

固“三农”这十年

各类涉农电商超过3万家,农村网络零售额达2万多亿元

乡村产业搭上电商“快车”

本报记者 常 钦

核心阅读

习近平总书记指出:“电商不仅可以帮助群众脱贫,而且还能助推乡村振兴,大有可为。”

10年来,各地区各部门健全完善政策体系,营造良好发展环境,我国农村电商快速发展,在促进农产品产销对接、优质优价,推动农业转型升级、提质增效,拓宽农民就业增收渠道等方面成效显著,为推动农业农村现代化提供了新动能。

建仓储、畅物流,促进更多农产品走向大市场

广西苍梧县六堡镇的万亩茶园里,乡亲们正忙着养护茶苗。“茶叶搭上电商‘快车’,走出大山卖全国。”一大早,山坪村党支部书记祝雪兰就来到茶园,给茶农传授技术要领。

作为六堡茶制作技艺的传承人,祝雪兰从小就跟着外公种茶、采茶、制茶。“六堡茶历史悠久、品质优良,然而‘酒香也怕巷子深’。”说起六堡茶,祝雪兰打开话匣子,“山坪村地处深山,以前大伙儿辛苦种茶,挑着担子到外面卖,却一直卖不上价。”

为带动山货出山,一条干线公路建成通车,沿线联通100个村庄。快递进村、电商入驻,六堡茶这座“绿矿”被唤醒。梧州市与电商企业京东联手建公共茶仓,六堡茶进驻电商平台,梧州特产馆,价格涨了一大截。

搭上电商“快车”后,线下,祝雪兰带领村民改造低产茶园,培养专业制茶师,近千户掌握传统制茶工艺。线上,祝雪兰和村民们依托

六堡茶合作社,创建品牌,上网销售。

“现在种茶的农民越来越多,六堡茶产业越做越大,成为我们的支柱产业。”祝雪兰介绍,山坪村集体收入从2016年的几千元增长到去年的10万元;农民人均收入翻了一番,去年超过1.2万元。

在全国,越来越多的乡村产业插上电商“翅膀”。我国各类涉农电商超过3万家,农村网络零售额2万多亿元。今年上半年,全国农产品网络零售额2900亿元,同比增长12.4%。

“10年来,农村电商迅猛发展,离不开农村信息基础设施建设的持续推进。”中国社会科学院农村发展研究所研究员胡冰川介绍,截至今年6月,我国已实现“县县通5G、村村通宽带”,农村互联网普及率达到58.8%。

农村电商发展离不开政策支持。2014年以来,商务部等多部门开展电子商务进农村综合示范,支持各地累计建设县级电子商务公共服务中心和物流配送中心超2600个,村级电商服务站15.3万个。

2018年,广西马山县获批创建全国电子商务进农村综合示范县,当地设立县、乡、村三级电商服务站。“打通物流服务‘最后一公里’,家门口就能收发货,真方便!”古寨瑶族乡古寨村电商服务站负责人蓝青锦说,服务站还设立了农产品代收点,协助线上线下销售。

从县到村当日达、到户次日达,电商配送提速增效。现在马山县每天从县级配送中心送到村级站点的包裹达1.5万件以上,今年1至7月份,全县农产品网络零售额4112万元,同比增长42.95%。

瞄准市场调结构,乡村产业加速提档升级

湖南湘潭县乡村,涓水清清,沟塘遍布,10万亩湘莲生长其间。排头乡农民谭兴旺走村串巷收莲子,然后到集市销售。老谭的儿子谭宇翔则闯出新路,让湘莲销售从线下走到了线上。

“以前走批发,流通链条长,莲子脱壳后要个把月才能送达。”谭宇翔说,现在不到一周,莲子就能从池塘送达消费者手中。

为延伸湘莲产业链,谭宇翔下了一番功

夫。他说:“莲子煮粥是大家常见的烹饪方式,人们很在意营养丰富的健康搭配。”于是,谭宇翔将薏米、银耳、百合等与莲子组合销售,营养大礼包成了网红“爆款”。“我们的拼多多网店积累了25万多粉丝,去年销售额超过1亿元。”谭宇翔自豪地说。

