

保供给、保春耕：2020 电商平台抗疫助农实践报告

人民网新电商研究院 中国农业大学智慧电商研究院

民以食为天，食以安为先；一年之计在于春。习近平总书记近日对全国春季农业生产工作作出重要指示强调，越是面对风险挑战，越要稳住农业，越要确保粮食和重要副食品安全。要在严格落实分区分级差异化疫情防控措施的同时，全力组织春耕生产，确保不误农时，保障夏粮丰收。面对新冠肺炎疫情，关注短期农产品供给以及春耕生产，确保农业产业链正常有效运行，是当前电商平台抗疫助农的重要任务。本报告通过分析疫情之下我国农产品供给和春耕生产面临的变化，继而梳理分析国内主要电商平台抗疫助农的具体实践，最后对未来形势进行展望并提出相应的对策建议。

一、疫情之下国家保障农产品供给和春耕生产的主要措施

疫情防控、企业复工复产当前进入关键时期，习近平总书记在3月4日的中共中央政治局常务委员会上指出，“当前已初步呈现疫情防控形势持续向好、生产生活秩序加快恢复的态势，必须深入贯彻落实统筹推进疫情防控和经济社会发展工作部署会议精神，加快建立同疫情防控相适应的经济社会运行秩序，完善相关举措，巩固和拓展这一来之不易的良好势头，力争全国经济社会发展早日全面步入正常轨道，为实现决胜全面建成小康社会、决战脱贫攻坚目标任务创造条件。”新冠肺炎疫情作为突发公共卫生事件，往往会对市场链、供应链和贸易链产生影响，就农业和食品领域而言，涉及到养殖业、食品加工业、零售业及餐饮业等多个领域，对农产品供给、春耕生产和农业产业链运行带来挑战。

（一）农产品供给

面对蔬菜水果供给问题，各级政府和电商平台等企业的有效举措，明显减轻了疫情影响。**第一，各地政府保障运输。**各地政府努力做好疫情防控期间的农产品运输保障工作，全力确保“菜篮子”产品出得了村、上得了路、进得了城，将鲜活农产品运输车辆纳入生活必需品运输保障范围。**第二，商超加大蔬菜水果供应。**疫情期间，城市商超大多数正常营业，保证蔬菜水果的正常销售。一些地方出台对商超的补贴政策，调节蔬菜水果价格，减缓居民恐慌心理，防止因抢购囤货造成物资短缺。**第三，电商平台充分发挥自身优势。**新电商平台针对疫情等特殊状况，集中力量发挥优势，协助遭遇滞销的各地农户对接平台消费者，促进农产品上行。在各方努力下，疫情对于蔬菜水果供给的影响处于较低水平，物价和供给量基本稳定，基本能够保证市民正常需求。

（二）春耕生产

我国春播粮食面积占全年的一半以上，保持粮食播种面积和产量稳定，就是保障全年经济基础和社会稳定。每年3月至5月是我国春耕备耕的关键时期，春耕生产自南向北陆续展开，种子、化肥、农药、薄膜等农业生产资料的有效供应，对保障春耕生产和粮食安全发挥着重要作用。

为了保障春耕生产，部分省份已出台相关措施，涉及农业企业复工复产、重点农企包保、疏通农业生产资料运输通道、降低融资成本等。供销社、农商行、中储粮、农发行等多部门联合，在农资供应和融资信贷等方面为农民提供便利服务，帮助农户顺利开展春耕生产。以山东省为例，山东省供销社发挥农资主渠道作用，储备化肥可用量120万吨，占到全省春季用量的三成多；山东省农信联社计划单列专项资金100亿元支持农业生产¹。一些农业社会化服务互联网公司，利用信息化技术，创新性地研发“无接触种地”春耕新模式，会员农民只需要在其平台上选择服务或产品，便会有专门的工作人员提供相应的农事、农资等服务，既有效实现疫情防控，又能保证春耕生产顺利进行。

部分电商平台联合全国农产品公益联盟，为小农生产主体提供优质农资直供服务，推动农业生产资料下乡。部分地区基层农业部门利用互联网平台，线上组织专家和农技推广人员为农民提供技术支持，针对农民对于选种、施肥施用等问题，给予有针对性的、切实可行的技术指导。通过为农民提供线上技术指导，增强农民在疫情期间进行农业生产的信心，为春耕生产提供了有力保障。可见，政策支持引导以及实践创新举措，对保障我国疫情期间春耕生产发挥了重要作用。

