

手机、电脑变身新农具,快递发货、直播带货成为新农活

浙江农村电商奔向新高地

本报记者 杨一凡 赵静 吴丽燕 通讯员 曾海英

村里的网店一家接一家,货架上堆满鞋盒,老人熟练地修剪鞋子的线头,快递小哥来回穿梭……在温岭市泽国镇双峰村,这个远近闻名的“淘宝村”,村民们从“双12”大促前夕一直忙碌到现在。

如今在浙江,像双峰村这样因电商而繁忙的村庄还有很多。

首个“农村淘宝”试点落户桐庐县10年以来,浙江各地农村电商星火燎原。随着农货卖全国,手机、电脑成了新农具,快递发货、直播带货化身新农活。

2024年1至10月,全省农村网络零售额9528.6亿元,占全省网络零售额38.8%。农村电商发展区域集聚效应、规模效应和协同效应明显。

面向未来,作为农村电商大省的浙江有了新目标。近日,省商务厅等9部门印发《浙江省关于推动农村电商高质量发展的实施方案》,提出用5年时间,基本建成设施健全、主体活跃、产业融合、流通顺畅、服务高效、生态完善的农村电商高质量发展先行省,打造农村电商“全国新高地”。

记者走进浙江多地,看农村电商如何打开浙江农货销路?如何盘活各地乡镇特色产业?农村电商又如何从容走入下一个十年?



▲ 在桐庐县百江镇罗山村,党员干部运用网络直播宣传推介蓝莓。
通讯员 徐军勇 摄

从摆摊卖到上网卖 电商带动农村发展格局之变

“直播车来了!”在瑞安市马屿镇蔬菜大棚,看到一辆小车开来,菜农脸上泛起笑容。

当地的“森活本味”共富工坊将直播车开到田间地头,主播跳下车,拿出手机、支架,就能现场直播。记者看到,当天采摘的番茄、白芸豆等,成为直播间“主角”,不到一小时就被订购完。

在浙江,网店销售和直播带货的服务已经深入偏远山村,惠及广大农户。以往,由于交通不便,农产品大多只能在地摊售卖,销售半径较小,这不仅限制了农户的增收渠道,也让那些喜爱尝试新鲜食材的消费者难以接触到全国各地的、带着“泥土味”的农产品。

“从摆摊卖到上网卖,市场之变带动了农业农村发展格局之变。”马屿镇党委书记项爱光介绍,2023年全镇线上线下销售农产品高达9100余万元。今年,销售额将突破1亿元。越来越重视品质的电商消费者,反向推动农产品生产的标准化、体系化和品牌化。“天井洋大米”、全国名特优农产品“大日红毛芋”、全国非遗“老蓝头南板蓝根”等马屿镇的区域品牌如今已是名声在外。“农产品进网店,不仅让消费者吃得放心,也提升了农产品的文化价值和辨识度。”项爱光表示。

如今,农产品直播销售已成风潮,以短视频平台快手为例:在快手电商兴农计划的助力下,2024年初至今,浙江区域农产品商家GMV(商品交易总额)同比增长超20%,订单量同比增

长超30%。

电商不仅带动农产品走出村,也激发了村民的创业活力,为农村经济注入新的活力。

从一根鞋带做起,温岭市泽国镇双峰村的鞋业历经多年发展,渐成规模。村里头脑活络的年轻人多年前尝试开网店卖鞋,一张会卖东西的“网”逐渐在双峰村张开。2014年该村获得中国“淘宝村”称号。如今,全村网店数量超200家,三分之二的村民从事电商相关工作,全村网络年销售额超1.5亿元。

虽然农村电商发展很快,但网店分散且规模不大,价格战越来越激烈,而农村物流成本相较城市缺乏优势。在这一背景下,如何让乡村网店升级,让分散商家形成合力?

泽国镇布局电子商务园区,为商家提供仓储的便利,同时向快递公司争取更低的价格。在该镇汇富春天电商产业园内,卡卡布童鞋企业负责人郑鑫介绍,公司平均一天发货近两万单,高峰时达三四万单。“今年的销售目标为700万双,我们很有信心。”信心背后,是园区物流便利。

“不管电商平台如何迭代,仓储、产品和物流,是不变的刚需。”汇富春天电商产业园总经理苏力表示,园区以物流打通产业链上下游,实现降本增效,拉动产业升级。如今,园区入驻工业企业百余家,服务业企业约200家。今年,园区日均发货80万单,带动双峰村等周边村庄鞋类制造进一步发展,吸纳更多年轻人涌入。

