

电商助农

红了樱桃 富了农户

——四川德昌特色农货借力电商平台丰产又增收

□□ 农民日报·中国农网见习记者 欧阳靖雯

四月的德昌天高云淡，红似玛瑙的樱桃漫山遍野。又是一个丰收季，农户们忙里忙外，上下山的路都被一辆辆满载水果的货车挤满，车流不息，似乎没有歇下来的时候。

“我们村里家家户户都种樱桃，前年才卖三四块一斤，去年最高的时候卖到了20多，涨了好几倍，今年竞争激烈，上市价也卖到了15块左右。”说起本地小樱桃这两年迎来的变化，农户王长友喜不自禁。

王长友家住四川省凉山彝族自治州德昌县德州镇角半村，村子是闻名遐迩的“樱桃之乡”，主要种植中华樱桃。但过去受交通不便，包装运输难度大、品牌知名度低等因素限制，村里的樱桃难逃“丰产难增收”的怪圈。

伴随电商进村，德昌县以樱桃为代表的特色水果打通了线上通道，不仅走出川蜀，远销全国各大城市，产地价也实现了数倍增长，极大提升了农户种植积极性，使水果产业成为当地真正的富农优势产业。电商也无形中提升了德昌特产的知名度和美誉度，使得昔日“穷山沟”变身知名的电商村。

从“卖不上价”到不愁卖

王长友告诉记者，他家自20世纪90年代开始种樱桃，一直卖不上好价钱，3年前，还只卖几块钱一斤，最差时甚至卖过2块、3块，与国外车厘子的价格相差甚远。

王长友的邻居李远刚证实了他的说法。这位出生于1986年的青年对樱桃的种植和销售情况了解得更全面。他介绍说，2019年之前，角半村的樱桃主要由来自西昌、成都等地的商贩收购，平均售价在5-7元左右。如果家里有几亩樱桃地，一年收入也就是几千元，扣除采摘、肥料成本后所剩无多。因此，过去村民对于樱桃树没什么管理热情，许多年轻人外出打工，樱桃价低的年份，甚至干脆让樱桃烂在地里。

交通问题曾长期制约德昌樱桃产业发展。位于大凉山深处的德昌，近些年才因京昆高速和108国道的开通由“天堑变



樱桃上市季节，四川德昌县角半村村民们迎来丰收，产地价高达15元一斤。

吴小川 摄

严品控、高标准、保质量

开网店的第一年，赖建峰就选定了自己的目标——只卖高品质的水果。他向果农提出的要求是，只收购品质最好的那一批果子，同时他出的价格也比普通线下收购商和其他电商更高。

“村里的人都知道他们收货要求高，但还是争先恐后的愿意卖给他，而且也开始更积极主动施肥和打理自家的樱桃树了。”王长友举例说，比如樱桃，从选品看，他要求颗粒大、饱满、无坏果，8-9分熟；采摘时间上，他只收上午11点以前采摘的鲜果，因为经过中午阳光照射以后果实变软，容易破损，很难保证送到消费者手中时的品质。

尽管要求高，但角半村的村民仍然愿意早上五六点就打着手电筒出门采摘，用摩托车或手提，把自家樱桃送到赖建峰设在村内的收购点，当面验货。

在包装和运输上，赖建峰也颇为讲究。由于樱桃更为娇嫩，他取吸过去卖杨梅的发货经验，采用了真空包装，配以冰袋保鲜。物流则与顺丰合作，保障运输时效。

赖建峰目标清晰，要严格做好品控，宁愿少“爆”一点量，少卖几单，也要全方位保障消费者拿到高品质樱桃。

材料，按照教程边学习边琢磨，心灵手巧的她很快就掌握了编制技术。

于是，每天早上5点，直播准时开始，一部手机、几捆麻绳就是梁真真的直播工具。因为她的作品全是纯手工制作，绿色环保，古朴自然，款式时尚还总能加入现代创意，充满设计感，博得了大量粉丝的喜爱，越来越多的在网上购买她的编织品和材料，梁真真也成了当地有名的“编制网红”。不到一年的时间，她就收获了3.8万粉丝的青睐。

