

桐乡:电商入村 打造乡村振兴新引擎

朱言 沈芸 胡思越

作为数字经济的重要组成部分,农村电商已成为助推“三农”高质量发展、助力乡村振兴的强劲动力。

自2019年8月获评浙江省首批电子商务进农村综合示范县以来,桐乡市以推动数字农业发展为核心理念,以打造区域公用品牌和产业区域品牌为引领,坚定实施农村电商发展战略,整体推进农村电商提质增效。

2019年—2022年,桐乡市网络零售额从442.7亿元增长至579亿元。桐乡创建省级电商专业镇8个、电商专业村68个,其中27个行政村获评浙江省电子商务示范村;钱皇、喜歌、蚕缘等5家企业先后入选省级新零售示范企业。2022年成功创建浙江省数字生活新服务样板县;2023年,喜歌、华腾等4家“共富工坊”获得省级专项激励,其中喜歌直播城“共富工坊”入选《浙江省首批百家电商直播式“共富工坊”典型案例》。



“桐诚礼”区域公用品牌营销月系列活动

新鲜度是保证食品品质的关键因素之一。在这个问题上,冷链成了解决方案。桐乡提前布局,为美好生活保障护航。

从2021年7月份至今,从四川松潘“全程冷链”到桐乡的新鲜耗牛肉和藏香猪肉出入库超5万斤,节省了数万元冷库的开支。2022年3月,冷链配送驰援开化。2022年4月,冷链配送体系全线投入蔬菜配送、冷库储存,助力桐乡市蔬菜等各类生活物资供应。

同时,供销冷链配送体系以“基地直采+冷链配送专线”模式,实现农产品全程冷链新鲜直达,助力农产品先行,切实稳住居民菜篮子,护好农民钱袋子。

对于冷链配送而言,“互联网+”意味着更多元化、更智能化、更高效的模式。

桐乡通过绘制数字农业智慧冷链地图,实现配送路径可视化、数字化,依据实际单量、交通实况智能化制定配送路线。2023年,桐乡市农产品智慧冷链物流体系入选浙江省省级冷链物流试点。

构建稳定、高效、低成本运行的农产品出村进城冷链物流网络,城乡循环更畅通,乡村振兴更添动力。

目前,桐乡已搭建运营中心—中心冷库—产地预冷库冷链物流配送体系,农产品月均出入库1500吨。与桐乡市董家茭白专业合作社、桐乡市金牛葡萄专业合作社等39家专业合作社签订了冷库优惠使用协议,在农产品上市期间提供2—3个月冷库的免费支持。

同时,桐乡依托北门大街特色农产品供销超市生鲜区,与崇福张继东蔬菜、河山绿营蔬菜等合作社建立长久合作,基地直采后通过冷链运输车,直接运输到供销超市生鲜区及北门大街冷库。

通过3年多的电子商务进农村综合示范工作项目推进,桐乡进一步深化了农产品供应链建设,畅通产销对接,构建起普惠性、公共性、引领性、示范性的农村电商生态体系。

下一步,桐乡将继续把农村电商发展与乡村振兴战略、数字乡村建设、“数商兴农”工程有效结合起来,推广新业态新模式,持续优化农村电商发展生态,以农村电商大发展激活农村大市场,全面推进乡村振兴取得新成效。

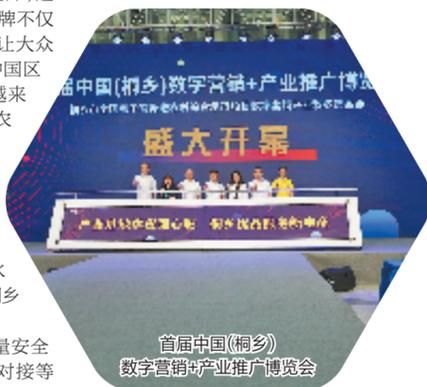
全域大整合 成就超级品牌

从阳澄湖大闸蟹到西湖龙井,这些把地域和特产结合起来的品牌不仅具有优质物产的优势,同时也让大众产生了鲜明的记忆点。《2022中国区域农业品牌发展报告》显示,越来越多的消费者关注和认可区域农业品牌,品牌的销售额、溢价能力和复购率持续增长。

2023年,桐乡联合浙江赋能电子商务有限公司打造了属于自己的区域公用品牌“桐诚礼”。“桐诚礼”寓意传递水韵城市桐乡,怀有诚意选出的桐乡产臻品作为代表心意的礼品。

“我们建立了有关产品质量安全的标准和权益,同时提供资源对接等多种服务,并进行汰换制管理。这样的制度既能激励和帮助企业发展,也能保障消费者权益,同时提升品牌的美誉度。”桐乡市商务局相关负责人说。同时,桐乡通过建立区域公用品牌的自营官方电商渠道及品牌线上经销商销售网络,打造直播电商、社交电商、社群电商等电商新零售经销模式。

