

# “三农”决策要参

2021年第13期（总第372期）

清华大学 中国农村研究院

2021年7月1日

## 探索“亲农在线”惠农服务新模式 走出山区县共同富裕新路子

**内容摘要：**数字化改革是助力山区县实现高质量跨越发展的重大契机，也是促进农民增收、实现乡村振兴、推进共同富裕的重要手段。浙江省台州市仙居县精准聚焦山区群众面临的“技术指导难、现场办事难、融资担保难、风险防控难、农产品销售难、农民增收难”等问题，探索“亲农在线”惠农服务新模式，利用数字化新服务实现小农户“富起来”，乡村产业“兴起来”，走出了一条以数字驱动实现山区群众共同富裕的新路子。

**关键词：**亲农在线 共同富裕 数字化改革 仙居县

习近平总书记指出：“产业兴旺，是解决农村一切问题的前提。”杨梅产业既是浙江的第二大水果产业，也是仙居县农业的主导产业，更是重要的富民产业，在推进农村产业兴旺和农民增收中发挥了重要作用。仙居县精准聚焦“杨梅全链路数字化变革”，持续迭代升级“亲农在线”大场景应用，探索出促进乡村产业振兴和农民共同富裕的新路径。

## 一、探索“亲农在线”惠农服务新模式的背景

1. 生产端存在“管理水平粗放、组织化程度低、技术指导推广难、风险防控难”的问题。仙居有梅农近 10 万人，其中 96%以上为散户，89%以上为中老年人，存在数字鸿沟和技术障碍，亟需改变传统梅农在病虫害防治、浇水施肥、剪枝梳果、采摘销售等方面“凭经验种植、凭感觉施肥、靠天气收成”的粗放生产方式、思维方式和管理模式。同时，由于杨梅是鲜果，不易储存，采摘又恰逢“梅雨”季，容易受恶劣天气影响，亟需通过“智慧气象”精准服务和“气象指数”保险，解决梅农在生产、销售方面的后顾之忧，破解杨梅“增产不增收、风险防控难”的问题。

2. 服务端存在“现场办事难、补贴申领烦和贷款抵押难”的问题。杨梅大多分布在山地丘陵地带，仙居梅农也大多居住在交通不便的山区乡镇，广大散户梅农对办理融资贷款、补贴申领和杨梅开票、授权认证等高频事项有强烈需求，对扩大大棚栽培、投资冷库贮藏和加快果园配套建设关注度都较高，梅农面临的“开票难、补贴申领烦和贷款难、抵押难”等问题亟待解决。

3. 销售端存在“渠道单一、商品化处理难和市场拓展难”的问题。仙居杨梅销售仍以单家独户闯市场的模式为主，缺乏统一组织生产、统一标准、统一销售的经营组织和平台，而广大散户梅农缺少市场开拓能力和竞争力，商品化处理能力薄弱。因此，亟需通过数字赋能，打通梅农“山头直达桌头”的堵点，建立“千家万户小梅农”对接“千变万化大市场”的数字服务平台，重塑流通和产销新体系，破解广大散户梅农“销售难”的困境。

4. 治理端存在“质量监管难、信息不对称和服务碎片化”的问题。传统的政府监管模式很难对广大散户梅农进行高效有序地精密智控，导致难以从源头上监管杨梅质量。涉农部门之间、政府和银行机构、保险机构、农业企业、农资企业、电商平台之间数据不共享、资源不整合、信息不对称、服务碎片化，难以实现生产链、供应链、销售链以及价值链的要素链接、无缝融合和高效协同，亟需改变传统的低效、无序、分割、分散的农业产业运营模式。

## 二、“亲农在线”惠农服务新模式的主要做法

1. 搭建杨梅产业全周期“数据链”。仙居以“杨梅产业”为切入点，积极探索大数据对杨梅产业全方位、全角度、全链条的发展路径，实现“数据一网归集、产业一图管控、主体一码赋能”。一是建立杨梅“数据库”。运用大数据、地理信息等技术，整合县农业农村局、县税务局、县涉农保险公司、县气象局等 12 个数源单位的数据信息，对全县 5173 块杨梅产业小班图进行按村分类、逐块编号，构建杨梅产业“一张图”和数据分析“驾驶舱”，建立杨梅大数据中

