

一条农村电商链 串起三名小镇青年

杨义明、何江华、严令，3名原本生活好似平行线的小镇青年，却因为农村电商事业产生了交集。在这条产业链上，杨义明负责网店分销，何江华组织货源，严令则负责提供产品。

过去，一根网线打开了农村青年看外界的窗口。如今，一根网线为广袤乡村联通了更大的世界。

秀山县是“全国电子商务示范基地”、“全国贫困县农产品电商销售10强县”，近年来农村电商产业链覆盖全县所有的贫困村，不少人在农村电商链条上找到了自己的位置。

农村电商正是他们创业的蓝海。



十月二十九日，秀山县电商云仓，工作人员正在包裹分拣线上忙碌。

数读秀山脱贫攻坚

7万人

1.68万户7万余名建卡贫困人口现行标准下均已达到脱贫标准，85个贫困村全部脱贫出列

96万亩

累计建成特色种植业基地96万亩，茶叶、油茶基地面积均居全市第一

6.2亿元

今年预计银花产值6.2亿元，带动1.7万贫困人口人均增收4000元

100%

农业产业利益联结100%的贫困村、100%的贫困户，农村电商产业链覆盖100%的贫困村

1483个

依托乡村旅游打造扶贫载体，发展休闲农业与乡村旅游扶贫基地1483个、乡村旅游接待户520家



资料来源：秀山县扶贫办 制图/乔宇



10月29日，秀山县电商云仓，工作人员正在打包柑橘准备发往全国各地。



10月29日，严令在养鸡场给鸡喂食

本版图片由记者齐岚森摄/视觉重庆

10月27日下午3时，坐在记者对面的杨义明手机响个不停，通过电商平台订单、下单者不断。他的网店当日交易额已有1800多元，而此时还没到网店销售的交易高峰期。

“每天晚上6点到11点才是高峰期。这个时间段大部分人都下班了，才有时间拿起手机网上购物。”杨义明告诉记者，目前他的网店每天销售额在1万元左右，纯利润在千元上下。

记者眼前的杨义明，爱说爱笑，很难看出他曾遭遇过不幸。

杨义明半岁时父亲去世，母亲后来改嫁，从此他跟着爷爷奶奶生活。初中毕业后，17岁的杨义明开始了到处打工的生涯。

杨义明网店卖的土货虽来自产业园里的农特产品加工厂，但负责将这些土特产整合、包装成电商产品，却是山水隘口电子商务有限公司。30岁的小镇青年何江华就是这家公司的负责人之一。

何江华通过大数据了解农产品价格指数，提前组织货源，并进行包装、文案设计，再将产品分销给像杨义明这样的电商零售商。

过去，何江华和这里大多数年轻人一样去沿海城市打工，觉得去大城市才能闯出自己的“一片天”。3年前，何江华得知秀山老家正在培训电商创业人才，返乡搞电商不仅

在电商这条产业链上，何江华位置居于中间。一方面他向下游销售商提供可供销售的电商产品，另一方面向上游组织农户生产。隘口镇坝芒村的贫困青年严令，便是何江华新近发展的上游农户。

32岁的严令家里有4个小孩，家庭因学致贫。严令夫妻俩原本在外务工，今年受新冠肺炎疫情影响，两口子筹谋在家门口寻找“活路”，正在这时，何江华找上了门。

何江华告诉严令，隘口镇的土鸡和土鸡蛋在电商平台供不应求，如果严令能多养些鸡，鸡和蛋便全部由何江华以市场价收购。

80%贫困户为电商供货

秀山农村电商产业链覆盖全县所有贫困村

近日，重庆日报记者从秀山县获悉，该县通过构建快递物流、人才培养、产品上行、电商平台和电商服务五大体系发展农村电商，目前农村电商产业链已覆盖全县所有贫困村，80%的贫困户成为电商产品“供货商”。

秀山地处重庆、贵州、湖南三省交界处，周边300公里范围内没有大型专业市场。自渝怀铁路通车后，秀山实现铁路联运，具备了发展电商产业、辐射带动周边区县的条件。

“目前秀山构建的五大电商体系，针对的都是发展电商的关键环节。”秀山华渝物流投资有限公司总经理雷钧友告诉记者。以物流体系为例，秀山针对县域内物流不畅的短板，组建云智速递，将全县规划为4个片区7条乡村物流线路，在县与村、镇与村、

村与村之间，构建了细密的服务路网，实现了全国各地的快递包裹进村入户、农村包裹及农产品进城均只需1天的目标。秀山还开通了17条武陵物流专线，建成周边区县配送站230个，实现仓储管理、订单处理与快递分拨无缝对接，有效服务武陵山区周边区县。目前，秀山快递单票全程时效达到51.4小时，居西部地区第一，2019年快递发出量达2300万件。

电商产业需要专业人才，秀山县与重庆财经职业学院、重庆广播电视大学等合作设立电商产业学院，开展电商相关专业全日制专科教育，在县职教中心开设现代物流、农村电商等相关专业，针对性培育本土电商人才。同时，采取基地实训方式，累计开展电商普及培训5.8万余人次，其中贫困群众占

杨义明搞销售

一年卖“土货”百万元

18岁那年，杨义明加工木材时右手小拇指被机器切掉，手背皮肤严重损毁。他前后住了108天院，做了14次手术，还将大腿上的皮肤移植到手背上，疼得钻心。

多次手术对身体的伤害，让他没法再继续打工，杨义明不得不回到老家隘口镇岑龙村。

在广东打工时，杨义明曾看到当地快递代理生意做得风生水起，每天进出快递代理点收取包裹的人络绎不绝。考虑到这行业在岑龙村是个空白，他使用伤残赔偿金开了家快递代理店，没想到做了一年就亏了几万元。

