

电商赋能农业 助力乡村振兴

电商高级培训班

致力三农电商服务 助力乡村振兴发展





乡村振兴局

国家乡村振兴局：国务院直属机构，前身为国务院扶贫开发领导小组办公室。据2021年2月16日出版的《求是》杂志2021年第4期发表“中共国家乡村振兴局党组”的署名文章《人类减贫史上的伟大奇迹》，表明“国家乡村振兴局”已成立。

2021年2月25日，国家乡村振兴局正式挂牌。





乡村振兴促进法

2018年7月，全国人大常委会牵头启动了乡村振兴促进法的立法相关程序，预计到2020年前有望正式发布。

2021年4月29日，中华人民共和国第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议通过《中华人民共和国乡村振兴促进法》，自2021年6月1日起施行。





第一部分

农村电商发展的趋势及政策





近年来，我国加快发展农村网络基础设施建设，提高物流网络覆盖面积，提出建设农村电商运营中心，积极开展农村电子商务相关培训，给予有关企业相应的资金补贴，我国农村电商发展迅速，2016年全国农村电商交易规模达到8945.5亿元，增速高达153.4%；2019年全国农村电商交易规模再创新高，达到22898亿元，同比增长34.3%。总体看来，未来我国农村电商的发展趋势有以下几点：





一是标准化

未来要把农产品电商产业园的发展日益规范起来，更有效的进行多方资源的整合，降低物流成本，助力农村电商发展；



二是网络化

未来可以通过推动农村各类服务互联网化，促进农村服务快速增长；



三是规模化

农产品上行要继续加速，总体规模再上台阶；



四是本地化

要积极打造农村电子商务与旅游产业的深度融合，以好的农产品为推手，进一步加强以旅游作为增收方向的农旅结合趋势；



五是智能化

随着“三网融合”即：物联网、大数据、云计算等新技术的应用，移动商务对新一代电商发挥越来越大的作用；



六是体系化

其实，目前农村实体店基本饱和，但实体店的转型依然没有完成，如果出现一家互联网+实体店的商超或许会破解农村卖买难的尴尬境地。

对于企业来说，“得农村者得天下”。在我国，谁占据了广大的农村市场，谁就拥有了坚实的市场基础和广阔的发展空间。而互联网的迅猛发展，正为农村电商提供了良好的机遇，未来农村电子商务领域发展势必会更加多元化。唯有顺应时代发展的潮流，抓住机遇，抓住商机，才能有机会成为市场的赢家。





2021年中央一号文件

文件重要历史节点的重要安排部署：

2021年中央一号文件关于农村电商的安排部署主要体现在文件第四部分第十八条，该段原文如下：“（十八）全面促进农村消费。加快完善县乡村三级农村物流体系，改造提升农村寄递物流基础设施，深入推进电子商务进农村和农产品出村进城，推动城乡生产与消费有效对接。促进农村居民耐用消费品更新换代。加快实施农产品仓储保鲜冷链物流设施建设工程，推进田头小型仓储保鲜冷链设施、产地低温直销配送中心、国家骨干冷链物流基地建设。完善农村生活性服务业支持政策，发展线上线下相结合的服务网点，推动便利化、精细化、品质化发展，满足农村居民消费升级需要，吸引城市居民下乡消费。”

补短板、强弱项，农村电商要全面推动城乡双向循环通畅。





一是快递物流瓶颈加速突破

电商有两个翅膀，一个是金融支付，一个是快递物流，快递物流却一直是农村电商的短板，最早是不通，后来是不便宜、还不够快。计划到2022年底，全国行政村要基本实现快递直达。电子商务进农村和农产品出村进城加速实现。



三是农村生活在线化加速实现

能不能让年轻人在农村呆得住，吸引城里人主动到农村投资兴业，让新乡贤重回故里生产生活，农村生活的便利性是必要条件之一。从实际需求来看，大量小镇青年对生活在线服务需求迫切，城市居民下乡消费也需要在线化的便捷通道。所以，文件指出要完善农村生活性服务业支持政策，发展线上线下相结合的服务网点，这样才能既让农村居民消费升级，又吸引城市居民下乡消费。



二是农产品供应链加速打通

农产品上行，特别是生鲜农产品饱受仓储、保鲜、冷链物流等基础设施落后的制约，有好东西运不出、卖不久、难保鲜等问题让农产品电商行业一筹莫展。这几年国家在此方面的投资明显加大，新基建也将冷链纳入范围。今后几年的农产品冷链体系一定会突飞猛进，助力农产品电商行稳致远。



四是农村电商发展的基础支撑也更加牢靠

农村电商是数字乡村的一部分，也与整个农村互联网发展水平息息相关，更需要乡村产业的蓬勃发展为支撑。“加快健全现代农业全产业链标准体系，推动新型农业经营主体按标生产”；“推进公益性农产品市场和农产品流通骨干网络建设”；发展智慧农业，建立农业农村大数据体系，推动新一代信息技术与农业生产经营深度融合，特别是智慧农业和农业农村大数据对于农村电商而言，意味着长期分割的生产、加工、流通、销售等农产品的供应链、产业链有望逐步打通。





三大重点

重上行

线下的产业发展和线上电商有机融合发展，带动农产品的品牌化、标准化，促进农民增收。

补短板

深入推动农村电子商务试点示范工作，解决物流配送最后一公里，推动地方整合乡镇一级各种资源。

促竞争

激发市场主体活力，鼓励各地市场主体创新发展，注重农村电商人才培养，加强资源统筹共享。





——互联网+促进产业升级





农商旅联动发展，成农村电商新方向



农业(农办)



商贸业(商务局)



旅游业(旅游局)

跨界、协同、关联、融合





第二部分

农村电商的先进做法及取得的成效





2012年

农村电商起步

随着农产品电商的出现，农村电商起步。

2014年

阿里吹响号角

投资100亿元，建立1000个县级运营中心和10万个村级服务站

2015年

京东启动星火计划

农村电商成为京东2015年发展关键词，在全国55个试点县推进电商农村综合实现项目

2016年

中央拨款支持

中央拨款20亿元专项资金扶持中西部地区，向建设县、村、乡三级物流配送体系倾斜。

2017年

农村电商三大政策

《关于大力发展电商加快培育经济新动力意见》、《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》、《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》

