

土货“进城”不再难 时髦件儿下乡“路路通” “互联网+”催生新农人

一瓶500克的油焖笋卖20元还供不应求、多汁的奉化水蜜桃全国24小时内送达……有了互联网这双隐形的翅膀，浙东山区的山珍，越来越多也越来越快地走进了城市，成为全国消费者看得见、吃得着的“奉化名片”。

作为宁波首个“农村淘宝县”，奉化在农产品上行、消费品下行、农村电商人才培训和传统企业应用电商等方面已形成一套“奉化模式”，刷新了农村生产方式，引领着农村发展模式的新变革。

发展正当时的农村电商，尚有无数征程与可能。

用“大队模式”严控质量 农村电商走向规模专业化

互联网+农业=?
互联网+农业=质量。

这是奉化市溪口镇新建村党支部书记唐敦大给出的答案。他用“大队模式”对奉化土特产油焖笋的制作加工进行管理,要做“土得掉渣”,但又有“标准化质量”的奉化油焖笋。

每年3月底到5月初的吃笋季,在奉化的不少村里,家家户户都会架锅烤笋。周边有不少市民趁这个时候,专程来奉化买箱油焖笋回去。近年来,电商平台上也随处可见打着“农家自制”、“手工干烤”、“奉化正宗”等宣传字样的油焖笋产品。

但在唐敦大看来,电商大风劲吹之下,山里的土货可以更轻松地“进城”,但如果没有质量和品牌的支持,就很难长期吸引消费者的眼球。现在的土特产生产普遍“小而散”,门槛低,组织化程度不高,难以满足市场的“大胃口”。

如何破解?51岁的唐敦大想了一个“土办法”——用“大队模式”

管理新建村的油焖笋。

在今年的春笋季,新建村组织了50户村民,在村口的统一场地,现场架锅烤笋。烤制油焖笋的所有的原材料、锅具、工作服等,都由村委会统一采购提供,油焖笋的烤制加工过程全程透明。

据介绍,试行的短短5天时间,新建村村民统一烤制了1万公斤新鲜毛笋,包装了10000瓶500克装的奉化油焖笋,通过新建村村委会合作的全通农村合作社进行统一包装、物流发货,在淘宝网上进行代销。刨除成本后,所得利润全部由参与烤制油焖笋的50户村民所得。

对此,奉化市商务局副局长陈敏芬分析认为,新建村的“大队模式”对于奉化的土特产上行之路是一种积极的尝试。农村电商若要实现跨越发展,经营者需要转变旧有思路,从“有多少卖多少”向“持续性供货”转变,从传统的“独户分散经营”向专业化、规模化、品牌化的方向经营转变。

大学生回乡当起“村小二” 村民网上买货卖货更便利

农村的消费市场前景广大,但农村人群的电商化仍需要一个过程。在没有村淘服务站前,有些偏远村,村民买东西得跑一趟镇上。而现在,村民们也能看着电脑下单了。这其中,“村小二”担纲起了重要角色。

从2014年开始,溪口镇沙堤村的80后二胎

妈妈竺美龄就加入了阿里巴巴农村淘宝项目,成为奉化首批村淘合伙人之一。她将自己家原来经营的副食品店改造成了“村淘服务站”,为村民提供淘宝代买、收发货等服务。

对于竺美龄的“村淘服务站”,沙堤村村民从最开始的陌生到熟悉到依赖,从试水下单

到拼单团购,从肥皂、酱油到轮胎、家电……

除了帮村民代买,村淘服务站还为当地的土特产提供代销服务。在改变村民生活方式的同时,农

村电商也带给村民生产方式的改变。

沙堤村是奉化水蜜桃的重要种植基地之一,从前年开起村淘服务站之初,竺美龄就已经陆续帮

村民代销了不少水蜜桃。今年,竺美龄与另外4位村淘合伙人一起开了土源农产品合作社,注册了“桃大婶”商标,以水蜜桃作为销售单品,进行品牌化营销。

农村消费呈几何式扩大 好货“出山”不再难

而在新建村、竺美龄们的背后,是奉化农产品销售及服务网络的日益完善。农村电商网络“全覆盖”下的奉化,农村市场消费呈几何式扩大,好货“出山”不再难。

2015年4月15日,阿里巴巴农村淘宝奉化项目正式启动,目前奉化有1个运营服务中心、150个农村电商服务站正在运营,到今年8月底共促成交易34.9万笔,营业额超5980万元。

今年“6·18”大促,奉化农村淘宝站点实现交易额1300万元,位列全省第一。去年“阿里赶集惠”活动期间,奉化的村均订单数、村均交易额均位列全国第一,被表彰为“农村淘宝示范县”。

