

从典型案例看如何发展农产品电商

□ 姚正安

近年来,我市农产品电商得到了快速发展,从农村淘宝、1号店、京东商城与苏宁易购地方特色馆进驻,到企业自觉试水网络销售,农产品网上销售取得了不俗的业绩,2015年实现网上销售2亿元以上,今年1至5月份同比增长30%以上。从专业电商到企业自主电商,触网企业越来越多,“互联网+”“+互联网”,被越来越多的企业所接受、使用,并从中尝到甜头,获得了可观的比较效益。

尽管如此,我市农产品电商仍处于起步摸索阶段,如何加快发展农产品电商,并使之成为农业增效、农民增收、农村发展,以及纵深推进农业供给侧结构性改革的引擎,是政府、各类涉农企业思考的问题。

我们身边的成功案例,或许能给我们以启发。

案例1:高邮市嘎嘎鸭商贸有限公司是我市较早专业从事农产品电子商务的企业,2008年进入淘宝市场;2010年成为我市第一家入驻天猫商城从事农产品网上销售的企业;2015年3月,1号店特产中国高邮馆上线运营;2015年10月,京东商城中国特产高邮馆和苏宁易购中华特色馆高邮馆相继上线运营,主要从事高邮特色农产品线上销售。2015年,嘎嘎鸭商贸有限公司线上销售达2000万元,被评为高邮市十佳农产品电商企业。经过七年的网上销售,公司不仅开辟了网上市场,有一批稳定的消费者,而且还培养了一支能胜任网络销售的专业人才。

案例2:扬州十二粉黛生物科技股份有限公司是一家纯天然绿色护肤护肤品生产企业。2012年,公司创办伊始便成立了电子商务部,大力培养电子商务专业人才,组建了一支专业的电子商务团队,利用天猫、淘宝、京东、亚马逊等线上平台,整合广告宣传和品牌推广,使“千纤草”品牌得到最有效的传播和推广。2015年初,公司与上海威博有限公司开展合作,成立专业的微商团队,搭建“千纤草”微商后台,开展微商营销。目前,公司的微信分销商已超过3000名,累计实现销售收入2500万元。同时,公司继续加大对KA渠道的投入,“千纤草”已入驻大润发、世纪华联、沃尔玛等大型商超系统以及苏宁、美妆KA,实现传统销售与网络销售共同发展。2015年,公司实现销售1.3亿元,其中网络销售占70%。

案例3:王鲜记高效农业示范基地(高邮市湖畔水产专业合作社)是一家从事大闸蟹生产的企业。该企业2013年开始接触互联网,对职工进行培训,使其熟练操作和运用网络;2014年,建立以微博、微信为主的社交媒体平台,通过社交平台销售产品,逐步增加消费者的认同;同年,进军天猫、有赞、微店、1号店、工行融e等平台。2015年,王鲜记进入互联网多元发展模式,线上在既有平台上又与顺丰达成战略合作,入驻本来生活网等新兴互联网销售,建立与全国各地的微商团队合作的下沉式营销体系。



系,在全国主要省市招募优质微商团队100个,遍布全国24个省市自治区。同时,企业不断加大配套投入,在高邮湖区养殖基地建设低温急冻库和冷冻库、大闸蟹暂养池、标准化质量管理中心,并购置冷藏车,与顺丰速运扬州分公司建立合作关系,在顺丰扬州维扬中转场设立电子商务物流发货中心,配套建设冷冻库和保鲜库,继续巩固传统销售市场,建立了“直营+加盟”实体消费体验模式,做到线上购买与线下体验相结合。目前,江苏、安徽、贵州、北京等大中城市,都布局了王鲜记加盟店。2015年,该公司仅线上销售就突破了2000万元。

从这三个案例中,我们不难看出,虽然三者存在着诸多不同,比如嘎嘎鸭只销售不生产,而十二粉黛与王鲜记是生产企业,十二粉黛生产化妆品,王鲜记从事水产养殖;嘎嘎鸭是专业网商,十二粉黛、王鲜记是传统销售与网络销售相结合;网络平台不尽相同,嘎嘎鸭主要利用国内三家著名特产馆,十二粉黛利用国内知名平台,王鲜记从社交媒体入手,逐步转型。但是,仅就网络销售而言,三者存在颇多共同点,都是涉农企业,都重视和利用网络,都有一支专业性很强的人才队伍,都有适合于自身的网络平台,而且,尽管触网时间有长有短,效果都很显著。

