

埃塞俄比亚咖啡在中国热卖

向非洲国家分享中国电商发展经验

一杯咖啡里的数字减贫

本报记者 叶子

一筐埃塞俄比亚的高山咖啡豆，经由海外仓转运至国内，经过严格加工，变成当下最受欢迎的挂耳咖啡，再配上令人耳目一新的外包装——中国电商平台，这款埃塞俄比亚咖啡受到消费者喜爱，在直播间里，一晚上销量近2万盒。

案例发布会上，阿里巴巴集团公共事务总裁闻佳介绍，她目前担任着金砖国家女性工商联盟中方理事。在理事工作中她发现，非洲女性肩负着农业生产的重任，比如在埃塞俄比亚，大部分咖啡种植工作由女性承担，但直接销售咖啡豆的收入非常少，很难帮助提升家庭的生活水平。

“在中国的乡村，我们一直致力于用平台和数字化的能力，助力产业发展。从最早通过互联网帮农民卖农产品，到今天拓展到产品、品牌、营销、供应链、管理、技术和人才等方面，我们从消费者的需求出发，连接产地，帮助农户、企业以及乡村创业者。”闻佳想到，这些数字技术助力中国乡村振兴的经验，能不能推广到非洲去呢？

一杯咖啡里的减贫故事就这样开始了。阿里数字乡村为埃塞俄比亚咖啡打造了全新包装与品牌故事，优化了供应链及线上线下营销规划，助力非洲特色产品数字化升级。

“市场上的咖啡有很多种，我们思考的是如何才能体现来自非洲和手工种植这两个特点。”咖啡的包装设计负责人表示，他们将种植、采摘、挑选、水洗、烘焙这5个环节，绘制成不同的漫画，采用非洲当地配色和风格，表达埃塞俄比亚高山咖啡的质感，让消费者在打开购买页面时，通过对包装的第一印象，就能感受到非洲纯手工咖啡的特征。

远在埃塞俄比亚的咖啡种植者想不到，咖啡豆卖出了3倍价格。新增的收入，可以用来购买牛奶、洁净的饮用水，支付孩子的学费……而对于中国消费者来说，由于省去了中间环节，这款咖啡仍然比市面同等品质的咖啡更便宜。去年，这款咖啡在进博会上亮相，还参加了中国电商“双11”活动。目前，这种模式正在向更多国家、更多领域、更多产品推广。

培养电商发展人才

埃塞俄比亚挂耳咖啡的故事，是数字乡村的非洲实践。在中国大地上，这样

近日召开的世界互联网大会上，2023年“携手构建网络空间命运共同体精品案例”发布。

其中，“阿里巴巴数字乡村携手联合国国际贸易中心助力非洲发展中国家数字减贫”项目入选。

字减贫”项目入选。

数字化助力乡村振兴的中国经验在非洲如何推广？项目是怎样体现携手构建网络空间命运共同体这个主题的？这个故事，可以从一杯咖啡说起。



在湖南省长沙市举行的第三届中国—非洲经贸博览会上，参展商阿尔弗莱德·安托尼介绍埃塞俄比亚咖啡。

的故事更是不胜枚举。自2014年起，阿里巴巴就致力于助推中国农村发展，并提炼出一系列乡村振兴的数字化方案——加强乡村价值品牌化，让家乡优质特产“有名有姓”；用互联网助力农文旅融合，让“绿水青山”成为“金山银山”；用数字化畅通产销供应链，打通农产品上行之路；促进乡村就业创业，培养产业发展人才……

联合国国际贸易中心同样关注乡村

发展。自1964年在日内瓦成立以来，机构就致力于通过贸易、投资促进和能力建设，支持发展中国家中小企业，推动发展中国家实现可持续发展。在案例发布会上，联合国国际贸易中心高级贸易促进顾问罗伯·科尔曼表示：“我们与阿里巴巴展开合作，希望把中国助力乡村振兴的经验，推广到更多非洲发展中国家。”

2022年6月，项目组织“中国市场营销定位能力建设网络研讨会”，为包括非

洲国家在内的约50个来自发展中国家的中小企业进行业务分享。农产品如何通过品牌升级，获得更大知名度、拓宽市场？中国消费者有哪些新的消费习惯？包装设计如何做得更吸引人？培训内容还包括中国消费市场发展、消费者洞察、农产品升级趋势等，旨在帮助更多非洲创业者学习如何在中国市场做电商，打造特色农产品品牌。