根据《关于推进奉化市农村淘宝项目的实施意

见》,明确在2015—2017年投入1140万元,将农村淘

宝村级服务站覆盖到全市300多个行政村。除了农村淘宝项目外,奉化各村邮政服务站发挥其物流优势,依托“村邮乐购”平台建成了103个村级服务站。

“工业品下乡”扩大了农村消费,而“农产品进城”则让电商的春风吹进了田间地头。水蜜桃、芋艿头、油焖笋等奉化本地优质农副产品,通过互联网销往全国各地,扩大了宁波本地农特产品区域品牌传播。

目前奉化有51个村淘服务站承担起了线上销售的功能,多位合伙人的网络店铺入驻淘宝“乡甜”频道。2016年6月份以来,农村淘宝合伙人通过互联网多渠道、多玩法的营销方式,总销售近15000单,

同比增幅200%多。

与此同时,“特色中国宁波馆”作为宁波市政府与阿里巴巴集团战略合作项目,自上线以来成绩斐然,已经成为宁波特色农产品走向全国的快速“通道”。

据了解,该平台基于宁波本地农特产品,策划、组织各类网络主题活动,带动宁波本地农特产品区域品牌传播。举办网上年货节、河姆渡食遗、象山“红美人”柑橘盛宴、秀山土鸡蛋网红直播等多个农产品电商营销活动,有力促进了宁波特色农产品网上售卖。至今年8月底,特色中国宁波馆平台交易额达到4.36亿元,保持快速增长势头。目前,宁波馆平台已成功上线宁海馆、象山馆、余姚馆等地方馆。

返乡农村青年纷纷搭上新潮流 农村电商带动大批创业者

农村电商经济铺天盖地而来,在为商品提供城乡“双向流通”的广阔空间的同时,也正在成为农村青年创业就业的新渠道。

以奉化为例,近几年发展很快的“农村淘宝”和乡村民宿,基本上是返乡的大学生和年轻的农民工创办起来的。在奉化已开设的150家农村淘宝村级服务站中,超过9成均为自主创业的本村年轻人,平均年龄约31岁,很多人是

在拥有外贸或电商等从业经历后再回乡创业。

围绕农村电商的发展,世家洁具、裘忠海鲜等奉化本地企业也陆续参与到了农村淘宝平台销售,一定程度上带动了相关产业的同步发展。此外,物流、培训、包装设计等衍生服务业市场也随之扩大,进一步增加农村就业机会。

加强对农村电商创业人才的支撑,是发展农村

电商的重中之重。宁波市商务委联合相关部门出台了《宁波市电子商务人才培养三年行动计划》文件,通过举办多期农村电商创业大赛,挖掘了一批农村青年电商带头人。今后,宁波市将加大力度开展农村电商人才培训。借助宁波市电子商务学院、网商大学、高等院校、社会培训机构等力量,计划到2017年培训专业化农村电商人才1万人。

助推“互联网+三农”

“奉化模式” 成电商新样本

作为浙东第1个、全国第26个“农村淘宝县”,奉化正着力打造浙东农村电商的“奉化模式”,为宁波的经济跨越发展注入新的动力和活力。

在政策扶持方面,奉化先行先试。在出台《关于进一步推进电子商务发展的若干意见》和《关于印发促进电子商务产业发展实施办法的通知》两个政策性文件基础上,又出台了《关于推进奉化市农村淘宝项目的实施意见》,统筹协调农村电商发展中的各种问题。

在基础设施上,目前奉化除了顺丰、“四通一达”等企业已经全部落地外,邮政服务站在市镇两级财政补助下也已经在每个行政村完成布局。去年又引进了阿里旗下的菜鸟网络,联合万象物流专门为农村淘宝市级服务中心到各村服务站间提供专业高效和个性化的物流服务,目前日均快递数1800余个。

在最新出炉的全国县域经济最具竞争力百强县中,奉化排名第七十位,宁波有五个县市区上榜。“我们希望能给浙东地区的县市树立一个示范和样板,在实践中逐步打造出农村电商的‘奉化模式’,为宁波的经济跨越发展注入新的动力和活力。”陈敏芬表示。

“奉化模式”也为宁波其他县市的农村电商发展提供的可借鉴经验。接下来,根据有关规划部署,宁波将以“奉化模式”为参照逐步推广。至2017年,建成10个县级农村电子商务运营中心,每年新增200个以上村级电子商务服务点;培训专业化农村电商人才1万人,逐步建立全市农产品网络销售体系、农村电商服务体系;全市农产品网络销售额突破80亿元,县域网络消费额占当地居民消费总额的比重超过35%;推动全市农村电商发展进入新阶段。

记者 史妮超



村淘服务站提供免费量衣服务。