

电商助农

古路村曾经“与世隔绝”，村民进出村子要“身怀绝技”，取个快递要去乡里，花大半天时间，如今——

邮政代办点开进“天梯彝寨”

□□ 农民日报·中国农网记者 韩啸

“6·18”的热乎劲儿刚过，记者跟着四川汉源县邮政局的车进了山：这段从汉源邮政局到永利乡古路村的路大概有100公里，需耗时3个多小时，一边是悬崖峭壁，一边是大渡河谷，头回来的人少不了几分忐忑。

面包车使尽了浑身解数才开进了村，邮政代办员向开强在院子里的藤椅上睡眼蒙眈——他家也是邮局开设的代办点，承接着快递分发到户的重任。老向伸着懒腰说：“我还得坐上800多米的索道，从一座山到另一座山，再走两公里才能到投放点。”

村民们业已习惯了老向的声音回荡在山谷：这一天，他在最后核查收件信息后，扯着嗓子喊，“李娟，你的包裹到咯！”

古路村位于雅安、乐山、凉山三地交界处，曾是个“与世隔绝”的彝族村落。过去数百年，村民们一直生活在海拔最高1800米的大渡河峡谷绝壁之上，靠着树藤在近乎90度的岩壁上攀登——为了进出村子他们各个“身怀绝技”。

直到2003年，政府出钱、村民出力，在绝壁上凿出了一条长约3公里、垂直高度近1000米的“骡马道”，古路村才有了和外界交流的“路”，前来走访的媒体人将这里描述为“天梯彝寨”。后来到了2018年，古路村的索道架通，邮局和“老向”们的快递业务才真正进了村，以前出山、进山的“骡马道”要走六七个小时，现在往返不到10分钟，有些村民还瞅准了时机搞起了民宿。村子里似乎拨云见日了，时代的微光终于撒了进来。

最近几年，村里像李娟这样的年轻人还学会了使用互联网。每逢“6·18”这样的网络促销活动，李娟总会淘点东西。今年买了烧烤炉、吊床等不少有趣的什物，因为来农家乐的客人都稀罕这些东西。久居深山的村民门也都和李娟一样，因为电商的到来感受到了互联网的便捷和快乐。

邮路通了 快递进村了

古路村北面、东面、南面均临绝壁深渊，



古路村村民李娟(左)和家人一起在网上挑选东西。

郝立艺 摄

西面背靠200余米高的放马坪，奔流不息的大渡河在南侧悬崖下蜿蜒东去。

过去，古路村的快递只送到永利乡邮政代办所，代办员骑摩托车去皇木镇把包裹取回，然后通知收件人。村民们下山、上山要花上大半天的时间，还得付几十元车费。所以快递对古路村民来说，怎么都“快不起来”。

2020年下半年，汉源邮政陆续对县下各条邮路进行优化，古路村村民向开强家中也开起了村邮站，快递终于直接进了村。据汉源县乌斯河镇马托村邮政代办员黄贵均介绍，2019年之前从汉源出发的干线邮车只到镇上，如今直接送到悬崖上的古路村，是绝对不敢想的事。

“以前站点的快递量很少，每天只收几个包裹，现在一天收件量有六七百件，寄件的也越来越多了。”黄贵均做邮政代办员已有十几年，他亲眼见证了农村电商的发展。到古路村的快递都在乌斯河镇马托村中转，黄贵均

每周一、三、五固定前往古路村送货，送到向开强家后，再由老向送到村民手中。

年逾60的向开强曾是古路村小学的教师，在当地颇有威望。退休后，他和老伴在家开起了民宿，每逢节假日都有不少游客前来体验“天梯彝寨”的险峻风景。去年汉源邮政选择将村邮站设在他家，他当上了邮政代办员，家里家外的事更多了。

“这两年村里的年轻人很喜欢网购，特别是家里有奶娃的，经常在网上买尿不湿、玩具，还有些在外打工的年轻人，也经常网购东西寄回来。”说起谁家的快递包裹多，向开强能列出来一长串名字，而他自己也学会了网购，家里的灯泡、水管都是网上拼的单。他还让女儿帮忙建了微信群，村里谁家来了包裹，他就在群里发个信息，村民可以自己安排时间取件，或按照约定把快递放在索道轿厢里，收件人在索道另一头取。但更多时候，是向开强自己坐着索道来去穿梭，把快递送到每

