

中国农村网民数量突破2.5亿

# 农村电商让致富路更宽了

本报记者 杨俊峰

“支持电商、快递进农村，拓展农村消费”成为今年两会的热点话题之一。据商务部统计，目前中国农村网民数量突破2.5亿，农村电商突破1300万家。越来越多的服务和商品通过电商进入农村，改变着农民的生活和消费习惯。网购，不仅为农民拓宽了就业渠道，也成为农村生活消费的新风尚。

## 保障“米袋子、菜篮子”

商务部副部长王炳南近日表示，商务部会同财政部、国务院扶贫办等部门，从2014年起，连续6年开展电子商务进农村综合示范，推动全国农村电子商务发展。

“到目前为止，我们累计支持了1180个示范县，已经实现对全国832个国家级贫困县的全覆盖，有力促进了农村电子商务事业发展。经过各地各部门多年的共同努力、广大企业的积极参与，我国农村电子商务发展迅速，成效显著。”王炳南说。

据商务部统计，2019年全国农产品网络零售额达到3975亿元，同比增长27%，带动300多万贫困农民增收。今年防疫期间，农村电商平台的作用进一步凸显，四川省88个示范县就组织电商、快递企业为居民配送生活物资达到600多万单，保障了居民的“米袋子”和“菜篮子”。

“快递进村”工程也随着农村电商的火爆而加快建设步伐。“今年全国邮政管理工作会议提出‘快递进村’工程，4月初印发《快递进村三年行动方案》，仅仅1个月，‘快递进农村’写入政府工作报告。”国家邮政局局长马军胜表示，“全行业将扎实推进‘快递进村’，延伸寄递服务网络，打通双向流通渠道，助力农民脱贫增收，为打赢脱贫攻坚战贡献行业力量。”

## “电商+”成脱贫“新农具”

一根网线、一块屏幕、一部手机，打通贫困地区农产品“出山路”，成为贫困户脱贫致富“新农具”。“直播间的朋友们，我推荐的红薯汁是我们县的特产，鲜薯鲜榨，绿色



5月21日，湖北省宜昌市夷陵区电商进农村带头人、分乡镇百里荒“山上人家”民宿员工闫凤娥在直播平台推销农家山货。 张国荣摄（人民图片）

健康……”近日，河北省柏乡县宏卓农业科技有限公司总经理王卓珍坐在手机前直播卖红薯产品。一个半小时的直播，卖出近300件红薯汁。通过直播间的“吆喝”，王卓珍的红薯畅销全国，不仅拓宽了销售渠道，而且提高了农民收入。

“我要6包白仁，5斤龙须面，再来一瓶香油。”近日，家住山东聊城市区的陈女士在一个家乡扶贫的微信群里下单购物。当天下午，快递直接将货品送到了家门口。

陈女士的老家位于聊城下辖的临清市刘垓子镇。作为山东省信息化扶贫示范镇，刘垓子镇与一家网络公司合作，建立信息化扶贫电商平台，通过线上线下推广的方式销售扶贫农副产品。他们组建了17个社区团购微信群，覆盖15个社区8000余户家庭，不定期举办活动，推介镇上优质的扶贫农产品。

刘垓子镇党委书记于红丽说，2019年，镇扶贫大棚通过电商渠道销售果蔬1.5万余斤，销售额近20万元，扶贫收益惠及当地贫困户。“未来我们将加大

线上线下推广力度，预计今年收益将大幅增长。”

## 农村冷链物流备受关注

近日，全国政协委员、国家邮政局普遍服务司司长马旭林提交了一份《关于对邮政快递企业在农村地区发展冷链物流给予财政支持的提案》，建议“尽快解决制约农村地区冷链物流发展瓶颈，加快推动农产品进城”。

马旭林称，中国农产品冷藏保鲜、冷链配送、标准化、规模化等方面的能力还需加强，这是制约邮政快递业进一步发挥双向流通渠道作用的关键因素。

农村冷链物流基础设施建设，也是全国政协委员、中山大学食品与健康工程研究院院长刘昕在两份提案中同时提到的话题。刘昕表示，将冷链物流基础设施投入作为公益性产业、民生产业优先发展，能促进乡村振兴、农户收入持续稳定增长；农村冷链建设对“互联网+直播+农产品”新业态也大有帮助。

刘昕认为，直播销售农产品，首先要让消费者有对农产品有信任感、安全感，这对农产品提出了更高要求，品牌化、标准化是农产品需要进一步发力的地方。而农村冷链正是目前农村比较薄弱的环节之一，应高度重视建立对冷链物流从源头到终端的监管体系建设，高度重视对冷链物流网络的监管，只有解决好这“最先一公里”的问题，才能解决农产品质量及安全问题，也才能给农产品品牌化及标准化的建设奠定坚实基础。

马旭林表示，邮政快递业开展冷链物流优势明显，邮政网点乡镇覆盖率为100%，快递网点乡镇覆盖率为96.6%，是畅通“农产品进城”的重要连接点，可以对农产品的全流程传递进行监控，降低农产品发生不可逆转质变的风险。

