

中国经验贡献全球农业发展和农村减贫 研究报告

——以阿里巴巴“亩产一千美金”为例

商务部国际贸易经济合作研究院

2020年12月

找报告，上“数据理河”

微信小程序、知识星球、www.bj-xinghe.com、微信群（18610100296）同步分享更新

专家点评“亩产一千美金计划”

阿里巴巴“亩产一千美金”助农计划依托大数据力量，帮助农产品在生产、加工、存储、销售、溯源等环节实现标准化、品牌化、规模化，打造了完整的农产品价值链，整体带动和提升我国农业农村现代化发展。

当前全球可持续发展目标尚未如期实现，探讨转化“亩产一千美金”助农经验，促进数字农业在其他发展中国家的本地化发展，对未来全球经济增长和复苏，以及全球粮食安全，具有重要现实意义。

——北京大学国际关系学院教授，翟崑

私人部门的参与对推进国际发展合作进程至关重要。以中国为代表的发展中国家在互利共赢、平等互信等原则的指导下，注重发挥企业在国际发展合作的作用。

阿里巴巴集团“亩产一千美金”助农计划通过打造农产品供应链，解决特色农产品上行问题，具有扶贫和增收的示范效应。该探索将对全球农业发展和减贫、推动企业参与国际发展合作提供了良好的参考和标杆，为推动联合国可持续发展议程打开了新思路。

当然，任何发展实践探索都存在不同层面的挑战和风险，探索者需对此有所预备。

——中国农业大学国际发展与全球农业学院院长、人文与发展学院教授，徐秀丽

中国的减贫成就举世瞩目，以阿里巴巴“亩产一千美金”助农模式为代表的电商扶贫实践为中国的减贫事业做出积极贡献，并正在通过跨境电商的发展为越来越多的发展中国家带来普惠发展的经验和机遇。

本报告对“亩产一千美金”的中国经验做了全面深入立体的阐述，探索了这一模式直接为全球发展做出贡献的路径，并对该模式在其他发展中国家的可借鉴性做了专业客观的分析。

“亩产一千美金”利用数字技术、电子商务平台资源和公益帮扶综合举措，将处于市场边缘的小农带入农业产业价值链，直接对接大市场，并通过对价值链的整体打造大幅提升农业附加值，创造了农村地区市场化、可持续减贫的中国经验。

报告在案例分析基础上提出的“数字援助”和“价值链减贫”也是创新和丰富中国国际发展合作实践的有益思路。

——中国国际发展知识中心副主任，蒋希蘅

目录

引言.....	5
一、“亩产一千美金”的中国经验.....	11
(一) 提出背景.....	12
1. 数字农业发展和电商扶贫模式频获政策加码.....	12
2. “互联网+”奠定数字农业和农村电商的发展基础.....	14
3. 数字农业和农村电商发展困境犹存.....	14
(二) “亩产一千美金”实施路径.....	15
1. 依托大数据和数字化技术, 培育农业价值链.....	16
2. 首创“直播带货”新模式, 拓宽地域农产品销路.....	21
3. 培养新型职业农民, 有效突破人才瓶颈.....	25
4. 协同蚂蚁集团“接地气”式服务, 提升融资灵活性.....	27
(三) “亩产一千美金”实施成效.....	30
1. 当担全国一半农产品网络销售、“七成”电商扶贫重任.....	30
2. 促成国家级贫困县“摘帽”.....	32
3. 互联网助农脱贫成效受国内外关注和推广.....	34
4. 吸纳社会力量, 影响力升级扩大.....	35
(四) “亩产一千美金”模式总结.....	36
1. 以脱贫、致富和升级为核心.....	36
2. 以系统整合为方式.....	38
3. 以小农为扶持对象.....	39
二、“亩产一千美金”贡献全球的路径分析.....	41
(一) 先决条件.....	42
1. 鼓励性政策.....	42
2. 基础设施.....	44
3. 市场增长.....	44
(二) 合作领域.....	45
1. 消除贫困.....	46
2. 改善教育.....	48
3. 赋权女性.....	50

(三) 合作方式.....	51
1. 提供数字创新技术支持.....	51
2. 搭建跨国人力资本投资平台.....	53
3. 捐赠国际公益项目.....	54
(四) 机制保障.....	55
三、“亩产一千美金”对全球农业发展和农村减贫的启示.....	56
(一) “亩产一千美金”模式借鉴的可行性.....	57
1. 市场预期.....	57
2. 发展基础.....	58
3. 企业培育.....	59
(二) 对全球农业发展和农村减贫的启示.....	59
1. 建立新型公私伙伴关系.....	60
2. 注重系统化发展方案.....	61
3. 循序渐进推动发展.....	61
(三) 对中国国际发展合作的启示.....	62
1. 重视与私人部门的合作.....	62
2. 创新农业减贫援助方式.....	63
3. 增加数字经济援助.....	66

引言

可持续发展是当前全人类的共识。2015 年，由 193 个联合国成员共同通过的 2030 年可持续发展议程从经济、社会和环境三个维度综合提出 17 项可持续发展目标和 169 项目标，包括消除贫穷、实现零饥饿、促进体面工作和经济增长等普世性目标。

过去几年，全球可持续发展议程进展缓慢，早期收获较小，至今仍有约 7 亿人生活在极端贫困中，每天的生活费低于 1.90 美元，其中，近 80% 的全球极端贫困人口生活在农村地区，依靠农业为生，尤其是撒哈拉以南非洲、南亚和西亚地区等发展中国家的减贫工作任重道远。

放眼全球，中国对全球减贫贡献巨大。

改革开放以来，中国约 8 亿人口脱离了贫困，对全球减贫的贡献率超过 70%。¹

根据联合国的数据，中国是实现联合国千年发展目标的主要国家之一，中国的进步使得东亚地区的极端贫困率从 1990 年的 61% 大幅下降至 2015 年的 4%。

中国贫困人口从 2012 年底的 9899 万人减到 2019 年底的 551 万人，贫困发生率由 10.2% 降至 0.6%，连续 7 年每年减贫 1000 万人以上。²到 2020 年，中国现行标准下农村贫困人口将全部实现脱贫，提

¹ 人民网，对全球减贫贡献超过 70%，“中国奇迹”普惠世界
<http://world.people.com.cn/n/2015/1016/c1002-27703507.html>

² 新华社，习近平：在决战决胜脱贫攻坚座谈会上的讲话
http://www.gov.cn/xinwen/2020-03/06/content_5488175.htm

前 10 年实现联合国 2030 年可持续发展议程的减贫目标，将成为中国改革开放进程中又一座里程碑。

联合国秘书长古特雷斯表示，精准扶贫方略是帮助贫困人口、实现 2030 年可持续发展议程设定的宏伟目标的唯一途径，中国的经验可以为其他发展中国家提供有益借鉴。³

世界银行最新发布的《中国系统性国别诊断报告》称，中国在快速经济增长和减少贫困方面取得了“史无前例的成就”，这使范围广泛的改革成为可能。

农村扶贫是中国脱贫攻坚决胜的核心。几十年来，中国区域化的乡村振兴实践探索一直在进行，“三农”问题至今仍是探索脱贫和发展道路的重中之重。

中国十九大报告提出“乡村振兴战略”，指出“三农”问题是关系国计民生的根本性问题，必须始终把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重，并提出要坚持农业农村优先发展，加快推进农业农村现代化。

农，天下之大业也。放眼全球，农业是农村贫困家庭收入和就业机会的最大来源，关系到全球 40% 人口的生计问题。以“一带一路”沿线国家为例，大部分沿线发展中国家以劳动密集型、农业经济为特征，农业在经济体中发挥至关重要的作用，占许多国家国内生产总值 25%⁴ 以上。

³ 新华社，习近平：在决战决胜脱贫攻坚座谈会上的讲话：

http://www.gov.cn/xinwen/2020-03/06/content_5488175.htm

⁴ 粮农组织官网，专访联合国粮食及农业组织（FAO）副总干事丹尼尔 J. 古斯塔夫森：

<http://www.fao.org/china/news/detail/zh/c/1115322/>

鉴此，重农固本，是安民之基，加速全球减贫，农业发展是关键。联合国粮农组织指出，投资农业对于改善最贫穷人群生活的效率是投资其他部门的四倍，减贫努力需要把重点放在提高农业生产率上。

从中国农村脱贫经验看，数字化农业是农产品提质增效的关键渠道。

过去，中国和其他多数发展中国家一样，经历了“农民只管种地、靠天吃饭”的传统模式，种植、加工、流通、销售等环节缺乏密切关联，农产品和亿万小农很难对接大市场渠道，导致特色农产品滞销。

随着全球信息技术迅速兴起，“互联网+”理念逐步引入到中国乡村振兴大事业，如何利用数据化优势实现“农产品上行、拓宽增收渠道”是帮助农民实现脱贫的重要挑战。

经过多年实践，农村电商作为有效扶贫方式已得到社会认可，成为扶贫攻坚、乡村振兴的生力军。中国政府已颁布了电子商务法、接连出台诸多政策性文件，以推动电商扶贫和数字农业向高质量纵深发展。

在政策利好支持下，电商企业作为私人部门以更加成熟有效的态势参与农业扶贫，相关成功实践值得深入挖掘，以总结有益做法，向国内外适当推广。

报告选取阿里巴巴集团“亩产一千美金”助农模式作为例子，主要考虑三个因素。

一是阿里巴巴集团作为数字化平台型企业，已形成了阿里巴巴经济体兴农脱贫群集，具备数字化农业平台聚合效应。

二是“亩产一千美金”致力整合技术、销售、物流、金融、人才、全球化等资源，通过打造农产品供给链的“四个现代化”——数字化、标准化、规模化、品牌化促进解决特色农产品上行，具有扶贫和增收的示范效应。

三是“亩产一千美金”覆盖减贫、就业、教育、女性、生态、普惠融资等可持续发展目标，加以探索有利于对全球形成可供借鉴的发展经验。

“亩产一千美金”案例表明，数字技术带来的红利并非局限于高收入国家和城市地区，只要条件合适，在发展中国家农村地区，以平台为基础，农村电商也能蓬勃发展。

从全球互联网情况看，2019 年全球 57% 约 76.8 亿人口已具备使用网络条件，亚太地区 3G 及以上移动互联网覆盖率超过了 95%，非洲的这一比例也达到了 79%。⁵从政策层面看，包括联合国、世界银行、非盟、欧盟等多边组织纷纷出台政策鼓励发展中国家抓住全球电商发展机遇，并从商业基础设施、法律法规、技术研发、融资等方面提供援助。

目前，亚洲、东欧、拉丁美洲和中东国家正在经历电子商务的迅猛发展。鉴此，“亩产一千美金”模式已初步具备在发展中国家和其

⁵ Global Digital 2019 reports,
<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>

他农村地区复制和推广条件，这为全球的减贫事业带来了新机遇、新动能。

世界银行曾多次发布报告，向欠发达国家介绍淘宝村和阿里巴巴电商脱贫经验，其《2019年世界发展报告》也对阿里巴巴淘宝交易模式创新、蚂蚁普惠金融服务、人工智能、大数据科技创新等案例多次提及，指出阿里通过技术赋能中小企业发展，为社会创造大量就业岗位，帮助解决社会问题。

“亩产一千美金”模式着眼于农产品价值的实现和提升，与小农业生产者为合作，将电商平台发挥的作用从销售端向生产、运输等环节延伸，将原本分散的农产品价值链各环节协调整合，聚集多利益相关方，打造完整农产品价值链，发展高附加值农业。

该模式超越了鼓励农民自主通过电商平台销售产品，按照农产品价值链的要求对农民进行全方位扶持，呈现出以脱贫、致富、升级为核心、以系统整合为方式、以小农为扶持对象的特点。

尽管大多数发展中国家与中国的国情不同，发展阶段也千差万别，在现有条件下照搬“亩产一千美金”模式并不现实，但是从市场预期、发展基础和企业培育来看，其他发展中国家借鉴“亩产一千美金”实现农业发展、农民致富和农村减贫也具有一定的可行性。

