



11月20日,金山镇天河村电商直播间,主播手持佛手梨向镜头展示。新渝报记者 霍俊 摄



“小邱书记”直播助农。受访者供图



10月24日,大足电商产业园里,五金企业“足铁匠”正在直播带货。新渝报记者 谢凤 摄

大足引来人才“活水” 浇灌电商“绿洲”

□ 新渝报记者 谢凤

截至今年10月,超5000名电商人才汇聚,2000多家电商企业扎根,带动就业创业2万余人;2024年电商交易额突破369亿元,同比增长7.2%——这组跃动的数字,见证了大足区从电商“人才荒漠”到“人才绿洲”的蝶变。

在数字经济的浪潮中,电商已不再是沿海地区的“专利”。深处成渝双城经济圈核心腹地的大足区,凭借一套系统精准的人才集聚“组合拳”,成功破解了内陆地区电商人才“引不来、育不强、留不住”的困局,为区域高质量发展注入强劲动能。

筑巢引凤 打造人才汇聚“强磁场”

11月25日上午,大足石刻文创园抖音直播运营中心里,一场珠宝直播正在火热进行。这个抖音官方认证的国内第32个玉石门类直播基地,从落地到投用仅半个月,试运营5个月,销售额突破4000万元。

亮眼成绩的背后,是专业团队的支撑。经过大足区全力招引,今年,有着珠宝玉石门类直播丰富经验的方智峰团队来到大足,负责大足石刻文创园抖音直播运营中心。从最初的5人到如今的30余人,方智峰团队不断壮大,并与大足石刻文创园携手,通过开展培训、优先就业、扶持创业、深入合作等方式培育大足本地电商人才,聚力将中心打造为成渝地区双城经济圈具有区域影响力的电商直播基地和电商人才摇篮。

大足石刻文创园电商产业崛起,正是大足区通过招商引资和招才引智联动,实现人才与项目同步落地的生动缩影。

“我们曾面临电商人才找不着、引不来、留不住的困境。”大足区委人才办负责人坦言,为破解这一难题,大足区通过构筑人才“蓄水池”、扩大人才“朋友圈”、拓宽引才“新渠道”三大举措,激活本土电商人才的“自我造血”功能。

一场覆盖全区的精准摸排率先展开。依托“数据筛查+调研走访+协会联动”机制,大足系统摸排直播运营人才1067人,粉丝过万账号438个。在此基础上,建立了31个动态更新的电商人才数据库,覆盖企业558家、人才3100余人。同时,实施“农村人才返乡创业工程”,成功回引具备直播技能与供应链管理经验的返乡人才660人。

在扩大人才“朋友圈”方面,大足区建立“柔性聘任+项目合作+技术指导”多元引才机制,与79位电商专家建立合作,解决技术难题200余项。针对五金刀具产业,专家提出“短视频+工厂溯源”策略,推动企业平均涨粉20%。联动古藤匠、邓家刀等标杆企业,组建“企业导师团”,实训孵化本土人才。

更值得一提的是,大足区依托在外商协会、同学会、老乡会等200余个社会组织建立“双招双引”联络网,成立专班

对接杭州、广州等电商发达城市及西安交通大学等高校,通过招聘会、恳谈会等形式,成功回引电商人才100余人,带动项目资金6亿元。

精准培育 构建梯队成长“新路径”

西装草帽切换自如,狂飙金句让城里人笑着下单、村里人笑着数钱,每声“乖乖”都是“小邱书记”与大家的见面礼……今年5月以来,棠香街道和平村党总支书记、村委会主任邱志洪通过上演乡村“霸总”火出圈。“小邱书记”不仅成了选调生支援乡村振兴的真实写照,更成为了以直播电商助农增收的先锋榜样。

“火不是目的,而是要开辟一条助农新路,还要通过镜头让更多人看到大足的大美乡村。”谈起拍摄短视频的初衷,邱志洪坦言,村里的五星枇杷曾面临滞销困境,看着烂在树上的枇杷,他和村民一样痛心疾首。在大足区相关部门和棠香街道的大力支持下,他开始探索拍摄短视频,在收获粉丝的基础上,通过直播带货帮助村民和种植户销售玉米、贝贝南瓜、菜籽油等农特产品,从而吸引了更多投资流向和平村。

