

唐山市商务局

是否同意公开：是

办理结果：A

唐商提案字〔2025〕37号

唐山市商务局 对政协唐山市第十三届委员会 第五次会议第 135004 号提案的答复

九三学社唐山市委：

贵单位提出的关于“强化数字技术赋能驱动 加快推进唐山市农村电商高质量发展”的提案收悉，现答复如下：

近年来，唐山市商务局积极响应国家“数商兴农”战略，依托丰富的农产品资源和多元化的电商平台，推动农村电商快速发展。近年来，全市粮食总产量达 300 万吨，生猪出栏量近 500 万头，水产品产量占全省 50%，特色农产品如迁西板栗、玉田蔬菜等已形成规模优势。通过京东、拼多多、抖音等平台，农产品电商销售额逐年攀升，直播带货、社区团购等新模式成为重要增长点。据不完全统计，2024 年，全市农产品网络零售额突破 13 亿元。然而，对标全国先进地区，唐山市农村电商仍面临模式单一、人才短缺、品牌效应不足等瓶颈，亟需系统性优化提升。

一、近年来开展的主要工作

（一）持续推动农产品上行。2022年以来，组织全市农产品生产企业与美团优选、多多买菜、淘菜菜等国内知名农产品电商平台、社区团购平台开展产品对接活动20场。共有500多家企业的800余种农产品参与平台对接活动，优势农产品网络复购率达到72%，带动农产品网络销售累计突破10亿元。特别是2024年培育了“栗美人”等线上板栗品牌，网络销售近3亿元，水果1.8亿元、粮油9300万元、蔬菜1.27亿元。

（二）引导农产品品牌化发展。如迁西“栗美人”品牌，是目前唯一线上化运作板栗品牌，已经成为继三只松鼠、百草味后，全网热度排名第三的国内知名品牌。玉田县万发日用品有限公司“陈百万”牌调料、八宝粥等产品，先后入驻了淘宝、1688、天猫和阿里国际站，并通过互联网在全国建立了200多家网络代理经销商，年销售额达2000万以上；遵化市东珍板栗专业合作社，实现了农产品的种植、收获、销售一条龙的模式，年度依托淘宝全国劳动模范“吴老师小店”销售鲜板栗近1000吨，带动周边板栗销售6000万元。玉田慈玉白菜、迁西紫玉板栗、丰润道桥和生姜、曹妃牌河豚等传统线下品牌也拓展了线上渠道，初见成效。

（三）培育农村网红。依托玉田县鸦鸿桥、遵化金卓颐高电商产业园以及迁西、玉田农村电商公服中心开展主播孵化，直播供应链单品近4000款，培育主播500余人，年带货销售近2亿元。广泛组织面向涉农企业和农户开展网销、直播等业务培训，仅2024年就累计开展电商培训7000人次以上。指导各地开展网

红直播和短视频剪辑评比大赛，创作短视频 500 多条，直播 1000 余场。

(四)加快县域商贸流通体系建设。我市共下辖 7 个县(市)。自 2022 年以来，按照省商务厅要求，我局先后组织滦南县、迁安市、遵化市、滦州市、乐亭县等 5 个县(市)开展了县域商业建设行动。其中，2022-2024 年滦南县、迁安市、遵化市共建成 5 个县级物流配送中心和 80 个乡镇商贸中心，实现了县乡村商业网络全覆盖、物流配送全覆盖、农村电商服务全覆盖，有力助推了县域经济高质量发展。迁安市、遵化市入选全国第二批县域商业“领跑县”典型案例。

二、关于农产品电商开展的研究

从国内农产品电商的发展历程和成功经验来看，主要有以下几种模式：

(一)渠道驱动型：特点是聚焦单一品类、挑战是跨区域的配送能力服务。强大的农产品资源和较好的食材是做垂直农产品电商的先决条件。农产品垂直电商最大的特点在于它是产品和消费场景的最大集合，贯穿了农产品用户消费全过程，将产品内容更全面、更精深、更透彻的展示在用户面前。要详细讲解每个产品的产地、来源、故事等，并纵向对接不同种类的产品，做出精细的商品内容展示，利用多种渠道向大众传播多样化的产品内容，吸引客户关注、引发用户共鸣。