该模式的成功实施启示，未来全球的减贫应建立新型公私伙伴关系、注重系统化发展方案并循序渐进推动发展。

作为中国国内助农减贫模式，“亩产一千美金”的成功实施和显著的减贫效果也对中国进一步改进和完善国际发展合作有着重要的启示意义。

在中国企业海外经营给当地带来越发明显的发展效果背景下，中国应该积极探索如何将私人部门作为合作伙伴，与中国官方开展对外援助有机结合、相互促进。

在农业援助领域，应进一步强化以系统化视角和价值链实现的角度设计相关援助项目；同时围绕农村减贫，可以在一些条件具备的发展中国家，尝试和示范“价值链减贫”的新型减贫方式。

此外，中国的国际发展合作在帮助发展中国家继续改善数字经济基础设施的同时，也需要更多从软性援助和解决方案入手，着重开展人才培养、平台搭建、解决方案分享等内容的援助，帮助发展中国家抓住机遇孵化“数字经济”发展，也为中国企业参与发展中国家数字经济提供助力。

最后，数字技术的应用也为中国创新国际发展合作实施方式提供了技术可能性。

一、“亩产一千美金”的中国经验

“乡村振兴”战略是中国实现全面建成小康社会的重要抓手。作为数字经济的重要组成部分，电子商务在农村地区发展迅猛，为乡村振兴战略的实施提供了新动能、新载体、新动力。

阿里巴巴于 2017 年 8 月提出“亩产一千美金”计划，旨在通过整合阿里巴巴集团内部资源，在地域农产品现代化生产技术、销售、物流、金融、人才培养、农产品全球化升级等方面提供支持。

作为核心资源之一，阿里巴巴大数据贯穿在“亩产一千美金”各个环节：在前端，利用大数据推广订单农业、以销定产；中间环节，帮助农民建立种植标准，实行分级、分层制；销售运输环节，电商平台资源共享，并提供全程高效物流服务；在后端，消费者全程种植品质可追溯。

总体看，“亩产一千美金”通过打造农产品供给链的数字化、标准化、规模化、品牌化，使得需求链对产品新鲜、安全等诉求能够满足，农产品鉴此提质增效，实现每亩地产出的农产品价值达到一千美金。

通过近两年时间的实践和打磨，“亩产一千美金”在助力贫困县摘帽、促进农民脱贫致富、特色农产品走向世界等方面发挥重要作用，已成为中国乃至全球农村电商脱贫攻坚的典范。

（一）提出背景

“亩产一千美金”计划的提出基于当下我国电商兴农政策利好、农村基础设施不断改善、农村互联网持续发展、消费市场逐步下沉等大背景，特别是政策环境优化和“互联网+”深化为该计划奠定重要基础。

1. 数字农业发展和电商扶贫模式频获政策加码

近年，国家接连出台诸多政策性文件，推动电商扶贫高质量纵深发展。

2015 年底国务院颁布的《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》提出要发展特色产业脱贫，实施精准扶贫方略，加快贫困人口精准脱贫。

2016 年，国务院发布的《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》进一步强调农村电子商务是转变农业发展方式的重要手段，是精准扶贫的重要载体。

随后，2016 年 11 月，国务院扶贫办联合 16 个部委出台的《关于促进电商精准扶贫的指导意见》中指出要求加快实施电商精准扶贫工程，逐步实现对有条件贫困地区的三重全覆盖，到 2020 年在贫困村建设电商扶贫站点 6 万个以上，约占全国贫困村 50%左右；扶持电商扶贫示范网店 4 万家以上；贫困县农村电商年销售额比 2016 年翻两番以上。这标志着我国电商扶贫工程正式拉开帷幕。

2018 年中央一号文件《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》对实施乡村振兴战略进行了全面部署。

文件指出，将大力建设具有广泛性的促进农村电子商务发展的基础设施，鼓励支持各类市场主体创新发展基于互联网的新型农业产业模式，深入实施电子商务进农村综合示范，加快推进农村流通现代化。

2019 年生效的《中华人民共和国电子商务法》成为我国首部电子商务领域综合性法律，标志我国电商法制环境进入规范、有序和高质量发展阶段。

2020 年中央一号文件提出，扩大电子商务进农村覆盖面，支持供销社、邮政快递企业等延伸乡村物流服务网络，加强村级电商服务站点建设，推动农产品进城、工业品下乡双向流通。

2020 年 1 月，农业农村部、中央网信办印发《数字农业农村发展规划(2019—2025 年)》，提出要用数字化引领驱动农业农村现代化，强调要发挥互联网企业的核心带动作用。

可见，政策频频加码电商扶贫和数字农业，并进一步向贫困地区渗透，表明政府坚定打赢扶贫攻坚战的决心。

农村电商扶贫和数字农业发展获得空前的政策支持力度，迎来了前所未有的发展机遇。在此背景下，数字技术在促进农业转型升级以及乡村振兴的建设中将发挥更大的作用。

2. “互联网+”奠定数字农业和农村电商的发展基础

全球处于新一轮科技革命和产业变革中，数字技术与农业的融合发展具有广阔前景，对我国农村的发展具有重要意义。

近年，我国大力推动城市和农村互联网建设，已基本实现“城市光纤到楼入户，农村宽带进乡入村”，贫困地区网络基础设施“最后一公里”逐步打通，城乡之间数字鸿沟加快弥合。

据第44次《中国互联网络发展状况统计报告》统计，截至2019年6月，我国网民规模达8.54亿，较2018年底增长2598万，互联网普及率达61.2%。其中，农村网民规模达2.25亿，占整体网民26.3%，较2018年底增长305万。手机网民规模达8.47亿，网民使用手机上网的比例达99.1%。移动互联网的深入应用为我国数字农业的发展奠定重要基础，其作用也贯穿于“亩产一千美金”计划各个环节，为计划的顺利开展提供持续动能。

3. 数字农业和农村电商发展困境犹存

应当注意到，我国推进数字农业和农村电商发展依然面临若干挑战，这些挑战也正是“亩产一千美金”亟需攻克的困境。

具体看，区域结构方面，我国农村电商发展不均衡，东部地区农业发展基础较好且数字技术起步早、而华北、西北地区总体发展滞后，农产品市场份额极少；物流配送方面，我国物流配送网尚未覆盖交通不便的偏远地区。

并且，偏远农村仓储保管系统、冷链物流基础设施有待完善，生鲜农产品在流通过程中损耗较大，导致农产品上行困难；电商人才方面，农村电商人才缺口大、人才质量相对弱，懂信息技术、电商经营管理、品牌推广运作的人才较为缺乏，地方特色农产品难以形成规格化、标准化、包装化和品牌化；融资方面，地方政府对数字农业尤其是农村电商的补贴性投入不够，银行直接融资门槛较高，多数农村电商中小企业资金链条紧张，市场化生存艰难。

为突破上述配套服务制约，“亩产一千美金”发挥阿里巴巴技术、人才、物流、金融、国际化等因素的协同效应，致力于系统解决原产地农产品上行问题，推动农产品标准化、品牌化进程，以提高农业生产效率、促进农民脱贫致富。

（二）“亩产一千美金”实施路径

2014年，阿里巴巴成立乡村事业部以聚焦农村业务，农村战略由此成为阿里巴巴的三大核心战略之一。农村战略的目标包括两个，一是帮助农民卖农产品，建立直供直销新链路；二是促进消费下乡，好货好服务好价格卖到农村。

为整合阿里巴巴科技和生态力量、探索独具特色的“互联网+农业”模式，阿里巴巴于2017年8月启动“亩产一千美金”计划，对农民的农业生产提供全程现代化服务，其核心模式体现在“加减法”⁶，即在农业生产的前端做加法，加诸科学细致的种植标准和科技支

⁶ 环球网，“亩产一千美金”阿里电商扶贫要让农民真正赚到钱：
<https://tech.huanqiu.com/article/9CaKrnKki3e>

撑，以品控来增加农产品附加值；在流通流域做减法，减少农产品上行的层层阻隔和差价“盘剥”。实现该“加减法”的核心渠道在于依托阿里巴巴经济体庞大的兴农助农集群（图1），即，发挥淘宝、天猫、盒马、菜鸟、蚂蚁、阿里云等业务的协同作用，通过多种途径合力打造现代化农业价值链，助推农业发展模式升级，具体实施路径如下：

图1 阿里巴巴经济体助农集群



资料来源：阿里巴巴集团

1. 依托大数据和数字化技术，培育农业价值链

促进农业生产降本增效最棘手的难题就是标准化，从种植结果、采摘、分拣，到包装、运输、销售，每个环节都至关重要。“亩产一

千美金”以物联网技术为支撑，以农业生产大数据为依据，运用互联网农产品检验检测和溯源服务，帮助农村实现数字化农业生产与管理。

第一，在促进供需两端链接方面，阿里巴巴消费大数据可以帮助农民以销定产、按需定制。

例如，提前预知不同消费场景需要的瓜果规格和数量，甚至把需求细化到果径大小和甜度，而在采摘分类过程中，云端数据、远红外线等“黑科技”应用，实现了瓜果精准分类，保障瓜果品质稳定和销售可持续，从而提高农产品产值。

阿里巴巴创始人马云提及大数据对促进供需链接意义时指出，“家庭联产承包责任制，解决了土地上种东西归谁的问题，互联网、云计算和大数据，要解决的是土地上的东西卖给谁的问题。

农民知道把农产品卖给谁，农业现代化就进了一步，农业现代化是要让土地更加增值，农民不需要离开土地，就可以成为农业工、农林工，成为新型农民、创业农民和产业农民。”⁷

第二，在农产品技术提升方面，阿里巴巴通过建立数字化基地，引入测土配肥、水肥一体化、农业物联网和植保飞防技术，对地形、气候、土壤、灌溉以及果树品种等数据进行抓取、沉淀和计算，为县域提供最优种植技术方案，从而提高亩产量、商品果率和品控水平。

⁷ 凤凰资讯，马云寄语淘宝村村民：互联网要把亩产做到一千美金：
http://news.ifeng.com/a/20171207/53957124_0.shtml

以阿里钉钉应用程序带来的便利性为例⁸，果农通过手机即可监测水果生长数据——通过土壤里植入的探测器、每颗果树植入的光学传感器，可准确判断湿度和肥度，避免因自然因素造成的产量下降。

第三，在促进农产品物流配送方面，菜鸟乡村物流网络已经覆盖全国 25 个省份 670 多个县域，打造 1000 条农产品上行“高速公路”。

当前，我国农村农产品仍旧以小农经营为主，农产品运输过程缺乏先进的物流支撑，流通环节冗长、信息传递滞后、风险大。菜鸟物流大数据平台的出现有效促进供应链各环节协同。

通过线上销售订单预测，帮助快递合作伙伴提前配置资源，并根据物流节点数据及时反馈，调节运能运力以及商家发货速度，最大保证农产品的新鲜度。

目前，农村智慧物流共配项目是菜鸟乡村物流的核心，通过与快递公司合作建设县级共同配送中心，打造“统一分拨处理、统一运输配送、统一末端站点、统一服务标准、统一信息系统”的共配模式，解决“最后一公里”难题。

阿里巴巴数字农业事业部已经在全国建立 5 大数字农业集运加工中心（产地仓）、20 余个销地仓，与全国 222 家自营盒马门店和 484 家大润发门店形成了仓配矩阵，构成一张数字化的农产品流通网络，一年可将 100 万吨生鲜农产品直供全国餐桌。

⁸ 中国青年网，与阿里巴巴共建数字农场：https://www.sohu.com/a/364988065_119038

第四，在农产品追溯技术方面，阿里巴巴大数据可以全面记录农产品从源头产地到终端消费全过程，关键环节均有记录，消费者对食品安全可以有清晰了解，对出现问题环节可简易处理。

通过数字化手段，“亩产一千美金”覆盖的农货销售均能实现从生产、采购、仓储、运输等全链条供应链的监控。

“亩产一千美金”通过互联网技术，依托阿里巴巴自身积累和研发的大数据、物联网与人工智能等最新先进技术大数据，在农产品供应链各环节赋能，做到农产品供给链标准化、规模化、品牌化。

