

突如其来的新冠肺炎疫情改变了人们的生活，也打乱了一座城市运行的正常节奏。疫情防控期间，小区、村庄实行封闭式管理。市民出门买菜难，而本地农产品因销售渠道受阻出现积压、滞销情况。

居民出门不便，基地的菜运不出，如何破解买不到与卖不出难题，成为农业农村部门疫情防控生产保供的一件大事。

在这一背景下，“甬农鲜”应运而生。

利用互联网技术，在智慧农业的基础上，市农业农村局快速开发出“甬农鲜”云超市线上平台，农业生产经营主体在平台上发布农产品，各商超、小区居民都可以线上订购。在非常时期，“甬农鲜”为农产品生产基地和社区居民之间架起一座直通“桥梁”，也为打通农产品产销“堵点”开辟了新路径。

“甬农鲜”以平价、直销、公益为宗旨，平台运行以来，得到了省、市领导的充分肯定，省农业农村厅专门编发简报予以介绍。随着知名度越来越高，“甬农鲜”成为继“丽水山耕”之后我省又一知名农产品销售公共品牌。

“甬农鲜”： 架起农产品从基地到社区的桥梁

记者 孙吉晶 通讯员 康庄严 文/摄

宗旨：平价 直销 公益

2月11日，由市农业农村局组织开发的“甬农鲜”直销公益平台正式亮相。这一“云超市”旨在将宁波本地安全、优质的农产品，直接送到社区居民的餐桌上。当天，平台在海曙区高桥镇安丰社区投入试运行，截至下午6时，共成交156单。

次日，“甬农鲜”平台向全市推广，受到广大市民的欢迎。上线第一天，点击量过百万，订单量超过1.5万，成交金额近40万元。据介绍，市民在识别“甬农鲜”云平台二维码、关注微信公众号后，即可进行无接触采购，完成在线支付。农产品配送时间以每日18时为统计节点，18时之前所支付的订单商品根据供应情况将安排次日进行配送。18时之后支付的订单，计入次日采购

计划，后天进行配送。

首日火爆的成交量，完全出乎运营方的意料。

由于当时劳动力严重不足，加上快递员无法返城，如何及时快速地将农产品送到客户手中成为一大难点。为解决订单配送难题，市农业农村局紧急抽调20多名机关事业单位干部组成志愿者队伍，连夜对农产品进行分拣。有的志愿者还自己开车，把居民订购的蔬菜等农产品送到小区。

“甬农鲜”运营中心负责人孟震告诉记者，经过不断的摸索、磨合、改进，目前平台运行正步入“轨道”。

各地蔬菜基地、畜禽场、水产养殖场、农民专业合作社等纷纷加

入平台，供应商不断增加。目前已对接本地农产品供应商250余家，上线农产品品类涵盖肉类、禽类、水产品、蔬菜、水果等210余种。截至3月底，农业经营主体在“甬农鲜”平台开展直销和通过“甬农鲜”供需大厅发布信息，累计销售各类农产品40206吨，成交金额5.6亿多元。

“甬农鲜”作为一个公益平台，不收取消费者和生产基地农户一分钱，采取蔬菜基地直供直销模式，有效减少了中间流通环节，降低了流通成本，与市场零售相比，平台上的果蔬价格更具优势，也相对新鲜。以2月22日平台在售的猪前腿肉为例，售价为52.2元/公斤，而其他两家配送平台的售价分别为77.6元/公斤和87.6元/公斤，“甬农鲜”优惠幅度达到48.66%和67.82%。

“甬农鲜”平台的及时推出，较好地解决了疫情期间居民买菜难题。上线以来，订单稳步增长，用户数量不断攀升。截至3月30日，公众号注册用户6.1万余户，点击量约1594万，用户遍布江北、海曙、鄞州、镇海、北仑等地的4000余个小区。随着居民关注度持续提升，“甬农鲜”已成为广大市民防疫期间居家生活的好帮手。家住江北区繁景花园小区的严奶奶在购买了“甬农鲜”平台的农产品后，由于行动不便，无法提货，“甬农鲜”志愿服务人员，直接将她购买的农产品送上门。老人特地打电话表示感谢。



