

数商如何才能兴农？

细品农村电商的“莱西实践”

◆ 本报记者 杜杨 济南报道

10月16日，由山东省商务厅、青岛市人民政府、山东广播电视台共同主办的“数商兴农 惠购齐鲁”2025数商兴农暨九九网购节，在青岛莱西启动。

近年来，商务部持续深化“数商兴农”工作，推动数字化赋能农村产业转型升级。本次网购节的举办地——青岛莱西，也在“数商兴农”方面做了大量探索与实践，通过解答“怎么卖”“卖什么”“谁来卖”“放心卖”四个问题，走出一条“数商兴农促振兴”的县域共同富裕路径。

“怎么卖” 重构价值新闭环

山东省是全国农业大省，农业根基扎实、优势突出，粮菜果、肉蛋奶、水产品产量位居全国前列；莱西则坐拥70余类优质特色农产品的丰富资源。

然而，长期以来，农产品面临“好果子于线下、丰产难丰收”的困境，即便是电商普及的当下，农村电商主体仍然普遍缺乏平台操作、数据分析、直播运营等技能。不少农户对电商平台规则不熟悉，对新兴销售模式(如社群团购、预售定制等)的接受度低，许多人仍依赖线下批发商。

为有效破解农产品“销售难”“怎么卖”等问题，莱西有关方面探索实施了“平台+共富公司+新农人”发展路径，打造了“新农人—数字供应链—全域渠道”价值闭环。

莱西方面表示，今后将持续践行“数商兴农”战略，聚焦“富民强市”目标，稳扎稳打、久久为功，不断丰富发展“数商兴农”莱西实践，为商农旅融合创新续写新篇

首先，莱西依托拥有优质农业产业基础的优势，与京东、淘宝、抖音等平台建立了常态化对接机制，搭建“平台—企业”直通渠道，助推“莱西好物”全域拓展。其次，整合分散地块，将分散农户与电商蓝海紧密联结，创新“龙头企业+农业园区+共富公司”模式，涌现出莱西美农贸公司联合河头店镇共富公司等一批典型案例，全市97家共富公司累计助农增收超3亿元，实现了品牌化与价值跃升，展现了“数商兴农”标杆价值。第三是培育10余位“新农人”、打造省级电商直播基地2家、省级直播电商企业4家，聚焦农产品上行与乡村特色产品推广，推动本地特色农产品触网上网，形成“培育一人、带动一片、致富一方”的乘数效应。



“卖什么” 践行产业跃迁路径

农村电商应该“卖什么”？表面上看，众多电商卖的都是农产品，但失败的案例居多：有的盲目跟风销售网红农产品，但因气候、土壤条件不匹配导致品质不佳；有的销售当地地理标志产品，却因分级、包装、品控缺乏统一标准，导致消费者投诉率居高不下；还有的因为缺乏相关加工企业和技术支持，使得农产品深加工率低，附加值难以提升。

莱西方面通过实践得出这样一个结论：农村电商最终赢得市场的绝不仅是卖产品，更是卖品牌、卖文化、卖信任，最终实现产业重塑！为此，他们为传统企业摸索了一条“触网—升维—跨

越”的进阶路径，最终践行“品牌化—数字化—资本化”的产业跃迁路径。

首先，推动一批农村电商企业从“幕后”走到“台前”，通过品牌化运作，突破了传统农业的价值天花板。其次，对供应链进行深度数字化改造，建立“以销定产、以流定仓”的现代流通体系，深刻践行数字化是效率革命的核心这一理念。上述成功的案例让市场看到了莱西产业的价值，吸引了更多社会资本和“金融活水”关注莱西，为产业持续升级注入强劲动力，实现了莱西农村电商的可持续发展。

“谁来卖” 筑牢人才支撑体系

农村电商起步之初，“不会干、不敢干”是普遍心态。这也难

怪，因为农村电商亟须既懂农业又懂互联网的复合型人才，然而当下的农村年轻人外流严重，不少网店高薪都聘不到合适的人才。还有传统的农村产业结构合作松散，资源整合不足，尤其是供销社、邮政等传统主体转型缓慢，未能有效衔接生产端与消费端。再就是农村电商主体与外部资源对接渠道也有限，多重问题导致农村电商缺乏产业人才支撑。

针对这种情况，莱西把“谁来卖”作为破冰口——实施“村播计划”“带头人倍增”行动，让村书记、返乡青年、种养大户轮番进直播间，做成“看得见的样本”。

首先是培育村播矩阵，打造一批具有鲜明辨识度的本土达人，通过“田间讲解+溯源直播”等方式，带动农产品销售额增，同时将相关短视频打造成爆款。其次是树

立创业标杆，尤其是具有成功经验的农村电商带头人，激发返乡青年、传统商户电商创业热情。再次是深化产教融合，构建“教育—实践—就业”生态闭环，开设“电商订单班”，根据市场需求定制课程体系，通过“理论教学+企业实习”的培养模式，实现学生“毕业即上岗”。目前，已累计为企业定向输送专业对口人才1000余人。最后是联合抖音、小红书等平台共建农村直播基地10余处，推动平台联动，助力学员全面提升数字营销能力。

“放心卖” 营造优质发展环境

莱西始终把营商环境作为“第一竞争力”，以“法治、服务、生态”托底，让数商企业和农户农人在莱西“放心卖”。

首先是组建“我莱办”金牌服务团队，开展“法治行”问诊60余次，为电商企业解决诉求100余项，涉企案件平均审理周期缩短30%。其次，打破部门壁垒，设立电商服务专窗，实现“一口响应、全链解决”，企业开办时限压缩至半天。依托电商协会，每年常态化举办供应链对接会、创业沙龙等活动，为创业者提供技术交流与资源对接渠道，实现生态共享。

莱西方面表示，今后将持续践行“数商兴农”战略，聚焦“富民强市”目标，聚力“优机制、强产业、壮队伍、活生态”，稳扎稳打、久久为功，不断丰富发展“数商兴农”莱西实践，为商农旅融合创新续写新篇。

欢迎订阅 2026 年《经济导报》

经济政策的瞭望者 企业运营的好帮手 股海变幻的分析师 百姓理财的贴心人

《经济导报》创刊于1981年，是我国由计划经济转向市场经济的见证者、推动者。40多年来，《经济导报》始终秉持“理性、个性、公信力”的办报理念，逐步由一张综合报发展为突出财经特色的专业报。新媒体时代，经济日报社以新锐深度报道提高舆论引导力，从报纸到网站以及各种垂直类新媒体产品，逐步构造“一报一网多端”的有效传播格局，已形成“山东第一财经媒体”的传播矩阵，从平面走向立体，以有效传播为方向，用全媒矩阵打造更深度影响力。

- 国内统一连续出版物号：CN37-0004
- 邮发代号：23—134
- 全年288元，全国各地邮局均可订阅
- 发行订报热线：0531-85196173
- 社址：济南市历源大街2号大众传媒大厦