

电商助农

山东莱西发展农产品电商助力产业发展、乡村振兴——

果蔬上了网 销路不犯愁

□□ 魏康 农民日报·中国农网记者 郝凌峰

“上半年,我们线上销售西红柿、甜瓜等120余万斤,销售额达到900余万元。”山东青岛鲜鲜可多有机果蔬专业合作社总经理邢龙江提起电商销售带来的变化兴奋地说道,“就连下半年的销售业绩我们也信心十足,拿秋月梨来说,一般得等到9月初才上市,借助电商平台8月下旬预售量就已经超过70万斤,销售量预计能比去年翻一番,达到300万斤。”

在莱西,像鲜可多这样走上电商销售之路的果蔬合作社不断涌现,青岛美农商贸有限公司、青岛壹斗粮食品有限公司、青岛东良黑花生专业合作社等一大批优秀农产品企业“触网”转型。

“果蔬”上了网,再也不用担心销路,价格也比以往高出一大截。拿西红柿来说,线上销售平均比商顺收购高0.6-1元,这一季就能增收4000元。”莱西市日庄镇东朱毛村民冯鹏说。

目前,莱西“田间地头”活跃着30家农产品电商企业,预计2021年农产品线上销售额将达5亿元;农产品电商正在成为推动莱西农业产业发展、乡村振兴的重要驱动力。

返乡创业 特色农产品“云端”畅销

除生鲜农产品外,莱西特色食品、传统手工艺品同样得以插上电商“翅膀”,跨越市场信息鸿沟,打破时空限制,飞向全国各地。

“这是第167包,加快时间,争取赶上11点的那班快递车……”8月30日,在莱西市七星河新村东龙湾庄自然村,史维享正有条不紊地将东家传统面食——玉米饼子打包,晾干、装箱、加冰、封口、装车一气呵成。另一边,工人手工制作的玉米饼子刚出锅,热气腾腾,等待新一轮的包装发货。

“现在,我们只做网上订单,线下的订单根本不敢接,忙不过来。夏天是淡季,每天订单都在100单左右。”史维享笑着说,“这几天秋高气爽销量增多,旺季提前来临。先发走这200单,傍晚再发100单。”

32岁的史维享在大学里学习的是网站开发专业,毕业后先后在青岛、济南等地从事电商平台运营工作,积累了丰富的电商营销经验。“这几年家乡的创业环境有了很大的提升,我就想用自己积累的经验,把家乡的特色美食推广出去,也为家乡的发展出一份力。”2020年,史维享和对象回到家乡莱西市创建起燕享轻食食品店,尝试用传统手工方法制作起东家传统面食玉米饼子,并“主攻”线上



史维享正在码放整理玉米饼子等待发货。

王灏 摄

销售,开启自主创业之路。“山东玉米饼子是比较出名的,吃起来清香,容易消化,营养又低脂,是非常健康的主食。”史维享介绍,为保证质量,他亲自到农户家中收取新鲜玉米,将玉米粒中的杂质挑拣干净,确保100%玉米制作玉米面。在电商销售模式拉动之下,史维享带动起周边村民为他专供玉米。

“旺季每天的订单都在300单左右,最多可达400单,碰上节庆销售量会更大。”史维享说,他开发制作的玉米饼子,除西藏、新疆、青海等偏远地区外,其他省市都有销售,销售额在70万元以上。

像玉米饼子一样,借助于电商销售渠道,“马连庄甜瓜”“店埠胡萝卜”“东大寨苹果”等一批莱西市名优农产品直供全国各大商超,送上普通市民的餐桌。

“邮快合作” 打通快递进村“最后一公里”

电商销售渠道打通后,物品寄取便成为了限制农产品电商销售的“瓶颈”。对此,莱西市创新打造“邮快合作”模式,将邮政成熟的末端流通体系与大型快递公司完善的管理标准相结合,实现优势互补,打通快递进村“最初一公里”和“最后一公里”。

