

贯通县乡村电子商务体系和快递物流配送体系

完善县域物流 推动电商兴农

本报记者 齐志明

核心阅读

加快贯通县乡村电子商务体系和快递物流配送体系。以提升农村电商应用水平为重点,线上线下融合为抓手,健全农村电商公共服务体系,推动县域商业体系转型升级。完善县乡村三级物流配送体系,培育新型农村市场主体,促进农民收入和农村消费双提升。

农村电商加快提档升级

贯通县乡村电子商务体系和快递物流配送体系,是挖掘国内市场潜力的应有之义

如今,每当印有“新合作”字样的物流面包车开进湖北十堰市郧西县山村时,老百姓就会说:“老供销”来了!”

郧西县地处秦巴山区,下辖18个乡镇大多沟壑纵横,道路崎岖。2019年,中国供销集团十堰新合作公司在当地开设电商服务站,开展工业品下乡、农产品进城双向流通服务,促进农村电商与农村寄递物流融合发展。截至目前,十堰新合作公司电商服务站已覆盖郧西县202个行政村,保障货物顺畅送达,给百姓生活带来便利。

“有的村看着很近,但要翻几座山才能到达,有的地方道路还没有完全硬化,有时车子坏在半道上,大家就肩扛、手提、背篓背,坚持把生活物资送进去。”十堰新合作公司相关负责人李德山说。

加快贯通县乡村电子商务体系和快递物流配送体系,是推动农村电商提档升级、挖掘国内市场潜力的应有之义。

日前召开的国务院常务会议提出,促进农村电商与农村寄递物流融合发展。依托“互联网+”,加强城市市场、物流企业与农户农场、农民合作社等衔接,发展专业化农产品寄递服务和冷链仓储加工设施,助力农产品销售,特别是促进脱贫地区乡村特色产业发展。

今年5月,财政部、商务部、国家乡村振兴局下发《关于开展2021年电子商务进农村综合示范工作的通知》,提出“扩大电子商务进农村覆盖面”。6月,商务部、中央农办、发改委等17部门联合印发《关于加强县域商业体系建设 促进农村消费的意见》,提出“强化县级电子商务公共服务中心统筹能力”。

在相关政策的持续推动下,我国农村电商提档升级,电商兴农成效明显。商务大数据监测显示,今年上半年,全国农村网络零售额达9549.3亿元,同比增长21.6%;农村实物商品网络零售额8663.1亿元,同比增长21%;全国农产



品网络零售额达2088.2亿元。

“发展农村电子商务已成为数字乡村建设的重要内容,在推动县域经济发展中发挥着越来越重要的作用。”北京工商大学商业经济研究所所长洪涛说。

中国供销集团所属“供销e家”已在全国布局建设了200多家区域电商企业,形成了区域物流集配模式、农产品供应链服务模式、本地生活服务模式等多种业务模式。截至今年6月底,全国供销合作社系统开展电子商务业务企业达4171家,较去年同期增长804家,电商销售额同比增长55.3%。截至去年底,拼多多“家乡好货”类助农直播已超240场,累计催生6.7亿笔助农订单,销售农副产品总计超过41.2亿斤,帮扶农户113万户。美团优选从去年12月启动“农鲜直采”计划以来,今年一季度已服务2600个市区县,湖北秭归脐橙、广西武鸣沃柑、云南建水紫薯等数百种农产品通过该计划直达社区,助力农民增收、乡村振兴。

打通物流配送“最后一公里” 整合邮政、供销、快递公司等各类资源,发展共同配送模式

“前几天在网上买了台空调扇,今天就到了村里的‘快递超市’,真是方便!”在家门口收到网购的家电,江西贵溪市罗河镇陈家村村民陈如玉非常开心。

陈家村离集镇有5公里,以前村民的快递

只能送到镇里,取快递费时费力不说,遇到大件物品还得想办法雇车运回来。作为全国电子商务进农村示范县,贵溪市去年开始尝试在村里设置“快递超市”,陈家村就是第一批设置“快递超市”的村之一,目前已有5家快递公司入驻,每天都有快递员来送货取件,平均日收发量达600余件,快递业务量增长了30%。

“‘快递进村’不仅把商品寄进来,促进消费,也把本地农产品寄出去,拓宽销售渠道。”罗河镇党委委员盛街琴说,完善的乡村物流体系是发展电商的前提,镇里将以快递企业进村设点为契机,进一步提升“快递进村”服务质量。鼓励村民和农业经营主体参与电商经营,通过网店、直播等方式,将镇上白茶、食用菌、茶油等优质农产品销售出去。

小包裹、大民生。近年来,商务部会同有关部门累计支持建设县级物流配送中心1100多个,乡村电商快递服务站14.6万个。国家邮政局启动了“快递进村”工程。今年上半年,我国农村地区快递收投量已超过200亿件,较去年同期增长30%以上。