2018年

农商旅联动新模式

农副产品、跨境贸易、传统商贸、旅游业联动发展，做智慧农商旅，推动农村经济可持续发展

2019年

乡村网红直播

5G时代，直播新风口。抖音快手村播带货销售，推动农村经济可持续发展。

农村电商自2012年起至今，已经成为中国电商巨头必争之地，从乡村振兴局挂牌成立到乡村振兴法案颁布县域乡镇村是一片待开发的金矿。

2020年

三农主播风口

2021年

乡村振兴发展



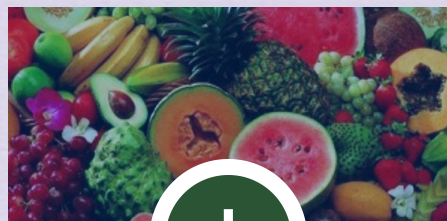


社会化
运作

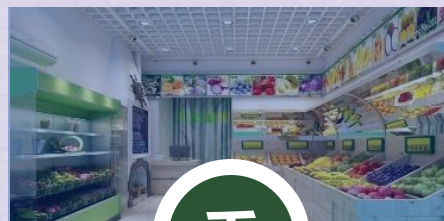
市场化
运营

多元化
扶持

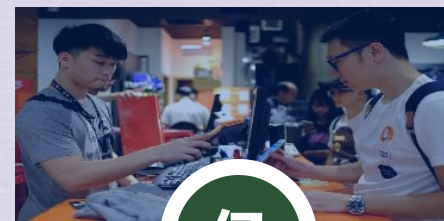
系统化
推进



布局300个以上电子
商务公共服务网点



年均开展电子商务培
训1万人次以上



+

百

千

万

亿

开发10种以上有核心
竞争力的农特产品



引进培育1000家以上
电商市场主体



建设电商产业园、网
络交易额过5亿元





县域自生态电商平台

- ◆ 实现优质商品下乡
- ◆ 帮助农产品进城
- ◆ 助力当地商贸业态转型
- ◆ 促进农业升级、农村发展、农民增收，将消费、税收、人才、数据留在当地，构建农村双向流通体系

天网

地网

县域运营中心+村级网点+自建物流

- ◆ 县域运营中心服务村网点
- ◆ 村网点深入村落服务群众
- ◆ 共享式物流解决物流难题
- ◆ 整合当地原有商贸资源
- ◆ 提供各类便民服务信息

县域合伙人+供货商+村店老板+农民

- ◆ 帮助当地合伙人转型
- ◆ 帮助村店老板增收
- ◆ 联合商家下沉渠道
- ◆ 帮助网点提升顾客粘度
- ◆ 提供回乡创业就业机会
- ◆ 大力培训当地电商人才

人网





综合服务
商+网商+
传统产业

区域电商
服务中心+
青年网商

生产方+
电商公司

专业市场+
电子商务

集散地
+电子商务

农产品供
应商+联盟
+采购企业





政府市场两手抓



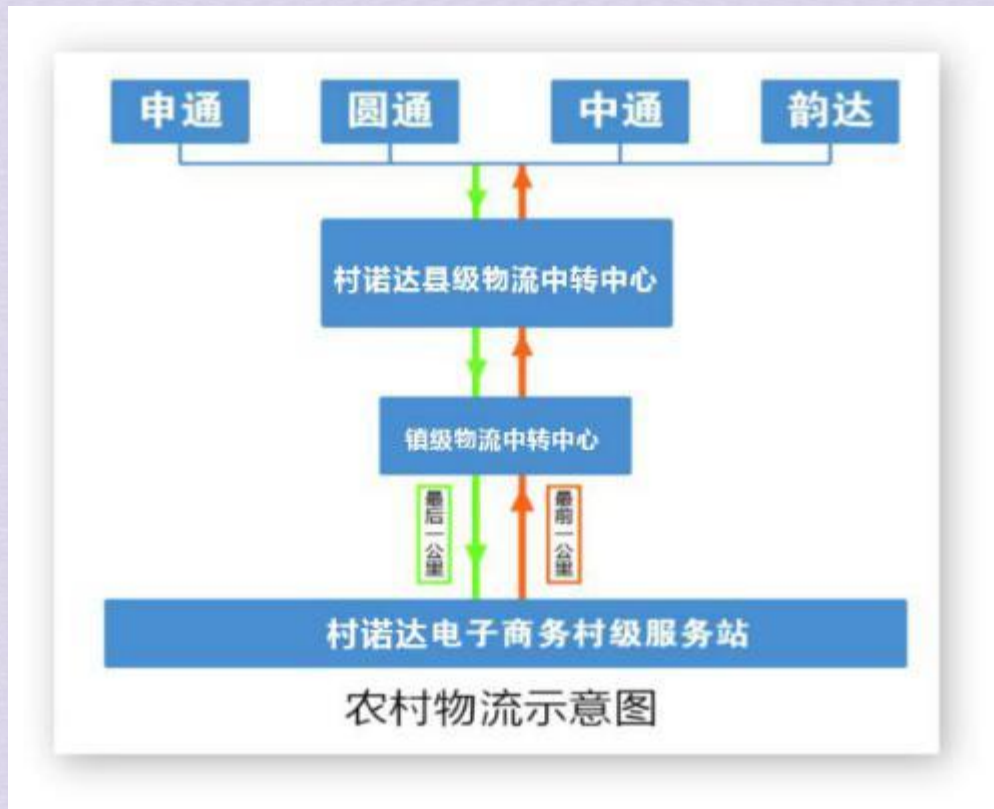
- 人人学电商、懂电商、谋电商
- 政府引导、企业主体、部门联动、全社会共同参与