日前,交通运输部办公厅公布了第二批35个农村物流服务品牌,莱西市“共享平台+邮政快递”作为青岛唯一项目入选,成为山东

省三个人选项目之一。“寄取快递方便多了,再也不用往返15多里路到镇上寄取了。”在莱西市河头店镇镇村级邮快合作服务点,清河新村党委书记姜龙提起邮政结合带来的便利:“邮政投递人员一天到服务站三趟,往外批量发出的农副产品,只要一个电话,邮政工作人员当天就过来打包寄递发出了。”

农村电商的蓬勃发展对农村物流体系建设和农村快递基础设施以及寄递服务水平提出了更高要求,但由于物流基础设施不全等原因,以往农村快递只能配送至镇级,农村群众需到镇级中转站收发快递,十分不便。

为此,莱西市积极响应国家“电商、快递进农村”政策,在青岛市率先启动“邮快合作”项目,通过试点先行、逐步推开的方式,打造市、镇、村三级物流体系,形成“一县一仓配、一乡一中心、一村一站点”的农村电子商务物流服务体系。

“通过‘三通一达’等6家快递公司合作,2020年莱西邮政公司农村收件量增幅超过20%。”莱西市邮政分公司总经理孙逊介绍,截至目前,莱西市已在河头店镇、院上镇两个镇170个自然村成功试点,建成并投入使用市级物流集散中心1处、镇级邮快合作处理中心2处、村级邮快合作服务站160处。

在青岛市新农村建设典型样板社区龙泉湖新村,由河头店镇政府提供的400平方米邮快网点,现已升级打造成全省首家镇级“渠道平台转型+邮快合作”综合示范点,形成“网

点+邮快处理中心+示范点+服务站点”同心圆模式。自运营以来,日均收发快递约200件,每日到访客户不低于200人次,为示范点运营提供了稳固的线下客源保证。

为进一步打通农产品销路,莱西市组织邮政莱西分公司、邮储银行联合成立“助农联盟”,搭建线上线下展示展销平台,通过线上电商平台开展“网红带货”“专题直播”等活动,直播卖出的货物利用线下寄递渠道,破解农产品进城销售瓶颈,并提供农产品绿色包装解决方案、乡村农产品上行物流解决方案和电商平台解决方案等服务。目前,莱西市已发展“助农联盟”会员单位10多家,销售当地特色农产品30多种,实现销售额过百万元。

从业人员逾3万人 电商企业达800余家

电脑旁打字声不绝于耳,客服电话铃声此起彼伏,线上订单不断从打印机“吐”出……走进位于莱西市上海路的天猫电子商务有限公司办公楼,一派繁忙景象。

“每天都是如此,我们的产品涵盖了豆浆机、电压力煲、电磁炉等8大系列200余个型号。去年销售额突破2.1亿元,今年上半年销售额也已经达到7000余万元。”天天购业务经理李阳笑道。

不仅农村电商蓬勃发展,莱西电商的异军突起还表现在各行各业。截至目前,莱西市拥有淘宝店铺达9000余家,电商从业人员逾3万人,电商企业已达800余家,年线上销售额过千万元以上的企业达50余家;1-6月份,电商网络零售额达28亿元,同比增长49.2%。依托地理、资源、产业优势,莱西市积极配套相关政策,促进各领域电子商务应用,电商正成为莱西经济增长的新亮点。

针对“宅经济”全面爆发后的新特点、新变化,新模式,莱西市出台《关于支持直播行业发展促进电子商务新业态的奖励政策》,进一步推动互联网、大数据、人工智能与实体经济深度融合。通过引进跨境电商企业本地化服务中心,已有85家传统外贸企业入驻,预计今年将入驻各类跨境电商企业8家,年实现跨境电商贸易额5亿元。

同时,莱西市抢抓“双莱一体化”战略机遇,建立“双莱跨境电商产业园”,鼓励、引导更多的本地传统企业入驻跨境电商平台,加快企业线上线下转换,进一步提升跨境电商贸易额。而在莱西经济开发区全媒体产业园,集聚效应也已初步显现,入驻唐皇网络科技有限公司等电商企业20家,国内优质电商平台陆续接入入驻。