“发展工业互联网，推进智能制造。电商网购、在线服务等新业态在抗疫发挥了重要作用，要继续出台支持政策，全面推进‘互联网+’，打造数字经济新优势。”今年政府工作报告明确提出推动制造业升级和新兴产业发展。这一举措为中国经济在危机中育新机、增强发展新动能提供了重要路径。

近年来，以数字经济为代表的新产业新业态在中国蓬勃兴起。智能制造、电子商务、在线教育等业态的发展不仅增添了中国经济的活力，也为人们生活提供了便捷舒适的服务。防疫期间，为与肆虐的病毒较量，人工智能、在线消费、无人配送更是发挥实力，为抗疫保供发挥了特殊作用。

在武汉火神山医院，依靠5G、人工智能技术的远程医疗大派用场，让远在北京的优质医疗专家与一线医务人员共同会诊，大大提高了患者救治效果。在深圳第三人民医院，优先选科技生产的防疫机器人，充分发挥测温、导诊、消杀三重功能，成为医护人员的得力助手。在物资配送中，多家快递物流公司运用智慧分拣和智能送货机器人，实现了各项物资的高效配送，有效保障了老百姓的日常所需。正因为有这么一支“硬核”科技力量，中国抗疫的底气更足，信心更坚定。

疫情给中国经济社会带来前所未有的冲击，但危中有机。疫情发生以来，线上线下业态进一步深度融合，新业态、新模式、新场景加快普及。工业互联网、智能化生产精准应用，帮助企业疏通复工复产“堵点”，连通产业链供应链“断点”；无接触配送、直播带货持续火热，促进了消费回补和潜力释放，帮助大量商家农户减少了损失；线上课堂、居家办公、虚拟会展等新业态快速发展，减轻了疫情影响，也给中国经济培育了新动能。

新业态的培育发展壮大离不开中国不断完善的基础设施的支持。正如中国侨商联合会会长、世茂集团董事局主席许荣茂所说，“国家加快推进5G等新基建的投资建设力度，推动着互联网、人工智能、大数据等前沿技术的应用不断向大众生活、企业经营、教育培训等各个领域渗透。”与此同时，中国政府也出台了各类举措积极支持新业态发展。比如，5月份，国家发展改革委等17部门联合发起“数字化转型伙伴行动”，推行普惠性“上云用数赋智”服务，培育数字经济新业态，将为企业发展带来更多机遇。随着基础设施、配套服务体系建设的日渐完善以及全国两会政策举措的持续落地，我们有理由相信，中国数字经济等新业态发展将愈加活跃，为做好“六稳”工作、落实“六保”任务提供助力，进一步激发中国经济内生动力。

数字经济持续发力势头好

孟庆川

中国市场规模有望达到900亿元

# 在“5G+VR”中感受无限风光

本报记者 金晨

戴上VR（虚拟现实）设备走遍大好河山、登陆VR商店选购最新产品……随着5G与VR在多个领域“成功牵手”，虚拟现实产业在加速普及和商用落地方面迎来发展新机遇。工信部日前印发《关于推动5G加快发展的通知》，要求进一步推广5G+VR/AR（增强现实）等应用，促进新型信息消费。根据AR/VR行业市场分析机构Greenlight Insights（绿光洞察）的预测，2020年全球VR产业规模将达到1600亿元，中国市场规模将达到900亿元。

## “科技拍档”的炫酷体验

婀娜多姿的“东方女神”、栩栩如生的“巨鳞出山”……近期，江西上饶三清山景区用一场24小时5G+VR直播向来自全国各地线上游客展示了“天下第一仙峰”的美丽风景。游客们只要打开手机或电脑，即可足不出户体验“沉浸式”观赏。

随着疫情防控形势持续向好，全国各大在线旅游平台、景区纷纷借助5G+VR技术推出“云参观”“云旅游”活动，在不排队、不扎堆的前提下满足人们强烈的出游需求。5G+VR这对“科技拍档”在各种应用场景中落地生根，为人们带来炫酷的生活新体验。

在四川成都，当地首个5G+VR云店铺——华为大悦城云VR店铺近日上线。在VR店面中，全景布局 and 商品陈列得到完美还原，用户拖拽屏幕即可前往感兴趣的“线上柜台”了解商品详细信息。5G网络助力下，画面高清，选购体验稳定流畅。

防疫期间，不少零售业者将目光锁定5G+VR全景虚拟导购平台建设，在拓展线上消费的同时，通过“线上柜台”引流的模式帮助线下实体店门店多方位获取客源，促进门店销售增长，实现线上线下融合的新型消费模式。

“VR店铺客流量未来还有很大发展空间，现阶段5G+VR正在培养顾客消费的新模式。”VR云店铺负责人表示

示，随着5G网络的全面覆盖，未来将会有更多商业综合体、品牌商和零售商加入线上线下融合的新型消费场景中，5G+VR消费新模式将得到更多消费者的接受和认可。

## “5G与VR像孪生兄弟”

自VR技术问世以来，相关产品便在诸多领域广泛应用，但由于技术不够成熟、基础设施支撑不足等问题，VR产业发展一直起伏不定。

过去，在VR设备实际应用中，使用者常常会因为画面延迟、声画不同步而产生眩晕感。业内人士介绍，为了保障数据传输的效率，VR设备的体积重量相对较大，难以适应长期佩戴，“拔不掉”的数据线也限制了设备的便携性。

