

运用“互联网思维”，引导村组干部群众转变发展观念。对电子商务不了解、电商人才缺乏，是当前“电商扶贫”面临的共性问题。驻村扶贫工作人员和大学生村官，应适应“电商扶贫”工作需要，主动学习电子商务相关知识，积极参加有关部门组织的电子商务方面的培训，做到学网、懂网、熟网、用网。同时，深刻领会创新、共享、共建的“互联网思维”，掌握“互联网+”远程、快捷、分享等特点，引导村组干部、建档立卡贫困户转变发展观念。充分利用国家出台的相关“电商扶贫”政策，推动各类资源向贫困地区“集”和“散”，改变贫困地区的市场基因，打通“工业品下乡、农产品进城”之路，用实际行动展现驻村扶贫工作人员和大学生村官敢于开拓创新、敢于攻坚克难的责任担当。

挖掘当地特色，培育适合网销的农特产品。农村发展电商，首先要拿得出优质过硬的农特产品。如何发现有网销市场前景又具有区域品牌效应的农特产品？这就需要驻村扶贫工作人员和大学生村官深入实际、深入基层、深入群众，了解掌握当地农特产品发展情况、发展优势。按照“一村一品”的要求，围绕当地独特的农业资源做深度调研，明确发展目标和定位，挖掘、培育出本地区适合网销的农特产品。帮助和指导建档立卡贫困户按照行业标准生产优质农特产品，打造成独特、特有、特色“三特”农产品，形成一定规模的生产加工链条，为农特产品上行提供丰富的货源。不断提升当地农特产品的网销竞争优势，让深藏于贫困山区的

身为脱贫攻坚第一线的驻村扶贫工作人员和大学生村官，如何在“电商扶贫”中积极发挥自身优势？

勇做电商扶贫开拓者

李少波

优质农特产品，通过“互联网”走向大市场。

积极联系电商平台，推动当地农特产品上行。县域电子商务平台是实现农特产品上行、“电商扶贫”的重要供应链渠道，目前全国很多县（市）都有县级电子商务公共服务中心，还聘请了专业的电子商务运营商入驻中心，负责承接本县市农特产品上行电商运营相关工作。驻村扶贫工作人员和大学生村官要围绕本地区的农特产品上行，积极联系政府搭建的县级电子商务服务平台，向电商平台推介自己所掌握的当地优质农特产品和资源，并邀请电商平台的负责人到所在乡镇、村委会，了解当地农特产品的情况。主动为电商平台和农特企业、专业合作社搭桥牵线，共同把脉

本地农特产品上行的问题和困难。同时，根据前期市场反馈，指导和帮助建档立卡贫困户、合作社调整种植规模、完善加工环节，初步形成规模化、品牌化、标准化农特产品生产加工模式，为农特产品上行、电商扶贫打牢基础。

协助企业和合作社，重视“三品一标”认证。“三品一标”农产品（即：无公害食品、绿色食品、有机农产品和农产品地理标志），是政府主导的安全优质农产品公共品牌，是当前农产品生产消费的主导产品，是传统农业向现代农业转变的重要标志。要让优质农特产品在竞争激烈的市场中脱颖而出，进入公众消费视野，符合淘宝、京东等电商平台对农特产品上行的相关要求，就需要对农特产品进行“三品一标”的认证。据了解，大多数农特企业、合作社生产加工的农特产品，普遍缺乏“三品一标”认证，成为制约农特产品上行的瓶颈。针对这一情况，驻村扶贫工作人员和大学生村官要学习掌握“三品一标”认证流程，帮助农特企业、合作社的负责人认识到“三品一标”认证在农特产品上行、“电商扶贫”中的重要性，积极协助企业、合作社完成“三品一标”农特产品的培育认证，为当地农特产品上行、电商扶贫打通关键的“最后一公里”。

发展农村电商天地广阔，实施“电商扶贫”任重道远。驻村工作人员及大学生村官应成为推动农村电商发展的重要力量，切实扛起责任，让更多农产品走出去，让更多农民群众分享到互联网经济发展的红利。

（作者系麻栗坡县县委常委、驻村工作队副队长）