“互联网+乡村振兴”新趋势②

如今，农村电商正在通过互联网“改造”农村产业。农产品“上行”将农村地区的小生产直接对接大市场，通过电商这一连接点，将农村地区分散的种植、养殖和生产对接大市场需求，在供需之间建立起新的市场机制，在这一过程中电商也开始深度参与农村产业转型升级的变革

电商深度参与农村产业变革

经济日报·中国经济网记者 陈 静

农村电子商务有两条路，一条是“买买买”，即消费品和农资下行，另一条则是“卖卖卖”，即农产品上行。与下行的“条条大路通罗马”相比，上行要面对的“拦路虎”多得多。

但政府管理者和电商平台依然没有停下探索农产品上行路径的脚步。原因之一在于“上行”直接关系到农民增收，是脱贫的重要保证。中国国际电子商务中心研究院常务副院长李鸣涛表示：“‘上行’将农村地区的小生产直接对接大市场，电商成为中间的连接点，将农村地区分散的种植、养殖和生产对接大市场需求，在供需之间建立起新的市场机制，也在加快农业企业的转型升级。”

另一方面，农产品上行蕴含着巨大商机。数据显示，预计到2020年，生鲜电商市场交易规模将突破3100亿元。易果集团董事长张晔坦言：“生鲜因高频、刚需、高客单价等特点，成为新零售趋势中的核心类目。生鲜电商发展要面对的最大挑战，在于如何获得农业产业的支撑。”

按照阿里巴巴集团董事局主席马云的说法，阿里巴巴要帮助农民实现亩产1000美元。但这个“小目标”实现起来并不容易，农产品上行为什么难？一个个难题又将如何破解？

在浙江建德市一家农村“邮乐购”电商服务站，工作人员向农妇介绍土鸡蛋的网销情况。新华社记者 谭 进摄

“变准”：走出家门的第一步

建立符合电商需求的农产品标准化体系，是农产品上行优化的必由之路

“农产品是典型的非标产品，品类多样、口感各异。在传统的销售场景下，一批农产品要经过层层批发商的筛选才会进入消费者手中，但电商渠道意味着生产者和消费者的直接对接，如果没有建立起足够的标准，就意味着消费者无法得到品质稳定的产品，体验大打折扣。”张晔介绍。

“变准”，即建立符合电商需求的标准化体系，是农产品走出家门的第一步。生鲜配送服务提供商上海安鲜达物流科技有限公司高级总监牟屹东坦言，注重农产品标准、注重标准的落地和实施、提高农产品标准的精度，是农产品上行优化的必由之路。

国都证券股份有限公司农产品分析师赵博认为，实行标准化能够缩小产品的差异性，扩大产品的相似性，打造一定量级的可复制性产品，才能把农产品变成适合网上售卖的商品。但标准需要可执行，既包括农产品本身的品质标准，也包括统一的包装标准，甚至可要求农户按照统一标准进行土壤改造、种植和采摘。

从目前来看，标准多由电商平台和电商企业自行摸索。新疆电商企业喀什维吉达尼电子商务有限公司创始人刘敬文表示，维吉达尼正在尝试在内部制定出符合生态农业规律、符合农户生产经验的蜜瓜生产标准，以及符合农业实际和消费者认知的蜜瓜产品标准，“我们称之为维吉达尼标准，鼓励农民和消费者参与到生产标准和产品标准的建立过程中，下一步我们还想和农村淘宝一起，推出可推广的新疆蜜瓜标准。”陕西洛川美域高生物科技有限责任公司则利用16条选果线将延安苹果按照颜色、大小、糖度、瑕疵等多项指标进行智能分拣，再提供给电商平台。该公司董事长薛云峰说：“这些选果线甚至能够精确测量出苹果的糖度，帮助电商平台按照不同的细分标准对商品定价出售。”

不过，情况正在发生变化。今年3月底，工业和信息化部、农业农村部等7部委联合印发《关于开展农产品电商标准体系建设工作的指导意见》，将标准化作为农村电商转型升级的重要基础。指导意见明确了3大重点任务，建立农产品电商标准体系、加强农产品电商标准制修订、推动农产品电商标准的实施推广。让人们对下一步电商农产品的标准化抱有更多期待。

