

## 益阳开启湖南特色“互联网+”精准扶贫新模式

# 电商扶贫关键词：大数据+品推+网红

2016年12月28日，益村“互联网+精准扶贫”安化高峰论坛举行，数十位农村互联网专家和湖南省农村互联网企业负责人现场分享互联网扶贫经验，共同探讨新形势下的“互联网+精准扶贫”模式。

近期，国务院扶贫办专门发文，要求做好扶贫开发信息系统推广使用工作。由58农服开发的益村精准扶贫系统应运而生，并在益村“互联网+精准扶贫”安化高峰论坛上宣布正式上线。

■记者 黄文成



12月28日，益村“互联网+精准扶贫”安化高峰论坛举行。

### 大数据分析助力精准扶贫

在会上，58农服CEO黄志光详细介绍了益村平台的精准扶贫系统。他说，由58农服开发的益村平台是58农服为满足广大农民生产、生活需要而搭建的农村互联网信息服务APP。老百姓可以通过“益村”，了解村务公开、惠民政策、查询补贴；可以办理低保、宅基地审批等100多项政务服务；也可以进行土地流转、农产品销售、二手转让；还可以找工作、挂号、买车票、顺风车、征婚交友等。让农民办事更顺心、就业更舒心、生活更舒心。

对政府而言，“益村”是帮助政府实现信息公开、服务转型的载体，完善政务下沉、基层治理的工具，包含镇村政务服务、基层党建、精准扶贫三大系统和镇村招商、镇村资产管理(含土地流转交易)、新型农业主体服务三大平台。其中，精准扶贫系统贯穿贫困户精确识别、精确帮扶、精确管理、帮扶成效评价、意见反馈、大数据分析等整个扶贫全过程。第二阶段，还将为贫困村、贫困户开发电商扶贫、培训扶贫、就业扶贫的功能，为农村提供电商培训和销售渠道，为合作社提供产业对接平台，为村民提供就业培训，对接就业岗位。

总体而言，精准扶贫系统可实现全省、全市贫困户信息的全面、准确统计；对扶贫项目的全面公开、监督管理；对扶贫过程进行有效跟踪、管理以及提供各类扶贫解决方案；对扶贫结果进行实时查询；为扶贫工作的更进一步开展积累有效的基础

数据，为全省市扶贫的大数据趋势分析奠定良好的基础。在论坛现场，58农服CEO黄志光还表示，益村平台精准扶贫系统将免费提供给益阳市政府使用，并在现场赠予益阳市扶贫办。

### 做好生产者与消费者链接

近年来，随着电商不断发展壮大，尤其是微商崛起，商品到达消费者手中的时间和空间极大缩短。这一点实际上在精准扶贫方面也可以充分运用。

湖南供销电子商务股份有限公司总经理曾鸣在论坛上表示，互联网电商与农业合作好处多：第一，互联网易迅速让农产品形成自己的品牌，因为完全走网络的农产品，往往是层级比较高的，质量好一点，适合远距离运输。第二，电商可以让当地农产品实现点到点，端到端，直接实现生产地和消费地连接。

曾鸣以怀化地区冰糖橙为例，他介绍，去年在怀化几毛钱一斤，甚至挂在树上没人摘，因为摘橙子成本比卖价还要高，看到这种情况后，今年省供销电子商务联合了长沙市电商协会几家大的电商，一起建立湖南冰糖橙产业扶贫发展联盟，携手一起宣传湖南的冰糖橙，通过淘宝、快乐购以及苏宁易购合作，很快卖完了，目前当地的冰糖橙价格已卖到3元一斤。

在曾鸣看来，上述案例不仅说明了互联网电商不仅可以提升农产品的附加值，关键是实现了生产端与销售端的连接。他认为，在互联网时代，做好生产者与

消费者的链接，不管是苏宁还是微商，都是通过把产品与消费端直接连接起来。除了电商以外，他们还通过线下活动，实现上述两个端的链接，他们创建一个村博会的模式，组织城里消费者到村里来看看走走，并顺便购买农产品。

### 用大数据养猪，利润增加

在湖南，养殖业是解决农村贫困问题的重要手段之一，因为养殖业是最直接，扶贫效果也是最快的方式。那么，互联网又可以如何对接养殖业？

北京农信互联科技有限公司猪交易总监宋亚东表示，他们于2013年建立猪联网系统，在湖南地区，主要是与湖南养猪协会合作，他们通过猪联网管理系统，进行大数据监控后，一头母猪一年可以提供27头出栏的肥猪，而普通的养殖户最多可以做到18头。

另外，猪联网的猪商城“猪交所”把农业合作社与有采购需求的企业联系起来，撇开中间经纪人或者中间商，从而把收购生猪的价格提升一点，至少可以给养殖户带来一头猪20-30元的利润空间。

