人民日报海外版
2017年5月9日 星期二
责编：赵鹏飞 邮箱：hwbjjb@163.com

农村电商助力『土特产』闯荡『洋市场』

本报记者 李婕

美国车厘子、挪威三文鱼、智利浆果、阿根廷大虾……在中国各大电商平台上，“进口生鲜”馆好不热闹。异国特产丰富着国人的舌尖感受，中国电商也从国内做到了海外市场。

互联网正在深刻改变着商业模式。如果说前些年还是微光点点，那现如今中国农村电商规模之大、所涉品类之多、从业者人数之众，已成燎原之势。

中国农村如何搭上这趟互联网的车？美妙的电商之路背后有着怎样的痛点？做电商又意味着哪些改变？

图为江西省峡江县“赣农情”电商扶贫平台工作人员正在打包即将派送到全国各地的蜜橘、冬笋等农产品。 曾双全 张晶摄（人民视觉）

【土特产上了“微直播”】

2017的阿里年货节上演了12场“村红直播”，镜头深入田间地头，呈现原汁原味的农家土货采集过程。5秒内卖掉4万个土鸡蛋；3分钟获得数百万点赞；10分钟卖出了2万箱核桃……土特产的受欢迎程度，令人惊奇。

土特产“购买热”的背后，一批踏上电商轨道的乡村和农户积极呈现着自己的劳动果实。

据阿里研究院和阿里新乡村研究中心共同发布的《中国淘宝村研究报告（2016）》，截至2016年8月底，全国共有135个“淘宝镇”、1311个“淘宝村”。然而，了解一下王曼的工作，便会发现这些“淘宝镇”与“淘宝村”的形成绝非易事。

王曼是江苏省宿迁市宿豫区的一名大学生村官，从2015年起，她有了一个特殊的身份——农村电商推广员。她的工作就是让更多农民开始接受和使用电商。最直接的就是经农户授权代购网络商品；稍微复杂一点，王曼会教年纪较轻、学习能力尚可的村民进行网络购物的操作。

“农村有三难：一是买好东西难，一不小心就会买到山寨货、假货；二是农村借款、贷款难；三是农民赚钱难。”宿迁市宿豫区来龙镇副镇长伏广宇在接受记者采访时说，农村电商推广员就是要在农村撒下电商的种子，让老百姓看到电商的便利，既解决“买好东西难”的问题，也拓宽产品销售的新渠道。

两年时间王曼已经帮助村民在网上代购8000多单。在宿迁市宿豫区，电商推广员已在137个行政村实现全覆盖。

推广“网购”之余，王曼所在的村还建立了网络孵化中心。中心配置电脑、投影仪、无线网等基础设备，定期邀请网络创业导师给大家讲述怎么开网店、做电商。2016年的30余次培训中，共计300多人参与，约占全村人口的1/10。

先下乡，后进城。在电商不断下沉的过程中，许多农民也开始积极作为，琢磨自己的生意经。“农民的互联网意识正在不断崛起，他们积极开拓平台，也试图在网络上挖掘属于自己的空间。”王曼说。

【小农户对接大市场】

借助电商平台，更多优质农村土特产有机会呈现在世界面前。广东清远鸡、内蒙古科尔沁大草原的牛肉、沙漠绿洲的有机青茂甘草羊、川藏高原阿坝牦牛肉、宁夏盐池县特产滩羊等纷纷卖到了海外。

电商最大的优势，莫过于让农户产品对接上了全国乃至全球市场。

图为在新疆伊犁哈萨克自治州察布查尔锡伯自治县加尕斯台乡，维吾尔族青年“创客”肉扎洪·克依木（右一）在对本乡青年进行电子商务知识培训。 李晓果摄（新华社发）

在王曼定点帮扶的创业网店中，有这样一户人家。32岁的张报身体高度残疾，但是经营网店两年以来，他的店铺已经晋升“双皇冠”级别。店铺出售的是当地看似寻常的小鱼、咸菜之类土特产，如今已能达到日均50单的销量。

