



高水平开放调研行

提到陕西省武功县的名人,你会想到谁?是中华农业初祖后稷,还是持节牧羊的苏武?历史已经沉淀,新篇正在开启。武功“电商人”的知名度正在不断提高,成为武功县的新名片。在武功这个西部县城,目前已有大约1.6万人在从事电商工作,在电商产业链上下游就业的大约有4万人,这5.6万人占全县人口比例约为17.6%。正是在这批电商人的不懈努力下,武功电商从无到有,从国内电商到跨境电商,武功这个西部县城正在数字丝路上一路狂飙。今天,我们就走进这座西部电商之城,看看其发展跨境电商的“武功秘籍”——

在数字丝路上狂飙的西部县城——

武功秘籍持续更新中

■ 本报记者 张凡

进击之路



受访者供图

从杨凌南站出发到武功县走高速公路大约需要二十多分钟。在这段路程的最后也就是武功高速公路出口处,矗立着一座大楼,“武功电商”四个红色大字十分醒目,在进入县城后,路边电灯杆上的标语“中华农都 电商新城”进一步彰显着电商在这座县城的地位。

2013年,武功县委县政府为解决农产品“卖难买难”和市场信息不对称问题,决定以电子商务为突破口。由此,武功县发展电商的序幕正式开启,并将电商作为“一把手”工程延续至今。这十年来,历届武功县委县政府领导对电商发展的重视程度日益提高,不断推出、优化支持政策,为电商企业发展提供服务和保障。

除了发展电商起步早这一因素外,区位优势也是武功县电商得以迅速发展的另一重要因素。而且在

基础设施日益完善、互联网大面积普及、加快建设全国统一大市场的背景下,其物流枢纽优势正通过电商产业在西部地区不断凸显。

摊开地图来看,武功县地处关中平原腹地、中国几何中心,陇海铁路、连霍高速、西宝中线、西宝北线穿境而过,而且武功县距西北最大的空港——西安咸阳国际机场仅40分钟车程,具有12小时之内通达海、连通国际的交通保障能力。因此,武功县成为关中地区重要的交通枢纽和物资集散地,也是“关中—天水经济区”核心区域之一。

“4000年前,西北地区的人们在武功赤水河畔进行骡马交易。近十年来,西部地区农产品企业将武功县作为商品集散地,在此设立仓库和生产加工中心,将西部地区优质农产品通过武功发往全国,从中华农都到电商新城,武功做电商是有迹可循的。”

武功县电子商务服务中心副主任王雷说,特别是武功县始终将电商产业发展作为“一把手”工程来抓,一张蓝图绘到底,将优化营商环境作为产业发展的“秘籍”,努力营造电商产业发展的良好生态,这都为电商产业蓬勃发展奠定了良好基础。

陕西初农农业有限公司是武功县电商发展的见证者、参与者之一。在该公司厂房内,一批女工正在将套袋水果装箱。如果你细心一点的话就会发现,女工身边堆积的包装箱上都印着“免费领水果 助果农增收”。显然,她们正在包装的水果将用于风靡电商平台的浇水领水果活动。据介绍,在加入电商大军之后,该公司年销售额从1000万元增长到2亿元左右,产品也从西北地区走向全国各地。

陕西源疆食品有限公司也是与武功县电商共同成长的企业,其年

销售额在1.5亿元左右,各类产品在武功县加工后销往全国各地。该公司厂房内的标语“买西北、卖全国”“武功产、武功造”则显示着武功电商发展模式已经悄然发生变化。

“武功县电商发展经历了三个阶段,第一个阶段是‘买西北、卖全国’,第二个阶段是‘卖什么、造什么’再到第三个阶段的‘武功产、武功造’。在起初,电商只是一种销售渠道,后来随着产品渠道的畅通,物流枢纽优势的不断凸显,电商在武功已经成为一个特色产业,形成了完善的上下游配套产业链,涉及加工制造、物流、销售、客服等行业。如今的武功电商已经成为富民强县的首位产业。”王雷介绍说,武功全县汇聚电商企业390家,拥有京东、顺丰、韵达等快递企业40余家,全国前十名的快递公司申通、圆通、韵达、顺丰以及德邦、安能等物流公司相继落户武功,以跨境电商孵化展示中心为核心的县域跨境电商产业体系正在向武功聚集。此外,武功县高新技术产业开发区里专门设立了电商产业园作为特色园区发展,武功县委、县政府每年列支专项经费支持激励电商产业发展。

现在来看,电商不仅解决了农产品卖难的问题,也降低了国际贸易的成本。作为一个西北县城,武功县的外贸体量较小,但跨境电商给武功县融入“一带一路”,进一步对外开放带来了新的可能。为此,武功县电商发展提出了“立足陕西、辐射西北、面向丝绸之路经济带”的定位,推动县域跨境电商发展。数据显示,2022年武功县全县对外贸易总额1.4亿元,其中电商外贸1.2亿元,与往年相比增速较快;2023年上半年全县对外贸易总额0.7亿元,其中电商外贸0.62亿元。