2019年，阿里巴巴成立数字乡村实验室⁹，旨在探索整个乡村振兴需要应用到的数字技术和数据应用模型，“亩产一千美金”也因此实现再升级。

9 中金网，阿里成立“数字乡村实验室”，“亩产一千美金”计划再升级：
<http://www.cngold.com.cn/20190926d1703n339284992.html>

专栏 1 “亩产一千美金” 促进数字农业发展案例

- 阿里巴巴智能养蜂系统代表中国养蜂最新技术，2019 年，阿里巴巴参加了由国际蜂联主办的世界养蜂大会。在此前完成的测试中，四川平武蜂蜜销量连续三年跻身线上第一品牌。随后 9 月份的丰收节期间，阿里巴巴智能养蜂系统向行业全面推广，预计让中国 30 万蜂农增产 20%。中国的蜂蜜年产量占全球总供给的 1/4，这套系统的投用，无异于养蜂业的一场“技术革命”。为蜜蜂打造的“智能家居”，处处体现高科技：红外线通过记录进出数量，实现蜜蜂“上下班打卡”；语音识别系统可监测外敌入侵、内部矛盾以及蜂王健康；GPS 与北斗双星对蜂箱定位，可以对振动移动报警，避免蜂箱丢失。阿里巴巴还将以养蜂大数据为基础，利用人工智能技术，为中国养蜂业搭建一个品质蜂蜜认证平台，实现不掺假、可溯源。
- 内蒙兴安盟大米在过去由于打不出品牌，多以原粮方式被各大米加工企业收购。为此，阿里巴巴与当地合作，建设“兴安盟大米标准示范基地”，通过整合农业技术和数字技术，推动规模化种植和标准化田间管理、落地全程区块链追溯、建设高标准的示范农田，从源头提升大米品质。田间摄像头、温度湿度控制、土壤监控、无人机航拍等先进设备，以实时数据为核心帮助农民精准实施生产决策，实现从小农模式直接跨入智慧农业时代。“兴安盟大米·扎赉特味稻”大米在 2019 年的丰收节 5 分钟卖出近 3 万单，在三天的品牌日成交 600 余吨。
- 在黑龙江绥化市，国家级贫困县海伦盛产鲜食玉米，但主要依托传统的农产品批发模式交易，缺乏统一的种植标准和地域品牌，导致种植户收入普遍偏低。2019 年 5 月，阿里巴巴与海伦市共同启动电商脱贫项目，通过互联网+订单农业的方式，引入天猫分销商与当地达成价值 4000 万元的意向订单。同时，阿里巴巴还在当地孵化出 4 家标杆店铺，实行分级销售，差异化打造海伦玉米的市场品牌。截至 2019 年 6 月，阿里巴巴平台已累计销售海伦玉米 296 万穗、销售金额达 1042 万元，在成功孵化海伦玉米单品 IP 的同时，打造了海伦“黑土硒都”的地域品牌。

2. 首创“直播带货”新模式，拓宽地域农产品销路

我国大部分贫困地区都有优质的农产品，但普遍缺少有效的销售渠道，更难以形成品牌。

近几年，“直播带货”销售成为农产品销售新业态，对促进消费、精准扶贫起到重要作用。“直播带货”最大优势是能让消费者融入购物场景，将网络购物从传统的“货对人”变成生动、直观的“人对人”，极大提升购物体验，并产生高回访率和复购率，以此带动农产品销售。

阿里巴巴利用淘宝、天猫、聚划算、淘宝特价版等经济体的流量入口，以打造“主播+县长+明星”直播模式、开展“村播计划”、建立直播基地、帮扶培训直播团队等多元渠道，帮助区域特色农产品走出“山沟沟”，实现跨区域发展。

第一，设计“双11”“双12”“618”、丰收节、年货节等营销活动，打造“主播+县长+明星”的直播模式。

为带动贫困地区脱贫，阿里巴巴联动全国1000个核心农产品产区、832个国家级贫困县，打造“主播+县长+明星”的特色直播脱贫模式。当下，纯天然的农产品是家庭消费的主流需求和追求。

通过直播，贫困地区农产品品质现场化，消费者直接从屏幕前看到山里的土特产，能够更好地了解商品，从而促成销售。

“主播+县长+明星”的直播模式拉近农产品和消费者之间的距离，让政府的形象更亲民的同时，也能在前沿了解到消费者的需求，从而反思调整制定出有效决策，倒逼产业升级。

网络直播的创新方式正在激发贫困地区脱贫活力，在直播的带动下，从草根网友到直播大V，均可通过淘宝直播推荐家乡的好货好品，带动农产品销售，帮助农民致富。2019年，淘宝开了160万场农产品

直播，销售超过 60 亿元农产品，覆盖 2000 多个县，300 多位县长走进淘宝直播间推销农产品¹⁰。

专栏 2 “亩产一千美金”直播带货案例

- 2018 年 9 月，“首届丰收购物节”直播盛典，阿里巴巴开创“农产品产业带直播”新模式，将超过 300 个县的优质农产品介绍给全国消费者，超过 7 万场农产品直播吸引 2 亿多人观看。8 个贫困县县长、副县长成为丰收节的“网红主播”，其中，帮助确山县卖出 20000 份红薯、阳曲县卖出 8000 份小米，销量相当于平时的 10 倍。
- 2018 年淘宝双 12 期间，阿里巴巴脱贫攻坚公益直播，直播一晚帮助贫困县卖出农产品超千万元，带火了砀山梨膏、兴安盟大米等多个农产品品牌。当晚 4 小时的直播中，在 9 位淘宝主播和 9 位贫困县县长的共同推介下，50 个贫困县域的 102 款农产品吸引超过千万网友关注，共帮助贫困县销售农产品过千万元。
- 2019 年丰收节期间，阿里巴巴联动全国 1000 个农产区 and 832 个国家级贫困县，举办 10 万场直播，打造村播、县长+网红、明星和热播节目四条赛道，输送 10 亿件农产品进城，打造了名副其实的农产品销售“双 11”。得益于“亩产一千美金”计划，丰收节期间淘宝主播“秒速”带货农产品的神话，正在各地陆续上演，并逐渐成为激发农产品上行销售的新常态。
- 2019 年 1 月 13 日-17 日，阿里巴巴联合 40 个县 40 种特产以及 40 位县官和百人主播天团，东南西北打造“中国好年货”，充分展现中国县域经济的风采，赋能农产品品牌化。

¹⁰ <https://news.sina.com.cn/o/2020-02-14/doc-iimxyqvz2931918.shtml>

第二，实施“村播计划”，打造当地农民主播。

“村播计划”是促进“亩产一千美金”的重要举措。2019年3月的淘宝直播盛典上，淘宝直播与河南、山西等11个省市的代表共同启动“村播计划”¹¹，孵化农民主播，将每个月的15日定为固定的“村播日”¹²。

同时，通过打造脱贫IP栏目带的形式，深入农产品原产地，帮助贫困地区的农产品打开新市场。

村播的农民直播有两大路径，一是卖知识，农民主播通过讲解农产品知识和当地的文化风俗，从而获得大批的粉丝，进而卖农产品和卖广告流量。二是纯卖货，农民主播以特定事件或者事件节点开展卖农产品的活动，如借助特定节庆（农事节、传统节日）、公益义卖、滞销事件等。

2019年，自3月底淘宝“村播计划”正式启动以来，已覆盖全国31个省市自治区、270个县，共开展“村播”近5万场，参与用户超过2亿。¹³并且，随着“村播”版图拓展到全国，越来越多的地区正借力电商直播等“新农具”加快特色农产品“触网”步伐。2020年，淘宝平台上的农民主播已经达到10万。

第三，建立原产地直播基地，“点对点”培育运营团队。

2018年的直播模式是派主播和网红到农村进行直播，成本相对较高。2019年，阿里巴巴和众多产业地、专业市场、集群市场合作，

¹¹ 光明网，淘宝直播“村播”计划带动100个县脱贫致富：

http://economy.gmw.cn/xinxi/2019-04/01/content_32702222.htm

¹² 淘宝直播白皮书：<https://www.yuque.com/tbzb/help/qyvtg>

¹³ 环球网，淘宝“村播计划”启动百日成绩单：<https://tech.huanqiu.com/article/9CaKrnKlBab>

直接与当地建立农村直播基地，寻找好的兴农点、扶贫点，组织节点式的专题活动，以此来助力当地经济的发展。

在农村原产地直播基地建设期间，阿里巴巴给原产地农民提供易用的直播工具，指导直播技术，培养当地的网红主播，目的是帮扶当地建立电商直播运营团队，实现特色农产品电商直播自运营。目前，淘宝直播已在全国落地 22 个村播基地。

“直播带货”帮助地域农产品能够“卖得出，卖得贵”，也促进农产品的消费者买到“多、快、好、省”农产品，对供需两端形成良好互动作用。阿里巴巴还在技术上探索如何提升农民直播带货技能、建设直播自运营团队，从“授之以鱼、授之以渔”逐渐过度到“建造鱼塘”，推动直播扶贫模式在广泛农村实现可复制、可持续。

3. 培养新型职业农民，有效突破人才瓶颈

电商人才缺乏、培养力度不足是发展农村电商的主要制约因素。

《国家乡村振兴战略规划（2018—2022）》提出了产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总要求，要实现这些既定目标，需要回答好一个根本问题，即“由谁来振兴”。

乡村振兴，关键在人，在人才，在有创意、敢创新、能创业的人才。电商扶贫同样需要大量的人力资本，需要有担当、有能力、高素质的参与者。

为促进在人才领域赋能“亩产一千美金”，阿里巴巴通过淘宝大学、阿里巴巴乡村电商学院等平台，培养一批农村电子商务带头人、脱贫先锋户、特色农特产代言人等新型职业农民。

为推动“亩产一千美金”人才培养，阿里巴巴联合杨凌农业高新技术产业示范区、西北农林科技大学于 2018 年底共同打造“示范区+高校+互联网企业”三位一体的职业农民培训新模式，探索建立试验到推广、生产到市场、产品到品牌端口的新路径。

在全国范围内通过“阿里巴巴线上培训、高校线下课堂、杨凌实习实训”运行机制，每年培训 10 万人次，培训内容主要包括农业专业技术+互联网、电商营销、品牌、公关管理、产品标准化等。同时，还探索建立职业农民教育培训标准体系，在乡村振兴战略的技术标准制定、理论输出、顾问咨询、规划设计等方面进行研究和实践。双方联合启动了“星农人计划”，在全国筛选有文化、有产品、有品牌、有规模的“四有”新型职业农民，加速挖掘和培养乡村振兴和脱贫攻坚的领军人才。

淘宝大学在全国建立培训基地，对农产品标准化、网络店铺开办、网络营销技术、经验分享等电商内容对涉农人员进行培训；**阿里乡村电商学院**对贫困县组织的电商运营实操培训，覆盖超 52 万人次。

总体看，阿里巴巴各平台的培训对象以县域带头人、农民带头人、青年人为主，他们具有较高的文化素质，也懂得农村的实际需求，对电子商务也有一定的认识 and 了解，通过教育培训来改变思维模式、提高职业技能，引他们共同参与“亩产一千美金”计划当中，可以很好的服务农村电子商务、推动当地农业向规模化、品牌化发展。

专栏3 阿里乡村电商学院为贫困县开展培训

2019年12月，阿里乡村电商学院为贫困县地区的种子商户，专门举办了一场为期3天的电商培训，现场手把手电商运营实操培训，这是该学院在8个月里举办的第192场线下培训，这一次参加完线下培训的学员，店铺月销量比去年同期增长了20%。从2019年4月到年底这8个月间，阿里乡村电商学院的线上线下培训的全年课程，覆盖41万人次。2020年2月疫情期间，阿里乡村电商学院又为这些贫困县种子商户，举办了第二场线上的进阶电商培训。从店铺运营、品牌打造、直播技巧等多方面，对种子商户学员进行了多角度、全方位的辅导。学员对本次成本低、效率高的线上课程形式偏好度很高，参训人员满意度达到了5分。从2020年2月中旬复工到现在，阿里乡村电商学院共为县域提供了28场线上直播，上百门视频课程。

