中国农业科学院“我印象最深的一个成果转化案例”主题征文（1）

“e路”有你 “亿路”芬芳

植保所 陈昶

2022年7月22日，植保所召开庆祝大会，庆祝所办企业中保绿农集团电子商务板块营业额突破1亿元，较上年同比增长85%，提前162天实现亿元目标，中保全体员工通过线上线下方式欢聚庆祝，共同见证中保电商这一重要时刻。作为中保电商的发起者，我感慨万千，回首8年来的创业历程，业绩连年翻番，8年增长了200倍，取得一次又一次的突破，稳坐农资领域电子商务头部商家，引领了农资电商的发展方向，成为线上农资企业的标杆。

**e路起点开创新模式**

互联网电商从2000年初在中国开始发展，经过10多年发展基本全面打开了城市市场。2014年阿里巴巴和京东开启农村电商战略。我做为中保绿农集团负责人，敏锐的嗅到这一信号，可以借助互联网的力量将农业生产资料和技术服务更有针对性的“送下乡”。农资电商逐渐兴起，提供了全新的服务方式，更直接的产品功能展示，更便捷的购买渠道，还有更低的投入成本，打破了传统渠道的束缚，开创了新的模式。

在当年5月，集团公司与阿里巴巴和京东两家企业合作，正式开通运营中保旗舰店，成为农资电商的首批探索者。

审时度势打造新平台

电商农村市场的开拓不是一件容易的事情，存在几个制约发展的难点，包括物流配送、村民网络消费接受度及上网操作等。2015年，中保电商优先受到了阿里的邀请，成为了首个入驻“农村淘宝”的农资品牌商家。农资产品，特别是农药，是具有特殊功能的植保产品，农村淘宝的村级服务人员对此了解甚少，无法在短时间内向村民宣传推广并指导田间应用。中保入驻农村淘宝后，依托企业在全国的技术推广网络，组建了一支30多人的技术服务团队。首先利用植保所的专家资源，通过农村淘宝的直播平台对全国几千名村级服务站工作人员做技术培训，让他们掌握好常见大田作物的植保防治基础知识，再通过他们宣传给所在村点，在短时间内实现了大面积的宣传覆盖。其次，中保电商技术服务团队深入全国各地，协助农村淘宝县服务站组织召开种植专业大户技术讲座，并结合产品优惠供应，在农村淘宝菜鸟驿站的配送下送到全国各个村点。通过2年的发展，中保电商从创业期的200万的年营业额迅速发展到2000多万以上。

随着农村互联网的不断发展变革，阿里升级组建了“淘宝现代农业”版块。中保电商与时俱进，转耕现代农业板块，同时加强团队建设，打造了一支由平台运营、在线客服、线下推广、直播宣传、美工设计、物流等组成的专业团队，团队规模发展至近70人。发展几年来，线上直接接待相关咨询服务200多万人次，通过服务达成销售客户数量累积50余万名。为了满足全国不同区域、不同作物的各类植保需求，中保电商积极展开与行业内各大品牌合作，最大程度丰富在线供应的产品种类，为解决农户的不同需求提供更多的产品解决方案。物流仓储战略落地“中国淘宝第一村”。科学布局，资源整合，在浙江义乌建设了一个专业的农资快递物流配送基地，具备年处理订单量200万单以上的能力，基本实现了东南5省次日送达的时效保障。同时压缩了物流成本，很大程度上降低了农户的农资采购成本。在团队建设、产品合作、物流升级等多举措共同升级发展的助力下，中保电商的年销售营业额迎来了快速的发展，到2020年末，年销售额达到了5000多万。

拼多多一直在农村互联网市场的开拓中默默耕耘。近年来，拼多多基于开拓性的“农地云拼”体系带动农产品大规模上行，让贫困地区的农产品突破传统流通模式的限制，业绩迅猛发展的同时为扶贫攻坚做出巨大贡献。中保电商2019年与拼多多开展合作，2021年初，我从唐仁健部长的讲话中得知拼多多在农村发展的速度迅猛，立即加快了电商在拼多多的布局，仅2021年当年中保电商实现了从几乎为0基础的拼多多，到3000万以上的销售净增长。中保与拼多多双方逐步发展成战略合作关系，近2年来在平台上针对农村市场需求的农资大品草甘膦、草铵膦、阿维菌素等产品，共同开展一系列的优惠补贴活动，为农业种植用户降低农业生产资料投入成本近20%，为脱贫攻坚贡献中保电商的一份力量。网络经济催生了快手、抖音等新平台，各种短视频、直播如雨后春笋般迅猛发展，中保电商也审时度势，及时布局，培植新的增长点。