“变重”：不仅是卖货而已

“轻资产”的电商企业在农村电商领域正在“变重”，深度参与农业产业化变革

电商农产品的标准化，也是电商企业介入农业生产的第一步。一向以“轻资产”自豪的他们，正在农村电商这个领域里“变重”，农村电商的可持续发展，不仅仅建立在销售渠道平移的优势上，更意味着电商企业深度参与农业产业化变革。

今年4月底，阿里巴巴农村淘宝与吉林新疆两地政府企业签订协议，首批新型互联网订单农业落户当地。吉林省粮食局副局长刘红霞介绍，在吉林，首期将有2000亩稻米田进行订单农业尝试。“新的模式将通过提前约定地块、品种、种植方式甚至价格和包装等内容，提前锁定服务和收益。比如消费者可以在水稻播种前下单，将有专属农户负责选种、育苗、耕种，水稻成熟后进入专属粮仓低温储藏，并在每月中旬把现磨鲜米送上门。”阿里巴巴乡村事业部大农业发展部高级专家高子寒表示，新型互联网订单农业不仅是连接消费者与农户的桥梁，更从供给侧改变了农业生产方式，“通过订单农业建立供需两端的信息通路，实现农货品质的稳定和销售的可持续”。

电商平台推进订单农业也要面对风险。望家欢农产品集团供应链总经理龚会军表示，一方面，市场价格波动有可能造成违约，当市场价格高于订单价格时，农户产生“惜售”和“转售”心理，合约对农民来说并没有很强的约束力。另一方面，如果在源头没有切实的监管措施，很难保证农民完全按合约要求生产。“订单农业需要机动灵活的保障机制，比如价格浮动，或者与当地的龙头企业、生产合作社联合，甚至需要政府作为第三方进行督导和协调。”

电商企业直接操盘的生产基地是掌握更多话语权的另一条出路。网易味央在江西高安建起占地面积3400亩的第二座猪场，高科技在这里“百花齐放”，比如使用液态猪粮精准饲喂，解决了传统干料饲喂中产生的严重粉尘问题，降低猪患气喘的风险。每只猪有电子身份证(也就是耳标)，确保每一块猪肉的安全品质都能追溯。网易公司CEO丁磊曾表示，互联网企业不能浮在半空中，想要吃透农村市场就要平稳落地，从农产品的培育、养殖等线下环节直接入手。易果也在云南建水等地建立起生产基地和示范田。“我们甚至投资了包括万里神农等在内的上游农业技术公司，拿葡萄来说，生产基地的种植方法和农民习惯的方法大有不同，等到一整套种植技术成熟，再向当地农民推广出去。”张晔表示。

“变快”：从前端到后端

从田间地头到百姓餐桌，需要从前端到后端全渠道的资源整合和体系搭建

“农产品上行的难点还在于物流建设，冷链一方面很缺乏，另一方面成本非常高。”成都信息工程大学副校长贺盛瑜说。

数据显示，2017年我国农产品冷链物流总额达到4万亿元，同比增长17.6%，但在全国物流总额的252.8万亿元中仅占1.58%。中国物流与采购联合会大宗商品流通分会副会长周旭表示，农产品进城的物流体系尚处于初级阶段，物流集散较为薄弱，还需要逐渐完善农产品产地预冷、全程冷链配送等冷链物流基础设施。

从政策层面来看，已有包括《关于加快发展冷链物流保障食品安全促进消费升级的意见》《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》等多项政策出台，鼓励农产品冷链物流建设，2018年的中央一号文件中也明确指出，要“建设现代化农产品冷链仓储物流体系”。

农产品冷链物流如何建设？中国交通运输协会农产品冷链物流专业委员会顾问张签名认为，在前端，产地仓冷库目前“短板”最为明显，“农产品预冷是农产品低温冷链贮藏运输必不可少的环节。但预冷库建设成本高，尤其是农产品需要的气调库比一般冷藏库成本更高，仅靠农户或农业合作社很难承担”。目前电商平台正在参与进来。4月26日，菜鸟与天猫联合宣布启动“神农计划”。计划两年内在全国开设100个原产地生鲜仓库，覆盖全国生鲜主产区。京东生鲜也在4月27日宣布推出了“京东生鲜赋能计划”，将自己的生鲜物流向社会开放。不过，贺盛瑜也表示：“在加强农村地区物流干线网络建设、合理规划布局冷链物流体系的同时，也要避免盲目跟风投建，保障资金效率，同时要整合各方面的农村物流服务网络和设施资源。”

