

全省电商扶贫暨物流快递 整合工作现场会

交流材料

陕西省商务厅

2019年10月·岚皋

以物流整合、共享配送为突破 推动县域农村快递业协同发展

安康市岚皋县

近年来，岚皋县委、县政府抢抓电子商务进农村项目建设机遇，结合县情实际，以物流整合、共享配送为突破口，狠抓资源整合、业态融合，构建城乡商品流通网络，拓宽农产品上行渠道，实现了县域农村快递业的协同发展，较好地贯彻了商务部等三部委的文件精神和工作意图，有效促进了项目建设和全县电子商务的快速发展。目前，已建成县级电商服务中心 1 个，县级物流配送中心 1 个，镇级电商服务站 12 个、村级电商服务点 72 个。先后培育电商企业 8 家、小微企业 24 家，物流快递企业 13 家，实现线上交易额 1.3 亿元，带动 5200 余名贫困人口增收，人均增收 1500 余元。

一、整合物流企业，实现规范管理

以中通快递为基础，通过股权收购、现金入股、资产折合等方式，将县内的中通、申通、圆通、德邦、百世、优速、品骏、黄马甲、中通快运、安能物流、顺心捷达等 13 家快递物流企业进行整合，成立岚皋县秦巴惠物流有限公司。整合卡行天下、好又快、卓昊等 3 家专线物流，以及喜洋洋、百汇、惠家、南林、永信等 5 家商贸物流企业的资源和业务，形成全县快递物流一张

网。全县快递物流实行统一管理、统一运营，统一结算，有效降低了企业在运输、仓储、人员等环节的成本，提高了运营质量和效益。

二、整合末端网点，实现业态优势互补

坚持融合建点。按照以电子商务进农村项目建设为统揽，坚持站点业态互补、一网多用的城乡流通网络建设思路，在布建镇村电商服务站点和快递物流网点时，优先选择在原有超市、便利店和商店中改造。对电商站点外的重要商业网点，按照线上线下连锁经营的模式，建设改造了一批标准化镇村便利店、镇二级分拨站和县城连锁快递超市，作为电商站点的补充，扩大了电商网络体系，提升了城乡商业网点硬件和流通水平；**集中服务功能。**将邮政投寄、包裹快递、金融信息、产品销售、日常收费等业务尽可能地集中融合到末端网点，提高网点赢利水平；**完善流通体系。**通过推进镇村电商服务与商业服务体系融合、快递下乡与城乡物流配送体系融合、工业品下乡与农产品进城渠道融合建设，县镇村三级商业网点业态实现互补，资源得到充分利用。初步建成了以县级物流配送中心为龙头，以镇级电商服务站为支撑，以村级电商服务点、超市、连锁经营便利店等为末端的城乡商品流通网络体系。

三、整合配送线路，实现城乡统一配送

优化下行配送线路。全县按线路方向，采用定车、定人、定时、定线的“四定模式”，开通物流班线4条、支线125条，运

营车辆 50 余台，覆盖全县 12 个镇、90 多个村（社区）。**畅通上行快递渠道。**各镇级电商服务站点负责本区域内上行货品收集，定时由货运班车运回县级物流配送中心，再统一分拨、发向全国各地。货运班车增加农特产品拉运、再生资源回收、便民服务等运输业务，提升物流企业扩大流通和服务“三农”的水平，也增加了企业经营收入；**严格行业监管。**县经贸、交通、市监等部门严格按照国家《快递暂行条例》加强对快递物流企业监管，强化寄递流程管控。注重发挥县电商协会和物流协会的行业自律作用，树立企业良好形象。

四、整合配送要素，实现资源共享

建好县级配送中心。建成集分拨、配送、仓储、办公于一体，占地 5000 余平方米的县级物流配送中心，目前已进驻快递物流企业 13 家、专线物流企业 3 家、商贸物流企业 5 家，提供就业岗位 300 余人，实现了一套人马、一批车辆、一片场地、一套系统的资源共享、风险共担、多方共赢的物流配送运营模式；**补齐镇村配送短板。**为便于收件投递，在县城新建“哈哈快递超市”连锁网点 20 个，镇级分拨站 11 个，同村级网点建立物流代办关系，切实打通物流配送“最后一公里”；**优化城乡配送功能。**建立信息共享平台，实行分头进货、分头出单、统一配货、统一送货，使物流配送更迅捷、更安全，效率明显提高，成本大幅降低。目前，县级物流配送中心日平均收件近万单，配送货物 20 余吨，配送效率提升 50%、成本缩减 30%。

五、整合政策资源，实现电商快递协同发展

加强整体筹划。县委、县政府先后出台了《岚皋县关于进一步加快电商产业发展的实施意见（2018-2020）》《岚皋县电子商务发展扶持奖励办法》等扶持电商发展的政策文件，设立了500万元电商发展专项资金，将电商发展任务细化为5个方面、18项具体任务，整体谋划、合力推进。近两年来，累计开展自媒体+电商、微商及镇村服务站点业务专题培训85场6431人次，培训贫困户1543人次，缓解了电商人才匮乏瓶颈；**做强网销产品。**加大项目支持力度，积极推进“三品一标”认证。目前已完成魔芋、猕猴桃、干菜、大米等15个产品有机认证并取得了有机转换产品证书，为促进岚皋富硒农产品上行销售创造了有利条件；**强化产销对接。**积极借助中省市在岚“两联一包”和苏陕协作等资源，先后建立了校地合作、乡愁消费、农商互联、苏陕协作、文旅融合等5条稳定长效的产销衔接渠道，促进订单进山、产品出山。

依托产业协同发展 合力推进电商扶贫

西安市周至县

周至县是猕猴桃发源地和全国最大的猕猴桃生产基地。经过30多年的发展，周至猕猴桃获得了“国家绿色食品认证”“国家地理标志保护产品”和“中国航天事业支持商”冠名，并以42.3亿元的品牌价值位列中国农业区域品牌价值排行榜第一位。秦岭北麓周至段山区植被茂密，最适宜中华蜜蜂的生长繁殖，2017年西安市将中蜂产业作为十大扶贫主导产业之一沿秦岭北麓山区全面推广。目前，中蜂产业已逐渐成为当地农民脱贫致富的主导产业。

一、主要做法

在县委、县政府的高度重视和西安市商务局的大力支持下，用标准化的理念、方法和手段助力精准扶贫，提升精准扶贫质量和效益，积极探索猕猴桃、土蜂蜜等本地优质农特产品的种（养）、供、运、销全产业链标准化协同发展的新方法，提出了“电商精准扶贫+产业链标准化”的新思路，带动贫困群众增收致富。

（一）依托专家团队建立标准化种（养）生产体系

在猕猴桃种植方面，与西北农林科技大学深入开展产学研合作，发挥校地资源的互补优势，聘请雷玉山研究员、吕岩高级农艺师等国内知名专家建立标准化生产种植体系，制定并实施了人

工授粉、高接换头等 16 项规范化栽培管理技术措施，将猕猴桃标准化种植贯穿于种植全过程，促进扶贫产业全产业链协同发展。截至 2019 年 6 月底，已有 10 万亩猕猴桃获得国家绿色认证中心的认证，1 万亩猕猴桃取得欧盟有机认证，被原国家质检总局认定为全国唯一的“猕猴桃标准化管理示范县”。

在中蜂养殖方面，周至县国家级中蜂养殖农业标准化示范区于 2010 年 12 月被原国家质检总局确定为第七批全国农业标准化示范项目，涉及 4 个镇、39 个行政村。项目实施以来，组织陕西省养蜂协会副会长黎九洲教授、西北农林科技大学魏永平副教授等多位专家进行调研，制定了《中华蜜蜂饲养技术规范》标准体系，通过对贫困户多次进行标准化养殖培训，传授标准化新技术、新方法，改变了原先产品质量标准不统一及小散杂乱等现象，使中蜂养殖效益、规模明显提高，蜂蜜品质更加优良。

（二）整合线上线下资源畅通产销衔接渠道

在猕猴桃产量和规模迅猛发展的同时，通过有实力、有信誉的合作社在生产加工环节中，推进新技术的普及、新品种的推广以及适合网销的统一包装等，以高品控、严标准的要求提高果品规模化生产的质量。同时，在销售环节中，组织广大果农与电商销售企业合作、订单种植、订单收购，实现了田间地头 and 线上大市场的有效对接。在规范标准种植生产的基础上，猕猴桃的贮藏、加工呈现出了规模化发展的趋势。全县已建成猕猴桃贮藏库 2680 多座，一村一品专业村 96 个，果业专业合作社 165 家，猕猴桃

种植农户达 8.3 万户，果业深加工企业 38 家，从事猕猴桃相关产业人员超过 6 万人。拥有猕猴桃产业发展、种植、花粉、贮藏、加工、包装、营销协会 7 个，全县猕猴桃产业链日趋完整。

中峰蜂蜜的产销衔接方面，以镇为单位成立养蜂专业合作社，采用“贫困户+合作社+龙头企业”合作共赢发展的模式，贫困户可以选择自养或代养两种方式。针对养殖能力差的贫困户，由专业合作社负责带动贫困户养殖一年，由专业技术人员负责技术指导，保证贫困户通过一年的劳务学习熟练掌握养蜂技术，成为养蜂能手，为自己今后独立养殖、发家致富打下基础；针对由于自身原因没有饲养能力的贫困户，采用代养模式，每年可从合作社领取固定代养费，获得稳定收入和收益分红。专业合作社通过订单式养殖、最低价收购等方式，每公斤中峰蜂蜜收购价可以达到 100-120 元，并通过电商渠道负责所产蜂蜜产品的包销包售，有效解决了贫困户产品销售难的后顾之忧。

（三）建立电商联盟打造农商互联的品牌标准化体系

为切实改变周至电商品牌建设薄弱、电商销售渠道分散、专业运营人才缺乏的现状，县电商办于 2019 年 1 月 18 日成立了周至县电商微商联盟，发展电商达人近 500 户，以信息共享、互利共赢、抱团发展为目标，激发电商企业、微商团队创新创业动力，打造“区域公共品牌+企业知名品牌”的电商品牌标准化体系。利用信息资源优势，全力做好电子商务助力优质农产品销售，推动全县农村电子商务发展和电商扶贫工作的开展。

在猕猴桃品牌建设上，由浙江大学区域品牌研究中心设计推出周至猕猴桃区域公用品牌口号——“周至猕猴桃，鲜甜自有道”，整合周至多种优质猕猴桃资源，构建形象统一的周至猕猴桃区域公用品牌；选育的“秦美”“哑特”“华优”“翠香”等品种被评为中国名牌产品、中国名优产品畅销奖称号；已成功打造“百惠农庄”“盛果佳”等13个品质优、信誉好的著名区域电商品牌。

在中蜂蜂蜜品牌建设上，打造西安秦岭中蜂蜂蜜品牌，走长效、精准、绿色脱贫之路，西安秦周电子商务有限公司、西安众天食品有限公司、西安花样年华农副产品有限公司等电商龙头企业建设精准扶贫产业基地，为山区贫困群众提供从养殖、培训到产品回收加工的全套保姆式服务。“秦周土蜂蜜”被西安市质量检测中心和西安市质量强市工作推进委员会审查办公室审核评定为西安市名牌产品，经国土资源部和中国绿色食品发展中心检测审核，被确定为绿色产地A级产品。

（四）完善发展模式创新电商服务示范网络

现已建成1个县级电商公共服务中心、20个镇级服务中心和150个村级服务站点，县、镇、村三级服务体系全面建成，为群众提供电商培训、快递收发、代买代卖、电商宣传、产品展示等服务；创建了国内最早的猕猴桃行业交易和信息服务平台，打造集中远期交易、现货交割、产品追溯于一体的猕猴桃专业门户网站；建成了电商大数据平台，融合5000余家主流网站数据，

按行业对全县电商交易数据进行动态展示，全面监控全县电商交易的各个环节，实时多维度获取县域内电商交易数据、物流收发动态、产品销售排行、质量追溯信息等数据，为周至县电子商务发展决策提供全面、客观、可靠的数据依据；建成了周至县智慧物流管理平台，整合了中国邮政、百世快递、中通速递、圆通速递等快递企业，实现了县、镇、村三级物流体系电商产品上下行的高效运行。

二、主要成效

（一）开创电商精准扶贫新局面

以“电商+产业+扶贫”为工作主线，开创了周至电商发展新局面（1个县级公共服务中心、20个镇级服务中心、300户电商企业、5000个微商，年销售50万吨猕猴桃），扎实推动电商精准扶贫发展、带动企业与群众持续增收。通过到北京、上海、广东等猕猴桃主要消费地举办推介活动，和国内大型连锁超市、批发市场、大型电商企业对接等方式扩大猕猴桃销售规模和范围，远销俄罗斯、泰国、加拿大、韩国等26个国家和地区。中峰蜂蜜可以实现80%以上的贫困户每年采蜜2次，户均产量100-150斤，每户增收5000-10000元。2018年全县网上交易额35亿元，同比增长42.79%；网络零售额达到1.98亿元，同比增长53.23%。

（二）通过标准化培训系统提升电商技能

一是由电商协会组织实施，重点对全县的贫困户进行电子商务政策、理论、运营、实操、营销等方面培训，累计开展培训

11510 人次，其中贫困户 3960 人次，开展增值培训 754 人次，其中贫困户 327 人次。培育电商、微商创业者 66 名，促进了贫困群众创业增收；二是由电商微商联盟组织开展“电商+产业+扶贫”技能培训，累计开展 12 期，培训 560 人次。组织各类电商助农活动 5 次，增加销售收入 57.5 万元，电商带动贫困户脱贫增收效果明显。

（三）示范带动贫困群众脱贫增收

全县共创建市级电子商务示范镇 8 个、示范村 13 个、示范企业 4 户，示范镇村数量居西安各区县第一位。西安秦周电子商务有限公司充分发挥示范带动作用，2018 年销售中蜂蜂蜜 3432 万元，带动 1370 户贫困群众增收；西安赛富通供应链管理有限公司为 110 名群众提供了就业岗位，2018 年销售额突破 7300 万元；西安盛果佳电子商务有限公司，拥有全国最大、创建最早的猕猴桃专业网站—中国猕猴桃网，在全国建立分站 180 多个，2018 年销售额 4600 万元，直接带动近百名群众增收致富。

三、下一步工作重点

一是全产业链标准化协同，实现电商扶贫的规模化。因地制宜、因户制宜，结合企业、群众的需要，将精准扶贫与标准化融为一体。通过猕猴桃、中华蜂蜜的综合标准化试点建设，利用先天自然资源优势，探索“电商龙头企业+专业合作社+贫困户”的扶贫模式，引进龙头企业，扶持培育农民专业合作社，在统一生产标准、技术规程、农资供应以保证产品质量的同时，通过规模

化生产、规范化管理、品牌化推广和专业化运营，实现企业增收和贫困户致富。

二是专业合作社整合联动，结成电商扶贫的利益共同体。密切与贫困户的利益联结机制，实现从流通环节逐步向农产品加工储运、产销对接、资金互助等方面拓展，大力开展集约化、规模化、标准化生产，优先为建档立卡贫困户提供长期固定就业岗位，为贫困户提供分拣、包装等多方面的劳务用工机会并分享加工、销售环节的利润。

三是通过品牌数字化建设，推动电商扶贫深入开展。坚持品牌发展新格局，为电商精准扶贫发展积蓄后劲。通过有机化种植、规范化生产，注重科技引领和典型带动，健全信息网络和物流系统，在线上和线下为农产品搭建产销信息平台，打造周至农产品安全、优质、绿色的品牌名片，让品牌建设倒逼产业升级，促进电商扶贫工作深入开展并取得实效。

龙头企业引领带动 电商扶贫提质增效

宝鸡市眉县

眉县发挥猕猴桃产业优势，依托县内龙头企业，将电子商务作为助力精准扶贫、促农增收、增加就业的重要举措，全县 7449 户建档立卡贫困户中有 4300 余户实现了网销猕猴桃致富，户均增收 2300 元，900 余名贫困人口实现了电商就业，走出了一条具有眉县特色的电商扶贫新路子。主要做法是：