政府发动、组织、协调，采取市场化的办法购买服务，制定系列政策；
市场化运营，专业公司具体执行；黄梅电子商务公共服务中心孵化管理；

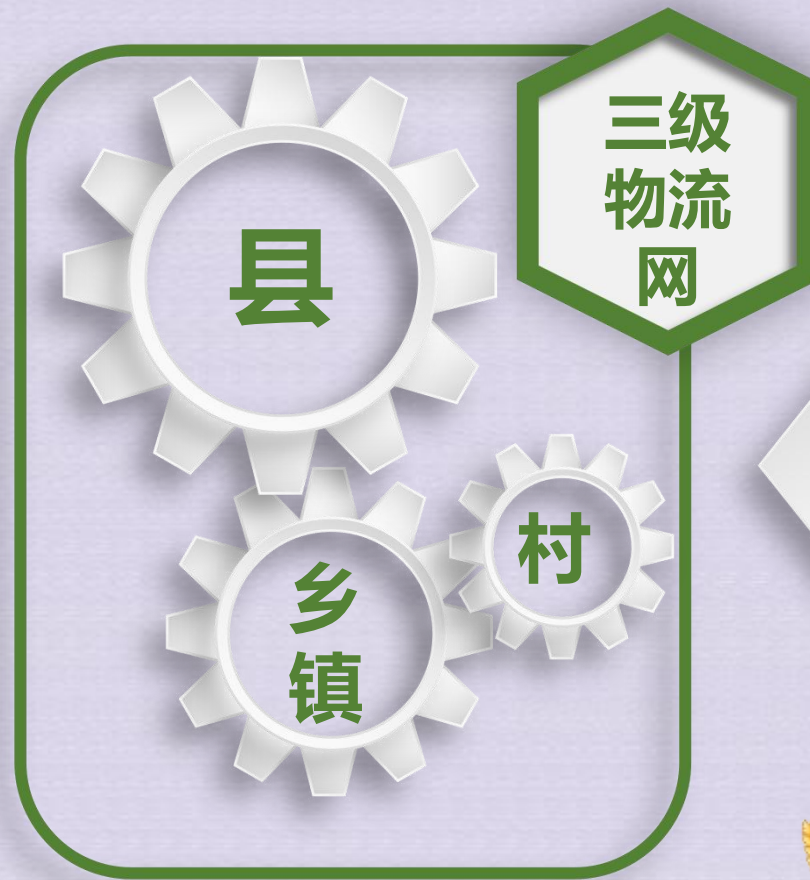




农村电子商务服务全覆盖



线上



线下





县乡村三级服务网







互联网+特色农业

一乡一品

示范创建，打造一乡一品
供应链标准体系

公共品牌

集中资源，打造区域
农产品公共品牌

追溯体系

严格品控，建立农产品
追溯体系

分销体系

全网营销，建立
农产品分销体系





互联网+特色农业

集中资源
打造区域农产
品公共品牌

全域规划

长短结合

突出特色

龙头带动

连片推进

公共品牌供应链参与方

企业+基地 ✓

企业+合作社+农户 ✓

企业+协会+金融 ✓





市场主体

新农人网商蓬勃发展，形成人才梯队





千人直播助农团 助力乡村振兴

万人助农团，人人都是带货主播

为积极响应乡村振兴政策，让农户将手机作为新农具，数据成为新农资，直播作为新农活，发展乡村新农人！让荆楚农产品走向全国。
根据农村电商创业实际情况，积极利用短视频直播等官方平台打造湖北多县域“千人直播助农团”培育新农人计划。

项目参与报名条件

- 1 有实体产业的农户
- 2 待业或留守妇女
- 3 实体店铺或小店店主
- 4 业余有闲暇时间的在职职工
- 5 返乡创业青年或下岗待业人群
- 6 网络大V、微信、抖音达人，网红带货主播

农村电商号角已吹响，请各位乡亲们积极响应，或推荐身边符合条件的人员，一起为我们美好乡村电商发展贡献自己的力量！

主办单位：湖北农夫电子商务股份有限公司
 支持单位：湖北省网商协会网络直播专委会

报名方式：
 1. 转发此图到朋友圈并截图
 2. 扫描二维码登记联系电商中心老师





第三部分

电商新动态-短视频直电商风口浪尖





- 3月蘑菇街直播上线
- 5月淘宝直播上线
- 9月京东试水直播

双11淘宝直播单日直播场次上万，单日观看累计破亿

抖音大规模开展短视频直播带货
 淘宝直播登上手机淘宝第一屏，DAU突破千万

微信公众号试运营直播带货
 淘宝直播独立app上线
 双11直播电商成为包括淘宝、京东、拼多多等平台在内的重要营销模式和增量来源

受新冠疫情影响，直播加速与线下商业场景的结合
 淘宝、京东、抖音、快手等平台持续加码
 基于小程序直播的私域直播不断深化发展
 618大促全行业标配直播，并作为主战场





电商在快速更新变化，短视频直播赋能新农业！





直播电商，开启了电商内容营销的新时代！





直播第一梯队



淘宝直播

淘宝主要是商品多、市场覆盖广，强电商，弱娱乐。淘宝上都是规矩刻板的商人，啥都卖，店小二根本忙不过来，卖货都来不及，没有功夫琢磨娱乐。



抖音带货

抖音直播娱乐性明显，带货相对弱，随着罗永浩的加盟，带火了抖音直播，博得不少大品牌方关注，抖音肯定会加速推动直播业务形态的打磨和沉淀。



快手带货

以下沉市场为主，弱运营管控，主播和粉丝之间的关系，粘性大。洋不过抖音，土不过拼多多，快手反而放开手脚一边搞文艺青年们爱看的民谣、音乐节；一边号召老铁们666，结果两头讨好，赚了个盆满钵满。



