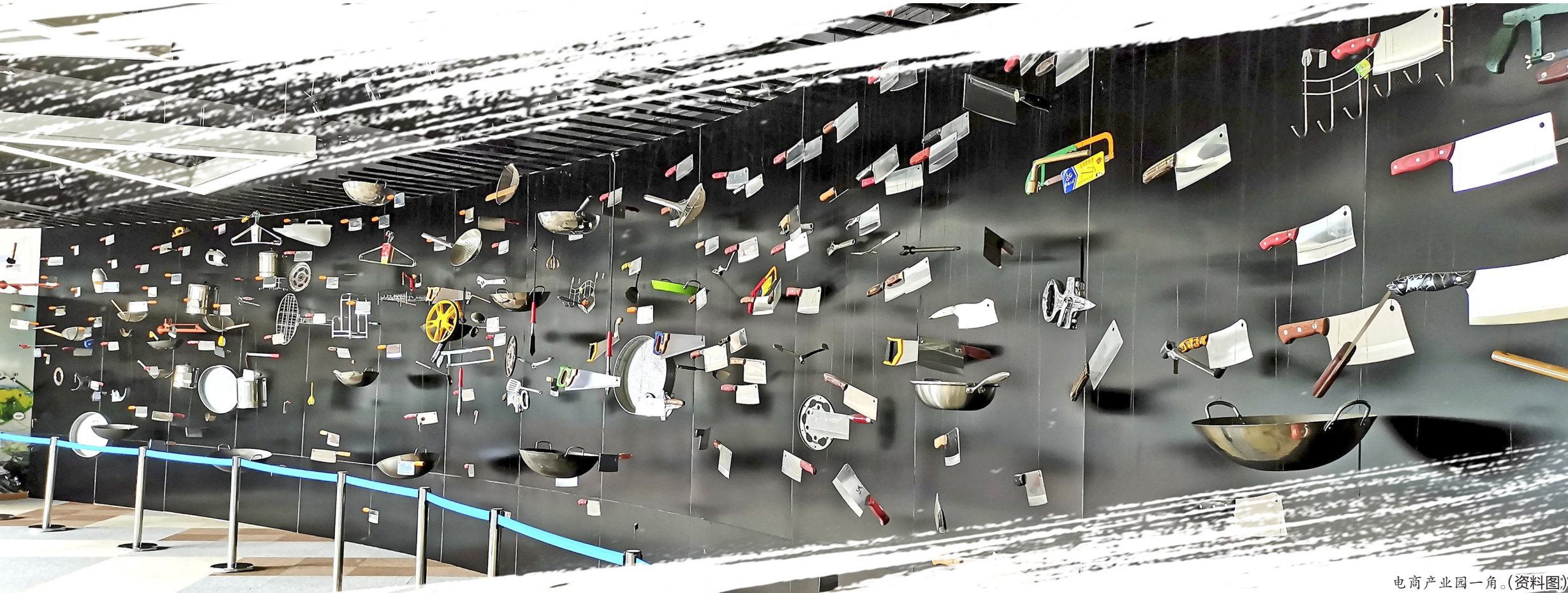




电商产业园一角。(资料图)

电商助力大足传统五金重焕活力

□ 新渝报记者 张玮 毛双 龚文韬 文/图

日前，商务部发布了“2022年增补国家电子商务示范基地”名单，大足电商产业园上榜。

据了解，商务部按照《国家电子商务示范基地综合评价办法》和《国家电子商务示范基地综合评价指标体系》，对现有141家国家电子商务示范基地和各地新推荐的72家其他优秀电子商务园区进行了综合评价。最终，从2021年至2022年连续两年由各地推荐的综合评价得分排名靠前的优秀电子商务园区中择优选出14家，增补为国家电子商务示范基地。

2017年开建，2018年开园，2022年成功创建国家电子商务示范基地，五年时间，大足依托产业数字创新，让传统五金产业重焕青春再显活力，大足电商产业园也乘风破浪，成功出圈！

大足五金与大足石刻相伴而生，更有“中国西部五金之都”的美名。上世纪90年代，受交通、物流、经营和购物环境的影响，大足五金出现了短暂颓势，生产和贸易量开始萎缩。为了重振产业辉煌，大足五金开始走上依靠科技推动产业转型升级的发展道路，大足电商产业园因此孕育而生。

2017年11月，大足区电商产业园启动建设，2018年5月建成开园。电商产业园以产业数字化转型及产城人融合发展为导向，结合国家城乡融合发展试验区建设需求，构建“数字驱动、工农互促、城乡互补、共同繁荣”的建设发展思路，逐步建立起以“重振雄风、

再创辉煌、赢得未来”为主题，以“重庆一流、西部领先、全国知名”为目标，以“电商资源整合、电商品牌培育、电商人才培养、电商平台建设、电商服务升级”为要点的服务体系。

短短五年时间，大足电商产业园已逐步形成“1+N+1”的B2B产业电商创新模式，即由一个品牌旗舰店以及N个经销商店铺构成多中心联合体，经内外贸一体化发展通道，建成面向国内市场、辐射国际市场的品牌站，实现线上目标市场的占领。