一、以综合示范作为主要抓手不断改善电商发展条件

按照“政府引领、市场运作、典型示范、突出特色”的思路，扎实推进全国电子商务进农村综合示范县创建，利用 2000 万元中央资金撬动 5.3 亿元社会资本用于电商基础条件改善提升，先后建成了国家级（眉县）猕猴桃产业物流园、眉县互联网科技产业园、眉县农村电子商务公共服务中心、农产品供应气调冷库等设施。整合各类资源，及时对村组道路、电信网络等进行了完善提升，并统筹农村淘宝、中国邮政、供销农资三条物流配送线，在 8 个镇办和 86 个行政村分别设立了镇级电商服务中心和村级电商服务站，打通了物流配送和电商服务的“最后一公里”。着眼示范带动，积极与阿里巴巴、京东、苏宁等电商平台开展合作，建成 1 个电商众创空间、2 个电商实训室和 3 个电商创业孵化基地。通过平台支撑、物流支撑和培训支撑，为猕猴桃、大樱桃等

特色农产品网络销售提供了坚实的基础条件保障。近三年累计孵化微商 2600 余户，带动 252 户贫困户开办了网店或微店。

二、以培育龙头企业为主线扩大电商扶贫主体队伍

出台了《眉县电子商务扶持奖励办法》，县财政每年列支不少于 1000 万元的资金，专项用于电商企业培育，从场地租用、人才培养、成长奖励等方面给予全方位支持。目前，全县各类电商企业已经达到 467 家，齐峰果业、金桥果业等电商龙头企业达到 13 户。在做好培育扶持的同时，按照“把贫困户变电商服务商、把贫困村变货仓”的思路，引导电商企业积极主动参与到扶贫工作中，对参与度高、成绩突出的再给予一定激励奖励。目前，已初步建立了以电商龙头企业为主体，其他电商企业为补充，电商服务站、电商协会及镇村干部、帮扶干部为辅助的多元化电商扶贫队伍。秦旺果业、鹏盛达果业等电商企业先后在汤峪镇梁村、金渠镇宁渠村等村建立 16 个猕猴桃扶贫基地；汤峪镇新联村等 13 个电商服务站通过整合贫困户资源，打造了“二郎沟土鸡蛋”“老堡子猕猴桃”等扶贫特色产品，实现了抱团发展；营头镇红河村谷村镇村干部依托核桃、板栗等山货资源丰富的优势，建立了电商扶贫互助合作社，吸纳 99 户贫困户，年户均分红 500 元。

三、以龙头企业为载体不断推进农业品牌化发展

充分发挥电商龙头企业示范带动作用，鼓励支持其通过技术指导、果园托管、订单收购等，引导果农全面落实猕猴桃标准化生产十大关键技术，并将齐峰果业、兄弟果业等 10 个电商企业

纳入眉县猕猴桃安全追溯系统，借助齐峰果业研发的爱奇果大数据平台对猕猴桃产销进行全方位监测，不断提升果品质量，保证“眉县猕猴桃”公用品牌网销品质。同时，借助电商企业资源优势，积极策划开展了“百名大学生代言眉县猕猴桃”、网上猕猴桃节、“网红”直播销售、“上海妈妈团”实地采摘、眉县猕猴桃种植认购等线上线下宣传推广活动，着力为果农网销奠定品牌基础，2018年“眉县猕猴桃”品牌价值达到98.28亿元，京东生鲜类网购排行中“眉县猕猴桃”位列榜单第三。与此同时，对符合条件的电商企业优先授权使用“眉县猕猴桃”公用品牌，并鼓励支持其创建子品牌。目前，全县已经培育了“齐峰缘”“眉香金果”“猴王圣果”“第五村”“你的果”等一批热门网销品牌。2018年“双十一”当天，猕猴桃网销额达到1762万元。

四、依托产业联结不断扩大电商扶贫规模效益

努力搭建电商与贫困户的利益联结机制，组织县内15户电商企业与25个贫困村、1800户贫困户建立了结对帮扶机制，通过土地流转、大田托管、订单收购以及优先聘用有能力的贫困户就近就业等多种形式，有效助推贫困户实现稳定持续增收。电商企业每年四月份就和贫困户按照每公斤高于市场价0.5—1元的价格签订收购订单，实行保底收购，有效解决了贫困户销售难题。洸一实业、艺伟特工艺品等电商企业在猕猴桃产业基础相对薄弱的贫困村开设扶贫工厂，吸纳43名贫困人口就业，月平均工资达1800元以上。按照政府主导、企业参与的原则，鼓励支持县

内电商企业积极与各大平台策划举办猕猴桃电商扶贫销售活动。近两年来，先后与阿里巴巴、京东分别举办了“太白山下 3000 个希望一聚寻农”眉县猕猴桃首发仪式、京东眉县猕猴桃专场电商扶贫销售等活动，在眉县猕猴桃首发仪式上，154 户贫困户的猕猴桃全部实现了网上销售，销售额 460 万元，较田间地头收购户均增收 1.2 万元，贫困户的收入不仅得到明显增加，脱贫致富的信心动力也得到进一步激发。

眉县将不断总结推广电商带动产业发展、带动贫困户增收致富的经验，并积极学习借鉴其他地区好的做法，在电商扶贫中出实招、出特色、出亮点，为打赢脱贫攻坚战、践行乡村振兴战略做出更大贡献。

深化示范创建成效 电商助力县域振兴

咸阳市武功县

武功紧扣“两富两美”小康武功建设目标，大力推进“三个经济示范县”建设，狠抓农产品上行、工业品下行，引领武功电商扩规晋档、转型升级，打开国门、走向世界。截至2018年底，全县集聚电商企业308家，发展村淘105余个，培育个体网店1200多个，引进快递企业40余家，微商从业人数达3200余人，电商日均发货12万多单，日交易额1000余万元，带动就业4万余人，年交易额达35亿元，同比增长39%。在阿里巴巴平台县域农产品电商排名中，位居全国第五、西部第一。先后荣获全省电子商务示范县、一二三产融合农产品电子商务试点县、全国供销系统电子商务示范县、电子商务进农村综合示范县、百县百品农产品上行十佳县、电子商务创新发展百强区县、“互联网+农业”十大标杆县城等称号。

一、致力优化环境，厚植电商孵化沃土

良好的环境是企业赖以生存、发展壮大的沃土。我们始终把优化营商环境放在一切工作的首位，一以贯之，常抓不懈。一是**倾心优化营商环境**。大力弘扬“马上就办、办就办好”精神，全面推行“五个一”领导包抓和“六位一体”推进机制，形成了亲商、爱商、安商、富商的浓厚氛围，荣获了陕西省“最佳投资环

境县”称号。二是真心实化扶持政策。建立了“四个一”服务机制，并设立了500万元电商发展专项扶持资金，严格落实电商发展“五个全免”和电商扶贫“八个全免”。同时，县上还计划将电商纳税县级提留部分用于补贴电商事业，助力电商事业做大做强。全省首个“智慧县域+普惠金融”蚂蚁金服项目落户武功，成为电商企业发展的坚强金融后盾。三是尽心强化基础保障。扎实开展县级电子商务公共服务中心建设、三级电商物流体系和农村电商服务体系建设和农特产品品牌培育等“七大工程”，不断完善县、镇、村三级物流配送体系。投资3.5亿元的西北电子商务大厦主体完工，建成后将成为西北地区面积最大、档次最高、设备最全、服务最优的电商孵化场所，将会让创业者身处武功就能享受一线城市服务。四是用心营造发展氛围。鼓励企业积极参与各类展销会、接洽会、推介会。“武功小子”猕猴桃精彩亮相“中国农业博鳌论坛”“陕西苹果北京宣传周”等多个大型展会，荣获2018年度中国最受欢迎区域公用品牌10强榜单第3名。全国首届县域生鲜供应链大会在我县成功举办，菜鸟西北生鲜前置仓落户武功，成为阿里巴巴体系认证的西北唯一原产地。目前，全县近400种特色产品上线销售，倒逼农户发展猕猴桃等水果12万亩，苗木花卉2万亩，大蒜、辣椒4万余亩，200多个手工布艺产品行销海内外。

二、着力招大引强，激发电商发展动力

物流是电商滚烫的血液，电商是物流含金的食粮。我们聚焦

“西部电商人才培训基地、西部电商企业聚集地、西部农产品物流集散地”三大目标，强化招商引资、扩链增资、转型强资，实现了电商与物流并驾齐驱、协同发展。一是**强化招商引资**。坚持把招商引资作为“一把手”工程，着力招大商、大招商、招好商，由县委、县政府主要领导牵头，多次赴浙江、江苏、广西、北京等地叩门招商、对接洽谈。同时扎实开展“部门联动、政企协力、全民参与”的招商引资“全民行活动”，西域美农、鲜生云仓、亚马逊、快乐农商等电商巨头落户，奠定了武功在西部地区生鲜供应链中心的稳固基础。二是**扩展链条增资**。积极鼓励、引导、支持电商企业建链、扩链、补链、强链，带动三产融合发展。大漠盛宴、西域之尚、新慧等电商公司推行“产一销一研”三位一体发展模式，成功获取食品药品的 SC 认证，有效延长了产业链条，提升了产品价值。三是**加快转型强资**。聚焦“爬坡过坎、追赶超越”，力促电商企业转型升级、提质增效。西域美农、大漠盛宴、菜鸟物流等大型企业建成投产，投资 20 亿元的铺铺旺产业园顺利推进，实现了武功电商由“轻资产”向“重资产”的成功转型。

三、倾力做强产业，筑牢电商壮大根基

产业是县域经济发展的主要支撑，因此我们不断强化电商产业支撑，助推县域经济实力持续提升。一是**培育特色产业**。按照“卖什么、种什么”的思路，引导群众在平原水浇地种植优质小麦、彩色小麦，在河岸沙土地种植富硒板栗红薯，在坡道旱浇地种植柿

子、黄菊、小米等，实现电商倒逼农业产业化、标准化、规模化。从而推动了农业转型，带动了纸品包装、农产品加工、仓储物流等产业快速发展，繁荣了县域商贸经济。二是**创新运营模式**。支持美农土地认领、优质红薯淘宝众筹、青海羔羊代养等活动，开通了邮乐网“武功批销专区”，实现了供货商、邮掌柜线上下单和线下发货无缝衔接。创新举办了双十二网红网货节、丝路大篷车、品牌推介会等活动，实现了产品销售、品牌推介“双丰收”。三是**强化信息追踪**。依托“智慧武功”资源优势，加快武功电商大数据平台和农产品质量安全追溯体系建设，全面拓宽农产品、民俗产品等消费市场，真正形成从产品设计、生产销售、信息配送的全程公开，促进电商发展信息化、数据化、智能化。四是**加快人才培育**。对标“西北第一、全国知名”的电商人才高地目标，通过专题讲座、基地教授、沙龙培训、新农人进武功等途径，开展电商培训 242 场次，培训群众 2.6 万人次，为电商发展提供强有力的人才保障。

四、竭力惠利民生，强健电商腾飞翅膀

充分放大电商发展优势，努力让电商红利不断向“三农”释放。一是**带动就业创业**。先后接待各类考察、观摩 490 批次近 2 万人，催生出大量创业创新群体，带动就业近 4 万人，助力人均增收 862.3 元。二是**活跃消费市场**。电商的快速发展，使“消费上网、快递下乡、信息入户、产品预售”成为武功社会发展的新常态，推动了农业生产经营规模化、产业化，网络零售额已经占

到社会消费品零售总额的 34%以上。三是**助力脱贫攻坚**。采取“电商+贫困户”“电商+产业+贫困户”的模式，将贫困户嵌入产业链、拉进大市场。累计培训贫困群众 1790 人，扶持电商创业 100 余人，解决就业 3 万多人（次），其中贫困人口 100 余人（次），小村红薯、游风黑柿子等扶贫产业强势发展，小村大蒜、焦胡黄桃等产品被电商企业高于市场价包销、代销，实现了利润最大化。电商扶贫典型案例在《人民日报》《人民视频》《央视新闻》等载体网站广泛宣传。在电商的有力带动下，全县 2018 年对外贸易出口额完成 4878 万元，是 2017 年的 5.2 倍。

五、全力创新模式，驱动电商蓬勃发展

创新是引领发展的第一动力。武功以创新为驱动，抢抓电商制高点，推动武功电商勇立潮头。一是**打造网红电商**。组织果语千寻、大唐丝韵等网红资源，深入长宁焦胡等黄桃基地，现场采风宣传，推动发展订单农业。县电商服务中心先后于 2017、2018 年 12 月 10 日到 12 日，举办了“中国首届网红网货节”，组织 40 位网红主播、网络达人以及电商企业代表和 10 位村小二代表在武功县城人民路等繁华路段巡游直播、在西北电商体验城走秀表演，网络直播收看人数破万人，促成交易额超过 3 亿元。二是**丰富场景电商**。举办了“武功—永兴坊、大唐不夜城电商年货大集暨武功电商成果展”启动仪式、年货大集、“武功小子”品牌推介会、年夜饭等活动；组织电商企业参与了“陕西供销（武功）年货大展销暨茯茶品鉴节”“咸阳迎春购物节展会”“2019 西咸

新区沅东新城三桥年货大集”等展销、推介会。带动创建了“武功小子”猕猴桃、“米豆儿”手剥大瓜子、“马栏红”苹果、“十六御”等特色产品 100 多类，开发本地农产品电商品牌 108 个，推动了苏绘手织布、馨绣刺绣、壹诺草编等 200 余种特色手工艺品行销全国、走向世界。三是搞活内容电商。鲜生云仓搭借蜜芽、环球捕手、萌推、国美在线、松鼠拼拼、楚楚街等平台销售嗨吃家酸辣粉、进口俄罗斯提拉米苏糖果等产品，仅三个月，完成发货 40 万单，实现交易额 1200 多万元。陕西美农搭借拼多多、贝店等平台，组织网络大 V 直播、销售甘肃民勤甜瓜、大列巴、变蛋等网红产品。同时，美农将线上与线下相结合，开设社区生鲜便利店 500 家，营业仅半年销售额已逾 3000 万元。

大力发展电子商务 助推产业精准扶贫

渭南市富平县

富平县紧扣追赶超越定位和“五个扎实”要求，大力推进农业产业化发展，以电子商务发展为抓手，积极探索行之有效的扶贫方法。

一、大力实施品牌战略助推产业脱贫

富平是闻名全国的“柿子之乡”“奶山羊之乡”“早熟苹果之乡”，也是国家级现代农业示范区。目前，我县已有富平柿饼、流曲琼锅糖、富平墨玉、富平甜瓜、富平羊奶粉、富平九眼莲六个国家地理标志保护产品。为提升农产品网销竞争能力，打造县域公共品牌，孵化提升企业品牌，推动县域电商发展，富平县以国家地理标志产品为重点，打造区域公共品牌，加强宣传推介，拓展销售渠道，不断提升富平农产品市场占有率和竞争力，促进农业增效、农民增收。

结合富平产业发展特色，打造了区域公共品牌“富语”，并通过产品分析、市场调研、竞品分析等多种手段，帮助企业做好电商销售包装设计。目前已开发出“富语十二柿”“富语匠柿”“富语闺蜜—赵老峪蜂蜜”“富语张老八琼锅糖”“富语创柿记”等多款网销产品。其中“富语闺蜜—赵老峪蜂蜜”被上海太德励拓互联网有限公司一次性采购 11000 斤，货值 30 余万元。“富

语十二柿”“富语匠柿”“富语张老八琼锅糖”等品牌产品均被各大公司定量采购，上年度累计销售额达 700 万元。

二、开展产品推介活动对接消费扶贫

为推动更多富平优质农特产品走向市场，帮助贫困地区农民增收，2018 年底富平县商务局与中国社区扶贫联盟首次合作，尝试开展“电商精准扶贫网红直播暨区域公共品牌社区巡展活动”，即利用当前火热的“直播+短视频”模式，对富平柿饼、琼锅糖、土蜂蜜等电商企业网销产品生产加工、包装、发货流程进行全程网络直播，大力宣传富平优质农特产，提升富平产品知名度。同时邀请央视网、三秦网、新华网等 20 家网络媒体进行全方位宣传报道。

