



码上看报



码上订报

橘乡「淡季卖凤梨」

探索「电商+产业+农户」新模式，组建

电商直播式「共富工坊」

“我们的凤梨纯天然、口感好，肉质细腻又脆嫩，一口下去，唇齿留香，赶紧下单哟，冷链配送、包邮到家！”在浙江省临海市涌泉镇“甜美共富工坊”的农副产品直播间里，电商主播王顺根妙语连珠，颇具感染力。上线没多久，直播间人气不断走旺，订单一个接一个。

涌泉镇是声名远播的“江南橘乡”，因“天下一奇，吃橘带皮”的涌泉蜜橘而闻名，如今为何操起副业卖凤梨？原来，随着网络直播成为新风口，当地越来越多的“橘二代”转型线上卖橘，可蜜橘的收获期只有短短4个月，而电商号靠养，忠实粉丝得留，于是等橘子下市，一年四季都可成熟的凤梨登场了。

凤梨远在千里之外的海南，如何打通优质渠道，进入涌泉的直播间？这就不得不提当地的电商直播式“共富工坊”。据了解，涌泉镇充分发挥党建联建

机制作用，依托镇电子商务协会党支部，积极探索“电商+产业+农户”新模式，打造“甜美共富工坊”，创新推出“直播飞地”模式。

所谓“直播飞地”，形象地说，就是货在涌泉卖，品在当地发。如何保质又保质？为此，工坊专门组织了一支“选品团队”，定期前往种植基地、物流仓储等地开展产销对接，严格把好农特产品质量关、安全关、运输关，确保粉丝吃到“安心蔬果”。

王顺根种橘又卖橘，如今已有自己的直播团队，全平台粉丝数量有18万余人，年直播销售收入突破600万元。起初，作为“新手小白”的他也不懂怎么选品、怎么卖货，听说镇里有个“甜美共富工坊”，里头有专业导师手把手教直播，这才跨出第一步，抱着试试看的态度报名参加“共富学堂”，成了第一批学员。

涌泉镇党委组织委员汪康告诉记者，针对“新农人”不会直播的问题，“共富工坊”

配备5名专业导师，直接上场办培训，利用已运营的成熟账号，开展“一对一”实操指导，详细讲解带货话术、引流技巧、场控配合等，同时帮助创业者制定营销策划、选品定价、物流仓储等全流程运营方案，“扶上马后，再送一程”。截至目前，工坊已开展网络直播培训26场，培训农民主播1000余人次，孵化直播运营团队12支。

电商协会党支部书记邱加长是个“橘二代”，拿手好戏就是网络营销，如今是工坊负责人。“个人直播毕竟体量小、能力有限，只能卖自家蜜橘，受果实成熟期影响，收益有限。随着电商行业不断发展，直播形式需要更加多元化、个性化。电商直播式‘共富工坊’的组建，就正好满足了这些需求。”邱加长深有感慨。

据了解，工坊运营以来，联合MCN(多渠道网络)机构，打造了陪跑培训室、共享直播间，为更多返乡创业者、柑橘种植户提供免费直播服务。现在，直播间不仅有蜜橘、绣衣、旗袍等涌泉本地特色产品，更有团队从全国各地网罗而来的优质农特产品，全年都有产品上架销售。今年以来，这里已开展直播1200余场，带动线上销售额达3000多万元，帮助农户户均增收超3万元。

(据《农民日报》)



主播正在直播带货。

兴趣电商助力农产品规模化发展

在被誉为“中国食用菌之都”的福建宁德古田县，沿路可见一排排整齐的保温隔热大棚或菇棚。古田县中菌农业开发有限公司总经理黄忠生介绍：“借助全域兴趣电商，原产地的产品可以直达消费者餐桌。我们还通过视频教程帮助消费者了解食用菌的多样化食用。今年上半年，通过全域兴趣电商，我们卖出了60万单的古田银耳产品。”

在近日举办的助力食用菌产业发展发布会上，农业农村部农村经济研究中心二级研究员张照新表示，农产品电商尤其是全域兴趣电商的发展，不仅是推动特色农产品规模化扩张、

特色产品结构优化的新举措，也是培育特色产品品牌、拓展产品价值增值空间、加速产业带形成的新动力。

“短视频、直播实际上是多维度的信息交流，能实现双向即时的互动，激发消费者的潜在需求。产业发展的动力由过去单纯的消费拉动变成了消费拉动和供给引领相结合，为农产品转型升级带来了新动力。”张照新说。

中国人民大学农业与农村发展学院教授陈卫平认为，在全域兴趣电商模式中，农业企业可通过产业资源嵌入和产业主体嵌入两种形式，提升产业发展质量、促进产业包容性发展，助力乡村特色产业内生发展。