中国宏观经济研究院研究员王蕴认为,由于农村地区居民居住较为分散,集中业务量规模相对较小,配送密度低,配送成本相对较高。打通物流配送“最后一公里”,是健全农村物流服务体系的关键。整合邮政、供销、快递公司等各类资源,发展共同配送模式,有助于解决“最后一公里”难题。

商务部流通发展司负责人李刚说,要进一步发展农村物流共同配送,在推动县域电商与快递协同的基础上,搭载和整合日用消费品、农资、农产品等农村商贸物流资源,创新农村物流模式。

江西鹰潭市以区县市为单位,将原先单打独斗、独立运营的快递企业,通过合资参股方式,建立快递企业联盟运营机制和“统仓共配”快递服务机制,所有快递企业实行“网点、人员、车辆、标识、价格、配送”六统一,有效破解了农村配送成本高等难题。

顺丰通过开放共配和多业态合作,加密下沉农村末端服务网络,提升农村市场的服务水平,实现到村“最后一公里”多元化服务。截至目前,顺丰旗下驿加易科技乡村网已覆盖超过3.8万个乡镇,并在500多个县域落地共配项目。

菜鸟在全国县域农村推广共同配送项目,将多家快递企业整合起来共享场地、人力、运力等资源,缩小快递员配送区域,提高配送密度。目前,菜鸟共配项目已覆盖超过1000个县城,形成3万多个乡村服务网点。菜鸟乡村事业部总经理熊健表示,菜鸟普惠物流的最终目的是建立完善的三级配送体系,提升农村快递服务水平。

创新模式提升服务能力 推动农村电子商务与物流配送良性互动,蹚出贯通发展新路子

我国农村电商发展迅速,但仍有一些地方存在互联网基础设施薄弱、流通网络不完善、销售渠道不畅等问题。

苏宁金融研究院高级研究员付一夫建议,尽快补齐农村地区基础设施短板,包括完善交通路网、提升乡村道路等级等,鼓励大型流通企业在农村设立多层次商业网点,创新商业模式,改善农村地区商业环境。

目前,各地区各部门各市场主体在推动形成农村电子商务与物流配送良性互动、相互促进、高效协同的良好局面上不断创新探索,蹚出不少贯通发展新路子。

源头直采,打开农产品规模化上行新渠道。盒马集市与广东茂名市政府合作,建立荔枝直采基地,以源头直供的方式,帮助当地优选荔枝直供盒马集市在各地的百万社区小店。数据显示,盒马集市自4月22日进入广东以来,在1个月的时间内,已服务当地近6万个社区点。这些荔枝通过盒马集市整合的物流和供应链体系,从树上摘下载到送达消费者手中的时间不超过48个小时。

“数字农场”助推特色农产品产销两旺。江苏丰县出产优质苹果,京东物流与丰县合作,建立数字化苹果基地,导入智能化管理、采收处理与贮藏运输、生产操作规范等16项标准,实行标准化生产,推动优质优价销售模式,由京东物流提供一站式仓配模式,50%的产品实现24小时送达服务,农民收入增幅超过70%。

快递直播,打通带货、仓储、配送全链路。在新疆喀什,圆通推进“一县一品”计划。樱桃、巴旦木、核桃……这些新疆特产通过圆通快递员的朋友圈、抖音等社交平台,以直播带货的方式,直接从田间发往各地。

专家表示,要以加快农村电商快递协同发展示范区建设为重要抓手,大力推动发展“物流+农村电商”的合作服务模式。以提升农村电商应用水平为重点,线上线下融合为抓手,健全农村电商公共服务体系,进一步畅通农产品进城和工业品下乡双向渠道,促进农民收入和农村消费双提升。

上图:江苏张家港市供销合作社所属新供销生鲜配送公司的配送车队整装待发。

左图:江西赣州寻乌县供销电商公司的快递物流服务提高了农产品流通效率。图为该公司电商运营中心等待配送的商品。人民视觉



提高棉花品质 强化品牌意识

培育棉花行业增长新动能

晓 齐

近日,江西南昌市西湖区居民林莉下班回到小区,从智能快递柜中取出了买给孩子的全棉内衣。“我给孩子买的内衣都是纯棉制品,盖的被子也是更为透气的棉花被。”林莉说。

棉花及棉纺织品是重要的日用消费品。近期,纺织回暖带动棉花消费增加,中国棉花协会调查预测,2020至2021年度全国棉花消费量810万吨,较上年度上调5.9%。

当前棉花需求回升、棉价平稳,供需基本平衡。日前发布的《中国棉花周转库存报告》显示,6月,国内纺织企业开工率维持高位,下游市场整体产销顺畅,市场消费较好,棉花需求旺