目前，该模式已初具规模、初显成效。2020年、2021年，全区网络零售额分别实现21.9亿元、28.1亿元，平均增速28%。产品由传统刀、剪、农用工具发展到日用五金、工具五金、建筑五金、农用机械、矿山机械、医疗器械、电力金具等12个大门类、320多个品种、2600样式花色的产品体系，形成优质的“天下大足”公共区域品牌，五金市场群电商充分释放了产业集群与电商赋能的叠加效应。

大足电商产业园更是连续4年荣获“重

庆市示范电子商务园区”称号；2019年大足区被确定为重庆市6个淘宝直播村试点区之一；2020年大足区电商产业园被评为市级网货生产基地。电商产业园效能突出、特色鲜明，对区域经济建设贡献明显。

“如今，大足五金产业走出了一条网络化销售、生态化治理和自动化改造的新路。”大足电商产业园总经理李科介绍，产业园助力五金产业复兴重启的实践探索在业内广为流传，受到社会各界的广泛关注和认可。



主播直播介绍刀具。



工作人员为产品拍照。



员工打包刀具产品。

延伸阅读

电商产业亟待弥补人才短板

2017年大足电商产业园开建，2018年开园，连续四年被评选为“重庆市示范电子商务园区”，2022年成功创建国家电子商务示范基地……电商产业高速发展的背后，人才短缺的短板也越发明显。从业者少、流失率大、队伍不稳定等问题，影响了电商产业园的发展，甚至阻碍了电商产业前进的步伐。

曾文权，成都人，从事电商行业9年。带着资金、运营团队，今年4月，他来到了大足电商产业园。“找电商人才难，找适宜中高端岗位的电商人才更是难上加难。”落户3个多月，他最大的感受就是，“这里有产业，有市场，但却没有与之匹配的电商人才。”

“主播难招。”曾文权说，直播间正式开播2个多月，虽然刚起步，销售额也不错，但4人的主播团队却换了两三轮。他们也一直在各处刊发招聘信息，却无人问津。忙不过来的时候，他就向朋友的公司借主播，有时自己还亲自上阵。

“曾文权面临的难题具有代表性。”李科坦言，类似主播这类基础的电商人才尚且难招，专业的运营人才在大足，更是一“将难求”。

李科透露，大足电商产业人才市场的缺口非常大，许多老板“被迫”搞起了运营，甚至当起了主播。电商人才缺乏，电商人才引进难、培训难、留住更难，特别是运营、美工、跨境电商、商务英语、直播电商、农村电商等实用性电商人才。

他认为，补上人才这块短板，是“电商换市”中必须迈过的一道坎儿，对大足的电商产业可持续发展至关重要。要突破这一瓶颈，必须从政策、资金等方面予以实质性支持。

“补缺人才短板，关键要做好外‘引’内‘培’。”李科说，如果没有政策支持，即便企业引来了专业人才，也很难将其留住。比如，相关部门可以为高层次电商人才制定出台相关政策，为其来足后的医疗、住房、子女入学等提供保障。

当然，光“引”是肯定不够的，专业化、针对性强的学习、培训也应当常态化。比如，在大足本地的高校中增设与电商相关的专业，让学生提前与电商企业对接，亲身参与电商运营。另一方面，相关部门还可以通过联办或委托协(商)会以及社会专业服务机构组织承办的模式开办培训学校，源源不断向电商产业输送人才。

七大功能区承载能力强 已入驻企业712家

大足电商产业园占地41.57万平方米，建成专业市场区、跨境电商区、仓储配送区、会议展览区、特色产品园区、公共服务区、直播电商区等七大功能区，并逐渐形成了“4532”的总体布局，即四核心区、五物流中心、三基地与两循环。

“四核心区”，即传统工业核心区、农村电商核心区、文化旅游核心区与跨境电商核心区。

“五物流中心”，即德恒多功能商贸物流中心、普洛斯综合物流中心、五金物流配送中心、文旅雕塑石材物流中心与在建的大足区电商快递分拨中心。

“三基地”，即淘宝大学渝西培训基地、重庆电信职业学院培训基地与重庆市九龙坡职业教育实训基地。

“两循环”，即国际国内大循环。

入驻企业方面，截至2021年底，电子商务企业682个，其中，涉农电商企业263个；截至2022年6月底，电子商务企业712个，其中，涉农电商企业277个；电子商务企业入驻率100%；电子商务企业增长率250%；入选全国商业科技创新应用优秀案例企业2个，省级电子商务示范企业7个，列入商务部“商贸流通业典型统计调查企业”的电子商务企业8个。

孵化358家企业 带动1700家制造企业上线

除了依托优势产业，大足电商产业园的成功还与专业化的服务密不可分。

大足电商产业园最大限度整合优势资源，建成了集企业孵化培育、创业培训、IT综合解决方案、信息资源共享、仓储物流、电商网络营销等服务为一体的综合性电商公共服务平台，致力于服务传统企业转型、培育高端电商人才、壮大天下大足公共品牌。