心。宏观上，对近年来杨梅产业的发展进行分析；微观上，对梅农的基本情况、种植情况、销售情况、服务情况等进行精准“画像”分析，为政府决策、专农研判、梅农生产、终端消费提供有力的数据支撑。二是开发配套“亲农码”。基于“浙农码”端口，创新应用“亲农码”，实行“一农一码、一品一码”，建立农产品质量追溯体系和“亲农码”三色（红—黄—蓝）信用体系，用大数据给农户和农产品的“亲农码”画像，实现“一码查信、一码溯源”。

2. 搭建“政银保”惠农“服务链”。仙居以“杨梅全链路数字化”改造为突破口，打破涉农部门、金融机构和保险机构对小农户“碎片化”服务的堵点，打通政府部门之间、政府与社会之间的“数据壁垒”，实现“事项一掌通办、服务一站覆盖、管理一屏掌控”。一是搭建线上服务平台。精准聚焦“杨梅产业一件事”，开发“我要开票、我要项目、我要贷款、我要保险、我要检测、我要补贴、我要技术、我要认证、我要销售、我要服务”等12项线上高频应用场景，将全县20多个涉农部门政策、业务、服务、平台都整合到“亲农在线”一个平台内，搭建起全县统一的“惠农服务数字平台”，组合多元业务构建“生产购销全环节、产业主体全覆盖、综合服务全方位”的杨梅产业惠农服务新模式，为梅农提供杨梅“生产、加工、保险、贷款、销售”的全链路数字化服务。二是搭建“数字银保”惠农服务平台。激活农业农村大数据资源，为金融机构、保险机构开放各类“三农”数据接口，支持金融机构、保险机构通过大数据、区块链等技术，建立信贷风险模型和客户白名单制度，创新推出线

上数字化网贷产品和保险服务产品，农户可在线申请办理“基金、理财、保险、大额存单、普惠贷款”等金融产品，为山区县农民提供现代普惠融资服务。如农商行在“亲农在线”平台上推出“杨梅贷”产品、工商银行针对不同服务对象和客群推出“村社 e 贷”“农户 e 贷”“农机 e 贷”等产品。财产保险公司专门针对梅农推出在线参保和一键报案，减少农户多头跑、多次跑。

3. 搭建“电商商”合力助农“产销链”。仙居以“亲农在线”为平台，联通小农户与电商平台、企业和商家等大市场，打通小农户生产端、物流端以及销售端之间的堵点，实现高效产销对接。一是打造生产端，即时感知全市场信息。小农户通过“亲农在线”平台可享受“远程诊断、气象服务、杨梅优选、统防统治、掌上开票、我要检测”等 4 类 10 多项在线服务，畅通了小农户与涉农部门、种植专家、农服企业、市场终端之间的数据对接，通过数据分析指导梅农在种植作业过程中进行精确施肥、用药、用水等，精准开展生产服务，提高产品品质。二是打造销售端，合力共建产销平台。建立杨梅线上分销平台，建设杨梅综合交易市场，搭建杨梅线上电商数据分析系统与杨梅用户反馈系统，重点分析用户和市场需求的变化及趋势，为电商销售提供参考意见，实现销售自主、产品互通、数据共享。启动“村播计划”，开展百名村播达人培育行动，重点从流量倾斜、技术培训、运营协助等方面，进行主播培训、技术指导、物流服务、直播基地打造等全方位指导。整合网上农博、邮掌柜、康祥·小田埂、巾帼商城、融 E 购等农村电商平台，积极与阿里巴

巴、京东、拼多多等电商平台合作，打造“梅农+电商+社交平台”的运营模式，引领梅农从果园走进直播间，实现杨梅采摘、销售、检测、包装、运输全过程直播。将消费端分散、不确定的需求，归集成集中、确定的需求，推动农产品产地直发，帮助小农户直连全国大市场，实现农产品从田间直达餐桌。

### 三、“亲农在线”惠农服务新模式的初步成效

1. 让杨梅产业既有“质”又有“量”。改变了传统杨梅产业“靠天吃饭”的粗放生产方式，数据成了新农资，手机成了新农具，实现了杨梅生产从“粗放化”向“精准化”模式的转变。如今年通过智能大棚建设，梅农靠“数”生产，杨梅的产量、质量和品质明显提升，产量提高30%，成熟期提前近半个月，减少了由于刮风降雨造成的落果损失，显著提高了商品果率，仅荸荠种小杨梅的售价从原先的4元/斤飙升至40元/斤，预计亩产可增收近1000斤。

