

## 浙江省建设“网上农博”成效·问题与对策

陈慧杰 (浙江省农业农村大数据发展中心, 浙江杭州 310020)

**摘要** 全面回顾浙江省“网上农博”的崛起背景, 深入分析“网上农博”在省级主管部门的重视下积极抗疫保供、营销服务、培训主体、拓展功能、开展数据分析等做法, 指出平台面临的流量不足、扶持不够、创新欠缺、协调机制不完善等问题。根据现阶段发展形势, 提出实施三年行动计划、优化平台功能、加大营销宣传、打造大数据平台、加强服务保障等对策建议。

**关键词** 网上农博; 抗疫保供; 营销; 乡村客厅; 数据分析

中图分类号 S-9 文献标识码 A

文章编号 0517-6611(2022)11-0258-03

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2022.11.066



开放科学(资源服务)标识码(OSID):

### The Effect, Problems and Countermeasures of the Construction of “Online Agricultural Expo” in Zhejiang Province

CHEN Hui-jie (Zhejiang Agricultural and Rural Big Data Development Center, Hangzhou, Zhejiang 310020)

**Abstract** This paper comprehensively reviewed the background of the rise of online agricultural exposition, deeply analyzed the online agricultural exposition's active anti-epidemic and supply guarantees, marketing services, training subjects, expansion of functions, and data analysis under the attention of provincial authorities, and pointed out that the platform faces insufficient traffic, insufficient support, lack of innovation, and imperfect coordination mechanisms. According to the development situation at the current stage, countermeasures and suggestions were put forward, such as implementing a three-year action plan, optimizing platform functions, increasing marketing and publicity, building a big data platform, and strengthening service guarantees.

**Key words** Online agricultural exposition; Anti-epidemic and supply guarantee; Marketing; Rural living room; Data analysis

为促进产销高质量对接, 搭建一个政府有为、市场有效的永不落幕的具有公信力的网上展示展销平台, 2019年11月, 浙江省农业农村厅和浙江安厨大数据技术有限公司合作推出“网上农博”, 打造乡村数字生活平台。通过全程无接触服务, 打通生产端和消费端, 有机融入管理和服务, 有效解决农产品买难卖难问题, 同时提高数字化管理水平, 促进农业增效农民增收, 助力发展建设高质量共同富裕示范区。

#### 1 基本情况

“网上农博”(浙江省网上农博会)是由浙江省农业农村厅主管, 浙江安厨大数据技术有限公司提供技术支持和运营管理服务, 连接乡村产业主体和城乡居民需求, 集成果展示、宣传推广、产销对接、产品交易、数据监测、质量管控、在线服务等多种功能于一体的综合服务平台<sup>[1]</sup>。截至目前, “网上农博”已建成全省地市馆11个、区县馆90个及对口帮扶地区场馆16个; 入驻经营主体3 824家, 上线15 260款乡村产业产品, 各地区域服务商数量超30家, 实现产销对接超1.53亿元, 积累活跃用户超26.11万。

“网上农博”是浙江省农业博览会在乡村振兴大背景下的改革创新, 是服务“三农”的创新应用, 要牢牢把握做好新时代“三农”工作的立场观点方法, 坚持尊重农民主体、顺应农民意愿, 突出抓好特色产业发展、农业品牌宣传、美丽乡村建设、村集体经济等重点任务, 让广大农民成为乡村振兴参与者、建设者和受益者, 着力巩固拓展脱贫攻坚成果, 加快农业农村现代化<sup>[2]</sup>。作为数字乡村建设的有力组成部分, 不仅可以满足广大消费者“天天逛农博”的美好愿望, 还让乡村产业有了直接展示的舞台。未来将相继建立市县公共冷

链物流体系及线下品牌授权店, 有效健全数字乡村物流基础设施网络, 进一步推进农产品流通营销数字化应用和政府行业监管的数字化应用。

#### 2 主要做法和成效

**2.1 积极抗疫保供, 推动复工复产** 新冠肺炎疫情爆发以来, “网上农博”及时开展“战疫情·食材保障行动”, 本着非营利的原则进行商品组织、同城配送, 严把质量关, 实现“无接触配送”, 推动全省各地的农产品销售。疫情期间, 在各级渔业行政、疫控、推广、科研部门和相关机构, 以及防疫标准化技术工作组专家委员的共同努力下, 防控工作全面稳步推进<sup>[3]</sup>。

疫情期间“网上农博”累计为全省人民保障各类农产品5 000 t, 带动全体经营主体销售农产品超3 500万元, 有效缓解了特殊时期人民群众“买菜难”和农业主体“卖菜难”问题, 有力地发挥了安全便民服务和农产品保供的作用。

