“80后”新农人，石青天想要种菜的初心缘于给孩子吃辅食时，“菜市场买的蔬菜有的根本没有菜味儿，孩子不爱吃”。于是一年前，从事LED灯饰行业11年、从来没摸过锄头的石青天，与自己的合伙人在当地承包了20多亩本已荒芜的菜地，从“小白”开始一边学习、一边摸索、一边改进。

16亩包菜，是他规模化种植的第一次尝试。赶上收成好，销路却成了大问题。由于当地工厂大量外迁，预想中的工厂食堂的销路也断了；云南菜大量上市，对本地蔬菜销量造成冲击。正当石青天四处求助时，一位在武汉从事酒店业的朋友告诉他：“你联系‘美菜’问问，我们这边的餐厅都从‘美菜’进货，而且我知道他们是有帮助滞销农民的。”

接到石青天求助的次日，美菜广州员工就赶到包菜地进行现场评估。当天共采收近2万斤，分别发往美菜广州和深圳仓，以爱心助农价上线美菜商城，蔬菜未到仓即售罄。

除了石青天外，当地不少农户也为行情发愁，往往是“看看去年什么蔬菜行情好，今年就都种这个”，结果遭遇滞销问题。美菜正在帮助更多农户解决从种植端到销售端的问题，包括从每个季节热销品大数据分析到引导农户有计划地种植，并帮助他们在美菜平台开店。

美菜一直在探索助农新模式，2020年5月，“美菜SOS精准扶持全国采购计划”升级为“美菜SOS助农兴产全国采购计划”，本着“美菜助农、振兴乡村”的社会责任，在“农产品救急”的基础上，转向助农扶农，加强“汇爱扶弱、助农兴产”的企业行动。