受访者供图

还是说回武功电商人吧。在武功县云创智境网络科技有限公司办公室,一批青年男女在这里从事跨境电商企业的平台运营、企业孵化等工作,青春洋溢是这里的代名词。

马佳妮就是负责运营电商店铺的女孩之一,她近期刚刚完成了一个大单,成就感满满,“一个美国客户可能是刚买了别墅,需要装点一下,然后在我们店铺下单,这一批订单有几十万元的销售额。他买的那些都是生活用品,如睡衣、厨房用具等等。”

像这样的订单,在马佳妮所在的公司也是司空见惯的,比如垃圾桶、剪刀等这些日用品,经过跨境平台后价格往往都是翻几倍。

在主打农产品电商的武功县,这家公司却主打轻工业产品,还能取得如此好的成绩,让马佳妮十分骄傲,“作为在武功本土成长的电商企业,我们公司丰富了电商的产业结构。”

马佳妮的骄傲还来自于她对业务的熟练。从对中国制造、供应链优势的宏观分析,到国内市场内卷、海外市场是蓝海的行业洞察,再到利用大数据对客户进行画像、差异化定价的营销技巧,她都可以娓娓道来。

像这样的人才,武功县的跨境电商企业都是求贤若渴。“我们企业发展最大的问题就是人才问题。要么企业培养人才的周期长、投入大,要么留不住人才。”马佳妮说,目前武功县也在积极想办法,例如通过校企合作来培育人才,积极与共青团咸阳市委沟通,组织企业前往高校举办招聘、宣讲活动等。

随着电商产业特别是跨境电商在武功县日益普及,武功县及周边地区的就业结构也发生了改变。目前,武功县已有大约5.6万人直接从事电商工作或在电商产业链上下游就业,占全县人口比例约为17.6%。无论是在生产线上加工、包装的女工,还是坐在办公室运营平台、做客服工作的男女青年,都在为擦亮武功电商名片贡献着力量。

云创智境网络科技有限公司目前已经发展成为拥有在职人员100余人,业务涵盖企业管理、跨境电商、仓库中转、海外仓、供应链分销等领域的平台型企业,其平台产品主要销往美国、加拿大、墨西哥、英国、德国、法国、意大利、西班牙等十多个国家和地区,年出口销售额达6000万元。

除了组织举办跨境电商人才培养来不断壮大人才队伍之外,武功县电子商务服务中心也通过举办电商运动会等形式来激发电商从业者的热情。

“我们上学时的班级什么时候最有凝聚力、荣誉感?是在运动会上。我想对于电商企业也是如此。”武功县电商服务中心工作人员任敏说,以“武功十年看电商 青春飞扬展风采”为主题的趣味运动会于5月25日成功举办,共10余支队伍200余人参与。通过拔河、百米跳绳、羽毛球、快速打包等8个趣味项目,展现了武功电商领域从业者团结拼搏、锐意进取的精神风貌。

这次趣味运动会不仅达到了让电商员工增强体质、娱乐身心的目的,同时也增强了各电商企业间的凝聚力,加强了彼此间的团结协作精神,为武功电商发展取得新的更大突破集聚更多人才要素。

三板斧



本报记者 张凡 摄

蜂蜜、茶叶、豆浆粉、亚麻籽油、果干、面粉、土鸡蛋、火龙果、猕猴桃……在武功县西北网红直播基地,展示大厅里不仅摆满了周边地区的农特产品,还有“武功产、武功造”的产品。这些产品种类繁多,包装精美,在各个电商平台上都是抢手货。

而在距此不远的陕西美农网络科技有限公司的院子里,几辆快递货车正停在厂房边,传送带正在快速转动,传送带上的工人们熟练地将产品封箱后送上传送带。来自美国的开心果、土耳其的无花果干、伊朗的藏红花、叙利亚的玫瑰花在这里经过加工后走向全国各地,来自我国西部地区的小米、核桃等产品也在此经过加工和包装后走向中亚、东南亚等地区。

陕西美农网络科技有限公司主营干果、坚果、零食类产品,也是国内农产品电商领域知名度较高的电子商务公司,已入驻网上百家电商平台并拥有300多家店铺。目前,该公司在武功建立了占地81亩的供应链基地,仓储面积约30000

平方米,其中冷冻仓库12000平方米,日处理订单能力可达10万多单,年发货量超1000万单,年销售额超过5亿元。

“我们的进出口业务起源于武功县。公司探索出的一些进出口业务经验也复制到美农其他子公司。”陕西美农网络科技有限公司旗下的进出口企业西安西域农食食品有限责任公司负责人苏博介绍说。