这三家企业无疑是我市农产品电商的排头兵,从形势发展以及农产品销售的实际情况来看,我市农产品电商有着广阔的发展空间、巨大的发展潜力。

企业生产经营者在发展电商问题上,存在着多种想法。有的认为,自己的产品量不大,提

篮小卖,城乡转转,完全能够销出去,没有必要到网上销售;有的认为,平台加入费太高,不合算,有一家企业已经委托有关方面进行规划,但一看费用却步了;有的企业不敢上,怕万一有个差评,不仅有损产品形象,还可能使原有客户丢失;更有一些企业对网络仍持有怀疑态度,提出种种疑问:货款回不来怎么办? 恶意索赔怎么办? 这种种想法和问题,也不奇怪。辩证地看,实践中存在的问题,正是推进工作的空间,正所谓“以问题为导向”,问题就是信号,问题就是抓手,问题往往也是突破口。笔者认为,加快推进农产品电商,必须扎实做好如下工作。

一、加强宣传,引导企业经营者转变观念,主动作为。天底下敢于吃螃蟹和狼桃(西红柿)的毕竟是少数,大多数人是从众从俗。因此,要加大宣传力度,让全社会知其然且知其所以然。要通过宣传让人们懂得,先用先得益、后用就被动、不用就落后。要用典型进行宣传,以上三个案例就是最好的典型,让人们从典型那里学到观念,学到胆识,学到方法。要通过政策进行宣传,我市已经制定激励政策,要将激励政策宣传出去,充分发挥政策的引导和撬动作用,激发生产者敢于创新,敢于探索。宣传方式上,要将传统媒体与新兴媒体相融合,做到全方位、立体式,营造浓厚的社会氛围。

二、大力培养电商人才,满足企业多样化的人才需求。从事任何工作,人都是第一位的,没有人的支持,就如同车子没有发动机一样。对于农产品电商,有些经营者想得过于简单了,认为农产品电商就是找一两个人,拉根网线,开个

网店,找点产品,就可以了。其实不然,完整的电商系统比较复杂,网上售卖只是冰山一角,不仅有网页设计、产品美工、销售软文、推广运营等前端的東西,更有卖谁的问题,由谁生产、准备卖的东西放到哪里、谁来包装运送、客户投诉怎么办等一系列问题。解决这些问题,非专业人员而不能为。因此,要重视和加强电商人才的培养。一方面,政府要委托培训机构,有计划有组织地对电商人员进行培训,灌输新理念,传授新知识;另一方面企业要根据实际需要,招聘专业人才,还要委托电大、职大等院校,定向培养电商人才。

三、加快基础设施以及相关配套建设,解决电商销售最后一公里的问题。农产品电商是双向的经营活 动,将农产品销出去,将工业品引进来,同时解决卖得好和买得好的问题。我市村淘覆盖近半行政村,重点农业龙头企业触网者日益增多。据调查,目前制约农产品电商发展的因素重点有两个,一是信息终端还没有实现村庄全覆盖,二是物流成本过高,农产品出不去,工业品进不来。因此,要加快信息设施建设,做到终端到村到组。要以县域为单位,与大型物流企业谈判,将物流单价降下来。我市生鲜农产品居多,冷链物流尤为必要,要在招引上下功夫,以物流的充分畅通打通农产品电商的最后一公里。各乡镇和重点农业龙头企业,要创建网站,宣传推介本地三农发展状况,推介本地企业农产品特色,搜集整理来自各方面的信息,向社会发布,以引导生产经营,规范生产经营行为。

四、努力培植特色优质农产品,平衡供给与需求关系。从以上三个案例来看,在处理与互联网的关系上,有两个模式。嘎嘎鸭采用的是“互联网+”的模式,十二粉黛与王鲜记采用的是“+互联网”的模式,即前者有了网络平台,需要寻找产品;后者是有产品,需要借助网络平台销售。综合两者,平台重要,产品更重要。平台如同渠道,产品如同水,没有水,渠道就失去了意义。运用“互联网+”模式的专业电商,要走“互联网+专业合作社(公司)+农户”之路,建立稳定优质的农产品供应基地。运用“+互联网”模式的企业电商,或者叫生产者电商,要选择适合自己的电商平台,同时要生产优质特色的产品。我市农产品生产产品种多、规模小、布局散、品牌影响力不大,因此要引导生产者树立品牌意识、标准意识、质量意识、安全意识,依据市场需求,自觉调整产业结构、产品结构,以“新、特、优”产品,参与竞争,赢得主动,实现增收。

互联网已由技术形态演变为经济形态,故谓之“互联网经济”,而且上升为国家发展战略。市委市政府分管负责同志表示:要凭借一流的人才、一流的设施、一流的服务、一流的产品,步入互联网经济的快车道,做大做强农产品电商,促进“三农”自我创新、自我改造、自我提升,加快实现农业现代化、农村城镇化、农民职业化。

(上接一版)秸秆食用菌基料项目3个、秸秆收贮点项目9个、秸秆预处理站项目8个,逐步实现农村能源与农业生态环境保护的有机结合。

5年来,我市以罗氏沼虾“富营养化”水质治理为核心,积极试验示范推广尾水处理养殖技术,控制养殖尾水排放,净化养殖环境;以耕地质量保护为核心,建成高标准粮田2.6万亩,推广应用测土配方施肥技术面积831万亩次,增加了土壤有机投入,改善了土壤理化性状,提高了耕地生产能力,为农业持续丰产丰收奠定了基础。

