

02 新闻·关注

开在西昌本土的京东中国特产·凉山馆成了外地游客必去的地方。

近日,在世界互联网大会互联网精准扶贫论坛上,凉山州连续签下三单,京东集团、微医集团、蒙牛乳业分别与昭觉县、越西县签订油橄榄产业、互联网医疗、营养奶项目三项合作协议。

“为了大力发展特色产业,加强特色产品、旅游、文化等品牌化建设,每个贫困县至少要打造一个地域特色鲜明、产品优势凸显的‘大凉山’网络知名品牌。”凉山州商务和投资促进局机关党委书记柏宇谈到凉山利用电商精准扶贫时,这样介绍道。



京东集团、微医集团、蒙牛乳业签约凉山 打造特色品牌 推进电商发展

文/图 本报记者 江滢

近日,在世界互联网大会互联网精准扶贫论坛上,凉山州连续签下三单,京东集团、微医集团、蒙牛乳业分别与昭觉县、越西县签订油橄榄产业、互联网医疗、营养奶项目三项合作协议。

而在今年4月,京东中国特产·凉山馆正式上线运营,消费者可以登录京东商城首页,或者通过京东APP、微信的购物入口进入京东商城,搜索“凉山馆”或“凉山特产”即可在网上购买“大凉山”特色产品。

京东中国特产·凉山馆上线标志着凉山州电商发展又迈出了重要一步,对凉山州特色产业发展、产业结构调整、区域品牌创建、带动产业转型升级,助力脱贫攻坚具有积极的推动作用。

“借船出海” 打造大凉山网络品牌

据了解,京东中国特产·凉山馆经营凉山特色产品,以生鲜水果、菌类、腌腊制品为核心品类,预包装产品为辅,首轮入驻企业50余家,涵盖全州200余个单品。凉山馆通过整合供应端资源,在农产品标准化、包装设计、溯源、品控等方面严把质量关,通过建立集中仓储双向流通网络,主要致力于全州农产品上行,助推贫困地区产业结构调整,探索适合凉山州电商发展新模式。预计京东中国特产·凉山馆2017年网络销售额1000万元,打造以会理石榴、盐源苹果、雷波脐橙为主的网络品牌。

“我们凉山主要是两个方面,一方面是‘借船出海’,依托我们国内大型的第三方平台,类似京东、淘宝、苏宁等这些大型平台,用他们的平台资源推销我们大凉山农业产品的网络品牌,第二块是我们积极鼓励自建本土平台,做大做强我们整个大凉山农业产品的网络销售。”凉山州商务和投资促进局机关党委书记柏宇介绍,近年来,在相关部门和各县市的全力推动下,2017年1—11月凉山州实现网络交易额51.50亿元,同比增长34.71%,全省排名15位;网络零售额14.49亿元,同比增长38.67%。实物型网络零售额5.88亿元,同比增长31.42%。今年的前11个月,凉山州食品保



健实现0.55亿元的网络零售额,在行业中的占比为58.56%。服务型网络零售额达8.62亿元,同比增长44.09%。凉山州在线旅游占据主导地位,实现网络零售额0.64亿元,在服务型网络零售中的占比达75.24%。“通过网络平台销售的大凉山农产品有20个亿左右,应该说是稳步发展,根据目前的销售情况发展,到2020年能达到100个亿。”柏宇说道。

整合发展资源 打造本土电商平台

据介绍,通过不断加强交通物流、网络通信基础设施建设,全州发展电子商务的基础条件日趋成熟。截至目前,凉山州接入网站数近500个,备案主体信息1000多个,建立了良好的网络服务支撑。