家每户。

古路索道对村民们免费开放，坐进里面向下望去，比绝大多数景区里更能感受到险峻和威严，峡谷里的劲风吹得轿厢轻微晃动，身下几百米的大渡河在谷地奋力奔涌。

“悬崖村”也有了“奥特曼”

“6·18”电商促销前后，古路村的快递比平时多一些。这天，向开强索道去古路村5组送货，有2个快递都是年轻妈妈李娟的。

正在做饭的李娟背着未满周岁的女儿，笑语盈盈：“辛苦你亲自来送哦，向老师。”

她接过包裹迫不及待地打开来看，在拼多多上买的50根带着木头手柄的烧烤铁签，还有“爆款”的电烤炉和吊床。他们家的民宿一到周末和节假日就住得满满当当，而大山里的烧烤几乎是每接客人的必选内容：“过去给客人们都是用炭火，但是夏天实在太热，所以就在网上买了一个电烤炉，没想到试了一下效果还挺好，这次就买了电烤炉和签子。”

“现在只要是法定节假日，营业额都可以达到1万多块，基本都是满房。”李娟说，她还计划在网上买一些酒店用的时尚床单、被套，把客房环境再提升一下。

“向老师，今天有没有我的包裹？”李娟的邻居张燕闻声凑了过来，她一个人带着4岁的儿子，老公在西昌打工，家里平时的吃穿用度很大一部分来自网购。

张燕向记者展示了她的订单页面，翻了好几屏都看不到头。“前阵子在網上给儿子买了一个奥特曼玩具，他喜欢得不得了，以前我们这边哪能买到呀。”

实际上，随着古路村邮路的畅通和电商的普及，村民们已不仅能在网上买到各类商品，土特产也多了些销售渠道。除了远近闻名的汉源花椒，古路村的大山核桃、自制腊肉很受客人们欢迎，尤其是一些来旅游过的客人一传十、十传百，纷纷通过微信下单。汉源县邮政负责人介绍，像“老向”这样的邮政代办点，在不远的将来很有可能就成了农货收购点，让老乡们的好产品顺着邮车来时的路，再奔赴全国各地。

中关村的风拂过古路村

韩啸

个‘村’的融合体，但眼前的‘村’里人流如织，如织人流对于远方的那个村无限旁顾——而且，这个‘村’里的多数人，其实来自另一个‘村’。”陈果凝视着如织的人流感慨不已。

为了重新认识中国和中国乡村，陈果再度来到古路村，开始了长达一年有余的深入调研，他用双脚和赤诚的心丈量这片土地，创作长篇报告文学《古路之路》，通过丰满的细节描述和质朴的笔法，勾画出古路村从扯着藤蔓攀岩有了木梯钢梯，再到有了骡马道和索道的嬗变历程，同时映射出国家在脱贫攻坚和乡村振兴的非凡足迹。该书一上市就引起不小轰动，成为四川省作协“万千百十工程”重点创作作品，更一举入围2020年“中国好书”榜单。

三年之后，让他没有想到的是，自己关于“两个村”的隐喻如此魔幻。古路村不仅“通了路”，摘掉了贫困的帽子，还像当年最早沐浴互联网春风的中关村一样，开启了新一轮的蜕变。

时至今日，发轫于中关村的中国互联网，正通过“下沉逻辑”进一步影响着整个中国社会的数字化演变，像古路村这样相对偏远的农村，正在尽情分享信息科技快速发展的硕果——以互联网为介质的文化生产、电子商

务、社交平台等正在深度嵌入中国大大小小的乡村，曾经遥不可及的“数字鸿沟”就像横断山脉与大流河间的沟壑一样，被“骡马道”和“索道”逐渐填平。

根据《数字中国发展报告(2020年)》显示，我国已经建成了全球规模最大的光纤网络和4G网络，全国行政村通4G比例超过98%。这意味着由历史原因造成的发展不均衡，导致的互联网“接入鸿沟”在我国已基本消弭。

同时，电子商务进农村综合示范已累计支持1338个县，实现对曾经832个国家级贫困县的全覆盖，我国农村网络零售额由2014年的1800亿元增长到2020年的1.79万亿元。互联网在广大农村不仅成为新的信息流通渠道，更在乡村振兴的框架下释放出磅礴力量。

比如，农村电商催生了新的产业形态，把农产品细碎单一的渠道对接广阔多元的大市场，并倒逼生产端推进标准化、品牌化的系统升级。“化整为零”的创业形式，不仅激活了滞留在村里的劳动力，更让见过世面的打工者、农二代返乡创业，“人”回来了，村子才有希望。农村电商也告别了乡镇企业时代“村村点火，户户冒烟”式的低水平工业，以零售和配套产业为主，并且在和周边环境友好相处的前提下，催生了不少废物再利用的典型案