同样发展湘莲产业,青山桥镇农民赵磊专注生鲜品类。赵磊建立冷链物流,主要销售鲜莲蓬、莲米、莲藕。为满足生鲜电商订单需求,赵磊还自己建荷塘基地,种了400亩湘莲。

“标准化才能赢得市场。”赵磊说,生产基地有严格的品质把控,生鲜莲蓬按照个头大小、水分含量等层层筛选定级,通过包装打标、冷链物流,最快次日就能送到消费者手中。

接通电商产业链,湘莲产业“加速跑”,全县共有各类涉莲电商60余家,新鲜莲蓬及深加工产品畅销全国。

从“产什么卖什么”到“市场需要什么就生产什么”,农村电商倒逼瞄准市场调结构。河南新乡县小冀镇的呱呱食品有限公司,一度经营困难。2013年,县商务局工作人员了解情况后,鼓励其尝试网上销售。“当时抱着试试看的心态,我决定闯一闯!”公司负责人王云涛建起40人的电商销售队伍,产品一件件卖到消费者手中,意见反馈和留言评价一条条收集上来,公司针对性调整口味、开发新产品。

功夫不负有心人。“根据市场调研和消费者反馈,我们推出的一款猴头菇曲奇饼干成了网红产品,总销量接近70万单。”王云涛说,电商带动企业良性发展,2021年销售额达2000万元,其中70%靠线上销售。

“农产品电商,不是简单地把农产品‘搬’到网上,关键是要推动产业升级。”胡冰川说,农村电商带动农产品标准化建设,产业附加值不断提升,越来越多的网红产品涌现出来。很多地方完善生产、流通和销售全流程农产品数字化供应链,为乡村产业振兴注入新动能。

培训推动、创业带动,手机成了新农具,直播变成新农活

“这是我们村的流沙画摆件,好看、时尚

又有趣,欢迎下单……”山东东营市胜园街道东升村的平房内,村党支部书记孙江涛正在做直播。

孙江涛学习美术出身,在手绘彩绘行业摸爬滚打多年,直播平台上有300多万粉丝,装饰画及家居用品销售火爆。推行“党支部+合作社+农户”的电商发展模式,打造家装用品直播平台,孙江涛的直播间成了当地的电商直播实践基地。

培训农民,带动农民。东升村的电商合作社,先后开展直播带货、产品运营、售后服务等培训200余场次,培育带货主播36人,带动120人就业,去年销售额达2600万元。“下一步,我们将推动组建党支部领办的合作社电商联盟,通过党建引领推动电商产业健康发展,让更多村民掌握电商新农技,会干直播新农活。”胜园街道党工委书记王佳说。

电商兴农,人才是关键。各地壮大农村电商人才队伍,着力培养电商“新农人”。

河南封丘县电子商务服务中心主任杨杰海介绍,县里面向乡镇干部、返乡农民工、特色产业带头人等开展电商知识讲座和应用人才培训,邀请电商企业负责人分享经验,下一步要继续做强人才链,让农村电商发展后劲更足。

政策给力,电商成为农村创新创业的大舞台。在湖北宜昌市夷陵区,从事电商的创业者占到80%。百里荒村村民闫凤娥说起电商滔滔不绝:“摆好样品、拍照编辑、上传抖音,一键发送即可!”闫凤娥熟练操作,发布了一条制作特色食品——榨广椒的视频。不一会儿,32个客户下单购买。

2017年,夷陵区开始大力发展农村电商,闫凤娥被选为百里荒村农村电商服务站负责人。“从技术到资金都有政策支持,就连宣传推广也有人教。”闫凤娥不放过任何学习机会,利用区里的支持政策,她注册了“百里印象”品牌,升级产品包装,搞起直播带货,带动更多村民发展。

“越来越多的农村因电商活起来,群众因电商富起来。”胡冰川说,各地区立足本地资源,通过农村电商促进产销衔接,让优质农产品卖上好价钱。

农村电商下沉,也为创业者提供了广阔空间。我国返乡入乡创新创业人员达1120万人,带动直播带货等新业态蓬勃发展。

特色产业助农增收

江苏省沭阳县龙庙镇天然资源富,当地依托资源优势,发展特色产业,蜂农人均增收10万元左右。图为蜂农在管理蜂箱。

周 永摄(人民视觉)



