

电商助农

# 春节将至,电商开启年货节—— 一站式“拼”齐好农货

□□ 农民日报·中国农网记者 欧阳靖雯

“把年货节的芋头都放在这边,不要误把活动的芋头发出去了。”在广西荔浦芋口福食品科技有限公司的仓库内,公司负责人龙启强正指挥着工人将为电商“年货节”活动准备的芋头储存起来。为及时发好年货,他已经准备好了100吨荔浦芋头。

年关将至,农村电商的店家们正开足马力备货,各大电商平台也相继开启年货节活动。从东北、海南、上海、新疆的农特产品,到美国开心果、智利车厘子、挪威北极鲑、阿根廷红虾、爱尔兰面包蟹等全球直采的尖货,琳琅满目。随着电商平台、物流体系的不断渗透,城乡年货采买已经从过去零散的线下模式,转变为线上一站购。

“我们还有从山西、陕西、新疆等各大产区订制的创意苹果,一年在平台卖出8000万元的‘90后’夫妇给消费者准备的梯归脐橙,四川和湖南的腊肉、安徽的炒货……”拼多多年货节负责人表示,“年货节一头连着亿万消费者,一头连着千万农民家庭,我们将用心做好连接,精准匹配,给足资源和补贴,助力同胞们一起过一个满怀喜悦和希望的开心年。”

## 超越地域的特色年货

“年味”是一种具体而细腻的美好,是高高悬起的大红灯笼,是门口张贴的春联。在饮食上,干果、糖果、糕点传统的“年货三件套”。随着各地农村电商的蓬勃发展,广西荔浦芋头、山东乳山生蚝、天津狗不理面、福建佛跳墙等特色美食正超越地域限制,成为全国消费者心中的新晋抢手年货。

“我希望让更多消费者在过年期间也能够品尝到口味纯正、价格适当的荔浦芋头。”龙启强笑着说,冬季寒冷,一道热腾腾的芋头菜能给消费者的年夜饭桌上增添几分暖意。

在龙启强的仓库内,除了粗加工,还



“85后”返乡创业青年刘国宁带着老乡们一起,把甘肃环县的羊肉卖向了全国。  
刘麦 摄

有专门用于深加工的流水线。工人们会将清洗好的芋头放在削片机上去除外皮,送入无菌车间,由专人切割成块,再送入零下三十五摄氏度的冷库中。处理好的芋头将会被加工成奶茶店常用的小料芋泥、独立包装的芋头片等产品。它们带有荔浦芋头独特的浓香、粉糯的口感,属于“上等货”,一经上架往往很快被抢购一空。

乳山牡蛎每年春节都广受关注。在“中国牡蛎之乡”山东乳山,牡蛎鲜品市场占有率全国第一,每年11月到次年4月是牡蛎集中大量上市的时节,年货节也因此成为当地最繁忙的销售旺季。

老同学蛎洱海团队从2019年开始入驻拼多多,主营生鲜水果及生蚝,精准满足不同的消费需求。老同学蛎洱海团队相关负责人表示:“目前店铺月销10万单,月营业额超过500万元。”

“随着年货节来临,店铺的曝光和点击在不断提升,销量每天都处于增长

状态,期望今年的年货节销量再创新高。”狗不理食品官方旗舰店相关负责人介绍,以前的销售渠道大部分在本地,以顾客到各个门店购买为主。为了迎接一年一度的年货节,狗不理专门研制了蒸蒸日上面食礼包与家宴礼盒,作为电商渠道的主推产品,让全国各地千家万户的消费者品尝到年味十足的“中华老字号”。

## 让农民在家门口致富

年货节也是小镇农创客们的销售“黄金”季。对农副产品生产者来说,春节前能否畅销,相当程度上决定着这一年的收成是否能充分兑现。

在甘肃省庆阳市环县,当地人长期保持着养羊、吃羊的习惯,特别是过年时,家家户户都有大冰箱,用来储存羊肉。不过真正靠羊致富,就是这几年的时间。

七八年前,“85后”返乡创业青年刘国宁还是贫困户。他返乡卖羊的第一年,骑

着摩托车赶车去县里发快递卖羊肉。地方偏远,快递昂贵,但因为电商销路好,就一直咬牙坚持。

“最初是帮家里卖,后来销量越来越好。目前家中有自养羊圈8个,占地30亩,共计1500只羊。”刘国宁表示,除经营电商外,还成立了养羊合作社,帮村民卖。

村民养殖刚开始主要是靠多年累积的经验,遇到搞不定的技术难题,还得去求助真正的专家。目前环县开始引入科技力量,规模化养羊、饲料、种羊、肉羊、草场、科学喂养、屠宰深加工、电商冷链运输,一条龙发展。