二、主要电商平台抗疫助农的实践做法

2020年2月21日，中共中央政治局会议指出，要建立与疫情防控相适应的经济社会运行秩序。疫情期间，各大电商平台积极承担社会责任，开展抗疫助农实践，为供需处于两端的城镇居民和农业生产者搭建起了桥梁，很大程度上满足了城镇居民购买农产品和食品的需求，减轻了外出购物带来的防疫压力，有效缓解了农产品滞销问题，帮助农民在特殊时间减少损失，同时致力于保障农业产业链的顺利有效运行，促进经济恢复和繁荣。本报告对拼多多、阿里巴巴和京东三家国内主要电商平台进行分析。

（一）主要电商平台抗疫助农的实践情况

1. 拼多多设立“抗疫助农”专区，大力推动“农货产销对接”。

近日，农业农村部召开“全国农产品产销对接”视频会议，在农业农村部指导下，新电商拼多多发起成立“全国农产品产销对接服务公益联盟”，并协同各

¹新华网，别样的春耕——来自农业大省山东的春耕备耕见闻（2020年2月16日），

http://www.xinhuanet.com/food/2020-02/16/c_1125581065.htm

会员单位积极与全国农业产区展开农产品产销对接。拼多多一直致力于打通农产品上行的难点、痛点，大力推动“农货产销对接”，发挥平台“天网”+“地网”农产品供需匹配机制的优势。相关数据显示，2019年拼多多平台农产品成交额达到1364亿元人民币，成为中国农产品上行最大的平台之一。

拼多多于2020年2月10日正式上线“抗疫开拼、爱心助农”专区。该专区覆盖包括230多个国家级贫困县在内的全国近400个农产区，商品覆盖脐橙、苹果、草莓等各类水果和主要生鲜食材。消费者通过拼多多APP首页搜索“助农”“农货”等关键词以及限时秒杀等入口，即可直达该专区，以最优惠价格购买产地直发的水果和蔬菜。截止至2月23日，“抗疫助农”专区累积售出超过1900万斤农产品，累计帮扶各类型农户超过6300余户，覆盖全国400个农产区230多个贫困县。2月14日，拼多多紧急开通“滞销农货反馈通道”后，截至目前，拼多多已收到来自23个省及直辖区的超过500条信息反馈，涉及近百种农产品，拼多多抗疫助农小组联合平台商家全力对接帮扶，目前已有超过40%通过拼多多平台实现线上销售。2月17日，农业农村部指导拼多多联合优农协会专项采购百亿贫困地区农产品。2月19日，拼多多“农货产销对接”活动首日开启，首批上线的助农产品超过55种，活动上线首日，总计售出超过100万斤农产品。

随着物流运力持续恢复，拼多多“抗疫助农”专区成交订单继续快速上升。来自各个主要农产区的高品质农产品，以实惠价格持续受到全国消费者热捧。为了保障“抗疫助农”专区顺利运营，拼多多全方位多角度实施保障工作。

第一，集中全平台资源，优化产销对接。拼多多为了解决农产品直销和果蔬生鲜订单猛增的供需错位问题，线上线下两手抓。线下，直接或间接发动近6万名新农人，对接400多个产区，帮助农产品出村。线上，通过“抗疫农货”专区，给予农产品最高优先级的流量扶持，帮助农产品进城，以最短路径直达消费者，以最优惠价格购买产地直发的水果和蔬菜。**第二，联合各方力量，打通农产品上行通路。**一方面，通过新农人迅速摸清各主要产区的库存现状，按照销售周期对农产品进行排序，将库存紧张、食用周期短的农产品，优先推送到消费者面前。另一方面，协调邮政、顺丰等骨干物流企业，保障重点产区的农产品上行通畅。同时，对平台农货系统里的产区信息、物流数据以及节点进行了紧急重新规划，优化农产品上行网络。**第三，提供资金扶持，稳定农产品供应链。**拼多多针对高频刚需农产品，提供了5亿元专项补贴，一方面引导农商以高于市场均价收购滞销农产品，保障小农户收入；另一方面平抑农产品价格，让消费者得到实惠。此外，拼多多还设立了10亿元物流专项补贴基金，针对符合条件的农产品订单，每单补贴2至3元，调动小农户和物流企业积极性，保障源头供应。

