

新经济扶贫浪潮方兴未艾

2020年是我国全面打赢脱贫攻坚战收官之年,也是直播、电商等新模式蓬勃发展的一年。近日,国务院国资委联合8家央企,开展了主题为“百县百品央字号——三区三州企业电商扶贫日”的微信小程序直播,5个小时便吸引网友下单3万单,带来1129万元的成交额。

此次直播活动只是各类企业利用新模式参与扶贫工作的一个缩影。业内人士认为,直播扶贫、电商扶贫既有利于打造贫困地区的特色品牌,也能为贫困地区搭建起包括营销、物流在内的完整扶贫产业链,还可以为贫困地区人口提供更多就业岗位,帮助贫困地区实现持久脱贫。



电商搭建渠道

近年来,随着移动互联网的发展,电商行业越来越火热,电商在扶贫工作中的作用也日益凸显。数据显示,2014年我国农村网络零售额仅为1800亿元,到了2018年农村网络零售额已经接近1.7万亿元。

电商企业一直是电商扶贫的主力军。2018年8月,中国电商扶贫联盟成立,目前包括阿里巴巴、京东等29家成员单位,联盟旨在挖掘贫困地区优质农特产品,促进农特产品产销对接,帮助农特产品生产与加工的转型升级。

作为电商平台淘宝的母公司,阿里巴巴建立了农民对消费者的C2C商业模式。阿里巴巴同政府进行合作,搭建电子商务平台形成双向物流贸易体系。2018年,阿里巴巴将农村淘宝升级到农村淘宝3.0版本,电商扶贫扩展到8个板块,为贫困县节约消费支出200亿元。

与阿里巴巴不同,京东采用的是农产品网站对消费者的B2C模式。2015年,京东推出了工业品进农村、农村金融和生鲜电商三大战略,通过京东便利店和京东帮服务店,用京东物流进行配送。2018年,京东又探索推出了“跑步鸡”“京东贷”等农村扶贫新举措,实现全国数百个贫困县上架产品超过300万种,销售额突破500亿元。

此外,云集、乐村淘等新型农产品电商也参与了农村扶贫工作。其中,云集的百县百品项目在40秒内就解决了滞销的12吨土豆;乐村淘也在全国100多个贫困县开设了农产品特色馆,发挥农村B2B平台优势,2017年农村网店带动了2800万人就业。

在业内人士看来,电商扶贫模式的发展潜力巨大。从2014年起,农村电商已经连续6次出现在中央一号文件中。2019年,中央一号文件直指农村电商,全面的扶贫工作已经从小处试点转向大范围覆盖。

人才方面,2015年,中央开展了农村电商高素质人才计划,让他们在接

受培训之后返乡,带大家脱贫致富。模式方面,在电商企业的帮助下,部分贫困地区创设了贫困户+帮扶主体+电子商务、贫困户+龙头企业+电子商务等新型发展模式。

直播带动需求

尽管电商平台为贫困地区搭建起了畅通的物流销售渠道,但由于知名度不够,部分农产品仍然面临无人问津的问题。近年来,我国网络零售业增速变缓,原因之一就是网民红利减退,流量成为成本高昂的稀缺资源。而作为新经济的产物,直播带货无疑能为这些农产品起到引流的作用。

8月8日,国务院国资委联合中粮集团、中国海油、中国旅游集团、国家能源集团、中国建筑、国家电网等8家央企,在北京电视台主持人春妮的加盟下,开展了主题为“百县百品央字号——三区三州企业电商扶贫日”的小程序直播,对8个贫困地区的农产品进行在线直播带货,该场活动持续5小时,最终成交总额共计1129万元。

在直播扶贫的过程中,互联网企业凭借自身的流量资源,发挥着关键作用。如上述国资委牵头的直播扶贫,直播工具使用的便是腾讯旗下的微信小程序。国资委新闻中心副主任闫永向媒体介绍,与微信小程序直播合作,是一次全新的尝试,主要看重其社交裂变功能以及通过朋友圈传播的渠道,信任感更强,有利于交易的产生。

国内参与直播扶贫的互联网企业不仅有腾讯。2020年6月,来自云南的7个尚未脱贫摘帽的国家级贫困县县长走进抖音直播间进行直播带货,推荐了云南的特色农产品、非遗手工作品。3天的时间,直播销售额超1510万元。