2019 年 6 月 19 日，富语琼锅糖、富语闺蜜、富平柿房茶、富平甜瓜等产品成功参加了由中国扶贫志愿服务促进会、中国物业管理协会主办的“一斤市集·社区的力量”全国巡展重庆站活动，将富平优质农产品带进高档社区，以“吃到就是扶贫”为主题，后期还将陆续前往上海、天津、成都、深圳等各大一线城市巡回开展消费扶贫。

三、建立健全县域农产品流通体系

全面开展三级物流体系、农产品质量追溯体系、供应链体系建设等工作，为富平农产品上行质量保驾护航。一是基本建成并不断完善县、镇、村三级物流体系配送体系，实现各类物资农村流通的有序集散和高效配送。截至目前，全县送到各镇村快递总

量为 112.7 万件，其中送达各村总量为 44.1 万件，同比去年月平均增长 74.5%，农村快递收件总量 2.8 万件，同比去年月平均增长 76.8%。二是建立了富平县重要产品品控溯源体系，可为行业监管和消费者溯源查询重要产品的生产、检测、加工、流通、销售等环节的真实信息。目前已溯源入网企业 51 家，入网产品 101 款，累计发码总量 96 万枚，累计扫码总量 110 余万次，有效提高了富平农产品品牌公信力。三是织牢供应链体系网络。先后赴北京、上海、杭州等地与阿里巴巴、京东、本来生活、鲜丰水果等电商平台对接洽谈，形成以陕西新农人电子商务有限公司、陕西老农乐电子商务有限公司等龙头企业为引领，以中小企业为支撑，以农户为辐射点的供应链，从原产地保障富平产品质量，提升富平产品形象，促进电商产业发展。

四、持续推进“1+1”电商精准扶贫模式

2018 年 7 月，向全县电商企业和微商人士发出了《关于开展县域电商 1+1 电商精准扶贫行动的倡议》，即以企业为龙头，带动供应链建设，促进电商精准扶贫。形成了“一商一户一劳力”的扶贫模式，让企业走进农村与贫困户开展结对帮扶，通过技术支持、订单收购、提供务工岗位、开展培训等途径，帮助更多的贫困户积极参与到电商产业链体系之中，助力脱贫致富。截至目前，已有陕西富平御品人间农业开发有限公司、陕西瓔珞电子商务有限公司等 17 家电商企业加入了扶贫队伍，已向贫困户提供 104 个季节性务工岗位，支付务工报酬 172.85 万元，帮助贫困

户销售农产品 89.17 万元，累计带动贫困户增收 262.02 万余元，涉及贫困户 160 户，451 人。

强保障 抓典型 降成本 助脱贫

铜川市耀州区

耀州区把电子商务进农村示范项目作为助力脱贫攻坚、同步建成全面小康社会的工作路径之一，坚持“企业主体、政府推动、市场运作、合作共赢”的原则，着力在物流体系、基础设施、品牌打造、技术培训、保障运营上下功夫，建成了1个1200平方米的区级电子商务服务中心，9个镇级电商服务站，80个村级服务点。建成了耀州区电子商务物流园，引进快递企业7家、电商企业5家，整合仓储资源1万平方米，推动区内物流快递提速、降费、增量、共享。

2018年全区电商销售额21亿元，网络零售额在西部示范县（区）排名第14，位居全省第二；服务型网络零售额在西部示范县（区）排名第七，位居全省第一。截至目前，累计培训5000余人次，其中贫困户1000余人，带动开设网店、微店2000余家，通过电商助力368人贫困户实现脱贫，带动900户贫困户增收10%以上。主要做法是：

一、强保障

全区把电子商务作为区域经济和脱贫攻坚的主要抓手，从政策引导资金支持方面，制定了《电子商务发展规划》《电子商务奖励扶持政策》《耀州区电商扶贫实施方案》等文件，出台了支

持电商企业 5 年税收优惠政策，前 3 年企业缴纳税收给予 100% 奖励，后 2 年给予 85% 奖励，电商企业前 3 年办公场地所需租金给予 100% 奖励，后 2 年给予 50% 奖励。针对电商人才缺乏的现状，出台了电商人才招聘政策，电商企业聘用缴纳社保的全日制本科以上学历毕业生，每月给予住房补贴 500 元，补贴 5 年。

二、抓典型

针对镇村电商服务站内生动力不足、服务商缺乏运营经验的情况，我区以培育典型、示范引领、以点带面为路径，促进农村电商服务体系的不断健全，涌现出了一批典型电商村级服务站点。瑶曲镇葫芦村电商服务站点，采取“电商+合作社+产业+农户”的模式，通过线上“订单式”销售的方式，拓宽了农产品销售渠道，带动葫芦村及周边村 16 余户贫困户脱贫；石柱镇京兆村电商服务站点，采取“站点+超市”“农户+超市”“站点+农贸市场”“站点+企业”的“四对接”的销售模式，有力地促进了农产品线上线下销售。

三、降成本

耀州区电子商务物流园汇集快递企业 7 家、电商企业 5 家，整合仓储资源 1 万平方米。物流园区内各快递物流企业送往村镇的回件全部统一派送，由物流园的专线车辆每天定时配送到各村，然后将各站点的发件拉回物流中心，根据客户需求和发件情况分配给各家快递物流企业，通过资源整合，区内物流快递有效减低了运输成本，提高了配送时效，物流园到村级网点 1 天内可

完成配送。同时，大力推广“微运宝”物流智能系统客户端，农村客户使用该客户端，只需输入手机号码及姓名，系统可自动获取定位地址，一键智能下单，实现田间地头随时随地发全国，时时刻刻能接单，明显提升了物流服务速度。短期物流快递成本下降了 20%，打通了物流配送的最后一公里。

四、创品牌

立足耀州农业资源优势，积极整合资源，强化农产品质量安全和营销体系建设，突出发展樱桃、苹果、核桃、莲菜、玉米糝等特色农产品，打造了耀州苹果、马咀樱桃、前咀子九孔莲菜、葫芦村玉米糝等数十种网销农产品品牌，有效促进了农产品线上线下融合。2018 年，全区苹果网上销售额达 8000 万元，樱桃 890 万元、核桃 150 万元、其它农产品 1500 万元。同时，充分挖掘传统工业潜在优势资源，通过网络营销、线上订单等方式，做优做强耀州瓷等特色工业制品，让老产业焕发新活力。

五、助脱贫

耀州区在强化政策保障与完善电商发展要素的基础上，有针对性地开展电商普及、电商增值、实体企业转型等电商培训 60 余期，累计培训 5000 余人次，其中贫困户 1000 余人，开设网店、微店 2000 余家，累计销售额超过 500 万元，带动贫困户 368 人增收。对全区 126 家农业专业合作社和 215 家实体企业实施一企一策帮扶，帮助 120 家农业专业合作社、130 家实体企业拓展线上营销，通过全民合伙人、海升集团现代农业等电商企业带动贫

贫困户开展电商扶贫。石柱镇秦川苹果种植专业合作社拓展线上营销后，销售额已达到 300 多万元，该合作社采取“统一技术、统一销售、统一品牌、统一农资供应”的四统一模式，对贫困户果园实行托管，有效降低了贫困户面临的市场风险，使贫困户苹果的优果率从 30%提升到了 50%，实现了合作社与农户的双赢。

我们在电子商务进农村综合示范工作上还存在以下不足之处：**一是**镇村电商服务站内生动力不足，作用发挥不明显。**二是**终端与电商发展速度不匹配，农产品标准化、规模化、品牌化生产的水平还不高，线上与线下的融合还存在很多障碍。**三是**农产品供应链仍需进一步完善。电商供应链各环节的互动联合与分工协作还存在短板，特别是农业龙头企业在利用现代信息技术提升农业生产、经营、管理和服务水平的能力还需进一步提高。**四是**在电商产业发展上还需加大力度。我区依托全国电子商务进农村示范县建设工作，为全区电商产业发展打下了坚实的基础，但如何营造良好的电商发展生态环境、形成长效机制促进电商做大做强，我们还有很多的工作去做、还有很长的路要走。

探索电商进村路径 激发电商扶贫活力

延安市吴起县

吴起县以电子商务进农村综合示范项目建设为抓手，把电商扶贫作为产业扶贫的一项重要内容，着力构建“网货下村、农产品进城”的双向电子商务流通体系，创造新的消费需求，开辟了新的就业增收渠道，推进农村电子商务快速发展。

一、强化领导，构建坚强有力的组织保障体系

吴起县委、县政府高度重视电子商务工作，将电子商务纳入年度目标责任考核体系，成立了由县长任组长、分管副县长任副组长、16家县直单位和9个镇街政府负责人为成员的领导小组，各镇街和县直有关单位也分别确定了1名班子成员主抓电子商务工作，配备了专职工作人员，确保了工作有人抓、有人干。出台了《吴起县电子商务进农村综合示范项目实施方案》《吴起县电子商务进农村综合示范项目专项资金使用管理办法》《吴起县电子商务发展奖励扶持办法》等政策措施，在电商人才培养、孵化基地运行、扶持资金管理使用等方面制订了制度和规定，为电子商务进农村综合示范工作保驾护航。

二、科学布局，构建优质高效的电商服务体系

以构建县、镇、村三级电商服务网络为目标，整合各方资源，强化载体建设，畅通从田间到消费者手中的农产品上行电商渠

道，为群众增收、精准扶贫提供了有力支撑。一是建设县域电商公共服务平台。建成了县级电商公共服务中心，项目总投资 300 余万元，占地面积 4000 余平方米，目前，入驻企业 29 家，其中电商企业 12 家，电商配套企业 14 家，快递企业 3 家。可提供线上接单—产品打包—现场发货的一条龙服务，为电商企业及个体电商做大做强解决了后顾之忧。二是建设村级电子商务服务站。遵循先选村、再选人、后选店的原则，以交通条件便利的行政中心村为重点，以周边 2—3 公里区域为辐射半径，以“六统一”（统一设计、统一招牌、统一管理、统一服务、统一培训、统一考核）为建设标准，以“一站共用、一站多能”为目标，在全县规划建设了 46 个村级服务站，其中有 30 个服务站所在村是贫困村，可为各大电商企业进军农村市场提供站点支撑服务，为群众提供代购代销、收寄快递、充值缴费等便民服务。

三、加强培训，构建务实有效的电商培训体系

立足于市场需求、农村实际，持续开展电商人才培训活动。县政府主要领导亲自带队外出考察学习，精挑细选聘请专业讲师，基于吴起电商发展的现状和农副产品上网销售的迫切需要，为当地农民普及电商基础知识，引导和扶持城乡劳动者通过电子商务平台实现就业创业。截至 8 月底，累计开展电商培训 4083 人次（其中贫困户 916 人次），其中 9 人成功通过电商实现创业，43 人通过电商就业获得稳定收入。针对电商发展的新趋势—社交电商、直播电商，我们积极跟进学习，引导农民开设快手小店，

及时对接电商培训公司进行相关培训，目前，培训本土网红 52 人，在电商孵化基地建设网红直播间 3 处，快手开设店铺销售吴起板栗南瓜 1000 余单。

四、发挥优势，构建多快好省的物流运营体系

围绕“开放、融入、共享”理念，整合县内快递企业，建成了吴起县电商快递物流园。园区由 8 家快递物流企业联合组建而成，是集快递、物流、仓储、网上商城、电子商务、多媒体宣传等为一体的商贸综合性园区，设立县城快递便利店 23 处，设立镇级快件配送中心 10 处，日均派件量 1.2 万余件、发件量 1000 件左右。为推动我县农产品上行和电商扶贫工作，快递物流园区制定了线上出售我县农副产品 2.5 公斤内 5—6 元发全国，精准扶贫户线上售卖我县农副产品免费发送快递的优惠政策，快递上行费用处于全市、甚至全省最低水平。在县城各区域、所有镇街设立快递便利店，保证县城内快递配送到镇街一级时效控制在 24 小时内。

五、激发活力，构建龙头企业带贫增收体系

我县把电商扶贫作为精准扶贫的重要抓手，与推进“一村一品”建设相结合，采用“互联网+基地+公司+农户”模式，动员平台、电商企业直接参与农特产品开发并组织在网上销售，扶持和带动贫困家庭进行网上销售创业，鼓励电商企业吸纳部分农民就业，带动农村电子商务创业。一是组织电商企业开展“精准扶贫到户、发展产业脱贫”助力农产品销售活动，优先收购贫困户

产品，帮助贫困户销售农特产品。二是鼓励有实力的电商企业优先雇佣贫困劳动力、鼓励贫困户进行电商创业，对贫困户开展电子商务创业的，一次性补助 5000 元/户用于设备购置；对电子商务企业或网商聘用贫困户就业的，一次性补助 1000 元/人；对贫困村开展电商精准扶贫试点的，按照项目实际投入部分的 50% 给予补助，单个项目最高补助不超过 10 万元。三是引导电商企业帮扶带动有条件的贫困户开设网开店，开展电商创业，支持大型及本土电商企业和农户尤其是贫困户签订农产品收购包销协议，既可以解决农产品线上销售问题，也可解决农户农产品卖难的问题。

中国邮政吴起分公司积极响应农产品上行和电商扶贫号召，开设了“圪梁梁上的黄土人家”拼多多店铺，同时对接电商渠道一件代发资源，主动降低寄件资费，累计收购 26 户农户南瓜 120 余吨，日均发件 2000 余单、雇佣贫困劳动力 5 人次。吴起鲜景农业电子商务有限公司开设有鲜景旗舰店、利民农庄等网上店铺 4 家，流转土地 500 余亩（其中贫困户 135 亩），积极发展订单农业，在长城镇发展 53 户农民种植南瓜 2362 亩，8 月份以来，日均销售吴起农副产品 4000 余单，高峰期达到 6000 余单（约 25 吨），日均雇佣闲散劳动力 20 余人，其中贫困人口 14 人。

我们将紧抓“国家电子商务进农村综合示范工作县”项目实施有利时机，深入推进电商脱贫工作，强化电商与农业、工业、旅游业融合发展，激发电商扶贫新动能，为精准扶贫、精准脱贫做出新的更大贡献。

创新电商帮扶机制 构建扶贫 PPP 模式

榆林市米脂县

米脂县以创建全国电子商务进农村综合示范县为契机，围绕“三年稳定精准脱贫、五年全面建成小康”的目标，通过培育电商龙头企业，加大贫困户电商培训力度，积极创新电商扶贫新思路、新做法，通过政企合作，创新电商帮扶机制，构建扶贫 PPP 模式，探索出“电商+订单农业”“电商+旅游”“电商+保险”扶贫模式，有力保障了贫困群众的稳定增收，助推全县稳步脱贫。

一、加强培训教育，引导电商企业助力精准脱贫

为提高贫困户自身“造血”能力，按照扶贫先扶志，扶志先扶技的思路，让有能力的贫困户“触网”“触电”，免费为贫困户培训电脑操作技能和电子商务经营方法，提升其利用电商开展创业、通过电商产业链实现就业的能力。已累计举办 32 期电商扶贫培训班，培训贫困户 4000 余人次，电商企业吸纳建档立卡贫困户就业 58 人，扶持 5 名建档立卡贫困户和 1 名残疾人创办了网店。组织陕西青创联盟电子商务有限公司等电商企业深入农村与贫困村、贫困户开展合作，创新“电商+订单农业”“借猪生财”“送鸡下蛋”等助农增收模式，通过网络帮助贫困户销售农特产品，帮助群众增收脱贫。青创联盟等电商企业在桃镇、印斗镇、杨家沟镇、沙店镇共 19 个贫困村建立了谷子生产示范基

地 8000 亩和生猪、土鸡养殖基地，累计帮扶贫困户 1367 户，贫困人口 4113 人，累计为贫困户增收 650 多万元。

二、创新社会扶贫，“米脂有礼”助力脱贫攻坚

2018 年 1 月 28 日—30 日，由米脂县委、县政府主办，县电子商务公共服务中心携手榆林国际旅行社、陕西青创联盟电子商务有限公司共同举办了“百企帮百村，助力脱贫攻坚”米脂有礼农特产年货会活动。本次活动邀约百家企业走进米脂，借助旅游产业创新电商扶贫方式，带动一二三产融合发展。由旅游企业负责全程的旅游产品设计和会务服务等工作，由电商企业负责产品供应和网络宣传等工作，前期投入均由这两家公司垫资完成，政府以其公信力为此次活动和农特产品背书，最后由政府统一审计审核，扣除活动成本之后，由两家爱心企业将本次活动所得利润捐赠给扶贫基金，定点用于全县的爱心超市，既在源头帮助了贫困户销售农特产品，又把利润再次注入扶贫事业，构建扶贫回路，形成“电商+旅游+消费”扶贫 PPP 模式。