直播第二梯队

腾讯看点直播，腾讯人多，用户体量大、强社交粘性，互联网界的国民品牌



微博属于社交和内容平台，用户规模大，偏短平快新闻和八卦的聚合，旗下的直播平台“一直播”成绩平平，主要靠KOL直播+话题热搜保证内容

西瓜直播还在萌芽阶段，秀场、户外、游戏、美食都涉猎，为电商直播铺路的值点商城也已经搭建中了，尽管主播和商家还在孵化阶段，但明显电商直播才是重头戏



拼多多以客单价较低的小商品或农产品为带货主要内容

小红书用户都是奔着种草和找资料来的，看直播、下单还是去淘宝直播更顺腿



B站带货属性弱，比抖音快手都更弱，B站更注重圈层氛围，up主即主播，除非大有声望的主播，一般空降这做直播带货很容易水土不服





“边看边买” 人人直播新趋势

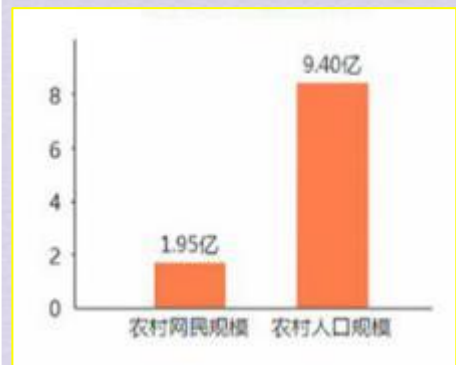


不要把电商平台当做消费的场所，
要把他当做赚钱的工具，选择一个顺手的工具把他用到极致！！



1

农村电商人口红利



2

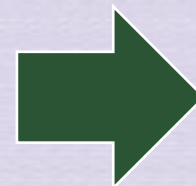
农村电商规模持续增长





县长喊你回家做乡村网红

5月8日下午，黄梅县县委副书记、**县长刘欲晓**走进“黄梅地标优品县长大联播”抖音直播活动现场——澳科生态园，变身“带货主播”，为黄梅代言，为黄梅地标优品带货，助力消费扶贫。





“互联网” + 农特产业



兄弟俩直播卖红薯，日售
上万斤





通过手机直播，从生产到零售+农特产业



生产



短视频
直播



零售





果园农产品

直播

城市消费者

1 成熟



2 直播



3 采摘



6 收货



5 快递



4 装箱





产业链的带动



带动当地地标性产品输出

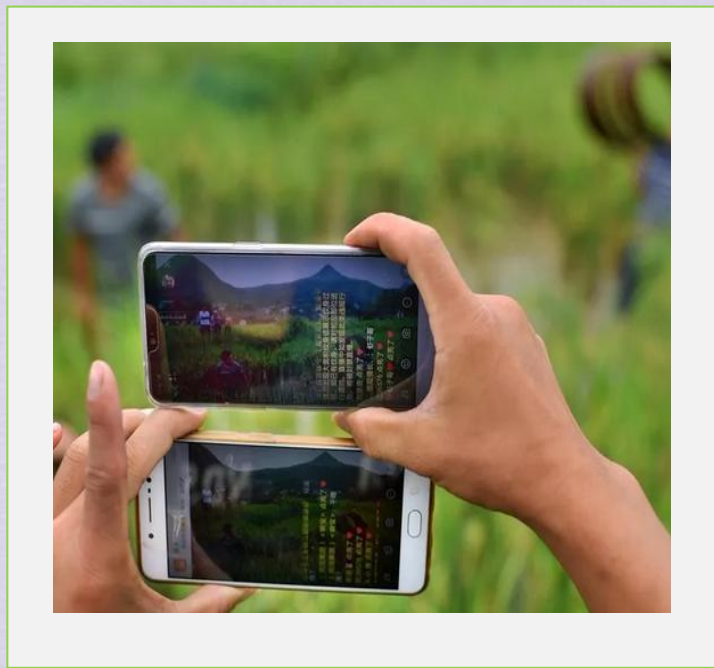


带动当地文化旅游景点





看看别人怎么做



永顺县松柏镇仙仁村，农民“网红”张双用两个手机同时直播村民在稻田里抓稻花鱼的场景。



身残志坚的农民“网红”张远龙（左）和黄斌（右）在稻田里抓稻花鱼。他们今年4月份成立永顺岚洁种养专业合作社，带动更多的残疾人脱贫致富。





看看别人怎么做



瞿慧(右) (网名“辣妈小吃”) 在网络直播制作湘西特色香辣猪肺。她2017年开始网络直播销售各种湘西特色香辣口味小吃, 现在月收入5万多元。



永顺县松柏镇仙仁村, 刘开玉 (网名“女汉子”) 在打理自己放在悬崖上的蜂桶。她2016年9月开始开微店, 网络销售蜂蜜、猕猴桃和牛肝菌等, 2017年网上销售蜂蜜收入20多万元。





看看别人怎么做



杨双英在拍摄自己加工制作的猕猴桃干果脯，放在电商平台展示销售。是当地最早种植猕猴桃的种植大户和致富带头人。



唐泽勇（网名“猪哥”）在海拔1400多米的大青山上找信号做直播，他和有残疾的哥哥一起在高山放养生态藏香猪。今年5月份开始做网络直播销售，现有3150个粉丝，最多的时候9000多人在线。





5G 风口看农村

#我在视频号卖小龙虾

湖南小龙虾 万人团购

7月17日一起吃

农夫助农团队
高海燕

扫码预约直播间
香辣美味要抢先

农夫电商 NONGFU

#我在视频号卖小龙虾

湖南小龙虾 万人团购

7月17日一起吃

农夫助农团队
梅琼

扫码预约直播间
香辣美味要抢先

农夫电商 NONGFU

#我在视频号卖小龙虾

湖南小龙虾 万人团购

7月17日一起吃

农夫助农团队
余自玲

扫码预约直播间
香辣美味要抢先

农夫电商 NONGFU



新生代新农人崛起，让农特产标准化、商品化、网货化、品牌化、社交化成为现实，让农特运营成为可能。



产业链的带动

消费者对于农产品的源头环节很感兴趣

枸杞是怎么采摘下来的，小龙虾是怎么

清洗的，海参是怎么捕捞的

农产品是适合团购的商品

大多数农产品都属于冲动型购买

对物流和供应链的要求非常高

最好是尽可能的缩短中间环节

在线直播过程可以极大的提高销

售效率，降低销售成本转化率，

一对多的咨询，跟风效应对于高

颜值、高技能网红的要求要远低于

于其他类目农民就有农民样





卖什么？有什么可卖？有卖点么？

地域特产品：

- 1、自家产品
- 2、县、村产品
- 3、农业基地产品





天天都有/抖音 网红直播

打造本土农旅网红主播 打造365天永不落幕的抖音视频直播卖货频道

周周都有/新品特卖活动

打通本土全品类供应链周周都有新品上市
联合网商企业共同策划新品直播特卖周

月月都有/农事节庆盛会

全年12场本地特色农事节庆活动 为电商直播搭建专属的营销场景





第四部分

电商助力乡村振兴发展分享





浙江遂昌模式 (综合服务商+网商+传统产业)