“块状经济”触网 特色产业链接新市场

“39.9元的针织外套要不要?”“喜欢这款围巾的宝宝,可以点击下方小黄车!”在桐庐县横村镇,工厂里的吆喝声不绝于耳。

横村镇是桐庐县工业强镇,以针织产业闻名,产品远销欧美等地。越来越多的针织企业谋求转型,搭上电商快车。

不仅在横村镇,浙江省各个村、镇、县的产业都如珍珠般串联成链,展现出鲜明的“块状经济”特色,使得乡间田野越来越多的纺织企业愿意加入直播行列。在桐庐县横村镇的一间厂房内,杭州鑫涵电子商务有限公司负责人吴亚萍和她的女儿每天都出现在直播设备前,展示镇里企业生产的围巾和帽子,日均销售额稳定在6万元左右。

桐庐县电商公共服务中心工作人员表示,针对横村镇产业带的源头工厂缺乏电商运营经验等问题,该中心通过对接外部机构、达人,为企业提供直播技术及人才培养服务,鼓励开展厂地直播,“工厂能更近距离地贴近市场和消费者,带动企业从成本、订单驱动,变得更紧跟市场节奏。”该中心今年已入库县内外优质服务商20余家,对接走访本地企业百余家,孵化企业30家。据不完全统计,桐庐开展直播带货的针织企业达30余家,近半年销售额超5000万元。

农村电商的发展,推动浙江县域产业带内部的加速整合以及资源优化配置,提升了其市场竞争力。江山市的消防器材、木门等特色产业集群,透过一块块屏幕,小镇上的工厂车间变身直播间,在“车间直播+工匠主播”模式带动下,51家工业企业打造了70余个车间直播间,培育工匠主播200余名。走进上余镇一家门业企业的车间,一边是连轴转的机器;另一边,来自一线的技术员、工程师、营销骨干等,正滔滔不绝地面对直播镜头介绍产品。相比其他带货主播,他们更了解企业的产品和技术,更能让消费者信服。江山诸多产业的销售,借助电商实现从B端到C端延伸,有效提升产品成交率,今年获取线上订单超30亿元。

随着一二三产业全链条式发展日益成为趋势,将特色产业与绿水青山相结合,为文化旅游注入新活力,农村电商正崛起为一股不可忽视的新势力。湖州美妆小镇坐落在吴兴区埭溪镇,距离杭州约一小时车程。这里入驻化妆品及相关配套企业超过280家,是浙江省“十四五”期间化妆品产业的唯一核心承载区。

2016年起,四季玫瑰庄园在美妆小镇引种百余种玫瑰,集玫瑰种植、休闲观光等功能为一体。结合小镇自然风光、玫瑰竞技场等,一场场庄园内的直播,吸引了八方来客。记者看到,来自杭州等地的年轻人前来体验各类化妆品,享受惬意的田园时光。

以美妆产业为核心,美妆小镇重点推进国际美妆时尚博览中心、四季玫瑰庄园等文旅产业项目,通过举办大V实地采风打卡、线上联动推出短视频等,展现美妆小镇“美丽经济”,加快以美妆为特色的全域旅游发展,年均游客量突破30万人次。“接下来,美妆小镇将继续发挥电商带动作用,打通从美妆原料种植、产品研发生产到消费旅游体验的全链平台,实现产业、文化、旅游联动发展。”美妆小镇相关负责人表示。

为集聚优质资源,提升浙货开拓市场的渠道和能力,我省商务部门联合淘宝天猫、得物、小红书、抖音、快手等平台,开展各类产业带对接活动近350场,力争今年全省网络零售额超过3.2万亿元,较去年实现6%以上的增幅。

此外,记者从省商务厅了解到,在提升产业集聚水平上,全省按照特色化差异化发展思路,省市县三级联动,分类开展电商专业村、电商镇梯度培育。截至2023年底,全省网络零售额超千万元的电子商务专业村达2642个,电商镇365个。产业集聚水平不断提升,为推动县域商业高质量发展提供重要支撑。

破解“成长的烦恼” 形成更为完善的商业生态

“今日74977件派送中。”在德清配物联科技有限公司,总经理沈云打开智能配送GIS指挥大屏,记者发现:全县平均每天进出20多万单快递,派送情况一览无余。这一面聪明的大屏依托的是公司投资两亿元研发的GIS指挥中心和车场智能调度系统,新系统的应用推动了整个德清县域内配送一体化,整体配送效率提升37%。

在沈云看来,在城市里快递可以送到家门口,但在乡村仍难实现,村一级物流是农村电商发展的短板,面临基础设施薄弱、物流配送成本高等问题。从“快递进村”到“快递活村”,也是她从教师转行到物流业,一直想做成的事。

过去十年,浙江农村电商星火燎原,发展迅速。展望未来,有业内人士指出,物流配送缺乏体系化建设、专业的电商运营和网络营销人才缺乏、农村电商数字化转型不足等,限制了农村电商进一步发展。破解农村电商“成长的烦恼”,正当其时。

产业旺,离不开人才。农村电商新业态不断涌现,对专业人才需求愈加旺盛。当下的年轻人更愿意扎根大城市,农村电商人才如何破土而出?