□□ 蒋颖

百香果引领北流电商“破圈”发展

广西北流市有百香果之乡的美誉,当地已有30多年种植百香果的历史。在农产品电商快速发展的浪潮中,百香果从名不见经传的地方特色产品,到广受全国消费者青睐的“网红水果”,不过数年,已成了带领北流及周边地区农民奔小康的“致富果”。近年来,北流电商积极求变,从单纯的百香果电商向多品类、多业态转变,形成了快速发展、主动破圈的局面。

北流市东云农业投资有限公司是国内百香果产业龙头企业,目前每天销售百香果鲜果6万斤以上,2020年销售额超1.8亿元。在北流,有一批类似于东云果业有限公司的年销售额超亿元的电商企业,他们将百香果线上销售的成功模式拓展到其他农副产品品类,极大丰富了北流农产品电商的产业生态。

以北流寻味君农业有限公司为例,整合各地供应链资源实现原产地发货,建立了北流分拣仓储中心、南宁分拣仓储中心、云南分拣仓储中心等,基于电商平台资源,营业额超过2亿元。目前,该企业电商店铺产品达到200余种,销售范围覆盖全国。

北流电商还通过直播直播带货的形式销售各地农产品,获得社会及经济效益的双丰收。北流市大石文化传媒有限公司是一家集运营、推广、销售为一体的新媒体企业,从2018年6月至7月助力百色田东县销售芒果30万斤起,该公司主播直播带货不断创造销售佳绩,湖南花垣县十八洞猕猴桃、龙胜县扶贫产品罗汉果、融安县滑皮金橘等大批农产品经不断直播推广,销售额达数十万斤计。今年以来通过直播带货方式,该公司1-4月销售沃柑62万斤,4月份销售茂谷柑11.8万斤,5月份销售海南芒果18.5万斤,6月份销售广西芒果,每天达到几千单以上。

同时,北流市以电子商务进农村综合示范县建设为抓手,积极探索“电商+特色产业+乡村振兴”的发展模式。2020年3月,北流市政府工作人员化身“主播”,为北流特色产品代言,直播活动接单3万多个,销售芭乐30多万斤,销售金额累计103万元。芭乐的收购价格由“直播带货”活动前的每公斤1.6元涨到每公斤3元。

目前,北流市正在大力推进广西(北流)轻工产业园智慧物流园项目建设,物流园总投资约60亿元,主要定位为保税物流、工业供应链物流、农产品物流、快递及电商物流等四大物流产业组团发展。2021年8月,广西正式批复同意玉林市申报设立玉林保税物流中心(B型),选址也在广西(北流)轻工产业园内。该产业园将打造广西玉林保税物流中心、桂东物流分拨中心、冷链物流集散中心,联通桂东粤西物流。

在多方努力下,今年1-6月北流市网络零售额达64828.9万元,其中农产品网络零售额达4173.5万元,在广西58个电商示范县中排名第一。

第48次《中国互联网络发展状况统计报告》在京发布

日前,中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布第48次《中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《报告》)。《报告》指出,截至2021年6月,我国网民规模为10.11亿,互联网普及率达71.6%。其中,农村网民规模为2.97亿,较2020年3月增长5471万;农村地区互联网普及率为59.2%,较2020年12月提升3.3个百分点,城乡互联网普及率进一步缩小至19.1个百分点。

《报告》提到,目前行政村光纤和4G的比例均超过了99%,农村和城市“同网同速”,城乡数字鸿沟明显缩小,年底有望实现未通宽带行政村动态清零。随着数字化应用日趋完善,广袤的下沉市场逐步享受到数字化带来的便利和实惠。截至2021年6月,农产品网络零售规模达2088.2亿元,全国乡镇快递网点覆盖率达到98%,有效打通了农村消费升级和农产品上行的末梢循环。

《报告》指出,2021年上半年,农业、工业、服务业三大产业数字化转型持续深入推进。在农业领域体现为智慧农业应用水平提升。物联网、人工智能、5G等技术加速与农业生产深度融合,无人拖拉机、无人抛秧机、“5G+智能大棚”等智能设备推动了农业生产养殖过程的精准感知和智能决策,助力农业从信息化走向标准化和智能化。

