



码上看报



码上订报

## 以“快”为先 以“硬科技”做支撑 即时零售,农产品电商的新风口

晚上8时,家住北京市朝阳区的林女士打开手机,在外卖App上选择了附近一家24小时营业的超市,下单了一些海南产的山竹和椰子。40分钟后,外卖小哥敲开了林女士的家门,准时把新鲜的水果送到。

疫情改变了人们的消费习惯,相比以前需要等待三五天时间的物流,现在“随要随买”“随买随到”更为消费者所青睐。

商务部近日发布《2022年上半年中国网络零售市场发展报告》,首次提到“即时零售”,肯定了即时零售在“线上线下深度融合”中发挥的作用。

这不是商务部第一次关注

即时零售相关业态。去年,商务部等11部门印发的《城市一刻钟便民生活圈建设指南》指出,统筹考虑当地电子商务、即时配送等在线商业发展水平,做到实体店配置与在线商业发展相协调。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉在2022中国农产品电商半年高层会分析会上介绍,即时零售,是实体商超、便利店、连锁、品牌门店等多种零售业态,依托网络和数字平台,就近为消费者实现1小时乃至30分钟内快速送达的零售模式。可见,即时零售的两大特征是“快”和“近”。

“如果将全国大市场通过快递物流的连接比喻为‘动脉’,那么消费者与本地实体店之间的联系就是商品流通的‘毛细血管’。在供需互动中充分运用‘本地供给’,提升‘毛细血管’的效率以满足消费者即时需求,催生了即时零售。”欧阳日辉说,未来网络零售业领域有可能形成直播带货、即时零售、电商零售三足鼎立的格局。

毫无疑问,即时零售市场也将给农产品电商带来新机遇。随着新型商业模式基础设施和城市配送服务网络的快速完善,即时零售已成为农产品电商模式创新的新风口,吸引

了美团、京东、阿里、顺丰等大型平台企业纷纷加快入局。

以美团为例,依托其体系内的海量用户、每日百万级在岗骑手提供的小时送达服务,以及覆盖全国超过2800个市、县、区的配送能力,美团闪购用3年时间覆盖了酒水零食、果蔬生鲜等传统零售行业商品的即时购服务,合作伙伴涵盖伊利、玛氏等品牌商,永辉、家乐福等连锁商超便利店。数据显示,今年一季度,美团闪购订单量和平台交易总额同比分别增长近70%和80%以上,日均订单量超过390万单。

这些品牌商的业绩,似乎在印证着:即时零售正带来农

产品电商渠道、营销等层面的巨大变革。

展望未来,欧阳日辉认为,即时零售首先应牢牢抓住技术创新这个“牛鼻子”,提升即时零售的体验感和实效性,降低线下门店和即时配送成本,必须有“硬科技”做支撑。其次应建立多方共赢的平台生态,营造开放、健康、安全的数字平台生态。最后应与线下实体零售商联系紧密,注重在培育本地品牌上下功夫,扎根于本地企业,包括线下零售商、生产商等,加快“品牌商+零售商+平台”三方的深入合作,进而带动农产品电商转型升级。

(据《国际商报》)

### 草柳编“触网” 焕发新活力

8月9日,在山东省滨州市博兴县锦秋街道湾头村,一名农民通过网络直播推销传统草柳编产品。

近年来,博兴县锦秋街道湾头村充分发挥传统草柳编产业集聚优势,通过网络直播等渠道推动产品销售,带动当地群众在家门口就业,助力乡村振兴。

新华社记者 范长国 摄



### 农场主许莉:让农产品“飞出”乡村

手机成了新农具,直播成为新农活。在河南省新郑市具茨山农产品展销中心,农场主许莉变身带货主播,助力当地农产品销往全国各地。

8月15日,笔者见到许莉时,她正在直播间推介具茨山大槐树村种植的新鲜银耳、绿豆等特色农产品。

如今,许莉坚持每天直

播6个小时以上,通过不懈努力,直播间人数从3个人增加到了3000多人。“现在做农民一点也不简单,得紧跟潮流学习很多技能。”许莉说,她一边在网上搜集资料、学习一些基本操作,一边参加线下电商培训课程,努力成为一名新农人。

