



交通助力与平台便捷双管齐下,西藏的电商从曾经的“等靠要”到如今的“主动创”,西藏借助电商平台,不仅实现了收入的增加,更实现了跨越式的成长。林芝姑娘次仁吉等创业者把握机遇,将西藏的农产品推向了全国乃至全球。多样化的电商模式、丰富的“吸睛”活动、西藏首届直播电商大赛的举行……为西藏电商发展注入新活力。如今,西藏电商展现出全球化视野,区内产品外销如潮,国际产品内销火热,不仅促进了经济繁荣,更提升了人民生活水平,实现多元化消费选择。

文/记者 旦增玉珍 图/资料图

从“等靠要”到“主动创”

西藏电商发展迅猛 农产品畅销国内外

便捷交通+电商平台:西藏电商发展的双引擎

在林芝姑娘次仁吉的记忆中,网购曾经是一件遥不可及的事情。那时的她,只能前往县城购买日常用品,村里也几乎没有快递。然而,随着西藏交通网络的不断完善和电商平台的日益便捷,这一切发生了翻天覆地的变化。

近年来,西藏的交通建设取得了显著成就,地市间交通更加便捷,为农产品的外销打通了“任督二脉”。与此同时,各大电商平台为市民群众提供

了更加便捷、高效的购物方式。

次仁吉正是这场变革中的受益者之一。她敏锐地发现了其中的商机,毅然辞去了在拉萨的稳定工作,回到家乡成为了一名助农主播。

在次仁吉的直播间里,林芝的苹果、易贡辣椒和蜂蜜等农特产品备受青睐。她凭借丰富的产品知识和真诚的直播风格,赢得了众多消费者的喜爱。而这一切的背后,离不开交通的助力和平台

的便捷。也正是这两大因素的共同作用,让西藏的农产品得以走出高原,走向全国乃至全球市场。

随着电商的快速发展,西藏的农产品不再局限于本地市场,而是搭上了电商的快车,走向全国乃至全球市场。数据显示,2024年1至11月,西藏农村电商实现网上零售额424亿元,同比增长3273%。全区农产品实现网上零售额744亿元,其中直播电商的贡献不可小觑。

不同模式+“吸睛”活动:激发电商发展新活力

在西藏电商的发展过程中,不同模式的探索和“吸睛”活动的举办成为激发新活力的关键。西藏自治区商务厅积极作为,不断推出创新举措,为西藏电商的发展注入了强劲动力。

西藏首届直播电商大赛便是一个生动的例子。在为期24天的赛程内,来自西藏近60个县区的162名主播直播带货销售额突破千万元。这场大赛不仅带动了冬虫夏草、肉干肉脯、灵芝产品等西藏农特产品的销售,更充分展示了直播电商在

促进消费、推动“藏品出藏”等方面的巨大潜力。

拉萨德丽瑟商贸有限公司总经理德吉卓玛便是大赛中的佼佼者。她的公司依靠传统销售渠道起家,但五年前进入直播电商赛道后,每年直播营业额达四千万元以上。德吉卓玛表示,直播架起了企业和消费者沟通的桥梁,能够更直接地反馈产品效果和消费者的新需求,促进了企业和品牌的成长。

除了直播电商大赛外,西藏还积极探索“展会+电商”等新模式。在第44届雅砻物资交流会上

上,电商销售额达2506万元,上市商品累计成交额达67646.399万元。这些模式的创新和实践,为西藏电商的发展提供了更加多元化的路径选择。

同时,“吸睛”活动的举办也是激发电商发展新活力的重要手段。西藏自治区商务厅通过举办各类促销活动、电商游学等活动,不断提升电商人才的专业水平和市场竞争力。这些活动的举办,不仅丰富了西藏电商的内涵和外延,更为西藏电商的发展注入了新的活力和动力。

区内产品外销快+国际产品内销旺:西藏电商的全球化视野

在西藏电商的发展过程中,区内产品外销快和国际产品内销旺成为其全球化视野的生动体现。随着西藏电商的不断发展和完善,越来越多的区内产品得以走出高原,走向世界市场。

山南市的矮化苹果便是其中的佼佼者。这种曾经“藏在深闺人未识”的优质水果,如今已经成功打入南亚市场。据了解,2024年前11个月,西藏农特产品出口超1亿元,同比增长超20%。拉萨青

稞白酒、日喀则活羊、山南苹果等越来越多的“藏”字号农特产品受到国际市场青睐。

与此同时,国际产品也在西藏电商平台上实现了内销旺。拉萨经开区综合保税区开设的跨境电商实体店自试运营起便广受市民喜爱。这些店铺不仅提供了更加物美价廉、货真价实的跨境商品,更为本地市民提供了更加方便快捷的购物体验。

在全球化的大背景下,西藏电商正逐步形成区内产品外销快、国际产品内销旺的局面。这不仅为西藏经济的发展注入了新的活力,更为西藏人民提供了更加多元化的消费选择。通过电商平台,西藏人民可以轻松地购买到来自世界各地的优质商品。同时,他们也可以将自己的农产品推向更广阔的市场,实现收入的增加和生活水平的提升。

