



# 方寸屏幕间，打开经济发展新大门

袁长奎：商河全力打造电商发展新高地



记者 王贝艺 报道

## 电商遍地开花

壹亩地瓜可以说是依托电商起步的农货商家，他们经由线上零售平台迅速成长，按济南壹亩地瓜有限公司董事长刘朝丽的话来说，自己“是正好踏在了电商蓬勃发展的时代里，踏在了流量里。”

实际上，淘宝、拼多多等电商零售平台站内本身就有直播功能，也是相对较早的直播电商市场参与者。大约从2017年起，除了运营电子商铺，壹亩地瓜依托平台作为流量“入口”，试探性地涉足直播领域。

2022年，壹亩地瓜启用了位于商河的自营产地仓。这座占地约6000平米的产地仓，也成为红薯的“中转枢纽”——从各地采购而来的红薯在此完成分拣、分级打包等工序后，发往全国各地，送到消费者手中。壹亩地瓜的直播场景，除了田间地头，便是工厂内打包、发货的忙碌场景。

走进商河县国家农业科技园区花卉种植基地的温室，凉爽的空气扑面而来，映入眼帘的是一片亮丽的“花海”。工作人员正有条不紊地忙碌，按订单需求将各品种的盆栽进行分拣打包，准备发往全国各地。

自2022年开始，商河县国家农业科技园区花卉种植基地开通了电商账号，目前运营红掌、蝴蝶兰等3个品类账号，逐步在短视频平台构建起线上销售矩阵。从产品端来看，基地正尝试构建差异化体系——两个账号主打中低端市场，一个账号专注中高端品类。

“商河县气候适宜，养出的鲜花花期比云南的更长。产品好，是我们得天独厚的优势。我们希望通过直播，让更多人了解商河这一优势。”运营团队相关负责人庄云关介绍，市场行情最好的时候，每月线上平台销售额达6万余元，通过线上平台流量带动线下交易销售额30万元。

如今，这样的直播电商模式在商河已蔚然成风，为县域经济发展注入了全新活力。数据显示，今年1-5月份，全县直播销量10956.2万件，同比增长151.7%；直播销售额达12.89亿元，占全市直播销售额的1/6，同比增长292.3%。

凭借突出表现，近年来商河先后荣获“全国电子商务进农村综合示范县”“山东省电子商务示范县”“淘宝直播村播计划试点县”“淘宝直播村播计划示范县”等荣誉，正成为电商产业发展的热土。



商河县花卉种植基地在短视频平台构建起线上销售矩阵。

在商河的田间地头、果蔬大棚、花卉基地，一部手机、一盏补光灯，正悄然改写产销模式。从单一卖货到全链升级，从个体创业到构建产业生态，如今，直播电商正以多元形态赋能商河经济发展。方寸屏幕，链接起商河与广阔的市场，打开了一扇经济发展的新大门。



商河正成为电商产业发展的热土。

## 商河电商增速夺得全市双冠军

**相关链接**

今年上半年，商河县网络零售额达34.2亿元，同比增长38.6%，高于全市增速30.9个百分点，在全市排名第一；直播电商网络零售额15.4亿元，超全市总量1/6，同比增长177.8%，高于全市增速158个百分点，在全市排名第一，勇夺两项全市冠军。商河县电商企业、电商店铺、电商从业人员数量稳步增长，目前电商企业577家，电商店铺4695家，全县直接电商从业人员达5692人。

分商品类型来看，实物商品网络零售额为33.6亿元，占商河县网络零售额的比重为98.1%，同比增长41.3%；非实物商品网络零售额6391.1万元。

分交易模式来看，商河县B2C网络零售额32.3亿元，占商河县网络零售额比重为94.3%，同比增长41.4%；当期B2C网络零售额80276.3万元，同比增长34.2%，占比93.1%。C2C网络零售额19466.6万元，

占商河县网络零售额比重为5.7%，同比增长4.7%；当期C2C网络零售额5949.7万元，同比增长65.0%，占比6.9%。

分行业来看，粮油食品、中西药品和体育娱乐用品位居商河县网络零售额位居实物行业前三，占比分别为68.3%、7.3%和5.6%。在线餐饮、虚拟产品和在线文娱网络零售额分别位居商河县非实物行业前三。