降低养殖成本，利润空间增加，通过互联网获得更多的销售渠道，销售得更好。通过互联网把合作社与厂家链接，直接采购。此外，猪联网还推出了公司+养殖户的模式，类似于沿海企业的来料加工模式，农户一天只需花两到三个小时。这样的模式能够很好地带动贫困户的脱贫。

### 打造农民网红促销农产品

授人以鱼不如授人以渔。推动精准扶贫不仅仅要投入资金发展产业，推动当地农产品销售出去，带动当地经济发展，同时，也应该让当地的农民学会如何致富，如何利用致富的工具，比如运用互联网的手段来脱贫致富。

针对这一点，湖南苏宁云商有限公司副总经理孙斌介绍了苏宁云商在湖南做的一个案例。湘西永顺县的猕猴桃，以前当地价格非常低1元还卖不出去，苏宁云商与盘古电商打造猕猴桃电商新玩法。把猕猴桃卖到8-12元一斤，线上对品质要求很高，把当地土生土长的农民培养成网红，教他们通过互联网的方式，比如微信微博影响周边的人，从原来几单到后来每天几百单的销售，100万斤以上的猕猴桃，价格卖到将近10元一斤。湘西州很偏僻，交通不发达，没有工业，全靠农业支撑，通过互联网解决了，就可以卖到千家万户。

他还建议，安化黑茶，有很多品牌，最终还是打着安化的地理标志，通过安化黑茶带动其他产业的发展，通过互联网平台开发更多产品。目前，苏宁易购正在安化打造一个黑茶产品，即将芙蓉山的茶打造成茶，但又不是茶，而变成一种健康饮品，人与人之间沟通的情感纽带。

据孙斌透露，就这一模式，他们此前在十八洞村已有过成功案例。比如在十八洞村卖土鸡蛋，把鸡蛋做成礼物，送给老婆，送给丈母娘的礼物。苏宁有很多产品都可以打造成情感产品，不管通过互联网还是实体店都可以更好地销售。

### 品推

#### 将互联网当作农产品品推工具

当然，互联网并不是万能的，发展农业，推动精准扶贫，不能完全依赖于互联网。就这点，多位嘉宾都认为，不能完全拥抱互联网，而是要合理运用互联网这个工具，来发展农业，实现精准扶贫。

在论坛上，湖南湘姜姜业食品科技贸易有限公司董事长黄晓明，即以他的亲身经历说明了上述观点。2015年11月29日他第一次接触生姜，当时在双牌县看到当地生姜滞销很严重，便随手发了朋友圈，在一个月时间内，他帮助当地农民销售了8.9万斤生姜。互联网不能完全依赖它，你可以当作一个工具，根据实际情况来运用它。

据黄晓明介绍，在成功在朋友圈卖出近9万斤生姜后，他于2015年12月，牵头成立了双牌县利民生姜种植专业合作社，今年3月，成立了湖南省湘姜姜业有限责任公司，以发展湘姜产业、践行精准扶贫为己任，致力于湘姜的标准化、品牌化、产业化、证券化。

立足资源、因地制宜，结合湖南多山地丘陵的地理特点，提炼了区别山东大棚姜的“生态山姜”的品牌定位，注册了“湘姜”、“湘牌山姜”商标；围绕产业链打造，先后与国家中医药管理局亚健康干预技术实验室、湖南省农科院、湖南省教育后勤生活物资联合采购中心、广东省湖南商会湘菜专业委员会、索菲亚国际美容机构、台湾蒸焗食品集团、自驾友网等组织机构缔结战略合作伙伴。

采取“公司+基地+农户+客户”模式，从产地选择、品种优化、规范种植、物流直达等节点发力，再辅以前溯源系统，确保产品品质和市场竞争力。

### 物流

#### “一县一站、一村一社”精准扶贫

对于农村来说，好的产品并不匮乏，销路实际上也有，但制约他们进一步发展壮大的最大瓶颈就是物流方面的问题。针对这个问题，湖南农商通电子商务股份有限公司营销总监徐文峰给出了解决方案。

据他介绍，农商通公司通过“一县一站、一村一社”电商模式，实现精准扶贫。一县一站旨在整合县域当地传统商贸流通企业，整合物流，实现订配分离，节省运行成本，改善贫困县流通企业经营困境，帮助提升盈利及生存能力，促进县域经济发展；“一村一社”旨在打造工业品下乡、农产品上行双向通道，使贫困地区老百姓既能便捷采购到质优价廉的优质工业品，又能将当地农产品通过网上平台销售到其他区域，同时兼具乡村快递物流中转功能，服务站所开设的业务能切实增加贫困村村民收入。

截至2016年11月底，公司在全省已开拓县域站点37个、村级服务站700多个。坪子寨村级服务站于4月27日由省商务厅徐湘平厅长亲自揭牌上线。服务站寄托了商务厅及农商通公司对坪子寨村民依托电商脱贫致富，奔向幸福生活的美好愿望。