年货会将米脂小米、山地苹果等多种特色农产品组成极具陕北地方特色的大礼包，积极动员社会力量购买，通过线上线下同步下单采购，短短三天时间内，大礼包交易量近 2.2 万份，总销售额达 605 余万元，活动产生扶贫收益 60 多万元，用于“爱心超市”建设，让社会扶贫的力量真正看得见，摸得着。

三、“电商+保险”创造出“长治久安”扶贫 PPP 模式

米脂县在电商扶贫的基础上联合保险扶贫，在全国首创电商

+保险“长治久安”扶贫 PPP 模式，探索出“政府搭台，企业合作，群众受益”的帮扶模式。依托电子商务公共服务中心，积极与中国人寿集团公司陕西分公司对接联系，借力国寿财的央企平台，结合保险和电商双重销售效应，扩大米脂农产品销售渠道和影响力，提升农产品品牌潜在价值，直接带动贫困户增收致富。双方合作内容主要有：一是借力央企互联网平台，将米脂“淘米易购”平台与“国寿天财”平台供销社进行对接上线，结合中国人寿财险扶贫“三进三万”工程项目，利用中国人寿全国百万销售人员进行宣传、推广、销售；把米脂小米作为优惠专属产品，打造 F2C 新模式；对接中国人寿财险战略合作伙伴永安集团旗下大田公社电商平台，打通米脂小米在江浙沪区域电商销售渠道。二是借助米脂县现有的农村淘宝服务站对接中国人寿财险咨询服务个代业务模式，提供与农户密切相关的保险产品，使农户“足不出村”即可享受保障、理赔服务。同时，农户还可以利用“国寿天财”平台开展农产品销售，增加其副业收入。三是构建扶贫回路，降低贫困户返贫风险。为防止已脱贫的农户因遭受风险事故导致返贫，电商企业将销售利润的 80%用于为贫困户购买适宜的保险产品，有效防止贫困户因病因灾返贫，巩固扶贫成果。

2018 年 4 月 24 日，米脂小米在中国人寿“国寿天财”和微店正式上线销售，已实现销售 20 万多元，所筹集的扶贫基金已为我县 654 名建档立卡贫困户购买了人身意外保险，保额达 2158 万元。

四、“厉害了我的国”网络直播活动助力脱贫攻坚

2017年11月3日，中央电视台财经频道联合商务部、国务院扶贫办共同举办的“厉害了我的国·中国电商扶贫行动”走进米脂。县委、县政府高度重视，精心筹备，县委主要领导为米脂小米代言，通过1个小时的网络直播，吸引了100多万网友参与互动，极大的宣传了米脂小米，小米销售火爆。“双十一”当天，米脂小米在各大主流网络电商平台销售额高达365万元，在参加网络直播活动的全国100个国家级贫困县农产品当日销售额排名第4，较2016年双11电商销售收入翻了10倍，有效带动了全县小米的生产销售。

示范引领抓创建 彰显特色促发展

汉中市城固县

城固县依托良好自然生态环境孕育出的丰富农特产品资源优势，坚持把培育电商产业作为支撑县域经济发展新引擎，积极抢抓“互联网+”发展新机遇，聚焦“建平台、育龙头、兴产业、塑品牌、促发展”，加速推进全国电子商务进农村综合示范县创建，有力促进了县域经济高质量发展，主要经济指标连年稳居全省县（市）第一方阵，成功跻身“陕西十强县”。近三年来全县累计完成网络交易额 15 亿元、年均增长 30%以上，其中农特产品网络交易额达到 2.7 亿元，为全县决胜脱贫攻坚、建设陕西强县发挥了积极促进作用。

一、建机制、强保障，凝聚增势赋能新合力

立足县域发展实际，重点围绕优化服务保障，全力营造电商产业发展优质环境。一是**优化机制**。专门审批设立县电商办，对照综合示范创建要求，及时组建成立由县长任组长，分管县长为副组长，经贸、发改、财政等 32 个单位为成员的城固县电子商务进农村综合示范工作推进领导小组，统筹协调示范创建各项工作，形成了高位推动、上下联动、全县齐动的工作格局。二是**增进共识**。充分发挥媒体资源舆论导向作用，通过在市县主流媒体开办专栏、建立电商公共服务微信公众号、印制宣传册，设置广

告牌等形式，大力营造电商产业发展良好社会氛围，我县电商进农村综合示范创建工作动态先后被央视、凤凰网等国内各大主流媒体和省市刊载报道。三是**从严监管**。重点围绕做好行业及项目监管两大部分，在研究出台《电商信用评价制度》《农资电商服务方案》等机制、补齐常规管理短板的基础上，对照示范创建要求，健全完善工作台账，强化资金核算管理，严格做到项目实施、政策规定、补助标准、办事程序“四公开”，有力保障了项目运作的规范实施。

二、抓示范、促创建，构筑电商发展新高地

主动顺应“互联网+”发展新机遇，因势而谋、应势而动、顺势而为，积极打造支撑县域发展电商产业新高地。一是**重集聚引领**。针对县内电商主体散、小、弱现状，建成总面积 1500 平方米的县级电商公共服务中心暨电商产业示范园，实行企业免 3 年场地、光纤等费用优惠政策，先后吸引聚集中国网库、易云科技、噢生活等 13 户知名电商企业入驻发展，跟踪指导做好运营管理、业务培训、技术服务等工作，全方位支持电商主体孵化壮大。二是**重延伸拓展**。以县级电商公共服务中心为支撑，通过整合县内电商资源，累计建成镇级电商服务站 17 个、村级电商服务点 123 个，拓展形成完备的县镇村三级电商服务体系；同时，以政务、商务、服务“三务”为核心，充分发挥“一站多能、一点多用”作用，有效发挥了各级站点代购代销、代收代缴、物流配送、小额信贷、政策宣传、政务咨询等一体化便民利民服务功

效。三是重招引示范。结合电商产业发展实际，注重招大引强，积极争取京东电商运营及物流结算中心顺利落户，成功运营京东汉中云仓、产地仓、城市仓和扶贫馆、特产馆“三仓两馆”，业务涵盖农特产品分选、包装、营销等全过程，有力带动了全县乃至全市电商产业的蓬勃发展。

三、盯关键、求突破，搭建产业链接新格局

重点聚焦示范创建五大板块，对标关键节点、全力攻坚克难，倾力打造五大链条，力促探索走出一条加快电商发展、助推经济转型、实现乡村振兴的新路径。一是牵引打造供应链。按照政府推动、企业主导的思路，积极指导帮助县内企业做好适销产品“三品一标”认证及产品溯源信息化建设工作，确保本土农特产品品质优越、全程可溯，目前全县共有中华老字号品牌 5 个、中国地理标志认证产品 2 个、中国驰名商标 1 个，陕西省名牌产品 8 个、著名商标 11 个。同时，优化“农商互联”产销对接，实时发布产销对接信息，全力保障上行产品货源稳定可靠。二是布局完善流通链。为有效打通物流“最后一公里”，重点从整合资源、织密网络、提升效能三方面入手，建成投用 1000 平方米县级物流配送中转中心，整合快递物流资源，全面开放仓储分拣配送服务，顺利实现从县到村双向配送服务全覆盖。此外，创新推行“三定三统”（定点、定时、定线，统一配送、统一运价、统一服务）模式，降成本、提效能，全县快递发货均价降幅达 20%、村级配送频率基本实现一天一次。三是育品扩张销售链。梳理汇总信息

资源，搭建形成全县农产品目录库，免费为县内华鲩生物、九盛果蔬、顺丰米业等 20 余户企业提供商标注册、产品设计、网点开设等业务指导，甄选 90 余个单品入驻京东城固馆、城固微商城等平台触网销售，成功打造“聚闲湾”牌“脆青椒”和“辣椒酱”两款网红热销产品，目前全县重点企业累计在淘宝、京东等电商平台开设品牌店 60 余家，上半年完成电商交易额 3.89 亿元、增长 22.8%。特别是近期随着“一品城固”区域公共品牌的正式对外发布，必将进一步扩大和提升全县农特产品对外知名度和影响力。

四是精准培育人才链。依托县电商公共服务中心等培训阵地，根据电商企业、涉农组织、个体户、农村致富带头人等不同受众群体，通过专家辅导、以会代训、现场指导等方式，有针对性地组织开展电商知识普及和实操技能培训，着力构建本土高层次电商人才资源库，目前全县累计培训人员 7726 人次，实现 12 户传统企业转型升级，成功孵化创业就业人员 200 余人。

五是优化帮扶利益链。结合电商扶贫工作实际，创新建立合作共赢促脱贫、委托销售助脱贫、绿色通道带脱贫等多种扶贫模式，优化利益链接，助力脱贫攻坚。其中，借力京东云仓资源优势，采取线下建基地、线上售产品方式，累计建成核桃、中蜂、茶业等产业基地 85 个，实现网销农产品 53 万吨；通过扶贫馆赋能开放绿色通道，累计销售贫困户农产品 102 万元，全县电商扶贫带动贫困户近 2000 户，户均增收超千元。

四、重质效、促融合，集聚追赶超越新动能

按照“优化、完善、提升”的思路，积极抢抓全国电商进农村综合示范项目创建机遇，持续发展繁荣电商产业，助力县域经济追赶超越发展。一是**聚焦上行促产业深度融合**。坚持以实现农产品上行为目标，积极推进各类特色优质产品网货转化率，孵化培育优势电商企业，加速带动三次产业深度融合发展。二是**发挥效用促服务叠加融合**。充分发挥县电商公共服务中心功能，按照运营业绩对镇村服务站点开展分类指导，叠加提升综合服务效能，全力确保服务站点有效运营占比超60%。三是**精准把控促利益链接融合**。结合脱贫攻坚实际，大力推广“电商企业+基地+合作社+贫困户”“你种我销、你养我卖”等电商扶贫新模式，确保牢牢将贫困户焊接在电商全产业链和利益链上，助力贫困户稳定脱贫致富。四是**塑品牌促“两线”交叉融合**。坚持线上线下齐发力，在全力抓好线上品牌推广同时，结合柑桔、猕猴桃、优质大米等大宗农副产品销售旺季有利时机，积极组织开展线下品鉴活动，确保真正让久藏闺中人不识的“土特产”，成为群众增收致富的“金疙瘩”。

打造 12345 电商扶贫紫阳模式

安康市紫阳县

紫阳是全国两大富硒区之一，但长期以来，受种植分布零散、交通不便、信息不畅等因素制约，出产的各种天然富硒特色农产品“养在深闺人未识”，难以转化为群众实际收入。紫阳县将农村电子商务作为紫阳县攻克深度贫困的重要抓手，探索了一套体系筑基础、两个重点促发展、三个精准保实效、四种资源做保障、五项举措助增收的 12345 电商扶贫紫阳模式，有效带动“富硒农特产品出山”，走出了一条符合贫困山区实际、促进贫困群众增收的电商扶贫新路子。

一、主要做法

（一）一套体系筑基础。结合国家电子商务进农村综合示范县和陕西省电商扶贫试点县项目，建立起一整套电商服务体系，夯实了农村电商发展基础。**一是建立电商公共服务体系。**在县城建设县级电子商务服务中心，在各镇建设镇级电商服务站，在各村建设村级电商服务点，各级站点发挥各自职能，构建起三级电商运营服务体系。**二是建立电商营销服务体系。**在淘宝、京东、供销 e 家、邮乐网等主流电商平台开设紫阳馆，利用东西部协作政策机遇，在建行善融商务、淘常州等平台开展紫阳电商扶贫产品专项活动，建设紫阳富硒特产线下体验馆，集中展示销售紫阳

富硒特产。三是**建立电商人才培训体系**。定期开展电商培训，同时在网上开设培训专栏、建立电商交流群，针对不同类别人群开展不同内容、不同层次的培训，为全县电商发展提供充足人才支撑。四是**建立电商创业孵化体系**。建成电商孵化中心，免费为电商创业者提供办公场所和办公设备，并提供食品经营许可证办理、小额创业贷款等服务，建立指标引领和考核奖惩机制，鼓励支持广大青年，尤其是贫困青年从事电商创业。五是**建立电商产品供应体系**。建设网货供应中心，依托镇村服务站点收集紫阳富硒特产，并对其进行电商化改造，为镇村电商服务站点以及各地网商、微商提供集中供货、代发货、网上结算等服务。六是**建立产品质量标准体系**。根据国际、国内相关标准，结合线上市场要求，制定网销富硒特色产品生产加工、包装配送、流程规范等质量规范标准，确保网销农特产质量安全。七是**建立富硒特产溯源体系**。建立富硒农产品质量安全溯源体系，对茶叶等主导产业种植、生产、加工、营销进行全程溯源。八是**建立农村电商物流配送体系**。建成一个集办公、仓储、分拣、包装、检测等功能于一体的电子商务智慧物流中心，利用市场化手段吸引县内快递物流公司入驻，在全县开通 6 条物流配送干线，覆盖全县所有镇，提高镇村配送效率、降低物流成本，有效解决了农村电商“最后一公里”问题。九是**建立电商宣传教育体系**。通过干部宣传、新闻报道、网络短片、微信公众号等方式，大力宣传农村电子商务、推介电商产品和旅游资源，形成人人知晓电商、支持电商、参与

电商的良好社会氛围，逐步扩大紫阳县电商农产品知名度与美誉度。成功推出“世界硒源·中国紫阳”电商公共品牌、“美味山灵”“紫阳乡源”等企业自主品牌。十是建立综合保障管理体系。县财政每年配套电商发展资金，专项用于推进电子商务工作。出台促进电子商务发展扶持办法，在新产品开发、物流快递、线上销售等方面进行扶持奖励。

（二）两个重点促发展。一是突出农产品上行。积极培育、组织电商企业，统一开设电商扶贫频道，推动农产品实现商品化、标准化，把城市消费和贫困地区扶贫产业联接起来，有效挖掘电商扶贫潜力，把贫困地区产品卖到城里，让贫困户获得市场红利，扩大新增消费需求，提高农产品市场价格，促进贫困户增收，加快贫困地区脱贫步伐。二是助力工业品下行。通过电商网点代购代办，打开贫困地区与现代文明的通道，改善贫困群众生产生活条件，降低生产成本和生活支出。贫困农民一些落后的生活习惯，在“触网”过程中悄然改变，农村的生产方式和生产结构在“触网”后加快调整。

（三）三个精准保实效。一是电商扶贫对象精准。参与电商扶贫的企业与县扶贫部门紧密对接，电商扶贫各项政策优先兑现到建档立卡贫困户，电商企业优先对贫困户下订单。二是电商扶贫对策精准。根据贫困户情况，按照电商市场规律，以市场为导向，因户因人施策，有针对性地开展电商帮扶，做到宜养则养、宜种则种、宜小则小、宜大则大。三是电商扶贫数据精准。建立

了紫阳电商扶贫大数据体系，对贫困户、电商扶贫企业、产品销售等情况进行汇总分析，找出电商扶贫的优势产业和短板，促进电商与产业深度融合，实现差异化发展，为精准施策、科学扶贫提供数据支撑。

（四）四种资源做保障。一是**统筹领导力量**。成立县上主要领导挂帅的电商扶贫工作领导小组，全面部署电子商务工作，统筹各镇各部门力量，有力有序有效推进各项工作。二是**统筹电商项目**。将商务部电子商务进农村综合示范项目与中华供销总社电子商务惠农工程项目捆绑实施，整合优势资源，合力推进电商扶贫。三是**统筹项目资金**。不截留、不挪用从上级争取到的电商项目资金，同时在县级财力允许情况下预算电商扶贫专项资金，同时整合其他相关项目资金。四是**统筹市场主体**。积极培育电商龙头企业，组建紫阳县电子商务行业协会，引导和培育电商创业者建立与贫困户共促共进联动机制。