如今5G技术的融入能够很好地弥补VR技术缺陷，有效解决设备体验不佳的问题。”恒信东方公司副总经理吴狄杰表示，5G具有高速率、低延时、大容量传播的特点，因此5G+VR数据传输更快、更通畅，内容存储和呈现也不再耗费大量空间与时间，突破了VR原有的技术瓶颈，带来的体验自然更加舒畅。

在VR设备的构造和成本上，5G技术可通过超高容量的云端存储和高速、稳定的数据传输，将部分数据和计算任务交由云端完成，使VR终端更加小型化、轻量化以及无线化。硬件生产成本也将下降70%左右，实际使用与维护费用也相应降低。



游客在青海喇家国家考古遗址公园VR体验区参观。

新华社记者 张龙摄

“5G与VR像孪生兄弟相生相伴。”业内人士称，随着5G与VR进一步深入融合，VR设备还有可能实现云端化，这将进一步推动VR终端的大规模普及和商用。

## 人才缺口亟待弥补

随着5G+VR产业的发展，高素质复合型工程技术人才供给不足等问题成为亟待突破的主要瓶颈。

当前VR产品和内容相对单一，一定程度上也是优质复合型人才短缺造成的结果。51WORLD数字城市事业部研发总监黎晓迎说，研发人员不仅要了解虚拟现实技术，还要具备5G通信和数据处理等相关经验，并根据具体应用场景进行相应产品开发等工作。

为厚植VR人才发展的土壤，人社部与国家市场监管总局、国家统计局

今年初正式将“虚拟现实工程技术人员”列为16个新职业之一，教育部此前也将“虚拟现实技术本科专业”纳入《普通高等学校本科专业目录（2020年版）》，为设置职业教育专业和培训项目、确定教学培训内容提供依据和参照，从而实现人才培养和市场对接，满足5G+VR产业发展需求。

此外，各地高校和VR龙头企业也充分发挥引导作用，通过加强合作办学、定向培养等手段，促进高素质复合型人才持续向市场输出。去年6月，江西省教育厅发布了加快推进虚拟现实产业发展行动方案，提出将构建全省高校VR领域人才培养体系，打造VR人才聚集的“江西高地”。专家指出，目前VR产业已在政策和技术等方面连获助力，若能顺势“爬坡过坎”突破人才瓶颈，整个行业将迎来更加广阔的发展空间。

# 站在客户的角度思考

海外网 吴倩

今年1月，一则寻找“人生伴侣”参加太空绕月之旅的广告，吸引了全世界目光。这一项目的发起人，正是日本最大时尚电商“走走城”（ZOZO）前首席执行官前泽友作。

前泽1975年11月出生于日本千叶县，毕业于早稻田实业学校。幼年时，他就很有生意头脑。到了高中阶段，前泽又迷恋上音乐，还组建乐队并担任鼓手。高中毕业后，他没有继续读大学，而是前往美国进行音乐游学活动，他的事业也由此起步。20岁时，前泽凭借销售西方音乐CD赚来了人生的“第一桶金”。

1998年，前泽创立了线上时尚电商公司Start Today（今天开始），并将其打造为日本的行业巨头。2004年，他又创办了日本著名服饰电商网站“走走城”。截至目前，Start Today市值已高达1万亿日元。

前泽用其自身的传奇经历，打破了日本企业重视资历经验的论资排辈模式。他不要求员工加班，也不用绩效评估员工价值。正是这一系列颠覆传统的举措，造就了前泽的商业神话。

2019年，雅虎日本斥资约4000亿日元收购了ZOZO 50.1%的股份，借此在电子商务市场与亚马逊和乐天等企业展

开竞争。前泽也出售了其37%股权中的30%，并辞去首席执行官职务。今年4月7日，他凭借19亿美元的财富位列福布斯富豪榜第1135位。

除了年纪轻轻创业成功外，前泽还是一名艺术收藏家和探险家。2018年9月18日，Space X（太空探索技术公司）公布前泽作为首位绕月旅行的私人乘客。2012年，他成立了现代艺术振兴财团并担任会长，通过举办现代艺术展等普及振兴现代艺术，并支持年轻的艺术家和音乐家。

回忆创业之初，前泽表示：“一开始我们联系著名服装品牌要卖他们的服饰，几乎都被拒绝，但因为那些都是我很喜欢的品牌，所以我不觉得是辛苦的事。”现在，许多大牌都等着在走走城上架销售，平台市场地位已不可同日而语，但前泽的挑选标准还是只有一个：“员工们自己喜欢，我们就会考虑。”

对于创业成功的秘诀，前泽认为，他只是不想和别人做一样的事，“要想象如果自己是客户会买什么。很多管理知识从书上可以找到，但纸上谈兵和实际运作不同，经营事业时，就算有工商管理硕士（MBA）学位也不一定有用。”

图片来源于网络



# 站在客户的角度思考