“这是我们首次了解到中国消费品

市场的发展趋势，培训内容非常精彩。”一位来自乌干达的企业主在参与培训后反馈说，中国具有超大规模市场的需求优势，希望未来有更多这样的培训课程，让他们积累更多农产品线上营销的经验，更好地学习把产品卖到中国。

创新发展，离不开人才。目前，已有超过250家非洲企业上线阿里巴巴国际站。罗伯·科尔曼表示，这一合作模式取得了可喜的成果，希望合作可以持续，让更多非洲国家从中国乡村振兴的实践经验中受益。

促进更多合作交流

发展好、运用好、治理好互联网，让互联网更好造福人类，是国际社会的共同责任。除了帮助打造产品、进行人员培训，项目还推动国际政企交流，进一步扩大合作。在双方努力下，项目链接平台企业与非洲国家政府，通过举办大使座谈会、推荐非洲商品参加进博会等方式，帮助非洲中小企业。

2022年8月，项目发起非洲大使座谈会，与来自毛里求斯、莫桑比克、马达加斯加、埃塞俄比亚、肯尼亚、赞比亚、卢旺达、尼日利亚等8个非洲国家驻华大使及官员，一起交流数字化助力乡村振兴的经验，共同为非洲中小企业、农业企业制定培训计划，促进本地电子商务发展。第五届进博会上，阿里数字乡村携手联合国国际贸易中心，在虹桥国际经济论坛“数字经济开放与治理”分论坛中，分享了《数字经济助力乡村振兴的中国经验》。

“如今，互联网、大数据、人工智能等现代信息技术不断取得突破，数字经济蓬勃发展，推动构建网络空间命运共同体，各方应携手走出一条资源共享、数字经济活力迸发的路。”闻佳表示，下一步，项目将继续深化合作，通过分享中国经验、配合数字化能力输出，探索可持续的非洲特色产品合作模式，帮助更多非洲中小企业形成产品发展力、完善商业模式、实现梦想。

联合国国际贸易中心执行主任帕米拉·科克·汉密尔顿表示，发展电子商务是中小企业实现增长的重要渠道，然而放眼全球，还有许多国家并未连接到数字世界。“我很开心地看到，项目为非洲发展中国家提供了新的发展机会。数字经济是中国提出的全球发展倡议所确立的八大重点合作领域之一，我们的合作只是一个开始，为实现联合国可持续发展目标，未来还有广阔空间。”

前三季度长三角地区新能源汽车产量超260万辆

据新华社电（记者王永前、周蕊、高亢）今年前三季度，长三角地区新能源汽车产量超过260万辆，这意味着不到10秒，就有一辆新能源汽车在长三角走下产线。

中国汽车工业协会的数据显示，今年前三季度，中国新能源汽车出口82.5万辆，同比增长1.1倍。上海海关的数据显示，上海关区前三季度出口电动载人汽车超42万辆，同比增长47.57%。

当前，新能源汽车产业链在长三角逐步集聚、快速发展。前三季度，上海、江苏、浙江、安徽新能源汽车产量分别达到91.5万辆、70.5万辆、41.8万辆和60.6万辆，在全国同期产量中的占比超四成。

在长三角的“造车版图”中，分工合作的格局加速形成：在上海进行新能源汽车的设计，并为这辆车提供芯片、软件等“车辆大脑”；在安徽桐城，堪称“汽车心脏”的动力电池产量逐步提升；在江苏南京，新能源汽车完成组装、走下产线；在浙江永康，对车内的智能软件进行测试……

产量快速增长的同时，长三角逐步形成了新能源汽车的“4小时产业圈”，一辆新能源车从硬件到软件、从设计到生产，都可以在“包邮区”内完成。

在此前举行的长三角一体化发展高层论坛上，长三角勾勒出一个个新目标：打造世界级新能源汽车产业集群。

“以上海为代表的长三角地区，汽车制造业基础雄厚、创新研发人才集聚、信息技术发达，再加上充电设施日益完善、应用场景不断扩展，这些都为打造新能源汽车产业集群奠定了良好基础。”中国汽车工业协会副总工程师许海东说。

有线电视终端系统应默认“开机进入全屏直播”