4. 协同蚂蚁集团“接地气”式服务，提升融资灵活性

金融精准扶贫是打赢脱贫攻坚战的关键支撑。当前，在广大农村地区，精融供给渠道、农户借贷渠道比较单一，主要限制于信贷手续繁琐、便捷性不足，贫困地区金融服务可得性欠佳。过去几年，农户的选择仍是“向亲朋邻里借款”“民间高利借贷”等方式。

蚂蚁集团围绕科技、普惠、全球化战略，通过自主研发的科技创新，帮助全球消费者和小微企业获得安全、触手可及、绿色可持续的普惠金融服务。在金融扶贫方面，蚂蚁为农业产业、农村地区和农民群体提供支付、理财、贷款、保险等产品和金融服务贷款，其优势体

现在放款更快，操作方便、可以在线上随借随还，灵活度更高。针对不同层次的农业经营者，蚂蚁金融提供差异化的融资服务¹⁴。

第一，针对农民、小型种养殖户和回乡投身农村电商的大学生等资金需求小的涉农用户，依靠“数据化的平台模式”，通过大数据批量化的自动化方式授信，提供线上网商银行¹⁵、支付宝平台和蚂蚁保险平台的支付、保险、信贷等金融服务。

第二，针对扎根农村的小微企业、个体经营户或者中型种养殖户，采取“线上+线下”熟人信贷模式。线下熟人来自合作伙伴多年积累的农村信贷员队伍，帮助判断、评估借款人的还款风险。线上方面，蚂蚁依靠互联网、大数据、云计算等技术，去解决过去农村金融运营成本高、信息不对称、收入难核实的痛点，有效降低运营成本，实现大数据线上风控。例如，在江西省余干县，网商银行在行业内首次将卫星遥感技术引入信贷风控环节，让更多数据薄弱、缺少担保抵押资产的农户，也能获得纯信用的线上贷款。

第三，针对大型种养殖户的“农产品供应链金融服务模式”，即把供应链上的所有成员（供应商、制造商、分销商、零售商和最终用户）看成一个整体，以核心企业为中心，借助大型核心企业对中小供应商的深入了解，选择资质良好的上下游企业作为融资对象，为供应链上的所有成员企业提供系统融资安排。

¹⁴ 三种模式参照 2018 年廉薇等人编著的《蚂蚁金服—从支付宝到新金融生态圈》一书。

¹⁵ 蚂蚁入股并主导成立了国内首批民营银行之一的浙江网商银行，于 2015 年 6 月 25 日正式开业。网商银行是经中国银监会批准设立的股份制商业银行，纯互联网运营。

例如：天猫超市的供货电商与陕西周至县北吉果蔬专业合作社签订采购协议¹⁶。蚂蚁基于采购订单，在对订单进行识别并确认后，由网商银行为合作社数百名果农社员提供低息贷款，果农拿到这笔贷款后，通过定向支付工具专项用于购买农药、农资、农具。

最后果品进驻天猫超市进行销售。这种基于产业链形成的闭环信贷模式，突破了商业银行传统的评级授信要求，也无须另行提供抵押、质押、担保，提供的资金效率高、环节更简单，利率则远低于民间借贷。在这个过程中，农户不用再担心农产品的销售、农业生产资料的投入、甚至无需再出门采购农资，只需要种植好相应的农产品，就能获得稳定的收入。

供应链金融应用在农业当中，除了满足中小经营者的融资需求，还有利于理顺产业链，打通农产品产销两端。

对于上游种养殖者，可以以销定产，以需定供，通过下游企业将市场情况向上游逐级反馈，减少农产品滞销；对于下游食品企业，则能稳定、持续地采购到绿色、健康的食品原料。

蚂蚁从融资便利性、灵活性、供应链有效性等方面，促进“亩产一千美金”各业务层面的协同效应。

据悉，2019年蚂蚁全年累计服务小微客户1656万户，同比增长80%；累计发放贷款1.7万亿元，同比增长72%，实现加大覆盖的同

¹⁶ 中国证券网：“金融+电商+农业生产”：蚂蚁金服农村金融战略渐明
<http://stock.10jqka.com.cn/newstock/20160525/c590527989.shtml>

时，综合贷款利率同比下降 0.8 个百分点，进一步实现普惠。¹⁷对“三农”普惠融资方面，2018 年，蚂蚁网商银行已向贫困县 200 余万用户提供贷款超过 1000 亿元。¹⁸

（三）“亩产一千美金”实施成效

突破边界，聚合力量。作为数字经济的突出代表，阿里巴巴“亩产一千美金”计划为贫困地区农产品搭建产销对接桥梁，打造农产品网销直通车，帮助贫困地区增收，促进精准脱贫。

阿里巴巴兴农扶贫集群在在增强农村经济发展活力、提高资源配置效率、推动传统产业转型升级、开辟就业创业渠道等方面发挥了重要作用，能够为农村发展添动力、惠民生、促双创、转方式。

1. 当担全国一半农产品网络销售、“七成”电商扶贫重任

至 2019 年 3 月，“亩产一千美金”计划已覆盖全国 25 个省份近 1 亿人口，孵化超过 2500 个农业品牌。¹⁹根据农业农村部“十三五”时期农业农村发展成就新闻发布会，2019 年农村网络销售额 1.7 万亿元，其中农产品网络销售额 4000 亿元。而阿里巴巴集团数据显示，2019 年，阿里巴巴平台农产品网络销售额达到 2000 亿元，占全国的一半。

¹⁷ 新京报，井贤栋：去年蚂蚁金服累计放贷 1.7 万亿，同比增 72%：

https://www.sohu.com/a/378113340_114988

¹⁸ 封面新闻，阿里巴巴 2018 年脱贫工作报告：向贫困县提供贷款已超 1000 亿元：

<http://m.toutiao.hebtv.com/keji/bftt477845.html>

¹⁹ 资料来源：阿里巴巴集团数据

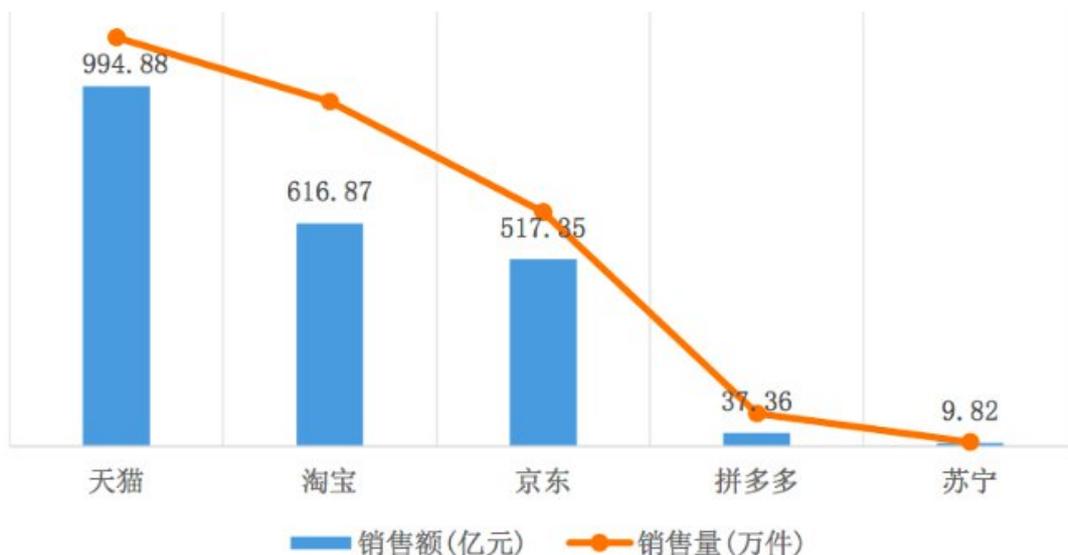
此外，农业农村部报告显示，2018年，国家级贫困县网络销售额中，阿里巴巴平台占全国电商平台72.6%的份额，达到1611.72亿元，分担了七成以上国家贫困县的电商销售额，成为县域农产品上行的主要渠道。

目前，无论是从农产品的网络零售额还是销售量，天猫、淘宝平台是国内县域农产品线上销售的主渠道，是数字引擎赋能乡村振兴的典范。

阿里巴巴2020年10月的最新数据显示，超过120万个来自国家级贫困县的卖家在淘宝天猫开店，创造336万个额外就业机会。配合国家脱贫攻坚战，过去5年间，832个国家级贫困县在阿里巴巴平台的网络销售额超过3100亿元。

“亩产一千美金”计划实施三年来，阿里巴巴已助销农产品超5400亿元，这些都是初级农产品，不包括淘宝村大量农民的特色商品和手工艺品。截至今年6月，中国出现5425个淘宝村，约占全国行政村总数的1%，吸纳828万人口就业。淘宝村年交易额突破了一万亿元。

图2 2018年电商平台农产品网络零售情况（部分）



资料来源：欧特欧

2. 促成国家级贫困县“摘帽”

阿里巴巴于 2018 年树立的第一批 10 个电商脱贫样板县均是我国贫困县或深度贫困县，大部分贫困县位处我国西部、东北部偏远地区。经过“亩产一千美金”计划不到两年的经营和打磨，十个样板县的地标优品通过阿里巴巴电商平台已走出乡村进入城市，同时，帮助打通当地产业链，带动当地经济发展所需要的包括金融、物流、教育等方面的基础设施。

2018 年阿里巴巴平台县域网络销售额显示，阿里巴巴十大脱贫样板县增速领先，重庆奉节为 58.6%，安徽金寨为 50.8%，内蒙古敖汉旗达到惊人的 794.4%。²⁰再以新疆为例，阿里巴巴为南疆的巴楚县打造了巴楚留香瓜，其亩均收入从 2015 年的不到 400 元提升至 2019

²⁰ 海外网，阿里打造电商脱贫样板县 县域网络销售额涨 8 倍：
http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/201902/21/t20190221_31531770.shtml

年初约 4000 元，使之成为热销品牌。²¹北疆吉木乃县的面粉通过阿里巴巴平台销售全国，阿里巴巴还助力木乃县建设标准化小麦种植基地，并全程介入吉木乃面粉的标准化、品牌化建设，打造县域农产品名片。

阿里巴巴通过带动贫困地区特色优质农产品上行，最终实现地域农产品品牌升级、口碑升级、农业产业升级，促进农民增收。数据统计，截止 2020 年 10 月，阿里巴巴最早的 10 个电商脱贫样板县中已有 9 个实现摘帽。

表 1：阿里巴巴电商脱贫样板县“摘帽”情况

	省	县	地标优品	贫困程度	脱贫摘帽进度
1	内蒙古	敖汉旗	敖汉小米	国贫县	已摘帽
2	新疆	巴楚县	巴楚留香瓜	深度国贫县	已摘帽
3	新疆	吉木乃县	吉木乃面粉	国贫县	已摘帽
4	甘肃	礼县	礼县花牛苹果	深度国贫县	已摘帽
5	重庆	奉节县	奉节脐橙	国贫县	已摘帽
6	云南	元阳县	元阳红米	深度国贫县	已摘帽
7	贵州	雷山县	雷山青钱柳茶	国贫县	已摘帽
8	吉林	和龙市	延边大米	国贫县	已摘帽
9	安徽	金寨县	金寨猕猴桃	深度国贫县	已摘帽
10	福建	长汀县	长汀百香果	省级贫困县	已摘帽

资料来源：根据各省级政府公告整理编制

阿里巴巴还不断扩大对口帮扶国家级贫困县数量，例如山西平顺、贵州普安、安徽砀山、湖南城步等，并先后选拔两批共 11 名平均工作 10 年以上的老员工，作为“脱贫特派员”全脱产到脱贫一线挂职，把农村数字化的一整套思考方式、数字技术、运营经验，带到各个贫困县。这些县也已经绝大部分实现“摘帽”。