在后端，直接将农产品与商超等对接，是降低冷链物流成本的另一种方式。北京工商大学经济学院教授洪涛表示，线上与线下融合是农产品电商发展的新趋势，将促进农产品加快进城。农村淘宝与大润发签订了合作协议。5月起，农村淘宝农产品上行品牌淘乡甜可在近20个城市160家大润发零售店与消费者见面，后续还将覆盖到大润发所有门店。阿里巴巴乡村事业部大农业发展部负责人黄爱珠表示，打通阿里巴巴线上线下新零售渠道，为农产品拓展了高质量销路，“电商平台叠加大型商超和社区零售小店，是农村淘宝助力乡村实现亩产1000美元的底气”。

记者观农

保护传统村落需挖掘内生动力

□ 乔金亮

曾几何时，随着城镇化的推进，全国有不少古村落消失了，很多老房子被拆了，让忆乡愁的人们后悔不已。日前，北京市发布《关于加强传统村落保护发展的指导意见》，公布了首批44个市级传统村落，反映出传统村落保护越来越制度化。

传统村落是农耕文明传承过程中形成的重要遗产。近年来，不少地方都在努力保护传统村落，但由于欠账较多，仍然存在很多问题，其中突出的是保护与发展的矛盾。为避免出现建设性破坏，此前新农村建设的不少基本政策没有覆盖传统村落，传统村落又缺乏专项支持政策，导致大部分传统村落基础设施不足，村民居住条件较差，同时村集体合作开发、村民自行翻建住房的需求较大，使得保护难度加大。

生活在传统村落中的村民，也拥有享受现代化成果的权利。对于传统村落来说，要以复苏、振兴为重心，在加强保护的同时，使其焕发新生机。因此，必须处理好发展和保护的关系，在最大限度发挥现有各类设施功能的前提下，统筹开展基础设施和公共服务建设，逐步改善传统村落的基础条件，提升生活居住环境，传承传统文化遗存。

多年前，一批专家学者在西塘发出了保护传统村落的《西塘宣言》，呼吁保护传统村落。自2012年起，住房和城乡建设部等6部门启动传统村落保护工作。5年来，大部分传统村落已被列为保护对象，中央财政对传统村落保护发展给予了大力支持，至今已对前4批的3155个村落给予每个村庄300万元保护扶持，用于改善公共基础设施、保护文化遗产等。

不过，全国传统村落远不止3000多个，大多数传统村落很难获得300万元资金支持。住房和城乡建设部有关负责人表示，将进一步推动传统村落保护法制化，明确政府和村民在保护传统村落整体格局、传统民居和非物质文化遗产方面的责任和义务；继续加大政策等支持力度，研究设立传统村落集中连片保护区，开展传统村落保护示范工作。

为实现传统村落自身保护与发展的良性循环，一些乡村规划师提出了传统村落民居的保护要遵循“修旧如旧、吃外住内”的设计原则，村域环境不能变，民居外观不能变，民居内部品质则要提升。“吃外”是要维护村落的传统环境风貌，为生态旅游、养生养老等奠定基础，增加农民收入。“住内”则是提高民居内部生活环境品质，满足农民对美好生活的需要。

乡村建设千差万别，历史村落各具特色，传统村落保护要避免千村一面。要加强文化遗产的展示性和可识别性，尤其要突出其民族文化特色和地域特色。同时，要建立有效的动态保护机制，使之可持续地保护下去。总之，传统村落保护不能依赖财政支持，要发掘内生动力，打造有颜值有灵魂的美丽乡村。

乡间故事

土特产遇上电子竞技

本报记者 陈发明 通讯员 韩县银

“吃了狼牙蜜，一生好甜蜜！”站在领奖台上，田依轩与队友们再次喊出这个口号，为产自甘肃省陇南市两当县的土特产狼牙蜜代言。

田依轩是甘肃陇南市林业系统的一名职工，刚刚过去的“五一”小长假，他与另外几名陇南小伙儿组队，参加了一场主题为“当电商遇到电竞，陇南土特产升仙”的电子竞技大赛，经过初赛、决赛的激烈角逐，他们获得了“王者荣耀”组别亚军。

“这次参赛的队伍都用陇南当地土特产命名，形式新颖独特，肯定要参加。”作为一名电子竞技爱好者，这次比赛最吸引田依轩的是，很多土特产都是在林业部门扶持下发展的经济林果，用它们命名参赛队伍，让田依轩倍感亲切。

