

牢记嘱托 奋勇争先

谱写新时代中原更加出彩的绚丽篇章

2019年10月14日 星期一 编辑 王现科 电话 4396827 E-mail:xccb66@163.com

在习近平新时代中国特色社会主义思想
指引下 新时代 新作为 新篇章

发展扶持电商,已成为农村扶贫的一把“利器”

“工厂+电商”,为农村商品插上“翅膀”

核心提示

我市有13个被阿里巴巴公司认定的“淘宝村”。记者在这些“淘宝村”发现,“互联网+”模式得到了有效推广,信息、数据互通,农村电商迎来“井喷”式发展,农村快递业务成为物流行业新的增长点。扶持电商做大做强,已成为农村扶贫的一把“利器”。

□记者 李亚琨 文/图

积极发展农村电商

② 拓宽渠道



后河镇的物流工人正在忙碌。

【反响】发展农村电商,大家干劲儿足

10月9日上午,在长葛市佛耳湖镇岗李村,该村党支部书记史强妞忙得来不及喝一口水。岗李村有400多户人家,其中100多户开设了自己的淘宝店,主营蜂机具、蜂蜡、蜂胶等蜂产品。“总书记的话给我们吃了一颗‘定心丸’!”史强妞说,发展农村电商,就要把乡村优质产品通过网络销售出去。在国家提出“一带一路”倡议时,他们就紧抓机遇,把蜂产品通过“一带一路”卖到国外。“总书记这次特别谈到要发展农村电商,让大家深受鼓舞。”史强妞说。

俗话说:“酒香不怕巷子深。”但在网络时代,借助淘宝等电商平台,更容易把农产品销往全国各地。电商给我们的产品插上了“翅膀”。在长葛市后河镇后河社区,社区干部张新平说,后河社区是我市的“淘宝村”之一,淘宝店大多经营浴柜、马桶等卫浴产品,年销售额过百万元的有10多家。“总书记在

河南考察时强调要发展农村电商,促进农民增收,这让大家更有干劲儿了。”后河社区从事电商业务的居民杨宝伟说,如今的农村已不是破败、落后的“老家”,在农村发展电商有着得天独厚的条件。他们社区紧邻工厂,有巨大的厂房、充足的仓库、宽阔的公路。客户从网上下单后,工厂直接通过物流公司发出货物,减少中间商,实现“双赢”。

临近后河社区的刘士华村,也有10多家规模较大的淘宝店。该村驻村第一书记王四海说,电商为该村产品打开了销路,解决了不少人在家门口就业的问题。村干部王承承告诉记者,习近平总书记强调要增强人民的获得感、幸福感和安全感。拓宽农产品销售渠道,通过电商获得收益,就是增强人民的获得感、幸福感和安全感。“总书记为我们指引了方向。我们要踏踏实实地工作,把农村电商做大做强。”王承承说。

【现状】农村电商结构优化,产值不断提升

我市的“淘宝村”,长葛市数量最多,其中后河镇有3个、佛耳湖镇有4个。这不仅在于这里制造的产品有着过硬的质量,还在于他们善于把握时机,走在电商发展的前列。

佛耳湖镇岗李村有句老少皆知的话:“哪里的花有花期,哪里就有我们岗李人。”岗李村的一片枣树林,造就

了第一批养蜂人。目前,该村有蜂产品出口企业5家,其中2家已经做到年销售额过亿元的规模。“我们的产品销往世界100多个国家和地区,其中欧美国家进口蜂蜡,韩国进口花粉,东南亚和美洲国家进口蜂胶。”史强妞说,全国超过50%的蜂蜡和花粉从岗李村走向世界。2019年,通过优化电商结构,

该村从事电子商务的商家数量降低了,产值却提升了。

快递业务在农村也迎来了飞速发展:以前,快递代收点只设在镇上,不设在村里;现在,村里也有了快递代收点。以后河社区为例,以前只有一家物流公司,如今有许多家物流公司。得益于电商的繁荣,每天从16时开始,各家物流公司的车辆川流不息地进出后河社区,形成了独特的风景。岗李村的出口企业更是与中远集团等大型

企业签订合同,集装箱直接拉到村里装货,再运到港口发往世界各地。

“我们采取‘工厂+电商’模式,使工厂有了效益,电商也迎来发展。”张新平介绍。在后河社区,做电商的年轻人从网上接单并进行个性化定制,再通过工厂将客户需要的产品生产出来。“工厂+电商”模式让专业的人做专业的事,确保了效益最大化,工厂和电商实现“双赢”。

【展望】对接国际物流,把产品卖到全世界

在史强妞心中,他们的目标就是把蜂产品做好,做百年老店;通过2家企业销售额过亿元企业的带动作用,让全村100多家淘宝店都有自己的发展方向。“我们邀请设计单位对全村进行了发展规划,计划建设电商一条街,并大力引进国际物流公司。”史强妞说,目前,该村只有5家出口企业;今后,通过龙头企业带动,争取有超过20家企业把产品销往国外。

记者采访时发现,电商成为扶贫的一把“利器”。长葛市商务局组织电商专家对有能力参与电商经营的贫困户进行培训,各电商企业也对贫困户进行帮扶。在刘士华村,贫困户刘根立建起了“脱贫攻坚电商扶贫·刘士华村创客中心”。在该创客中心,村民可以交费、代购等。“这是长葛市商务局为我推荐的咱长葛本地企业生产的酸辣粉、粉条和石磨香油。我要把淘宝

店重新‘装修’一下,把农产品销出去。”刘根立说。

后河镇从事卫浴行业的几十家淘宝店有一个共同的“痛点”,那就是商品破损率较高。一旦货物在运送时被磕碰受到损伤,他们就得给客户补发一个新的。“我们曾经深受其苦,最怕产品破损。只要产品破损,这单就只能赔钱赚吆喝了。”王承承说。如今,快递物流产业迎来大发展,德邦、京东、安能、顺丰等物流公司纷纷针对本地企业的实际困难推出保险。只要卫浴产品在运送时出现破损影响客户使用,他们就会进行赔付。“物流这块蛋糕越来越大,以前是我们找他们发货,现在是他们在村里开设办事处甚至分公司争夺市场。”王承承说,在物流技术和分拣水平日新月异的当下,解决了“痛点”问题的长葛卫浴电商迎来新一轮的发展。