据悉,《中国互联网络发展状况统计报告》始于1997年11月,是由中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的最权威的互联网发展数据的报告之一,截至目前已发布《报告》48次。

农民日报·中国农网记者 王莹

山西晋城 原产地农产品官方电商平台上线

日前,山西晋城原产地农产品官方电商平台正式上线,当地“互联网+现代农业”迈出新步伐。

近年来,晋城市持续深化“特”“优”战略,实施现代农业产业园“百园创建”工程,布局六大特色产业提质增效工程,推动八大精深加工产业集群,现代农业发展全面加速。特别是在农产品销售端的持续发力、创新路径,带动了农业全产业链条提质增效。

去年,晋城市在线下开启“晋材晋用”进商超,搭建起了本地特色农产品专柜展销平台;线上举办两次大型网络直播带货活动,让全市农产品在全国范围内赢得广泛好评。此次电商平台的上线是该市利用数字经济在农业领域的生动实践,在“互联网+现代农业”迈出的崭新一步,对拓宽该市农产品销售渠道,带动农业产业升级,促进农户连接市场、实现农民持续增收具有重要意义。

山西龙谷仓粮油科技股份有限公司相关负责人介绍,作为原产地农产品官方电商平台的试运营企业,他们分别在天猫开设“晋城原产地商品官方旗舰店”,作为农产品推广的综合阵地,打造了晋城农产品线上名片;在京东开设“中国特产·晋城农特产馆”,打造晋城线上精品网店;在拼多多开设“山西晋城农产品特产馆”,为质量好、价格优的农产品打开销路。同时,在淘宝直播、抖音等平台开设直播间,以直播、短视频等形式宣传本土特色农产品,让更多的、不同群体的消费者了解晋城农产品,选购晋城农产品、爱上晋城农产品。

下一步该市将以良好的产品品质筑牢平台基础,以有效的管理运行发挥平台优势,不断扩大产品市场份额,真正把丰富的农产品资源转化为市场价值、产业效益,切实带动农业产业转型升级,促进农民增收致富。

郑璐 王婷婷

地方实践



8月31日,在安徽庐江县同山镇魏湾村同惠葡萄种植家庭农场的精品葡萄园,农场主刘意山和他的妻子董照云正在用手机进行网络直播销售葡萄。

近年来,同惠葡萄种植家庭农场在魏湾村先后流转80亩土地,种植阳光玫瑰、醉金香、夏黑等10余个高端葡萄品种。为了打开销路,刘意山、董照云也试着通过直播的形式,从年初开始,就将大棚内葡萄生产的全过程实时展现出来,让大家了解产品的品质。据了解,今年该农场葡萄产量预计达160吨,可实现销售收入50余万元。

赵德斌 摄

山东轻工职业学院立足本职挖掘电商教育潜能——

踏准数字经济节拍 服务乡村产业发展

近年来,山东轻工职业学院充分利用专业优势,通过联合培育电商人才,助力农产品线上销售,根据乡村电商产业链需求,培养了一批德才兼备高素质复合型、应用型电子商务技术技能人才,为乡村振兴贡献力量。

对接地方农产品产业链,精准打造特色高教教育。2019年7月,学校以校企共建的方式参与建设了京东(中国)特产·淄博馆,今年4月,又成立“农村电商校内实践基地”,将专业教学与农产品上行紧密结合起来,探索边教学、边助推农产品上行的运营模式。师生联合企业人员,深入挖掘淄博地区猕猴桃、苹果、地瓜等农副产品产品,共同整合78个品牌、447款产品在淄博馆上线,月销售额50余万元,使职业教育有效融入产业经济专业升级、创新发展的各个环节和体系建设,增强了服务乡村振兴的能力。

电商直播赋能乡村振兴,线上农产品成了“香饽饽”。去年上半年,承办“淄博在崛起·鲁力助农”系列农产品推广网络公益直播活动,先后在淄川、博山、周村等区县开展,活动对淄博原产地农产品进行了有力推广,使普通的农产品成了抢手的“香饽饽”。直播活动上,地方领