（五）五项举措助增收。一是**订单农业增收**。大力发展订单农业，实行统一种植、统一管理、统一收购的模式，使农户的土地变成企业的“第一车间”，搞好产销对接，建立生产者与不同需求者之间的产销关系，引导农业结构调整，规避市场风险，保护双方利益，促进农业增产，利于农民增收。二是**入资收益增收**。电商企业与贫困户签订精准扶贫帮扶、入股分红协议，由政府量化资金或贫困户自行筹资入股至电商企业，贫困户通过获取电商企业每年支付的固定收益，实现稳定增收。三是**溯源增值增收**。

加强对地理标志农产品的保护和管理，对紫阳富硒茶等电商扶贫产品进行质量溯源，提高其品牌形象和附加值，通过加大利润空间促进贫困户增收。**四是就业创业增收。**引导贫困户通过直接开设网店创业、在电商企业从事快递、打包等工作，实现劳务增收。同时，促进劳动力回流，助力解决农村“空巢”问题和留守问题，推进农村和谐稳定。**五是网销带动增收。**引导县内规模企业开展电商转型，拓展网上销售，扩大企业销售额，间接带动贫困户增收。

二、工作成效

（一）顶层设计，绘好电商“大蓝图”。2016年以来，紫阳县委、县政府为决战脱贫攻坚、决胜全面小康，紧扣时代脉搏，顺应电商发展趋势，突出顶层设计，高起点绘好电商“大蓝图”。制定了《紫阳县电子商务发展战略规划》《关于加快电子商务发展的意见》《电子商务扶贫工作实施方案》，为推进电商扶贫工作提供政策支撑，建立完善十大体系，统筹推进国家电子商务进农村示范县、全省农产品出村试点县、全省供销电商示范县建设，打造紫阳富硒绿茶产业集群电子商务基地，加大镇村电商服务站点建设力度，培育电商龙头企业，提升产业辐射带动能力。补齐交通、网络、物流等基础设施短板，围绕促进农产品上行，加强标准化提升、品牌培育和认证追溯体系建设。加快打造懂电商、懂扶贫的人才队伍，既依靠本地人才，发挥农村基层党组织以及第一书记、大学生村官、致富能人等的作用，又注重引导电商企

业参与，引进电商职业经理人、创业带头人等外部人才，提高电商扶贫发展水平，形成了政府主动搭台，企业积极参与，贫困户精准受益的良好局面。

（二）立足市场，筑牢电商“大基础”。围绕茶叶、魔芋、金钱橘、李子、大蒜、玉米营养餐等优势产业，初步建立起电商产品供应链、电商服务运营、物流仓储等体系。建成1个县级电商服务中心、1个县级物流仓储中心、1个县级网货供应中心，13个镇级服务站，138个村级电商服务点，这些散落在各个村子的小网店，为村民代购电视机、冰箱、洗衣机、服装等日用品，网上销售茶叶、核桃、土蜂蜜等当地特色农产品，已成为当地村民网上代购日用品和销售土特产品的重要平台，较好地解决了农村电商下行“最后一公里”和上行“最初一公里”的问题。2016年以来，累计实现线上交易额11.9亿元。

（三）精准施策，打造脱贫“大利器”。紧紧围绕脱贫这一目标，依托“资源变资产、资金变股金、农民变股东”的三变政策，创新电商扶贫发展模式，完善电商企业与贫困户利益联结机制，加大对村资金、政策、人才等的扶持力度，打造电商扶贫新“利器”。通过推行“电商企业+专业合作社+贫困户”的电商扶贫模式，建立电商营销服务体系，打通了农产品网销渠道，在农产品上行链条上设置若干利益点，让电商企业、专业合作社、贫困户各干各的事、各挣各的钱。加大在主流媒体和主要电商平台的推广频次和力度，在淘宝、京东、供销e家、邮乐网等主流电

商平台开设紫阳馆，利用东西部协作机遇在建行“善融商务”、江苏“淘常州”等电商平台开展紫阳电商扶贫专项活动。用活股权投资模式，项目承办企业负责电商产品开发和网上销售，镇村电商服务站点、专业合作社负责产品组织和质量把控，贫困户则负责按照订单要求发展种植、养殖，从而实现稳定增收。通过股权投资带动了 3000 多万元的社会资本共同参与电子商务进农村示范县项目建设，极大加快了项目建设进程。目前，全县建成 14 个电商扶贫示范点，培育了 9 个电商扶贫龙头企业，2016 年以来累计带动 3387 户贫困户增收，户均增收 879 元。

（四）突出配套，做好电商“大服务”。加大统筹协调力度，部门间通力合作，产业链各环节密切衔接，政府、市场、社会协同发力，推进电商与贫困地区产业资源精准对接。加大政策支持力度，加快农产品标准化建设，加大质量检测优惠力度，推进贫困地区农产品网络销售“绿色通道”建设。加大贫困地区电商扶贫的金融支持力度，简化登记注册程序，鼓励多种市场主体发展电商扶贫，促进电商、物流、商贸、金融等广泛参与、公平竞争，不断提升电商扶贫的开放度和共享水平。充分激发市场主体作用，用活上级政策、激活市场活力，大胆创新使用项目资金，切实发挥市场主体在建设县域电商体系、助力电商扶贫的作用，为贫困县农副产品出山搭建平台。同时，组织政府机关、企事业单位、高校工厂、人民团体与乡村或合作社、贫困户结对子，签订购销协议，拓宽并且稳定贫困地区产品销售渠道。目前，小到一

包杂粮，大到陶瓷、茶叶、魔芋，电商扶贫产品进一步丰富，现已开发 42 种富硒特产。

（五）创新模式，实现电商“大作为”。以股权投资的方式入股符合条件的企业，由承办企业建设并运营，以保证项目资金安全，并使电子商务进农村项目长期稳定发挥效益。抢抓苏陕扶贫协作工作机遇，与对口帮扶单位常州市新北区对接，建立了结对帮扶对子。推进消费扶贫，通过电商平台的定向团购、定向旅游、定点包销、爱心消费等方式，倡导消费奉献爱心。采取组建微商大军、网络直播、新零售等方式，全面拓展紫阳富硒特产网络销售渠道。注重发现并树立电商扶贫的先进典型和模范人物，更好激发贫困地区干部群众内生发展动力。针对新时期种养结构难调整、农民难增收的实际，整合农业优势和“互联网+农业”实践经验，创新推出了“半亩茶园”线上线下营销活动，消费者通过订制贫困户的茶园，既享受了田园之乐、健康生活，还实现了与贫困户的共同携手、户户结缘。目前，全县共认领茶园 70 亩，销售收入由以前的亩均 5000 元提高到 18800 元。

三、几点启示

（一）计划先行建机制，统筹推进农村电商扶贫。俗话说，老大难、老大难，老大一抓就不难。抓电商扶贫工作的首条经验和组织保障就是需要主要领导一把手亲自抓，这既是我们的制度优势，也是电商扶贫工作涉及面广、难度大的特点决定的。要建立党政推动机制，形成“一把手亲自抓，各级书记抓，绩效考核

+专门机构推动”的工作模式，充分发挥政府主导作用。政府要加大对电商产品供应链、农村物流、镇村电商服务站点等电商基础设施投入力度，搭建起电商事业发展的框架体系，实现“筑巢引凤”的目的。

（二）畅通渠道夯基础，优化电商扶贫环境。随着县镇村三级电商服务体系的逐步完善，农产品上行、工业品下行的重要支点作用得到有效发挥。一是**依托工业品下行保运转**。指导企业建立链接自有商超、门市的购物平台，利用自有配送网络及村级电商服务站点进行线下配送，既帮助县内城乡群众实现便捷购物、平价消费，又保证企业、村级电商服务站点长期稳定收益。二是**推进农产品上行促发展**。依托网货供应中心自行开发，或与县内特色农产品生产企业、农业专业合作社合作，组织、开发电商产品，为镇村电商服务站点以及各地网商、微商提供集中供货、代发货、网上结算等服务，从中获取适当利润。三是**整合镇村物流降成本**。组织县内各物流快递企业深化合作，统一运输车辆、统一收费标准，形成镇村之间的上、下行物流统一运输，改变以前各物流快递公司各自为阵、分头配送的物流方式，既提高了整体配送效率，又降低了物流成本。

（三）精准施策助脱贫，激发电商扶贫新动力。电商扶贫，电商是手段，扶贫是目的。为实现大平台、农产品无缝对接，畅通贫困户和平台之间的供需渠道，解决贫困户产品电商化改造难、销售难、运输难等问题，必须以项目建设为抓手，以品牌培

育为重点，以孵化平台为支撑，以服务体系建设为保障，以龙头企业为带动，带动贫困农民紧盯市场规律和互联网发展规律，选准产业项目，包装和推广好特色农产品，紧盯主体培育，加强政策资金支持，培育一批有潜力、有能力的电商企业，开展订单农业、标准化生产、品牌化营销、专业化服务，提高电商扶贫的开放度和共享水平。

（四）整合资源聚合力，构建电商扶贫“一盘棋”格局。县经贸、财政、扶贫、农林科技等部门和单位要牢固树立电商扶贫一盘棋的观念，按照“资金跟贫困户走、贫困户跟能人走、能人跟项目走、项目跟市场走”的工作思路，充分发挥职能部门作用，做到贫困村的电商项目优先支持、贫困村的扶持资金优先安排、贫困村的电商站点优先布局、贫困群众的电商技能优先培训、贫困村的特色产品优先推销。引导多种新型经营主体“触网”，鼓励合作社、家庭农场、龙头企业等为贫困户生产经营提供专业化服务，促进贫困户与电商企业更好对接，切实提高电商扶贫助贫的能力。

（五）示范带动抓创新，打造电商扶贫“新引擎”。创新建立利益联结机制，形成“电商+农民合作社+贫困户”“电商+旅游+贫困户”等一二三产业融合发展模式，不断强化电商与农业、工业、旅游业的融合发展，推进供给侧结构性改革，激发电子商务扶贫新动能。创新项目运营方式，充分利用市场手段，建设好村级电商服务站点、网货供应中心、农村物流建设体系，开发利

润点，让电商从业人员“有利可图”。探索建立订单农业、入股收益、就业创业、溯源增值、网销带动等电子商务带动贫困户增收方式，从网店、微店销售，到“网红”直播代言，促进电商扶贫手段的多样化。

强化示范引领 助力精准扶贫

商洛市山阳县

山阳县认真贯彻国务院扶贫办等 16 部委下发的《关于促进电商精准扶贫的指导意见》精神，将电商扶贫列为脱贫攻坚工作的重要抓手。2016 年以来，以开展国家级电子商务进农村综合示范工作为契机，以“发展电商，助推脱贫”为目的，不断提升贫困人口电商创业就业能力，拓宽特色农产品销售渠道和贫困人口增收脱贫渠道，使互联网发展成果惠及更多贫困人口，取得了阶段性成果。主要做法是：

一、引导产业，网货规模持续壮大

以“药果菌畜”等特色产业为重点，多渠道宣传推介，逐步形成了电商扶贫网货拳头产品，带动了线上线下销量增长，引导了特色产业壮大。依托中药材、核桃、板栗、食用菌、茶叶等优势产业，共开发网货产品 158 个，其中优势网货 40 多种。通过年轻人网上销售，一批“藏在深闺无人识”的农村土特产品走向了全国各地。同时以电商销售大数据促进农业生产转型，通过预售、众筹、订制等方式增强农产品生产精确性，促进了产业的标准化、规模化发展。

二、扩大销售，力促农特产品上行

组织各电商企业与淘宝、京东、苏宁、邮乐网等各大电商平台深度合作，开设网店、特产馆，拓宽网络销售渠道。引进中国

网库、社员网等专业农业电商平台，对接国内一级批发市场，开展大宗农产品交易，减少了中间环节，促进了农户增收。抢抓苏陕协作机遇，在南京市六合区开办山阳特产展销店，销售产品40多种。积极开展消费扶贫，在电商公共服务中心和天竺山、法官、漫川古镇等景区建起了扶贫超市，整合我县优质农产品打造扶贫大礼包，与中国钢研集团、西北政法大学、西安莲湖区、浐灞生态区等20多家对口帮扶单位合作，销售山阳特产1500多万元。8月下旬，中国钢研集团电商扶贫央企特色馆在中国社会扶贫网上线，进一步拓展了山阳涉贫带贫产品县外帮扶渠道。2018年，全县电子商务交易额6.02亿元，其中网络销售额0.98亿元。今年1—6月，全县电子商务交易额3.8亿元，其中网络销售额0.6亿元。

三、完善网络，推进电商站点建设

对人口集中的基层便民超市等传统商业网点实施信息化改造，植入快递物流收寄、网上代购代销、话费电费充值、养老保险金代缴、助农取款、信息服务等新型服务功能，拓展经营服务内容，大力推进电商服务站点建设。全县累计建成电商服务站点123个，其中邮乐购网点80个、农村淘宝服务站43个。8月下旬，逐站点开展检查，梳理问题3类24个，制定了针对性整改措施，增强了站点运营服务能力。

四、强化培训，加大电商人才培养

以“每个贫困村至少有一名电商扶贫专业人才”为目标，组

织建档立卡贫困户中的返乡大学生、青年农民工、农村创业青年，分批开展电商知识培训，跟踪贫困人口电商就业创业进展和需
求，培养了一批懂信息技术、会电商经营、能带动脱贫的本土电
商扶贫队伍。2018年，开展培训3500人次，其中贫困人口1500
人次，培育电商企业28家，带动贫困户和脱贫群众依托电商创
业就业380余人。7月份以来，巡回9个重点镇培训540人次，
孵化网商150家。

五、健全业态，狠抓服务体系建设

县电商服务中心牵头，发挥电商协会、网货供应商联盟、中
国网库、社员网、好牛集团、赢正贸易等单位、企业的技术、渠
道资源优势，指导各类合作社、传统加工企业开展线上转型，建
立了电商扶贫服务体系。依托邮政完善的镇村网络优势，实施了
县、镇、村三级物流体系建设，建设县级物流中心1个、镇二级
物流分仓21个，全县快递物流直达120个村，服务辐射覆盖70%
以上的村。

六、示范带动，突显电商扶贫成效

完善电商扶贫网店与建档立卡贫困户利益联结机制，鼓励基
础好、潜力大、成长快的电商网店加快发展，以保护价优先收购、
销售贫困户农特产品，通过创建示范网店13个，形成了“一店
带多户”、“一店带一村”的网店带贫模式。2018年，电商产
业链带动贫困群众1200户4500人增收。今年1—6月，带动贫
困群众1030户3970人增收。贫困大学生管旭飞创办山里山城网

店，销售贫困户手工锅巴、芝麻糖、核桃等农产品，年销售额300多万元，解决了6个人的就业问题，带动30多户贫困户脱贫。城关街办下官坊村青年喻维佳返乡通过电商创业，销售核桃仁等农特产，带动10多个贫困群众就业。中村镇回龙寺村贫困户夏小刚开办网店创业，年销售野生葛条60多万元，带动周边6户贫困户增收。延坪镇西泉村返乡创业大学生彭鹏经营电商服务站，在淘宝、拼多多等电商平台开办网店，年销售中药材500多万元，带动130多户贫困群众增收。

搭建产销桥 扶贫放大招

宝鸡千誉电子商务有限公司

是谁以高于市场价百分之十的价格收购贫困户滞销南瓜3000多斤？是谁让贫困户种植的胡萝卜卖出了天价？是谁通过线上网店加线下实体店宣传推广销售千阳农特产品，销售额达到800多万元？

答案是陕西千誉电子商务有限公司。面对千阳县加快推进产业扶贫新局面和县委、县政府电商扶贫新要求，千誉公司把握机遇，与时俱进，通过产品市场布局、内部基础管理、线上线下一体经营模式，推进工作、改革、经营、服务四创新，公司得到跨越发展，开创了千阳电商扶贫新局面。