为推动乡村产业复工复产, “网上农博”积极联合各地农业公共服务中心, 开展乡村产业电商化改造。通过服务桐庐城南街道仁智村、旧县街道母岭村、衢州衢江蛟垄村、柯城上彭川村等地, 成功推动乡村产业转“危机”为“契机”, 带动8个村集体、56个农业经营主体复工复产, 平均产能恢复80%以上。

**2.2 创新营销服务, 打通销售渠道** “网上农博”积极响应“互联网+农业”的号召, 在大数据的基础上将工业化与信息化相结合, 解决信息闭塞、经营受限、销售门路少等问题<sup>[4]</sup>, 以政府为主导, 以服务“三农”为目标, 建立农产品电商公共服务平台, 共开展农民直播、基地直播、扶贫直播等不同类型的直播活动超200场, 成交额达2 000万元。其中那曲扶贫直播, 开播仅1 h, 吸引上万观众围观, 点赞量达到8.7万, 成交总额突破107万元; 榕江消费扶贫直播, 1 h成交总额突破

**作者简介** 陈慧杰(1987—), 男, 浙江杭州人, 经济师, 硕士, 从事农产品信息与营销工作。

**收稿日期** 2021-08-16

76 万元,成为互联网+产业帮扶的主平台。

同时共举办浙江省农博会、浙江省知名品牌农产品云展会、地市开馆、节庆活动、大促活动等 50 多场政企合作的营销推广活动,累计销售额近亿元。2020 年浙江农业博览会以线上线下方式联动举办,线上展会依托网上农博平台,推出云展示、云展销、云订货、云论坛、云推介等“五朵云”概念,共设有 16 个活动分会场、105 个页面,涉及浙江省 11 个地市的 1 137 名主体、5 818 款商品,举办促销、直播、秒杀、推介等活动 100 多场,5 天活动销售总额超 6 000 万元,累计浏览达 1 742 304 人次。

**2.3 开展培训服务,提升主体能力** 针对在运营中遇到的一些实际问题和困难,“网上农博”定期举办“网上农博”电商运营能力基础培训班和商家实战技能提升培训班,点对点提高电商运营技巧,培养独立线上运营能力。通过手机等新媒体进行现场教学,助力手机成为农民的“新农具”,实现“线上培训、线下集中、实训参观”相融合,满足农民多样化学习需求<sup>[5]</sup>。2021 年继续开展“千人培训”计划,培养一批网上农博的精英商家。针对部分农业经营主体线上销售运营能力较弱的现状,加快建立区域性服务商体系,为当地农业主体提供质量检测、产品打造、包装物流、详情页设计、售后服务、品牌推广、活动策划等一系列服务,提升网上农博经营主体的运营能力。同时组织部分地区依托县级集配中心,探索开展统一包装、统一检测、统一仓储、统一运输的“同城配送”模式,降低农业经营主体运营成本。

**2.4 拓展平台功能,打造乡村客厅** 围绕服务乡村产业主体、满足消费需求、引领高质量发展的目标,“网上农博”不断完善宣传展示、交易洽谈、产业链服务等功能,创新“农民直卖,免费开店”“线上平台,线下服务”和“优质安全,放心到家”等模式。一是改版升级页面。上线全新移动版商家端,设置活动推介区,常态化开展区域品牌专题推介活动,进一步完善本地鲜、品牌馆、一村一品、直播、逛农博、农民说、平台客服、投诉建议等功能,丰富拼团、云洽谈、红包雨等营销功能,增加同城配送、自提、统一配送等物流选项,打造特色场馆。二是保障产品质量。电商模式下的食品营销中消费者不能保证接触到包装食品本身,此外,电子商务之下的食品原料采购、食品包装、食品物流配送等方面存在一定的风险<sup>[6]</sup>,因此要制定入驻主体标准、规则和规范,建立咨询服务、投诉处理、随机抽检机制,所有入驻商家均经过各地农业农村局把关推荐,建立线上农产品质量安全监管办法,推出“电子合格证”,实现农产品质量安全信息可追溯。三是拓展特色类目。当前乡村农业发展中既要突出“现代”,也要关注“特色”,将两者充分结合起来,才能加快现代化农业建设步伐,现代化农业也能走差异化、特色化的道路,产业市场竞争力也能提升<sup>[7]</sup>。不仅要把农产品搬上网,还要逐步引入农家特色小吃、农家乐、民宿、乡村休闲旅游等乡村特色产业,从卖产品扩大到卖资源、卖旅游、卖文化、卖服务。以桐庐文旅品牌馆为例,其通过农旅结合,全方位展现桐庐文旅产品。