²¹ 根据阿里巴巴案例整理

3. 互联网助农脱贫成效受国内外关注和推广

“亩产一千美金”打造乡村振兴数字引擎的成效在国内成为示范。2019年，阿里巴巴获得全国脱贫攻坚奖获奖的组织创新奖，是获此奖项的第一家互联网企业。“亩产一千美金”受全国人大代表²²的关注，将“建议用大数据等高科技手段，以及电商和直播等新模式，助力农业生产和农产品销售，帮忙农民实现亩产一千美金”等内容写进议案，引发社会对发展数字农业的广泛关注。

同时，阿里巴巴扶贫成效也受到世界关注。2015-2019年期间，归功于阿里巴巴对物流、金融、科技、供应链等农村商业基础设施的投入，阿里巴巴连续五年共四次上榜美国顶级经济杂志“改变世界的企业”榜单²³。

2015年，“改变世界的企业”榜单首次发布，阿里巴巴入选，其推荐理由是，阿里巴巴为中国农村培养了数百万电商卖家，让数以亿计中国农民极大地拓宽了农产品销售半径，推动农民脱贫致富和农村经济繁荣。

2019年阿里巴巴上榜“改变世界的企业”榜单时，《财富》给出“阿里巴巴解决了中国城乡数字鸿沟难题、以相当直接的方式向中国农村投资”等高度评价，2020年阿里巴巴再次上榜，直播助农新模式成为亮点。

²² 2019年全国两会期间，全国人大代表王萌萌提交了有关发展数字农业的建议。

²³ 环球网，阿里构建一流数字农业基础设施：

<http://app.myzaker.com/news/article.php?pk=5d5d065ab15ec0564f632147>

世界银行也曾多次发布报告，向欠发达国家介绍淘宝村和阿里巴巴电商脱贫经验。《2019 年世界发展报告》对阿里巴巴淘宝交易模式创新、蚂蚁普惠金融服务、人工智能、大数据科技创新等案例多次提及，指出阿里巴巴通过技术赋能中小企业发展，为经济增长带来动力，更为社会创造大量就业岗位，帮助解决社会问题。

4. 吸纳社会力量，影响力升级扩大

为应对 2020 年脱贫攻坚收官，阿里巴巴加速升级“亩产一千美金”效益，以促进电商赋能农业。

一是新成立数字农业事业部，进一步聚合阿里巴巴经济体 13 个业务生态的力量，建立产、供、销三大中台，在全国落地 1000 个数字农业基地，对农业产业进行全链路数字化升级。

二是数字农业事业部与袁隆平院士团队达成合作协议：未来 3 年，在内蒙古兴安盟开发 20 万亩耐盐碱地水稻，让当地水稻种植户收入实现翻番。

同时，阿里巴巴“亩产一千美金”院士助农合作计划²⁴正式启动。根据协议，袁隆平院士站负责种植技术的推广，阿里巴巴数字农业事业部负责搭建科技农场，打通产供销体系。

双方未来 10 年的合作愿景是在中国分布广泛的盐碱地上，推广种植耐盐碱地水稻 1 亿亩。在盐碱地上种水稻技术既可改良盐碱地和

²⁴ http://www.jjckb.cn/2020-01/10/c_138694118.htm

沙漠地区的生态环境，又可为沙漠地区的贫困人口解决口粮问题，并实现种植户收入翻番，这将对我国乃至全球粮食安全发挥作用。

（四）“亩产一千美金”模式总结

“亩产一千美金”模式着眼于农产品价值的实现和提升，以小农业生产者为合作对象，将电商平台发挥的作用从销售端向生产、运输等环节延伸，将原本分散的农产品价值链各环节协调整合，聚集多利益相关方，打造完整农产品价值链，发展高附加值农业，成为中国科技创新综合应用于农村农业发展的典范，是中国推进脱贫攻坚战的利器之一。

习近平主席在决战决胜脱贫攻坚座谈会上的讲话上提出，电商扶贫等特色产业增加了贫困户就业渠道，使贫困地区经济活力和发展后劲得以增强。

总体看，该模式超越了鼓励农民自主通过电商平台销售产品，按照农产品价值链的要求对农民进行全方位扶持，呈现出以下特点：

1. 以脱贫、致富和升级为核心

对于以农业为生的农民来说，农业的产出除满足自身需求外，如果不能用于出售，则无法获得额外的收入。改善农业生产、提升农产品的附加值将对减贫产生巨大促进作用。

然而农产品的价值并不仅仅是由数量决定的，而是由是否能卖出一个好价钱决定的。只有拥有盈利的前景，农民才愿意投入更多，改

善生产行为，提高农业生产效率，扩大生产规模。农产品的最终价值是在终端市场实现的，是由消费者的购买行为所决定的。

为将市场上的消费者需求及时对接为农产品的有效供给，首先应将需求转化为对农产品的类型、标准等要求，继而打造农产品的特殊买点，并需要价值链各环节的努力。

达到类型和标准的要求是进入一个市场所必须的，但只有在产品拥有特殊买点的情况下，才能成功进入市场，扩大市场份额，提高收益。特殊买点通常是通过品牌化所体现的，是产品特性、品质和供给的相结合。然而无论是获取市场信息、达到市场标准，还是打造特殊买点，对于落后地区农民来说都是巨大挑战，需要外力的介入和支持。

阿里巴巴正是围绕提升农产品附加值，综合运用多种手段，将农民作为生产者与潜在消费者有效连接，帮助农民实现“亩产一千美金”的目标。

阿里巴巴作为平台型企业，拥有规模巨大的终端客户市场和线上线下销售渠道，并运用大数据技术对消费者需求有着及时跟踪和精准判断。

以此为出发点，阿里巴巴以定制的方式组织农民生产种植，并提供技术指导和品质把控。在销售端，阿里巴巴更是依靠多年积累的销售平台和不断创新的销售模式，全力打造农产品的品牌化，助推农产品的销售和价值实现。

2. 以系统整合为方式

农产品价值链是一个由生产、运输、销售等多个环节组成的市场驱动体系，农产品价值的变动并不仅仅发生在生产环节，生产后的仓储、运输、销售等环节也能带来价值的增加或减少。

而在通常情况下，现代技术、生产资料、仓储物流、金融服务等提供方是以分散、割裂的方式参与经济活动的，单个农民调动各方资源和整合产业链的力量有限。现实中，小农生产者参与农产品价值链面临着多重的挑战，如交易成本高，市场能力缺乏，难以获得金融、物流、社会服务支持等。

任何一个环节的问题不解决就会影响整个价值链的实现。例如，如果生产出的高品质农产品缺乏必备仓储设施，将会带来大规模的生产后损失，而如果缺乏及时畅通的物流渠道，也会影响消费者购买的便捷性，降低消费者的购买意愿。

为保证农产品价值的最终实现和价值链的顺利运行，需要以系统化的方式统筹协调各环节的利益相关方，为农产品价值链的打造提供整体解决方案，并为所有参与的利益相关方带来价值最大化。

阿里巴巴自身有着完整的数字经济体系，可以通过蚂蚁网商银行、菜鸟物流提供金融、物流等相关支持。同时阿里巴巴还可以根据价值链的具体需要动员自身以外的技术提供商、服务提供商等外力，共同参与价值链的打造，补齐空白和短板。

随着农产品最终价值实现，所有参与的利益相关方也能从中获益。这也有助于降低农民风险，提高生产的稳定性和盈利的可预期性。

3. 以小农为扶持对象

发展中国家情况大部分的农业生产是以小农方式组织的。小农为主的农业生产方式在长期历史发展过程中塑造了农村地区的经济、社会、文化、环境等生态。

但是小农从事农业生产具有非正规性的、非标准化的特点，也难以产生现代市场经济需要的规模效应。同时小农在生产效率提高、生产资源调动、产品运输销售、市场进入和议价等价值链的各环节处于天然的不利地位，常常被边缘于市场经济体系之外。

以往，私人部门直接投资从事农业商业化生产往往会涉及到土地、人力、社区关系等一系列复杂问题，也会从根本上改变所在地区的生产、生活方式。

阿里巴巴则基于农村地区现有的生产组织方式，在不打破农村地区现有生态体系的前提下，将小农组织起来，推动小农集体行动，克服了生产规模小、非标准化的缺点，实现了规模经济。

阿里巴巴对小农提供针对性培训，提升小农参与经济活动和价值链的能力。长期在此耕种、生活的小农成为最有效率的生产者，阿里巴巴作为私人部门推动价值链的流动和实现，将小农与商业化市场联系起来，使小农作为直接的生产端从价值链条上的获益最大化。

当然，“亩产一千美金”模式在中国获得成功实践，得益于一系列因素和条件。该模式首先依托的是中国日益增长的巨大市场需求。随着人们收入水平的提高，对食物多元化、高品质、营养、新鲜、便捷的需求日益增长，为发展高附加值农业提供了市场空间。

同时在阿里巴巴的扶持下，尤其是通过 e-WTP 平台，“亩产一千美金”的农产品进一步突破了通关、物流、检验检疫等障碍，逐渐走向国际市场。

中国完善的基础设施、良好的营商环境、活跃的服务供给、重视农业农村发展的政策和摆脱贫困的总体目标及各方行动为该模式的顺利实施提供了宏观背景。而阿里巴巴自身具备的强大动员整合能力，能够提供系统化解决方案，则是该模式成功实施的关键。

二、“亩产一千美金”贡献全球的路径分析

全球减贫是一项长期而艰巨的工程。中国是第一个提前实现联合国千年发展目标贫困人口减半的发展中国家。

从 1990 年到 2015 年，全球极端贫困人口从 19 亿降至 8.36 亿，其中中国的贡献率超过 70%。²⁵至 2020 年 2 月底，中国脱贫攻坚目标任务接近完成，全国 832 个贫困县中已有 601 个宣布摘帽，179 个正在进行退出检查，未摘帽县还有 52 个，区域性整体贫困基本得到解决²⁶。

2020 年脱贫攻坚任务完成后，中国将有 1 亿左右贫困人口实现脱贫，提前 10 年实现联合国 2030 年可持续发展议程的减贫目标，这对中国和世界都具有重大意义。

同时，应当看到，贫困仍然是世界级的一个挑战。虽然极端贫困人口总数在过去几十年一直呈下降趋势，但各个地区的进展并不均衡。从 1993 年到 2013 年，撒哈拉以南非洲的极端贫困人口占全球极端贫困人口总人口的比例从 18% 上升到 51%²⁷。

与此同时，该地区的人口增速远超世界其他地区，预计到 2050 年，全球人口增长总量的一半以上将来自非洲。到本世纪中叶，全球

²⁵ 新华网，对全球减贫贡献超过 70% “中国奇迹”普惠世界：

http://www.xinhuanet.com/world/2015-10/16/c_128325377.htm

²⁶ 新华社，习近平在决战决胜脱贫攻坚座谈会上的讲话：

http://www.xinhuanet.com/politics/leaders/2020-03/06/c_1125674682.htm

²⁷ 世界银行，2016b

四成以上的极端贫困人口将集中在两个非洲国家——刚果民主共和国和尼日利亚。²⁸

总体看，至今，80%的绝对贫困的人口还是生存在农村地区，三分之二仍然从事着传统的农业工作，如何实现脱贫致富、缩小贫富差距并使所有人从经济增长中获益是全球减贫面临的重大课题。

自 2016 年起，阿里巴巴与包括非洲国家在内的发展中国家，以及世界银行、联合国世界粮食计划署等国际组织展开合作，总结“亩产一千美金”等电商助农项目在国内的成功经验，发掘阿里巴巴在大数据、云计算等数字创新和技术优势在特定发展领域的应用价值，探索阿里巴巴最能发挥自身影响力的方式，积极贡献全球的减贫事业。