一、工作创新，探索产业搭载扶贫新途径

为了让地域特色农产品更好地走出去，千誉公司将目光对准当地的核桃、苹果、樱桃、玉米糝、透心红胡萝卜、甜瓜、红薯、土鸡蛋、布艺术品等农特产品。为此公司多次深入市场调研，聘请专业技术人员，结合扶贫政策，提出“保底收益+按股分红”的创新理念，让农户参与企业经营效益的分红。以高于市场价10%的标准上门收购农特产品，让贫困户在家门口实现增收。2018年10月18日，千誉公司总经理蒲莉一行六人来到千阳县柳家塬村二组贫困户杨崇志家中，以高

于市场价百分之十的价格收购南瓜 3290 斤。贫困户杨崇志接过蒲莉递过的钱，激动地说：“太感谢你们了，没想到能卖这么多钱！”面对老人大小不一、形态各样的南瓜，公司管理层带领员工走街串巷，四天时间就把南瓜销售一空。其实，帮助杨崇志老人销售南瓜只是公司扶贫路上的一个小小的缩影，像这样的事例还有很多很多。千誉公司与坡头村和辛家沟村 52 户贫困户签订帮扶协议，每年拿出商城销售额的千分之五作为该村的扶贫帮困基金，为贫困户发放产业帮扶资金共计 8.32 万元。2018 年公司收购贫困户青皮核桃 26 吨、湿核桃 8 吨，干核桃 40 吨、苹果 23 吨、甜瓜 2.9 吨、玉米 7.8 吨、透心红胡萝卜 4.8 吨、红薯 0.8 吨、土鸡蛋 11.2 万枚、布艺术品 1000 余件。“人无我有、人有我优、人优我特”是公司的经营之道，为了让收回的核桃利润最大化，公司将库房中卖相不好的小核桃加工制成酥脆可口的奶香椒盐核桃，经过改良后的小核桃身价从原来的每斤 8 元上涨为每斤 15 元。

从 2016 年至 2018 年为 156 户贫困户累计分红 24.96 万元，真正实现企业得实惠、农民得增收。

二、改革创新，开拓供销合作经济新局面

抢抓“互联网+”的历史机遇，千誉公司积极大胆创新，全力把本地农特产品推销出去。千誉微店、供销网上商城、千誉乡巴佬特产店相继开张，线上产品种类日益丰富。为加快发展农村电商，把实体店与电商有机结合，提高用户体验

度，又建立千誉商城线下实体店 1 个，村级服务站 10 个，安置下岗职工、大学生、返乡农民工 26 人，并为其缴纳社会养老保险和医疗保险，开创了农产品上行和工业品下乡融合发展两条腿行走的电商扶贫“千阳模式”。截至目前，已经开设京东商城千阳特产馆、淘宝企业店、千阳供销网上商城、千誉微店、千誉乡巴佬山货坊淘宝店、千誉乡巴佬山货坊拼多多店、供销 e 家省级平台和国家级平台线上 8 个店铺，实现传统营销模式向现代网络销售的全新转变。

三、经营创新，拓展品牌形象发展新空间

面对本地农特产品种类繁多、品质参差不齐的客观现状，公司提出“买宝鸡、卖全国”的经营战略，挖掘本地资源优势，拓展品牌形象，增加经营收入，陕西千誉电子商务公司年销售收入从最初的不到 60 万元提高到现在的 875 万元。

一是做靓特色产品。千誉公司与飞天乳业、宝鸡天力德食品有限公司、金达莱刺绣、有机王蔬菜、鸿福果业、吉丰果业等专业社合作，将飞天羊奶粉、布艺术品、无公害樱桃、野菜等产品推向全国各地。近年来，通过“千誉”、“千曦”、“千昕果”等自有商标，统一包装销售千阳玉米糝、胡萝卜、苹果、甜瓜、红薯、菊花茶、苦荞挂面、饅饅、手工挂面、核桃、蜂蜜等农产品，销售额达到 800 多万元。

二是助力消费扶贫。消费扶贫是社会力量参与支持脱贫攻坚的重要方式。千誉公司直接与村组干部联系，以千川的透

心红萝卜、冉家沟的甜瓜、高崖村的玉米糝为主，积极推进消费扶贫，帮助贫困户增加收入。去年千川透心红萝卜滞销，增产不增收，公司主动与村组联系，通过公司公众号、各平台的网店进行宣传销售，帮助农户销售胡萝卜 4.8 吨，今年 3 月份由于季节原因，农户胡萝卜销售已空，为给下半年打基础，公司没有将该产品下架，而是提高售价，5 斤 99.99 元仍有人下单。千阳县召开社会扶贫暨消费扶贫对接推进会，陕西千誉电子商务有限公司应邀参加。在这次对接会上公司认购贫困户农产品 30 万元，用线上线下平台优势，加大农产品的宣传推广力度，在推销贫困户农产品时，留够企业成本，其余利润让利给贫困户。

三是创新宣传模式。一是通过微信宣传：申请“千誉电子商务有限公司”公众号，每天推出一种千阳特产，同时发布千阳历史典故、旅游文化、工作动态及生活小常识等文章；二是在大型电商平台站内宣传：争取机会参加京东平台、淘宝店铺的活动，自创店铺优惠券和签到送礼活动，制作 APP 手机端店铺首页，丰富产品信息，每天在朋友圈发布产品广告；三是积极通过线下推广：千誉公司组织员工利用班后休息时间，分别在文化广场、商业街道举行每周不少于 3 次的宣传活动，现场讲解千誉公众号的使用办法，介绍千阳特产，发放宣传彩页，使公司品牌和产品深入人心。为提高千阳农特产品的知名度、美誉度，公司多次参加展会，把千阳的农特

产品推向深圳、义乌等全国各地。收效最好的是策划的“关注千誉公众号·县长送您精品礼”活动，该活动当天收到订单 3600 单，帮助贫困农户销售玉米 70 吨，在公司带动下建成玉米糝加工生产线 2 条，取得了较好的社会效应和经济效益。

四、服务创新，建立城乡互动协作新模式

为发挥电子商务引领服务“三农”作用，推动农民创业就业、开拓农村消费市场，公司在抓好经营的同时，注重村级服务站的建设，目前全县 10 个村级服务站均已挂牌营业，公司免费为返乡创业农民工、大学毕业生、农村扶贫对象、特色种养殖大户、农民合作社负责人等群体开展电商培训。不断激发广大群众对电子商务的极大兴趣和农村创业的积极性，引领鼓励他们在家门口创业，让他们成为农村致富带头人。城乡联动、协作发展的模式有效推进了农产品上行和工业品下乡，带动农民创业就业、扩大农村消费、推动电商精准扶贫。

自媒体抖开电商扶贫新路子

安康市岚皋县镇级服务站负责人 杨守意

民主镇距岚皋县城 44 公里，是该县西部的文化交流和物资集散中心。民主镇有个返乡创业青年杨守意，人如其名，他为人诚实守信、真心实意。杨守意既是民主镇电商服务站负责人、岚皋县如意网络科技有限公司的负责人，也是拥有 300 余万粉丝的网络达人、岚皋农产品的代言人。盛名之下，他更以一种谦逊的态度赢得了他人的尊敬，大家私下都叫他杨老师。

2017 年，互联网的春风吹向了岚皋，电子商务为岚皋的发展点亮了一盏灯，照亮了一条新路。高速与高铁短期内还未投入使用，但互联网的高速公路捷足先登，连接到了岚皋的各乡镇。在全县全面推进国家电子商务进农村综合示范县建设的大背景下，在县委县政府的大力支持下，杨守意看到了电商的希望，他以助农扶贫为目的，以宣传当地土特产、打造精品店铺为宗旨，以抖音为主的自媒体平台为突破口，以淘宝网店为载体，积极引导农户靠销售农产品增加收入，着力解决农户产品质优难销的问题。

一、直播热卖农特产品

通过前期大量调研并结合岚皋富硒特色农副产品特点，杨守意打破了传统县域电商的营销模式，走出了一条符

合岚皋县情实际的“抖音+电商”之路。2018年，32岁的杨守意凭借自己生活环境的独特性，以及自己的表演才能，借助网络直播与小视频拍摄制作，向大家展示岚皋山水的质朴秀美、农作物的播种收获、家乡菜的原始做法，通过抖音引流变现的模式，销售岚皋产品。截至目前，他的“巴山美食”抖音号平台粉丝已达到251万，加上快手、微博、今日头条等自媒体平台上的粉丝，总量超过300万。通过粉丝经济变现，杨如意的网店月销量达10余万元。

二、带动乡亲增收

作为民主镇电商服务站负责人，他与20户建档立卡贫困户、5个村级电商服务点建立了帮扶带贫关系，与贫困户及站点达成长期供货协议，主要帮助他们销售土豆、板栗、腊肉、野生猕猴桃等土特产品。在收购农产品时，他以高于市场5毛左右的价格对农产品进行收购，将农产品从农户直接到消费者手中所节省出的中间环节利益让给农户，直接增加农户收入。与此同时，他也为贫困户提供了包装分拣等工作的就业岗位。截至目前，该服务站帮助农户销售农特产品达到500余万元，帮助16人就业务工，直接帮助农户月均增收820元以上。“以前都是我们上门去收，现在我把需要什么贴在门上，发布在网上，他们就主动把货背下来了，省了不少事情”杨守意说。这话听起来简单直白，但却是村民从被动变主动的关键一步。正是电商，吹开了他们的心扉，获得了他们的信赖，让他们从中受益匪浅。

三、致力公益事业

自 2012 年起，杨守意带头创立星火联盟公益组织，自发资助民主镇境内孤寡老人，为他们送去粮食物资；带领组织内成员，自发到中小学看望留守儿童，为他们送去学习用品，生活物资，带给他们求学的希望。2015 年，星火联盟组织更名为民主微生活，该组织曾为白血病女孩筹措救助资金，为烧伤孤女筹资寻医，为父母双亡的儿童带去家庭的温暖，在过去的三年时间里，为社会待救助群体共筹款捐物近 16 万元。从 2016 年 12 月至今，民主微生活旗下成立富硒明珠陕南土特产店。杨守意以帮扶贫困、弱小为初衷，立志富而思源、回报社会，将曾经众筹救人的模式转变为自立救人。此外，民主微生活成立以来，已为当地群众免费服务 3 年多时间，得到当地群众的一致好评。

作为岚皋县首批电商培训优秀学员代表，他主动参与到电商高级培训课程中，为学弟学妹们授课，教授新媒体运营知识与拍摄剪辑等基本技能，希望通过他的努力，大家都能通过抖音找到自己的定位，无论是宣传农产品还是民风民俗、特色美食，只要能展示家乡，他都倍感欣慰。他更希望他们能够在自己擅长的自媒体上独树一帜，将岚皋宽泛广阔的展示出来，形成每位学员都是岚皋的形象大使，每位学员都能为岚皋的建设贡献力量的美好局面。大家也都亲切称他一声杨老师。在岚皋，以杨守意为代表的利用自媒体做电商的电商从业者越来越多，他们在岚皋脱贫攻坚的路上积极担当作为，成为一道靓丽的风景线。

回忆过往，杨守意感慨万千：“人的一生有很多种选择，但是取决于你如何面对，我没上过几年学，如果不是参加了政府组织的电商培训，可能一辈子都指望打工了。还好有电商，有党和政府的支持与鼓励，有乡里乡亲的共同参与，也有无数粉丝的关照与厚爱，让我看到了光明与希望。我经常做总结、反思，觉得自己仍然做的不够。我的目标是要带领大家延伸产业链条，培育拳头产品，让他们都能过上好日子！”

为黄陵特产插上网络飞翼

延安市黄陵县村级服务站负责人 王博

王博，1991年出生于黄陵县田庄镇王圪崂村的一个贫困家庭，爷爷奶奶已经80高龄，父母靠着种苹果供王博和两个妹妹上学，艰难维持这个家庭。2008年初中毕业，为了减轻父母负担他放弃继续上学，帮助父母经营果园，农闲时出外打零工。

移动互联网给他插上翅膀。移动互联网和智能手机的普及，让人们的生活更加便捷和丰富多彩，其中微信深受年轻人的喜爱，晒朋友圈成了每天的必修课。2016年的秋天，王博在自己果园劳动时随手拍了几张苹果照片，晒了出去。鲜艳诱人的照片很快引来了一片好评和咨询，一位在外地的黄陵朋友希望王博能帮他快递两箱家乡的苹果。为了满足一个在外漂泊的游子对家乡味道的思念，王博买了包装，精选了家里最好的苹果，乘车到县城邮政局快递了出去。当时，在邮局他看到许多人在给外地快递苹果，还有墙上许多发展电商的宣传标语，让他眼前一亮，是啊！微信朋友圈微商很多，为什么不可以通过手机把家乡的苹果卖出去？

之后的一段时间，王博有意在朋友圈晒在果园劳作的景象和精美的苹果图片，朋友和微信好友纷纷通过微信找王博订购，他成为了当时黄陵为数不多的农特产品微商之一，开启了他的农特

产电商之路。如果说移动互联网给了王博一双翅膀，那王博的朋友就是那个不经意间给他插上翅膀的人！

诚信让他的天空更加广阔。那个丰收的秋季，王博每天清晨去果园摘苹果，当天下午通过邮政镇级代理点将前一天的订单发出，争取让每个客户尽快品尝到最新鲜的黄陵苹果。卖出了家里的苹果，增加了家里的收入，还收获了很多的朋友对黄陵苹果的赞扬。这些朋友大多成了王博的长期客户，也结交成为王博的朋友！在后来的电商经历中，王博一直像最初给朋友快递的苹果一样选择最好的，精挑细选，实事求是，一分价钱一分货，从不以次充好。

曾经湖北有个做连锁超市的客户找王博洽谈苹果合作事宜，初步达成后，首批下单 20 件苹果，到货后客户非常满意，但是第三批货后，客户告诉王博不合作了。王博问客户为什么，客户给王博的答案是价格过高，有人报价比较低。一段时间，王博一直在想别人的苹果价格为什么那么低？大概半个月后，客户又找到王博想继续合作，客户告诉王博别家的苹果不好吃，大小参差不齐，顾客反映太差，没王博的苹果好。从那之后他们一直是朋友，是合作伙伴。从那天起一个新的名词在王博的脑海里出现了一“品控”。

王博要把家乡的苹果卖出去，他要努力让自己富起来，让更多的人知道什么是真正的黄陵苹果！同时，不能丢了自己的诚信，不能倒了黄陵苹果的品牌子，因为黄陵有太多的果农象王博一样在

努力的耕耘，让自己富起来，苹果是他们的希望！

电子商务让王博飞得更高更远。黄陵创建电子商务进农村综合示范县以来，政府不断加大电商扶贫宣传引导、政策解读和培训教育力度。王博参加了黄陵县商务局组织的首次电子商务培训班，通过学习他对电子商务有了更加清晰、全面、深入的了解，接触到了更多的电商平台，如淘宝、微店、京东等，也学到了更多的网络运营技能，他的农产品网销方式也不再仅仅局限在微商这个单一的渠道里。

如果说 2017 年是王博学习成长的一年，2018 年就是王博真正走上电商之路的一年。2018 年，村里来了驻村扶贫工作队，给家里分配了帮扶领导。帮扶领导县政协秘书长贺小斌和县中医院工会主席李健斌入户走访了解到王博正在从事电商销售，积极协调县商务局、扶贫局，根据黄陵扶贫优惠政策和电商扶贫政策，为王博积极争取电商快递补贴、扶贫免息贷款、建立乡村邮政快递服务点等一系列的政策支持，贷款 3 万元，免费入驻了黄陵县电子商务孵化基地，免费享受政府提供的宽带网络和办公场地等硬件设施以及摄影、美工、运营、策划、推广等服务。2018 年 7 月份在驻村工作队和帮扶领导，以及县商务局、扶贫局和黄陵县邮政局的帮助下，成立了电商村级服务站，王博成为站长，不仅解决了自己电商物流的难题，也为更多的乡亲们通过电商致富打开了大门，让王博可以在电商的广阔空间里飞得更高更远。