“目前,在环县整个电商销售份额中,拼多多占比35%,在所有电商平台中排名第一。环县将有近400名大学生从事羊肉产业,他们分布在行业的各个环节,如饲料销售、养殖、电商销售等。”环县畜牧兽医局党组书记曹志鹏表示。2019年,当地持续推进“大学生养羊千人计划”和“万名职业农民培训计划”,培训养羊年轻人826人,举办县职专畜牧兽医专业“2+3”委培班,累计在读8个班380人,106名学生被送往甘肃畜牧工程职业技术学院大专班学习深造。

广西荔浦市马岭村民陶新梅曾在广东打工,近两年她听说家乡的芋头产业正在经历一场“蜕变”,在外闯荡的她毅然决定回家。如今,她一边种植家里的12亩芋头,一边在农闲时兼任芋口福食品公司的分拣员,双份收入让她觉得日子很踏实。李赵明也是马岭村的一名农民,他种植芋头已超过15年。今年他种植的十几亩荔浦芋头产量不错,每亩能给他带来一万多元的收入。

拼多年年货节负责人表示,今年年货节将持续15天,活动期间,平台将继续对生鲜农产品“零佣金”,倾斜“百亿补贴”“万人团”等价值超过30亿元的站内资源和红包优惠,充分发挥“多人团”等创新消费模式,持续满足城乡消费者的年货需求。

## 农村物流

# 湖北荆州市 将农村物流体系建设纳入地方考核

□□ 农民日报·中国农网记者 欧阳靖雯

近日,湖北省荆州市委农村工作领导小组办公室印发《2022年度全省巩固脱贫成果后评估市直部门责任分工方案》(以下简称《方案》),将农村寄递物流体系建设纳入各县市区巩固脱贫攻坚成果后重点考核任务,由市邮政管理局负责考核。

《方案》明确了考核重点指标,要求县级政府相关部门要及时出台推进农村寄递物流体系建设实施方案及配套政策,加大对农村寄递物流基础设施的投入

力度,推动配送服务作业、仓储冷链、物流信息等标准化、规范化建设;要求建立完善县镇寄递公共配送中心、乡镇寄递综合服务站、村级综合服务站,优化末端配送渠道,完善村级快递揽收和投递服务,保障农村地区快递服务安全高效有序运行。

农村物流一头连着生产,一头连着消费,高度集成并融合运输、仓储、分拨、配送、信息服务功能,是延伸产业链、提升价值链、打造供应链的重要支撑。只有完善农村物流体系,才能增强物流农产品上行的底气。

## 地方实践

# 浙江天台 “红色村播”既卖特产又卖风景

□□ 王惠信

“古法打铁、磨豆浆、捣麻糍……想要看主播体验的朋友在公屏上扣个‘喜欢’。”近日,在浙江省天台“白鹤遇仙”文化旅游节上,村播“小范”在直播镜头前笑脸盈盈地分享着旅游节上的活动,让屏幕前的游客沉浸式游古村。

本次活动吸引了3000余位游客到旅游节现场体验,通过六位“村播”进行线上直播,以全景式的直播镜头展现乡村旅游的乐趣。“直播是我们这次探索的旅游新模式,开幕式的线上直播累计1.5万人次观看,获得点赞8000余次。”白鹤镇旅游负责人介绍道,“有了直播‘云旅游’,大家就能足不出户,畅游白鹤。”

今年以来,天台全面推行“红色村播”,组织党员干部深入挖掘特色产业,以“卖特产、卖民宿、卖山水”为重点,打造村播IP,助推乡村振兴高质量发展。

白鹤镇依托国际林业城资源优势,打造了天台“红色村播”西部实训基地。“直播基地已入驻7个创业团队,每天发货1000多单。”直播基地负责人林进飞介绍道,基地仅是打包配货,就让100多个村民在“家门口”就业。