配送现场

破解卖难，为农户挽回损失

疫情暴发时，正值草莓、梭子蟹等宁波本地农产品生产、销售旺季。面对销路不畅、运输受阻，很多莓农和蟹养殖户一筹莫展。“甬农鲜”的推出，让他们看到了希望。

疫情对餐饮业的冲击很大，好多酒店只能关门大吉。这让原先产品以供应酒店为主的养殖户欲哭无泪。奉化联合水产养殖的2800亩梭子蟹平时都是供应餐饮企业，疫情之下，负责人胡晨波只能“望塘兴叹”。由于梭子蟹季节性很强，如果不及处理，不但经济损失惨重，还会影响下一季养殖生产。胡晨波通过奉化区农业农村局了解到“甬农鲜”直供平台，于是产生了对接的念头。了解到这一情况后，市农业农村局在第一时间安排“甬农鲜”平台开辟了“滞销助农”专栏，同时开拓B端销售。在平台助

推下，胡晨波挽回了一定的经济损失。

“多亏相关部门人员的帮助，我一下子就卖掉了500公斤鱼。”“浙奉渔”老板林吉如日前高兴地说。之前，因疫情影响，库存的两三千斤海鲜让林吉如很是发愁。后来，在奉化区农业农村局的指导下，他在“甬农鲜”上注册并登记了相关信息。没想到，第二天就有一家食品公司下单了。

“自从入驻‘甬农鲜’线上平台后，蔬果直供500个社区，现在每天订单供不应求。”这段时间，宁波甬福农业发展有限公司所属的农业合作社社员郭师傅每天在大棚里采摘果蔬。通过“甬农鲜”平台，甬福农业解决了100多亩近5万公斤草莓的销路。

此前，合作社大量水果、蔬菜

滞销。甬福农业负责人刘希文看着一天天长起来的草莓发愁，但又无计可施。经海曙区农业农村局工作人员联系，企业入驻“甬农鲜”线上平台，蔬果从“滞销”变“直销”，一个多月来在“甬农鲜”平台销量排名榜上位列第一。郭师傅说，每天他会根据前一日公司的订单，采摘当天需要配送的果蔬。上午8时，当天要配送的果蔬就完成分拣、称量、包装，在配送人员的接力下一袋袋装车运往指定社区。

“虽然现在菜市场陆续开放，但线上买菜还有不少‘粉丝’，有时配送人手不够，我也会亲自配送。”刘希文如是说。

“甬农鲜”平台作为在特定情况下推出的一个利民措施，破解了农产品卖难的大问题，为广大农业主体挽回了不少经济损失。



蔬菜生产基地



播下希望的种子

功能日益强大，供需渠道更畅通

“甬农鲜”起步于疫情期间，然而，这一平台的运作并没有因疫情防控形势的好转而止步。相反，作为平台主管部门，市农业农村局对继续做大做强“甬农鲜”品牌提出了更高的目标。市农业农村局主要负责人表示，要结合宁波实际，不断完善运行机制优化服务方式，探索新型销售模式和路径，充分展示宁波农产品的风采，把农产品叫得更响，卖得更好，为实现农业增效、农民增收作出更大的贡献。

平台上线之初，由于点击量和订单量剧增，再加上物流受阻、分拣人员缺乏、经验不足等因素，出现了平台卡顿、服务跟不上等一些情况。面对这些难题，市农业农村局积极应对，见招拆招。在硬件保障上，平台与华为技术人员联合攻关，大幅提升服务器资源，提升后“甬农鲜”志愿服务人员，直接将她购买的农产品送上门。老人特地打电话表示感谢。

在时效上，目前订单配送主要由供应商直接进行配送，为保证及时送达，制订了承诺制度，下步计划引入保证金制度，以形成对供应商的有效约束。

在服务上，“甬农鲜”运营中心组建了10余人的客服团队，做好咨询、投诉受理和回访等服务工作。截至目前，共接受用户咨询电话3687个、投诉电话49个，回访用户8268人次，回访率98%以上，用户满意度达到97.7%。此外，针对行动不便的特殊群体，平台还安排志愿者提供“甬农鲜贴心服务”，将农产品或急需物资送到用户家门口。