其中，产业资源嵌入是对产业环境中的资源深入了解和充分利用，挖掘产业亮点和潜在价值，通过全域兴趣电商的兴趣推荐机制，提高产业声量。产业主体嵌入是与产业各主体间关系的紧密合作，包括消费者、小农户、供应商、服务商等产业主体，通过价值共创机制，促进产业整合和发展质量升级。

“农产品产业带是提升产业链供应链现代化水平，提升农业发展质量和效益的内在要求；也是发挥特色产业集聚效应，拓展产业发展空间，带动农民增收，促进地方区域经济发展的重要途径。”张照新说。(据《经济日报》)

“新农人”网上闯出致富路 谱写发展致富经



马桂玲在展示自己种植的桃子。

“这是我们宇宙村的李子。独特的地理环境造就了这里温润的气候环境，非常适宜果树的生长……”近日，在湖北当阳半月镇宇宙村，马桂玲正面对直播镜头，推销家乡的李子。

回归乡土，艰辛创业

2016年，随着乡村振兴战略的深入实施，电商与农业逐渐融合，当阳市农村电商覆盖面不断扩大，一批电商“新农人”崭露头角，这让在外打拼多年的马桂玲嗅到商机。她观察到

在外地上班工作的人平时很难吃到家乡的味道，就算能吃到，价格也很高，还不新鲜，她认为农产品电商市场前景十分广阔，因此毅然决然返乡创业。

创业之初，马桂玲主要从本地农户家收购剩余农产品在网络平台上出售。虽然当时业绩可观，但她很快发现本地可销售的农产品网货品种少、供应不足，存在一定的局限性，因此开始代发其他地方的农产品。可新的问题随之而来，代发农产品能丰富产品多样性，却不能有效掌控农产品品质，导致在经营过程中多次出现产品质量和售后问题，流失了许多客户与代理伙伴。

“我一直认为农产品电商市场是有可持续性发展前景的。”凭借着对网络销售农产品的经验与观察，马桂玲决定走自产自销的道路。经过专家指导加上自身不懈努力，她的农产品品质与产量得到双提升，截至目

前，已种植桃树18亩、李子9亩、九月红13亩，农产品网货供应充足。

面对困难，迎难而上

走上自产自销的道路后，马桂玲又面临新的难点。“初期单量少，快递物流成本比较高，很多时候都是赔本赚吆喝。但为了把农产品电商事业做起来，就算一毛钱都不挣，也要把客户维护好，该接单还是接单、该发货还是发货。”

为突破困局，马桂玲意识到学习的重要性。不懂产品包装，她就购买专业书籍，虚心请教专业人士，不断改进包装设计；电商经营经验不足，她就积极参加当阳市电商产业发展促进中心开办的电商创业培训，学习电商基础、运营、客服、物流、新媒体和电商实战操作等内容，与时俱进更新电商专业知识，提高农产品品质把控能力。辛劳付出，终得回报，2022年马桂玲农产品电商营业额达40万元左右。(据中新网)

电商让「土特产」走向大市场

中药材、土蜂蜜、野生羊肚菌、花椒、木耳……走进甘肃省宕昌县陇羌源电商农特产品网货供应中心，琳琅满目的特色农产品摆满了陈列柜。在这里，当地特色农产品不愁卖，农户们“足不出户”就可以借助互联网将自家产的优质产品销往北京、广东、青岛等全国各地，让“土特产”走向大市场。

“除了销售宕昌县优质的农产品，我们也代销定西市岷县、漳县等陇南市周边县区的特色农产品。”该中心负责人袁书彦说，这里靠近官鹅沟景区，旅游旺季，来自全国各地的游客都会在店里购买土特产，不好带的，也会线下购买，线上配送。

据介绍，陇羌源电商农特产品网货供应中心自2019年建成运营以来，积极探索“旅游+合作社+电商”的模式，开展旅游电商营销活动，助力农产品销售。目前，该中心共有7个线上平台，包含农产品200余种，日均销售量50至60单，最多的时候一天能达到200多单，今年的销售额已达280多万元。

中心不远处就是宕昌八力乡大东山中药材农民专业合作社的网店。店里整齐有序，弥漫着中药材特有的清香。“销量最好的还是‘中药材组合’，黄芪茶、五宝茶、贵妃茶、黄芪饮片最受欢迎。”负责人温成娃说，网店自2017年开业以来，年均营业额1000万元，线上线下同步“开工”，销售额不断增加。

据了解，宕昌县多措并举做优电商产业，电商中心牵头注册了覆盖全县农、旅、文、电融合的县域公共品牌“羌源味到”，逐步完善“1+N”母子品牌运营管理模式，培育出黄芪茶、当归酒等300多种县域网红产品，搭乘电商“快车”，走出了大山。

(张燕茹 冯宝强 尚敏贤)