河北省推行三大粮食作物完全成本保险试点 种粮加了一道“安全阀”

本报记者 史自强

河北省魏县北台头乡西野马村的农田里,玉米丰收在望。种粮大户解帅坤一脸喜悦,忙着检修农机。可在几个月前,他着实经历了一阵担忧。

5月中旬,因叶锈病和风灾,解帅坤种的麦子受灾减产。“当时心里确实有点慌,但后来想起今年上了完全成本保险,可以弥补一下损失。”经过核查认定,保险公司最终确认58亩小麦受灾减产,不到1个月,11020元赔付金就打到了解帅坤的银行账户上。“完全成本保险,相当于给种粮加了一道‘安全阀’。”解帅坤感叹。

为提升农业生产抗风险能力,保障粮食生产,今年,河北省在86个产粮大县全面推开小麦、玉米、水稻三大粮食作物完

全成本保险试点工作。各级财政补贴后,农户只需自缴20%的保费。3月,解帅坤承包种植的146亩小麦全部上了完全成本保险。尝到“甜头”后,7月份他又给玉米上了保险。“有了保险做后盾,病虫、灾害咱都不怕,种粮干劲更足了。”解帅坤激动地说。

据了解,今年河北省将完全成本保险在原来覆盖直接物化成本和土地成本的基础上,进一步覆盖全部生产成本,每亩小麦、玉米、水稻的最高保险金额从原来的500元、400元、620元分别提高至950元、800元、1500元,大幅提升了保障水平。截至7月底,保险机构共支付4.83万受灾农户赔付款0.77亿元。

浙江省浦江县充分发动群众,围绕遵规守纪、邻里和睦、环境整治、家庭和谐、诚实守信等五大类20个指标,制定好家风指数,推出“好家风码”,作为产业帮扶、贷款支持以及各类评优评先的重要依据,促进乡风文明、乡村善治、乡村发展。

青山田园庭院,小桥流水人家。行走在浦江乡村,每家每户门前都有个“好家风码”。

浦江县委组织部常务副部长骆安介绍,县里依托浙江省一体化数字资源系统,对接32个相关部门的数据接口,将好家风指数集成在“丰安红管家”应用上,线上自动打分评价、排名推送,公开公正。线下扫一下每家每户的“好家风码”,家风指数一目了然,家风好的居民缴纳水电费、办理贷款、申领困难补助等都可享受优惠。

好家风涵养文明乡风。“池塘护栏早装上早受益,大家都应出把力!”今年年初,郑宅镇郑宅村建设护栏塘坎工程,20%的配套资金需要村里自筹。消息一出,村民纷纷抢捐、出力出力。村支书张永林自

浙江省浦江县好家风建设走深走实 强村富民路更宽

本报记者 窦瀚洋

豪地说,推行“好家风码”后,大事小情乡亲们积极参与,村里更加团结、和谐。

好家风有力推动全社会向上向善。在浦江,479支志愿服务队伍进驻村社,开展扶弱济困、美化环境、文明劝导等志愿活动1.4万多场次,参与者达到31万人次。

“好家风码”成了乡村治理的好载体。“现在调解工作好做多了。”全国模范人民调解员郑达观介绍,群众只需点开“好家风码”反映情况,微网格治理团就能立即推送信息,迅速组织调解。

“‘好家风码’以老百姓看得见、摸得着、感受得到的方式,助推形成‘家风正、民风淳、社风清’的文明风尚。”浦江县委常委、组织部长章胜辉说。

“好家风就是无形资产、信用资本,我们为‘好

话说新农村

预制菜产业上游连着“菜篮子”,下游连着“菜盘子”,是提升农产品附加值的好载体,也是乡村产业富民的好抓手。要鼓励预制菜产业发展,更好满足市场多元需求

靠着给当地预制菜企业提供原材料,3年来,山东诸城外贸大甲沟商品鸡场的养殖规模扩大了5倍,场长王教部的收入也翻了好几番。诸城市建立“预制菜产业联盟+龙头企业+生产园区+种养农户”的利益联结机制,共培育预制菜加工企业556家,去年营业收入近90亿元。下一步,诸城市规划打造千亿级预制菜产业集群。

