

解决农产品卖难“最后一公里”

余杭推进农产品上行的路径探索

□胡珏

近年来,杭州市余杭区积极推进农业产业数字化、数字农业产业化,通过打造平台、聚焦抓手和培育模型,充分发挥数字赋能乘数效应,探索解决农产品卖难“最后一公里”问题,加速农产品上行步伐。2020年上半年,全区实现农产品网络销售额6.2亿元,在疫情影响下实现逆势上扬,同比增长17%。

打造三大平台,夯实农产品上行基石

构建数字信息平台。积极建设余杭农业农村大数据中心,将“三农”数据整合、互通和共享,构建集可视化、农产品质量安全监管、农业物联网公共服务、农产品价格行情等于一体的农业信息资源库,建立统一的村级便民服务站,为农民提供农产品“互联网”销售咨询或服务,推进农产品出村进城。目前,全区176个村已实现益农信息社站点全覆盖,全区入选省级电商镇(街)3个、省级电子商务专业村41个。

搭建仓储物流平台。一方面,积极与顺丰速运、邮政EMS等物流企业开展战略合作,搭建以农产品基地为起

点、以物流企业为纽带、以消费者为终点的三点一线物流体系,破解物流瓶颈。另一方面,采用动态仓储管理方式,由商家提前计划不同区域备货的类型和数量,按预计的订单需求备放在各地的地域仓或前置仓,根据订单就近从仓库发货配送。

完善质量追溯平台。基于区块链、物联网、大数据等技术,通过信息化手段对接整合农产品种植、农业投入品监管、产品检验检测、生产环境监测等相关数据,建立一套标准化生产信息采集体系。依托全区农产品质量安全监管平台,以“一卡一码一证”为载体,对上行农产品实



今年7月12日,余杭区鸬鸟镇举办蜜梨销售直播活动。直播当天共网络销售2万多单,销售额100多万元。(资料图片)

行溯源管理。为全区上行农产品生产主体办理信息卡,实时了解生产经营情况,并向办卡主体分配专属“农安码”,记录农资购买、用药用肥、产品检测等方面信息,作为发放农产品合格证的重要依据。目前,余杭通过网络销售的各类农产品定量检测合格率达到100%。

来稿摘登

让农民养成读报用报好习惯

齐振松来稿说,近日,笔者下乡时发现,很多农民家里都没有订阅报纸,更谈不上读报用报了。就连村里统一征订的报刊,不少也是放在村委会办公室里“睡大觉”,农民不愿读报用报现象比较普遍。

笔者认为,读报用报是提升农民文化素质的一个重要途径。俗话说,扶贫先扶志,治穷先治愚。农民文化水平普遍较低,缺少致富信息,而报刊上的知识和信息恰恰能弥补这方面的不足。通过订报读报用报,不但可以了解党的方针政策、法律法规,而且还能了解社会信息,学习科技知识,掌握各类致富信息,这

对帮助农民增收致富很有帮助。

但遗憾的是,不少农村地区尤其是偏远农村,农民读报意识淡薄,农闲时间大多靠打扑克、打麻将消磨时间,这对提升自身的文化和精神素养是十分不利的。

笔者希望,有关部门要加大对农民订报读报的宣传,积极鼓励和引导农民养成读报用报的好习惯。同时,要加强和完善农村文化基础设施建设,指导各村建好阅览室、农家书屋、阅报栏等,并配备专门管理人员,及时更新报刊,提高报刊阅读率,别让报刊躺在村委会里“睡大觉”。

解决“卖梨难”,关键要“授之以渔”

孙根荣来稿说,象山石浦镇南向村有四分之一的村民种梨,出产的翠冠梨香甜多汁,远近闻名,是当地的“致富果”。可这两年,果农却开心不起来。去年台风袭击了南向村的梨园,给果农造成了重大损失。今年,又受疫情影响导致消费低迷,南向村的梨子又面临滞销的困境,果农们心急如焚。石浦“新贴心”公益服务中心志愿者得知消息后,通过“朋友圈”帮助农民在线售梨,一天就卖出了1000公斤。在志愿者的帮助下,该村今年产的翠冠梨基本销售完毕。

笔者认为,石浦“新贴心”公益服务中心志愿者帮助果

农销售滞销梨子的做法解了果农的燃眉之急,值得点赞。但是深入细想,今年得益于“新贴心”志愿者的帮助,果农才解决了“卖梨难”,但明年、后年如果又遭遇“卖梨难”,总不能一而再、再而三地祈求“新贴心”志愿者帮助吧?