2018 年初，县扶贫局和县商务局指导王博开展多种经营，

开始销售除了苹果外的第一个产品—陕北农家小米。并不断丰富核桃、苹果脆片等品种。同时，也建立了自己的销售团队，发展代理约 150 人，平均日出单量达 80 单左右。有了稳定的销售团队和销量，王博的胆子大了起来。2018 年秋季，他们收购了 5 户村民大约 3.2 万公斤苹果，进行储藏销售。截至目前，共销售苹果 13.5 万公斤，小米 5000 公斤左右，苹果脆片 1 万袋，直接帮助多户贫困户增加收入 5 万元。

一心一意谋发展，致富不忘乡梓情。2018 年春节后，为了更好发展和服务好更多需要帮助的乡亲们，在县扶贫局和县商务局大支持下，王博注册成立了黄陵县王二小电子商务有限公司。同时，不断通过网络引进外地品质优良的农副特产（水蜜桃、冬枣、核桃、猕猴桃等），并分期付款买了一辆小型货车，开始发展黄陵县境内水果生鲜同城配送服务。

在业务发展上，王博在今年 4 月份以公司为股东成立了黄陵县友邻果树种植农民专业合作社。合作社农民成员 19 户，企业成员 1 户。其中建档立卡贫困户成员 9 户，占比 47.3%。合作社的苹果种植面积 100 亩，黄陵翡翠梨种植面积 30 亩，其他杂粮（黄小米、黑小米、各类豆子等）种植面积约 15 亩。合作社采用统一管理、统一销售的管理方式，鼓励社员多元化种植、科学化管理。在公司销售方面，他线上线下同步发展，线上运用自媒体平台、社交平台，与更多大型电商平台合作，积极跑销售、跑资金，不断拓宽线上销售渠道，线下通过赴发达地区与当地企业

商议，签订供货协议，进一步了增加销售量。同时，通过临时雇用周边贫困人员、农村妇女，进行网销苹果包装，有效解决了当地剩余劳动力，进一步增加了乡亲们的收入。今年6月份，王博被延安市商务局评为了全市“电商脱贫明星”，被田庄镇评为了镇级“脱贫之星”。

王博说：“致富之路任重而道远，必须继续砥砺前行。在现有激烈的市场竞争下，我会继续努力为黄陵农特产做代言，让黄陵农特产脱颖而出，占领一定的市场。同时，很感谢各部门、各级领导及社会各界朋友的支持、关怀，我会一直努力，争做黄陵电商排头兵”。

目标咬定不彷徨 电商助农见真章

商洛市丹凤县 王宇

“多亏了王宇他们帮我卖了 600 斤土豆，换了些钱，不然除了自己吃，就只能喂猪了！”一提起电商卖土豆的事情，家住丹凤县蔡川村的 68 岁老人何衍林激动不已。老人说的王宇，就是该县电商产业孵化园的创始人——王宇。

梦缘青春少年时

王宇，一个心中有梦的青年创业者。

今年 30 出头的王宇，出生在昔日“四皓”隐居的商山脚下，丹江河畔的一个小山村，父母都是老实本分的农民。因为家庭经济条件差，他从小就一直帮父母下地干农活，周末上山挖药材赚点学杂费。艰苦的日子赋予了他“不到长城非好汉”的倔强性格，同时也铸造了他挫折面前不气馁、不屈服的个性。

王宇上初中时曾获得“全国青少年科技发明大赛”奖项，自高中接触互联网后便一发不可收拾。2007 年他考上西安石油大学计算机专业后，利用暑假两个月自学 ASP 网络开发工具，聪慧好学的他很快就能独立完成动态网站开发，随后通过在校外给企业开发网站赚到了学费和生活费，从此拉开了他人生的创业序幕。

兴趣就是动力，热爱是无声的誓言。2008 年下半年，他创建了西安石油大学论坛，通过一年时间的运营，取得了全西安百

所高校论坛综合排名第六的好成绩，此后又创办并运营了歪歪小说站、看看电影网等多个网站。2009年随着CN域名风波，他的小说站和电影网先后被关闭。创业道路上他首次遭遇打击。同年七月他又与两名同学创办了西安尚简广告传播有限公司，由于对广告行业的不熟悉和创业经验不足，不到一年时间他便又“走麦城”了。时隔不久，王宇又开始了新的创业，但理想丰满，现实骨感，他又再次败北。虽然屡战屡败，但不服输的王宇愈挫愈勇，不断从失败中总结经验，创业的步伐从未停息。

造福桑梓富乡亲

“10年的异地漂泊，让我更想念自己的家乡。这次回家乡创业也是想为家乡做一点事情。”王宇这样说。

2012年7月，王宇创建“在商洛网”，采取全面商业化运营模式，短短5个月内公众号粉丝达到11万，同期孵化“商洛通”公众号，粉丝达到8万。2015年下半年，他投资10余万开发“在商洛”APP，投资5万余元建成“吃啦么”外卖系统，开始构建商洛市首家自主外卖体系，实现年流水110余万元。

2018年2月，王宇决定注册成立陕西智讯云计算科技有限公司，同时，一个为当地电商微商大发展提供前台和后勤服务的想法在他脑子里构想。怎么能让电商创业者少走弯路呢？

王宇说，虽然政府为电商创业营造了良好的环境，但缺乏一个有组织有计划的发展规划，大家都在单打独斗，缺少专业的店

铺诊断、合理的运营策划、具体的行业分析，只有解决掉这些痛点，才会给丹凤电商创业者带来真正的福音，才会给丹凤电商带来长足发展和整体实力的有效提升。2018年7月，丹凤县电商产业孵化园挂牌成立。孵化园受到县委政府领导的高度重视和大力支持。园区入驻企业达到27家，孵化园还拥有了农特产品线下展馆，参展产品多达70余种。形成了电商公共服务区、线下O2O体验区、电商大数据中心、电商学院及智慧仓储物流中心等11大板块。同时也为60余名有梦青年搭建了创业平台，带动了150余名有志青年实现了创业就业的夙愿。

今年8月，王宇依托他的电商平台，“将电商和土豆组合起来，起源于一次偶然机会。”王宇说，去年他和同事去庾岭镇拍摄秦岭土蜂蜜的视频和图片，发现村民用土豆喂猪，这让他们很是惊讶，询问之下，才知道当地群众都有种植土豆的习惯，但由于山大沟深、交通不便，再加上青壮年大多外出打工，家里只剩下了老人和小孩，种植的土豆除了极少一部分被人低价收走，绝大部分都自己吃或喂猪，甚至腐烂扔掉。

随后，王宇通过丹凤县委宣传部，联系到蟒岭丛中的庾岭镇、蔡川镇的党委书记，得知当地群众历来有种植土豆的传统，土豆种植面积几乎占耕地面积的一半，的确存在销售难的问题。当时他心里就产生了通过电商帮助村民卖土豆的想法。

为了更深入地了解当地土豆品质，王宇以丹凤县电商产业孵化园的名义先后组织商洛市一手淘电子商务有限公司、核桃街、京

东西安馆、秦岭山珍园、西北电商联盟、妈妈咪呀分享电商联盟等多家电商企业及平台多次赴当地实地走访贫困户家庭、采集土豆资料，制作电商宣传物料，并由驻村第一书记为土豆代言，联合商洛市 15 家媒体平台及自媒体平台联动宣传，达到了良好的宣传品牌效应，“丹凤北山土豆”被大批网民知晓。

自 7 月 16 日“丹凤电商扶贫土豆专销活动”正式开始以来，陆续实现线上线下两开花，到 7 月 31 日更是到达销售高潮，丹凤县电商产业孵化园入驻企业一商洛市一手淘电子商务有限公司 3 小时内单个店铺成交 4300 多单，首次打破单店 3 小时最高爆单量，光这一家公司就帮群众销售土豆 13 吨。

“每次去收土豆的时候，看到当地群众的售卖热情，我们总想再多拉一车，有一次到凌晨 1 点多，我们还冒着雨从蔡川拉了一车新挖的土豆。”王宇说，电商让原本“土头土脑”的土豆变成了农户增收的“真金白银”，也让自己收获了快乐。截至 8 月 8 日，“丹凤电商扶贫土豆专销”活动正式结束，丹凤县庾岭镇、蔡川镇 11 个村约 1100 多户群众的 110 吨土豆销售一空，最远卖到了海南省。此次活动把当地土豆从原来的销售难变成如今的“香饽饽”，成功探索出了一条“电商+扶贫”之路，为电商助推农业产业发展开创了新模式。

感恩电商 奋力前行

宝鸡市扶风县 王龙刚

2016年，当得知农村淘宝在家乡扶风落户的消息后，王龙刚毅然辞去了稳定的工作，回到家乡，开始了电商创业。从电商销售起步开始创业，2017年成立了陕西绿杭农业科技有限公司，2018年绿杭农业苹果单项销售531万元，其中电商销售111万元，直接和间接带动100余贫困户就业。

一、扶贫先扶志，实施电商培训

要带动群众致富，重要的是提升他们自己的内在动力，电商扶贫，培训先行。王龙刚结合家乡实际、总结销售经验，撰写了接地气的培训材料，通过电商培训带动周围年轻人自主创业，并在培训学员中涌现出数十个“草根网红”，在全县青年中掀起了电商创业的热潮。2017年，借扶风创建电子商务进农村综合示范县的东风，王龙刚协同电商协会聘请技术专家对全县71个贫困村3400多名村民、1000多户贫困户进行了公益性电子商务培训及技术指导，带动贫困户开设网店、实现电商创业就业。

二、依托电商活动，助力农产品销售

为进一步提升扶风产品的知名度和美誉度、拓宽产品销售渠道、提升农民增收能力，王龙刚策划了扶风县首届樱桃采摘节，以樱桃为媒、以节会友、电商助力，通过体验采摘、品尝樱桃和

享受田园春光、网红直播、抖音大赛、作家采风、自媒体大V报道、抽奖互动等活动吸引了众多游客。活动期间，网络达人张唐琳通过现场直播，吸引众多粉丝围观，仅半小时就销售樱桃57件。樱桃采摘节期间网上发件2000余件，全县共发货3500余件，达到以节扬名、以节交友、以节厚文，以节促发展的效果。活动两天来，前往杨家沟采摘人数达1000余人次，采摘销售樱桃1万余斤，带动客商销售1.2万余斤，为种植户增加收入20余万元。

三、创新帮扶模式，强化扶贫效果

农村的潜在爆点产品不少，但缺乏向商品转化的途径。为拓宽群众致富道路、打通农产品向商品转化的瓶颈，他会同扶风县电子商务发展服务中心及电子商务协会通过实地调研，探索出了“电商+认养”模式、开通线上线下认养渠道，为贫困户销售土鸡1000只，户均增收3000多元。

此外，王龙刚以陕西绿杭农业为平台，采用“公司+基地+技术下乡+家庭农场+专业合作社+电商”相结合的产业化扶贫模式，与多家家庭农场、农业合作社签订了合作协议，发挥绿杭农业在苗木基地、产品加工包装、物流快递等方面的优势，积极吸纳吸纳唐科社、齐红娟、王高尚、刘社平、杨晓燕等30户贫困户入社，帮助销售苹果15万斤，带贫增收效果明显。杏林镇良峪村建档立卡贫困户刘宏斌将土地流转挂在绿杭农业科技有限公司，公司为他提供白皮松、五角枫、国槐等树种的种植指

导服务并负责通过电商渠道销售，亩产值达到 4000-5000 元。如今，绿杭系列优质、绿色、纯天然的农副产品已在全国各大电商平台上线，为当地村民架起了致富的金桥。

四、点对点帮扶，让贫困户搭上电商顺风车

要让贫困户顺利搭上电商顺风车，需打造各户的特色产品，找准适用于农民认知、匹配经营能力的发展模式。为增强扶风臊子面的市场竞争力和影响力，让更多的农民和贫困户从臊子面中捞出金面条，王龙刚及其团队积极调研，以微信朋友圈、微店、淘宝店为主，策划并实施了扶风县臊子面行业的线上交易平台，为农村群众和贫困户开展了电子商务培训，提高他们对电子商务的认知和应用能力，通过努力，共带动线上新开网店 30 余家，微商 100 余人。全国脱贫攻坚奖奋进奖的获得者王喜玲不仅自己带头致富，还采取“电商+合作社”发展模式帮助贫困户脱贫致富。在实际考察她的产业发展后，王龙刚及其团队结合扶风县域情况为王喜玲制定了建设农业产业扶贫产业园计划，并计划通过自媒体抖音火山小视频的网红、开设淘宝店等加大网络宣传力度，帮助她通过种植、观光、产销为一体的经营模式做大做强。

五、倡优蓄力，力行尽责

企业发展既要蓄力，也要倡政府之所倡，更要找准方位，盼群众之所盼，力行尽责，积极践行社会责任。2017 年，受全国苹果价格持续低迷的影响，扶风苹果一度滞销。县电商办及时开展“义卖滞销苹果月”活动，王龙刚和绿杭农业积极响应，从义

卖身边果农的苹果开始，公司与 1200 多户果农建立了合作关系，其中贫困户占到 3 成，以平均高出市场价 3 毛钱的价格收购代销贫困户苹果 4000 多吨，繁忙季节经常性雇佣 90 多名、高峰期每天雇佣 200 多名贫困户务工，有些工人每月拿到 3000 多元工资。通过线上线下多种渠道，不到 3 个月就把全县所有滞销苹果全部卖完，最大化挽回了果农和果商的损失。

作为电商企业经营者，王龙刚坦言自己的成绩与群众的期盼、自己的理想还有很大的差距，但王龙刚坚信，只要有梦想，就会有奋斗，只有奋斗才会有幸福，要永远在电商扶贫的路上做力所能及的事情。

传承民间布艺 带动乡亲致富

咸阳市长武县 郭倩

郭倩，女，1982年出生于甘肃省灵台县独店镇吊街村，是蜜中生、蜜中长的一代。她的外祖母是两个时代的边缘人，也是“女红”布艺文化的传承人。幼年的郭倩受外祖母的影响，耳濡目染，这种文化的种子就播入她的心田，随着她的成长生根、发芽。1998年郭倩初中毕业，报考了甘肃平凉师范学校艺术专业。学校的学习，使她懂得了我国民间工艺很讲“情”，把实用性、装饰性同人们追求生活美满的理想、愿望结合在一起，同时在实用性的前提下力求形式美又寓意吉祥。例如，枕头用的绣花样，同是一种方形图案，老年人用的大多采用福、禄、寿的题材，意思是祝愿老年人健康长寿；小孩子用“五毒”图案、老虎图案，意思是辟邪镇恶，祝福小孩子像老虎一样勇敢健壮；年轻人新婚燕尔，则一般是选择鲤鱼闹莲（象征爱情的和谐）、莲（连）生贵子、鸳鸯戏水一类图案，以祝福新婚夫妇家庭美满、多子多福。

2003年，她从甘肃嫁到了陕西，做了长武县枣园镇田惠村的媳妇。听起来，出了省，跨了县，却是相邻的两个村庄，是陕陇地域的结合部，也是文化的结合部。婚后的郭倩，又开始了“女红”。她从绣花做起，继而挑花，再到贴花，熟练的运用铺针、平针、缠针、散针、打子、套扣、盘金、辫子绣、锁绣等方法，

把真实的感情注入到一针一线之中。

村里的年轻人都出外打工挣钱去了，而她却坐在家做针线活。时代前进了，千层底的布鞋被各式各样的皮鞋、胶底鞋所代替，其他的布艺品也值不了几个钱。“女红”手艺的高低，再也不是衡量能妇巧媳的标准。这是传统文化与现代文明的碰撞，也是郭倩在十字路口的抉择。她也羡慕别人在城市打工的生活。年末，当一个一个着装新潮，打扮漂亮的打工者，满载收获、风光归来时，她也曾动过心。但外祖母早年植入她心灵的种子再次萌发了，一种很难舍弃的爱刺疼了她的心，她在丈夫的支持下，毅然选择了坚守。

她从小孩子的用品入手，做一些虎头鞋、虎头枕、虎头页子、“五毒”（蜈蚣、蛇、蝎子、青蛙、壁虎）裹肚等。她的手工作品很受欢迎，她也因自己的劳动得到人们的认可而倍感欣慰，这成了她前进的动力。她开始将手工布艺当做营生来做，也从文化的角度考虑她的作品。为了使她的作品进一步精细，且更具文化的内涵，她到陕西的宝鸡、千阳、扶风，还有甘肃的西峰等地，走访民间艺人，观赏作品、取长补短，不断提高自己的技艺水平。