在周怡的鼓励下，梁真真一边带孩子，一边开辟起网上“责任田”。她从网上买来

“樱桃是各种水果中，线上销售综合难度比较高的，如果樱桃做得好，其他品类也就不成问题了。”赖建峰说，过去他做过种植户，那时主要靠线下收购商上门收购再层层分销，转型成为电商人后，他开始直接了解消费者的需求，能更好地向种植户传达信息，帮助消费者选择合适的产品。

得益于环环相扣的品质把控，赖建峰在电商平台上的销量逐年递增。他的店铺“傑珍特产”专售德昌土特产，目前上架的水果包括樱桃、枇杷、桑葚等，累计销售量突破10万单，曾多次入围“枇杷畅销榜”“樱桃畅销榜”等拼多多榜单。

“穷山沟”蜕变新电商村

对于赖建峰这样的电商新农人来说，做电商是幸福的。“过去做种植，我只能凭一个人、一户人的力量来种出好水果，现在有了电商平台，我可以帮助更多的种植户把家乡的好水果推介给全国的消费者。”赖建峰说。

在赖建峰的家乡角半村，已有约六分之一的樱桃成规模地通过电商平台销售出去。像赖建峰这样的传统果农转型而来的新电商农人越来越多。每年4月，当地农户会通过社交平台发布视频和照片进行点对点销售，参与到电商环节的采摘、分拣、打包的村民，在农忙时节还有不少额外收入。

这背后是德昌多年来对电商发展的持续扶持和鼓励，2021年德昌县入选商务部“2021年电子商务进农村综合示范县”名单。

据德昌县商务经济合作和外事局副局长李沛介绍，自2015年以来，德昌县持续推动电子商务进农村，动员农户在网上销售地方特色农产品，开展电商购销业务，目前德昌县已建立覆盖全县乡镇的80多个电子商务站，县级的电子商务产业聚集区，已配套了涵盖企业孵化、培训指导、产品展示、产品分拣等功能的服务体系。

数据显示，2021年德昌县地区生产总值86.1亿元，电商平台的交易额则达到7.5亿元，占比接近9%，电商已经成为拉动地方经济的重要力量。

地方实践

贵州遵义市红花岗区

线上销售促进林下经济发展

□□ 金轩

初春时节，林间草木滴翠。行走在贵州省遵义市红花岗区金鼎山镇板桥村的密林深处，一只只正在追逐觅食的绿壳蛋鸡打破了林间的静谧。

“我们的蛋鸡都是‘散养’的，也就是大家口中的‘跑山鸡’。吃的是林中虫草，吸的是林中空气，所以产出的鸡蛋品质很高，营养价值也很丰富，很受市场欢迎。”提到自家的绿壳鸡蛋，遵义市业源种养殖专业合作社负责人汪明先自信满满。

据了解，汪明先是板桥村最早一批发展绿壳蛋鸡产业的养殖大户之一，共育有绿壳蛋鸡4万羽，日产蛋量可达2万余枚，产值超3.5万元，已基本覆盖本地市场，并通过电商平台等渠道远销广东、上海、深圳等城市。

如今，绿壳蛋鸡养殖产业已经成为板桥村的支柱产业之一，全村养殖规模已突破5万羽，带动群众年增收1万元以上。

“目前，我们已经申请注册了‘恋板桥’商标，正在筹备成立蛋鸡养殖协会，

下一步将由村党组织牵头，实行统一品牌、统一饲料、统一技术、统一销售、统一防疫的‘五统一’管理方式，力争2022年将全村养殖规模扩大到10万羽，进一步壮大集体经济，带动村民致富增收！”板桥村党支部书记罗绍洪介绍道。

“发展林下经济，能充分利用林下空间和林下资源，增加林业附加值，促进林业可持续发展。”红花岗区林业局相关负责人说，近年来，红花岗区立足区位林情实际，着力于提高林业资源利用率，积极发展林下种植食用菌、中药材和林下养殖。

据统计，2021年红花岗区完成林下种植面积400余亩，产值500余万元。完成林下养殖面积2900余亩，产值1100余万元。

“接下来，我们将以党建引领定方向、深度融合促发展，深挖林地发展潜力，借‘林’发力，做足‘林’文章，切实把林下经济作为纵深推进农村产业革命的重要突破口，打造以林下养鸡、养蜂、食用菌、中药材为重点的红花岗区林下经济名片，推进林下经济高质量发展。”红花岗区林业局相关负责人说。