云端智慧植保谋求新发展

中保电商顺应互联网与传统行业深度融合的大趋势，通过把病虫草害防控业务云端化，提高了科技成果转化与推广效率。具体表现为：

一是科技成果插上互联网的翅膀。科技成果从立项到研究到生产，再到田间试验示范推广到农户，环节多、链条长、覆盖面有限，通过传统推广渠道获得农业生产一线使用后的反馈信息非常少。科技成果如果投放到电商平台，可以直接面向种植户，而且短期内可以覆盖全国，并能够经常收到一线使用反馈，促进我们不断完善成果。科技成果插上互联网的翅膀，飞得更高飞得更远。

二是线上技术服务更胜一筹。据不完全统计，传统渠道农资零售店80%都是农民兼职和个体农户，多数为夫妻店，70%从业人员不是涉农专业毕业。由此可见传统渠道一线技术服务存在短板。中保电商20多位线上专职客服，全部为大学以上涉农专业毕业，另外中保绿农集团在全国农业生产一线有200多位技术推广人员，同时还有植保所专家团队作为技术后盾，技术推广优势突出。线上植保技术服务队伍，全天候开展网络植保技术推广，与种植户实现点对点零距离技术指导，累计线上解答植保技术问题1600万余次，覆盖辐射终端用户200万余人。

三是云端植保课堂科普惠农。在互联网平台开展直播课堂已经成为一种潮流，作为互联网经营农资的开拓者和领路人，中保集团从运营初期就与阿里巴巴、京东等平台商一起开展直播活动。中保电商利用抖音及快手新媒体平台开设植保课堂，开展植保科普，每年通过云端植保课堂培训农户50万人次。2022年中保电商携手智慧植保创新团队，开展以“心怀国之大者，科技服务生活”为主体的云端植保系列活动，受到了农户的一致认可，将云端植保课堂推向高潮。

心怀国之大者助力乡村振兴

近年来，我国陆续发布了《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》等支持“互联网+农业”的政策。中保集团顺应时代发展，提出“生物农药＆互联网+”战略布局，脚踏实地、仰望星空，以技术+产品线上服务方式，不遗余力地为农村输送更多优质的产品和专业的技术服务，以星火燎原之势迅速覆盖农村各个角落。2015年中保电商荣获阿里巴巴集团颁发的行业突破奖，2016年作为中保电商发起人，我有幸荣获“互联网+农资”十大风云人物称号。中保电商作为行业的先行者，受邀参与中国农药工业协会《农药互联网经营行为规范》团体标准的起草，见证了农资电商从无到有的整个过程，是参与者也是建立者，未来还将继续推动农资电商不断规范化发展。

粮食安全是“国之大者”，抓好农作物病虫草害防控是保障农作物产量的重要手段。中保集团作为农业科技国家队成员和农业科技服务主力军，肩负国有企业的社会责任，中保电商不仅仅是销售平台，更是通过网络渠道的便捷技术服务平台、科普平台。中保电商自2014年创立至今，已全面覆盖包括京东、阿里巴巴、天猫、淘宝、拼多多、快手和抖音在内的主流网络平台，通过新媒体视频互动、在线直播培训、点对点线上技术服务，全方位、立体化、多渠道开展云端智慧植保技术推广，为绿色防控保障粮食安全提供技术支撑。近年来，随着中保电商物流仓储、技术服务等能力不断提升，面对农村电商市场的规模化发展，未来规划由农资电商向农产品电商转变，由向农村销售农资产品向把农村的农产品销往城市转变，做好“工业品下乡，农产品进城”的双向引流，面向人民生命健康，通过电商销售平台，解决生态绿色农产品上行难题，助力乡村产业振兴。

国家正处于百年未有之变局的大好时代，农村互联网市场近年来得到极大的繁荣发展，促进了广大农村脱贫致富，为国家早日实现乡村振兴奠定了基础。我们抓住了这一时代发展契机，摆脱了传统渠道束缚，通过科学布局电商发展，实现了企业整体营业额的快速增长，同时也积极探索云端植保技术推广模式。互联网农业这片蓝海，我们脚踏实地，仰望星空！“e路”有你，“亿路”芬芳！