

第28章 城乡通

第三部 · 兴业篇 · 第五篇 · 商贸流通与供应链

如果说多商户购物平台解决的是“工业品下乡”的商业流通问题，那么城乡通要解决的就是“农产品进城”的助农增收问题。在多商户平台上，批发商和零售商是主角；在城乡通上，农户和城市消费者才是主角。这是平台“能赚钱”承诺的核心支撑——让农民种的东西卖得出去、卖得上价，让城市消费者买到放心、安心的农产品。

城乡通不仅是一个交易平台，更是一座连接城市与农村的桥梁。城市消费者不仅可以在平台上直接购买指定农户的产品——王大爷家的紫皮蒜、李婶家的土鸡蛋、赵叔家的小米——还可以通过乡村研学功能走进田间地头、走进农家、走进农办企业，亲眼看到农产品的生产过程。这种“体验式信任”是任何广告都无法替代的。消费者亲眼见过、亲手摸过、亲口尝过之后，对产品的信任就不再是抽象的“品质保证”，而是具体的“我亲眼看着它长出来的”。这种信任驱动下的复购，才是城乡通最核心的竞争力。

28.1 城乡通的定位与价值

28.1.1 从“卖不掉”到“卖得好”

传统农产品流通面临的核心问题是“两头难”——农民卖不掉、市民买不好。农民种出来的好东西，因为缺乏销售渠道，要么被中间商低价收购，要么烂在地里。市民想买到真正放心的农产品，却只能去超市买那些“来路不明”的蔬菜水果，不知道是谁种的、怎么种的、用了什么农药。

城乡通直接连接农户和城市消费者，砍掉了中间环节。农户在平台上发布自己的产品——填写品种、产量、价格、产地照片，经平台审核通过后生成“供销安选·品质码”。城市消费者在平台上浏览农户信息、查看产品详情、下单购买。农产品从农户手中直接寄送到消费者家中，省去了多级批发和零售加价。农户卖出了好价钱，消费者买到了放心菜——这就是城乡通最朴素也最核心的价值。

28.1.2 “品质码”的信任价值

城乡通上的每一件农产品都有一个独特的“品质码”。品质码不是简单的二维码，而是农产品从产地到餐桌的全链路信任凭证。它关联着农户的身份信息——谁种的、哪个村的、怎么联系的。它关联着产品的产地信息——哪块地、什么土质、用的什么肥料。它关联着质量检测信息——农残检测报告、品质认证证书。消费者扫描品质码，可以看到这位农户的故事、这块

地的照片、这份检测报告的结果。品质码让每一件农产品都有了“身份证”，让消费者从“盲目信任”变成了“有据可查的信任”。

28.2 农户入驻与产品上架

28.2.1 农户入驻审核

农户要在城乡通上销售产品，首先需要完成入驻审核。农户在线提交身份信息——姓名、身份证号、所在村庄、联系方式，上传身份证照片和土地承包证明或村委证明。平台对农户身份进行核实——通过实名认证确认身份真实，通过村委核实确认确为本地农户。审核通过后农户获得城乡通入驻资格，可以在平台上发布产品。

对于残疾人农户、低收入农户等特殊群体，平台提供入驻绿色通道——免收平台服务费、优先审核、优先展示。这体现了平台的社会责任，也与残联服务模块形成了联动。

28.2.2 产品上架与品质码生成

农户入驻后可以自主发布产品。发布产品时填写产品名称、品种、产量、价格、产地位置、种植方式（是否使用化肥农药等）、上市时间等信息，上传产品照片和产地照片。产品提交后由平台运营管理员进行审核——确认产品信息真实、图片清晰、价格合理。审核通过后，系统自动生成“供销安选·品质码”——一个包含产品信息、农户信息和质量信息的二维码。品质码的图片文件上传至MinIO对象存储，二维码打印后贴在产品包装上。如果农户能提供农残检测报告或有机认证证书，品质码中会关联这些认证信息，进一步提升产品的可信度。

28.3 消费者下单与物流配送

28.3.1 消费体验设计

城市消费者在城乡通上的购物体验与传统的电商平台有所不同。消费者可以按照产品品类、产地、农户信用等级等条件筛选商品。在商品详情页，消费者不仅能看到产品图片和价格，还能看到农户的头像、姓名、所在村庄、种植故事和产地实拍照片。这种“有温度的商品展示”让消费者感觉自己不是在面对一个冷冰冰的商家，而是在与一位有血有肉的农民打交道。消费者下单后，订单信息自动推送至农户，农户按照订单要求备货——采摘新鲜蔬菜、捡拾新鲜鸡蛋、称量足斤足两。