同时,大量本土企业通过电商寻求销售突破和转型升级,为“全范围、全行业、全领域”推行电子商务奠定了良好的基础。

目前,入驻大凉山电子商务产业园区的州内外电子商务、生产加工及服务企业达50余家,入住率达到95%以上。全州培育集贸网、正中商城、优品汇、山里淘、爱凉山等60个独具特色的本土电子商务平台,“京东·凉山特产馆”、“淘宝·凉山生活馆”上线运营,在阿里巴巴、淘宝、天猫、京东商城、苏宁等第三方电子商务平台开设商品达到5000多家。“首先我们通过开展市场拓展三大活动,在不同的区域有针对

性地推荐企业去参加这些活动,以扩大我们大凉山产品的知名度;我们还通过建立州外的线上线下O2O体验店和销售体验中心,比如说我们在北京和成都就设立了。”柏宇表示,“下一步我们准备在对口帮扶我们的广东省佛山市建立类似的销售体验中心,通过线上线下融合,销售我们大凉山的特色农业产品。”

“一县一品,一乡一业” 利用电商脱贫致富

“电商产业有一个很重要的功能,就是可以反哺我们的产业发展,根据市场的需求来调整我们的产业结构和产业品质,我们也鼓励农产品龙头企业、专业合作社,种养大户根据市场的需求来调整他的产品品类,提升其产品品质。”柏宇告诉记者,为了大力发展特色产业,加强特色产品、旅游、文化等品牌化建设,每个贫困县至少要打造一个地域特色鲜明、产品优势凸显的“大凉山”网络知名品牌。“这也有很好的例子,比如说我们盐源苹果就有一家企业,他就根据市场需求专门种植有机无公害的苹果,带来的效益可以说是成倍的增长,也得到了市场的认可,我们非常鼓励农产品向有机、无公害方面去发展,这样才能凸显出大凉山的地域优势与产品特色。”柏宇告诉记者,2017年通过网络销售和网路撮合交易,“大凉山”特色产品交易额已达到20亿元以上。据测算,我州贫困县已通过电子商

务为部分农民增加收入人均400元以上。

电商老板潘金龙向记者分享了他的电商创业故事。早年潘金龙家唯一的收入就是靠几亩玉米地,以及每月不到100元的贫困补助。2015年是潘金龙脱胎换骨的一年,他抱着试试看的态度通过电商平台卖野生山珍,收入竟然高达10多万元。这让他尝到了甜头,也坚定了他走电商发展路的决心,如今潘金龙已成为当地小有名气的利用电商脱贫的领路人。电商精准扶贫的效应正日益显现。

“感谢互联网给我销售农特产品提供高效便捷的保障,让我把家乡的特产品通过互联网销售到全国,不仅增加了我的收入,让家人过上了好的生活,也改变了我的命运。我再也不用外出打工了,还可以守在亲人身边尽孝。”潘金龙很是感慨。如今潘金龙借助“京东·四川扶贫特产馆”的平台,准备再大展一回身手呢。

让电商进农村 用电商精准扶贫

“我们商务投资的一大重要职能和现在一项重点工作就是做电子商务,而电子商务的重点就是电商进农村和电商精准扶贫。”柏宇说,凉山州商务和投资促进局接下来的工作也会引导本土创业网商积极参与“电商扶贫行动”,通过开展电商精准扶贫来构建双向流通体系。“我们的电子商务让‘农产品进城,工业品下乡’,让老百姓能够更放心在我们的网络平台上购买他们所需的生活日用品、生产资料和特色农产品,价格公道实惠,选择面也更多一些。”柏宇说道:“最后我们通过三级服务体系的建设,还可以为老百姓解决很多便民服务的问题,比如说金融、生活缴费、医疗、出行等方面。所以说让我们的贫困地区和广大农村也能享受到互联网信息技术的飞速发展带来的卓越成果。”

“下一步,我们还将加大宣传推广力度。以网络推广为主,在国内知名电商平台首页进行长期置顶推介,与百度、雅虎、搜狗等搜索引擎对接,并通过微博、微信、邮件、短信、论坛、贴吧等形式,加大凉山特色产品的宣传推广力度,提升‘大凉山’品牌的社会知名度和美誉度。”柏宇说道。