在品牌运营中,不断升级优化品牌概念,举办10场资源对接会,共为企业对接MCN机构、知名电商平台、达人主播、采购商等30余个合作渠道。



首届中国(桐乡)数字营销与产业推广博览会

佳绩。以蚕缘家纺、五世同堂为代表的第二场营销月直播活动——“桐诚礼”家纺溯源专场,更是取得了142万元的好成绩。

4月至5月,桐乡依托于国家级电子商务进农村综合示范项目推进的契机,开启“桐诚礼”区域公用品牌营销月共同富裕系列电商活动,总销售额突破2500万元,“桐诚礼”品牌规模及影响力再升级。

据浙江赋能电子商务有限公司相关负责人蔡小龙介绍,“桐诚礼”的产生,是结合市场消费要求和桐乡农产品小物精的实际创意完成的。

在品牌构建初期,授权38家桐乡市内企业使用区域公用品牌。这些企业的产品种类丰富,有桐乡本地食品、日用品、服装等。同时,将桐乡杭白菊的“菊物堂”、洲泉镇的“壹品洲泉”等乡镇品牌和产业品牌纳入为分支品牌,建立区域公用品牌矩阵,协同建立品牌效应,实现对外曝光流量统一收口,触达终端消费人群,扩大影响力,提升桐乡品牌认知度及敏感度,带动桐乡各乡镇、产业商贸协同发展。

截至目前,入驻企业已达38家,入驻企业范围从原先的农产品扩展到桐乡各特色产业带,其中包括三珍斋、新和保健、华腾、泰丰斋、蚕缘、金惠等桐乡市农业龙头企业。

直播赋能产业 激活共富引擎

“这里是羊毛衫产地。”“321,上链接!”……激情洋溢的主播们,在屏幕的这一端呈上火热的消费盛宴。喜歌直播城不仅是一座新地标,也是直播电商的新典范,更是时尚产业高质量发展的新图景。

桐乡积极挖掘电商直播式“共富工坊”,2022年,累计孵化培育嘉兴市电商直播式“共富工坊”28家;在浙江省商务厅公布的《2023年度电商直播式“共富工坊”专项激励项目名单》中,华腾食记“共富工坊”、“桑在云间”直播矩阵“共富工坊”、喜歌直播城“共富工坊”、濮院轻纺城电商直播基地“共富工坊”上榜,4个项目总计获得170万元专项资金补助,项目数位列嘉兴第一。



电商直播式“共富工坊”

站在互联网时代风口,“让手机变成新农具,让数据变成新农资,让直播变成新农活”。数字化的变革激励着桐乡勇闯短视频和直播风口,闯出了一条数字经济赋能乡村振兴高质量发展的新路。

以数字赋能、示范培育推动产业集聚发展成效明显。

在濮院毛衫集聚区,建立濮院毛衫电商服务联盟,推动中国毛纺织原料电子交易平台、中国毛针织网等行业电子商务平台功能升级;2020年,在石门启动桐乡抖音直播带货“启航”计划,服务42家重点鞋企打造石门皮鞋直播营销阵地,当年累计销售额超过6000万元。该市孵化产业内200余从业者、50余个账号。

以不同主题活动为抓手,精准导入优质资源,破解产业供应链痛点。

对接桐乡羊毛衫设计协会、OEM企业,与一些头部主播进行深度联名产品开发;与遥望网络科技有限公司开展合作服务,推动桐乡本地优势供应链企业与一些主播工作室开展产品供应及库存商品促销活动供货合作。同时,组织“桐诚礼”区域公用品牌营销月共同富裕系列电商活动,邀请淘宝头部百万主播深入桐乡开展溯源直播,直播间最高实时在线3300余人,单场GMV均超百万元。

新理念新载体,迭代升级服务

模式。

目前,桐乡已建设完成市“一网兴农”产品流通数字化服务平台(小程序)与“一网兴农”助农公益直播间。在濮院、石门分中心设立电商公用直播间并投入设备,搭建4个农产品展销营销中心O2O服务示范点,配套全市联动营销服务支撑等资源,拓展业务范围,增强服务主体经营活力。

“我们还构建了‘中核指导+镇级服务覆盖+村级服务联动’的电子商务公共服务运维体系,市级电子商务公共服务中心充分发挥‘指挥中枢’功能,在毛衫、皮草工业服饰产业、农产品整合升级以及全市农特产品营销配送等服务方向上,统一调配资源规范服务标准,建立服务各乡镇特色产业需求需求的公共服务网络。”桐乡市商务局相关负责人说。

接下来,桐乡将继续深入探索“打造平台、集聚要素、做强产业”的发展模式,构建“直播基地+电商企业+特色产业”的直播体系,推动沿链聚合、差异发展,丰富“直播+”数字业态新赛道。

开启乡村振兴中的 冷链大时代

人们的生活水平提高了,对食品质量要求也越来越高,而食材的



杭白菊文化节直播



互联网发展论坛乌镇咖啡



桐乡首批农产品企业区域公用品牌授权