

# 农业“电商换市”的浙江探索

□本报记者 高晓晓

日前,浙江发布全国首个直播间运营省级地方标准《绿色直播间运营规范》,明确了售后服务、运营原则、直播要求等。

就在年初,中央一号文件首次提出,“实施农村电商高质量发展工程”,推进县域电商直播基地建设,发展乡村土特产网络销售。

新出炉的直播间运营标准将对日渐兴盛的农产品直播业产生哪些影响?记者日前走访了省内几家头部直播企业和主播。

## 转型:村播农播异军突起

作为数字经济大省,浙江的互联网直播发展一直走在全国前列。农产品直播作为新生力量近几年发展迅猛,2023年全省培育村播就达5890人,各地也是你追我赶。

温州市率先全省之先实施千名农播培训计划,成立温州市农播联盟,组建专业农播导师团队,开设品牌直播间20余个,服务企业100余家。霞关凤冠海苔饼、平阳金恩黑猪油等土特产火爆出圈。2023年,温州市农产品全年网络零售额超122.8亿元,直播在市级以上农业龙头企业渗透率达到了60%以上。

杭州市凭借深厚的电商基础,成功实现电商赋能。麦腾生态农园、“小皇鸡”将直播间搬到了田间地头,实景展示特色农产品;“郝姆斯”“宏达蔬菜”等农业企业构建全新营销体系,向电商转

型升级。2023年,仅钱塘(新)区电商累计销售额就达70余亿元,18个村被评为浙江省电商专业村,建成“风味钱塘”农产品品牌馆和15家电商直播式共富工坊,助力全区农村居民人均可支配收入位列全省第一。

丽水直播“网红”麻功佐及其团队,带动全村实现土蜂蜜年销售额近2500万元,为300余名低收入农户提供就业机会,助力农民增收500余万元。这一行动不仅覆盖了松阳县的所有乡镇,还进一步拉动了周边县(市、区)如莲都、遂昌、景宁等地的农产品销售。



宁波“三吴六码头”品牌农产品直播。

## 赋能:“电商换市”风正扬帆

标准首次定义了“绿色直播间”。温州市农业农村局相关负责人表示,绿色有三层涵义,一是要求直播内容积极健康,弘扬正向价值观;二是合理利用资源,避免浪费和过度包装;三是推进直播业态有序健康发展。

省农业农村厅科教处相关负责人表示,直播是目前市场热门且接受度较高的营销业态,对农产品销售和农业产业发展起到较大的作用。

全省不同层面的配套政策、服务正紧锣密鼓地推出。省农业农村厅推出新农商(农村主播)打造计划,旨在培养一批“自产自播,在地直播,人人主播”的乡村本土网红,为本土农产品代言。

5月,杭州市启动“村播成长计划”,重点培育100名左右具备直播带货、短视频、新零售技能的“村播”。其下属县(市、区)将结合实际同步展开培训,以直播导师、合作平台、实践教学点“三位一体”助力“村播”行业发展。

温州市开展“抖音小时达”项目,成为全国六个试点之一,搭建全域物流终端网点超206个,将带动农产品销售总额超2亿元、快递单量超500万单、相关产品线上曝光量超10亿次。该市还获得抖音平台“食品、滋补品(浙江)产业带服务商”资质,意味着本土商家可获得更多更直接流量支持。目前,温州正在酝酿与高校联合开展农播活动,调动青年力量参与农播。

王枢负责的农播联盟正是农播的孵化器。目前,他正忙着联动强村公司“孵化”各乡村CEO,通过农产品包装、规格、选品等知识培训,教授直播内容优化、产品整合、场景设置,“教会他们如何让非标品的农产品成为一种适合电商的标品,帮助搭建电商产品渠道,最终形成独特的产业优势。”

省农业农村厅相关负责人表示,要积极推进“电商换市”。依托天猫、抖音、快手等优质电商直播平台,大力实施村播计划,带动培育一批会拍摄、懂剪辑、爱直播、有乡土情怀的“村播”人才,让“农民当主播、手机变农具、直播成农活”成为新潮流。

## 破题:物流品控任重道远

伴随着直播的繁荣,一些农产品直播乱象也不同程度的存在。背后深层次症结在于农业产业结构。农产品电商化率还需提升,全产业链价值有待深度挖掘,基础配套需要进一步完善。产地预冷、冷冻运输、冷库仓储、定制配送等全冷链物流配送体系还需进一步健全,从而不制约农产品配送效率,不增加农产品物流成本。

“标准进一步规范了直播行为,推进直播行业良性竞争,短期内对农产品销售会有些影响。”温州市农业农村局相关负责人表示,标准着力于形成规范健康的直播市场,对农产品运输和售后的要求更高了,长远看,这个标准对农产品的电商化改造和直播,有正面推进作用。

温州农播联盟负责人王枢认为,首要是要把质量和品控关。王枢目前主要直播销售预制菜、花菜干、百合、笋干和紫菜,一个月销售额在两三百万元。他前阵子直播销售杨梅,由于订单暴涨,但农户杨梅产量无法短时跟上,导致没有做好品控,“卖了20万元,亏了20万元”。他认为,这个标准对农产品品质、包装、售后、供应链和电商化都提出了更高要求。

比如,标准提出,宜选择具备良好信誉的商品,包括但不限于中华老字号品牌、农产品区域公用品牌、“品字标浙江制造”品牌、“品字标浙江农产”品牌等产品,地理标志产品,有机产品,绿色食品等。

农产品供应链和电商化要求还源于激烈的直播流量竞争。“一个订单如果24小时没有发货,就要罚款3-5点”。麻功佐现在除了主要销售蜂蜜,年底会帮助乡亲们卖土猪土鸡,夏天帮助卖干货,“目前要盈利5000元,营销至少投入8000元,每个月‘推流’要花三四千元”。



直播带货苔藓微景观。



温州市瓯海区农播电商实务培训。