

省网络零售额的55.4%，高于全国3.7个百分点。其中，农产品网络零售额358.24亿元，占网络零售总额的27.1%。2021年4月，农业农村部管理干部学院、阿里研究院联合发布的《“数商兴农”：从阿里平台看农产品电商高质量发展报告》显示：2021年，云南农产品电商消费及销售增速全国第一。目前，全省累计网商数量达77万家，其中涉农网商数量占一半以上，IP地址立足乡镇村组的农村网商占了近四成。

农村网商势单力薄

随着农村网商群体不断发展壮大，有效拓宽了农产品销售渠道。“然而，农村网商总体上势单力薄，竞争力亟待提升。”云南省商务厅数字商务和信息化处副处长彭继告诉记者，近年来，全省各相关部门针对农民和创业青年开展了总量达8.2万多人次的电子商务培训，帮助大批农民掌握了成为网商的基本技能。

然而，面对日新月异的网络平台以及不断涌入的大量农民网商，目前的培训显得杯水车薪。实际上，许多青年农民凭借一股热情，仅靠一部手机、一个抖音账号就开始走进田间地头“卖货”。由于他们缺乏营销技巧和“吸粉”能力，导致带货效果不理想，积极性受挫。

记者了解到，目前农村网商普遍处于零散发展的状态，实力较弱。比如，2019年，凤庆县茶农王红燕通过个人抖音直播间和短视频销售普洱茶。她每天穿上哈尼族服饰，在村口的小广场跳一段舞或高歌一曲，吸引了2万余名粉丝关注，并因此获得不少订单。然而，随着时间推移，由于

视频缺乏新意、缺少团队力量，导致她的直播账号不断“掉粉”，生意开始下滑。

企业化发展是必由之路

如何破解难题，帮助农村网商守住阵地？据云南省商务厅副厅长李翌介绍，下一步，政府层面将全面支持农村网商进行企业化升级，扶持农村网商做大做强。目前，省级层面已开始实施“限额以上电商企业培养计划”，鼓励引导和扶持农村个体网商向电子商务企业、团队转型发展，全面加强对全省电子商务企业的规范引导和培育扶持力度。

彭继认为，创新渠道助力数字富农也是强化农村网商转型规范化发展的一种有效方式。云南将推广“一部手机云品荟+直供+展销+第三方平台”模式，推动“一部手机云品荟”业务下沉基层，破解其直接服务农民最后一公里的难题，形成以“新消费场景+新零售传播”模式发展直播带货等新兴业态。同时，鼓励农民通过手机与电子商务平台实现无缝对接，在平台中引导农村网商与电商平台联动，破解农村网商单打独斗的局面。

昆明理工大学现代农业工程学院有关专家认为，进一步强化农产品品牌建设，促进产品价值提升也是农村网商未来发展的必备物质条件。加大对云南高原特色农产品自主品牌的支持力度，加快培育一批“网红云品”和“高值小众云品”，构建“公共品牌+区域品牌+自主品牌”的品牌体系，将为农村网商可持续发展提供有力保障。

本刊记者 刘宇 / 文图