**2.5 探索数据分析,建设智慧平台** “网上农博”平台广泛

集成农业基础信息、生态环境、产销数据等各类基础数据,建立健全数据“保鲜”机制,成为“数字乡村”建设的重要组成部分。通过建立交易大屏和区县交易看板,可以洞悉全网交易情况,同时也将平台数据免费开放给政府和经营主体。数据网络能够有效打通不同物理地域、不同装备、不同系统,建立起互联互通的能力,让真正的数据战略落到实处,发挥效能<sup>[8]</sup>。通过平台数据资源分析消费群体对优质农产品的购买需求、购买能力、喜欢的购买来源和购买方式,让经营主体看到优质农产品带来的溢价和复购率,以市场和消费者认同的方式开展标准化生产,降低生产风险,构建商家生态圈。绍兴单氏蜂业的“围裙哥”单尧强、温岭红日的朱丹敏、宁波市非物质文化遗产的代表性传承人王肖峰、天台县葛仙茶业的徐宁芬等,这些经营主体都在网上农博平台上体会到了大数据带来的“惊喜”,尝到了甜头。

### 3 “网上农博”存在的主要问题

**3.1 现阶段项目经费有限,平台流量不够** 平台开发、运营、商家服务、宣传推广等方面每月开支达 200 万元,各地对“网上农博”的政策支持有限,媒体宣传引流不够,相比较淘宝、京东、拼多多等大平台来说,平台的用户数还远远不够。

**3.2 各地进展不平衡,入驻主体规模化、品牌化程度不高** 目前,虽然杭州、嘉兴、湖州、台州、金华等地整市推进“网上农博”建设,但是部分地方馆主体入驻数量少且品牌不够响,省级以上农业产业化龙头企业较少,主体电商运营能力较弱。

**3.3 协同发力机制不完善,平台功能较单一** 政府采购渠道没有打通,基础用户不足。线下新零售体验店尚未启动建设,纯线上销售面临发展瓶颈。产品类型以农产品为主,文创产品、休闲旅游、农家乐民宿等产品不够丰富,批发功能尚在创新探索,无法开展大宗商品交易。

**3.4 模式创新度不够,体验有待提高** 平台尚未形成具有竞争力的独特模式,作为垂直类纯电商平台,用户黏性不高,用户增长缓慢,地方馆入口过深,购买链路过长。

### 4 推动平台转型升级的对策建议

**4.1 推出三年行动计划,深化主体服务** 建议平台连续 3 年,每年出资 5 000 万元用于区域服务商体系建设,设立每县每年 30 万元基础服务费+激励体系。通过政府购买服务的方式,由服务商为当地农业主体免费提供产品打造、包装、物流、详情页、品牌、活动等全面电商服务。针对不同特性主体开展不同层次培训,精准有效提升商家综合能力。推出品牌联合计划,打造区域公用品牌、企业品牌、产品品牌相结合的品牌体系。开展统筹降本行动,利用先进的鲜活农产品保鲜技术、农产品冷链运输方式,减少农产品从采摘、运输到消费者餐桌上的物流环节的损失。支持建设集服务中心、检测中心、农产品分拣、加工、仓储、冷链、物流于一体的县域农产品集配中心<sup>[9]</sup>,完善县域农产品进村进城供应链体系。

**4.2 全面升级优化平台,打造乡村客厅** 全面升级系统构架,精确细分吃购特产、品味小吃、本地生鲜、乡野玩乐、乡旅景点、农家菜肴、乡村民宿、主题活动、非遗手工、分享生活等

十大场景,进一步简化商家操作,升级县域服务方案,强化内容板块,丰富营销玩法。建立农产品流通标准体系和买卖双方交易保障体系,上线运营批发板块,在做好零售端交易的基础上,重点提升批发交易功能,实时发布采供需求,开设网上贸易洽谈室。探索农产品“期货”交易的订单农业模式,同时把新昌中国茶市、庆元中国香菇城等线下农产品交易市场搬上网。增加体验功能,在“网上农博”的版面设计上,增加VR体验来加深农产品视觉直观体验。

**4.3 加大营销宣传,提升平台知名度和影响力** 结合各类农业展会、农事节庆活动、农民丰收节等契机,线上同步在网上农博举办展示展销、品牌推介、直播卖货、红包促销等活动,运用特色农产品产地直销的新型线上电商模式,为消费者提供更新鲜、更值得信任的特色农产品<sup>[10]</sup>。联合浙江广电集团,开设《跟着农博去寻味》电视专栏,发挥融媒体矩阵作用,全方位宣传、展示入驻“网上农博”优质农产品和乡村休闲旅游等产品,提升社会影响力。加大“网上农博”App的推广力度,加大和抖音、微博等大平台合作引流的力度,加大政府扶持力度,更多地与机关、高校等大型消费集团合作,列入机关事业单位等工会福利采购目录。发扬浙江窗口先进性,推动浙江“网上农博”平台与上海、北京、四川等其他省市建立合作,实现模式出省,进一步扩大产品和消费源。

