# 电商平台全链路助力农民增收

让数字技术深入田间地头

电商平台全链路助力农民增收

■ 本报记者 李子晨

投入亿级流量，开展万场农产品直播，助力农产品出村进城；深入上百个产业带，集结千余个农资品牌、超万款农资产品，助力农民秋收秋种；推出新商家扶持政策，助力优质农产品品牌打造……在9月8日丰收节金秋消费季在北京启动之际，淘宝天猫宣布将通过淘宝天猫、天猫超市、淘宝买菜等涉产、加、销全产业链的业务，开展直采助农、营销富农、科技强农、人才兴农四大行动，联动全国超百个产业带，把数字化的力量和温度带到更多乡村，带到更多老乡身边。

延伸产业链，让农民挑上“金扁担”

产业振兴是乡村振兴的重中之重。

全球每3个猕猴桃中，就有1个来自陕西。但因为无法做到规模化即食，陕西猕猴桃的种植收益和新西兰佳沛猕猴桃相差甚远。

为解决这一难题，淘宝买菜数字农业深入田间地头，通过为农民提供高品质种子、建立完善的培育标准、提供培育方法指导等方式，同时自研数字化催熟技术、探索先进的仓储保鲜技术，大大提升了果品的即食性。

在淘宝买菜的陕西武功产地仓，猕猴桃经历刷毛处理、360度拍照、分层筛选等一系列环节后，从树上的毛果变成了商品果。同时，淘宝买菜的确定性订单也进一步提高了果品的流通效率，降低了中转损耗率。

据统计，仅在陕西武功当地，即食猕猴桃产业在种植端的升级便为600余农户平均每户创收2.5万元。账本虽小，却承载了一家的幸福。

农产品产业链的延伸，也得益于农资销售的线上化。据悉，目前淘宝平台上已有近5万个农资卖家，每年提供超过1800万种农资产品，已生成一个规模超百亿的农资市场，包括种苗、化肥、农用机械、大棚农膜、畜牧用品等产品均可在线上购买，为农民提升农业生产力作出贡献。同时，农资在电商销售的普及，让偏远地区的农民也同样拥有一站式采购的权利。

迈向品牌化，让农产品从此有姓名

从品种研发、农事管理、储存物流到深加工的产业网络，依托电商平台的数字化赋能，不仅已成为县域农村促产业、提收入的重要手段，也在为培育打造农产品品牌加以助力。例如，淘宝天猫深入原产地，通过产、加、销一体化发展助力了农产品实现从“卖资源”到“卖品牌”。

据悉，丰收节期间，淘宝天猫将在全国十省进行原产地溯源直播，深入超100个产业带，助力优质农产品品牌打造，让更多农货在直播间被全国网友看见、购买。此外，淘宝还将组织农民发布秋收秋种等短视频，共庆农民丰收节。

农业品牌是农业高质量发展的重要标志。2022年，安溪铁观音、福鼎白茶、阳澄湖大闸蟹、武夷岩茶、信阳毛尖、安吉白茶、黄山毛峰、临安山核桃、柳州螺蛳粉、丹东草莓位列年度农产品区域公用品牌销售榜前十位。这些品质优、信誉好、竞争力强的品牌农产品通过淘宝天猫从广袤田野走出，既丰富了消费者的餐桌，也给乡亲们带来了真金白银的收入。

吸引人才归，让家乡留得下、回得去

乡村振兴，关键在人。家乡回得去，乡村的未来才看得见。

自2014年起，淘宝教育积极参与到农村电商发展中。目前，已与区域政府、企业、特色产业园等共建71个数字经济区域人才培训基地，累计开设超800个线下班次，覆盖超15万人次，助力区域数字人才培育。

自2019年3月以来，淘宝直播发起的“村播计划”已培养超过11万新农人主播，开展助农直播累计超过300万场，带动县域农产品800万个，县域农品销量达1.3亿单。淘宝主播容妹就是新农人主播之一。她以现收现卖山货的直播形式，一路走过丽江、香格里拉，还带着粉丝们探访过彝族、普米族、纳西族村寨。今年7月，像容妹这样的卖云南山货等滋补类的淘宝直播间数量环比增长12倍。

此外，淘宝买菜依托数字技术和农业基础设施，探索直采直销助农模式，构建了“从田野直达餐桌”的农产品直采直销网络。据统计，淘宝买菜已在全国直连近万个农产品直采基地，建立了700多个数字农业基地，进一步拓展了乡村地区的就业潜力和机会。

有好货、有品牌、有人才，农产品就能走出大山。在2022年，全国832个脱贫县在淘宝天猫平台销售额超1300亿元，160个国家乡村振兴重点帮扶县销售额超过43亿元。

当家乡的未来看得见，越来越多年轻人选择回到故乡、留在故乡，为当地发展注入新活力，让乡村更加开放和年轻。与此同时，越来越多的农产品通过淘宝天猫被越来越多的人品尝到，越来越多的农民因此而富起来，乡村振兴正越走越稳。

国际商报2023-09-13