(二)营销驱动型：农产品背后故事性强，容易制造传播热点（褚橙、阳澄湖状元蟹）。有两个特征：一是卖的是情怀而不

是产品本身。客户购买农产品产品，也彰显了客户的一种生活方式，因此农产品产品就成了一种“生活介质”并演变成一种“消费情怀”。因此产品跨越了产品本身，成了一种象征。比如褚橙，不仅对橙子的外表、味道、生产管理做出详细描述，更将其提高到一种不畏困难起落的人生情怀。二是倡导自然生活情趣。卖情怀是扩大农产品电商用户群体，卖自然产品是对产品本身的回归。是卖情怀的升级从自然产品特性提升到自然情趣的内容。

（三）产品驱动型：有机农场坚持高品质产品，发展联合农场，通过严格品控获得忠实消费者。特征也是两个：一是锁定特定的价值人群。总体来看，农产品产品还是中老年消费量大。因此要获得青年消费者，就要搞“特色化农产品食材”，获得特定人群的高市场占有率。二是中高端食材。提供中高端食材同时要为客户提供一站式、集合式、定制式服务，提供各类套餐的做法、烹饪食谱等。

（四）社区生活型：这里是与社区电商的融合发展。一是要为社区服务。要立足为社区内消费人群服务，逐渐成为社区生活服务的一部分，要与线下小超市、便利店结合为社区服务。二是强化“众包”物流配送方式。农产品电商物流配送难题是冷链物流配送难；客户要货急、对发货的速度要求高。这对物流配送提出了更高要求，因此农产品电商在配送时应强化“众包式物流”，一方面与社区内小商家合作，另一方面要为这些小商家提供配送车、服装等规范化服务。

（五）内容导向型：特征是焦点放在美食内容上。对农产品

产品的介绍应该包括对农产品食材的选择、产地介绍和品牌介绍等内容、对农产品的烹饪指导包括菜品烹制、菜谱构建、现场烹饪等。要把农产品电商的品牌价值传递出去，就要呈现精细的食材描述，细致的美食烹饪指导和高频次的美食内容。农产品电商由“商品交易驱动”阶段走向“美食社区”阶段将有利于提升用户粘性，稳定客户群，美食客的讨论和互动将有效提升农产品电商的社区经营水平，同时促进农产品食材的销售。单纯的农产品电商可能不好做大，但与美食电商结合就有可能长久。

三、我市农村电商发展的短板和不足

（一）物流成本高。我市各农村电商卖家均为一家一户分散式发货，没有规模优势，导致物流配送费用居高不下，快递配送首重均价为 4.2 元/单，与江、浙等电商发达地区相比，发货成本高出 3 元左右。

（二）品牌意识弱。我市农产品资源丰富，玉田慈玉白菜、迁西紫玉板栗、丰润道桥和生姜、曹妃牌河豚等线下品牌畅销。但企业互联网品牌意识不强，包装设计不突出，在网络市场中辨识度不高。此外，我市在网络平台上销售的农产品多数处在初级加工阶段，尚未形成产业化经营。大多数农村电商从业者赚钱心切，认为创建品牌费时费力，积极性较低。很多特色农产品没有品牌包装和下游深加工产业链支持，致使这些土特产品每年只能靠低价供给外省加工企业。

（三）电商人才少。我市县域电商人才培养难以满足发展实际需求。网站、网店运营、跨境电商平台运营以及直播、短视频

运营人才严重稀缺。与到农村工作相比，更多的大学生选择进入城市生活、工作，加剧了农村地区高新技术人才的匮乏。唐山各县（市）整体缺乏电商氛围，电商基础知识的普及不够广泛。