以本地化综合服务商为驱动，
带动县域电子商务发展，
促进地方农业及农产品加工业的发展。

网店服务中心——零成本开店的运营服务。
统一采购、统一仓储、统一配送、
统一物流、统一包装。





(区域电商服务中心+青年网商)

青年创业+基地

鼓励农村青年互联网创业，建立区域电商服务中心，建设市、县两级电商创业园。

建设模式：政府投入、企业运营、公益为主、市场为辅，通过政府服务和市场的有效结合，吸引大量人才和电商主体回流。

浙江丽水模式





吉林通榆模式

(生产方+电商公司)

成立电商公司，整合生产方（农户、生产基地、合作社或农产品加工企业等），经淘宝平台销售。

政府整合当地农产品资源，由三方电商公司运营。





河北清河 模式

(专业市场+电子商务)



电商集群发展，建立电子交易中心，吸引企业方入驻。

基于强大的传统产业和专业市场作支撑，商品价格低、供应链的效率高、行业竞争力强。





陕西武功模式（集散地+电子商务）



以园区为载体，大力吸纳外地电商到当地注册经营。
以人才为支撑，搭建电商孵化中心、数据保障中心、
农产品健康指导实验室四大平台。





货通天下农商产业联盟模式（农产品供应商+联盟+采购企业）

- B2B平台，为采、供双方提供以交易为核心的多种服务。通过联盟平台组织会员，实现销售型“大企业”和生产型“小农户”的产销对接。
- 为供需双方提供订单撮合、拍卖销售、委托采购、支付结算等交易服务，根据销售方需求建立一套农产品的品质标准和质量检验、缺陷折扣的交易流程。



