

秦巴文旅

2020年5月27日
每周三出版 总第146期 5

主编 王建
执行主编 王拥
本版编辑 吴苏
专刊电话 0915-3311918
投稿邮箱 1030738808@qq.com

培育汉滨「网红」舞动「云上」经济

访汉滨区政协副主席马安武

记者 王拥

随着直播行业与电商行业这两大巨头的结合，不管是电商还是直播都有了新的突破，电商行业撇开过去传统的营销模式，加入了直播新兴行业的队伍，而直播行业也开始不再是通过娱乐直播的方式盈利，电商加入也让直播行业有了新的看头。

那么电商直播，是“未来趋势”？还是“一时热闹”，2020年的增长点在哪里，而汉滨区在电商直播发展方面，又是如何布局的呢？近日本报记者专访了汉滨区政协副主席、汉滨区互联网产业发展领导小组副组长马安武。

马安武说，非典之后，以淘宝和京东为代表的电商迅速发展起来。新冠疫情给很多行业带来了巨大的冲击，如餐饮、酒店、交通等行业。但也给很多行业带来了利好，新冠疫情将促进5G应用“在线科技”爆发。视频直播绝对是改变购物趋势的重要一环，将会催生一批新业态、新巨头。而视频直播是新电商的一种模式，是对传统电商的颠覆。过去消费者从网络上产品的照片以及文字介绍就下单购买，现如今对产品的要求越来越高，更看重产品品质，这就是对传统电商的一种冲击。

如今，传统电商流量红利期已过，获客成本越来越高，“电商+直播”成为链接人、货、场的新模式，且越来越重要。直播所带来的利益已经远远超出了想象。以往，可能将更多偏重于主播的外形条件，而现在是在看重内容的时代，主播内在品质是支撑他们可持续发展下去的重要原因。

从现今火热的直播环境来看，主播如果想要突出重围，仅靠自己固定的粉丝基数和粉丝辐射人群，很难有大的突破。未来，跨界联合直播带货，会是新的契机。

此次疫情发生后，各种营销方式将发生变化。而此时不是主动改变，而是被动的不得不去改变。今后几年，各行各业会通过线上线下相结合。如抖音、快手、头条及微信直播等将融入到千家万户。在发展电商直播，要培养自己的专业人才。由于汉滨区缺乏网红直播人才，将在本土选拔一批，培养一批专业网红人才。通过他们的频道来销售汉滨区的特色产品，形成一个新的产业链。



汉滨区数字经济产业园规划图



猪八戒网安康园区“落户”汉滨，“网红”直播汉滨特产带货销售1300万元，培训“晒哥晒妹”打造当地“网红”……近年来，汉滨电商风生水起。数据显示，截止2019年底，汉滨区已建成农村电商服务站24个、村级电商服务点51个，农村电商站点服务覆盖率达56.1%，解决了工业品下乡和农产品进城“最后一公里”的问题。通过淘宝、京东、拼多多、唯品会等电商平台，为村民提供代买代卖服务，在网上帮农民把农产品卖出去，把需要的消费品买进来，目前全区日均单量已超过7.4万单。建成了5000多㎡汉滨区互联网产业园，展示和销售本地农产品，培养专业电商人才，孵化培育市场主体，引导和鼓励本地产业龙头企业利用京东、阿里村淘、新农村商网等平台上架销售。高效发展电子商务，争创全国电子商务进农村综合示范县区。

电商产业如何弯道超车，突破重围？短短三年时间，从零起步，从无到有，从弱到强的汉滨区电子商务产业交出了一份亮眼的成绩单。

电商发展初期，很多人一脸茫然，认为当地交通落后、快递滞后，人才、技术、资金匮乏，发展电子商务是“老虎吃天，无从下口”。一切变化缘于观念的转变，面对这些“拦路虎”“绊脚石”，汉滨着力引导干部群众转变观念，鼓励干部群众从触网开始，了解互联网能干什么、感受互联网独特魅力、运用互联网大开眼界，触网、学网、用网逐渐成为干部群众的必备技能。

“让工业品下乡，农产品进城。”这是汉滨区发展电商的初衷，“双向流动”是信息、资金和观念，更重要的是“双向畅通”，政策畅通、民心畅通、脱贫奔小康的道路就畅通。从2017年的试水到2019年的转型，汉滨电商实现了三年“三步走”的大跨越。

从第一步“搭台子”，到第二步“练步子”，再到第三步“唱曲子”。汉滨区自2017年初便开始筹组电商，拟定“十三五”发展规划，确定了“三个四”的工作思路。一是实现四个目标：创建国家电子商务进农村示范县、培养电商从业人员1万人、带动6万人脱贫致富、实现网络销售10亿元；二是建立四大体系：运营服务体系、仓储物流体系、产品供应体系、人才培训体系；三是强化四个保障：组建一个领导班子、制定一套扶持政策、培育一批电商企业、建立一套考核办法。主抓全区电商工作的区互联网产业发展领导小组副组长马安武说：“回头看，当时定的这些‘目标’，在区委政府的重视下，在全区干部群众努力下，用了不到两年时间就实现了弯道超车。”