“我从新媒体门外汉成长为能独立策划直播的主播,除了不断的摸索和尝试,还得益于‘1+3+7’带教计划。”邱志洪深有感触地说。他所提及的“1+3+7”模式,是大足区与董宇辉团队等头部主播合作推出的带教机制——由1名头部主播带领3名本土主播,每周进行7小时深度指导,内容覆盖选品逻辑、直播话术、流量运营等核心技能。在这一机制推动下,大足区已成功培育215名本土“标杆主播”,形成电商产业的“塔尖”力量。同时,大足区积极与知名高校、科研院所合作,培养技术研发工程师、跨境选品顾问等复合型人才15人,协助企业攻克“石墨烯抗菌涂层”等技术难题63项,研发“旋风锤纹精铁锅”等爆款产品568个。

在“塔身”层面,大足区整合政府、企业、高校三方资源,推行“3+2”培养模式(3天理论+2天跟岗),开设电商运营、视频剪辑、主播技巧等专题培训班120余期,培训超6000人次,成功孵化“腰部网红”300余人。此外,通过“电商人才孵化园”与订单班,定向为企业输送人才244人,显著提升人才与产业的适配度。

针对“塔基”人群,包括企业普工、农村留守妇女等,大足区开展“1+X”短期培训(1天集中授课+X天实操跟学),聚焦手机开店“三步法”、基础直播话术、短视频拍摄等基础内容,开展“田间课堂”“车间教学”等场景化培训。针对企业电商主管、返乡创业青年等有一定经验群体,开展“技能提升+资源对接”培训,含“私域流量运营”“跨境电商平台规则”等进阶课程,推动“塔基”人才向上跃升。

生态留才 营造近悦远来“暖心巢”

最近,重庆渝猫科技有限公司执行董事、阿里巴巴大足服务中心负责人李科正在招募并培养一批年轻电商人才,他们将为大足五金产业注入创新活力,助力更多企业进军跨境电商。

2017年,大足电商产业园引进了一批像李科一样的电商专业人才,在这批人才的助力下,园区成功摘得“国家电子商务示范基地”金字招牌。如今,李科已扎根大足8年,大足电商产业园已构建起“1+N+1”的B2B创新电商模式。2024年,园区实现电商交易额62.79亿元,其中网络零售额32.12亿元;产业园累计电商交易额374.19亿元,培训5600余人次,成功孵化网红300余人。

“想让世界听见中国小镇的声音”,是李科深耕大足的初心,也是大足区人才生态的吸引力所在。

人才不仅要引进来,更要留得住、发展好。

大足区围绕电商人才全生命周期需求,构建起“1+N”政策支持体系,涵盖



10月27日,大足石刻文创园抖音直播运营中心负责人方智峰在选品。新渝报记者 谢凤 摄



“数智破局·巅峰共赢”2025抖音官方重点头部商家论坛(重庆站)在大足举行,抖音电商平台专家,解析直播与投流实战技巧等。(新渝报资料图)



成渝新电商高质量发展资源对接交流活动,助力两地资源融合与产业协同。(新渝报资料图)

《大足区推动电商产业高质量发展若干政策》《大足区引进高层次人才“一事一议”实施规则(试行)》等,从引进、培养到评价、使用,提供全过程政策护航。

资金支持同步强化。设立150万元电子商务发展专项资金和600万元人才发展专项资金,系统推进电商人才队伍建设。通过“实地走访+问卷调查+个别座谈”,建立“一企一档”需求库,精准匹配政策资源,协助企业争取项目资金达3亿元。聚焦农村电商与乡村振兴融合,实施8个专项资金项目,培育电商人才1900名,打造区域品牌43个。

在服务优化方面,大足区依托“党建+渝才荟”打造“云端”电商人才服务中心,集成政策申报、培训报名、需求发布等12项功能,实现“线上提交—自动匹配—快速审批—实时反馈”全流程闭环服务。电商人才凭“人才码”即可享受创新创业、交通旅游、安居康养等便捷服务,累计使用达2.78万人次。“区级领导+行业专家”结对帮联机制,则切实解决了企业直播审批慢、物流成本高等各类难题70余件。