此外,天台还设立了“红色质检员”品控专岗,完善农村物流配送体系,全县374个建制村实现主流民营快递品牌100%通达,直接带动农民就业5000多人,农民增收5000万元。



邮储银行四川省攀枝花市分行青年员工充分发挥攀枝花优质特色农产品“推介官”角色,分“秋收很‘芒’,我想‘榴’下”“‘芒’芒入海中,只想‘榴’住你”“‘芒’有所得,‘榴’住硕果”3个主题,开展系列助农直播活动,本次活动共举办了3场直播,直播曝光量达20万,助力石榴销量500余件,芒果销量800余件,直接为农户增收10万余元。  
起仕伟 摄

# 河北青龙县:村官“电小二”带动土货出山

□□ 崔岭 农民日报·中国农网记者 孙维福

到各合作社看板栗销售情况,入户统计全村安梨、红薯等农特产品总量……年岁将尾,别称“电小二”的王安文忙得很不能分身。

王安文是河北省青龙满族自治县肖营子镇五指山村党支部书记,获赞被称为“电小二”,是在他的带领下,该村成了全县第一个电商村。全村650户人家,从事电商的就有105户,今年电商销售额将突破600万元。

五指山村电商为什么这样红火?一大背景是,2021年起,该县把电商产业列为“书记工程”,提出“三级书记抓电商”,大力推行县级干部包乡镇、乡镇干部包村、村干部包户的“三包”机制和电商协会结合快递物流工作委员会、网红工作委员会、电商企业委员会的“协会+工作委员会”机制。直接优势是,全县最大的板栗深加工企业和肉鸡深加工企业都在该村。

县里刚一号召,王安文立即带领村里的党员参加电商培训,发函邀请该村籍党员电商人韩文亮返乡创业,让有文化、懂电脑的儿子、儿媳回家带头经营电商网店。

最初,村民们怎么也不相信凭借一根网线、敲敲键盘,就能把家乡的栗子卖出去,直

到一次助农专项活动让大家开了眼,2天3万多笔订单、70多万元销售额。

于是,全村人都开始争着与先入行的党员学起了做直播。党员们也不含糊,手把手教村民怎么开网店、怎么下单、怎么发货。随着村里电商发展越来越好,王安文的服务范围也越来越广,产品质量的把关、直播内容的规范,他都要详细制定计划。因为他的热心、细心和耐心,“电小二”的称号渐渐地就在村里传开了。

五指山村只是青龙县通过“三级书记抓电商”成效的一个缩影。截至目前,青龙县已建起了市县乡村四级电商商贸物流体系,

总投资2亿元的电商物流园即将运营,网络店铺达3872个,带动近5000人就业,农村网络零售额超过15亿元,获评河北省“数字生态”十强县。

该县县委常委、组织部部长尹强介绍,为进一步擦亮“党建+电商”品牌,青龙县正加快打造“电商+板栗”“电商+苹果”“电商+安梨”“电商+食用菌”等多条特色产业链。

王安文最近忙碌的正是这件事,即依托电商党员带动作用 and 村里两个较大板栗合作社的优势,成立农产品网售联盟,采取“农户+电商统一销售”的模式,将当地的板栗、苹果、杂粮、核桃等农特产品销往全国各地。

“技术落地并不是一件容易的事,好在有镇里的政策扶持。”方俊说。在镇党委政府牵头下,方俊获得100万元的金融支持,并得到浙江海洋养殖研究所的结对指导,成功将平面流技术转化落地,核心养殖区亩产30万元,亩均年收益实现倍增。今年,他打算向全镇免费推广该技术,计划建成平面流养殖塘100亩。在其示范带动下,越来越多的养殖户开始尝试新型养殖技术。

产业发展要增强人才内力,外力也要来帮扶。借力省市县三级农村指导员,花桥农产品搭上销售顺风车。“今年柑橘价格很好,品质好点的每公斤要卖20元。”谈及收益,柑橘大户朱前本笑容满面。

价格节节攀升,“山湾橘”品牌效应持续增强,得益于柑橘品质的不断提升。2019年,花桥镇党委牵头成立柑橘产业农合联,同时引入浙江省柑橘研究所孙立方专家团队长期入驻指导,不断改良柑橘品种。