这个小长假，康县黑木耳队、徽县银杏队、礼县苹果队、武都橄榄油队……这些产自陇南大山里的土特产跟两当狼牙蜜一起，成为16支电竞战队的名称，在网络游戏里“刷屏”。两天时间里，时下最热门的电竞游戏王者荣耀、绝地求生、英雄联盟与陇南的“网红”土特产相遇，没有“枪林弹雨”的激烈战斗，通过手指与大脑的竞技拼搏，让土特产之间你来我往，造就电子商务与电子竞技的跨界融合。

“此次比赛是探索陇南电商发展过程中的一次尝试和创新。”陇南市电商发展局副局长张雷雨表示，此次比赛将实现三方面的“融合”：通过电商电竞融合，将热门电竞的大量粉丝引流到陇南电商中来，让更多的人关注陇南电商发展，关注陇南土特产品；通过线上线下的融合，多领域、多渠道、多层次融合发展，实现陇南特色农产品电商效益最大化；通过市外市内的融合，以外地网红直播和本地现场云直播、微博话题、抖音短视频等新媒体传播方式，进一步向全国推介、宣传陇南，助力打响陇南电商发展的整体战、质量战、融合战和全域战。

4月30日，此次电竞大赛决赛在国家4A级景区、陇南市康县花桥村举行。最终，武都橄榄油队获得“绝地求生”组冠军，陇南土鸡蛋队获得“英雄联盟”组冠军，西和麻纸队获得“王者荣耀”组冠军。

“这次来陇南收获很大，不仅赢得了比赛，还欣赏了陇南的美景，品尝了陇南的美食。”由四川农业大学5名小伙子组成的西和麻纸队在获奖后表示，这样的比赛既吸引了电竞爱好者，也宣传了当地旅游和土特产，非常有利于在年轻人中开拓市场。

2018陇南电商全明星电子竞技大赛启动仪式现场。 李 董摄

安徽合肥大圩镇

“葡萄+体育”领跑致富路

本报记者 白海星 通讯员 刘环环

“我们这有最原汁原味的农家土菜，您想吃啥随便点！”在安徽省合肥市包河区大圩镇百果园农家乐，店主龚平热情地招呼着客人。

近年来，合肥市包河区大圩镇依托中国葡萄特色小镇、安徽省首个“体育特色小鎮”、农业物联网小镇建设，实现了从“农区”到“景区”的转变，走出了一条“智慧农业+体育、文化、旅游”的特色致富之路。

初夏的大圩，绿树环绕，芳草萋萋。葡萄架下，大圩镇慈云村五组村民黄忠心正在给葡萄抹芽。“以前种田只够保生活，现在我家有12亩葡萄，亩产大概3000斤，一年能有20多万元的收入。”黄忠心告诉记者。

15年前，一场“绿色大圩”葡萄文化旅游节拉开了大圩镇转型的大幕。近年来，大圩镇采用大树稀植栽培模式、智能化管理和水肥一体化等先进技术推行葡萄标准化生产和管理，累计总产量超过3000万斤，产值3亿多元，并先后获得“国家生态原产地产品保护产品”“国家绿色食品”“国家农产品地理标志”等认证。如今，“安徽葡萄看合肥，合肥葡萄看大圩”已成为业内的共识。

“跑过几场马拉松，大圩的赛道是最美的，在良田绿水间跑步，是一场‘洗肺之旅’。”在日前举行的2018年合肥国际半程马拉松比赛上，来自北京的“跑友”王冬冬说。

在乡村旅游同质化的今天，如何从激烈的竞争中“突围”？早在2015年，大圩镇就瞄上了体育产业，在全省率先建设“体育特色小镇”，举办“中国合肥(大圩)马拉松文化节”，进行了二次创业。几年来，大圩镇共举行马拉松赛事和特色活动近30场次，依托马拉松平台，大圩的“体育特色小镇”建设也在加快布局和发展。

“以前葡萄旺季游客才多，现在马拉松让大圩走向了全国，全年游客络绎不绝了！”大圩镇农家乐产业协会党支部书记吴大珍说。依托马拉松文化节、葡萄文化旅游节，大圩把农产品变成了旅游产品，带动了当地农民增收致富。

执行主编 王薇薇 责任编辑 秦文竹
联系邮箱 jjrbcs@163.com