（一）先决条件

阿里巴巴之所以能够有机会帮助发展中国家小农分享数字红利，主要有以下三方面的先决条件：

1. 鼓励性政策

虽然在推行促进电子商务的政策方面，发展中国家虽然仍明显落后于发达国家，但近些年出现了一系列旨在帮助发展中国家获得和使用相应技术的政策，例如：

第一，联合国贸发会议于 2016 年发布了一项新的电子贸易政策“全民电子贸易”（eTrade for All），旨在帮助发展中国家抓住全

²⁸ 财新网，比尔·盖茨：贫困是一种必然吗？
<http://opinion.caixin.com/2018-09-19/101328061.html>

球电子商务市场发展机遇。该倡议将在电子商务评估、信息通讯技术基础设施、支付、e 贸易物流、法律法规框架、技术研发、融资等 7 个方面为发展中国家提供政策支持。该倡议将囊括国际组织、捐助国以及商界，便于发展中国家获得尖端技术援助。

第二，非洲联盟在 2020 年推出“数字贸易和数字经济战略”（Digital Trade and Digital Economy Strategy），多方位指导非洲国家政府推出鼓励电子商务的政策，通过参与全球及区域性的磋商会议，减少对于非洲电子商务贸易商的监管摩擦。

第三，在“新非洲-欧洲数字经济伙伴关系”框架下，由欧盟和非盟组成的数字经济工作小组通过公私合营模式展开在电子商务领域的合作。²⁹

第四，在发展中国家政策层面，埃及政府于 2017 年启动了国家电子商务发展战略，在过去两年同联合国贸发会议紧密合作，目标在 2020 年底之前使埃及国内利用互联网进行商品及服务销售的业务量翻番；喀麦隆政府于 2019 年 9 月启动了国家电子商务发展战略；在世界海关组织（World Customs Organization）的支持下，尼泊尔于 2019 年 11 月开始实施本国的电子商务发展战略。³⁰

²⁹ 欧盟，新的非洲-欧洲数字经济伙伴关系——欧盟-非盟数字经济工作队的报告：
<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/new-africa-europe-digital-economy-partnership-report-eu-au-digital-economy-task-force>

³⁰ 世界海关组织，世界海关组织支持尼泊尔实施国家电子商务战略：
<http://www.wcoomd.org/en/media/newsroom/2019/november/wco-supports-nepal-with-the-implementation-of-the-national-e-commerce-strategy.aspx>

2. 基础设施

在过去 15 年，互联网和数字技术使用增长迅猛，如今拥有移动电话的人口要超过拥有卫生设施和清洁水源的人口，而互联网用户数也超过了电脑用户数。³¹

数据显示，2019 年全球 57% 约 76.8 亿人口已具备使用网络条件，亚太地区 3G 及以上移动互联网覆盖率超过了 95%，非洲的这一比例也达到了 79%。³²此外，许多发展中国家也在国际合作伙伴的协助下加紧物流基础设施的建设。

例如，国际贸易中心（International Trade Centre）正通过其“公益数字转型”项目³³与卢旺达政府和包括 DHL 在内的私营部门合作伙伴展开合作，支持卢旺达的中小企业开发本地和国际电子商务渠道，获得更好的物流配送服务。

3. 市场增长

越来越多的发展中国家正在经历电子商务的迅猛发展，尤其是亚洲、东欧、拉丁美洲和中东国家，这得益于上述政策和基础设施两个方面的有利条件。

例如，印度的线上零售市场预计保持 25-28% 的复合年增长率，在 2020 年底将达到 550-600 亿美元规模，在市场中占据四分之一份额；

³¹ 国际电信联盟，测量数字化发展：

<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2019.pdf>

³² 综合 Global Digital 2019 reports, <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2019.pdf>, 以及

<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>

³³ 国际贸易中心，ecomConnect：

<http://www.intracen.org/e-solutions/>

在哥伦比亚，互联网零售业预计将在 2023 年达到 53.5 万亿比索（约合 131 亿美元）。³⁴

线上购物迎合了年轻人的消费习惯，部分发展中国家互联网覆盖率及智能手机普及率高，且青年人占比大，这为发展电子商务的绝佳机会。

例如，越南的互联网经济受到国际资本的追捧，使其成为在印度尼西亚和新加坡之后投资增速最高的东南亚国家，同时也使越南的电子商务市场跻身全球最具潜力的市场之一。在过去四年里，越南的电子商务市场吸引了大约 10 亿美元的投资，并在 2019 年创新历史最高纪录。³⁵

（二）合作领域

随着数字创新和技术高速发展，一方面，全球减贫事业迎来新机遇，贫困农村地区和传统产业中的小农户有机会在信息通信技术的帮助下获得数字红利，从而增加收入、摆脱贫困；另一方面，不平衡的发展或将使发达地区与欠发达地区之间、城市与农村之间、贫穷与富裕阶层之间出现一条难以跨越的数字鸿沟，这对世界实现“零贫困”目标造成一定威胁。

2018 年 7 月，联合国秘书长古特雷斯成立联合国数字合作高级别小组，任命马云和梅琳达·盖茨担任该小组的联席主席，探讨规划

³⁴ Kearney，新消费者和旧传统的混合体：

<https://www.kearney.com/global-retail-development-index/2019>

³⁵ ISEAS，越南扩张的电子商务市场：

https://www.iseas.edu.sg/images/pdf/ISEAS_Perspective_2020_4.pdf

一个能让所有人合作共赢、共生共荣的数字未来。³⁶在 2019 年阿里巴巴上榜《财富》“改变世界的企业”榜单的次月，联合国贸易和发展会议（简称“联合国贸发会议”）发布了该机构首份关于全球数字经济的研究报告《2019 年数字经济报告——价值创造和获取：对发展中国家的影响》，其中介绍了阿里巴巴的电子商务平台和移动支付业务，呼吁全球以创造性思维加强合作，将数字化纳入旨在缩小数字鸿沟的援助政策和战略。³⁷

在此背景下，阿里巴巴积极与其他发展中国家分享其数字技术、物流渠道和用户市场，在包括贫困、教育、性别等多个领域进行国际合作，填补数字鸿沟，促进全球减贫事业。

1. 消除贫困

2016 年，马云提出了“电子世界贸易平台”（Electronic World Trade Platform, e-WTP）理念，希望可以借此推动公私对话，吸引各利益攸关方共同参与，为跨境电子商务的健康发展营造切实有效的政策和商业环境。e-WTP 的建立，有利于支持发展中国家、中小企业、年轻人和妇女参与创业，帮助他们提高经济能力，摆脱贫困。

³⁶ 联合国，秘书长数字合作高级别小组：

<https://www.un.org/zh/digital-cooperation-panel/index.html>

³⁷ 联合国，2019 年数字经济报告：

https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_ch.pdf

与 e-WTP 配套的理念还有每个地区用于连接 e-WTP 的“数字中枢”，以及由数字中枢组成的全球贸易数字之路。在这套设计中，数字中枢可以为中小企业提供一切全球贸易的基础设施，让“全球买全球卖”成为现实。目前，亚洲、非洲、欧洲相关国家相继加入 e-WTP 的平台，为本国的中小企业谋求更多的机会和便利。

专栏 4 e-WTP 全球合作案例（部分）

- 2017 年 3 月 22 日，首个海外 e-WTP 数字中枢落地马来西亚；
- 2018 年 10 月 31 日，卢旺达政府在首都基加利宣布与阿里巴巴共建 e-WTP；
- 2018 年 12 月 5 日，比利时政府与阿里巴巴集团在列日签署战略合作协议，e-WTP 正式进入欧洲；
- 2019 年 11 月 25 日，埃塞俄比亚政府与阿里巴巴签约共建 e-WTP。

以 2018 年卢旺达加入 e-WTP 为例。2017 年上半年，卢旺达的经济增长率达到 6.1%，这要归功于出口业绩的改善，农业的复苏以及私人消费的恢复。³⁸在出口贸易中，咖啡和茶叶占了相当的比例。

根据 e-WTP 协议，阿里巴巴将与卢旺达发展委员会（RDB）合作，帮助卢旺达中小企业通过阿里巴巴的在线市场向中国消费者出售其产品，包括咖啡和手工艺品。

同时，阿里巴巴旅游平台飞猪还将帮助卢旺达的旅游机构向中国游客开放预定机票酒店等旅行产品，刺激卢旺达的旅游产业。

³⁸ 世界银行，世界银行卢旺达经济报告：
<https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2018/06/21/world-bank-rwanda-economic-update>

卢旺达总统卡加梅认为，通过参与 e-WTP，卢旺达的生产商能够绕开昂贵的中介机构，直接向更大的客户群销售产品，这将帮助生产商提高生产力和生产效率。³⁹

2. 改善教育

教育水平在很大程度上影响收入水平，也是影响使用互联网方式的因素之一。

同样作为互联网用户，教育水平较高的人会使用更先进的服务提升自身的生活质量，例如电子商务和在线金融及政府服务。而教育水平较低的人则倾向于主要利用互联网进行通讯和娱乐。

在农村地区，教育水平和识字率普遍偏低，这可能导致人们不会使用互联网，即便使用也主要用于通讯和娱乐，而非用于掌握更高级的数字技能。根据可获得数据，发展中国家扫除或接近扫除了青年文盲已达 60%，但最不发达国家的许多农村地区识字率仍较低，尤其是妇女⁴⁰。

阿里巴巴及马云公益基金会长期致力于通过国际合作改善发展中国家儿童的教育状况。

2016 年，阿里巴巴在印度发起了公益项目“百万图书”计划，通过捐赠 100 万本图书来提高印度贫困学校的藏书量，为印度儿童和青年提供良好的阅读资源。

³⁹ Alizaila, 卢旺达首次在非洲加入阿里巴巴主导的世界能源论坛：
<https://www.alizaila.com/rwanda-first-in-africa-to-join-alibaba-led-ewtp/>

⁴⁰ 联合国教科文组织，2017。

截至 2019 年 9 月，该计划筹集到超过 90 万本图书，已捐出将近 75 万本，来自超过 2500 所印度教育机构的近 250 万学生从中受益。

阿里巴巴旗下的 UC 浏览器事业部也在印度本土展开了捐书活动。UC Shiksha 活动将用户的在线阅读时长转换成“捐书值”，吸引了数百万用户参与。通过这项活动，UC 已经捐赠了超过 10 万本书，30 多万儿童从中受益。⁴¹

2019 年，阿里巴巴公益联合中国扶贫基金会启动了“国际爱心包裹”项目。该项目通过为“一带一路”沿线发展中国家的贫困小学生发放爱心包裹，包括书包、基础文具、美术用品、益智玩具、生活用品等，帮助改善他们的基本学习和生活条件。

“国际爱心包裹”的前身是中国国内的“爱心包裹”项目。2012 年起，爱心包裹入驻阿里巴巴“公益宝贝”进行筹款，截至 2018 年年底，累计筹款已超过 2 亿元。

同年，阿里巴巴联合中国扶贫基金会在尼泊尔、缅甸、柬埔寨、纳米比亚 4 个国家开始试点发放“国际爱心包裹”，累计发放爱心包裹 5 万余个，受到当地政府、学校和民众的热烈欢迎。⁴²由此，双方决定在 2019 年全面展开战略合作，正式启动“国际爱心包裹”项目。筹款渠道上，“国际爱心包裹”项目的善款将全部来自阿里巴巴“公益宝贝”计划。

⁴¹ 中国日报网，阿里巴巴举办海外公益论坛 UC 扶助印度妇女儿童开创本地公益新模式：

<http://caijing.chinadaily.com.cn/a/201909/06/WS5d71fb07a31099ab995de695.html>

⁴² 天下网商，阿里巴巴与中国扶贫基金会联合发布“国际爱心包裹”项目，公益宝贝计划让全球受益：

<http://i.wshang.com/Post/Default/Index/pid/258820.html>

3. 赋权女性

在世界最贫困的国家和地区，女性往往在农业经济体中发挥着重要的作用。但是由于性别限制，女性经常难以获得生产资源、服务和经济机会，也难以参与决策。性别不平等阻碍女性充分发挥潜力，也严重影响了农村的发展。

马云曾说过，阿里巴巴几乎 50%的员工是女性，超过 34%的高管也是女性，女性员工更能考虑他人的感受，更容易发现软件和服务中的问题。赋权女性，也是阿里巴巴长期关注的议题。