甘肃陇南

电商不仅卖产品还卖风景

□□ 王小元

在陇南，电商不仅是卖产品，还卖风景、传文化、讲政策，“人人是主播、万物皆可播”的电商氛围正在形成。

陇南从2013年开始发展电商，致力于将9600余款优质农产品通过电商带出大山。2021年陇南农产品电商销售额达50多亿元，电商对农民、农村居民可支配收入的贡献额达1000多亿元。

聚焦优势产业，发展体验电商。近年来短视频社交属性越发迅猛。2021年短视频用户规模达到了9.34亿人，使用率达90.5%，对此陇南市聚焦优势产业，连续举办了陇南电商短视频直播大赛，“一起去陇南”全网播放量已经超过了22亿。今年，陇南市将准备第五次举办全国性的短视频大赛。

培育本地主播，鼓励跨境贸易。陇南今年出台了关于加快推进电子商务高质量发展的意见，以政策扶持为抓手，培

育千万级，百万级和十万级以上粉丝带货主播和两万家常态化运营网店。鼓励电商企业开展跨境贸易，吸收本地的电商企业，还有传统商贸企业，打造一站式购物应用平台。

加强数据应用，推动数商兴农。陇南市也通过建设1+9电商数据采集分析应用系统，打通行业部门之间的数据壁垒，将生产、仓储、营销、配送、追溯等各个环节数据资源进行了长期的沉淀。经分析后已经应用到了各个环节，指导了企业合作社以及其他部门进行精准实测和降本增效。

深化项目实施，探索寄递新模式。为解决村级服务站点人员少、存活难问题，陇南市积极探索及配备了村级公益性岗位，为解决人的问题，还整合了邮政、供销、金融以及同城配送等站点的功能，确保了项目实施后乡村站点能够常态化的开展服务。同时，陇南市也及时地总结配送经验，探索陇南农村地区服务的新模式。

浙江天台

村播联盟为农货注入“云”动力

□□ 庞暮蓉

“我身后，就是主打亲子游乐主题的岩溪谷乐园，被许多游客朋友称为童话圣地。有羊驼、骆驼、小鹿、小天鹅……”一走进浙江省天台县平桥镇岩溪村，就看见村党总支书记王林辉在直播镜头前笑脸盈盈地分享着自家小山村的又一个网红打卡地。

今年以来，浙江省天台县平桥镇探索推行“党建+互联网+村播”模式，依托“红色YI站”党建联盟成立“村播联盟工作室”，700余名党员干部深入挖掘联盟内的特色产业，以“卖特产、卖民宿、卖山水”为重点打造“一片一品”的村播IP，助推乡村振兴高质量发展。目前已陆续开展了“主播邀您品两天平桥味道”“向往·锦绣溪溪”“古韵·张思三日游”等系列活动，各联盟党组织书记和党员干部都亲自上阵为片区特色产业代言，直播带货效应持续放大。

“刚开始做直播超级紧张，眼睛都不知道往哪里看，是主播老师引导我去正视镜头，把村里的特色亮点讲给观众听。”王林辉想起自己第一次直播时被网友调侃的经历哭笑不得，不过直播带来的效益也是让他心满意足，“开业当天上午直播间最多的时候有涌入数千名观众，下午游客助力明显增多，一天的收益能有上万元，大家都戏称这是山村版的‘迪士尼’。”

邀请网红主播助力带货，不如立足乡村，引导大家做自己产品的“代言人”。该镇集聚党员和乡贤力量，挖掘有一定流量经验的青年电商主播加入“农民主播造星”培训班担任老师，采用线上+线下“5+3”的授课模式分片区进行指导，其中5天为“实境课堂”理论学习，3天为电商网红达人“一对一”实战训练、分享成功经验，让学员全面掌握“短视频直播”“社交电商”等新型销售模式。

为积极培育“村播联盟”助农新业态，平桥镇党委政府引导互联网企业和快递物流公司等两新组织变身“共同富裕合伙人”，以“一对一”“多对一”的方式结对工作室，在直播间运营、产品销售、物流保障等方面提供帮扶，打通农产品等线上销售新渠道，为“示范窗口”建设增添了更多的农味元素。



