



①加大对农产品的推广 实现“走出去”

田野里搭起直播间,直播带货成为“新农活”,农民化身“新农人”。近年来,随着“互联网+”兴起,农村电商产业得到快速发展,越来越多新型农业主体开始走进电商直播间。如今,在电商高质量发展的带动下,不仅越来越多优质农产品走进千家万户,也进一步带动了乡村产业发展与转型升级,为广大农户开辟增收新渠道。

“这是青稞爆米花,是我们今年打造的青稞深加工系列的爆款,品质好,价格也实惠,欢迎大家下单订购……”11月11日,在日喀则市珠峰电子商务有限公司,主播正在开展网络直播,由于是“双十一”,线上销售格外火热。“今年‘双十一’,我们准备了江孜奶渣、奶酪饼、糌粑等20余种江孜县农产品和各类民族手工艺品、藏香等30余种产品,共销售了两万多单。青稞爆米花销量最好,这是我们今年推出的新产品。”江孜县群团工作部党组书记、部长央吉说道。

为加大对日喀则农产品的推广,促进农产品走出日喀则,2019年,日喀则市成立日喀则市珠峰电子商务有限公司。公司的很多农产品均产自江孜县当地,不仅保障了产量和品质,也提高了周边农户、合作社的积极性和创造性,实现公司与农户、合作社的紧密衔接。

央吉介绍,近年来,随着电子商务的发展,日喀则市珠峰电子商务有限公司也搭上了电商快车,通过在各个网络平台开店、直播带货等形式,进一步拓宽了糌粑、青稞等农产品的销售渠道。并持续推进青稞产业链条不断延伸,相继推出了青稞爆米花、青稞糌粑、青稞拿铁等多种产品。

农产品品牌化是助力农民增收的途径,也是农业产业转型升级的必经之路。“目前我们的产品已经销售到了新疆、哈尔滨、上海等地,未来我们想通过江孜甄选让产品的量慢慢达标,更加优质化、更加规范化,实现农产品在家门口销售,帮助合作社解决销售渠道问题。也让更多人认识江孜、感受江孜青稞的味道,进一步了解江孜,让在外的游子也能够随时品尝到家乡的味道。”央吉说。

农村电商的快速发展,不仅为农村地区的经济发展注入了新的活力,也为消费者提供了更多优质、特色的农产品。



③旅游与直播电商共同发力 推动数字经济发展

电商助力西藏经济发展 今年“双十一” 我区农村电商实现网上零售额 8.8亿元

2024年“双十一”已落下帷幕,在这场购物狂欢节中,除了有不少市民开启“买买买”模式,也有许多商家参与其中。近日,记者从自治区商务厅获悉,“双十一”购物节期间,我区网上零售额实现66.1亿元,同比增长53.32%,增速位居全国第一。其中实物行业实现网上零售额62.3亿元,占比94.34%,对社零贡献持续加大。其中,我区农村电商表现尤为亮眼。监测显示,今年“双十一”,我区农村电商实现网上零售额8.8亿元,同比增长9.38%。

近年来,我区电商积极探索“农产品+电商”模式,通过各大电商平台直播带货,向全国网友推介我区优质特色农产品。并借各大促销活动的东风,让我区优质农特产品搭上“电商快车”,走向全国乃至世界。同时,越来越多当地年轻人与企业开启直播带货模式,打造了一批有影响力的本地特色品牌,利用“新农具”,提升了本地优质农产品的附加值与溢价能力,实现了农产品生产链与品牌价值链的结合。

文/记者 次吉 图由 央吉 阿旺曲扎 提供



②实现特色产品品牌化升级 提高产品附加值

本地特色产品往往具有独特的地域性和文化背景,而通过电商平台的推广,将这些产品的特色和文化内涵传播到更广泛的消费者群体,打造出具有地方特色的知名品牌,从而提高产品的知名度和美誉度,也成为农村经济发展注入新活力的一大助力。

“这是我们的羊毛被,百分之百纯羊毛,特别舒适也很保暖。”“这个是糌粑和奶渣,是我们本地产的,也是我从小吃到大的,味道很好哦。”11月11日,在位于山南市琼结县绿色产业园的西藏达娃卓玛实业有限公司里,主播正对着镜头熟练地推荐着产品。

