

多维互动，消费者热衷当线上农场主 “云认养”方兴未艾

近年来，以“云认养”为代表的“认养经济”悄然兴起。相较传统的“认养经济”，“云认养”在认养对象、认养模式、营销手段、所涉产业结构等方面均取得一定突破。不过，对于“云认养”，一些消费者和业内人士也提出了自己的担忧和顾虑。

进入暑期，“云认养”迎来一波新热潮。专家指出，借助互联网平台，“云认养”打破了地域限制，实现了消费者与农业生产之间的远程连接与多维互动，有助于促进一二三产业融合发展。

认养一亩田 一年花费3888元

“我认养了一块农田，不仅可以在线上看到实时监控画面，还能到线下参与插秧、种菜、养鸡、捞螃蟹等活动。”日前，李立荣在河北省唐山市海北镇认养了一亩农田，体验到了“赛博农场”带来的快乐。“孩子们能了解粮食是怎么来的，还能吃到绿色健康的食品。”李立荣说。

手机屏幕里，绿油油的水稻在河边长得郁郁葱葱。李立荣9岁的外孙女孜孜在位于长春的家里，拿着手机观看农田的实时监控画面，负责托管农田的师傅正在给果蔬打药、施肥。

“认养一亩田，一年费用是3888元。”去年3月，李立荣经朋友介绍，通过手机小程序开始在线认养农田。在认养页面，她可以选择认养农田的面积、类型和周期，并通过24小时视频监控查看农田画面，随时与农场管家在线沟通需求。

在认养农田的这一年里，李立荣和家人不仅能吃到田里的玉米、大米、稻蟹和农场的鸡蛋等，预计到明年3月，她还能收到屠宰分装后寄到家里的鸡肉。

“可以选择‘线上托管’或者‘线下参与’。”李立荣告诉记者，自己购买的项目主要包含网络检测、农事溯源、农事体验等10类服务，认养过程中可以获得600斤稻米、10斤稻蟹、10斤玉米糝、10斤柴鸡蛋、1只公鸡等10类食品。

“消费者还可以购买‘认养卡’，自己使用或转赠亲友。”李立荣使用的小程序“海北有农田”的工作人员在采访中介绍，认养农田可以实现“私人订制”，每块认养田均配备认养标牌，可由认养者自行选择头像和名称，工作人员负责制作和安装。



纵深

重塑消费体验 认养机制非常灵活

几年前，电子宠物旅行青蛙的流行，就是“云认养”概念走红的经典一例。虽然受现实条件限制，一些年轻人还是会选择“云认养”萌宠。

近年来，随着数字经济和信息技术的发展，出现了“云认养”模式。相较于传统的“认养经济”，“云认养”在认养对象、认养模式、营销手段、所涉产业结构等方面均取得一定突破。

“云认养”同时重塑了消费体验，促进了一二三产业融合发展。家住郑州的张清云选择在某景区旁的农场认养了一只鸡。“每年支付199元，能分期领到寄来的100颗鸡蛋，并在认养结束后收到一只3斤~5斤重的公鸡。”张清云表示，自己会在工作之余开车到农场亲自养鸡，还会约上朋友去周边景区旅游。

记者梳理多个“云认养”平台的认养项目发现，当前，消费者可参与认养的对象不仅有蔬菜、水果等农作物，还有鸡鸭、牛羊等动物，同时可参与认养古

树、古民居、海洋生物等无实物收获的公益项目。例如，今年5月，广东就上线了绿美广东古树认捐项目，发动广大社会力量认捐古树冠名权，所募资金将定向用于绿美广东生态建设示范点、县镇村绿化、古树养护等。

“新的认养机制非常灵活，可以实现从田间到舌尖的有效衔接。”江西省信丰县“聚橙优橙”品牌创始人袁经礼表示，消费者在参与“认养一棵脐橙树”项目时，“可以选择一年一认养或十年一认养，认养果树的数量与树龄也没有限制。”

在营销模式方面，袁经礼介绍，社交平台和口碑传播是部分认养项目的重要营销手段。“目前，我们的项目已经基本实现全渠道宣传，除了在朋友圈、粉丝社群开展私域传播，还试着在短视频平台开直播并跟达人合作等，同时收集消费者反馈，从而促使生产方式优化升级。”

“云认养”存隐忧 离不开“云监管”

大庆市投资市场近期出现一种涉及线上购买羊崽并获得返利的业务模式。投资者通过APP购买其公司销售的羊崽，投资一只羊2000元，每天返回7.5元，一年到期共返回2700元左右。公司收到钱后，并未实际交付羊崽，而是按照约定收益定期在APP内返利给投资人，投资人下线每发展一只羊，根据投资人等级不同，上线可获得相应数额奖金。这种经营方式，疑似变相传销或者非法集资。

“当前的‘云认养’消费，主要集中在高端消费群体，受众面相对较小。此外，对于农户来说，运营成本较高，数字软件和生产监控追溯设备都需要在前期有大量投入。”浙江大学公共管理学院及