汉滨区把发展电子商务作为实现追赶超越的重要战略举措，通过实践探索，走出了一条具有汉滨地域特色的电商扶贫新路子。一是强化顶层设计。制定了《汉滨区电商扶贫工作方案》，确定了完善服务体系、整合物流快递、加大人才培养、打造富硒品牌、强化对接推广、培育市场主体“六大工程”，提出了“农民种啥我买啥、农民养啥我卖啥”的扶贫口号，把农产品网络销售额作为电商企业和镇村电商服务站、带动贫困户增收的主要考核依据。二是企农有效对接。积极动员服务站为贫困户代销各种农副产品和手工艺品，通过订单生产、产品回购等方式，帮助贫困户实现增收致富。三是加大电商培训。举办的电商人才培训班，提高了贫困户创业就业能力。四是模式总结推广。经实践经验提炼，“服务站+贫困户”帮带模式、“电商企业+贫困户”搭载式、“技能提升+贫困户”造血式三种扶贫模式已经初见雏形，通过建立平台，让农村农副产品“进城”有了直销售渠道。

几年来，汉滨干部群众的思维方式、生产方式、生活方式皆因电商而改变。电商已成为脱贫致富增收的新渠道、倒逼产业提质增效的新抓手、经济结构调整的新引擎、促进高质量发展的新载体，与一二三产业有机融合、发生“化学反应”，成了名副其实统领经济的关键抓手。

而“做”电商，也并非想象中那么简单，如果没有关键的支

撑体系，往往会因某个环节脱落导致一难变千难。深耕此理的汉滨电商在近年来的发展中，就竭力通过创新破解“三难”。

一是降“门槛”。自2017年以来，汉滨电商积极对接企业，为企业提供B2B、微商城等交易平台，与全区几十家企业达成合作意向。二是破解“产品弱”的问题。结合商务部、省商务厅电子商务进农村综合示范工作，通过建设区电商服务中心、开设人才培训、公共品牌建设、溯源体系建设等服务，为企业和产品的培育提供一条龙服务。三是破解“基础差”问题。聚集省内外优质电商服务商，帮助汉滨电商主体解决在电商发展中遇到的平台、服务、培训、人才、政策、资金等问题，提供“一站式”电商服务，提供的电商服务包含店铺装修、产品拍照、商品详情页、征信服务、产品溯源等1000余个应用和服务。

如何让众多创业者从门外汉变成业内人，专业、系统的电商人才培训成了汉滨电商发展迫在眉睫的头等大事。汉滨电子商务培训中心力图通过顶级电商大师和专家的“传经送宝”，以及手把手地精心培育，解决电商人才匮乏、电商从业人员运营能力弱、创业创新中容易“走弯路”等发展“症结”。

汉滨区投入500多万元建成互联网产业园1个，区级电商运营服务中心2个、镇级电商服务站22个、村级电商服务点70个，吸引了阿里巴巴、淘天下、巴山晒谷、好又多等20多家电商企业入园；成立区互联网产业协会，发展会员200余人，带动发展电商企业117家、个体网店800多家、手机微店6000多家。木耳、粉条、香菇、挂面、牛肉酱等一批“小而精、小而特、小而美”的农特产品被挖掘出来，通过企业统一策划、统一包装、集中销售，走进了市民“餐桌”。搭建线上、线下两个平台，“晒安康”电商平台成为全国首家网上晒产品专卖店。这段时间，汉滨的生态茶园、蔬菜大棚、农产品种植基地等纷纷变成了直播间，区长、乡镇长、第一书记频频带货，让直播成了“新农活”。

面对电商的新机遇新挑战，汉滨电商围绕“大数据、大生态”，以“电商精准扶贫”“供给侧结构性改革”“电子商务进农村综合示范”等工作为方向，聚力打好电商发展整体战，融合战、质量战、全域战，打造区域电商发展命运共同体，为网货生产、加工、营销和物流企业等提供平台，整合资源，降低成本。同时，引导传统企业转型发展，鼓励、引导传统企业与合作社，发展走“线上”网络销售带动“线下”产业供应的模式，引领汉滨电商产业又好又快发展。

“通过资源要素向贫困村、贫困户倾斜，促进电商平台向农村布局，提高电商和贫困村、贫困户结合的紧密度，拓宽贫困户增收渠道。”汉滨区电商办副主任李锦贤介绍，完善贫困村宽带服务，扶持贫困村发展电商脱贫，延伸产业链条，带动线下标准化、规模化生产，培育种植、养殖、加工生产基地。打通农村网络购销运输配送渠道，增长贫困农民收入。

该区制订规划、抓好导向、打造好环境，坚持政府引导、市场主导、创新驱动、集聚发展的原则，立足放手、放开、放活，培育壮大电子商务经营主体，出台了推动电子商务发展的一揽子扶持政策，不断加大基础设施投入力度，创新电商产业投入运营方式，为该区电商产业快速发展注入活力，一个又一个项目花落电商园。

花开电商梦，浪涌时代潮。“下一步，我们将牢牢把握‘互联网+’的发展机遇，以乡村振兴为契机，精心培育电商沃土，创新电商发展模式，让汉滨特色产品走出汉滨，‘点燃’经济新引擎，打造县区域特色电商模式和产业亮点。”马安武对电商在汉滨的发展前景信心满怀。



电商，让汉滨踏动云节奏

通讯员 张承喜 胡智贤