

由杭州文广集团、杭州市工商业联合会、杭商传媒主办,杭州电视台生活频道、杭商杂志编辑部承办的杭州湾会客厅第 36 季《电商助力乡村振兴》,7 月 4 日下午在杭商传媒演播厅举办。中央电视台央视频、杭州电视台杭州之家同步直播,杭州电视台生活频道实况转播。

杭州湾会客厅第 36 季

电商助力乡村振兴



● 主持人张宛诗 吕寿承 / 摄



● 郭洪安分享 朱旭洁 / 摄



● 孙国柱分享 朱旭洁 / 摄



● 姚爱华分享 朱旭洁 / 摄



● 俞柏鸿分享 吕寿承 / 摄

王柔仪 / 文

如今的乡村,在数字化浪潮的灌溉下焕然一新。2017 年,党的十九大报告首次提出“乡村振兴战略”,这些年,作为电商之都、互联网之都的杭州,走出了独具特色的乡村振兴之路。

由杭州文广集团、杭州市工商业联合会、杭商传媒主办,杭州电视台生活频道、杭商杂志编辑部承办的杭州湾会客厅第 36 季《电商助力乡村振兴》,7 月 4 日下午在杭商传媒演播厅举办。中央电视台央视频、杭州电视台杭州之家同步直播,杭州电视台生活频道实况转播。

杭州电视台新闻主播张宛诗与杭州市农业农村局副局长姚爱华,浙江顺联网络科技有限公司董事长、顺联动力商城创始人郭洪安,杭州映山红农业科技开发有限公司董事长孙国柱,以及特邀评论员俞柏鸿共同展开探讨。

电商为乡村振兴插上翅膀

桌上的一碗小黄姜,道出了郭洪安与乡村振兴的故事。

这碗小黄姜产于丽水市缙云县。缙云县是郭洪安的家乡,2016 年,由于缙云县地处偏远交通不便,10 万斤小黄姜面临滞销。经缙云县政府和团县委牵头,顺联动力联合其他企业,依托电商平台发起了“高山有机小黄姜慈善义卖活动”,10 万斤小黄姜很快销售一空。经此一事,郭洪安坚定了助农扶农、乡村振兴的决心。

同样通过电商助力乡村振兴的,还有孙国柱。2019 年,杭州市萧山区戴村镇启动“映山红乡村治理计划”,充分整合乡村闲置土地,积极调动乡村闲置劳力。为了让家乡的味道进一步走向市场,2020 年,在孙国柱的牵头下,“映季”电商小程序上线,从此戴村农产品有了全新的销售平台。“乡亲们纷纷参与了进来,各家各户形成了比、学、赶、帮、超的氛围。”

听完郭洪安与孙国柱的故事,姚爱华深受感动。他表示,实施乡村振兴战略,要推动乡村产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴、组织振兴。这“五个振兴”既是乡村振兴的框架内容,也是具体路径。乡村振兴战略有 20 字方针,内容是“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”,这是实施乡村振兴战略的总要求。

基于要求,如何把数字经济融入到乡村振兴中去,杭州市农业农村局一直在探索。姚爱华表示:“一是搭建平台。去年年底我们举办了网上农博会,吸引了 300 多家企业参与,销售额达 500 多万;是拓展渠道,我们打造了桐庐馆、淳安馆等地方馆,将农产品进行线下展示,提升农产品区域品牌的影响力。”

“有一种富裕,叫浙江农村。”俞柏鸿说。他认为,生活在浙江农村,幸福感、获得感和

成就感是非常充盈的。在互联网经济蓬勃发展的如今,电商更是为乡村振兴插上了翅膀,两者完美融合。“农民变主播”,这在杭州已逐渐成为常态。

电商如何赋能乡村振兴

现场,主持人与景宁畲族自治县一位回乡创业的年轻人连线。他是入驻顺联动力平台的商家之一,不但销售自己的农产品,还带动了周边农户共同增收致富。

像这样的案例,在顺联动力平台上还有许多。郭洪安介绍,除了销售农产品,顺联动力还开发了许多独特的乡村电商模式。比如,推出新应用“鸡哥农场”,用户可购买虚拟的种子,通过线上浇水施肥等互动培育出果实,便能获得真实的农产品;打造“新农人”项目,教农户们直播带货等。