自 2015 年以来，阿里巴巴隔年召开全球女性创业者大会，探讨互联网+时代的女性创业和发展，支持和促进女性创业，释放互联网时代经济发展新机遇。

2019 年，阿里巴巴研究院与中华女子协会发布了《2019 全球女性创业就业报告》⁴³，分享了全球范围内女性通过电商谋求职业发展的案例。

在东南亚，阿里巴巴旗下的在线购物平台 Lazada，覆盖了印尼、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国及越南等地。该平台上女性企业家创业就业十分活跃。2019 年，Lazada 通过 APP 直播技术，销售额增长了 75%。在越南，Lazada 还促进了女性快递员职业的诞生。

在 2019 年，阿里巴巴还支持了非洲女性计算机工程师 Maireme Jamme 的项目“我就是代码”（iamtheCODE）全球计划，为非洲的妇

⁴³ 中华女子学院，2019 阿里巴巴全球女性创业就业研究报告：
<http://i.aliresearch.com/img/20190828/20190828144028.pdf>

女和儿童提供免费的在线培训和云计算资源。该计划旨在推动落后地区的女孩学习计算机编程、互联网技术，让她们拥有一技之长，可以拥有独立自主的生活能力。Marieme Jamme 表示：“阿里巴巴的参与可以为更多非洲女孩提供免费课程。当她们完成课程时，她们将会是科学家、工程师、程序员和开发者。她们将变得独立，并为自己感到自豪。”

（三）合作方式

阿里巴巴会根据项目类型、合作对象和本地环境，通过技术支持、搭建平台和资金捐赠等方式开展国际合作。

1. 提供数字创新技术支持

阿里巴巴依托自身拥有的成熟计算机技术，助力国际公益机构通过人工智能、机器学习、资料分析等方式在全球范围内解决可持续发展问题。典型例子如下：

第一，向联合国世界粮食计划署提供大数据等技术支持，助力在全球消除饥饿。2019年9月，阿里巴巴和联合国世界粮食计划署(WFP)推出“饥饿地图 LIVE”全球观测系统，可预测和追踪超过90个国家的饥饿状况和严重程度。

该系统可以在第一时间汇总世界粮食计划署以及其他不同管道的公开讯息，如粮食供应、食品营养、地区冲突、气候条件等宏观经济资料，通过数据可视化手段将信息在互动地图上及时展示出来。

借助机器学习技术，系统甚至可以有效预测资料缺乏地区的粮食安全状况。饥饿地图 LIVE 可帮助世界粮食计划署、人道组织及全球领袖及时观测进展、辨别风险趋势，以作出更明智的决策，缩短救援反应时间、节省成本。

“饥饿地图 LIVE”最早诞生于 2017 年，是阿里巴巴与世界粮食计划署在安徽省启动的扶贫专案，透过电子商务将当地小农户与市场直接连结，帮助此弱势群体销售当地的农产品猕猴桃，在市场上获得更好的经济收益。该专案获得成功后，阿里巴巴进一步将国内经验引向国际，将信息技术平台升级成了全球范围内对粮食信息的监测汇总。

第二，向肯尼亚提供云计算等技术支持，保护当地的野生动物。2018 年 9 月，阿里云与肯尼亚旅游与野生动物部进行战略合作，以保护其境内濒临灭绝的动物。

阿里云的计算、人工智能和物联网技术可以被用来追踪肯尼亚国家公园中濒临灭绝的大象，犀牛和狮子。通过部署动物追踪传感器，红外陷阱摄像头，智能气象站，护林员设备和广域无人机，阿里云可以收集有关动物运动和总体健康状况的实时数据，并将其反馈给监控平台。

考虑到野外监控的特点，追踪动物的设备将是轻量级且由太阳能供电。该平台能够分析和预测动物的行为和行进路线，预测可能存在的风险，包括非法盗猎和人畜冲突。这将有助于肯尼亚部署地面团队，以迅速做出响应，更好地管理国家公园。

2. 搭建跨国人力资本投资平台

当前，中国经验正在为世界发展提供更加多元化的选择和借鉴。人才作为滋养全球化的种子，将阿里巴巴的普惠理念、创新模式和发展活力送到世界各地。

第一，创立非洲青年创业基金，营造支持企业家创新的有利环境。2018年8月，马云在南非约翰内斯堡宣布成立“非洲青年创业基金”（The Africa Netpreneur Prize Initiative, ANPI）。

该基金将出资1000万美元，未来10年在非洲支持100名青年创业者，以此创造更多的就业及经济发展，支持非洲年轻人实现梦想。⁴⁴奖项重点关注非洲小企业的发展、基层创新和女性创业，面向非洲全境。

除了奖金激励，阿里巴巴还将提供相关的培训、导师资源、平台资源及后续项目支持等。ANPI与东非肯尼亚的创业孵化器 Nailab、西非尼日利亚最大的创业孵化网络 NINE、在南非拥有非洲最大创业园区的 On Sloane 和北非埃及的初创企业服务平台 RiseUp 四家当地伙伴达成合作，覆盖非洲所有54个国家，调动当地的草根创业者踊跃报名参加创业基金今年的赛事活动。

其中，肯尼亚的 Nailab 还会负责整个非洲地区的统筹工作。这样的国际化平台，为整个非洲地区的创业者提供了资金及技术支持，

⁴⁴ 马云公益基金会，马云拿出1000万美元激励非洲年轻人，支持他们实现梦想：
<https://mp.weixin.qq.com/s/Lq5i-9ZP3orTF02hKI023A>

同时又能带动非洲当地的孵化机构发展，帮助其完善造血功能，是一举多赢的创举。

第二，建设跨境电商教育联盟，投资当地的人力资本。除了 ANPI 项目，阿里巴巴还建设了全球跨境电商教育联盟，持续开展全球梦想家、B200 计划、互联网创业者计划、全球电商人才培养项目，在世界范围尤其是发展中国家搭建人才培养的平台，也使来自世界各地的新鲜思想在阿里巴巴发生碰撞，共同激发未来经济建设的火花。

3. 捐赠国际公益项目

除了提供技术和搭建平台，阿里巴巴还通过捐赠和奖金的方式直接为国际公益组织提供支持。

第一，捐赠中国扶贫基金会的国际公益项目。国际爱心包裹 2019 年 5 月 16 日，阿里巴巴对外发布了首份“公益财报”。⁴⁵

数据显示，在阿里巴巴公益、支付宝公益两大平台总捐赠笔数超过 300 亿笔，仅上个财年就产生直接捐赠 91 亿笔，带动参与捐赠人数超 4.4 亿。旗下公益宝贝项目的捐赠，在 2019 财年为公益机构筹款总额达到 12.7 亿元。阿里巴巴公益与中国扶贫基金会合作的“国际爱心包裹”项目，其善款就全部来自阿里巴巴“公益宝贝”计划。

第二，与桃花源基金会合作支持非洲野生动物保护。2017 年 7 月，阿里巴巴公益基金会和桃花源生态保护基金会共同设立“非洲保护区

⁴⁵ 阿里巴巴公益基金会，阿里巴巴公益基金会 2018 年度报告：
<http://www.ali.jijinhui.org/content/17044>

巡护员奖励基金”，每年奖励 50 名非洲一线巡护人员，每人奖励 3000 美元，项目持续 10 年，以支持非洲地区的野生动物保护工作。

（四）机制保障

促进农业发展和减贫事业，以及推动可持续发展目标的实现，需要来自公共和私营部门的共同努力。在为了满足发达国家农民需要而投入的研发经费中，私营企业贡献了约 50%。

此外，在像中国、印度和巴西这样的大型新兴经济体里，约 25% 的农业研发经费来自于私营部门⁴⁶——这都展示了私营部门在农业发展中扮演的重要角色。当然，政府在农业发展领域同样发挥着关键作用，它可以制定和实施政策，鼓励更多的私营资本投入到农业研发领域中，例如取消相关管制和加强对知识产权的保护。

公私合营模式具有一些潜在的好处。它能够汇集财政资源及撬动其他资金的能力，为政府提供合理管理风险和提高效率的机会。然而，这一模式也具有许多挑战，例如它可能面临不够支持的外部环境、不够灵活的操作程序和延迟到位的资金。

因此，阿里巴巴若要更深入地参与国际发展合作，需要加强同公共部门的沟通，在获得更有利的营商环境及合作伙伴的同时，对当地、区域性及全球的发展政策产生积极影响。

⁴⁶ 世界银行，世界银行报告称，农业创新和技术是发展中国家减贫的关键：
<https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2019/09/16/agricultural-innovation-technology-hold-key-to-poverty-reduction-in-developing-countries-says-world-bank-report>

三、“亩产一千美金”对全球农业发展和农村减贫的启示

减贫是全球发展议程的核心关注点之一，如何实现脱贫致富、缩小贫富差距并使所有人从经济增长中获益是所有国家都面临的重大课题。

对于发展中国家来说，大量贫困人口生活在农村，贫困主要发生在农村地区，农村的贫困率要远高于城市。从更广阔的视角来看，农业事关基本生存、民生改善、经济发展和环境保护，是任何一个国家的基础性产业。在大部分发展中国家，农业占经济的比重很高，是当地居民的主要谋生手段和家庭收入来源，关系着社会稳定。

农业对这些国家的政治经济都具有极其重要的意义。农业的发展及其所带来的减贫效果因而也越来越受到发展中国家和国际发展合作利益相关方的重视。

电子商务以及其他数字经济在包容性增长效应方面有着巨大的潜力。技术的应用改善了交易方式以及生产、运输和服务等环节的生产运营活动。

数字的发展减少了信息不对称，打破了市场壁垒，降低了交易成本，提高了资源配置效率，更为小微经济主体进入市场、参与经济活动降低了门槛。尽管存在数字鸿沟的风险，但是也有越来越多的例子证明只要条件成熟，在原有经济体系中处于不利地位的行为主体和落后地区能够搭乘电子商务和数字经济的快车实现发展。

可以预期的是，若能将数字与农业发展有机结合，将释放出巨大的减贫效果，加快落后地区的发展。

阿里巴巴多年来致力于面向农村地区的商品上行和下行双向渠道网络的搭建，活跃了农村经济，生动展示了电商可以是脱贫攻坚、乡村振兴的强有力工具。

作为来自私人部门的创新性减贫方案，阿里巴巴的“亩产一千美金”模式对全球农业发展和农村减贫以及未来的中国国际发展合作都具有重要的启示和借鉴意义。

（一）“亩产一千美金”模式借鉴的可行性

尽管大多数发展中国家与中国的国情不同，发展阶段也千差万别，在现有条件下照搬“亩产一千美金”模式并不现实，但是从市场预期、发展基础和企业培育来看，其他发展中国家借鉴“亩产一千美金”实现农业发展、农民致富和农村减贫也具有一定的可行性。

1. 市场预期

实现农产品的商品化和最终价值对所有发展中国家都非常重要。对于存在粮食不安全现象的国家来说，粮食安全的实现除了依靠提高农业劳动生产率、增加农产品产量外，还需要农产品市场发挥调解地区和季节余缺、多样化饮食的作用。

对于传统农业出口国家来说，在未来很长一段时间内，农业仍将是具有比较优势的产业，尤其是在劳动密集和管理密集农业方面。问

题的关键在于如何带动更多小农参与农产品出口，并不断提升面向海外市场的出口农产品的附加值。而对于大多数发展中国家来说，高附加值农产品市场都有着可观的增长前景。

其中，以畜牧和园艺产品为首的、面向国内消费的高附加值产品是农业市场中增长最快的，每年增长速度达到 6%-7%。同时生鲜或加工的水果和蔬菜、鱼及鱼类制品、肉、坚果、调味品和栽培，占目前发展中国家农产品出口的 43%⁴⁷。这就为农产品价值链打造高附加值农业提供了可能。

2. 发展基础

在发展中国家，尽管一些极端贫困人口居住在条件极为恶劣的地区，但是农村人口主要生活在农业发展条件较好的区域，有着较高的农业发展潜力。

同时，发展中国家的基础设施升级虽然需要大规模的投资并需要较长的时间，但是改善宏观公共部门的管理架构和理念、提升电子商务意识和创业精神则可以在较短时间内实现。

同时，中国的经验尤其是“亩产一千美金”模式所代表的全价值链解决方案也表明，电子商务和数字技术及其创新性的解决方案以及外来力量的介入，可以成功帮助落后地区克服一系列发展挑战，为农业发展和农村减贫注入强大活力。

⁴⁷ The World Bank, World development report 2008-Agriculture for Development, P14.