为完善功能，平台增加了各区县（市）农产品基地直供电商平台、我是采购商（商场、超市、批发商）、我是供应商（农户、养殖场、合作社、加工厂）等栏目功能，录入供需信息500余条。目前，通过这个公益平台，为商超、食堂、团体采购提供通道，使供需

双方直接对接，减少中间环节，让本地农产品生产基地和采购方得到更多的实惠。

通过驻甬媒体和地方媒体的有力宣传报道，随着平台人气攀升，一些电商平台有意加盟“甬农鲜”。可以说，运行不到两个月的“甬农鲜”，在省内已有一定的知名度和影响力。

今后，市农业农村局将致力于将“甬农鲜”打造成为全省乃至全国闻名的农业区域公共品牌。通过“基地+社区”的零售新模式，推动“菜园子”直通“菜篮子”，让百姓的菜篮子拎得更轻松一些，让农户的钱袋子鼓得更快一些。

记者手记

做大做强“新渠道”

新冠肺炎疫情发生以来，我市农业农村部门急百姓所急，想百姓所想，创新服务模式，以最快的速度推出了面向社会公众的“甬农鲜”公益直销平台。实践证明，这一平台为农产品生产保供发挥了积极作用。

随着疫情防控形势的好转，其他生鲜配送平台相继恢复正常营业，这对刚“出生”的“甬农鲜”来说，既有同台竞争的机遇，也面临着生存壮大的挑战。

做大做强这一“新渠道”，要继续发挥“甬农鲜”平台优势，把平台建设与品牌化、农产品质量安全监管有效结合起来，着力解决物流配送问题，大力发展B端市场，加强价格保障和品质保障。要加强对“甬农鲜”品牌营销谋划。坚持线上线下相结合，线上以“甬农鲜微信公众号”“甬农鲜APP”等为切入口，线下以宁波市优质农产品展示展销中心、社区直送点、农博会等为载体，探索区域公共品牌营销体系建设。

“甬农鲜”起步于疫情期间，

新闻链接

“甬农鲜”平台发展目标

一、启动建设100家规模化、标准化生产加盟基地，建立“甬农鲜”基地标准体系和“甬农鲜”平台上架产品准入制度，推广“基地+社区”农产品平价直销模式，先期对接500个社区，逐步建立以宁波市为区域重点、辐射全省的销售网络；探索以市场主导和政府推动相结合方式，拓展延伸“甬农鲜”平价直销电商平台，建立“甬农鲜”品牌和企业品牌双品牌营销体系，构建“甬农鲜”品牌运营体系、运营机制，制定统筹协调、宣传引导和监督管理等方面保障措施，提升品牌美誉度、诚信度、品位度。

二、继续完善“甬农鲜”平价直销平台功能，将“甬农鲜”打造成宁波农产品的“淘宝”平台。坚持“甬农鲜”平台的公益性，对入驻平台企业不收取任何费用。完善“甬农鲜”平价直销平台监管和考核机制，通过红黑榜机制，对基地供应情况进行综

合评价，优胜劣汰，形成长效的约束机制。对于进入红榜的进行奖励，对于以次充好、缺斤短两等行为实行首次警告，二次直接下架并列入平台黑名单。对于触犯农产品安全底线及假冒伪劣的行为实行零容忍，直接进入黑名单，并报相关行政管理部门。

三、严格基地准入管理，严控源头关。以宁波市农产品质量安全监管与服务平台的追溯体系数据为支撑，加强对入驻平台的基地实行准入制管理，实现品牌农产品“从田间到餐桌”的全程可追溯，把好品牌准出关。各有关部门要加强对业务指导，做好农产品上架遴选，指导基地标准化生产，帮助入驻基地完成与农产品质量安全监管体系的对接，加强对农产品质量安全的监管，推动农产品质量提升，做到对百姓负责，让百姓吃得安心、放心。（孙吉晶 整理）