人才赋能 激活区域发展“一池春水”

电商人才的集聚,不仅推动了交易额的增长,更深刻改变了大足的产业生态与城乡面貌。

紧扣“石刻之乡、五金之都、重汽摇篮、中国钼都”四张区域名片,大足区推动“人才+产业+电商”深度融合,培育专业主播团队904个,打造“大足好礼”“大足好物”等电商品牌40余个。其中,“古藤匠厨具”积极拥抱新电商,成立不到1年销售额即突破3000万元,2024年快速突破1.7亿元,其中,直播电商占比超80%,成为业绩增长核心动力,在抖音厨具行业长期排名前3位;“尊香园皮蛋”通过“溯源直播+专家推荐”模式,年销售额从300万元跃升至1200万元,获央视农业频道报道。

在跨境电商领域,大足区依托国家级市场采购贸易方式试点,打造市级跨境电商企业孵化园,建成跨境电商综合服务中心,培养专业人才100余人,为阿里巴巴国际站、亚马逊等73家企业提供“一站式”服务,实现跨境电商交易额5670余万元,同比增长15.5%。

更深远的影响体现在就业创业层面。大足区构建起“区级电商产业园+镇级电商综合服务站+村级电商直播平台”三级服务阵地,建成电商服务平台483个,深入乡村、企业开展电商技能培训,推动群众实现“家门口就业”。截至目前,全区培育电商企业1432家,带动就业创业1.1万余人。

以才兴产、以产促才。在这场无声的人才争夺战中,大足区将更加坚定发展自信与转型决心,加快构建高素质电商人才队伍,推动电商新业态、新模式蓬勃发展,谱写区域产业高质量升级的新篇章。

记者手记

□ 谢凤

新人才引爆新产业

当369亿元的电商年交易额从一个内陆区县诞生,当“古藤匠厨具”在短短数年间实现从零到亿元的跨越,当“小邱书记”的乡音通过直播间传遍大江南北——我们看到的不仅是数字的增长,更是一种新型人才与新型产业双向奔赴、相互成就的生动实践。

大足的电商崛起之路,首先在于打破了传统人才观的桎梏。在普遍将人才视为“引进对象”的思维定势下,大足构建了一套“人才生态体系”。从精准摸排建立的31个动态人才数据库到“柔性聘任+项目合作”的多元引才机制,从“1+3+7”头部主播带教模式到覆盖“塔尖—塔身—塔基”的三级培育体系,不再是简单的人才政策堆砌,而是将人才发展内化为区域发展的核心引擎。

更值得称道的是,大足探索出了“人才赋能产业,产业重塑人才”的良性循环。五金、石雕、农特产——这些传统产业在电商人才的催化下,完成了从“产品”到“品牌”的价值跃升。“古藤匠”通过直播电商实现超80%的销售占比,改变了厨具行业的销售模式,重塑了产品的价值逻辑;“尊香园皮蛋”借助溯源直播实现销售额4倍增长,证明传统农产品同样可以在新电商中找到爆点。这些案例表明,新型人才的价值不仅仅在于他们掌握的技术,更在于他们重塑产业的能力。

大足的实践还告诉我们,数字经济时代的人才竞争,本质上是人才生态的竞争。150万元电商专项资金与600万元人才资金的协同投入,“人才码”集成的12项便捷服务,“区级领导+行业专家”的结对帮联……这些举措共同构成了让人才“近悦远来”的微环境。李科扎根大足8年,从服务者成长为生态建设者;方智峰团队半个月落地、5个月创造超4000万元销售额……这些个体的选择背后,是人才生态的强大吸引力。

在成渝地区双城经济圈建设的大背景下,大足的实践具有超越区域的意义。它证明内陆地区完全可以通过构建特色人才生态,实现从“跟跑”到“并跑”甚至“领跑”的跨越。当人才与产业同频共振,高质量发展就不再是遥远的目标,而是每天都在发生的现实。

在人工智能、跨境电商等新业态不断涌现的今天,如何保持人才生态的开放性与进化能力,将是其持续“领跑”的关键。但可以肯定的是,大足已经找到了一把钥匙,并且,大足的精彩故事还在继续。