何江华找货源

从供应链中找商机

有专业人员指导，还有政策补贴，这让他下定决心，从广东返乡创业。

“参加了两次免费培训，老师教我们美工、电商基础操作知识等，还帮我们注册开网店，县里还提供免费的办公空间和办公设施，让我们‘拎包’就能创业。”何江华告诉记者。

农村电商有一条明确分工的产业链，何江华要在这条产业链上找准自己的位置。他决定销售隘口镇的农产品，从供应链上找

商机。从此，他常常开车前往各个村社寻找当地的特色农产品，给农产品拍照，现场了解产量，和农户建立联系……回到办公室，他还要自己修图、创作广告语、制定营销方案。

农产品成熟后，何江华第一时间从农户手里收购，然后将收到的农产品送到产业园免费提供的仓库打包、发货……隘口镇的柑橘、紫薯、百香果、土鸡蛋、香肠、腊肉等土特产都在这里包装、整合，然后销往

全国各地。后来，何江华与合作伙伴成立了山水隘口电子商务有限公司，并在政府的支持下打造了电商扶贫平台——“山水隘口”。公司将镇域内的不少农产品进行了品牌、平台整合，还发展起了72个订单中心户，负责收货、采购和提供农户产品信息。

“我们也在尝试发展订单农业，根据电商平台大数据预测哪种农产品卖得好，提前组织村民种植或养殖。”何江华说，在政府的扶持下，公司发展顺利，从去年成立以来已累计销售本地农产品逾千万元。

农户严令

按电商要求搞种养业

何江华对严令的养鸡方式提出两点要求：一是饲料要绿色环保，二是要让鸡有充分的活动空间。

只负责养，不担心销路，这样的好事上哪找？严令很快便答应下来。今年，严令夫妻俩共养了四五百只鸡，出栏近300只，全部卖给了何江华，仅此一项收入3万多元。

有了这番经历，严令也在农村电商产业

链条上找准了自己的位置。如今，严令不算再外出务工，一门心思把土鸡养好。

明年春节前，严令养的第二批土鸡就要出栏。根据事先和何江华签订的订单，只要品质有保障，这批土鸡的价格肯定错不了。为了保证土鸡质量，严令每天都会骑摩托到半山腰的鸡舍去照料，有时还要在鸡舍旁的一个简陋窝棚里住一夜，防止野猫深夜“偷袭”土鸡。

通过市场调研，他决定搞电商销售，但卖什么才受欢迎？货源从哪里来？

产业园内有20多个农特产加工厂，专门加工当地隘口茶、金丝皇菊、泡辣椒、菜籽油、火锅粉等土特产，这些后来都成了杨义明网店的主推产品。

杨义明不断学习推广、策划、营销技巧，并用于网店营销中，很快便有了成果。以当地特产干吃汤圆为例，“隘口镇最大的超市一天也就能卖一二十公斤干吃汤圆，而我的网店每天可以卖五六百公斤。”杨义明自豪地告诉记者，让干吃汤圆突破时空限制走向全国的，正是农村电商。

2019年，杨义明的两家网店销售额破百万元，预计今年销售额将超过200万元。

全国各地。

今年，严令从何江华那里了解到，秀山的金银花在电商平台上卖得不错，于是，他又发展了30多亩金银花。如今的严令在忙活自家的种养业之外，还时常关注周边村民家有啥特色农产品适合通过电商平台销售。

“你有啥，我卖啥！”如今，这样的电商平台广告在隘口镇随处可见，这也让和严令一样的农户们有了通过电商增收致富的信心。“明年，要争取把土鸡的规模发展到上千只。”严令告诉记者，“只要按电商要求搞种养业，就不愁销路！”

今年，严令从何江华那里了解到，秀山的金银花在电商平台上卖得不错，于是，他又发展了30多亩金银花。如今的严令在忙活自家的种养业之外，还时常关注周边村民家有啥特色农产品适合通过电商平台销售。

“你有啥，我卖啥！”如今，这样的电商平台广告在隘口镇随处可见，这也让和严令一样的农户们有了通过电商增收致富的信心。“明年，要争取把土鸡的规模发展到上千只。”严令告诉记者，“只要按电商要求搞种养业，就不愁销路！”

农产品成为当地旺销电商产品。

在电商服务方面，为了有效破解“电商企业发展壮大”难题，秀山县建立资金扶持机制，设立物流园区产业发展基金、电商加工引导基金，从主体培育、技术创新、品牌建设、业务拓展等方面予以扶持，已为相关企业、贫困户贷款1.6亿元。

目前，秀山电商产业已带动了该县2000多个电商扶贫基地发展。以电商产业为龙头，该县形成了一二三产业融合发展态势。近5年来，秀山电商交易额、网络零售额累计达574亿元、110亿元，通过农村电商卖出50.77亿元的农产品及加工品，电商扶贫效益惠及武陵山区100万余贫困群众。

接下来，秀山将以消费扶贫为抓手，充分发挥线上中国扶贫网重庆馆（村头平台）、线下武陵山消费扶贫交易中心等平台优势，加强武陵山贫困区县产销对接来促农增收。同时继续做大电商产业集群，通过加快物流加工中心、冷链物流中心、直播电商产业园等项目建设运营，推动形成农村电商发展生态圈。

（本版稿件由首席记者颜安采写）