2. 阿里巴巴搭建“爱心助农”平台。阿里巴巴于2020年2月6日全面启动“爱心助农”计划，淘宝、天猫、菜鸟、盒马、饿了么、聚划算、乡村事业部、数字农业事业部等20多个涉农业务全团压上，合力打通线上线下农产品销售的

全域网络，在助力滞销农产品触网“突围”的同时，加速农产品数字化。

2020年2月12日，淘宝宣布设立10亿爱心助农基金²，帮助滞销农产品打开销路，主要包括：开通“爱心助农专线”，收集滞销农产品信息；推出农产品特卖系列专区，增加对核心产地农产品集中采购；加大对农产品快递物流专线投入力度，降低农产品在平台的销售成本；帮助涉农商家免费开通淘宝直播，推动原产地农产品标准化等；呼吁所有参与“爱心助农”项目的商家拿出最好的产品回馈广大消费者的爱心；“村播”推出一些针对性扶持政策，比如批量的主题营销活动、降低淘宝主播入驻的门槛、流量扶持、培训课的加入等；创新大商家与农民直播连麦帮卖的形式，力求用最新颖的形式助力农产品上行。阿里巴巴通过更加生动的形式帮助滞销农产品更好地触达消费者。

3. 京东开通“全国生鲜产品绿色通道”。京东于2月10日发布“告全国农人书”，宣布开通“全国生鲜产品绿色通道”，全面开放并倾斜供应链、物流、运营、推广等核心资源，解决滞销生鲜农产品上行问题，让这些优质的生鲜产品迅速送达更多用户手中。

“绿色通道”所提供的支持和扶助的措施包括：京东生鲜将为平台商家提供入驻、运营、推广等帮扶政策，例如极速审核、流量倾斜；为湖北商家制定“商家成长专属服务”，减免疫情期间的平台使用费、代运营服务费；通过公开邮箱，京东向全社会收集受疫情影响导致滞销的农产品信息；京东物流专门为绿色通道推出冷链专项支持方案，针对滞销农产品搭建专线解决运输问题，并进行重点升级保障，优先生产、优先派送。针对交通受阻问题，京东冷链充分依托冷链仓配网、冷链卡班网、生鲜宅配网“三位一体”的冷链布局网络，及时对运输线路做出调整。京东的“全国生鲜产品绿色通道”已经初现成效，未来将继续促进农产品上行和农民增收。

(二) 电商平台保障农业产业链运行实践

疫情期间，一批主要电商平台大力推动物流产业链发展，帮助食品加工企业、餐饮服务业渡过难关，保证农业产业链合理平稳运行。

1. 减少产业各环节人员接触机会，降低新冠病毒感染风险。疫情期间，尽量减少产业工人接触机会，是降低感染风险的主要途径。目前各大电商平台利用网络服务系统，既保证了商业信息的有效互动沟通，同时最大程度降低了人员接触几率，实现足不出户完成业务产品往来的交易环境。**第一，建立农产品不接触配送新模式。**疫情期间为保障人员安全，多家电商推出“不接触配送”服务新模式，消费者与电商平台、物流人员约定时间及配送位置，实现**无接触送货**，减少传染风险。以生鲜蔬菜为例，通过电商平台助力，基本可实现所有生鲜蔬菜源头

² 人民网，淘宝设立10亿爱心助农基金（2020年02月13日），
<http://gongyi.people.com.cn/n1/2020/0213/c151132-31585487.html>

整车拿货，产销地无缝链接；再通过各中心仓检测加工，配送到各小区分销店；消费者通过小程序下单买菜，不出小区即可购买，减少了出门在外的时间，也减少了病毒传染危险。**第二，建立农产品网上会客厅。**通过构建数字大平台，实现在线交流，平台议价。以广东省为例，广东农产品采购商联盟联合 800 多家企业搭建“保供给稳物价安民心”行动平台³。2020 年 2 月 3 日，平台首次上线采购商会客室，供货商直接进入网上会客室，与采购商在线交流，根据采购商需求实时对接供货。