这个3000多人口的村子，如今共有各类电商店铺近50家，能对外售出100多种商品。草莓、葡萄这些当地的特产，都搭着电商的快车销往更广阔的市场。

类似的故事还有许多。宿迁市宿豫区来龙镇光明村的李江是村支部书记，他带领村民流转土地1000余亩，种植有机稻米并注册商标。在京东商城上，年销售额达500余万元。

来龙镇路墩村的力兵乙有一个300多平方米的板式家具厂，自2013年触网销售以来，年销售额达到200余万元。

太平村的张学明起步晚一些。去年6月，他开始在网上从事实木家具生产销售。谈及做电商的初衷，他对本报记者说，“实体销售不是很好做，所以同时经营电商。网络销售面向全国各地，市场更大更广。”虽然刚起步一切并不容易，但他觉得“还是挺有希望”。

“从前都是农户找市场，现在网络打通了销售渠道，卖鸡蛋的都能增加三四倍销量。”王曼说。

据商务部数据，2016年，全国实现农产品网络零售额1588.7亿元。水果、草药养生、茶饮、坚果、粮油、水产位列零售额前6位。越来越多产自农家的本土特色产品，改变着电商的生态。

【好产品享誉海内外】

说起玉堂酱菜、微山湖咸鸭蛋这些本土礼品，山东济宁人并不陌生。往年家家户户自购的商品，如今却有了海外的订单。在城区某跨境电商营业区，一间不足20平方米的房间里放满了包装精致的本土特产商品。这些被海外华侨预订的土特产将被发往世界各地。

“酒香不怕巷子深”，这句话在电商平台上得到应验。不管村落多么偏僻，只要赶上电商这趟“网上大集”，面对的采购者便来自全球。不过，要真的赶上趟儿，对农民而言并不是件容易的事。

力兵乙是宿迁市宿豫区来龙镇较早从事电商生意的一批。2013年，他就开始琢磨电商的事儿。但是因为“技术、经验一点没有”，他犯了愁。

为此，他专门到邻市徐州的电商店里打工，辗转一年多的时间才经营起自己的网店。“做电商要坚持，慢慢发展起来需要一个过程。”力兵乙说，刚开始他的店铺可能一天没有一个订单，一年多才稳定至日均几十单的水平，心里这才有了谱。如今，为了配合海外销售的需要，他还要灵活处理中英文的产品说明。

除了运营，农村电商还有一大痛点——物流。张学明做的是家具生意，由于本村没有驻点快递，需要将家具运送到别的地点，然后快递发货，物流成本大大增加。好在这样的典型问题在当地政府的帮扶下得到解决。

对于大多数农民来说，做电商无异于一次全新的创业。“没关系，一边做一边学。”张学明说。

“其实本土特产商品在国外市场还是很有竞争力的，但是在销售渠道更为广阔的电子商务端，销售业绩却十分惨淡。好在从去年开始，电子商务端受到重视，更多土特产正在走向更广阔的国外市场。”一位跨境电商负责人说。

【古乡村迎来新生机】

越来越多村民赶上互联网的这班车，而改变，也在一个个村镇里悄然发生。

如今，力兵乙的家具生意做大了，市场前景十分看好，不仅自家的4家淘宝店生意火爆，还带动其他人开设了21家电商店铺帮其销售家具。

1.1万户人口的来龙镇，如今电商交易额已经达到4000余万元。400多人从事着电商行业，包括网店经营者如店长、客服、美工等90余人，物流快递从业者40余人，产品加工、种植人员240余人，代运营团队40余人。