“从补光灯的灯色、灯温、高度、亮度,再到选品介绍,我们通过‘保姆式服务’,培育本地带货主播。”泽国镇水乡共富工坊负责人张必胜介绍,授人以鱼,不如授人以渔,工坊助力培育本地主播,涉及鞋子、家居、小电器、农产品等众多品类,第一期参加培训的60多人中,已经有本地主播拥有了稳定客流。

在马屿镇,“小英夫妻”“乡村赵大姐”“谢小暖”等特色鲜明的本地主播队伍正在崛起。当地的“草根工社”孵化了20余名农民成为直播达人,服务涉农企业127家。瑞安市商务局相关负责人表示:“我们将会通过实施本土主播、直播共富工坊、名特优产品三大倍增计划,进一步培育本地主播人才,实现农民收入增加、农业产业升级。”

在持续完善乡土电商直播人才培养上,我省正持续发挥各级电商公共服务中心、电商直播共富工坊等平台作用,搭建多元化、普惠化、全方位的公共培训体系,常态化加强电商人才培养工作。

推动未来农村电商再上新台阶,形成更为完善的农村电商生态,离不开良好的政策环境以及公共服务的提升。我省各地加快脚步,招引电商平台、培育壮大电商主体、优化电商营商环境等。

以德清县为例,当地通过打造“线下站点+线上平台+共富合伙人”模式,招募众多物流企业、农业生产企业、创业者及技术能手加入共富合伙人队伍。他们以技术入股、创意合作、资金合作及协助招商等多种方式,发挥各自优势,拓宽了富民增收的路径。

自2019年开始,我省先后获批34个国家电子商务进农村综合示范县,其中山区县达到16个。

近年来,建设覆盖县、乡、村的综合电商服务体系,针对性进行电商人才培养,培育骨干企业,搭建孵化平台,打造电商品牌等浙江农村电商经验,走入新疆、四川等地,有力带动了当地电商生态培育。

2021年起,桐乡市对口帮扶四川松潘县,也将发展电商的经验做法传授至松潘,当地的牦牛肉、藏红花椒等产品触“网”销往全国。桐乡还把电商公共服务模式带到松潘,并打造电商产业园,已培育电商青年创业企业20余家,电商人才900人。在今年世界互联网大会乌镇峰会期间,浙江电商赋能共富的案例登上国际舞台。

省商务厅相关负责人表示,我省将持续优化农村电商发展环境,促进农村电商基础提升、加快直播电商提质升级、加强电商人才培育,进一步完善我省农村电商发展生态,拓展新渠道、新业态、新场景,推动农村商贸流通生态数字化转型,激发农村电商发展活力和内生动力。

专家观点

打通农村物流“最后一公里”

肖亮

近日,我省多部门印发《浙江省关于推动农村电商高质量发展的实施方案》,赋能农村快递与电商协同发展。打通物流到村的“最后一公里”,是我省努力补齐农村电商发展短板的途径之一。

当前,农村物流业务量空间分布不均。一些偏远乡村人口少、快递量少、物流成本高,市场化运作下,很难保证经济效益。其次,快递进村长效机制还有待完善。尽管我省积极探索县乡村电子商务和快递物流配送体系,推动县域共同配送,邮政、快递企业、商超等多元主体开展相关业务,仍存在经济效益不明显、快递企业间利益难以分配、共配积极性和服务质量长期难以保证等问题。

打通农村物流“最后一公里”,需要多措并举、多方持续发力。首先,要优化乡村快递末端服务站点

实际,进行站点布局。同时,末端站点可叠加一定服务,增加吸引力和活力。以德清县为例,村级快递服务站点,叠加家政、商贸、养老金提取等“一站式”服务,不仅能收发快递,还成了便利村民生活的去处。

其次,强化共配市场主体培育。充分发挥邮政、商超等主体能动性,同时对乡村配送网络进行优化,整合社会运力,降低物流成本。企业也要抓住消费下沉的机遇,不断拓展业务来源,增强自身造血能力。

最后,对于县域共配的基础设施,相关部门可将其作为公益性设施进行扶持,方案中也强调要完善农村电商物流基础。各方协同,不断加强乡村物流配送网络打造,将更好地满足浙江农村地区日益增长的寄递需求。

(作者系浙江工商大学现代商贸研究中心主任)



在吴兴区埭溪镇美妆小镇的一家化妆品企业,工人在车间里赶制订单。
共享联盟·吴兴·何伟配 摄

温岭市泽国镇双峰村网店员工正在清点仓库存货。
受访者供图

▲ 瑞安市瑞陶甘蔗专业合作社直播团队在甘蔗田里直播。共享联盟·瑞安·项颖 摄