山东冠县烟庄街道依托地理位置和资源优势，在加快发展主导产业的同时，创新“互联网+”思维，充分发挥电商产业优势，将电子商务作为优势产业进行重点打造，不遗余力支持、配合、服务、推进农村电商工作，助力乡村振兴和县域经济高质量发展。图为烟庄街道良友蔬菜直播人员正在通过直播销售水果黄瓜，平均每日线上销售已突破3000公斤。

宗书蕾 摄

新电商·新农人

梁真真：“织女”做电商不卖产品卖技术

□□ 杨艳旭 江帆

一捆麻绳、几片碎布、几个废弃不用的盒子，在她手里，不大一会儿功夫，就变成了漂亮时尚的餐巾盒、首饰盒等工艺品……4月17日凌晨，河南省宝丰县张八桥镇没梁庙村村民梁真真坐在直播间里，向全国各地爱好手工编织的网友展示着她的“魔法”。“这部手机，现在已经成了俺第二块‘责任田’！”梁真真打趣地说。

今年35岁的梁真真，大学毕业后卖过

行业聚焦

《2022中国农产品电商发展报告》发布——

转型与创新成发展新热点

□□ 农民日报·中国农网见习记者 欧阳靖雯

近日，由中国食品(农产品)安全电商研究院、中央财经大学中国企业研究中心主办的2022中国农产品电商高层研讨会在线上举办。来自行业主管部门、高校、县域电商管理部门及产业企业的专家围绕疫情防控常态化背景下农产品电商的发展新路径展开了深入探讨，会上还发布了《2022中国农产品电商发展报告》(以下简称“报告”)。

2021年我国农产品电商整体呈平稳有序发展态势。数据显示，2021年我国农村网络零售达20500亿元，同比增长14.23%。2021年上半年，农村地区快递收投量就已经超过200亿件，每天有超过1亿个包裹在农村进出。2021年我国农产品物流额首次达到5万亿元，未来五年农村的快递包裹规模将持续增长。“十四五”期间，我国将构建日处理超10亿件、服务超10亿人的寄递网络三倍以上于现在的规模。

“数字化转型与创新是2021年农产品电商发展的新热点，目前农产品电商新模式层出不穷，国企、县域电商、互联网平台都在持续发力模式创新。”中国食品(农产品)安全电商研究院院长、《报告》主创洪涛说。

如今，多样的创新型模式正在农产品电商领域里遍地开花。据了解，网库集团的“百家优品中国行”、国家城乡供应链创新应用示范企业的各类实践、平阳县域电商的数字化转型、一亩田的“灯塔行动”、惠农网数字农产品品牌模式、数字农产品“电商+保险”(如供销e家、棉花交易市场、832平台)，各类互联网平台旗下的社区团购、网络直播、“品牌+”等新模式都在过去一年中不断迭代。

“近几年，社区团购已成不少中高风险区居民物资保供的重要方式，未来也将呈现常态化趋势，会与其他业态创新常态发展下去。”洪涛说。《报告》也指出，社区团购从快速发展到行业深耕，从之前的扩大市场、吸

引用户、拓展团长开始向内生深耕，各平台开始往农产品上行、供应链优化、冷链物流和仓储建设、农村网点建设等方向积极发力。

作为不少地区县域经济的新引擎，农产品电商发展正面临着新的机遇和挑战。《报告》指出，目前县域电商服务中心正呈现数字化转型的趋势。“数字供应链的建设对未来电商发展至关重要。”洪涛建议未来县域电商服务中心应顺应数字化趋势，转型为“数字供应链的控制塔”。

挑战也伴随发展而来。《报告》提出，目前我国电商发展还面临“两张皮”现象严重，农产品电商文化滞后，农产品电商模式同质化、网络直播违规行为以及“虚假种草”等问题。

“目前农产品电商确实存在一些问题。”中国供销电子商务有限公司公共事务总监陈月敏则表示，质量参差不齐，品牌特色不强、专业人才稀缺、基础设施不全等是限制国内农产品电商发展，特别是农产品上行的主要问题。