

精准扶贫,电商咋助力?

——电商企业代表委员们的“扶贫经”



农业强不强、农村美不美、农民富不富,决定着全面小康社会的成色和社会主义现代化的质量。政府工作报告提出,大力实施乡村振兴战略。发展“互联网+农业”,多渠道增加农民收入。在脱贫攻坚期,电商如何更好地助力精准扶贫?来听听电商企业代表委员讲述“扶贫经”。

基础设施先行降成本

农产品能否卖得好,“最初一公里”的上行是关键。目前,物流仍然是制约农村电商精准扶贫的瓶颈。

数据显示,我国农产品物流环节损耗较高,部分地区农产品物流成本占总成本的30%至40%,鲜活农产品物流成本更是占到总成本的60%,严重掣肘农产品流通。特别是农产品季节性强,运输中更是造成大量损耗。

为此,京东集团董事

局主席兼CEO刘强东委员建议,政府应加强统筹协调和政策支持,鼓励企业建设“产地仓+冷链专线”模式,特别是提高农产品冷链仓储物流设施的集约化建设和利用水平,更好提升生鲜农产品销售品质和效益。

“政府要加强对贫困县基础设施建设的扶持,特别是重点支持冷链物流等与农副产品上行息息相关的特色基础设施建设。”苏宁控股集团董事长张近

东代表说。企业也可通过在贫困地区援建农产品产业基地、直采基地、物流基地等形式,减少物流成本。

“发展农村电商,重要的远不是‘卖货’,而是搭建基础设施。”全国人大代表、河南省沈丘县冯营乡李寨村党支部书记李士强建议,各级政府牵头在各乡镇建立物流集散仓库,避免各大快递公司各自为政浪费资源重复建设,降低企业成本,真正实现物流公司下乡。

标准先行打品牌

随着越来越多的电商企业加入扶贫队伍,不免出现价格战的恶性竞争,如何避免这个问题?“我觉得破解这个问题的关键是标准化生产。”刘强东说,农产品质量参差不齐,会导致网上销售的持续性差,而且难以产生高附加值,容易受假货冲击。

他认为,应大力培育和发展农业龙头企业,鼓

励发展“电商+龙头企业/合作社+产业+农户”的产业化经营新模式,使贫困地区形成能够满足市场需求、集约化、现代化的农业产业。并且鼓励各地积极开展农产品特色品牌培育,让好东西真正卖出好价钱。

“要避免农产品陷入电商低价竞争的漩涡,关键还是要提高农产品附加

值,从卖初级农产品的价值链低端解脱出来。”李士强说。农户种什么、养什么要顺应消费升级需要,打造绿色、优质品牌农业。

怎么避免农产品卖了高价,受益的却不是农民?张近东说,在扶贫产品销售上,要根据市场情况,在全国范围内制定透明合理的收购和销售价格标准,保护农户利益。

建设扶贫利益共同体

如何真正激发脱贫的内生动力?让贫困户既能脱贫又能致富?

代表委员们认为,无论是乡村振兴,还是精准扶贫,都应把人力资本开发放在首要位置,加快培育新型农业经营主体。

在网易CEO丁磊委员看来,应将扶贫工作与职业农民培养相结合,使劳动力自愿留在农村。他

说,网易将计划开放网易味央模式背后的科学养殖技术,提供技术指导和资金支持,让有条件的养殖户通过科学养殖致富。

要让农村生活更美好,不仅要打通物流,更要为乡村培养人才。据了解,苏宁近年来开展农村电商培训超20万人次,带动回乡创业就业青年超过1万人,为1500多万农民提供了高效优质的服

务。阿里巴巴村淘在农村已培养了近三万个“村小二”,他们为农村互联网的应用和数字化发挥了重要作用。

“扶贫只是第一步,最终目标是要富裕。”刘强东说,“政府工作报告提出激发扶贫的内生动力,新时代的扶贫是企业与困难群众形成利益共同体,大家互惠互利,才能实现真正长久发展。”(据新华网)

这三件事情关系你我生活

——代表委员谈快递业健康发展

相关链接

“推动网购、快递健康发展。”连续五年,快递业发展写入政府工作报告。快递已成为居民新“开门七件事”之一,这个行业的点滴变化关系你我生活。绿色包装、末端派送、快递员权益保护……跟快递有关的这些事情,成为代表委员关心的话题。

绿色包装:明确相关标准,给予有效支持

去年年底,国家邮政局等十部门联合推出《关于协同推进快递业绿色包装工作的指导意见》,明确提出:要在快递包装绿色化、减量化、可循环方面取得明显效果。

虽然绿色包装已成发展共识,但真正落实还需多方努力。

“快递业绿色包装是一项系统工程,从绿色循环产品的使用,到包装回收体系的建立,需要从国家标准、行业规范等方面,形成更为完善的机制。”全国人大代表、苏宁控股集团董事长张近东说。

使用绿色包装,会增加一定的成本。比如新型“生物分解塑料包装袋”,成本是现有包装袋的2倍以上,这对竞争激烈的快递业来说是一个不小的挑战。

末端派送:完善服务设施,发展共同配送

统计显示,2017年全国快递业务量突破400亿件,人均每年29件。快递使用频率越来越高,烦心事也开始出现:白天上班家里没人,快递小哥把包裹放在消防栓下面就走了,造成无人签收、快件丢失等情况。

统计显示,2014年以来,投递服务成为邮政业消费者申诉占比最高的问题。投递服务的末端环节,成为制约行业高质量发展的突出瓶颈。

对此,今年1月出台的《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》提出:“创新公共服务设施管理方式,明确智能快件箱、快递末端综合服务场所的公共属性。”

不少企业已看到了快递末端服务设施的机遇。如菜鸟网络在全国的社区和校园布局了数万菜鸟驿站,优化末端派送模式、提升用户物流体验。代表委员建议,为了避免资源浪费,可以发展城市末端共同配送,建设融电商、快递、蔬菜粮油、饮用水等配送服务于一体的社区配送公共服务站,避免各自为政、各占一摊,提高公共设施利用率。

规范用工:保障快递员权益,向智能化要效率

快递服务的直接提供者,是风里来雨里去的快递小哥。粗略统计,支撑400亿快件量,全国有超过300万快递员,这一庞大群体成了我们身边“熟悉的陌生人”。

虽然收入尚可,但因为岗位劳动强度大、工作时间长,快递员的工作稳定性并不高。有统计显示,在上海等大城市,快递员1—2年内的流失率将近30%。每年春节后,快递公司的一个重要任务就是招工,以防止网点停摆和业务爆仓。

由于行业发展迅猛,在快递业的用工体制中,有的是合同工,有的是派遣工,有的是临时用工。“要从源头规范,加强对快递员工的培训指导、劳动保护。在快递企业成立健全工会组织,增强职工获得感。”全国政协委员、中国国防邮电工会主席杨军日说。

保障快递员合法权益的同时,快递业也在加快转型。从传统的“劳动力密集型”,转为向高科技、大数据和人工智能要效率。(据新华网)