据新华社电（记者王鹏）国家广播电视总局日前发布了《有线电视业务技术要求》等三项广播电视和网络视听行业标准的通知，要求有线电视终端应提供“开机进入全屏直播”和“开机进入突出直播频道的交互主页”两种“开机模式”选项，系统默认设置应为“开机进入全屏直播”。

根据相关通知，有线电视智能机顶盒开机过程所需时间应不大于35秒。有线电视运营机构在提供直播频道和时移电视、频道回看、视频点播等有线电视业务时，应确保界面简洁友好、操作方便快捷、节目优质传输。

相关通知对互联网电视终端接入可正常使用带宽不低于100Mbps的情况下，节目播放响应时间作出规定。要求点播节目从点击节目播放至出现第一帧的响应时间宜小于2秒，应不大于3.5秒；节目暂停/播放、快进、快退等操作响应时间宜小于2秒，应不大于3.5秒；退出节目播放返回播放前页面的响应时间应小于1秒。

快递投到村 农货好出门



在江苏省连云港市海州区新坝镇沙杭村，工作人员投放快递包裹。

农村物流是连接城乡生产和消费的重要纽带，对满足农村群众生产生活需要、释放农村消费潜力、促进乡村振兴具有重要意义。抱团发展共同配送、建立站点方便寄递、整合资源降低成本……日前，记者走访湖北当阳、广西梧州、安徽青阳三地，探访当地如何完善快递物流配送体系，带动村民增收致富。

快递公司抱团发展 统一分拣运到村

走进湖北省当阳市农村寄递物流公共配送中心，各快递公司物流公司的厂房依次排列，智能分拣线有条不紊地分拣各类包裹。

“1小时分拣2万多件快递，效率比人工分拣提高了3倍。”配送中心负责人郭小东伸手指，说：“这些包裹每天早上6点半进港，经过3小时智能分拣，当天就能送到村里。”

郭小东说，过去，快递进村物流配送成本高、时效慢、末端经营压力大。部分经营人员反映，农村地区业务分散，难以支撑快递公司长远发展。

2021年，当阳市设立邮政管理局，鼓励快递公司抱团发展、降本增效。圆通、申通、极兔、中通、韵达等5家快递企业合伙成立湖北海纳通供应链管理公司，当阳市邮政管理局联合镇（街道）、乡村振兴和相关职能部门，建成1.2万平方米的当阳市农村寄递物流公共配送中心。

2022年8月，新成立的海纳通公司入驻农村寄递物流公共配送中心，几家合伙企业共享场地、设备、车辆、系统等资源，所有快递统一分拣、运送到村。“和过去相比，每票包裹成本降低了0.15元。公司现在日均派件6万单，月综合成本可降低27万元。”郭小东说。

当阳市邮政管理局局长柴伟介绍，目前，全市156个行政村已实现“快递进村”业务全覆盖；今年前三季度，全市快递业务总量达4108.72万件，比去年同期多出近410万件。

清早，当阳市坝陵街道苏河村村民乔芬来到

该村农村寄递物流综合服务站，领取快递并购买了酱油、土豆等生活物资。综合服务站占地800平方米，整合了快递物流、商品销售等便民服务。

“原价16元，打完折14.6元。”乔芬说，今年3月，村里成立供销社，她报名成为社员，购买商品时享受会员价。细看标价牌，一桶泡面4.5元，会员价4元；一袋40千克的复合肥料售价220元，会员价115元。

“通过整合寄递物流体系、商贸流通体系和供销体系，我们让农资等商品直达村内，没有了区域代理等‘中间商’赚差价。”柴伟说。

村民得实惠，村集体也能实现增收。苏河村党总支书记罗江洪介绍，目前，村集体在供销社占股57%，按照目前运营情况估算，一年预计可增收12万余元。

吸引邮政企业入驻 建立综合服务站

从县到乡再到村，打通“最后一公里”寄递网络，提升末端服务质量对于乡村发展具有重要意义。在广西壮族自治区梧州市龙圩区共配中心，不同品牌快递公司统一在此处理快递，进港车辆经过人工卸货后，来自各地的快递包裹通过自动化分拣机有条不紊地进行分拣，传送带以3米/秒的速度高效精准地将各镇的快递分拣出来。通过寄递网络，六堡茶等农产品得以顺利出村，诸多工业品也得以进村。