整合农业产业链、降低市场交易成本和推动农业生产的规模化、产业化、专业化和服务的社会





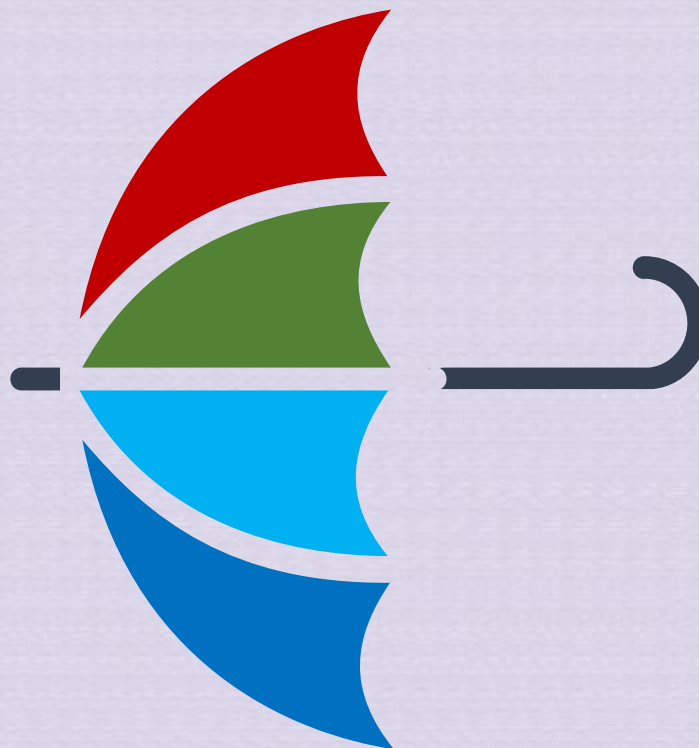
(一) 基本原则

聚力到户、受益精准

因地制宜、产业精准

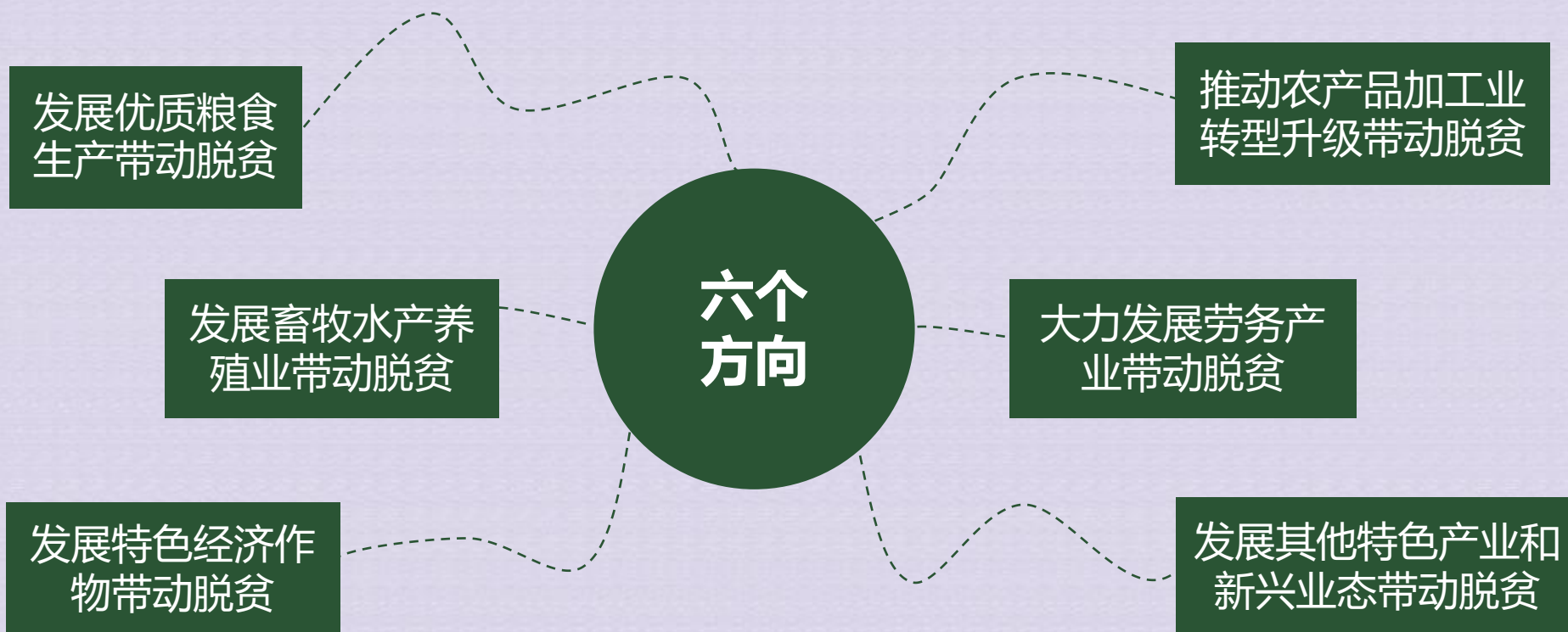
科学设计、项目精准

保护生态、绿色发展





(二) 基本方向





（三）基本做法

“输血式”扶贫向“造血式”扶贫转变

狠抓特色产业培育

因地制宜规划发展特色产业，加快培育优势特色主导产业。

重视先进模式引领推广

积极探索能复制、可推广、效益好的经验和做法。

聚焦项目实现资金精准投入

改革扶贫投入方式，进一步提高扶贫项目资金的使用效率。

完善机制确保贫困人口精准受益

建立贫困户分享产业发展红利的有效机制；推广订单帮扶模式，依法签订利益共享协议；完善产业精准扶贫的支撑保障体系。

发挥新型经营主体带动作用

改革扶贫投入方式，进一步提高扶贫项目资金的使用效率。





(四) 工作重点

要选准发展对象

贫困户自身发展潜力不足

大多数贫困户难以成为经营主体

新型产业主体发育不足

新型农业经营主体与贫困户利益共享机制缺乏





（四）工作重点

推行“四跟四走” 产业扶贫新路子

资金跟着穷人走
穷人跟着能人走
能人跟着项目走
项目跟着市场走

培育和发展新型 经营主体