科技服务能力强 农产品监管水平高

市第十次党代会以来,我市坚持农业科技与人才兴农强农并举,以农业科技进步驱动现代农业发展,提升农业核心竞争力,抢占现代农业发展制高点。

5年来,全市省级以上农业龙头企业都有一批院所作技术支撑,建有院士或博士后工作站3家、国家级科技研发分中心2家。扬州日兴生物科技发展股份有限公司与中国林科院合作,利用废弃虾蟹壳开发壳聚糖,广泛用于造纸助剂和保健品,从过去单纯提炼甲壳素延伸到壳聚糖精深加工,拉长了产业链,增加了附加值,获发明专利11项,适用新型专利4项;

江苏威伍水产发展股份有限公司与江南大学和中科院天津生物研究所合作,利用虾壳、鱼骨等下脚料开发出虾精调味品和鱼骨糜等新产品,获新产品开发专利5项;江苏高邮鸭集团与中国农科院家禽所和江苏牧院合作,培育的“苏邮1号”蛋鸭新品种通过了国家品种审定,获江苏省科技进步一等奖。

5年来,全市以植保专业化服务为抓手,通过行政推动、典型带动,实现了市、乡、村三级组织全覆盖。拥有植保专业合作社71个,拥有机动、电动防控机械4910台套,其中大中型防控机械530台;专业防治队伍262个,参与服务人员5680余人。

5年来,我市建成了江苏省最大的绿色食品原料标准化生产基地,其中:水稻65万亩、小麦62万亩;拥有3个国家级标准化示范区,分别是高邮鸭标准化示范区、罗氏沼虾养殖标准化示范区、绿色及无公害稻米生产标准化示范区;3个省级标准化示范区,分别是周巷镇超高茬套作稻标准化示范区、开发区蔬菜农业标准化示范区、扬州鹅标准化示范区;申报了省级高邮市葡萄生产标准化示范区。到2015年底,全市共建设“三品”基地面积100万亩,占耕地面积的94%。红太阳蛋品、双兔大米获得

中国名牌农产品,威伍水产品、秦邮蛋品获江苏省名牌农产品。“秦邮”牌商标在2014年成功申报为中国驰名商标。

从全市监督抽检各类农产品来看,全年共定性监测各类农产品1万份以上,蔬菜农药残留总体平均合格率为99.1%;瘦肉精”监督抽检5000样次以上、合格率100%,水产品孔雀石绿、硝基呋喃类监督抽检500样次以上、合格率100%;生鲜乳违禁物残留监测合格率连续五年保持100%合格率。生鲜乳、水产品、畜产品合格率均达到100%,保持了较高水平。

农机化步伐加快 农业生产有保障

今年麦收,我市遭遇了历史上少有的“烂麦场”天气。然而连续的阴雨,并没有完全影响老百姓的麦收,全市84万多亩小麦在2800多台收割机和400多台烘干机的动力保障下,基本上实现了颗粒归仓,最大限度地减轻了自然灾害造成的损失。农民朋友高兴地说,幸亏近几年农机化水平不断发展,否则,像今年这样的恶劣天气要在几年前,小麦肯定要泡汤了。

如今,无论是夏收夏栽季节,还是秋收秋播期间,行走在秦邮大地上,放眼于广阔田野里,“面朝黄土背朝天”的传统劳动场面难得一见,映入眼帘的是“遍地铁牛遍地歌”:机收小麦

机插秧、机割水稻机播麦、机械化秸秆还田……场景现代又气派。许多老农民感慨,过去从收到种没日没夜忙一年,而今从种到收轻轻松松忙几天。

市第十次党代会以来,我市立足“发展大农机、服务大农业”的工作思路,采取政策引导、项目推动、机制创新等综合措施,进入农机化快速发展的黄金期,实现农业生产由人、机并用向机械作业为主的历史性大跨越,在保障粮食安全和农产品有效供给,农业抗灾保丰收,提高劳动生产率、土地产出率和资源利用率,促进农业产业发展方面发挥了重要作用。

截至2015年底,全市农机总动力70.9万千瓦,比“十一五”末增加了13.2万千瓦,增幅23%;大中型拖拉机1868台,比“十一五”末增加496台,增幅35.8%,其中75马力以上的大中拖1039台,是“十一五”末的129倍;插秧机3972台,比“十一五”末增长102%,其中乘坐式插秧机537台,是“十一五”末的17.9倍;自走式联合收割机1792台,比“十一五”末增长3%;高性能植保机(喷杆式植保机、植保飞机)12台,实现了“十一五”末零的突破;粮食烘干机307台,是“十一五”末的14.6倍。

责任编辑

郭兴荣