**4.4 加强数据运用监测,推动数字化改革** 坚持一个大体系构建,充分运用农民信箱、益农信息社、“信息进村入户”等工程实施成果,大数据技术在农业物联网中的应用能够实时监控环境、建立农作物生长模型、进行地块标注。通过构建数据库、数据采集入库、智能控制,更好地服务于农业物联网<sup>[11]</sup>。推进“网上农博”与信息服务资源的融合发展,实现平台共建、数据共用、成果共享。推动平台数据公开化规范化,实时显示平台流量、产品关注人数和销售量,为各地提供乡村产业数字化经营策略、互联网营销推广渠道、数字化分析工具。开发网上农博监管服务版,免费提供数据看板(主体数据、产品数据、溯源使用数据、产业发展数据、市场数据等)给各级政府部门,并同步提供主体信息管理工作。利用大数据,精准匹配供应商信息与消费者采购商数据,促成供求双方合作,在实现农业项目成交、线下采购合约签订、后续客户沟通和连接等方面实现新的突破<sup>[12]</sup>。

**4.5 加强服务保障,构建协同推进机制** 配送人员作为电

商企业和客户的唯一实体接触点,其服务质量影响着客户的最终满意度。平台可以通过大数据、信息技术、物联网来提升精准服务,建立并完善的人力资源管理体系,实现配送人员信用数据共享等措施,来提升配送服务质量<sup>[13]</sup>。积极争取地方党委政府支持,加强与财政、商务、交通运输、大数据、供销等部门的沟通联系,加大政策项目和技术等支持保障力度,共同推进“网上农博”建设。浙江省农业农村厅要加强顶层设计,科学制定方案,建立工作专班,出台政策意见,引导更多主体、更多产品到平台上来;省财政厅要加大支持力度,落实金融、税收、物流等方面的优惠政策,并在政府采购农产品和乡村振兴投资基金投资等方面予以支持;省商务厅要把“网上农博”作为连接城市和乡村的重要电子商务平台进行扶持;省交通运输厅要鼓励县级冷链物流集配中转中心建设,打通乡村物流的堵点;省供销社要组织全省农合联系统和会员积极参与“网上农博”建设;省大数据局要加强技术指导和保障。通过各部门的团结合作构建协同推进机制,为平台良好运行提供服务保障。

#### 参考文献

- [1] 《浙江省数字乡村建设实施方案》公布[J]. 新农村,2021(3):3-4.
- [2] 殷波. 全面推进乡村振兴奋力作出“三农”贡献[N]. 恩施日报,2021-08-04(003).
- [3] 浙江省农业农村厅水产推广站. 浙江省水产种业发展成就接连亮相全省乡村产业高质量发展推进会和省农博会[J]. 科学养鱼,2020(12):83.
- [4] 钟凤英,那鑫,王雨薇. “互联网+”农业发展模式的创新研究[J]. 商业经济,2021(7):119-122.
- [5] 李丽颖. 让高素质农民“玩转”手机“新农具”[N]. 农民日报,2021-08-06(006).
- [6] 王君毅. 电子商务在食品行业中的应用[J]. 核农学报,2021,35(10):2452-2453.
- [7] 陈菲. 乡村振兴战略下农业地位与农业发展途径探究[J]. 中国产经,2021(9):136-137.
- [8] 路琦,倪光南. 建设大数据平台助力数字经济发展[N]. 人民邮电报,2021-08-05(A03).
- [9] 湖北省人民政府办公厅. 湖北省人民政府办公厅印发关于促进农产品流通若干措施的通知[J]. 湖北省人民政府公报,2020(9):7-10.
- [10] 马华敏. 直播带货助推农产品营销模式升级路径研究[J]. 商业经济研究,2021(15):81-84.
- [11] 蓝机满,周君. 大数据技术在农业物联网中的应用[J]. 电子技术与软件工程,2021(14):176-177.
- [12] 郭红超,邱琦. 2019“绿博会”之综述国际视野,中国态度,深圳行动:第十五届国际绿色建筑与建筑节能大会暨新技术与产品博览会成功举办[J]. 住宅与房地产,2019(11):8-13.
- [13] 刘存. 生鲜即时配送服务质量改进策略分析[J]. 现代商业,2021(17):100-102.