

# 貴州電商打造百千萬工程

風起雲湧看貴州。在全國「大數據」的博奕之戰中，貴州搶先出擊，以探索者和實踐者的姿態拓荒「雲端」，正開啟一個重大的時代轉型。藉助大數據的雲端服務，貴州把原本包括工業雲、智能交通雲、智慧旅遊雲、食品安全雲等7個領域雲也升級至「7+N」朵。

在「互聯網+」創業創新、協同製造、現代農業、智慧能源、普惠金融、益民服務、高效物流、電子商務、便捷交通、綠色生態、人工智能、精準扶貧等12項專項行動計劃加快推進下，預計到2017年底，貴州電子商務發展「百千萬工程」（即打造100個國家級或省級示範項目、1000個特色網店、1萬個電子商務服務站）將基本完成，全省電子商務交易額突破2000億元，網絡零售交易額突破500億元。

香港商報記者 許人介 黃慶松



錦屏縣電子商務發展動員大會萬人簽名活動現場

## 電商落地 整合聚力

2014年，貴州省大數據信息產業實現規模總量1460億元，同比增長62.2%，並集聚落戶了總投資150億元的中國電信、中國移動、中國聯通三大電信運營商大數據中心，成為全國唯一將三大電信運營商數據中心集中建在一個地方的省份。

京東自2013年9月7日正式在貴陽「安家」，投資10億打造中國第一個電商產業園——貴陽京東電商產業園後，時隔兩年，京東在貴陽提前布局的智能物流中心「亞洲一號商品倉儲基地」正式試運行。還在貴州全面啟動推進包括工業品進農村戰略、農村金融戰略和生鮮電商戰略的「3F」戰略，建立了約50家「京東幫服務店」和「縣級服務中心」。

因市而謀，順勢而為。第二批創建國家電子商務示範城市——貴陽，將重點建設服務全省、輻射西南、面向東南亞的西南電子商務中心城市。

據統計，去年貴州電商交易規模758億元，同比增長132%，網絡零售額達到342億元，直接從業人員達到3萬人，間接帶動的就業人數近6萬人。

目前，貴州正重點培育和引進電子商務市場主體。不斷加大招商引資力度，引進國內優質資源。從落地

優惠和加強公共服務兩方面著手，定向引入省外電子商務企業入駐貴州各類園區。與省外平台企業、應用企業、電子商務服務企業等建立長期合作關係，積極引入知名電子商務企業在黔設立運營中心或獨立核算機構。

打造電子商務基地，引導電子商務產業集聚。鼓勵條件成熟的市(州)結合本地產業特色，適時建立孵化、創業、公共服務、跨境等不同定位的電子商務產業基地。依據不同基地定位制定明確的招商政策，對入駐基地企業給予場地、寬帶、數據中心租用補貼等扶持，提升基地公共服務水平，引導電子商務企業集聚發展。

結合「100個產業園區」建設工程，鼓勵各地依託現有產業園區建立電子商務應用企業、電子商務服務企業集聚區，市、縣年度新增建設用地指標要向電子商務集聚區和重點項目傾斜。通過降低網絡、倉儲物流配送成本，打造與傳統產業相結合的電子商務園區。



貴州省省級電子商務扶貧試點縣、省級電子商務進農村示範縣——施秉縣

## 投資貴州 贏在當下

記者觀察

近日，貴州省政府出台關於推進「互聯網+」行動的實施意見，到2018年「互聯網+」行動4年累計完成投資700億元以上，建成一批標誌性、引領性重大工程、示範項目，互聯網服務年收入超過500億元，信息消費規模超過1200億元，電子商務交易額突破2500億元，網絡零售交易額突破600億元，培育200家以上「互聯網+」示範企業。到2025年，使互聯網在經濟社會各領域廣泛應用、深度融合，成為促進經濟結構調整、產業轉型升級、公共服務創新發展的核心驅動力，推動貴州經濟社會發展全面提质增效升級。

黔地無閒草，黔地有好貨。「黔貨」要出山，電商要先行。互聯網催生了許多新興技術、新興業態，正在改造重構許多傳統行業、傳統業態。國家政策大力支持、基礎設施極大改善、市場需求不斷擴大、大數據產業風生水起，都為貴州發展電商提供了前所未有的良好機遇。

利用電商讓黔貨出山是貴州新一輪科技革命與產業變革交匯的新趨勢，從省到市(州)再到區(縣)都在主打當地的農特產品，走一條以特取勝的品牌(或產品)線路來實現產品聚集、產業聚集、創客聚集。

在經濟爬坡時期，一個新生物能否成為一個產業，成為經濟增長新的活力，政府的作用是不可替代的。電商這一新生物要形成產業，不僅僅是一種技術手段，更是一種新機遇、新模式，極大地改變了商業格局，重新塑造了商業文明，仍需政府擔當。而在電商的發展中，

政府與市場就像兩個巴掌，合拍才能掌聲雷動，精彩紛呈；否則可能孤掌難鳴，了無生氣。

就如京東集團高級副總裁馬健榮所言，選擇一個地區發展，考慮的當地脫貧致富的願望是否強烈，政府對企業支持是否真誠，更為重要的是當地的資源和條件是否具備發展的潛力，在貴州我們找到了答案。

置身「互聯網+」時代，搶搭電子商務快車一路向黔。在貴州，大數據搭建的不僅是互通、開放、共享的平台，更是利好政策、產業發展的安全保障，只要選擇落地貴州，就能贏在當下。