加强招商引资；
培养龙头企业和合作社；
鼓励工商资本下乡
和企业家回乡。

完善新型经营主体与 贫困户利益联结机制

政府做好中间服务；
鼓励贫困户以农业
工人身份参与产业
化联合体；
发展职业农民；
加大农业工人的社
会保障。





(四) 工作重点

要选好产业项目

充分考虑产业
项目风险性

充分考虑产业
项目适应性

充分考虑产业
项目可行性

突出
特色

突出
市场

突出
融合

突出
绿色





（五）政府作为

育新业

以“大产业做强，小产业做特”的发展理想，“长短结合、同步推进，长线做大、短线做精”，推动扶贫产业差异化发展。

闯市场

以“生态化主题，品牌化统领”主打“绿色生态”牌，集中打造“遂宁鲜”绿色优质农产品品牌，提升扶贫产业价值链。

强企业

以“支持企业带富贫困户”的理念，加快引进培育市场主体，提高扶贫产业龙头带动力。

优机制

以“制度化措施，配套化服务”补位市场之手，提升政府资源的保障水平。

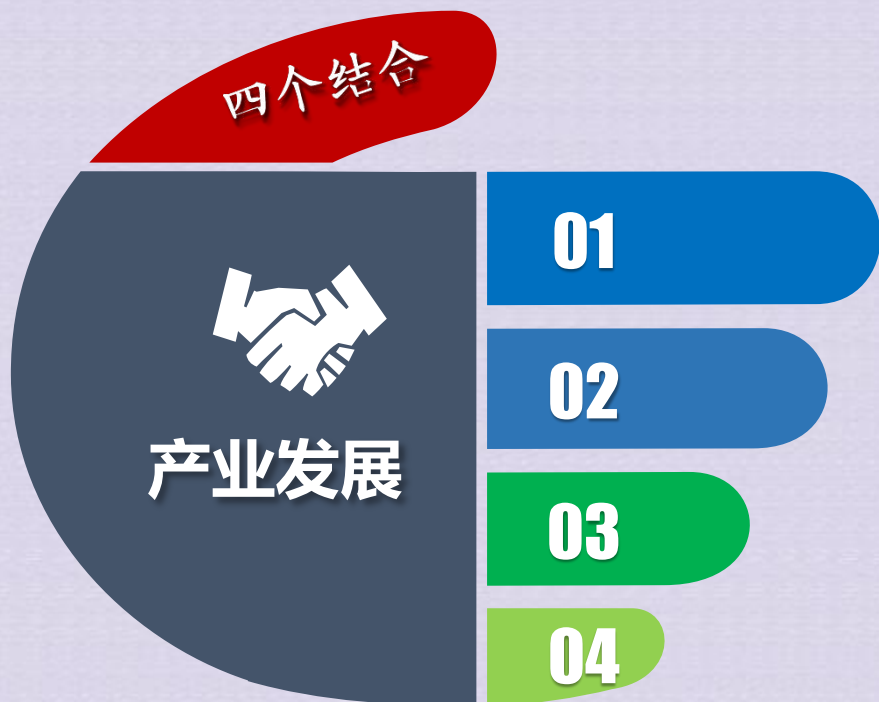
增动力

以“激励化机制，利益化纽带”保障帮扶缔约的长效性，激发市场主体、贫困户参与产业扶贫的内生动力。





(六) 产业发展路径和模式



01

小农户生产与规模化经营结合起来

02

“三变”改革与三产融合结合起来

03

政府宏观指导与农户自主生产结合起来

04

产业长远发展与扶贫现实需求结合起来