“我们实施高素质农民培育计划,广泛吸纳农民开展教育培训,提升其种植技能,培育了一批本土种植专家。”花桥镇组织委员任家齐说。据悉,目前,花桥镇已与省柑橘研究所、自然资源部海洋二所等机构结对共建人才培养基地3处。

除了生产技能培训,花桥镇还精

## 浙江三门

# “党建+人才”铺就“鲜甜”共富路

□□ 柯楠

初冬时节,素有“花桥归去不知味”之称的浙江省三门县花桥镇,迎来一年当中最为繁忙的时刻。橘园里,海塘边,农户们正忙着将一箱箱柑橘、青蟹等特色农产品打包、装车,用不了一天时间,这些来自乡野的鲜甜美味,便会登上城市市民的餐桌。

“海有鲜甜,山有甘甜。”全镇4万亩小海鲜、柑橘产业是花桥发展的基本盘,如何转化成效富、共富的最大源泉?该镇以人才振兴为抓手,依托“醉鲜甜”党建联建机制,实行村村结对,共享人才的发展模式,外引内育培育高素质农民,产业发展水平不断提升,示范带动作用持续增强,为全面推进乡村振兴提供有力支撑。

下畚村白湾的柑橘精品园内,色泽金黄的“山湾橘”挂满枝头,长势喜人。“今年柑橘价格很好,品质好点的每斤要卖20元。”谈及收益,柑橘大户朱前本笑容满面。

价格节节攀升,“山湾橘”品牌效应持续增强,得益于柑橘品质的不断提升。2019年,花桥镇党委牵头成立柑橘产业农合联,同时引入浙江省柑橘研究所孙立方专家团队长期入驻指导,不断改良柑橘品种。

“我们实施高素质农民培育计划,广泛吸纳农民开展教育培训,提升其种植技能,培育了一批本土种植专家。”花桥镇组织委员任家齐说。据悉,目前,花桥镇已与省柑橘研究所、自然资源部海洋二所等机构结对共建人才培养基地3处。

除了生产技能培训,花桥镇还精

准对接人才需求,做好服务跟进。2017年,在外打拼多年的大学生方俊回村成立养殖合作社,他敢想敢干,从温岭引进陆基平面流养殖技术,通过优化水体内循环提高小海鲜的产量和品质。

“技术落地并不是一件容易的事,好在有镇里的政策扶持。”方俊说。在镇党委政府牵头下,方俊获得100万元的金融支持,并得到浙江海洋养殖研究所的结对指导,成功将平面流技术转化落地,核心养殖区亩产30万元,亩均年收益实现倍增。今年,他打算向全镇免费推广该技术,计划建成平面流养殖塘100亩。在其示范带动下,越来越多的养殖户开始尝试新型养殖技术。

产业发展要增强人才内力,外力也要来帮扶。借力省市县三级农村指导员,花桥农产品搭上销售顺风车。“今年柑橘价格很好,品质好点的每斤要卖20元。”谈及收益,柑橘大户朱前本笑容满面。

价格节节攀升,“山湾橘”品牌效应持续增强,得益于柑橘品质的不断提升。2019年,花桥镇党委牵头成立柑橘产业农合联,同时引入浙江省柑橘研究所孙立方专家团队长期入驻指导,不断改良柑橘品种。

“我们实施高素质农民培育计划,广泛吸纳农民开展教育培训,提升其种植技能,培育了一批本土种植专家。”花桥镇组织委员任家齐说。据悉,目前,花桥镇已与省柑橘研究所、自然资源部海洋二所等机构结对共建人才培养基地3处。

除了生产技能培训,花桥镇还精

## 圆桌论坛

# 在田野上创造社会价值的四个方法论

吕鹏

在过去的一年里,笔者一直在中部一个县挂职。与所有的中西部县城一样,这里既蕴藏着生机,也面临着发展的压力。许多人认为,贫困地区只能靠“输血”式的“分好蛋糕”,殊不知,在脱贫攻坚之后,这里最需要的是“造血”式的“做大蛋糕”。

“做大蛋糕”的思维强调,通过投资利益相关者,企业可以直接让利益相关者受益。把整个蛋糕做大,可以在长期发展中获得投资者与利益相关者“双赢”的结果。将“做大蛋糕”与“分好蛋糕”相统一,是“可持续社会价值创新”的本质要求。