2. 充分利用现有物流体系，保证农产品供应通畅。各大电商平台在疫情期间，积极承担企业责任，实现对于商家、农户、食品加工业企业的实时调整，柔软宽松管理，进一步为产业链各环节减轻负担。**第一，保证食品加工类企业供应稳定。**疫情期间，各大电商平台联合顺丰、中国邮政等物流公司，对已复工食品加工类企业，提供绿色通道，保证加工类企业及时获得相关农产品投入，同时帮助农户拓展产品销路，促进产销衔接，降低农户损失。**第二，减轻农产品平台商家物流压力。**疫情发生后，各大电商平台对销售农产品的商户给予支持及补贴，对采购农产品提供大量支持措施，对于在疫情期间坚持承担物流成本并向消费者发货的商家给予补贴，用于激励所有在疫情期间内坚持服务消费者的商家。此外，对于因疫情缺货或因其他原因无法发货的商家，协助其承担订单取消费用。

3. 发挥批发采购作用，建立产销对接的销售体系。

第一，建立单位食堂直销体系。由于餐饮服务行业大量关闭，导致农户水果蔬菜无法及时销售，造成农户损失。然而，部分疫情严重地区医疗服务机构，难以获得稳定的食品供应来源。各大电商平台积极开展对接服务，保证生活必需品及时供应。2020 年 2 月 2 日拼多多召集部分相关员工在保障安全的前提下提前上岗，启动“农货天网系统”，迅速从有配送能力的省份，调集新鲜水果蔬菜直供医院食堂，保证流通渠道通畅，将疫情对于供应的影响降至最低。

第二，发挥临时性批发市场作用。受疫情影响，大量批发市场关闭或减员，导致农产品运行不畅，中转缓慢。各大电商平台积极搭建全国农产品信息对接平台，加大农产品推介力度。拼多多、阿里巴巴等电商平台均开展了爱心助农活动，取得了较好的效果，在一定程度上辅助了批发市场的中转功能，并且精准帮扶贫困地区。2020 年 2 月 17 日，农业农村部指导拼多多联合优农协会，组织人民优选、百果园、好想你等大型农产品加工流通机构、协调各型连锁超市等机构，在 2020 年对贫困地区开展不低于 100 亿元的专项采购。此外，联盟集中多方优势打造集农资研发生产、品质农货供给、农货农资上行下达的产业一体化体系，构建农业产销大数据库，共推全国农货上行。

第三，地方政府助力农业企业与电商平台合作，打造定点采购模式。疫情

³ 人民网，抗击疫情电商创新模式受关注（2020 年 2 月 10 日），
<http://industry.people.com.cn/n1/2020/0210/c413883-31580255.html>

期间，国家发改委确定蔬菜是需要重点保供的“菜篮子”产品之一。山东寿光是全国最大的蔬菜生产基地，承担着巨大的社会责任。2020年2月21日，山东省寿光市人民政府推动寿光农业发展集团与拼多多设立的多多大学签约，推动“寿光蔬菜”区域产业带数字化升级。多多大学负责提供技术研发、品牌打造、市场营销等新电商技能培训，并逐步延伸至农产品供应链的改造升级，构建农业产销大数据库，共建蔬菜数字化上行机制。

4. 稳定农产品价格，保证农产品市场平稳运行。疫情期间，农产品市场面临两难局面：一方面，不少产区的销量受到冲击，包括草莓、猕猴桃等水果的价格一降再降，但销路依旧受阻。另一方面，不少城镇居民遭遇了买菜难的问题，农产品供需匹配呈现出短期失衡的现象。实现农产品价格稳定，并保证居民生活水平，是经济防疫的重中之重。各大电商平台纷纷采取相应行动，保证农产品价格稳定在合理区间。2020年1月25日，京东、阿里等电商平台发出关于坚决履行责任全力保障应急物资供应联合倡议书，倡导开展价格监测，打击发疫情财；杜绝囤积居奇，实现敞开供给等措施，取得了较好效果。

5. 支持屠宰企业收购，保障养殖业平稳渡过难关。养殖行业产业链长、产品价值高，养殖户面临风险较大，在此次疫情中损失严重。组织屠宰企业与畜禽养殖场有效对接，实现应收尽收、活禽不压栏，是为养殖业者纾困的重要途径。在疫情期间，各大电商平台积极帮助养殖户与周边屠宰收购企业衔接，利用自身物流渠道、信息平台，帮助其解决销售问题，尽力降低损失，保障养殖户利益。