施秉縣望城電子商務村體驗區



施秉縣互聯網+旅遊電商諮詢處



施秉縣電子商務展示櫃一隅

## 電商扶貧 反哺產業

貴州貧困人口多，貧困面廣，貧困程度深，是全國扶貧的主戰場。截至2014年，貴州全省有農村貧困人口623萬，佔全國總數的8.9%，貧困發生率18%；全省88個縣(市、區)中有國家扶貧開發重點縣50個，有934個貧困鄉、9000個貧困村；在國家確定的11個集中連片特困地區中，涉及貴州武陵山區、烏蒙山區、滇桂黔石漠化區3個片區70個規劃縣，覆蓋全省85.3%的國土面積。

因此，對於貴州而言，扶貧開發不僅僅是經濟問題，更是關係到貴州能否實現同步小康的政治問題。

電商扶貧，作為「互聯網+」時代下以電商促市場、以市場帶基地、以基地帶動農民脫貧致富的一種新型扶貧工作方式，是解決貧困農村產品買賣、就業創業、經濟轉型、精準脫貧的有效途徑。

以銅仁市為例，該市不僅成爲阿里巴巴全國首個農村淘寶市級試點市，國家扶貧辦友成扶貧基金會電商扶貧試點市，轄內的高新区也獲批國家級電子商務基地，碧江、松桃、江口、印江列入省級電商扶貧試點縣。通過電商扶貧，輻射帶動貧困農戶1.5萬戶3萬餘人，實現人均增收3000元，電商扶貧已逐漸成爲銅仁市精準扶貧、精準脫貧的新引擎。

貴州省扶貧辦領導表示，要藉助電商平台，優先開發具有貴州特色的「三品三真」電商扶貧品牌，針對

性地扶持培育一批本土電商企業，加緊物流「高速路」和「直通車」建設，建成農產品進城和快遞物流下鄉雙向流通渠道，抓好電商產品「種、養、加、銷」與鄉村旅遊的有效銜接，做好電商扶貧與扶貧產業園區、扶貧產業有效銜接，推動電商扶貧快速發展。

目前，貴州已安排了1億元財政專項扶貧資金，採取「基礎資金+績效」的方式用於印江、松桃、碧江、江口、惠水、務川、正安、施秉、興仁、冊亨10個縣區的電商扶貧試點，先行先試，探索電商扶貧業態、運行程序、發展模式等方面的經驗，達到以點帶面、整體推進的效果。

在市場激烈的競爭下，縱然農、特產品再好，也不是貼上電商的標籤就賣得出去的，依託貴州豐富的生態資源及優勢，以建好「七朵雲」中的電子商務雲爲中心，圍繞「電子商務在農村的應用普及、新型高效的農資電商O2O渠道的建設、生態產品電商化供應鏈的打造、農村金融以及農村電子商務培訓發展」等主要內容，提高農村電子商務公共服務水平。

在線上做強產業園區，建立比較完整的電子商務生態圈。培育電商扶貧新載體，重點發展「酒、茶、煙、藥、食品」5張名片，讓貴州地域特色產品都打上深厚的地理「烙印」。

## 電商破局 縣域升級

業現代化、新型工業化同步發展，實現施秉「一年一變化、三年大變化、五年新跨越」。

加快推進城景一體化發展。依託世界自然遺產、國家級風景名勝區、國家地質公園、中國漂城等響亮名片，讓施秉旅遊產業迅速地強起來。

大手筆打造縣城，迅速讓城市建設強起來。精心規劃凸顯城市特點，結合雲台山近千年的佛教道教文化，放大文化效應，按「禪意休閒旅遊城」的理念打造「中國慢城」，讓遊客和市民望得見山、看得見水、記得住鄉愁。

大力發展特色高效農業，圍繞「三種一養(種藥種煙種精品水果和特色養殖)」，優化農產品結構和農業區域布局，形成一批特色鮮明、有品牌影響力和產業聚集的特色農業產業，把施秉建成全省的生態農業、綠色農業示範區，著力唱響「生態施秉、綠色施秉」品牌。

發展大健康醫藥養生產業。按照藥品、保健品製作園區的標準和花園式工業園的要求，規劃建設新紅大健康醫藥產業園，通過領導帶隊招商、點對點招商引進大型醫藥企業到園區開辦中藥材精深加工廠、製藥廠等，力爭把施秉建成西南地區重要的醫藥生產基地。

### 施秉縣域電商新路

作爲貴州省第一家縣級跨域電商O2O體驗中心，施秉通過以建設省級「電子商務進農村綜合示範縣」和「全省電商扶貧產業試點縣」爲契機，正積極探索一條「大數據+現代山地特色高效農業+旅遊業+扶貧開發」三位一體融合發展的縣域電商新路。

通過實施農村電商「燎原計劃」、電商「一把手」工程、電商簽約項目審批「綠色通道」等「組合拳」，構建起縣、鄉、村、組四級信息網、物流網，著力打造服務「高地」、引資「洼地」和興業「福

地」。目前，已建成1個縣級電子商務公共服務中心和22個農村電子商務服務站點。培育個體網店350家、企業網店106家，入駐縣級公共服務中心體驗館的企業有40餘家，入駐貴州電商雲的企業有27家，電商從業人員達5000餘人，實現了「入園入館入雲入店」。

按照「先營地，再銷產品」的電商理念，優先且重點打造甘溪望城，充分發揮其已建成冷庫等現有的基礎設施，發展精品水果+鄉村遊的模式，通過網絡水果採摘節等事件營銷，打造中國西南美觀鄉村第一景。並以牛大場爲核心，著力引爆產量佔全國之首太子參產品，利用電商的產業模式和組織形式做平台支撐，從生產，到加工，到包裝，到營銷策劃，再到渠道整合，走精細化運作路線，發揮地標產品的資質，形成中國太子參的行業標準，打造中國太子參第一品牌。讓特色產品搭乘「互聯網+」走上「雲端」，打造了「雲上施秉」區域性品牌，走出了一條施秉跨越發展的「雲高速」。