导走进直播间化身“主播”进行带货,为当地特色农产品代言。此后又在周村区举办了第三场直播。三场直播观看人数达200万人,店铺访问量人数超过10万人,点赞数50多万次,成交金额40余万元,周村烧饼库存被订购一空。2020年春节前夕,学校又通过7天送福直播带货活动,成功为沂源县石桥镇错石村的农民们销售地瓜1.8万斤,将村民积压的库存全部销售一空。今年5月帮助沂源县下黄安村销售滞销苹果,每天一场公益直播,为沂源红苹果打开了线上销售市场。

开展电商助农培训,服务乡村人才振兴。2019年以来,学校充分发挥自身优势,开展电商助农培训,累计培训农村电商从业人员260人,开展创业孵化培训125人次。今年5月,举办了“淄川区第一届短视频+电商精英培训班”,培训采用理论讲授、案例分析与现场教学相结合的方式,设置了乡村背景下的乡村旅游、电商助力农产品品牌打造、微视频制作技巧等专题课程,同时组织学员进行现场直播观摩与交流,为学员们普及了新理论和新政策,提升了农村党员干部等振兴乡村的素质和技能。公昆 巩向玮

为梅州柚下山上市加“邮”助力

□□ 陈国红 农民日报·中国农网记者 高文

9月2日上午,中国邮政集团公司梅州市分公司围绕“擦亮梅州柚品牌,邮政助力走全国”举办丰富多彩的金柚营销宣传活动。活动紧扣邮政文化、服务、渠道、市场、客户为主线,举办了“梅州柚主题邮局”开业典礼;“电商杯”梅州柚直播带货挑战赛暨线上线下展销;梅州柚专班邮车发车仪式;直播带货助力乡村振兴干货分享等异彩纷呈的金柚营销宣传。

广东省梅州市是全国闻名的“金柚之乡”“蜜柚之乡”,优良的气候条件让梅州成为柚子生长的绝佳之地。目前,全市柚果种植面积达

到62万亩,位居全省第一,“好山好水出好柚·广东梅州柚”品牌已逐步深入人心。近年来,梅州邮政分公司响应梅州市委市政府乡村振兴的号召,利用“资金流、信息流、实物流”三流为一体优势,积极投身到梅州农村电商、乡村振兴等各项惠农合作项目的建设,积极开展“工业品下乡、农产品进城”活动推进,加快金融创新,丰富信贷产品,创新销售形式,着力解决农民“融资难、寄递难、销售难”问题,利用邮乐购网、联动采购等,拓展销售渠道,线上线下销售,充分发挥企业资源,从宣传、销售、寄递、金融等方面深度融合,积极投身到“梅州柚”产业的惠农事业中,打通服务柚农柚商的“最后100米”,全力推

动“梅州柚”发展步入快车道。

在“梅州柚主题邮局”开业典礼上,梅州市分公司党委书记、总经理吴纪伟表示,“梅州柚主题邮局”是全国首家以“柚”为特色的主题邮局,是集展示、宣传、销售、寄递、文创于一体的多功能邮政营业厅,是梅州市邮政分公司为助力打造“梅州柚”特色农产品宣传,服务政府乡村振兴战略的发展,推进邮政惠农合作项目而成立的。将依托主题邮局,充分发挥邮政企业资源优势,为打造“好山好水出好柚·广东梅州柚”品牌增添亮色。

梅州市文化旅游投资开发有限公司副总经理刘宇指出,梅州邮政搭建电商营销平台,

通过线上展示线下寄递梅州金柚的全新营销模式,并诚邀国企和社会分销文旅行业加盟活动的开展,呈现出梅州邮政开放、创新的合作担当,在服务梅州乡村振兴,助推梅州金柚市场品牌,增加柚农收入,稳固扶贫成果意义深远、作用很大。

据悉,今年,梅州邮政在传统宣传销售模式基础上,尝试开展梅州柚直播带货挑战赛,以电商直播带货、网红拉动销售的方式,通过营销一体化,提高“梅州柚”的品牌声量以及产品销量,助力梅州柚走向千家万户。此外,为保证梅州柚“走出去”,梅州邮政还提供了畅通的物流服务和优惠的运费政策,助力农民增收。