近年来,伴随消费升级,预制菜产业市场需求不断升温。数据显示,10年来预制菜产业复合年均增长率达到20%,未来5年内产值有可能达到万亿元规模。

预制菜产业上游连着“菜篮子”,下游连着“菜盘子”,是提升农产品附加值的好载体,也是乡村产业富民的好抓手。数据显示,目前用来做预制菜的农产品不到10%。不少农村地区是重要的“菜篮子”生产基地,一些农产品龙头企业,紧密连接原材料生产基地,拥有丰富的农产品深加工经验,鼓励他们延长链条,发展预制菜产业,能给优质农产品提供新赛道,也能把更多就业机会和增值收益留给农民。比如,一家罗非鱼养殖企业,生产风味烤鱼预制菜,实现了5到7倍的增值,这对强县富农的意义显而易见。

预制菜产业有着巨大的市场需求。但是产业快速发展过程中,还存在标准不健全、冷链物流跟不上、质量安全存隐忧等方面的问题,应加快补上发展短板,促进其高质量发展。

让消费者吃得放心是关系预制菜产业健康发展的头等大事,而标准化生产则是重要基础。目前,预制菜行业整体上缺乏统一的国家标准,没有完整的产品标准体系和操作规范流程,导致一些产品质量参差不齐。有关部门、龙头企业、行业协会等应联手,编制出台统一的行业标准,构建完善质量安全监管体系,倒逼原材料规模化、标准化生产,产品制作、包装、运输各环节规范化操作,共同守护“舌尖上的安全”。

预制菜产业要做大做强,还应尽快补短板、破瓶颈。比如,不少预制菜产品对新鲜度要求较高,而冷链物流配送能力弱、供应链配送成本高等成了发展瓶颈。对此,政策层面应加大对农村产业路、保鲜库等设施建设的支农支持,支持企业建设从地头到餐桌的冷链物流运输体系,鼓励其扩大规模、拓宽市场。在消费需求个性化渐成趋势、美食烹饪文化源远流长的我国,预制菜产业要做大,需破解“众口难调”这个难题。应鼓励支持预制菜生产企业、电商、餐饮企业等销售平台以及合作社、农户等原材料生产主体,建立起灵活高效的供应链协作机制,构建紧密的利益联结机制,共同做好供给侧结构性改革这篇大文章。通过生产更多特色鲜明的优质食材,用先进的加工技术提升品质,不断创新菜品,提供更多差异化产品、多元化风味选择等,更好满足市场多元需求。

预制菜产业发展潜力巨大,各有关方面既要大力鼓励其发展,又要规范其发展,促进各地的“菜篮子”转换成更多“菜盘子”,让预制菜产业更好富农便民。

本版责编:李晴晴
电子邮箱:rmbxnc@126.com

从「菜篮子」到「菜盘子」

顾仲阳

家农户’发放免担保贷款。”浦江农商银行党委书记、董事长王瑾介绍,截至8月末,好家风信用贷款惠及全县1.5万多户家庭,贷款余额20.8亿元,不良率仅为0.71%。

“获得50万元优惠贷款,对我来说,既是机遇,也是责任。”郑宅镇“十佳好家风”家庭、躬乐家庭农场经营户郑战宝说,利用这笔钱,他扩大了葡萄园规模,还发展起鱼虾养殖,去年农场产值超200万元,比贷款前翻了一番多。勤劳致富的同时,他还定期往村里的居家养老服务中心捐赠农场产品,传递勤劳善良、守望相助的美德。

今年7月,浦江农商银行给郑宅镇15个村集体每村授信“好家风专项信贷”600万元,相关项目建成后,可大大增加村集体经济收入。

好家风引来资金流,无形资产转化为有形资源助力乡村振兴。随着物业大楼、仓储中心等一批强村富民产业项目有序有力推进,一幅村美、业兴、民富的乡村振兴图景在浦江两岸徐徐铺展。