笔者以为,要从根本上解决果农的“卖梨难”,不能全靠志愿者的帮忙,关键还是要“授之以渔”。当地有关部门不仅要帮助农民提高种植技术,还应该积极向农民培训销售技能,帮助农民运用各种现代化的营销方式打开销路。只有让农民真正掌握了卖梨的本领,才能彻底解决“卖梨难”。

聚焦三大抓手,拓宽农产品上行通道

培育电商人才。充分依托区农村电商孵化中心,打破传统培训服务,建设1间直播服务工作室,不定期组织辖区内涉农企业开展专题培训,学习直播营销技术,普及电商知识。加强与高等院校合作,采用本地培养、委托培养等多种方式,培养具有互联网思维的新型农民,为农产品上行提供智力支持。截至目前,全区已认定农业农村电商人才529名,其中上半年新增电商人才50名。

建设示范基地。着力提高粮食、蔬菜、茶叶、水果、畜禽、水产等主导产业的信息化、智能化生产和管理水平,

引导尝试应用数字化技术,推进数字技术和装备在农业生产全程的广泛应用,创建启动余杭“三农”网红电商示范基地,建设数字农业示范园。2019年共实施农业“三新”技术试验示范项目4个,启动数字化牧场项目1个。同时,将数字农业与农文旅融合示范村建设充分结合,鼓励借助抖音、快手等短视频,通过网络直播种植养殖全过程,展示农产品的特色优势。

加强品牌建设。实施品牌战略,以“禹上田园”三产融合区域公用品牌为母框架,梳理种养企业、民宿、农业加工企业、农村电商等4类经营主

体自有品牌,形成覆盖农业全产业链的“1+4”母子品牌体系。搭建“禹上田园”微网站、APP、微信小程序等专属平台,及时发布品牌动态和产品供求信息,实现百余种农产品线上购买、线下自提。充分发挥第三方平台推广引流优势,积极对接叮咚买菜、盒马鲜生等电商平台,推介上架20多款“禹上田园”农产品。目前,已举办“电商助农·禹上田园云市集”等直播活动20多期,累计组织200多家经营主体、800多种优质农产品进行展销,直播观看量超500万人次,产品销售额突破1000万元。

培育三大模型,探索农产品上行路径

创新保鲜方式助力枇杷销售。余杭塘栖镇是我省重要的枇杷主产区。今年以来,该区立足“营销枇杷,服务果农,拓宽渠道,增产增收”的目标,在主产区建设电商销售一体化服务中心,有效发挥家庭农场、合作社、枇杷经纪人的带头示范作用。针对枇杷运输过程中易损伤的特性,联合物流公司,创新采用保鲜降损的网套包装,确保“才下枝头,便上舌头”的鲜美体验。2020年,塘栖枇杷线上销售快递单量突破18万单,销售额7200多万元,同比增长92%。

以“浙乡邮礼”助力蜜梨销售。余杭鸬鸟镇盛产蜜梨。余杭区农业农村局与余杭邮政合作开展“浙乡邮礼”活动,依托村邮站平台,采取专人采摘、挑选、包装、寄送的方式,将鸬鸟蜜梨送往千家万户。消费者只要拥有“浙乡邮礼”村邮季卡,就可以通过网络或是电话订购。2020年,鸬鸟蜜梨网上销售突破5100万元。

创建互联网科创园助力竹筴销售。余杭区中泰街道是中国竹筴之乡。为助力竹筴销售上行,余杭区创建了中泰农产品互联网科创园,

整合知名电子商务平台、商贸物流企业、农产品加工企业和金融服务企业,构建专业孵化场所,融合社会服务资源,为电商及物流企业提供办公、人才孵化、仓储物流、金融创新、电子商务等综合服务。科创园充分发挥电商及商贸物流企业孵化器功能,打造具有一定竞争力的特色农产品网上交易集散地。目前,园区已入驻农产品电商及相关企业13家。2019年竹筴销售额达3.5亿元,同比增长10%。

作者单位:杭州市余杭区农业农村局