



## 搭乘直播电商“直通车” 跑出振兴“加速度”

——会场内外畅谈“三农”新未来

在全国多地乡村,特色农产品正搭乘着直播电商“直通车”,运往全国各地。电子商务不仅拓宽了农产品销售渠道,还吸引了众多人才返乡创业,成为加速乡村振兴的引擎。

商务大数据显示,2024年,全国农村网络零售额同比增长6.4%,农产品网络零售额同比增长15.8%。抖音电商数据显示,2023年9月至2024年9月,抖音电商里挂车售卖农产品的短视频数量为1157亿条,直播间里农特产商品讲解总时长达3825万小时,平均每天有1740万单农特产包裹销往全国各地,年销售额突破百万元的农货商家超过3.3万个。

今年中央一号文件提出“推动农村电商高质量发展”“实施数字乡村强农惠农富农专项行动”。今年两会期间,多名代表和专家会内会外共同就如何推动农村电商高质量发展建言献策。



吴少玉(左)在拍摄土糖制作短视频。新华社记者罗江摄

### 梁倩娟代表： 加力扶持农村直播电商产业

全国人大代表梁倩娟是甘肃省陇南市徽县陇上庄园生态农业有限公司的总经理,当地人亲切地称她“梁掌柜”。从事电商多年,她将家乡的核桃、毛栗子、土蜂蜜、橄榄油等农特产品卖到全国各地。

2013年,在广东打工的梁倩娟得知陇南市要大力发展电子商务,就辞职回到家乡,投身电商创业,第二年创办了自己的网店“陇上庄园”。

起初,乡亲们对梁倩娟的网店不以为意。“啥都没有,就靠着台电脑,怎么能把地里的庄稼、树上的核桃、山里的野菜变成钱呢?”

实际成绩证明了梁倩娟的选择。她不但把家乡的土特产卖了出去,还越卖越俏,让家乡土特产成了网络平台上的“香饽饽”。

目前,梁倩娟的网店年销售额已从创业初期的6万元增加到600万元,累计辐射带动周边300多户群众。其中有100多户乡亲,通过网络电商实现脱贫致富。

梁倩娟认为,随着互联网的普及和数字经济的发展,农村电商已成为推动农业增效、农民增收、农村繁荣的重要力量。抖音电商2024年底发布的一份报告显示,在抖音电商“产业成长计划”推动下,2024年来自全国产业带地区的1.7亿款商品,在抖音电商售出154亿单,全国332个产业带的抖音订单量过千万单,830个产业带的抖音销售额过亿元。

然而,由于缺乏系统性的国家政策支持 and 资金扶持,各地农村电商发展仍

处于自发状态。梁倩娟建议,应加大对农村电商产业扶持力度、推进农村电商高质量发展。

梁倩娟表示,要明确专门主管部门或机构,负责电商产业总体规划、资源配置及部门间协调,避免重复建设与资源浪费;同时,鼓励吸引更多社会资本参与农村电商发展,对在电商销售规模、品牌建设、带动就业等方面表现突出的农村电商企业、合作社及个人给予资金奖励。

### 吴少玉代表： 推进农村直播带货群体职业化

海南土糖有600多年历史,以海岛特产的一种甘蔗为原料,用传统技艺手工制成。2013年,全国人大代表吴少玉说服丈夫姜龙吉放下上海的事业,毅然返乡创业,用新理念、新思路赋能家乡土法制糖技艺,建成了全省唯一一家有生产资质的土糖制作基地,并达到了出口标准。

吴少玉不仅把土糖产业发扬光大,还给村民带来了就业机会,以“短期投资+年底分红+劳动输出”的模式吸纳儋州市白马井镇周边村庄的困难群众和传统制糖技艺人进厂务工。

当前,电商直播行业持续发展。中国就业指导中心发布的《新职业发展报告网络主播篇》中显示,在职业网络主播的年龄分布上,“80后”“90后”成为网络主播的从业主力军,分别占比31%、27%;“00后”占比17%。

主播来源覆盖了从自媒体达人、明星、主持人,到乡村农民、全职妈妈、返乡大学生、退休老人等各类群体。吴少玉认为,各行业人才在这里挖掘出各

自的发展潜能,进一步丰富了社会就业蓄水池的形态,增强了全社会应对就业压力的弹性。

实践中,吴少玉看到了农村电商群体所面临的挑战与存在的问题:如内容同质化、收入不稳定、缺乏职业保障等。

吴少玉建议,以网络主播成为国家认可的新职业为契机,明确主播职业化标准,根据主播的不同类别、层级采取分级分类管理方式;同时,从工资待遇、福利保障、职业资格评审等角度完善农村电商主播的职业发展体系。

### 党国英研究员： 电商提高小宗农产品区域集中度

《2024丰收节抖音电商助农数据报告》显示,2023年9月至2024年9月,抖音电商累计销售农特产品71亿单,比上一年的总订单量增长61%,平均每天有1740万单农特产品包裹销往全国各地。

“农村电商正逐步提高农户经营规模,促进农业产业链重要环节向乡镇下沉,有利于增加农民的兼业收入,实现城乡融合发展。”中国社科院农村发展研究所研究员党国英说。

党国英认为,传统农业发展的痛点是市场导向作用受制于交易成本过高,造成供需错位。农村电商以用户兴趣为基础,能够将零散的农产品需求整合。这种机制能逐步提高农户经营规模,促进农业产业链重要环节向乡镇下沉,有利于增加农民的兼业收入,实现城乡融合发展。

党国英举例说:“比如全国分散的桑葚,传统的大宗农商如果介入,交易成

本较高,不容易开拓市场。而电商平台介入后,全国的小宗农产品变成区域性大宗农产品,就可以上规模,深化分工,带来收益。”

### 张照新研究员： 直播电商已成“三农”发展新引擎

农业农村部农村经济研究中心研究员张照新认为,当前我国电商经济已成为驱动“三农”发展的新引擎,在助推农产品上行、重构产业链、培育新农人等方面成效显著。

“直播电商为小而美的特色农产品打通了进村进城快速道。”张照新分析,电商让农民直面终端消费者,改变了传统产业链中的价值分配格局。比如新疆西梅、云南菌菇等地理标志产品通过直播实现品牌溢价,赣南脐橙等区域产业带加速形成。据抖音电商发布的报告,该平台全年农货商家数量同比增长63%，“三农”创作者数量同比增长52%，越来越多的农货商家和达人通过抖音电商连接到更广泛的消费者。

在肯定成效的同时,基础设施短板与人才瓶颈不容忽视。生鲜农产品因冷链物流不完善导致损耗率高,西部地区县域物流网络覆盖率仍较低。数字鸿沟同样制约着发展,不少乡村主播缺乏专业运营培训……

张照新建议,加快农村物流配送体系、农村网络设施等方面基础条件建设等,为农村电商发展创造更好的基础条件;同时,把农村电商、各类助农主播作为农业新型经营主体的重要组成部分,给予一定的支持。

(新华社北京3月11日电)