5年前,返乡创业的许莉承包了230亩丘陵土地种植

无花果和彩色小麦,成了名副其实的农场主。无花果鲜果保质期短,由于疫情影响,鲜果出现滞销,她就拍照片发到了朋友圈,没想到滞销的鲜果销售一空,这是她第一次“触电”网络销售。

许莉介绍,刚开始直播时效果很不尽如人意,不过她没有放弃,从了解农产品特点、寻找特色推介方式到梳理脚

本、多次试播,再到现在流利地展示讲解产品,花费了很多心思和时间,凭借质朴的形象和幽默的语言,逐渐赢得了网友的认可与支持。

如今,许莉还参与乡村电商指导工作,与100多位网络直播达人达成合作协议,向全国网友推荐来自新郑原产地的农产品。

(杨青 沈春霞 锐琦)

### 电子商务“搭班”农产品销售 助推“西北风味”销全国

“电商促进了农产品的销售,加之信息化的通畅形成了很多区域性品牌,也促使农民种植出更优质的特色农产品。”8月11日,陕西省咸阳市武功县西北网红直播基地负责人侯建伟向记者说道。

近日,记者走进位于武功县的陕西美农网络科技有限公司,车间内工作人员在流水线上

进行作业,一箱箱来自新疆的哈密瓜正在装车,发往全国各地……电子商务已成为武功县农产品外销的“高速公路”。

近年来,武功县抓住“互联网+”和“一带一路”建设的机遇,大力发展电子商务。确立了“立足陕西、辐射西北”的发展思路,推出了“买西北·卖全国”的电商营销模式,在较

短的时间内打开了局面。

据悉,该县汇聚了西域美农、生鲜云仓等电商企业383余家,发展农村电子商务服务点105个,培育个体网店1200多个,引进中通、顺丰等快递企业40余家,日均发货量达18余万单,高峰期30万单,日交易额2000余万元。辐射引领西北地区乃至全国

40多类2500余种特色农产品触网销售。

记者在武功县的西北网红直播基地看到,直播间内主播们正在推荐当地猕猴桃、核桃等农产品,展厅内陈列着当地特色的手工艺品以及由当地农作物加工而成的食品、饮料等,商品种类丰富,包装颇具“西北风味”。(据中新网)

初秋时节,走进宁夏贺兰县常信乡桂南村,只见田地里种植的西红柿,有嫣红的、嫩绿的……一眼望去,藤上果子千般俏,陌上绿叶正当时,尽显乡村好风光。村民樊淑萍正将成熟的西红柿轻轻拧下装桶,再交由田埂边上的物流工装车,这样的采摘场景要从7月中旬持续至9月上旬,与往年不同的是,今年采摘的西红柿将全部经由电商平台,直接发往全国各地的消费者手中。

今年借贺兰县农村电商公共服务中心平台,让桂南村的西红柿搭上了农村电商快车,线上每日销量达到2500至5000单,电商带来的收益也在肉眼可见的上涨。“我们把西红柿进行线上销售标准化,通过淘宝、抖音、拼多多等线上平台进行销售,以助力农户增收。”贺兰县农村电商公共服务中心负责人杨楠说。

在另一边的贺兰县仓储物流配送中心,打包工人已经开始了流水线操作,新鲜采摘的西红柿被运往这里,经由包膜、装箱、称重、封箱、贴运单等一系列流程,最后便是等待物流装车送往全国各地。“从地里收储的农产品在第一时间运送到仓储物流中心进行预冷,然后定等、分级、打包,通过线上销售直接就可以到全国各地的千家万户的手中。”杨楠说。

近年来,贺兰县农村电商公服中心提供电商运营、直播营销等服务,让更多人通过线上接触到贺兰农产品,大力发展贺兰县农村电商,以增加农民群众收入为目的,加快农村发展为主攻方向,扎实推动巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接,助力乡村振兴。

(据贺兰县广播电视台)

电商赋能农产品  
乡村振兴开新局