

截至今年5月31日



绿茶 80多个品种触网销售
实现了农产品全国全网直销
鸡蛋 创建全省首个电商产业园1个，帮助全县开办各类网店
蜂蜜 380家，带动从事电商农户网销
485.7万元，户均增收2857元

被商务部、财政部和国务院扶贫办列为“全国电子商务进农村综合示范县”。



白沙黎族自治县元门乡南训村农村淘宝服务站。本报记者 苏晓杰 通讯员 符福辉 摄

建成40个农村电商服务站

创建全国首个电商精准扶贫运营中心，启动“1310”电商扶贫机制

目前已网销

地瓜和毛薯 16.9万斤
红心橙 10万斤
蜂蜜 2000多斤
芒果 10万斤

全村通过电商人均增收1500元



制图/杨薇

过去一年多，白沙实现线上交易额超6000万元，助力22个贫困村脱贫—— 一个山区贫困县的电商之路

转观念**地瓜的网红经济学**

农货网上卖出好价钱，农户思想有了180度转变

“阿干，别搞什么电商了，村里地瓜种了这么多年，什么时候卖过好价钱？你别是被搞传销的给骗了，回来踏踏实实地吧！”当初王诚干在县里举办的电商培训班上课，想带着村民做电商赚钱时，曾连着被泼了好几盆冷水。

其实村民们不是不想，是不敢。

在福才村，辛辛苦苦种出地瓜，村民情愿大半夜裹着铺盖去乡农贸市场占位卖，也不愿意“触网”销售。“一年下来能赚钱的产业没几个，好不容易地瓜能卖上点价钱，要村民指望通过自己并不了解的电商找销路，没人敢拿半年的收入去冒险。”作为村干部，符妹虹理解村民的想法。

碰壁的王诚干只好掉头又找到了县里，“村民不敢冒险，是因为看不到电商带来的效益，那我们就在福才村打造一个样本。”白沙电商服务中心负责人任重说，白沙在发展电商之初，为减少“探路”时间，与专业的电子商务企业开展了合作，用专人专程的方式，打下电商发展的良好基础。而帮王诚干卖地瓜的任务，自然也交到了他们手上。

开微店、拍照片、写文案、打广告，一套“量身订制”的服务下来，王诚干在微信上的

解困局**交通不便物流成本也能降！**

“农产品进城”搭上“工业品下乡”回程车，降低了成本

从去年1月开始，牙叉镇营盘村的村支书符文刚发现，村子里多了一群穿着橙衫的年轻人，也是从那时候起，老符和村民们像年轻人一样，慢慢习惯了在网上购物。“手机上下单，直接送到家门口，好多东西镇上还买不到呢！”老符笑着说。

穿梭在村里的年轻人，是白沙招募的农村淘宝“村小二”们，让老符没想到的是，“村小二”们解了村民的燃眉之急。

“书记啊，种的毛薯要开挖了，一点销路都没有啊！”今年初，营盘村的村民们陆陆续续给符文刚打来了电话，让他心情一下子沉重起来。

“这与海南大学合作种植的新品种毛薯是我当初拍板的项目，第一年刚有收获就滞销，农户的信心都没了。”心里慌了神，符文刚把办法想到了“村小二”身上。“搞电商的渠道广，他们一定有办法。”

抱着试试看的想法，符文刚找到了为白沙提供淘宝服务的丰赞科技有限公司总经理万龙。“优质毛薯现在市场价格不错呢，5斤装包邮，不少消费者都抢着买！”接到符文刚的求助，万龙很快给出了解决方案。

销路找到了，老符心里却打起了退堂鼓：“白沙交通不便，网购商品的运费都比其他地区高，毛薯本来利润就少，包邮哪还有钱赚？”

“其实物流成本早就降下来了。”之所以快速给出滞销解决方案，万龙早就成竹在胸。2016年1月6日，白沙与阿里巴巴集团签约，成为阿里巴巴正式入驻海南的首批试点县，两个月内便铺开31家村淘服务站，打通了工业品下乡的最后一公里，也悄然铺就了白沙农产品进城的道路。

“工业品下行，如果只是单向流通，物流车往往是满载而进、空车而出，物流成本自然高。”白沙副县长周秋平告诉记者，为了利



一名女孩在白沙电子商务产业园网红工作室通过网络推销胡椒。
本报记者 苏晓杰 通讯员 符福辉 摄

用起出白沙的空车，县里多次与物流企业沟通交涉寻求合作。“每个月近2万单包裹进入白沙，与其让物流车空车返回，不如带着农产品出城。”一位白沙物流从业者坦言，包裹重从9元至12元降到4元至6元，物流利润不降反升。而低廉的物流成本甚至吸引了三亚、儋州等地的客商前来白沙发货。

打消了老符心里的顾虑，营盘村的毛薯不仅短时间内在线上销售一空，农户也收获了毛薯种植的第一桶金，坚定了来年继续种植的信心。

“物流成本减低，让白沙原本的交通劣势反而成了物流优势。”周秋平说，如今白沙电商迅速发展的势头，得益于电商框架和物流格局的搭建，从而使得白沙本身的优势更加凸显。

■ 本报记者 刘笑非
特约记者 王伟

最近地里农活不多，白沙黎族自治县元门乡福才村村民小组长王诚干坐在自家门前的半块阴凉地里，拿着手机漫无目的地刷着新闻。

一篇新闻没看两段，手机响起了新信息的提示音——有人想买地瓜。王诚干回复：村里的地瓜3月底就卖完了，今年11月份再下订单吧，第一批上市的，记得来尝鲜。

“小半年后才上市，现在就打起广告，顾客能记得？”记者有些疑惑。王诚干却得意地回答：“预定小半年后的地瓜，这不是新鲜事，村里的地瓜抢手着呢！”