“我们重点从金融服务、人才服务、孵化服务以及公共服务四个方面入手。”李科介绍，电商产业园依托政策支持，为园内企业构建了广覆盖、多层次的金融供给体系。2021年，获得园区金融服务的电子商务企业180个，电子商务企业获得投融资总额73000万元；2022年上半年，获得园区金融服务的电子商务企业86个，获得投融资总额90518.3万元。

资金支持固然重要，人才培养也是关键。电商产业园着力提升人才综合服务保障能力，打造人才“引、育、留”的专业化、产业化服务平台。2021年，电子商务培训10918人次，输送电子商务人才178人；2022年上半年，电子商务培训3069人次，输送电子商务人才80人。

帮助企业孵化能力提升方面，电商产业园内设立了大足区创业孵化基地、跨境电商孵

化平台和众创空间等自主创业平台，采取专业导师“传帮带”创业孵化、龙头企业带薪保姆式孵化相结合的模式，提供电商代运营、开拓市场及培养人才等服务，帮助实现创业项目的转化与落地。据统计，2020-2022年期间，共孵化各类网企、网店124家。截至目前，大足区电商创业孵化园共孵化358家企业，孵化率达80.8%。入驻创业及就业人群主要覆盖初创人员、就业困难人员、高校毕业生等累计1000余人次，累计减免资金约300余万元。

“五年来，园区的公共服务能力也在不断完善。”李科介绍，围绕入驻企业、专业市场商贸商家的市场需求，园区构建了运营服务、电商供应链服务、短视频直播电商培训服务等电商专业服务体系，并分别成立了10个直播电商成长服务团队，全面对接国内主流直播电商官方平台，为传统商贸企业商家提供直播场地、官方认证、达人推荐等一站式、全流程直播电商专业服务，推动电商产业向专业化、流程化、生态化发展。

目前，园区内企业数量从最初的72发展到712家，同时带动1700余家制造企业进行内外贸线上经营，营造了全民参与电商经营的良好氛围。

培育电商发展环境 助力地方经济复苏

大足区委区政府高度重视电商产业园的发展，专门成立了发展领导小组，指导基地的建设发展，在党建建设、统计监测、专项扶持政策、宣传交流等方面取得了积极成效。

为了培育发展环境，大足区成立了电子商务产业发展领导小组和跨境电商专项领导小组，统筹指导全区电子商务发展，下设电子商务进农村、电商产业园特色运营等7个专项工作组，整合各行业领域内的发展资金、所辖国有企业的国有资金，支持全区电商产业发展。针对电子商务领域的突出问题，大足区还制定出台了相关的政策和文件。

电商产业园高度重视非公党建，专门成立了大足区网商协会等多个非公党支部，通过教育引导及政策激励，带动园区企

业积极参与非公党建活动。同时，加强廉政建设和党内监督，规范党内政治生活，构建亲、清型政商关系，做到思想常温、知识常新、制度常紧，严守底线、不越红线。

为坚决打好疫情防控和经济发展“双线战役”，园区组织各类企业，依托阿里巴巴旗下1688平台、大足云智慧市场和国内各类电商平台，成功举办了2021年3·28商人节和6.18双品网购节，助力地方经济强势复苏。其中，3·28商人节线上参与企业共计365家，同比增长5519.28%；实现线上交易额2.103亿元，同比增长16.19%；线上交易额在阿里巴巴1688全国线上家装建材市场中排名第10位。6.18双品网购节线上参与企业达469家，同比增长20.35%；实现线上交易额达1.81亿元，同比增长12.41%。

推动五金产业转型升级 形成区域电商新高地

大足五金产业历史悠久，目前已形成以制造重镇“龙水镇”为中心辐射16个镇街，涵盖日用五金、工具五金、建筑五金、家用五金、材料五金等10大类产品体系，具备五金材料、锻打、铸造、冲压、模具研发与制造、精密加工、表面处理、喷绘、五金产品检测等要素的完整产业链。

据统计，截至目前，大足电商产业园辅助以五金为主的传统行业企业开设网店3452个，区内登记注册的电子商务平台和商务、生活服务平台13个。2021年基地电子商务交易额56.81亿元，同比增长23%；网络零售额28.1亿元，同比增长28%。

大足电商产业园发展至今，离不开五金的产业优势，反过来，电商产业园的壮大，也对大足五金产业转型升级起到了积极的推动作用。

“电商产业园成立之初，我们做的事情

是‘企业生产什么卖什么’，而现在，面对多元化的需求，企业不得不思考市场需要什么。”李科说，为了抢占市场，许多企业都在作出改变。

以重庆桥丰五金制造有限公司为例，每一周，公司会根据直播间的反馈和电商销售数据，提前制定产品周计划，安排好下一周要卖的产品，不再是传统的大批量生产，然后慢慢降库存。

此外，大足区电商创业孵化园坚持“大众创业、万众创新”发展思路，通过提供优质服务、优化营商环境、加强协同协作，进一步发挥孵化园在科学培训培育、鼓励创新创业、推动产业融合等方面的引领作用，推动构建产业链完整、功能齐全、特色明显的电商产业集聚基地，形成区域电商发展新高地，逐步增强对电子商务产业的支撑引领和辐射带动作用。