除互联网企业外,电信运营商也积极参与直播扶贫。今年6月,在中国联通浙江分公司的支持下,浙江省台州市仙居县大战乡对山村开启了一场旨在推销水蜜桃的直播活动。短短两小时的直播,在线售出桃子3080箱,后续带动购

买4226箱,推动村集体经济收入从原先的11万元增加到40余万元。

此次直播的成功离不开运营商在通信方面的保障。中国联通相关负责人表示,此次直播前,中国联通浙江分公司相关人员、结对帮扶驻村工作组多次对山村开展实地调研。最终,中国联通浙江分公司为山村策划了水蜜桃线上直播活动,并投入20余万元,为山村铺设光缆专线至水蜜桃园。

资深电信分析师马继华表示,直播带货需要资金流、物流、信息流的支持,而在这三个方面运营商具备先天优势。在资金流上,运营商天然有支付通道,包括和包、翼支付、沃钱包;在信息流上,运营商有客户端、网站,以及遍及全国的庞大客服队伍。在物流上,运营商一直有上下行的通道。

从输血到造血

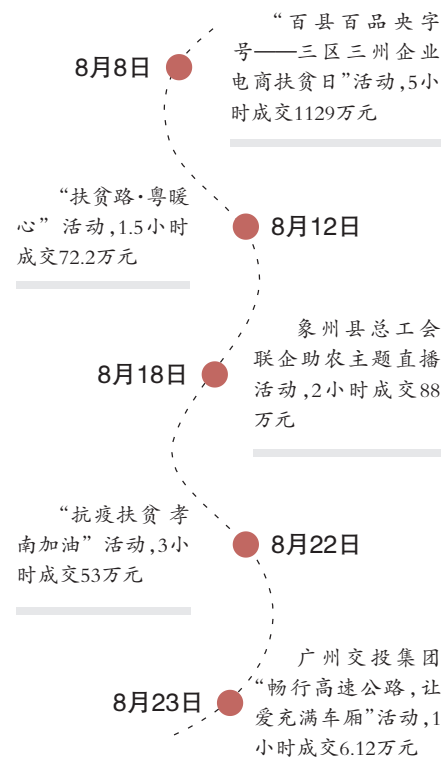
事实上,以电商、直播为代表的新经济模式,不仅已成为扶贫工作的一种重要手段,更推动扶贫工作从“输血式”扶贫向“造血式”扶贫转变。

提供稳定的就业岗位一直是保障贫困人口持续脱贫的基础。据统计,截至2020年6月,农村淘宝在全国已经超过3万个网点,有3万多个“村小二”和3万多个“淘帮手”在为消费者服务,解决了部分贫困地区人口的就业问题。

不仅是电商平台,直播入口也能为贫困人口带来新的就业机会。随着直播兴起,部分农民的身份发生了转变,成为了直播中的主播。其中,“巧妇9妹”直播每日的田间耕作和家庭日常生活,这些内容吸引到了不少城市居民。108岁的枸杞种植户石兰清老人也是网红主播,直播内容是早晚喝一杯枸杞水,一顿能吃一个大馒头,还经常拄着拐杖去地里查看枸杞长势。

值得注意的是,贫困地区就业岗位的增加则离不开扶贫产业的蓬勃发展。近年来,苏宁相继出资打造了盱眙苏宁食用菌生态农业培训示范基地、泗阳电

直播扶贫案例及带货成绩



商+产业+公益三合一扶贫基地、苏宁·雅安“互联网+扶贫”石棉示范基地等产业项目,实现“造血式”脱贫。

江苏师范大学马克思主义学院副教授王冠群表示,以往的农村扶持模式是通过政策倾斜、招商引资等外部资源的注入,推动农村经济的增长。然而,这种外部资源的注入对于延伸农村产业链、激发农村经济的内生增长以及提高农村居民收入的影响微乎其微。电商扶贫则是帮助农民尤其是贫困人口依托电商平台进行就业、创业,拓宽农副产品的销售渠道,在实现经济增收的同时,培训贫困人口的就业能力和发展意识。此外,电商扶贫并非仅仅是发展电子商务,而是借力电商催生新的经济形态、实现农村经济的内生增长,振兴区域经济的发展活力。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇
图片来源:国务院国资委官网