28.3.2 物流配送

城乡通的物流配送利用供销社的物流网络和社会闲散运力。农户备货完成后，将包裹送至就近的村级服务站或供销物流收发点。平台根据订单的目的地和时效要求，自动匹配最优的配

送方案——可能是供销社的物流车辆、可能是众包配送员的顺路捎带、可能是与第三方快递公司的合作。物流配送全程可追踪——消费者在手机上可以看到包裹的实时位置和预计送达时间。配送费用按照平台标准计算，在消费者下单时明示。

28.4 农户故事与评价体系

28.4.1 农户故事

城乡通最独特的功能之一是“农户故事”。每一位入驻的农户都拥有一个专属的农户故事页面——农户的姓名、照片、所在村庄、种植经历、种植理念、家庭情况。农户故事不是冷冰冰的商家介绍，而是有温度的农家叙事。消费者在浏览产品时，可以先看农户的故事，了解这位农民是谁、他怎么种地的、他为什么坚持不用农药。当消费者被农户的故事打动时，购买就不仅仅是交易，更是一种情感上的支持——“我买王大爷的蒜，不仅是买蒜，更是支持一位勤劳的老农民”。

28.4.2 双向评价体系

城乡通建立双向评价体系。消费者可以对购买的产品和服务的农户进行评价——产品质量、包装、物流速度、是否与描述一致。农户也可以对消费者进行评价——是否恶意差评、是否无故退货。评价结果公开可见，影响农户在平台上的信用等级和搜索排名。诚信经营的农户获得高信用分，不诚信的农户被限制参与平台活动。这种双向评价机制维护了交易双方的权益，构建了健康有序的交易环境。

28.5 市民下乡

城乡通不仅是“农产品进城”的通道，也是“市民下乡”的桥梁。城市居民可以在平台上发布自己的乡村需求——寻找乡村民宿体验农耕生活、租赁一块小菜园体验种植乐趣、请一位乡村工匠修缮老宅。这些需求信息在平台上公开展示，农户和村级组织可以主动接单，为城市居民提供服务。市民下乡不仅为农村带来了经济收益，更重要的是促进了城乡之间的交流与理解。城市居民来到农村、住在农村、体验农村，对农村的认知从“贫穷落后”变成了“自然淳朴”——这种认知的改变，是城乡融合发展的重要基础。

28.6 乡村研学与农旅体验

如果说市民下乡是“自发”的城乡交流，乡村研学就是“有组织”的深度体验。这是城乡通模块最具创新性的功能延伸——它将农产品消费从“线上购买”延伸为“线下体验”，通过透明的、可追溯的参观体验，建立消费者对农产品的深度信任。

28.6.1 研学项目的发布与预约

村庄、农办企业、合作社可以在平台上发布乡村研学体验项目。项目信息包括体验内容——参观养猪场了解益生菌猪肉的养殖过程、参观饲料厂了解饲料的配方和生产工艺、参观蔬菜基地体验采摘乐趣、到农家体验传统手工艺制作、参观农产品加工车间了解从原料到成品的全流程。每个项目标注体验时长、接待能力、收费标准和联系方式。

城市居民、学校、企业团体可以通过平台在线预约研学体验——选择感兴趣的项目、选择日期、填写人数、支付费用。预约信息自动推送到接待方，接待方确认后安排接待人员、准备体验场地和物料。消费者到达后扫码签到，接待人员按照预设的体验流程引导参观和体验。体验完成后，消费者对研学项目评价——接待服务、体验内容、产品质量。评价内容公开可见，影响项目的推荐排序。

28.6.2 透明化加工参观

乡村研学的核心价值在于“透明”。消费者走进养殖场，亲眼看到益生菌猪肉的养殖环境——猪舍干净整洁、猪群健康活泼、饲料配比科学。消费者走进加工车间，亲眼看到农产品的加工全流程——从原料清洗到成品包装、从质量检测到贴标出库。消费者走进检测室，亲眼看到农残检测的过程和结果。这种“开门迎客”的透明化经营，比任何广告都更有说服力。消费者亲眼看到的真实生产过程，就是最好的品质保证。平台的视频监控系统和产品追溯系统为透明化参观提供了技术支撑——养殖场的环境监控画面实时展示，加工车间的关键控制点数据公开可查，产品的全链路追溯信息在参观过程中随时可以调阅。