中国农村发展研究院特聘副研究员郑淋议分析。

作为曾经开展果树“云认养”项目的果农，江西省寻乌县忠诚果业的创始人曹春最终放弃了认养模式。“我这边的地理位置不在城市周边，果树品种比较小众，宣传方面也对使用互联网社交平台不太了解，导致认养的人不多。”曹春说。

近几年，认养咖啡树在咖啡爱好者中流行。然而，一些消费者在付款后才发觉，自己认养的项目并非一人一树。“监控看到的是整个咖啡园，我也不知道整个具体的种植流程是否科学，最后收到的咖啡豆也是集中烘焙的。”有消费者对此表示服务未达预期。

“与消费者建立信任是‘云认养’的难点。”袁经礼表示，信任度需要通过长期累积，“模式都是摸索着做，不断累积认养客户。”

避免“云认养”陷入缺少消费者线下参与的“真空状态”，是推动其创新发展的关键举措。在曹春看来，如果没有消费者实地体验的环节，单纯依靠线上认养，效果和影响力都可能欠佳。

郑淋议认为，要推动“云认养”长远发展，可以从三个方面着力：一是发展多元化的认养模式，有针对性、分层次地推出满足不同类型消费者的认养项目。二是政府有关部门进一步完善“云认养”各个环节涉及的公共基础设施并建立公共认养平台，增强生产方参与动力及消费者信任度。三是可以考虑建立认养企业黑白名单等机制，保护消费者合法权益。

“云认养”魅力何在？

从“共享菜地”在全国多地生根，到“CBD麦田”火遍全网，再到田园治愈风的“硬控”年轻人，不变的是朴素的土地情结，是亲近自然、感受自然的渴望。借助“云认养”，年轻人便拥有了现实版的“QQ农场”，并从中获得情感的调适、心灵的满足，舒缓紧张的生活节奏。

相较传统的“认养经济”，“云认养”在认养对象、认养模式、营销手段、所涉产业结构等方面均取得一定突破。消费者认养一块农田，不仅可以在线上看到实时监控画面，还能到线下参与插秧、种菜、养鸡、捞螃蟹等活动，体验到“赛博农场”的快乐。

“云认养”是托管经济的一大进步，从侧面反映出了当今农业同数字领域产业融合的加速演进。通过小程序，互联网平台，消费者可以和农户们轻松建立联系，选择自己心仪的土地，制订好种植计划和收获规划，从而获得线上经营农田的消费体验。而对于农户来说，“认养经济”下的土地经营相比卖粮收入更多，更划算，可谓两全其美。较之以前的托管认养模式，

“云认养”的一大优势就是其出色的互动性和自由度。借助监控设备，认养者可以实时关注农田动态，获取最新信息，从而和负责生产的农户进行有效对接，提出自己的建议和想法。这种高度的交互性可以极大地增强用户的“认养体验”，从而让消费者能够真切地感受到一种经营农田的快乐。同时，做一个“都市农民”，也契合着当下许多人“久在樊笼里，复得返自然”的精神追求，以及他们内心向往“采菊东篱下，悠然见南山”的雅趣。“认养农田”，不但可以帮助城市居民在较快的生活节奏和连轴转的日常工作中觅得清静，也给予了他们一种田园牧歌式的满足与情感上的寄托，提供了现代人最为重视的“情绪价值”。

不仅如此，“云认养”模式还可以为消费者提供更加优质、生态、健康的农副产品。“云认养”带给了经营农户较高的收入，相应地也就提出了更高的质量要求。加之电子设备的搭配，生产过程的透明，这些因素都有助于减少化肥农药在农业生产过程中的使用，帮助农户采用更加清洁、健康、有机的生产方式，这在间接上也推动着农业生产质量的提高。更重要的是，“云认养”通过“一对一”、“一对多”的方式，强化了农户和消费者之间的联系，除了可以大幅提高当年当季农产品的附加值，促进农民阶段性增收，还可以通过长期合作深化与消费者之间的联系，以此实现农业高质量发展的可持续，探索出农业发展、农民增收、乡村振兴的新路径、新业态、新模式。

客观来说，布局“云认养”这一产业模式，离不开前期的合理规划和较多投入。农户既要进行作物考察，土地质量考察，又要开发相应程序，设立运作机制，配置电子设备，这些工作对于他们来说有可能是一大挑战。对此，应当给予他们相应补贴和技术支持，帮助农户把传统的农业生产模式和新兴数字化技术相结合。

“云认养”本质上是产业融合，体现着销售策略和农业发展思路的革新，它离不开上下游联动和各个过程主体的发力。

“云认养”作为一种农业新业态，值得我们大力探索、大力推广。当消费者愈来愈关注食品安全，当现代都市化的生活之下人们越来越向往山水田园，当“数字+农业”渐成一种主流趋势，“云认养”在未来一定会走向台前并为更多人所接受。

综合中工网、红网、大庆网等



顾客能够体验到利用人工智能技术自动剪辑的海量熊猫短视频、熊猫慢直播和有趣的互动。图为餐厅里播放着熊猫慢直播。 新华社发