例。由于把创业就业的门槛降到了最低，导致农村闲散劳动力减少，年轻人体现价值的机遇多了，自然带来了清朗和睦的乡风，现代企业管理中的思想组织观念，悄然融入传统道德秩序中。最后，农村电商的蓬勃兴起也让不少基层政府的工作有了方向，从夯实物流基础，到提供金融便利，从灵活办公用地，到培养电商人才。工作有了抓手，不少农村电商的创业者都成了乡村治理的排头兵。

像古路村一样，因为“邮路通”“网路通”，最后“商路通”的例子不胜枚举。截至目前，全国建设县级电商公共服务和物流配送中心2000多个，村级电商服务站超过13万个，示范地区快递乡镇覆盖率近100%。“互联网+”农产品出村进城工程试点已在110个县开展。“村村直接通邮”任务提前一年多完成。日前，农业农村部还与中国邮政集团签署战略合作协议，双方将围绕农产品流通、农村消费、农村公共服务供给、智慧农业建设、新型农业经营主体发展壮大、农村金融服务体系建设等六方面重点领域展开合作，实现优势互补、资源互通。

这些工作所造就的，是无数个“向开强”喜笑颜开的双眸和奔波忙碌的背影；那股曾经吹过中关村的暖风，也正拂过无数个“古路村”。

江苏赣榆：“小海鲜”直播撬动大产业

□□ 李秋雨

日活跃直播账号6000余个，年销售额过千万元，网红百余名，2020年全镇电商交易额65亿元……在江苏省连云港市赣榆区的黄海边上，有一座小镇在电商直播的浪潮中异军突起，探出一条“支部+电商+产业”的富民新路。

“今天推荐我们海边非常家常的小菜，特别地道的小海鲜——白蛤。非常鲜，壳薄肉嫩……”直播间里，皮肤黝黑的张延喜给粉丝们介绍说。

张延喜被村里人称作第一个“吃螃蟹的人”。出生在一个渔民家庭，他曾经靠出海捕鱼

为生，不仅收入不稳定，还冒着极大的生命危险。2016年左右，他尝试着将自己的渔村见闻和吃播视频传到网上，没想到慢慢火了起来。2018年，“三子海鲜”在某视频平台已拥有粉丝50多万人，销售额达1200万元。

海头镇是传统渔业大村，东临黄海，盛产各种海鲜。如何发挥好当地的渔业优势，带领村民致富，是村里一直思考的问题。借力电商直播，各村党委反应迅速。

连云港赣榆区海头镇海前村党总支书记周家新介绍：“一开始通过党员孵化，党员带头，最先成立了一个18人的电商党支部，然后由电商党支部牵头和这些村民、年轻人对接。”

在村里的鼓励带动下，越来越多的村民加入电商直播的队伍中。在村里的党群服务中心，几乎每天都有为村民们免费提供的特产讲解、直播培训课程等。快手大数据研究院发布的“快手上的幸福乡村”报告显示，2018年，快手上播放量前十乡镇中，赣榆区海头镇以播放量165亿次夺得冠军。“第一波的网红都是原生态的渔民，随着直播产业的发展，在外面打工、上班的，还有一部分大学生群体返乡创业。”周家新说。

电商产业的蓬勃发展也吸引了海鲜供应商王虎从南京回乡创业。“从2017年下半年到2020年，这段时间应该说是拿货最多的。通过电商，人均收入提升了好几个档次，而且形成了一种

效应，老百姓之间都在比谁家发货多，带着一种干劲去做。”王虎说。

2020年，海头镇电商交易额达65亿元，并直接带动约2万余名相关人员就业。为适应直播电商的快速发展，当地积极为电商产业降成本、优服务、增效益。提供共享厨房、共享直播间等免费场地，引进集产品批发、配送、销售等一体的电商直播全产业链服务链条。海头镇电商办工作人员、海前村党总支支部副书记许文洁表示：“我们正在做的就是规范发展，提供相应的基础设施，降低整个运营成本。我们快递的价格比别的地方要低。线下的物流，不久也会建立海鲜冷链物流中心，能满足日均20万件发货量。”

行业聚焦

□□ 王俊岭

云南多肉种植户的直播间3个小时就收到了5000多份订单；满载猕猴桃的卡车从陕西武功县密集发车；重庆山区某火锅商家一天销售额超10万元……今年“6·18”购物节开启后，西部地区特产销售火爆，受到广泛关注。