在今年亲自“下场”之前,这一套理论笔者已烂熟于心,但实践中怎么做,做了效果如何,到底有哪些“坑”,其实仍然是纸上谈兵。

在过去一年里,腾讯SSV成为了帮忙“做大蛋糕”的伙伴。从4月份开始酝酿,到10月份落地生根,再到现在持续地开花结果,腾讯SSV和腾讯广告联合发起的“丰收好物计划”已经在这个县域里发挥了从破冰到辐射的双重效应。这是笔者心中“可持续社会价值创新”第一号的方法论,那就是牢牢抓住“发展”这个题眼,盘活社会的存量,为“中国式现代化”新征程提供新动能。

前两天,县里“磴口码头”品牌的老板张晋保在朋友圈发了一个视频号直播,直播间里放着一口大锅,正煮着小米粥,热气腾腾,主播正在介绍售卖小米。虽然点赞数只有四十多,但对张晋保来说,这是一个不容易的开始。

尽管他在小米生产加工上已有成就,但怎么开直播,怎么用视频号,对他来说是一个不知从何下手的新挑战。笔者认为,正是“丰收好物计划”给他带来了新思路,如今像张晋保这样的受益者还有很多。

这正是“可持续社会价值创新”第二号的方法论:只有发挥农户、企业家、创业者、地方政府的内生动力,让他们真正认识到这是自己的事情,外来力量带来的改变,才可以持续地发展下去。

大家的“动力”起来了,接下来就是怎么办。笔者认为“可持续社会价值创新”第三号的方法论就是,要发挥自己作为“连接器”的作用,让“共赢伙伴”一起创造社会价值的生态。

县域电商产业链的特殊性决定了其需要特殊的人才。在笔者的同事付伟看来,县域电商人才既要有能够对接互联网的现代性,又要有能够扎根县域的乡土

性。他们具备较高学历,能理解数字经济的逻辑和大城市的消费需求,熟悉县域产业链的各个企业,也能紧密联系农户,具有产业链的协调和整合能力。

但这种“双料人才”并不好找,虽然这几年大学生返乡创业取得了不错的进展,最后真正能够扎根乡土的,还是得克服许许多多的困难。“丰收好物计划”的做法是培育坚实的“腰”。“腰”是指将平台与县域连接起来的“中介力量”,大平台是头部,农村是脚部。依托腾讯的产品与技术优势,同时与“共赢伙伴”合作,为县域“小镇创业家”解决“腰”的问题。

笔者曾经给这种做法起了一个较为学究的名字,叫“资本的有机嵌入”。资本要健康发展,应该嵌入到当地,争取与当地最大程度地合作,形成建立在社会分工基础上的共同富裕产业链。

在乡村,一提到基础设施,很多人都想到的是修路造桥、物流仓储。但实际上,有效的乡村治理才是最重要的基础设施,而在这项基础设施中,人和工具同样重要。例如腾讯SSV的另外一个项目——“耕耘者振兴计划”,它就抓住了乡村干部这个“关键少数”,同时把“村集体积分制管理”模式数字化,帮助

乡村凝聚人、留住人、培养人、吸引人,进而去实现“培养一个人,带领一个村”的发展目标。

将企业的社会价值融入到产品、服务上去,才能克服企业从事社会价值创造的“阿克琉斯之踵”,向业务线证明自己的价值,向股东解释自己的产出。在这个过程中,短期主义和长期主义如何进行平衡十分重要。这也是笔者认为的“可持续社会价值创新”第四号的方法论:将自身优势与社会痛点有机结合,夯实社会基础,反哺具体业务。

所以“丰收好物计划”不只是一个活动,还是一个让干部敢为、地方敢闯、企业敢干、群众敢首创的平台。通过把腾讯的优势要素集中在一起,“丰收好物计划”为县域经济“做大了蛋糕”,为地方经济和社会的可持续发展注入了活力。

这个时代需要大量的敢闯、敢创的“小镇创业家”。“丰收好物计划”已经在县里“小镇创业家”们的心中播下种子,只要再为他们浇浇水,必定能够孕育出参天大树。

(作者系中国社会科学院大学数字经济研究院执行院长,中组部、团中央第22批博士服务团成员)