梧州市苍梧县邮政分公司副总经理陈国勇告诉记者，该共配中心每天有200到300票快递是获得国家地理标志产品认定的当地特产——六堡茶。曾经，地处六堡茶核心产区的苍梧县六堡镇塘平村，由于村里各户采茶时间不一致，批发商来收茶时茶叶不能形成大批规模化供给，一度出现“收茶没茶卖，有茶卖不出”的现象。

过去，也有不少茶农尝试网络销售，但塘平村距离镇上8.7公里，农村寄递物流体系不完善，只能到镇上寄递，一来一回就要半天工夫。

“我们塘平村家家户有茶，但因为寄东西不方便，很多人都不愿意做电商，大部分只能以每斤不到10元的单价卖青茶给批发商，或者以每斤40—50元的单价卖六堡茶给经销商。”塘平村茶农廖位文说。

今年5月，梧州市邮政管理局在了解到塘平村的情况后，积极引导邮政企业率先设点入驻，成立多功能综合便民服务站，配备快递货架、秤、出库机，叠加收寄业务，成为该镇第一个设备功能齐全的综合便民服务站。

为方便村民寄递，综合便民服务站还成立揽收小分队，专门负责六堡茶项目的上门揽收，快递员每天到综合便民服务站进行收投，为百姓提供更方便快捷的邮政服务，并且对寄递客户开展优惠购活动。

“以前只能赚点辛苦钱，现在普通六堡茶每斤基本都能卖到80—90元，质量上乘的六堡茶能卖到300—500元。”廖位文说，“我们还能根据客户需求定量制作茶叶，想什么时候寄就什么时候寄，方

便又快捷，算下来每户每月能多挣1000多元！”

“我们强化部门协作，建立‘推进梧州市邮政快递业高质量发展局际联席会议制度’，充分发挥农业农村局在农产品推广上的优势，交通运输局在交通运输上的优势，供销社在场地和推广能力方面的优势，商务部门在电商方面的优势，更好服务乡村发展。”梧州市邮政管理局局长龙军说。

整合仓储资源融合 降低物流配送成本

一只农家土鸡从养殖基地走向城市家庭餐桌，需要多长时间？

答案是一天。放入冰袋、粘好胶带、贴上标签……在位于安徽省池州市青阳县杨田镇的乡村振兴创业园内，九华礼农业科技有限公司的工人正将速冻的皖南土鸡打包装箱。下午2点，这些土鸡就被装上货车，送往全国各地。

公司负责人周玉吉介绍，得益于物流渠道的畅通，九华礼的农产品目前已经实现了最快24小时内配送至全国80%地区的家庭餐桌，“消费者上午下单，下午发货，第二天就能吃上我们的土鸡。”2022年，该公司经营的皖南土鸡、九华黄精等特色农产品，销售总额达到7300万元，带动当地群众稳定增收。

为让更多优质农产品搭上电商“快车”，杨田镇打造了集农耕文化展示、农特产品展销、电商销售、仓储服务于一体的乡村振兴创业园。园区依托“企业（电商）+合作社+农户”抱团合作的产业发展模式，引入农特产品企业和电商企业60余家。

“在创业园内，入驻企业可以现场直播带货，隔壁就是企业自己的驻点和集成式仓库以及物流中心，从接单到发货都十分方便。”青阳县科技经济信息局相关负责人介绍。

在位于青阳火车站的青阳物流集散中心，琦茜运输有限公司总经理朱前进正在安排工人将数百箱土鸡蛋装上货车，这些鸡蛋将在当天晚上抵达苏州的一家大型商超。

为整合仓储资源融合，降低物流配送成本，青阳县利用汽车站闲置站房等资源，投资400余万元改造建成青阳县物流集散中心，入驻物流企业70余家、快递公司5家，货物吞吐量达2000余吨。“抱团发展下，通过快递统仓共配，合理设置物流配送点，平均降低配送成本约30%。”青阳县交通运输局局长吴根发说。

如何打通物流进村的“最后一公里”？吴根发介绍，青阳县目前已建立乡镇综合服务站3个、村级综合服务站147个，实现了农村物流服务站村级全覆盖。家住青阳县乔木乡金山村的张海林，过去只能骑车4公里去乡里拿快递，“现在村里有了快递点，家门口就能拿！”

同时，青阳县整合全县39条乡村公交线路和147个快递服务网点，开通6条客货邮合作线路，利用客流量较少的班线运送快递，每个班线月新增营收2000余元。（王涛、陈昕参与采访）

本报记者 强郁文 祝佳祺 罗阳奇