据统计，去年中国农村网店超过800万家，占全网的25.8%，农村网购用户突破1亿，带动就业超过2000万人。

做电商增加的是农户收入，拉动的是当地经济。张报家原本是村里的贫困户，去年买了门面房，开起了商店，今年还添置了面包车。“电商帮助他们脱贫了。”王曼说。

慢慢地，村子也变了。“网商发展带动了物流业，东风村老街不够宽，我们就修了6米多宽的柏油路；网速太慢，我们又进行了网络升级改造；网商开店没地方，我们兴建了产业园。农民转变了观念，在家创业致富，而现在的各项资源也都在向东风村和沙集镇聚集。”在江苏省睢宁县沙集镇党委书记邱良超看来，互联网经济的深度介入，加速了当地的城镇化进程。他说，“村和镇连成一片，已经不是过去的小村庄了，俨然一个小城镇。”

如今，来龙镇也有了一个1万平方米的创业孵化园。园区里，电商孵化中心、物流快递中心、综合服务中心、住宿餐饮中心齐备，俨然一个现代化园区的样式。目前，孵化园已入驻各类电商15家，物流快递企业4家，电商从业人员40余人。

力兵乙厂里的家具，此刻正在发往全国各地，其中约50%销往广东地区。经过这里中转，一个普通中国农民生产的家具将被销往海外。

图为在宁夏贺兰县京星农牧场农村淘宝服务站，村民正在了解如何通过网络平台外销大米。 彭昭之摄（新华社发）

电商带活一方乡土

李婕

2014年，笔者曾到江苏省宿迁市调研，当时的主题并不是电商。但是好几个镇集颇有规模的电商经营，让人印象深刻。家家户户在自家经营，专职兼职皆有，当时仅从表面上看，这些正在电商上发力的镇集和其他村镇并没有什么不同。

互联网带来的改变向来如此，不动声色，却在某些时刻让人突然一惊。到2016年，我曾经到访的村镇已经成为全国榜上有名的“淘宝镇”和“淘宝村”。中国的农村几乎没有所谓的互联网基因，却可以在一批敢闯敢作为的农户带领下，慢慢集聚资源与创新能量。

开放谈

“农民的互联网意识正在不断崛起，他们积极开拓平台，也试图在网络上挖掘属于自己的空间。”一位基层工作者的话，让笔者触动很深。中国农民的开拓进取，正改变着中国电商的生态；而电商的日渐活跃，也带活了那些刻板印象中“空心化”与相对沉闷的中国乡村。

剩余劳动力也能“轻”就业。当下的中国乡村，大多青壮年都出去务工了，留下的是老人、妇女和儿童，劳作能力有限。很长一段时间，这代表着农村劳动力与生产力的格局。但随着电商开起来，能人大户回到村子里干事业，老人、妇女帮衬着，店长、客服、物流、运营、包装……轻重搭配，家业兼顾。村民各得其所，要素活起来，收入多起来。国家倡导的“电商扶贫”，不就是这个道理？

商业世界也有农民话语权。相比城市市场经济的快速发展，农村无疑是滞后的。农村地区作为城市工业品的输出地，提供的却只是低附加值的初级农产品。找不到市场、摸不着渠道，农产品卖个好价钱更是难上加难。借助电商，农民第一次获得了直接与消费者对接的可能性。当然，电商推广、运营、售后服务等绝非易事，但不乏有善学好学的农民，做出了好产品的口碑。经营一家网络店铺，接受的是来自市场经济的反向培育。以电商为始，期待农民在商业世界里获得更多话语权。

农村也有现代的基础设施。做电商需要软件硬件兼备，运营推广少不了，物流、网络却是硬保障。电商的推广，正在为农村带来一场由商业推开的软硬件变革。道路更宽阔，物流更便捷，网络更畅通，配套更齐全，信息技术提升着乡村的生产效率，也推动着农村基础设施的全方位升级。早些年说“要想富，先修路”，如今的信息化建设对农村也是一场赋能，助力更多农民从生产自由走向交易自由、从黄土地走向消费者。

做电商虽是小小的经营行为，但政策鼓励、社会积极、效益明显，在广大农村地区越来越火。希望电商在为农村地区带来经济效益的同时，能够发挥最大的社会效益，真正带活一方乡土。

商海春作（新华社发）