

农产品销售面临单户量小、分布广而散、标准不统一等“天生缺陷”—— 电商扶贫助力打通“最初一公里”



中益乡谭万和家盐笋
1400斤、文碧家核桃460
斤；龙沙镇谢帮伦家干笋
210斤、崔中梅家花生
740斤、桥头镇黄帮海家
大米2400斤……

10月4日，在石柱县
“远山结亲”农产品产销对
接平台上，一串串信息正
不断刷新。

通过构建电商销售平
台、完善基础设施、打造农
产品品牌等，我市电商扶
贫成效显著。来自市商务
委电商处的统计数据显
示，1-8月，石柱、奉节、城
口、巫山、巫溪等14个区
县的网络零售额达112.8
亿元，同比增长10.66%。

零散农产品如何买卖？ “远山结亲”改变窘境

长假前的半个月，重庆君君
电子商务有限公司（下称“君君电
商”）负责人杨世尤格外忙碌——
上百家农户已精心选择了自家产
的水果、干货、肉类等，等着他去
收购，然后在电商平台“蚁农网”
上推广一把。

之前，渠道商要收购农产品，
一般是派人挨家挨户打听，农户
分散、效率低；农户要卖自家产
品，则多半靠肩挑手提或三轮、农
用小货车送到农贸市场，麻烦又
劳累，还不一定卖得掉、卖得好。

而今年，石柱县开发了一套
“远山结亲”电商扶贫模式，改变
了双方的窘境。

首先是信息精准收集。“远山
结亲”农产品产销对接平台一上
线，就给每家农户制发了二维码，
有谁要卖产品，在家“扫码”填写
相关信息并“一键上传”。

接到一条信息后，企业开始
线下精准收购。石柱县组织了
18家电商企业常年对接全县
33个乡镇（街道）、242个行政村
（社区），通过定责任片区、定收
购时间、定对接人员开展“码上
收货”，农户一旦发布销售信息，
最晚7天之内就有企业上门收
购。比如君君电商，即负责中益
乡、龙沙镇、桥头镇等4个乡镇
的对接。

然后进入网货精准加工环
节。悦峡、大歌等地布局了9家
乡镇（街道）网货加工中心，负责
对电商企业收购的农产品进行再
加工，让“山货”变成更标准化的
“网货”。

最后才是线上精准销售。这
些“网货”将通过京东、淘宝等大
型电商平台，以及“蚁农网”等本
土电商平台，销往全国。

石柱县商务委相关负责人介

绍，“远山结亲”农产品产销对接
平台上线5个月来，截至9月16
日，已审核录入农户订单3980
单，其中贫困户订单2656单，占
2/3；已成功对接收购3206单，实
现产销对接销售金额453万元，
带动近千户贫困户增收。

怎样摆脱“天生缺陷”？ 品牌升级势在必行

“农产品品种多而杂、分布广
而零散，品牌，一直困扰着行业发
展。”市商务委相关负责人坦言，
要让农产品卖得掉、卖得快、卖得
好、卖得远，品牌升级势在必行。

重庆华涛药业有限公司（下
称“华涛药业”）的解决方案是：在
电商平台上打响牌子。

华涛药业主营红糖及其衍生
产品的生产、销售，在秀山工业园
区的加工厂房超过1000平方
米。“4月起，公司加大了在电商平
台的品牌推广力度。牌子响了，
销售上去了，近半年来，每月的销
售额都超过1000万元。”华涛药
业秀山负责人颜鹏说。

目前，华涛药业已开了4家
天猫旗舰店，在抖音、快手等平台
请主播销售，每月仅直播带货就
要卖300万-400万元。

“农产品品牌效应不高、附加
值较低的一个‘天生缺陷’是标
准不一。”奉节县朱衣镇扶贫办主
任覃建华说。

如何解决这一难题？“长江边
上的电商村”——奉节县朱衣镇
砚瓦村近日有了新动作。

砚瓦村离奉节县城近10公
里远，因唐代大诗人杜甫在夔州
（今奉节）任“橘官”时，在此“以
瓦作砚”而得名。

这个村子面积仅7.6平方公
里，却有一半以上的土地种脐橙：
全村脐橙种植面积5600多亩，年
销售8000多吨，总收入4000多
万元。

近期，砚瓦村新上马了选果
厂、有机肥加工厂两个项目。“为
了12月份脐橙成熟时投用，国庆
假期建设不停。”砚瓦村村支部书
记田邦中介绍，选果厂用于脐橙
清洗、挑选、分级等，让产品更标
准化，而有机肥加工厂则根据当
地土质特点，按需加工有机肥，让
脐橙生长的土质条件更优质、营
养元素更丰富。

