

新业态激活县域经济新动能 即时零售牵手“本地尖货”走出去、卖得好

文/图 羊城晚报记者 沈钊

在广州增城，本地地产、本地畅销的增城迟菜心赶在冬至前上市，通过即时零售拓展新的销售渠道，一米高的迟菜心只取最甜的20厘米卖给消费者，其他部位加工成菜干、菜酱，实现整颗迟菜心经济价值的提升；在肇庆高要，手掌长的罗氏沼虾是广东美食圈的“顶流”，如今通过即时零售对接上广深大市场，不但走出去，还卖出名，新平台的供应链体系，也倒逼着肇庆传统水产行业进行标准化、产业化发展……

近年来，广东深入实施乡村振兴战略，取得积极成效。但是，广东城乡区域发展仍然不平衡不充分，实现高质量发展的突出短板在县、薄弱环节在镇、最艰巨最繁重的任务依然在农村。为破解这些难题，加快把县镇村发展的短板转化为高质量发展的“潜力板”，省委十三届二次全会和全省高质量发展大会不断强调突出县域振兴，实施“百县千镇万村高质量发展工程”。

锚定“走在前列”的总目标，广东各地正营造起比学赶超的良好氛围，各出奇招激发县域经济活力，你追我赶奋力开创广东“三农”工作和城乡区域协调发展新局面，加快把短板变为潜力板。而粤字号农产品借助即时零售等新模式覆盖本地年轻消费者，帮助农产品拓宽销售半径，助力县域农产品强品牌、拓收入，其中的经验对推动广东特色产业实现可持续发展、高质量发展具有借鉴意义。



广州市增城区小楼镇江坳村迟菜心产地

“本地尖货”迟菜心从基地直连餐桌

冬季，清晨，增城小楼镇，当地的菜农早早下田采收迟菜心。采下来的迟菜心，经过分拣、切割、打包等工序，通过美团小象超市，最快30分钟送达用户手中，最终变成广州人冬日餐桌上特有的一道“鲜甜”。

迟菜心是当地独特的自然环境孕育的“菜王”。它根茎粗壮、纤维少、皮脆无渣、味道清甜，是老广心目中地道的“本地尖货”。在增城当地，迟菜心的规模化种植面积达到6万亩，入选“粤字号”国家区域公用品牌、全国名特优新农产品。

不过，在本世纪初，增城迟菜心还是“养在深闺人未识”。十五年前，大学毕业的张文彬放弃原本稳定的工作，毅然返乡增城区小楼镇种迟菜心，从最初东奔西跑的一名“菜贩子”，逐渐发展成增城当地菜心“龙头”企业的负责人。

“要让农民‘因农而富’，达到

共同致富的目标，就必须把农产品的价格品质做起来。”张文彬接受采访时表示，增城迟菜心的商机在于发现了“最鲜嫩的20厘米菜苔”，这在很大程度上提升了迟菜心的经济价值。

“很多中高档酒楼，使用的菜心食材是中间最嫩的菜苔部分，那我们干脆提供菜心采收、加工、包装一条龙服务，其他部位加工成菜干、菜酱，提升菜心附加值，实现整颗迟菜心经济价值的提升。”

逐渐“名声在外”的增城迟菜心也引来了互联网和生鲜电商平台的合作。正值冬日里的第一批“增城迟菜心”上市之际，通过美团小象超市，菜心最快30分钟送达用户手中。张文彬认为，时代在发展，增城迟菜心也逐渐依托本地尖货的农产品品牌优势，借助“互联网+”的力量，走上了产业发展的快车道。

据美团小象超市蔬菜采购工作人员介绍，增城迟菜心是该平台重点打造的广州“本地尖货”，通过品质把控、供应链建设、线上推广等资源倾斜，帮助本地特色农产品擦亮品牌名片，确保本地消费者尝到“第一口鲜”。

“数据显示，小象超市从11月底上线了产自增城区小楼镇的正宗增城迟菜心，短短两周时间内，单日商品销量超20倍增长，本地尖货深受本地消费者喜爱。”该工作人员告诉记者，广东消费者对鲜的要求更为极致，这对源头农产品品质、冷链运输以及配送履约能力提出了更高的要求。小象超市30分钟快送服务，比其他线上方式更快更稳更便利，基地直连餐桌，满足广州人足不出户，吃到即采即发“新鲜”迟菜心的需求。



新上市的高要罗氏虾

即时零售助力县域兴产业活经济

类似的变化也正发生在肇庆罗氏沼虾产业上。肇庆市高要区莲塘镇荔枝村的“稻虾共作”基地出品的手掌长的罗氏沼虾，在广东可是美食圈的“顶流”，甚至比小龙虾还火。肇庆高要对罗氏虾的养殖始于上世纪80年代末，是“中国罗氏沼虾之乡”，30多年的发展过程中，当地已经建成集罗氏沼虾种苗生产、成虾养殖、流通加工等一体的全产业链，全区罗氏沼虾年产值超32亿元。高要罗氏沼虾是广东省名特优农产品品牌、粤字号农产品以及全国著名水产品品牌，养殖罗氏虾已经成为高要广大农户增收致富的重要途径之一。

就在高要百余公里外的广州，罗氏虾有避风塘煎炸、芥末炒、紫苏炒、啫啫、蒜蓉蒸等“十只手指都数唔晒”的烹饪方式。美团数据显示，广州是堂食和外卖罗氏虾销售量第一的城市。

过去，鲜活的肇庆罗氏虾通过

冷链物流被转运到各地的水产市场，再流转至各个菜市场，最后才会来到消费者家中。而今，广州、深圳、佛山等地的消费者能够通过更加便捷的方式吃到更新鲜的罗氏虾：在手机上下单，30分钟内，“壳薄、肉肥、膏满”的肇庆罗氏虾就能送到市民的餐桌上。

这种变化的发生，是即时零售加入“百千万工程”后带来的新发展机遇。今年5月，美团和肇庆高要区就罗氏虾产品达成合作，双方将共同建设“本地尖货源头直采”基地，通过“30分钟送达”的供应链体系连接供需，推动传统水产行业的标准化、产业化发展，让本地罗氏虾得以对接上广深大市场，助力本地“尖货”走出去，卖出名，卖得好。

一只罗氏虾，反映的是农业现代化建设进程，连接的是市场需求和生产供给两端。中央财经大学中国互联网经济研究院副院长、教授欧阳日辉认为，本地尖货农产品入驻即时零售平台，将会进一步拓展本地尖货农产品的品牌认知度；通过即时零售的数字化能力，需求确定性提高，商品信息交换速度加快，进一步指导农产品生产和分配，最终提升消费者的消费体验。

近年来，广东大手笔打造岭南特色现代农业产业体系，兴一个产业、活一片经济、富一方群众。而美团的“本地尖货”项目，正是在地方政府指导下，通过产地直采、批量采购、流量扶持等方式，为本地特色商品拓展销量、扩大影响力。目前，北京密云水库鱼、庞各庄西瓜；上海南汇8424西瓜；广州南沙的新垦莲藕、番石榴、从化砂糖橘等多地特色农产品均已纳入美团“本地尖货”，产品销量及品牌知名度均有所提升。