在苏博看来,产品要取得好的销量和口碑,需要在精准把握客户需求方面下功夫,“例如,我们在向国内客户推荐大马士革玫瑰花时,会搭配一个碟子,再做好精美包装。伊朗的藏红花品质更优,具有活血化淤祛斑的功效,一定程度上还会起到美容的作用,但是它却不适用于生理期的女性。针对这一问题,我们加大研发力度,让藏红花和其他品类搭配食用。再如,在国外市场,我们出口的客户群体早期主要是海外华侨华人,他们更易接受国内农产品,在打开一定知名度后,再选择一些当地网红向当地人群推广。”

正因为有了陕西美农网络科技有限公司这样的龙头企业树立的标杆,武功县开始鼓励电商企业放大市场格局,积极抢占全球市场,利用众多跨境电商平台、中欧班列等渠道开展跨境业务,促使武功县电商产业多元化发展,与国内电商产业巨头齐头并进。

南非共产党总书记索利·马派拉带领南非共产党高级干部考察团4月23日到武功县考察电子商务工作时,就对武功县电商发展模式表示赞许,他希望南非企业借鉴学习武功县企业的发展经验。这是对武功着力构建“南有义乌小商品,北有武功农产品”电商发展新格局的肯定。

放眼望去,在广袤的中国大地上,有许多和义乌市、武功县一样,依靠初期的集散地优势切入电商赛道,业务做得风生水起的县城,给县域经济发展注入新的活力。但由于进入农产品电商赛道的门槛较低,同质化现象也日益严重。因此,如何在县域电商、跨境电商的竞争中立于不败之地,成为摆在武功县面前的课题。在王雷看来,武功县需要在持续优化营商环境的基础上,坚持用好市场化、正规化、品牌化这三板斧,提高电商产业竞争力。

市场化是指尊重市场规律,根据市场动态调整支持政策。用王雷的话来说就是,企业本身是通过市场化的机制来运作的,市场会告诉它这个产业应该往哪个方向走,而不是政府要求这个产业往哪走,政府的职责是政策支持和保驾护航,“市场告诉企业说,现在只做初级农产品不行了,不上生产线可能就要被市场淘汰,企业一定会根据市场

需求提升核心竞争力,比如做产品深加工等等。我们要做的就是调研、学习和全方位服务,根据全国产业发展趋势和武功县电商产业发展实际需求及时进行支持政策调整、服务方向转变等。我们每三年就会对支持激励政策进行更新迭代。”

正规化是指引导企业走正规化之路。王雷注意到,许多电商企业起步的时候,实际上是家族式的发展模式,这需要引导企业摒弃这种做法,走正规化、市场化的发展道路。目前,武功县电子商务服务中心的一项工作就是引导企业以市场化的方式聚人才,用标准化、制度化、现代化的企业管理模式来支持企业行稳致远。

品牌化是指引导企业建设知名品牌。企业对产品实行品牌化、差异化的区分,这对于企业提高产品附加值和竞争力是有一定的支撑作用的。因此,武功县电子商务服务中心正引导企业走品牌化之路,无论是在提升设计包装方面的水平方面,还是在提升产品品质上,都在下功夫作出改变。

“义乌、武功都是区域概念,小商品和农产品则是无地域限制的产品,‘南有义乌小商品,北有武功农产品’这句话的重点在产品。”王雷表示,武功县围绕打造西部最大的电商枢纽中心和农副产品线上线下集散地目标,以创建西北电商特色小镇为引领,不断发展壮大以农副产品精深加工为主的电商物流首位产业,鼓励支持电商企业以“武功销售带动生产制造”,推动西部地区农副产品武功前置仓集群发展,进一步夯实电商发展的基础。

未完待续



本报记者 张凡 摄

从区域优势到人才优势再到产业生态优势,经过10年的发展,武功县营造了电商产业发展的良好环境,为跨境电商蓬勃发展提供了保障。如今,在我国高水平对外开放的带动下,特别是杨凌自贸片区和综合保税区、西安国际陆港(中欧班列)所产生的政策溢出效应,让武功县跨境电商发展再次迎来新的机遇。

目前,武功县正在实施“四个一”跨境电商发展战略,即培养一

批跨境电商运营人才、孵化一批跨境电商企业、招引一批跨境电商平台、形成一套跨境电商运营模式,将武功县打造成陕西乃至西北地区县域跨境电商产业发展新高地,让更多商品通过跨境平台走向国门、走向世界。

让武功这个西部县城在数字丝路上继续狂飙吧。与此同时,我们希望武功的秘籍可以持续更新迭代下去,让更多的人看到、学到、用到。