而“映季”小程序则更接地气。农户们成了品牌代言人,有毛豆奶奶,还有茄子爸爸。他们种植的产品,也被赋予可爱的名字——“凉菜界头牌毛豆”“不怕蒸的茄子”。孙国柱表示,这些亲切的文案和形象能够激起杭州人对家乡的热爱,让他们想起小时候最亲切、最自然的味道。同时,平台对产品质量会

进行严格的把控,为农户们制定规划,保质保量地满足消费者。

在杭州,通过电商助力乡村振兴的案例比比皆是。姚爱华举例,临安区昌化镇白牛村在本世纪初就涉足电商行业,被誉为“中国淘宝第一村”。白牛村依托山核桃主产地的优势,打造了整个生产链,通过电商形式将坚果销往全国各地,去年的销售额超过 4 亿元。另一个典型例子是余杭区紫荆村,被誉为“中国竹箬之乡”。在这个小山村里,有 160 多家企业从事竹箬制作。通过竹箬展示馆、主题夏令营等活动,带动了竹箬文化的传播,推动了乡村振兴和共同富裕。

俞柏鸿表示,杭州是电商之都,有独特的区位优势与资源,这为电商助力乡村振兴提供了肥沃的土壤。这片土壤不仅辐射于杭州区域,更是整个浙江省,乃至全国。杭州的电商助力乡村振兴模式已成为标杆,其经验是可复制、可推广的。这也是为何人才热衷选择杭州的原因,因为这里有所学,有所得,这里已成了电子商务的“黄埔军校”。

新农人 新农村

想要通过电商更高效地助力乡村振兴,

人才是第一资源。如今,有越来越多的年轻人选择回乡创业,甚至有些城市人在看到乡村的广阔前景之后,选择成为一名“新农人”。

如何写好引才、育才、留才的文章,成为政府工作的重中之重。去年,浙江省农办、省农业农村厅印发《关于实施十万农创客培育工程(2021—2025 年)的意见》,计划到 2025 年,全省累计培育农创客 10 万名,辐射带动农民 100 万名。

姚爱华表示,杭州市农业农村局大力推行“万民农创客的培育计划”,截至目前全市有 2500 多名农创客活跃在各行各业。另外,积极引进职业经理人和乡村运营团队,以更加专业的方式推动乡村产业的发展。同时,大力发挥新乡贤的作用,在全市建立了 600 多个新乡贤组织,聚集了 20000 多名乡贤,帮助大家共享资源,交流学习,共同提升。

顺联动力打造的“新农人”项目,也是育才举措之一。郭洪安介绍,2021 年起,顺联动力开发了直播带货模块。平台与浙江传媒大学、浙江财经大学等高校合作,共同培育“新农人”。课程涵盖直播带货、文案以及设计等。

孙国柱也在不断地扩充人才队伍。除了

辐射周边村镇,他还计划将范围拓展至山区 26 县,将戴村的成功经验复制推广出去,把他们优质的农产品以电商的形式带出来。

对于电商创业者,姚爱华表示一要制造好产品,鼓励将农耕文化和乡愁文化通过电商形式推广出去;二要营造好生态,为他们提供服务、产品质量安全等保障;三要打造好平台,把小农户组织起来,让他们参与电商的大舞台。

电商赋能乡村振兴,其最终目标是什么?俞柏鸿认为,无外乎三个词:农业强、农村美、农民富。他希望未来,电商能成为乡村不可或缺的生产生活方式。到那时,“新农人”将是一个令人羡慕的职业,是一种幸福的生活方式。

《杭州湾会客厅》既是电视节目,又是政界、学界、媒体界、企业界四界联动、学习交流、资源整合的平台。

《杭州湾会客厅》由开元旅业集团、娃哈哈集团、西子控股集团、华立集团、和康控股集团、三江控股集团、顺联动力、电魂网络、兴悦控股集团、滨和环境集团、衣邦人、中广股份、泛嘉国际、浙商振兴乡村产业集团协办。



● 节目录制现场 楼晋瑜 / 摄