三、未来展望及对策建议

2020年是我国全面打赢脱贫攻坚战的收官之年，也是全面建成小康社会目标的实现之年。经过多年的长足发展，电商平台已经深刻地进入和影响我国人民生活的方方面面。疫情期间，各大电商平台既肩负打赢疫情防控阻击战的责任，又要帮助政府把疫情对经济社会发展的影响降到最低。展望未来，各大电商平台将会更加关心农民，更加关注农业，不断完善支持农产品上行的举措，真正实现“最后一公里”和“最初一公里”的直连对接，帮助农民不断提升幸福感和获得感，促进我国农业生产和农村经济不断发展。

（一）未来展望

1. 农产品上行。各大电商平台在抗击疫情过程中，不仅减轻了生产端农产品滞销困难，打通了从消费端带动农产品上行的供应“超短链”，而且较好满足了城镇居民对农产品的巨大需求。随着电商平台各项措施不断完善，政府配套帮扶力度不断加强，城镇居民对于电商平台的认可度和粘性不断提升，蔬菜水果销量有望进一步增加，家禽肉类销量有望进一步打开局面，电商平台将在疫病抗疫和经济抗疫过程中发挥更大的作用。

2. 春耕生产。2004-2020 年中央一号文件连续 17 年聚焦“三农”问题，就夯实农业基础等重大任务连续发力，客观上已经具备了农业生产应对新型肺炎疫情等重大突发事件的能力。国内电商平台将进一步关注农业和农村数字化建设，提升农村普惠金融服务水平，降低农民融资成本，帮助农户顺利完成春耕生产。在政府政策的支持引导下，国内电商平台将进一步服务农业生产资料下乡，满足小规模农户和新型农业经营主体开展春耕备耕等农业生产的需求，为疫情防控和春耕生产之间的矛盾，找到双赢的解决路径。

拼多多平台数据显示，2020 年 2 月以来，农资农具销售额同比增长了 987%，相比 2019 年电商传统销售旺季“双十一”期间，也增长了 330%。2 月份累计有超过 430 万农业生产者通过拼多多购买了农资农具投入春耕。

受疫情影响，今年的农资消费习惯正在发生显著变化，以前不太习惯在网上购买的农资消费者，正通过手机下单选购，移动互联网和新电商平台连接农业生产和消费两端的作用开始显现。

从具体类目来看，以多功能防渗膜、电动喷雾器、智能赶猪棒、手推式打桩挖洞机、小型割草机、多功能耙子等为代表的农具商品，订单量同比去年同期增速超过 641%；而以有机肥、环保肥为代表的生产资料等成交量同比增长超过了 1231%。

从区域上看，安徽、江苏、四川、广西、海南等十多个南方省份成为今年首批农资农具需求爆发的地区，随着各地春播陆续开启，目前，北方省份对于农资农具的需求也在增长。

3. 农业产业链运行。新冠肺炎疫情对农业生产、流通和销售的各个环节以及农民收入产生了较大的影响。为了解决贫困地区和部分农产区的农产品产业链问题，通过电商平台抗疫助农的组合拳，农产品得到了更多曝光，及时疏通线上销售渠道，有效降低信息沟通成本，大幅度提高农产品流通效率，一定程度上缓解了地区间供需失衡的状况，形成了供销两端的双赢。电商平台来讲，抗疫助农既是社会责任也是市场机遇。疫情过后，政府平台和电商平台将继续共筑信息平台，引领农产品供应链整合升级；电商平台将继续创新配送模式，为农产品线上销售迎来新机；方便食品和在线餐饮业将成为市场趋势，保障原材料新鲜安全显得尤为重要。因此，国内电商平台的发展，不仅为农产品线上销售蓬勃发展奠定了良好基础，也将倒逼农产品产业链加速数字化转型升级。

(二) 对策建议

1. 科学搜集与运用农产品滞销信息。第一，充分搜集滞销信息。一是，电商平台要继续利用新农人、助农热线、公开邮箱等多种形式加强对于各地农产品滞销农产品信息的搜集；二是，基层政府要充分发挥自身优势，对辖区内农产品生产、加工、销售情况进行全面摸排，及时了解农业企业和合作社等新型农业经