据“商河商务”微信公众号

## 汇聚发展合力

徐全喜的家乡，远在几千公里以外的新疆。2021年冬天，他跟随团队第一次来到商河，彼时，商河恰逢创建“全国电子商务进农村综合示范县”的关键时期，各镇街邀请专业教学团队开展各类电商培训27场，培训电商人才1078人，孵化出“布叫兽-刘越”“乡野小帅-李传帅”“多肉主播-宋刚”“粽子姐-张桂珍”等一批本土网红主播。

“大家对于直播电商的热情高涨，但许多人对于行业的运作模式缺乏系统的了解。”徐全喜说，“无

论是搭建平台、产品包装，还是具体的运营实操——像是如何开设网店、管理订单、物流配送等，我们希望能通过培训，帮助大家快速掌握基础技能。”

人才培育是电商发展的持久动力。近年来，商河邀请专业教学团队开展各类电商培训27场，培训电商人才1078人，孵化出“布叫兽-刘越”“乡野小帅-李传帅”“多肉主播-宋刚”“粽子姐-张桂珍”等一批本土网红主播。

从业人员越来越多，如何“抱团”形成发展合力？近年来，商河在建机制、强载体、树立标杆等方面持

续发力，打造了“鼓乡e抹红”网络主播群体党建品牌。在商河县商务服务中心电商科科长、电商企业联合党支部书记张晓芳看来，“联盟”这一模式，能够整合资源、凝聚行业力量，“通过联盟，行业信息得以有效传达，大家还能相互交流经验。此外，党建联盟还如同一个人才库、资源库，促进了行业内经验与人才的流动。”

正是商河涌动的创业热情和发展活力，让徐全喜决定扎根于此——2023年，在张坊镇政府的支持下，他投资150万元创立济南向南电子商务科技有限公司，济南向

前食品有限公司。截至目前，张坊镇电商直播基地已拥有6名专职主播、20余名兼职主播，还创造了面食加工、快递打包、物流运输等百余个就业岗位。如今，许多村民农忙时耕作，农闲时直播，实现了“四季有收入”的致富新图景。

## 构筑良性生态

怀仁镇的红薯香甜软糯，殷巷镇的留兰香清幽怡人，白桥镇的大蒜辛辣够味，贾庄镇的花卉姹紫嫣红——商河的许多乡镇都有拿得出手的“金字招牌”。从斯伯特集团这样的行业翘楚，到传承百年的商河老粗布非遗技艺，再到匠心独运的手工粽子，与特色产业一同构筑起商河电商发展的坚实基础。

电商渠道不仅打开了销路，更成为品牌建设的重要推手。近年来，商河创新推出“鼓乡小货郎”电商区域公共品牌，通过电商平台资质审核的本土产品均可使用该品牌。“这相当于政府为产品质量背书，让分散的小商户共享品牌红利，快速赢得消费者信任。”张晓芳说，“基于此，我们希望进一步构建以地域文化为内核、以品质为基石、以数字化为驱动的良性直播电商生态。”

同时，商河深知，要实现电商产业持续发展，单靠个别网红或企业还远远不够。基于生态构建、资源整合等战略考量，商河积极与主流电商平台深化合作，以电商产业园为依托，成立县域MCN机构，打造网络主播孵化基地，为全县电商从业者提供从产品包装到运营管理的全方位服务。截至目前，已累计服务企业210余家，培训从业人员2300余人，签约本土主播87人。

商河通过建设县级公共仓储物流配送中心，整合5家快递物流企业，实现“同仓共配、资源共享、高效分拣”，快递月分拣量最高达140万单，重点企业发件成本从4元/公斤降至1.8元/公斤，降幅达55%。

在商河，电子商务已成为推动产业升级、助力乡村振兴的重要引擎。方寸之间，大有乾坤，小小的手机屏幕犹如一扇窗口，链接着商河与广阔的市场。

3月11日，“云端共前行 蓄势再起航”商河县电商产业发展大会成功举办，“鼓乡e抹红”品牌正式发布。商河县委书记袁长奎在致辞中说，将以此次品牌发布为契机，乘数字经济东风，整合优质产品资源，深挖地域文化内涵，创新讲述商河故事，全方位推广商河产品，打造具有市场竞争力的品牌体系；通过构建“培育—孵化—赋能”全周期服务体系，优化电商产业生态，助力电商企业在商河茁壮成长，全力打造电商发展新高地。

未来，商河将继续以电商为支点，用“小切口”撬动“大发展”，把“转型升级”的美好蓝图变为高质量发展的“商河实践”。