2. 让千家万户小梅农既有“幸福感”又有“获得感”。改变了传统梅农既忙又累又穷的生存状态，以及孤立无助、销售无门、贷款无路的办事窘境，让千家万户小梅农共享数字红利，共享办事便利。如通过“亲农在线”平台，广大梅农纷纷做起了直播，企业直接在平台下单、开票，既拓宽了梅农线上销售的渠道，也帮助企业买到放心的农产品，实现了开票、报账、物流全链可查。去年仅阿里巴巴平台销售额就达1亿元，直接带动农民人均增收8500元，同比增长23.8%。“杨梅贷”让广大散户梅农无需担心“抵押难、贷款难和利率高”，线上直接就可申请“杨梅贷”产品，随借随还，无须

担保和抵押，直接授信，最高可贷 50 万元，且利率低（年利率仅为 4.35%，一般年利率为 5.6%），仅一项就可为梅农降低利息支出 625 万元。

3. 让政府和社会既有“为”又有“效”。改变了助力乡村产业振兴政府“唱主角”，企业、社会、金融“靠边站”的治理格局，以“数”聚力，用“数”创新，让政府部门工作更高效、更有序，让企业、金融和社会合力参与到“数字农业”这一未来潜在大市场中，提升了产业运营效率，优化了资源配置。如通过税务的“掌上开票”功能，产生了数据的叠变和裂变，串联起了金融机构、保险机构和广大中小企业，既为广大梅农降低了往返开票、邮寄发票的时间成本和纸质成本（已为 2000 家农户开具 8171 张增值税电子普通发票，开票金额达 1.17 亿元），也为政府部门降低了办税成本（精减率达 100%，时长压缩 95%，满意率 100%），破解了征管漏洞，最大的价值是发挥了数据的“大汇聚、全打通、深应用”功能，直接催生了金融、保险、企业之间的变革和创新。

#### 四、几点启示

1. 创新了“小农户融入现代农业”的有效衔接机制。“亲农在线”就是通过数据驱动将千家万户分散的小农户数据精准收集、共享联动起来，将“政银企商专”五个方面的资源平台链接起来，让农民从分散、孤立的生产主体升级为现代农业数字产业链的一部分，成为“数字农民”，畅通了小农户与涉农部门、金融机构、物流企业、市场终端和消费者之间的数据对接、信息连接，有效破解了小农户

与“数字农业”脱节的问题，用数字新技术解决了农民组织化程度“难提高”的问题，实现了对小农户生产性服务从“碎片化”向“精准化”的转变。此项创新对全国2.2亿户的小农户来说具有普遍的推广意义和参考价值。

2. 创新了“小农户融入大市场”的产销互动对接机制。“亲农在线”搭建的“产—供—销”一体化互动平台，创新的“直销”模式，通过强大的供应链聚合能力解决了农业末端的难题，打破了中国传统小农“小散乱”的产销模式，打破了农产品供应无法有效对接市场需求的壁垒，打通了生产端和消费端的堵点，打通了农产品从田间到餐桌的“最后一公里”，有效破解了农业“小散弱”与大市场之间的矛盾，也有效解决了农产品“销售难”的问题。再加上“互联网+各类电商平台+金融机构+物流企业”的加盟和联合，实现了农业供应链端和销售端数字化的升级，也实现了农民由农产品单一“生产者”向“产销者”的转化。

3. 创新了“小农码嫁接大功能”的信用贷款机制。将“亲农码”与农户（自然人）作为市场主体的信用挂勾，纳入征管范围，化“代开”为“自开”，既还权于纳税人，也还责于纳税人。将“亲农码”产生的农户投资、生产、经营、开票等销售信息及时与金融机构互联共享，作为金融机构授信给农户的重要依据，既创新了金融产品，也破解了农民“融资难、贷款难”的问题。特别是将“亲农码”嫁接到“小发票”，让本地特色的农产品、旅游产品、扶贫产品通过一张张“小发票”流通起来、宣传起来、互动起来，既帮助

山区农民把农产品“卖出去”，也方便消费者实现“一码溯源、一码游乡村、一码参与乡村扶贫”，带动了乡村振兴。

浙江省台州市仙居县委改革办课题组

报告执笔人：徐巧玲



## 清华大学 中国农村研究院

---

地址：北京·清华大学公共管理学院 612 室（邮编 100084）

电话：86-10-6277 3526

传真：86-10-6279 6949

电子邮箱：[cirs@mail.tsinghua.edu.cn](mailto:cirs@mail.tsinghua.edu.cn)

网址：<http://www.cirs.tsinghua.edu.cn>



欢迎关注清华大学

中国农村研究院官方微信

( 使用本文需征得清华大学中国农村研究院同意 )