营主体的经营现状，将收集的信息与电商平台进行沟通互享；三是，行业协会及时统计农产品滞销信息并及时公布分享。**第二，科学运用农产品滞销信息。**由于疫情期间电商平台的物流承载能力和电商平台本身运营能力有限，各大电商平台应将农产品的滞销信息进行有效的区分及运用。优先解决草莓、猕猴桃等不耐储存的农产品的销量问题，优先销售贫困地区农产品。

2. 迅速有序恢复农资供应能力，加强农民应对春耕生产的信心。**第一，把农业生产资料作为关系国家安全的重要战略物资，**优先保障种子、化肥、农药、薄膜等农业生产资料的生产。**第二，推动农资企业加快复工复产。**在做好防疫措施的同时，抓紧组织重要农业生产资料的生产以及相关原辅材料企业复工。**第三，推动科技下乡。**利用互联网平台，积极为农民提供线上技术指导，普及和推广农业新技术，帮助农民做好春耕生产。**第四，强化农业社会化服务。**鼓励地方农业企业和各类新型农业经营主体积极参与和引导农民进行农业生产恢复工作，引导农民做好种子、化肥、农药、薄膜等农业生产资料准备。**第五，优化农村金融服务水平。**加大对农业企业、农民合作社、家庭农场、农户的优惠信贷支持，对受疫情影响严重、授信到期但暂时还款困难的新型农业经营主体，可适当展期；乡村振兴重大专项资金优先用于扶持新型农业经营主体恢复生产；对疫情防控期间出险的已投保农业经营主体开通绿色通道，及时进行赔付；农担公司应对“菜篮子”生产供应提供融资担保服务，并在疫情期间适当减免部分担保费用。

3. 保障农业生产资料流通环节通畅。**第一，尽快打通农资供应渠道。**为应对疫情稳定后，各地春耕生产的物流高峰，建议尽快临时成立春耕农资调度工作组，并且对种子、化肥、农药、薄膜等农业生产资料实行农产品“绿色通道”制度，确保疫情特殊时期春耕生产的顺利进行。

第二，利用电商平台搭建农业生产资料产销对接平台。应根据我国农村所特有的区域特征和农业资源，结合电商平台，做好疫情防控期间春耕生产的准备工作。鼓励和支持农业生产资料运销点采用远程联系和配送上门方式，确保农业生产资料供应商和农户之间的有效安全对接。引导农贸市场、网络电商等相关经营平台，积极开展农业生产资料流通渠道变革，为供应商和农户搭建行之有效的生产资料供需平台。

以拼多多为例，平台已将推进农资下乡作为“保春耕”的阶段性战略重点。2月份以来，拼多多针对农业类目商品已经予以每单物流2-4元的专项补贴，从3月份开始，随着各地纷纷进入春耕期，平台拟再提供3亿元农资补贴基金，并与联盟一起，着手打通农资农具“集采集销”绿色通道，推动头部农资企业、社会化物流企业与农业生产者直接对接，以规模化优势系统性降低农资农具的成本及价格，推动农资产品利用移动互联网大规模下乡。

4. 加大食品企业产品多元结构创新力度，促进餐饮行业供应链整合，优化生鲜农产品原材料供给，升级电商平台在线销售模式。**第一，加速创新冷餐半**

成品。食品加工业应该加速创新较易存储运输的冷餐半成品、自加热食品和熟食制品等标准化副食品，满足零售消费群体需求的同时也可以向餐饮企业提供半成品加工服务，适应餐饮行业标准化、在线化的需求。**第二，优化生产模式。**餐饮行业应该加速供应链的整合化、社会化与平台化趋势，对接上游原材料生产地区的同时搭建外卖和私域流量等销售模式，及时利用网络线上销售平台拓展市场，积极在食品安全、质量、效率、成本等方面获得更大提升。**第三，实现标准化生产。**农产品生产区地方政府应该帮助农业生产者对接农产品加工企业和电商平台，实现生鲜农产品清洁、包装、初加工和贴牌等环节的标准化，构建产业链快速响应机制，进行数字化升级，根据实时销售数据预估未来 1-3 天内的市场需求量并制定相应的工作计划，缩短从产区到餐桌的空间和时间距离。