与此同时，她还利用互联网，开始了网上销售。网上销路刚一打开，她的作品规模数量太小，根本满足不了客户的需求，她又有了一个想法：必须将大家组织起来。万事开头难，起初只有7人报名参加，多亏有镇村各级组织的支持，才使她充满信心，努力开展工作。

在长武县商务办、枣园镇党委镇政府和田惠村党支部村委会的支持下，郭倩和老公创办的长武县倩倩工艺品专业合作社和七彩枣园种植专业合作社，于2016年5月在枣园镇田惠村挂牌成立。为了进一步巩固扶贫成效，持续增加贫困户产业收入，增强贫困户妇女的致富信心，镇村携手于2017年11月在初期180平方米建筑面积的基础上，再建了42平方米的培训基地和65平方米的产品展销室。2016年进入中国移动“寻秦集”平台，在此平台签单10000多件，代贫困户销售手工艺品和农副产品60万多元。培训领导技能1000多人次，带动38户贫困户在网上开店并正常营业，使贫困户网上销售自产农作物8万余元，总计为贫困户增加经济收入40.2456万元。2017年至2018年8月，在中国银行“公益中国”电商平台签单6000多件，总营业额148万元，提供就业岗位37个，其中贫困户19个，支付劳动报酬14.8万元。

郭倩说，成立合作社的目的不是为了当企业家，而是为了传承祖先的文化遗产，增加大家的收入，加快贫困户的脱贫步伐。她这样说了，也就这样做了。村里的青年人都外出了，留下来的妇女是她的上一代。文化水平的代沟、思想境界的代沟、审美观念的代沟，使她们很难达到行动和目标的统一。市场不相信眼泪，如果你的产品不符合市场的需要，不符合客户的要求，那只能是废品一堆。面对审美标准不一，粗细标准不一，作工技巧不一的问题，她决定全员培训，统一标准，提高质量，赢得市场。这一

招，果然有效，产品质量显著提高，也再没有客户退货。随着大家技艺水平的提高，参与社员的不断增加，产品数量的增加，出现了供大于求的矛盾。同时，由于国家将众多的民间工艺品列入国家非物质文化遗产保护名录，民间工艺品的热销，从事该项目的地区和人员也多了起来。

为了避免市场混乱，长武倩倩民间工艺专业合作社必须有自己产品的注册商标。她双管齐下，在利用电商平台销售产品的同时，又注册了“多彩惠家”和“兴农惠家”的品牌商标。有了自己的商标，有了可以依赖的销售平台，合作社在镇村的领导下，开始了增员，社员由当初的7户增加到37户，其中贫困户19户。为了带动更多的人脱贫致富，郭倩还帮助社外的30多户，借助合作社销售他们的产品。她在做好上述工作的同时，将合作社的产品范围扩大为：布艺老虎、肚兜、虎头帽、虎头鞋、剪纸、布鞋、鞋垫、刺绣、绣花手工艺品；同时，还添置电动平缝机31台、绣花机1台，开始生产机制品。同时，还代销当地农户种植的杂粮（黑豆、黄豆、花豆、玉米珍、小米、麦仁、玉米面、高粱面、面粉等）水果（苹果，梨、桃、枣、杏）和干果（杏干、核桃）干菜（花椒、黄花菜、香菇、木耳）蜂蜜等农特产品。

郭倩这一路走来，负出了艰辛，流过泪，也淌过汗，她得到了属于她的荣誉和鲜花。2017年秋天，她代表长武县参加了“丝路行·咸阳走进内蒙古呼和浩特”主题展会。2018年，她被评为长武十大杰出青年和巾帼创业青年明星。长武县倩倩工艺品专

业合作社被咸阳市商务局评为 2017 年度全市商务工作先进企业，被枣园镇评为枣园镇 2017 年度优秀扶贫合作社。2018 年，田惠村被咸阳市商务局评选为电子商务示范村并挂牌。

为进一步拓宽农产品销售渠道，助力贫困地区休闲农业和乡村旅游发展，郭倩她们积极营造良好的旅游扶贫氛围，持续增强贫困户信心，同时进一步提升贫困户农产品的公众品牌和美誉度，为贫困地区未来跨越式发展提供新的利润增长点。结合当地的文化生活，今年 3 月开始，通过中国移动的扶贫计划，郭倩又做起了扶贫旅游项目，开展了“农耕研学训练营”活动和节假日“两日游”活动，通过让城里人来到村里参与民间工艺品制作、下地干农活（挖土豆，摘黄花，晒黄花，种蔬菜，捡麦穗，摘花椒等）等方式体验农家生活，住在乡间体验当地的休闲活动（篝火晚会，广场舞，夜晚烧烤等）、喂养小动物（兔子、鸡、鸭，狗、猪、羊、毛驴等）、了解当地的农耕文化。通过相互交流，也让农村小孩子有机会学讲普通话、养成卫生习惯、发现阅读乐趣、开阔了视野。带动全村 20 户贫困户可提供游客食宿，12 家农户可提供采摘原地（苹果，桃子，梨，甜瓜，蔬菜等），食宿按照人数付费给贫困户，采摘按照市场价付费给农户，增加了乡亲们的收入。截至目前，已经组织训练营 5 次，游客给村民捐赠儿童玩具 1000 多件、书籍 1200 多本，学习用品 500 多件，衣物 600 多件，促成了多个一对一帮扶对子。这是郭倩和她的合作社通过电子商务发展的新路子，希望通过多种方式让合作社的产品

有更多的出路，让更多的人了解当地的文化，带动更多的贫困群众增收致富。

小柿饼带动大产业

渭南市富平县 党晨飞

党晨飞，男，汉族，1986年5月出生，现任中国作物学会特用作物产业专业委员会理事、第五届渭南市人大代表、渭南市电子商务协会副会长、富平县电子商务协会会长、富平县御品人间柿子种植专业合作社理事长、陕西富平御品人间农业开发有限公司总经理、富平县柿饼哥电子商务有限公司执行董事、富平县青年志愿者协会副会长。

2005年，党晨飞外出到福建打工，先后从事过保安、促销员、区域经理等工作，期间经历了许多波折，但开拓了眼界，结交了许多良师益友。2008年，他初次接触网购，便萌生出了在网上卖富平柿饼的想法。为了提高自己在电子商务方面的技能，他一边工作、一边学习、一边实践，党晨飞的网店销售业绩从无到有、从有到大，一路飙升。如今，“柿饼哥”党晨飞的声誉在富平乃至陕西电商行业已经家喻户晓。他创办的陕西富平御品人间农业开发有限公司已成为富平县电子商务行业的一面旗帜，短短几年时间，在党晨飞的带动下，党家沟村柿饼产量从最早户产几百斤增加到五千余斤，农民年均增收两万多元。截至2018年底，全村加工总量达700吨以上，创造农村剩余劳动力价值近500万元。

2014年12月，陕西富平御品人间农业开发有限公司被富平

县农业局评为“农产品产销模式创新示范单位”，2015年4月被富平县商务局评为“农村电子商务创业示范企业”，2015年8月被陕西省商务厅评为“陕西省电子商务示范企业”。他本人也于2016年荣获富平县劳动模范称号，并成功当选为富平县电子商务协会首届会长。他返乡创业的事迹于2015年5月25日被中省市县等各级电视台及全国40多家媒体相继报道，2016年被央视十二套大型社区公益节目《社区英雄》专题报道，2018年被央视二套财经频道《生财有道》节目报道。

在取得了一定成绩后，党晨飞主动联系有关部门，对无业待岗人员进行免费专业培训，截至目前，已组织电商培训30余期，累计培训人数及影响达上万人。2015年12月初，针对富平苹果滞销开展了“电商助农 爱心苹果”义卖活动，短短半个月时间，帮助农民销售苹果8万余斤。先后组织助农销售活动十余次，分别解决富平当地苹果、核桃等农产品滞销问题。2014年以来，共收购贫困户柿饼30万斤左右，平均每斤11.5元，共计345万元。贫困户参与园区、农场及柿饼加工厂用工352人，每人每天平均95元，年均用工156天，每人每年收入14820元。将无法参加劳动、缺少劳动力的贫困户土地按每亩800元流转为企业，总面积846亩，年付流转费67.68万元。公司拥有的80亩果园基地，采取合作社加农户的方式，与农户签订收购协议，带动1500户农民增收。吸纳有能力的贫困户入园承包土地，前期不收取任何费用，通过技术帮扶、物资资助等形式，帮贫困户入园创收后，

按照标准，收取费用，帮助贫困户产业致富。对没有生产能力的贫困户，与扶贫办协作，每户贷款 5 万元，由企业采取年分红形式扶贫。公司正在庄里镇建设托管基地，占地 1500 亩，总投资 1000 万元。建成后，计划托管贫困户 150 余户。每个月不定期组织有能力从事电子商务营销（微商、淘宝等网络平台销售）的贫困户参加培训，邀请专业讲师从理论到实操进行详细讲解，年培训贫困户 1300 户以上。同时，组织公司员工进行后期做好跟踪服务，带动更多贫困户走上致富的道路。

家乡实现创业梦 帮扶女花别样红

安康市镇坪县 丁艳

开服装店，打工，漂泊……直至2014年回到镇坪之前，这是丁艳作为一个80后辗转于城市之间的真实写照。

“从学校走出来一直都是碌碌无为，我总想自己干点事情！”萌生了这样的想法，不安于现状的她总是跃跃欲试。那一段时间，她游走在自己的家乡牛头店和县城之间，发现了一个现象，沿线的乡亲们多年以来都是以种植土豆、玉米等农作物为主，由于种植结构的单一，生活一直不富裕。

耕耘多年的土地，却没有见到太多的收获，她困惑了，该不该继续种下去？可是作为一个农民的后代，对土地有难以割舍的感情，可是种什么才能让乡里乡亲发家致富？

深耕家乡沃土 培育创业之花

2016年1月，一个偶然的的机会，她与朋友的闲谈中说到食用葛根种植的行情与前景，她顿时觉得，葛根种植在当地算是一种新兴产业，如果种植成功可以将传统的种植方式转变为经济最大化的种植方式。经过对市场的深入观察和实地考察，她发现葛根中大有学问。在这个追求原生态、纯绿色的时代，葛根制作出来的保健食品深受广大群众的青睐，因此市场价格一直比较高。而镇坪良好的生态环境、丰富的土地资源和适宜的气候条件，具

有得天独厚的葛根种植的优势。

市场有需求，家乡有资源，致富缺项目，农户有期盼，多种有利因素让她更加坚定了信心，说干就干，她果断投资 200 万元，成立了镇坪县硒之源农业发展有限公司。就这样，她怀揣着创业的梦想，开始了充满激情的创业之旅。她一鼓作气在水晶坪村贫困户手中流转了 70 亩土地，用来种植葛根。

万事开头难，她常常忙得一天到晚也吃不上一顿饭，常常为资金一时筹措不齐、材料一时不能到位而焦头烂额，常常为一些琐碎的事情披星戴月、四处奔波。由于缺乏经验，在种植初期遇到了不少的困难，技术方面从头开始学习，但是她没有退缩，主动向技术人员学习和请教，从整地、育苗、田间管理、防治病虫害等，都细心请教。闲暇时间，总是窝在家里看公司配送的光碟。种下葛根后，她认真了解葛根的长势情况，遇到有病虫害等问题及时向人请教。每天起早摸黑，精心培育着葛根地里的希望。

这两年来，葛根种植正在有序推行，在种植技术上也越来越成熟。如何通过葛根种植带动乡亲们增收致富、融入到脱贫工作当中去，这也是她时常思考的一个大问题。借助土地流转政策，发展葛根种植，她坚持了她的“一高两优先”原则，即高薪支付贫困户报酬，优先流转在册贫困户的土地，优先雇用贫困劳动力。每年都会聘用当地贫困劳动力 40 余人，周边 20 余户农户在她的葛根加工厂务工，户均增收 6000 余元。那些苦于外出打工无门路、无技术、无专长的农村剩余劳动力不出村就能实现就业，在

家门口就挣到了钱。

借力苏陕协作 造就帮扶之花

葛根种植初见效益，她的信心也越来越足，但也遭到了家人的强烈反对。

“成天不着家，你看现在哪个女人成天待在山上、田里。”她丈夫王贵银这样数落着她。想想也是，平时丈夫的工作繁忙，儿子又在安康上初中，她还不爱红妆爱山庄，不顾小家顾庄稼！一边是事业，一边是愧疚，更多的是委屈，心里的难受劲儿更没地方诉说。既然出手干一场，就要大干一场，性格直率的她，只有这样自己安慰自己，坚持自己的想法！

2018年，县委、县政府出台系列精准扶贫政策后，她在原有葛根基地基础上再流转土地20余亩，邀请镇坪县义工协会帮助设计，对接苏陕协作对口帮扶镇坪县的常州市，建立了“我在乡下有块田”常州市爱心农场e计划，将20余亩流转土地划分为109块爱心土地，分拨给在册贫困户进行种植，每块土地又与常州市的每一名爱心人士出资1000元进行“一对一”结对，农户种植产出效益，爱心人士出资购买促增收，这种通过自身劳动挣钱的方式，让贫困户劳有所得，既扶志又扶智。

在结对帮扶的基础上，她又流转土地10余亩，扩大爱心农场规模，将水晶坪村周边的邻村国庆村、前进村贫困户也纳入为结对帮扶的对象。“我在乡下有块田”常州市爱心农场e计划实

施以来，累计帮扶贫困户 182 人，为贫困户带来增收累计 20 余万元，户均年收入仅此一项就多 1000 多元。

乘着苏陕协作的快车，今年年初，常州市电商办两家公司向她的合作社定向签订 120 万的香菇收购订单，而香菇的供货来源，也正是来自贫困户手中！同时，她又引进种植无花果 320 亩，建立一个无花果种植基地，长期雇用贫困户 8 户，帮助贫困户年收入户均增加 5000 元以上。

她也时刻告诫自己，合作社的发展，要以带动贫困户增收为目标，扩大产品销路，壮大集体经济，巩固脱贫成效。

倾心反哺乡邻 栽种幸福之花

“艳艳，我这儿有四五十斤蜂蜜，请你帮我卖一下。”2018 年 10 月，前进村的贫困户张成林通过微信给她发来一段语音。收到消息后，她迅速驾车到张成林家中，按照市场价收购了他的蜂蜜。

如此大量的收购，正是通过她自己建立的电商销售渠道，专门为贫困户提供便利、实惠的交易服务，通过微信、网络、订单等方式进行销售，常常是供不应求。2018 年的销售额更是突破了 100 万，为贫困户带来了更为可观的收益。通过电商，售卖土特产的贫困户年收入少则 3000 多元，多则 2 万余元，年带动 100 余户直接受益。

在 2016 年建立之初，因为没有学习过网络销售，收购贫困

户家中的货品囤积在仓库，本地及周边地区也没有打开销路，一下就损失了6万多元。为了改变这种现状，她积极参加县上组织的电商培训会，又到四川成都、江苏常州等地进行考察学习，与江苏常州市部分县区的电商办建立了联系，拿到多个定向订单，销售渠道进一步拓宽。销售物品的种类也越来越丰富，涵盖了腊肉、核桃、板栗、竹笋、香菇、土蜂蜜、红薯、苞谷、萝卜等30余种土特产，全部按照市场价在贫困户及非贫困户手中收购，再通过她的合作社进行包装、加工后销售。

住在水晶坪村的贫困户赵发超，年事已高又没文化，不能外出务工，家里不仅有在外上学的大学生，还有患病的妻子，家庭负担重。以前他只能在镇上做零工养家糊口，现在成了葛根合作社的工人，不仅收入有保障，也离家近，能顾家。只要合作社有活干时，她也会第一时间请他来务工，一年下来，他在合作社能挣到一万多元左右。

创业之路，虽然异常艰辛，但丁艳步伐坚定、内心充实。通过电商带头发展产业，在自己致富的同时不忘左邻右舍，助力贫困群众增加收入、摆脱贫困，这就是她作为一个土生土长的牛头店人的初心。