28.6.3 现场品鉴与即时采购

体验结束后，消费者可以在现场进行品鉴——尝一块刚出锅的益生菌猪肉、喝一杯现榨的果蔬汁、品一口刚酿造的农家酒。品鉴满意后，可以直接在现场采购产品带回家。现场采购通过平台扫码支付，交易记录自动留存，产品信息自动关联品质码和溯源数据。如果产品体积较大或不方便当场携带，消费者可以选择配送到家——现场下单、回家收货。

28.6.4 体验复购闭环

消费者回家后，之前在城乡通上体验过的产品会出现在“我的体验”专属列表中。如果觉得产品好，可以随时在这个列表中一键复购——不需要重新搜索、不需要再次筛选，直接下单、配送到家。因为亲眼见过产品的生产过程，消费者对品质有绝对的信心，复购意愿远高于单纯的线上购物。从“体验”到“信任”到“复购”，形成了完整的消费闭环。农户也因此获得了稳定的客户群体——研学体验的每一位参与者，都是未来的潜在复购客户。

28.6.5 团体研学定制

平台支持团体研学定制服务。学校可以定制适合学生的农业科普研学课程——认识农作物、体验农耕、了解农产品加工。企业可以定制员工团建与农旅体验相结合的活动——走进田园、参与农事、品尝农家美食。社会团体可以定制主题研学路线——结合村镇文旅模块的文旅资源，串联多个村庄的研学项目，形成一日或多日的深度体验行程。团体研学定制通过平台提交需求——指定体验内容、时间安排、人数规模、预算范围，由平台匹配最合适的接待方和研学路线。

28.7 从“离不了”到“喜欢”——城乡通的温度

城乡通是平台所有模块中最能体现“扎根乡土”理念的模块之一。它不只是在城市和农村之间搭了一座“买卖的桥”，更是在城乡之间建了一条“信任的纽带”。城市消费者通过农户故事了解了一位老农民的一生，通过品质码看到了每一颗蒜的来历，通过乡村研学亲手触摸了每一寸土地的温度——这种连接，超越了商业交易，是一种人与人的情感共鸣。

对于农户来说，城乡通的价值不仅是“能卖出去”，更是“被看见”。王大爷的紫皮蒜不再被中间商统一收购、混在无数袋蒜中不知所踪，而是被城市里的某个家庭指名道姓地购买——“我要买王大爷家的蒜”。这种被认可、被信任的感觉，是农民最珍贵的获得感。对于城市消费者来说，城乡通的价值不仅是“买得到”，更是“买得放心”。亲手摸过、亲眼看过、亲口尝过的农产品，带回家的不仅是一份食物，更是一份安心。

28.8 面向“全国一张网”的城乡互通

在“全国一张网”的战略视角下，城乡通需要支持跨区域的农产品流通和研学体验。浚县的农户应该能够把产品卖给郑州甚至外省的消费者，外地的消费者应该能够预约浚县的乡村研学体验。平台通过标准化的产品信息格式和跨区域订单流转机制，实现全国范围内的城乡互通。农户发布的商品可以被全国各地的消费者看到和购买，研学项目可以被全国各地的用户预约体验。品质码在全国范围内统一可识别、可追溯，确保跨区域流通的农产品质量信息不丢失。

28.9 总结

城乡通是连接城市消费者与农村农户的点对点直供平台。农户入驻和产品上架为农产品提供了直达城市消费者的渠道，品质码为每一件农产品建立了可追溯的信任凭证。农户故事让消费者看到产品背后的人和故事，双向评价体系维护了交易双方的权益。市民下乡为农村带来了城市资源，乡村研学将农产品消费从线上延伸到线下体验——透明的加工参观、现场的品鉴采购、体验后的复购闭环，形成了“体验建立信任、信任驱动复购”的完整闭环。

城乡通的核心价值在于“信任”——品质码建立的是数据层面的信任，农户故事建立的是情感层面的信任，乡村研学建立的是体验层面的信任。这三种信任层层递进，从“看见”到“相信”到“喜欢”。面向“全国一张网”，跨区域互通机制让城乡之间的连接不受地域限制。

本章核心观点

城乡通是连接城乡的点对点直供平台——砍掉中间环节，让农民卖得好、市民买得放心。品质码为农产品建立可追溯的信任凭证，农户故事让消费有温度。乡村研学将消费从线上延伸到线下——走进田间地头、走进加工车间、走进农家院落，透明的参观体验建立深度信任。现场品鉴、即时采购、体验复购形成完整闭环。城乡通的核心价值在于“信任”——数据层面的品质码信任、情感层面的农户故事信任、体验层面的研学亲眼信任，层层递进，从“看见”到“相信”到“喜欢”。