3. 企业培育

阿里巴巴是从电子商务平台起步的，逐渐打造出完整的数字经济生态体系，可以为商品价值的实现提供全方位的扶持，为实力和能力尤其处于市场边缘地位的小农提供帮助，提升农业产出的附加值。

目前，大多数发展中国家也纷纷涌现出越来越多的电子商务平台，而在农业领域也有了越来越多的数据平台，如依托手机和网页而进行信息共享和开展网上交易。

这些快速发展的新型电子商务企业经过一段时间的发展和积累，将有望为本国大部分人从事的经济活动提供技术支持，以及更完整的价值链解决方案。

（二）对全球农业发展和农村减贫的启示

对于大多数发展中国家来说，寻找发展机会，培育本土产业，扩大经济活动，融入全球价值链是当下发展议程的重要任务和可行出路。短时间内来看，基于自身资源禀赋和内生力量发展农业应该是重中之重。

同时，农业作为发展中国家大多数人所从事的产业，其发展可以带来最大的减贫效果。

当前，私人部门的日益活跃和技术创新的层出不穷，给农业和减贫带来新的机遇。“亩产一千美金”模式正是在此背景下由私人部门引领的、聚焦农业和小农的创新性减贫方案，该模式的成功实施对全球农业发展和农村减贫具有以下启示：

1. 建立新型公私伙伴关系

二战后，发展中国家农业增长的驱动力量几经转变。20 世纪六七十年代，政府被认为是农业发展的主要驱动者。政府实施补贴战略，并管理农产品的流通。然而该模式在财务上是不可持续的，也没有带来农业的大发展。

随着 80 年代很多国家实行了结构调整，驱动农业发展的任务转交给了私人部门，90 年代非政府组织加入支持农业农村发展的队伍。然而 2008 年粮食价格的上涨问题暴露了粮食安全问题的脆弱性和敏感性，公共部门倾向于直接干预农产品的生产和流通。

历史已经证明单边方式是行不通的，只有建立公共部门和私营部门紧密合作的多利益相关方的方式才是可行之道。公共部门和私营部门应围绕共同目标和战略，密切配合发挥各自独特作用。

私人部门可以是价值增值的驱动者，而公共部门则可以发挥监管和催化作用，聚焦于改善商业运营环境，提供基础设施等公共产品，改善相关政策、法律和条例。

在“亩产一千美金”模式下，尽管阿里巴巴可以为小农提供覆盖价值链全链条的整体解决方案，该模式也是建立在中国公共部门提供的基础设施、教育和技能培训、营商环境等良好的非数字配套机制之上的，并得益于中国整体的信息化、数字化发展。

同时该模式在推进的过程中，也和地方政府建立了互动合作关系，阿里巴巴在有些地方还开展针对政府管理人员的相关培训，进一步获得了地方政府在公共产品提供、组织农民参与等方面的密切配合。

发展中国家在电子商务方面的落后是由多种因素造成的，如缺乏全季节道路、有效的运输和物流，基本的信息和通讯技术低质量等。

但也有研究显示，体制机制和法律因素是在发展中国家发展电子商务的最大障碍。这进一步说明有必要推动在公共部门和私人部门之间建立良性互动，公共部门应着重为私人部门的发展创造良好的营商环境。

2. 注重系统化发展方案

将农民与市场有效连接，并通过全价值链打造的方式不断提升农业附加值，被证明可以释放出巨大的减贫潜力。而要顺利推进该模式关键在于要从理解整个体系或价值链起步，才能寻找到最有效和最有效率的支持战略，提供系统化的发展方案。

在价值链的选择上，需要以系统化方式分析影响价值链变化的主要因素，如市场需求的变化，资金、技术和相关服务的供给，盈利性，风险，进入障碍，供给和政策环境等，确定价值链的薄弱环节和运营不良的根本原因。

从破解薄弱环节入手，提供真正适用当地情况的具体技术、服务等支持，并随着价值链的变化，保持战略和解决方案的灵活性。

3. 循序渐进推动发展

依托电商平台打造市场驱动的全价值链不可能一蹴而就，需要经过一个循序渐进的发展过程。大部分发展中国家的数字化水平和意识

低下，缺乏可以负担得起的信息通讯等技术，劳动力也缺乏复杂的组织能力，难以完成处理订单、质量控制和完成在线支付等活动。

发展价值链也不可能覆盖到所有小农，发展的努力应该着眼于最有能力，商业驱动和导向最强的小农。

这些小农将能够在较短时间内将投资带来的发展效果最大化。通过这些小农先行一步带来的示范效果，可以将先进的管理方式和农业技术扩大到更多的农民。

（三）对中国国际发展合作的启示

“亩产一千美金”是阿里巴巴在中国国内实施的减贫方案，但其成功实施和显著的减贫效果也对中国进一步改进完善国际发展合作有着重要的启示意义。

1. 重视与私人部门的合作

国际发展合作伙伴方可以为发展中国家的发展提供资金支持、技术指导和经验分享，更重要的是能够带来发展机会。而可持续的发展机会离不开私营部门的合作参与。

阿里巴巴目前正在全球积极推广 e-WTP，旨在通过电子商务、技术和简化的行政程序将全球中小企业连接起来，为电子商务在全球的繁荣发展搭建平台。

同时阿里巴巴还积极分享自身技术和发展模式，着重帮助发展中国家培训数字经济人才，支持当地人才创业，助力打造发展中国家自

己的数字经济生态系统。而也有越来越多的来自发展中国家的特色农产品通过阿里巴巴的平台卖到中国市场。阿里巴巴的这些行动作为来自中国的发展经验和发展机遇，受到越来越多发展中国家的欢迎。

中国的国际发展合作长期以来都是以政府为主体开展的，私人部门长期处于被动参与的地位。

20 世纪 90 年代中国的对外援助曾经承担着推动中国产品和企业“走出去”的重任。随着中国企业实力的提升和国际业务的扩展，对外援助承担的上述功能在削弱，而中国企业在海外经营过程中给当地带来的发展效果也越来越凸显。

当前私人部门主要是以对外援助项目实施方的角色参与中国的国际发展合作的，如何将私人部门作为合作伙伴，与中国官方的对外援助有机结合、相互促进是当前中国国际发展合作可以探索的重要方向。

2. 创新农业减贫援助方式

中国一直以来将促进发展中国家的农业和农村发展、减轻贫困作为对外援助的优先领域。

中国的农业援助长期是以分享中国的实用农业技术为核心，并配套以提供农业生产资料、改善农业基础设施、培养农业技术人员等活动。中国因地制宜传授的农业技术显著促进了当地增产增收、多样化种养殖品种。

总的来看，中国的农业援助大多集中在农产品价值链的生产端，在价值链条的下端中国也提供了零散的援建仓储设施、捐赠检验检疫设备等援助。

2000 年以后，援建农业技术示范中心成为中国在农业领域对外援助的新举措。

为示范农业产业链发展并推动中国的农业企业“集团式”走出去，中国对外援建了 20 多个农业技术示范中心，以“以省包国”的形式由地方农业龙头企业、农业科研机构或具有对外合作经验的企业承办。

农业技术示范中心通过选育品种、推广实用技术、培训技术人才，极大地提高了受援国的农业生产效率。但是在经过基本建设、技术合作阶段之后，大部分农业技术示范中心在商业化运营阶段遇到了困难。

这些经营主体缺乏海外运营经验，没能找到合适的产业打造产品价值链，也没有融入当地经济社会生态。

中国的农业援助长期没有破解可持续性的难题，常常无法避免“中国专家在，产量大幅度提升；中国专家离开，农业生产又回复到原样”的现象。这根本上由于农业发展面临多重挑战、缺乏市场和价值驱动的结果。

围绕帮助发展中国家减轻贫困，基于自身减贫经验，中国对外援助采取的是多角度驱动的方式。

在国家层面，通过改善基础设施破解发展的瓶颈，驱动工业、农业等生产性行业增长，以经济的增长带动大规模减贫；在个人层面，

通过传授农业、手工业生产技艺、开展职业培训等方式，提升个人谋生能力，并针对妇女、儿童等脆弱人群提供有针对性的帮扶。

2016年12月，中国启动了“东亚减贫示范合作项目”，在老挝、柬埔寨和缅甸三个国家示范中国扶贫开发“整村推进”的工作经验，开展社区综合发展示范项目。

该项目下，中国提供资金和物资，派遣专家开展培训和技术指导，在三个国家分别选中的两个村子开展道路、供水等基础设施建设，扶持种植、养殖等农业产业，并开展社区环境整治，以改善村民的生产生活条件，增强村庄的发展活力。

就项目的具体实施来看，开展基础设施建设较为容易，而为农民谋生计则相对复杂，并不容易实现。农民生计的改善与当地经济社会整体发展状况密切相关，是无法从宏观发展生态中割裂出来的。

借鉴“亩产一千美金”的模式，未来中国的农业减贫援助可以尝试进一步改进。

对于农业援助来说，要以价值链运行的系统化视角充分评估具体援助项目的立项可行性，除评估项目自身实施的可行性外，还应充分评估项目前段和后段的配套情况，以确保项目能够发挥出可持续的发展效果。

例如，在传递农业技术时应充分评估，采用该技术增加的产出是主要用于满足农民自身粮食需求，还是用于出售，是否有出售渠道。在甄选农业援助项目时，也可以从分析某一农产品价值链入手，寻找

价值链的最薄弱环节，破解影响价值链实现的最迫切难题，也可以将多个援助项目整合起来，协力推动某一价值链的发展。

对于减贫援助来说，在东亚减贫示范项目示范整村减贫的基础上，可以考虑“价值链减贫”的方式，在发展中国家的农村选择某一个具有发展潜力的农产品，动员协调中国、所在国和国际相关私人部门共同参与，提供从生产、物流、销售等全链条的解决方案，打造完整农产品价值链，带动当地农民减贫，示范新型减贫方式。

3. 增加数字经济援助

数字经济和信息技术的发展代表着未来经济的发展方向，也蕴含着强大的发展动能，更为发展中国家带来了加快发展的机遇。

中国在自身收获数字红利的同时，也积极帮助其他发展中国家达成数字经济的快车，不过主要集中在以多种途径支持改善信息技术基础设施等方面，对于如何使用数字技术发展数字经济提供的支持尚不多。

国际发展合作方已经开展了数字经济培育和孵化的援助活动。例如，世界银行与肯尼亚政府、相关地区和国际组织合作，在肯尼亚建立了非洲首个农业技术孵化器。该平台有超过一百万农民参与，重点支持农业技术创新的扩散，也可以提供市场准入、生产信息和金融服务配套支持。

美国国际发展合作署和瑞士国际发展合作机构也与中东非的一个本地协会合作，在肯尼亚开发区域农业贸易信息网络。德国在 2019

年底宣布启动“非洲云计划”，为非洲偏远地区青年搭建线上学习的新平台，加大对非洲的数字援助。

未来，中国的国际发展合作在帮助发展中国家继续改善数字经济基础设施的同时，也需要更多从软性援助和解决方案入手，着重开展人才培养、平台搭建、解决方案分享等内容的援助，帮助发展中国家抓住机遇孵化“数字经济”发展，也为中国企业参与发展中国家数字经济发展提供助力。

同时，数字技术的应用也为中国创新国际发展合作实施方式提供了技术可能性。例如一些技术指导、经验分享的活动可以通过远程授课、在线答疑等方式开展，提供更加便捷、灵活、可持续性的支持，进一步提升国际发展合作活动的实施效果。