“产品标准化了、品质提升
了，品牌升级才有根基。”田邦中
说。

需要哪些支撑？ 网络、交通、物流等样样跟上

今年的“脐橙季”，砚瓦村克
服疫情影响，仅3至5月就销售脐
橙5000多吨，其中线上销量超过
40%。仅脐橙销售一项，砚瓦村
户均年收入超过5万元。

电商扶贫显效的背后，离不
开网络、交通、物流仓储等基础设
施及配套建设的支撑。

以砚瓦村为例，这个拥有
768户人家的村子，已实现家家
光纤入户；脐橙林间，“智慧灌溉
系统”随处可见；部分高差较大的

“梯田”之间，有运货轨道车上下
相联；每层林地之间，均有水泥路
通达；一条10公里长的沥青沿江
公路，将全村整个交通串联成网；
村委会对面，设有淘宝直播间；顺
丰、中通、圆通等物流企业也纷纷
在村里布局设点……

砚瓦村是我市发力全环节
促进电商扶贫的一个缩影。数据
显示，全市已有33个区县通过

积极推进农村电商品牌培育，累
计培育大品类农村电商品牌79
个、中品类农村电商品牌343
个、小品类农村电商品牌974
个；全市已创建和正在创建的电
商扶贫示范镇、村分别达到33个
和164个。

市商务委相关负责人介绍，
接下来，我市将进一步推动电商
扶贫，依托电商消费大数据引导

生产什么、生产多少，发展以销
定产、定单生产，调整产品结构，
以消费促进生产，打造网货生产
基地，培育网销产业，助推乡村
振兴。

“通过电商等渠道，打通农产
品上行‘最初一公里’，就有望把
一个个小而散的市场培育成强大
而强的产业。”该负责人说。

记者 付爱农 向菊梅

相关新闻

丰都三建乡： 电商平台销售农产品破1000万元

笔者从丰都县三建乡获悉，
截至目前，该乡电商平台农产品
销售总额突破1000万元，其中
50%以上产品是该乡本地农产
品，直接带动100余户贫困户增
收，成为全县电商发展最好乡镇
之一。

近年来，在重庆市人大常委
会办公厅扶贫集团的倾力帮扶下，
三建乡强化“互联网+”思
维，通过抓网点建设、产品开发、
物流渠道、平台拓展和人才培
养，从零起步发展农村电商，逐
步成长为区域性农产品电商销
售中心。

目前，三建乡布局了9个农
村电商网点（1个乡电商集中心，
8个村级电商服务站），并免费
为各村购置电脑、打印机、冷
藏设备等电商发展所需设备，逐
步完善硬件设施。同时，坚持线
上线下两条腿走路，在旧场镇人
流密集区选点挂牌“三建乡土特
产店”，通过线下展示产品，推动
电商线上发展。

在众多农村“土货”中，驻
乡驻村扶贫干部选择从城里人爱
吃的土鸡蛋开始，并引导电商负
责人立好采购规矩，牢固树立产
品质量意识，实行“坏单包赔”。



电商工作人员正在整理待售的农产品。

经逐步发展，电商产品从单一
的土鸡蛋，扩展至近20个品类。
随着全乡扶贫产业逐步投产，高
山大米、土黄牛肉、麻辣鸡、冷
水鱼、雷竹笋、原生态菜籽油等
已逐渐成为三建乡的新特产。

为鼓励农户提供更好更多的
初级农特产品，驻乡驻村干部实
行“买断包销”兜底采购，极大
地稳定了产品供应端。同时，扎
实推进品牌建设，提高产品附加
值，农特产品“三品一标”（无公
害农

产品、绿色食品、有机农产品和
农产品地理标志）从无到有，已
成功打造“雪玉龙河”区域品牌
1个、注册商标3个、农产品认证
大类2个，并与5家大型市场主体
签订了长期战略合作协议。

同时，在绿春坝村已建成全
时段运行全乡的物流配送中心，
农产品上行和消费品下行的物
流渠道畅通无阻，群众通过电
商“卖东西、买东西”更加快捷。
文/图 通讯员 李达元



10月13日，2020年重庆市金秋书展在解放碑商圈步行街举行，琳琅满目的各类书籍吸引着广大读者前来选购图书。
记者 齐岚森 摄