随着“互联网+”时代的到来,很多特色产品销售打破了过去的时空限制,实现处处都是助销平台,时时都能推广销售。2021年,达娃卓玛服饰第四代非遗传承人、西藏达娃卓玛实业有限公司董事长阿旺曲扎紧跟互联网步伐,积极拓展网络电商业务,除了售卖服饰、文创产品,还会售卖糌粑、奶渣等一系列当地优质农副副产品,进一步拓宽了销售渠道。

记者了解到,今年“双十一”,西藏达娃卓玛实业有限公司邀请了网红推介产

品,主推琼结文创产品及生活用品,并推出打折降价福利活动。11月5日至11日,该公司共销售300多套产品,销量较去年得到有力回升。

“电商是能让产品快速‘走出去’的最好渠道,通过电商平台,我们能让更多的人通过达娃卓玛这个品牌知道琼结、了解琼结,打开琼结对外宣传的口子,并带动当地群众就近就便就业,虽然我们在电商平台推销的过程中,因运费较贵遇到了一些困难,但是我们还是坚持下去了。”阿旺曲扎说。

谈及下一步发展,阿旺曲扎表示,在此次活动中,收获最大的是有很多国际友人提出想要购买文创产品,所以公司正在积极筹备海外售卖相关工作。自己有希望、也有信心让山南琼结的文创产品、琼结服饰走出“家”门、走向世界。

记者采访自治区商务厅相关负责人了解到,今年直播电商继续保持稳健发展态势。监测显示,“双十一”期间,我区直播电商实现网上零售额108亿元,零售量5149万件,其中直播农产品网上零售额实现1526.5万元。全区直播电商网上零售额排名前三甲的分别为拉萨市、山南市、林芝市,占比分别为95.23%、3.35%、1.09%。



记者了解到,近年来,我区在电商平台的竞争格局中,展现出了新的变化。监测数据显示,今年1—9月,京东渠道在西藏网上零售中的占比相比去年同期有所减少,占比从44.1%降至38.5%,而天猫和抖音两大平台则实现了大幅增长。天猫同比增长1657%,市场份额增加至近20%;抖音网上零售额同比增长880%,保持西藏地区网上零售第三大平台的地位。自治区商务厅相关负责人表示,这一变化表明,西藏网上零售的渠道正在更加均衡化,消费者的购物选择也更加多样化。

与此同时,农村电商在西藏的发展也呈现出蓬勃的态势。今年1—9月,西藏农村电商网上零售额同比增长61.4%,在全国电商中的占比上升至15.5%。作为一种新的销售模式,农村电商让我区农产品得以突破地域限制,实现产销的无缝对接,极大地提升了农牧民收入,也优化了农村经济结构。

不仅如此,农村电商的蓬勃发展还带动了旅游和直播电商等相关产业,为乡村经济的转型升级注入了新的活力,成为推动西藏数字经济发展的重要力量。今年1—9月,西藏非实物商品网上零售监测显示,旅游人次同比增长27.9%,零售额同比增长25.7%。林芝市和昌都市等地市的旅游零售额增速更是领跑全区,分别实现了46.4%和37.0%的同比增长。

监测显示,1—9月西藏直播网上零售额达到531亿元,同比增长84.4%,增速位于全国前列。抖音、快手、点淘等直播平台在西藏的渗透率不断提高,为消费者提供了更加直观、生动的购物体验。在直播电商的推动下,西藏的农产品等特色商品也实现了网上零售额的快速增长。1—9月监测显示,农产品直播的商品数达到10551个,实现网上零售额17亿元。

为打通包括西藏在内的西部偏远地区物流慢、运费贵的堵点痛点,以拼多多为代表的国内知名电商平台企业,在2022年对包括西藏在内的西部偏远地区首创“中转集运”模式降低物流成本。今年针对西部偏远地区政策再次升级,针对全部西部偏远地区的中转订单,商家只需将其发送至中转仓,由拼多多平台承担后半程发送至西藏等西部地区的物流费用,该项措施覆盖平台全量商家。

“这项破解地域物流难题的利好政策,让我区消费者在今年‘双十一’期间,共享电商平台高质量发展红利,购物体验得到显著提升,受到广泛好评。”该负责人说。