盛。中国棉花协会会长高芳介绍说,我国棉花供给充足,要依托中国经济规模和市场不断扩大的优势,加快棉花品牌建设,促进棉花产业迈向价值链中高端。

“以互联网、大数据、云计算、物联网等为核心的现代信息技术正加快应用于棉花的电子商务、现代物流、在线供应链金融等领域,带动棉花产业打开更加广阔的发展空间。”中国供销集团所属全国棉花交易市场副总经理杨宝富认为,要加强涉棉企业间的合作,推动现代信息技术与棉业、纺织业的深度融合,从行业发展规范、企业经营模式、棉农生产方式等方面为棉花这一传统产业注入新活力。相关企业要加大创新力度,为消费者提供更多绿色环保健康的

新产品,增强市场竞争力,培育行业增长新动能。

“年轻消费者在购买时除了关注产品的功能和品牌外,还青睐健康、环保的产品。”有着40多年历史的溢达集团,已经形成了棉种、纺纱、染料、制衣辅料、零售出口等纵向一体化的供应链,溢达中国控股有限公司总经理陈海英认为,既要重视质量建设、提高棉花品质,也要强化品牌意识、发掘品牌价值,满足人们棉制品消费升级需求。

消费万花筒

市场漫步

对临期食品监管同样要落实“四个最严”的要求,用最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责,确保百姓“舌尖上的安全”

“保质期越临近越便宜”“临期零食,特价销售”……眼下,在一些超市,具有价格优势的临期食品销售增长较快,愿意购买临期食品的消费者越来越多。线上线下出现了一些专卖临期食品的店铺,表现出较大市场潜力。

临期食品是指保质期将满但仍处在保质期内的食品。由于价格便宜,临期食品受到不少消费者关注。特别是反食品浪费法颁布实施以来,反对食品浪费越来越成为社会共识,临期食品市场升温,一定程度上说,也是反对浪费、厉行节约的一种表现。

与普通食品相比,临期食品安全期限较短,销售临期食品对商家品控能力提出更高要求。有些临期食品虽然在保质期内,但存放和流通中的条件变化往往会影响其实际质量,对其质量监管要求更高。售卖临期食品,价格可以打折,但监管绝不能“打折”。

售卖临期食品,要充分保障消费者的知情权。反食品浪费法明确规定,超市、商场等食品经营者应当对其经营食品加强日常检查,对临近保质期的食品分类管理,作特别标示或者集中陈列出售。然而实际情况是,一些商家并没有设立专门的临期食品销售区,而是将打折的临期食品和正价的食品混在一起出售,有不少消费者以为这是商家的短期促销手段,不会仔细查看食品保质期,购买后过几天准备食用时才发现已经过期。监管部门应督促和抽检商家是否在售临期食品促销中向消费者作出明确提示,纠正不当营销行为。

对于临期食品的界定也应更加精准。无论在线上还是线下,一些销售临期食品的商家没有醒目标注临期食品所剩的具体保质期。对于临期食品的界定,目前并没有明确的国家标准,尽快制定出台更加科学的、统一的国家标准,才能给临期食品加上更精确的“倒计时”,让消费者买得明白、吃得安心。

此外,还要进一步加大对不法商家的处罚力度。监管部门要执行常态化检查,制定临期食品销售、交易规范,督促企业依法依规经营。对隐瞒临期食品信息、恣意翻新销售过期食品的不法商家,要加大处罚力度。对临期食品监管同样要落实“四个最严”要求,用最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责,确保百姓“舌尖上的安全”。

临期食品监管不能「打折」

林丽颖

市场资讯

2021 华侨城文化旅游节启动

本报电 以“缤纷欢乐游,就来华侨城”为主题的2021华侨城文化旅游节日前正式开幕,超500场主题活动,500多项文化旅游产品为游客提供高品质、多元化的文旅体验。据介绍,今年活动期间,华侨城旗下多个景区和旅游企业结合当地历史文化、民俗风情,策划推出了诸多特色活动:深圳甘坑客家小镇将举办“游遇甘坑·国风游园季”;广元剑门关景区将举办“非遗盛宴 蜀道长歌”主题系列活动。华侨城集团相关负责人表示,将推动文化旅游节全面升级,打造更多适应大众旅游需求的新活动、新产品、新体验,不断增强游客幸福感和满意度。

(王 珂)

中国蜂王浆产业高峰论坛举办

本报电 由中国蜂产品协会、青海省供销社等联合主办的中国蜂王浆产业高峰论坛暨青海高原蜂产品推介会日前在青海西宁市举行。会上发布了有关蜂王浆的最新研究成果,倡议加强消费者与蜂产业的互动,更好培育蜂王浆消费市场。中国蜂产品协会会长杨荣介绍,中国是世界上蜂王浆主要生产国和贸易国,蜂王浆年生产量为3000至4000吨,占世界总产量的95%以上。未来,中国蜂王浆产业要大力提升健康养殖、精细加工、质量安全等技术,不断满足消费者日益品质化、多元化的消费需求。

(齐志明)