王诚干的底气，来自于实打实的销量。今年初，王诚干和乡亲们把村里种植的地瓜通过电商渠道销售，口感清香、粉多甘甜的福才地瓜迅速成为网上的畅销货，每斤近8元的价格、单月6万斤的销量，让村里人的腰包鼓了，也让他们了解了电商。

其实远不止福才村，在过去的一年多时间里，被认为是产业基础弱、交通物流差的白沙发展起了电商。一年多来，全县线上交易额超6000万元，订单量超30万单，有22个贫困村实现了“触网”增收——白沙借助电商敲开了经济发展的又一扇门。

扫码看动深读

(见报当日8时更新)



海南日报客户端 南海网专题

视频拍摄：袁琛
视频剪辑：李玮竟**塑品牌****给好农货“穿衣戴帽”**

农产品小而散，那就抱团发展创建县域生态品牌



白沙“福才地瓜”通过速递发往全国各地。
本报记者 苏晓杰 通讯员 林呈 摄

“从每斤60元到80元、100元甚至120元，野生蜂蜜价格一路走高！”南开乡牙和村村民符志权，掏出手机看着村民网店里销售的蜂蜜订单不断，顾不得身上刚被蜜蜂叮了几个包，坐在溪水边的一块大石头上，就掰开一块新蜜请记者品尝。

“都说采蜜辛苦，但是前两年野生蜂蜜价格越压越低，心里的苦谁都不看不出来。”符志权感叹，朴实的农户不懂拓展太多销路，山上待个几天几夜采来的蜜，往往被人以五六元一斤的低价收走，转手到海口等大城市就能卖出上百元的高价。“因为咱们白沙的生态好，产出的野生百花蜜也是响当当的。”

经济在发展，人们对于生活质量的要求

也在逐步提升，无公害、纯天然的农产品不仅备受欢迎，价格也能比普通农产品高出一截。白沙电商发展快、销路广，符志权也曾尝试着把蜂蜜摆上网络货架，但个把月下来订单少得可怜。

“没牌子，消费者不认，再好的蜜也卖不出好价钱。”符志权说，要是县里牵头给他的蜂蜜贴上“白沙农产品”的商标，他现在仍旧过着把好蜜卖低价的日子。

“白沙优质的生态孕育了众多好的农产品，但规模小而散、标准化程度不高、品牌知名度低的短板不补齐，吃亏的都是农户。”周秋平说，为了挖掘农业资源和文化基因，白沙早在2012年就注册了“白沙生态农业”的县域农业公共商标，并在去年为县域农业公共商标制定了使用标准，在推进农村电商发展过程中，解决了农产品“穿衣戴帽”的品牌问题。

“打上了‘白沙农产品’的标识，销量直线上升，这一季的蜜都卖完了。”通过在南开乡设立的村淘服务点，符志权的野生蜂蜜找到了突破口，不仅卖得好，还卖得值。

“生态，就是最大的优势。”周秋平告诉记者，不论是特色农产品，还是野生农货，如今都是白沙的明星产品，借着“生态”牌，白沙农产品顺利打开了市场。而对于线上销售的白沙农产品，质量都有着严格要求。

卖产品，更是“卖”生态。目前，白沙相关部门针对农产品销售进行了严格的源头控制，保证“白沙生态农业”的品牌得到切实保护。此外白沙还与杭州甲骨文科技有限公司“满天星”产品溯源项目签约，成为我省第一个开启“满天星”项目的市县。

谋延续**不让“淘”花变昙花**

出台电商扶贫1号文件，培养人才，延续发展生命力

网店带动十户以上的贫困户销售农产品。同时还将对标全县22个整村推进贫困村，从产业规划、品牌建设、网店开发、人才培训和物流保障等五个方面实施电商精准扶贫。

而被认为是低效产业的橡胶，还顺利进驻1688平台，借助电商渠道，在去年卖出了难得的好价钱，让更多农户收获电商发展带来的实惠。

盘活了低效产业，白沙在继续加大农业产业结构优化力度，积极推广以南药、绿茶等为代表的新兴产业，同时扶持农户开展生姜、生态米、蜂蜜、地瓜、竹笋等特色农产品种植养殖并迅速扩大规模，丰富了电商“产品库”。

“不论是助力扶贫还是借供给侧改革发力，目的都是要延续电商发展的生命力。”在周秋平看来，保持可持续发展，白沙还在想办法培养人才、留住人才。

为此，白沙县专门在电子商务产业园内设立人才孵化基地示范点，着力加强电商科技人才培训，鼓励当地青年创业，同时把电商人才培训深入到农村基层，在各镇举办电商培训班，力争短期内扶持一批“桃姐”成为电商带头人。

转变了氛围、破解了困局、塑造了品牌、延续了生命力，白沙电商的崛起，不仅是个值得学习的样本，它更契合了农户内心那股发展的渴望。

(本报牙叉6月5日电)