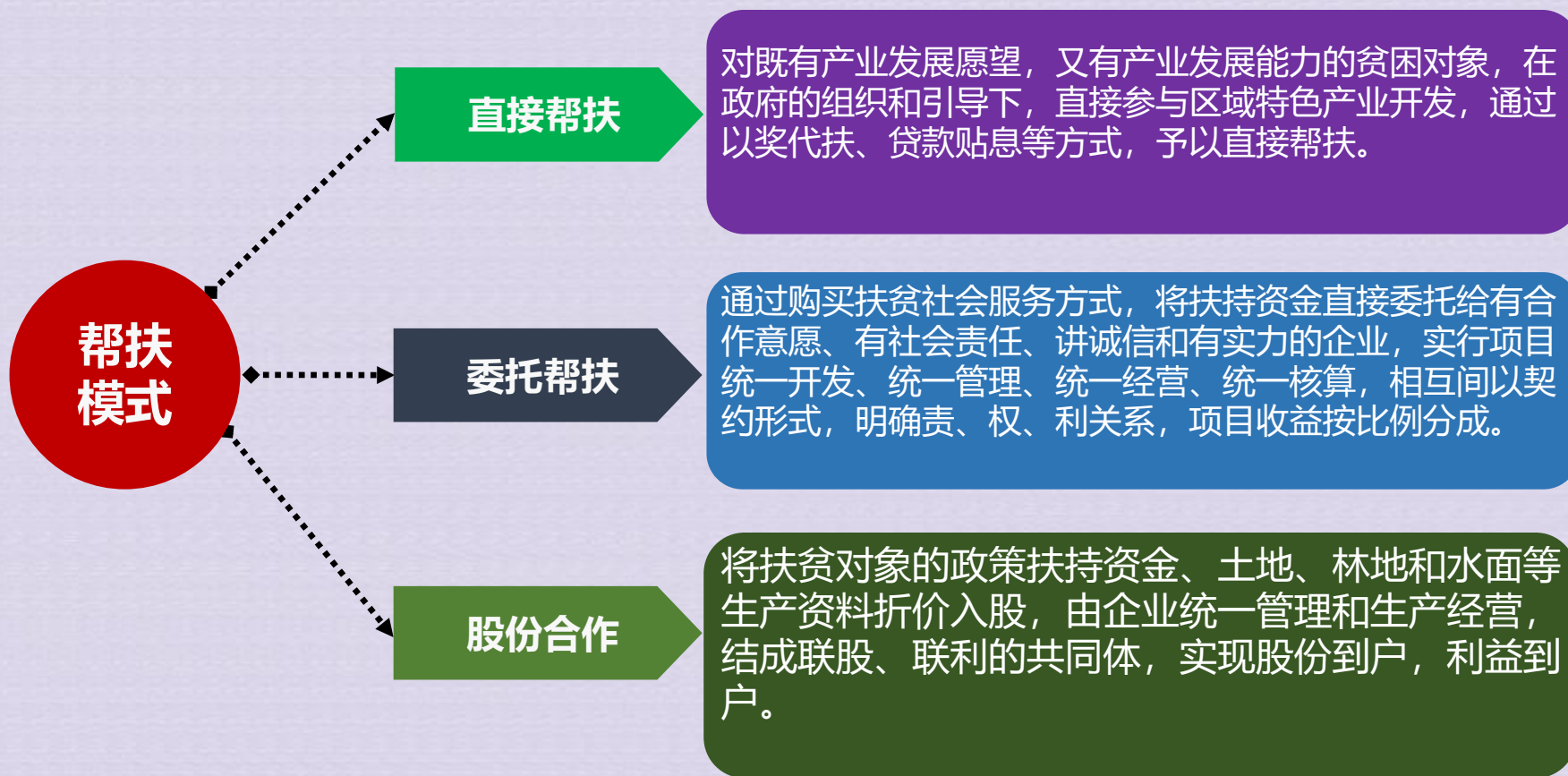


(六) 产业发展路径和模式



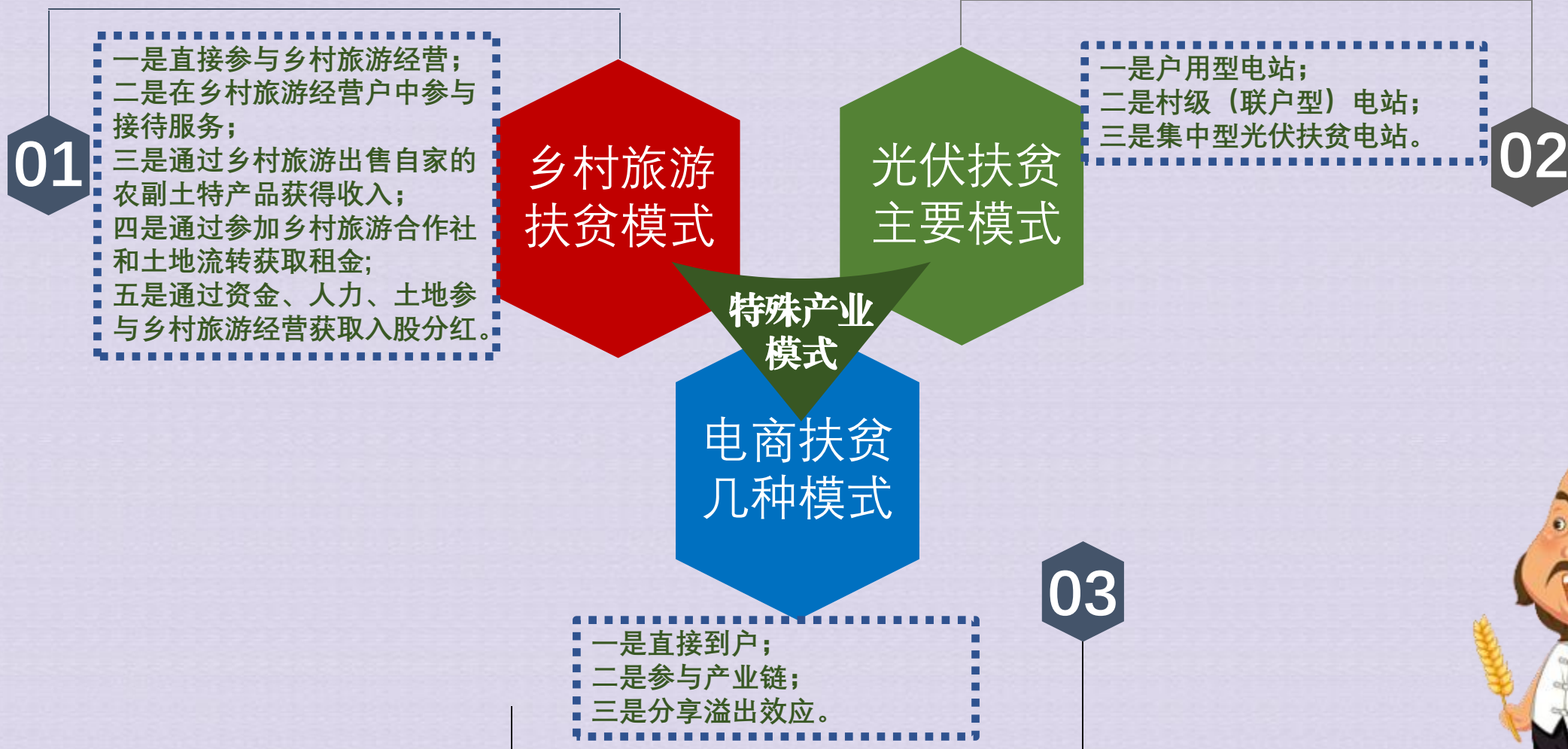


(六) 产业发展路径和模式





(六) 产业发展路径和模式





(六) 产业发展路径和模式

产业发展模式

01

自我发力式

02

龙头带动式

03

合作互助式

04

股东参与式

05

党建引领式

06

科技助推式

07

釜底抽薪式





(七) 主要项目

01

电商扶贫
让群众长期受益



02

建规范化种植园
让群众稳定增收



03

建养殖小区
让群众可持续增收



04

建蔬菜大棚
让群众短期收益



05

建社区工厂
让群众就近赚钱





(八) 抓住科技浪潮大数据



农业科技化



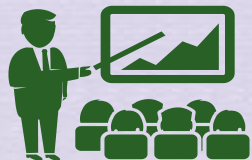
品类标准化建设



农业金融



政企合作
贫困地区精准扶贫



原产地电商扶持



资源整合





(九) 振兴农村这最后的金矿

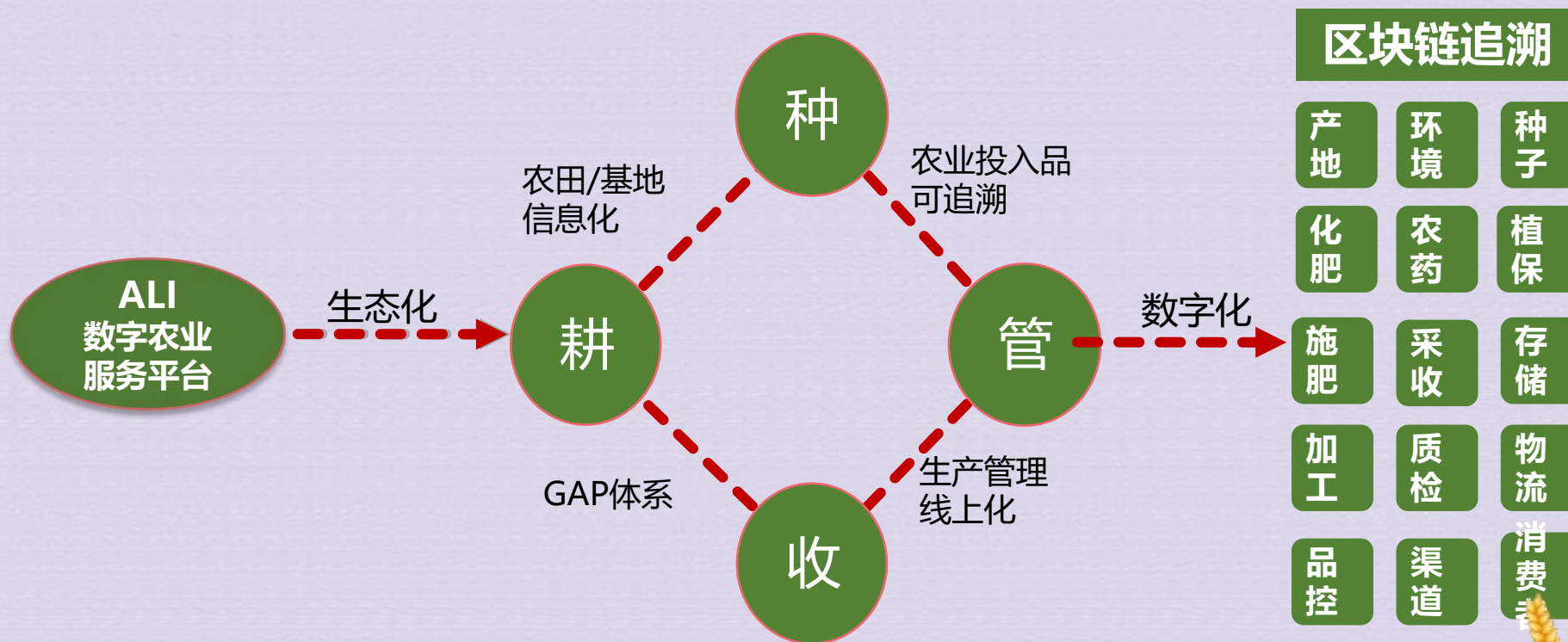


农村——待开发的金矿





(十) 产业数字化



电商产业扶贫路上，不做“匆匆过客，努力留下工作实绩、留下真挚感情、留下一支不走的工作队”。