四、下步主要的工作方向

（一）破解人才短缺困境，构建多层次人才培养体系

唐山市农村电商从业者多为传统农业经营者，缺乏电商运营、数据分析等专业技能，导致店铺管理粗放、供应链效率低下。高校人才因农村基础设施薄弱、职业发展空间有限，向农村流动意愿低，本土青年人才外流现象突出。我们将积极会同人社、教育等部门开展以下工作：

1.深化校企合作，定向培养实用型人才。依托唐山学院、河北科技职业技术学院等本地院校，开设农村电商专项课程，重点教授平台运营、直播技术、品牌策划等内容，并设立县域实训基地，推动“课堂+田间”结合。

2.完善激励机制，吸引人才返乡创业。鼓励和引导各县（市）区对返乡创业的高校毕业生、青年创业者提供税收减免、场地租赁补贴及创业贷款；对电商企业引进专业人才给予社保补贴。

3.强化师资力量，提升现有从业者能力。建设唐山市电子商务专家库，充分利用高校双师型资源，在各县（市）开展落地性强、符合农村电商发展需要的培训。大力培养农民网红、带货达人，低成本地实现全社会电商创业、互联网营销的积极氛围。同时，汇总电商专业毕业生就业信息对接各县（市）产业园、电商企业用人需求，解决就业供求信息不通畅、不匹配的问题。

（二）优化商业基础设施，降低农产品流通成本

1.强化基础设施布局。健全三级商业网络，以县城为中心建设综合商贸服务中心和物流配送中心，在乡镇打造商贸中心并推动连锁商超覆盖70%以上乡村，村级实现便民商店和物流站点全覆盖。鼓励各县区推进重点项目建设，冷链物流中心建设，完善仓储、堆场等配套功能，提升县域物流承载能力。

2.优化物流配送体系。完善物流节点网络，建设县级物流配送中心，整合乡镇物流资源，推动快递统仓共配，降低配送成本15%-20%。

3.促进消费升级与城乡融合。创新消费激励政策，发放专项消费券覆盖商超、餐饮等行业，开展家电以旧换新等活动，并通过政府优先采购本地产品引导消费。加强工业品下乡和农产品进城，通过电商平台拓宽农产品销售渠道，促进城乡资源互补。

（三）强化品牌建设，提升农产品附加值

唐山市虽有迁西板栗、玉田包尖白菜等地理标志产品，但品牌集群效应不足，假冒伪劣商品屡禁不止，导致市场信任度受损。主要工作着力点可放在以下几个方面：

1.加大品牌培育力度。积极配合农业农村部门推动绿色食品认证和名特优新农产品的申报，增加品牌数量与质量，重点培育本土特色品牌。鼓励企业申报“画境栗都”“玉美田园”等区域公用品牌扩大区域品牌影响力，通过授权使用机制提升品牌附加值。

2.创新营销与展示渠道。利用新媒体、电商直播等新业态拓

宽销售渠道，推动农产品线上线下一体化营销。联合行业协会开展电商企业座谈，梳理产销堵点，针对性提供运营指导、政策解读及电商技能培训。结合“网上年货节”“双品网购节”等主题，组织电商企业、合作社及种植基地开展产销对接展销会，通过直播带货、现场签约等扩大交易规模。引导电商企业与合作社、家庭农场签订购销协议，完善“基地+加工中心+电商”全链条合作，提升农产品标准化和网销效率。

3.推动产业融合发展。依托中药材、蔬菜等特色产业，差异化布局县区产业，通过深加工提升产品附加值。引导商旅文娱乐态与农产品品牌结合，打造消费新场景，增强品牌吸引力。培育本地主播团队，联合抖音、快手平台开展“唐山农产品直播活动”，带动农产品网络销售额超稳健增长。

以上措施通过品牌培育、营销创新、质量管控和产业融合多维度发力，全面提升农产品市场竞争力与附加值。



领导签发：刘子阳

联系人及电话：巫光军 2812063

抄送：市政府办公室，市政协提案委员会，国家金融监督管理总局唐山监管分局，市人社局，市财政局。