5. 完善农产品上行配套设施建设。**第一，推动物流冷库建设。**冷库是水果蔬菜、肉类生鲜运输的重要保障。各地综合采取多种措施，提高收储能力，协调财政等部门，通过补贴、贴息、政府储备等方式支持流通企业在产地和销地增加商业库存，充分发挥冷库等仓储设施的“蓄水池”作用，对滞销农产品上市进行错峰调节⁴。**第二，完善基础设施建设。**一是，政府要加强通过农产品生产基地的道路建设，保障农产品生产基地到物流网点的硬化路以及货物外运的道路畅通，确保鲜活农产品能够产得出、运得进、送得到。二是，要完善当地乡村网络建设，实现电商销售所在地移动网络全覆盖，实施电商流量补助工程，对参与电子商务的种植户实施流量补贴。

6. 加强农产品上行资金支持。**第一，电商平台加强对农户帮扶。**电商平台要为疫情严重地区、直销地区农户进行电商销售技能的培训，增加新农人数量，减免新农人的培训费、平台使用费、广告费等相关费用，加大对于农产品上行的物流费用补贴力度。疫情期间，通过对农户的帮扶，电商平台可以形成并甄选稳定优质的供货群体，不仅解决了农民的燃眉之急，也有利于企业的长久发展。**第二，政府部门落实扶持政策。**各地政府要落实《商务部办公厅 财政部办公厅关于疫情防控期间进一步做好农商互联完善农产品供应链体系的紧急通知》中的相关要求。中央财政资金在同等条件下，向在疫情防控中承担保供任务的农产品流通企业倾斜，地方政府合理制定保供资金使用方案，对于农产品流通企业在承担保供任务中发生的运费、租金、保供储备、冷链、防疫以及供应链中断恢复过程中发生的相关费用进行补贴，提高流通企业促进农产品上行的积极性。

7. 加大农产品电商平台补贴支持力度，助力电商平台延伸商品线和供给链，布局冷链物流和社区自提点。**第一，加强电商平台“支持三农”的功能建设。**农产品电商平台作为供需两端的桥梁，在此次疫情期间，起到了线上批发市场或者商超市场的中流砥柱作用。应加强电商平台“支持三农”的功能建设，增加贫

⁴ 新浪网，商务部：进一步做好疫情防控期间农产品产销对接工作（2020年2月14日），<https://news.sina.cn/2020-02-14/detail-iimxstf1424999.d.html?vt=4&pos=3>

困地区农产品曝光度，对农产品领域予以采购补贴，选择定点定向采购，提高供应链的稳定程度以及运行效率。**第二，加强生鲜产品的布局力度。**针对跨区市场，农产品产区应协同电商平台成立供应链各环节专门小组，加强对商品标准化和食品安全的监督管理，对农产品存储和物流环节予以必要补贴支持，加大电商平台生鲜冷链物流布局的力度，缓解未来长期的运输物流障碍。**第三，助力社区生鲜电商孵化成长。**针对区域市场或资本实力较弱的中小型生鲜电商，农产品产区政府可应立足地域优势，助力开展社区生鲜电商的孵化和成长，例如，将客户订好的蔬菜瓜果放到快递柜或自提点，提供二维码或取货码。

8. 加大地方政府与电商平台合作力度，深化供给侧改革，建立农产品产区数字化信息平台，精准对接市场消费需求。以农业生产为主的地方，政府加大与农产品电商平台的合作力度，建立以市场为导向的“拉式供应链”，探索高效、安全、健康、智慧、生态的产销关系。**第一，提高比较优势。**在保障国家粮食安全和符合食品安全标准的前提下，引导农户、专业合作社和种植大户种植更加符合市场多元需求、更加健康安全标准化绿色农产品，形成特色农产品或专业农产品的种植主产区，形成规模化生产，提高生产环节定价优势。**第二，实现数字化交易。**充分利用地方新闻、广播和微信公众号等公共媒体和自媒体渠道，征集农产品销售信息，搭建信息发布平台，对接农产品电商、大宗商品交易市场、农产品批发市场和品牌零售企业，创新“农户\基地+市场+消费者”的销售模式。

（课题组：郭沛 张成鹏 邢璐瑶 王晓丽 陈俞全 尹峥）