日前，中南财经政法大学数字经济研究院发布的《西部电商发展报告2021》显示：2020年，西部地区开设网店的创业者人数增幅首次超越其他地区并领跑全国；在物流上，2年内东西部地区包裹运送的平均时长缩短了16小时；云南、四川、陕西3个西部省份，位列全国“新农人”主播数量前十名行列。

报告提供的另一组数据显示，2020年，新“入淘”创业者同比增幅排名前十中，西部地区占据9席。其中，宁夏、云南、贵州、青海和甘肃位列全国前五。

具体来看，西部地区数字经济和数字乡村发展进入快车道主要有以下几方面原因：

一是西部地区基础设施和物流服务日益完善。随着西部大开发战略实施，特别是电商基础设施的建设，让西部偏远山区的优质农产品“出村进城”成为可能。同时，各个平台积极主动将战略重心向乡村倾斜，在数字化生产、数字化营销、数字化物流等方面做了大量工作。

二是农村人才回流成为新趋势。如今，手机成为“新农具”，直播成为“新农活”，数据成为“新农资”，越来越多农村青年选择返乡就业创业，带回了新技术、新理念和新思路，给乡村带来了生机和活力。特别是新冠肺炎疫情发生以来，农村劳动力返乡创业就业步伐加速。

三是“绿色发展”理念外溢效应正在显现。电商的发展，给贫困山区打开了通向外界的一扇窗。通过供应链的完善，好货好品卖个好价成为可能。广大消费者“吃得好、吃得健康、吃得新鲜”的需求，让西部山区里很多好商品有了更广阔的销售渠道。这一过程中，直播新业态的深入人心，政府部门的积极助推，让电商成为西部地区农民增收的重要平台。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林表示，以电商推动核心产业发展，正在成为西部地区弥合与中、东部地区发展差距的有效“钥匙”。同时，这也是西部地区乡村振兴的新动力源。盘和林认为，目前电商已经进入了“直播电商”阶段，特别是随着5G应用的普及，低时延、高清晰度成为提升买卖双方体验的重要方式，从而为西部地区电商乃至数字经济发展提供全新的空间。

“比如，很多人现在不用去农贸市场就能买到菜，这就是电商高效率与普惠性的体现。电商可以扩大产品销售范围，提升消费水平，带动固定资产投资，提高对外贸易水平，这对于西部地区乡村振兴以及避免‘空心化’有着特殊的价值。”盘和林预计，随着越来越多地区主动拥抱互联网，西部地区数字经济和数字乡村的发展将会走上更宽广的快车道。

安徽桐城：线上平台直连中小农户

□□ 洪放

“不需要自己跑路，家门口就有人来收货，省事方便。”近日，在安徽省桐城市金神镇杨塘村，村民鲍时健用2斤山芋粉丝、2斤萝卜干、28个土鸡蛋，就在杨塘超市门口换得现金56元。

自从杨塘超市接入了电子商务进农村综合服点，村民可以将自家的农产品在服点直接销售。

“收上来的时蔬、干货、土鸡蛋等，我们会第一时间通过线上与线下渠道进行分销，让城里人吃到地地道道的农家菜。”村级服务站的承办企业安徽农夫商城电子商务有限公司总经理叶伍介绍，作为本土电商企业，公司投资了1200万元自主研发网购平台，打造“公司+农户+O2O平台+物流配送”线上销售体系，推动桐城当地小农户对接大市场。

近年来，桐城市大力发展农村电商产业，印发了《电子商务进农村实施办法》等文件，推动农村电商加速发展。日前，该市因“推进农产品流通现代化、积极发展农村电商和产销对接成效明显”，获得国务院督查激励。

2015年，桐城电商公共服务中心上线运营，引进第三方公司建立全省首个线上电商公共服务平台，全方位提供咨询、培训、设计、运营服务，为培育本土电商主体创造有利条件。依托本地良好的产业基础，引进京东、苏宁易购等知名电商平台，并精心打造电商特色馆，通过线上线下相结合的方式，集中展示推介桐城特色农产品。



近年来，贵州省遵义市聚焦农业特色优势产业，采取“党支部+农民专业合作社+电商+群众”方式，通过将农产品产销对接智慧云平台，提供生产信息、销售渠道、订单需求等服务，并组织党员干部开展网上直播带货活动。因为桐梓县黄莲乡基层党员在电商主播间推介娄山方竹笋等土特产品。 李燕 赵先志 摄