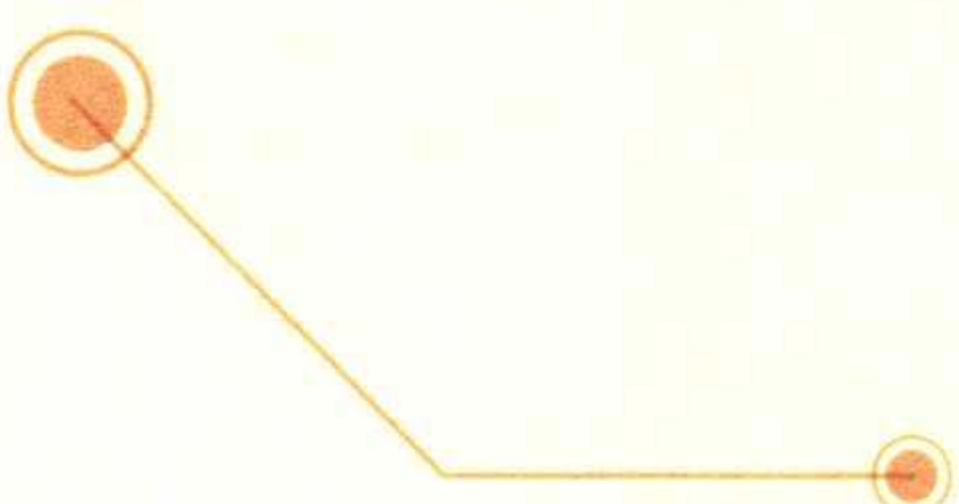




2016

GUIZHOU WENHUA GAIGE FAZHAN
ANLI XUANBIAN

贵州文化改革发展 案例选编



贵州省文化改革发展办公室 编
多彩贵州文化旅游研究院



贵州出版集团
贵州人民出版社

贵州文化改革发展 案例选编 2016

贵州省文化改革发展办公室
多彩贵州文化旅游研究院 编



贵州出版集团
贵州人民出版社

图书在版编目（CIP）数据

贵州文化改革发展案例选编 2016 / 贵州省文化改革发展办公室，多彩贵州文化旅游研究院 编. —贵阳：贵州人民出版社，2017.6

ISBN 978-7-221-14162-0

I.①贵… II.①贵…②多… III.①文化事业－体制改革－案例－贵州－2016 ②文化发展－案例－贵州－2016 IV.①G127.73

中国版本图书馆CIP数据核字（2017）第120394号

贵州文化改革发展案例选编 2016

贵州省文化改革发展办公室 多彩贵州文化旅游研究院 / 编

出版人 苏桦

责任编辑 戴俊 杨进梅

装帧设计 陈晨

出版发行 贵州人民出版社（贵阳市观山湖区会展东路SOHO办公区A座）

印刷 深圳市新联美术印刷有限公司

版次 2017年6月第1版

印次 2017年6月第1次

印张 13

字数 230千字

开本 787mm × 1092mm 1/16

书号 ISBN 978-7-221-14162-0

定价 48.00元

目 录

CONTENTS

一、文化 + 大扶贫

- 1. 焕发非遗活力 助推脱贫攻坚 /003
- 2. 依托多彩贵州网平台优势，打响电商扶贫攻坚战 /006
- 3. 以“广电云”村村通为抓手 加快推进信息扶贫工程 /013
- 4. 文化领域供给侧改革新举措 /017
- 5. 从一群工匠到一个产业 无中生有谱写吉他助脱贫神话 /022
- 6. 非物质文化遗产市场转换与扶贫的精准对接 /029
- 7. 文化 + 大扶贫的生动实践 /037
- 8. “智慧黔西·同心扶贫” /042
- 9. 找准服务载体 提升服务水平 /048
- 10. 挖掘“文化金矿” 助推脱贫攻坚 /052
- 11. 发展特色文化产业 助力精准扶贫 /057

二、文化 + 大数据

- 1. 抢抓“大数据”机遇 高起点实施大项目 /067
- 2. 让数据多跑路 让百姓少跑腿 /074
- 3. 媒体供给侧改革的积极尝试 /079
- 4. 媒体改革中的磅礴力量 /084
- 5. 打造智慧升级版的传媒集团 /088

- 6. 大数据助推文化产业活力发展 /094
- 7. 朗玛文化浇灌创新之花 /099
- 8. 扩大区域影响力 增强队伍灵活性 全方位服务扶持 /105
- 9. 发展中的文化大数据 /111
- 10. “文化+”助推新闻媒体改革发展 /116

三、文化+大旅游

- 1. 探索贵州文旅融合之路 /125
- 2. “黔景”在线 “黔货”出山 /130
- 3. 以资本为纽带、以投资为抓手，助推贵州广电传媒集团文化旅游产业发展 /135
- 4. 传承三线文化，助推遵义文化产业聚群发展 /141
- 5. 茅台涅槃记 /146
- 6. 文化+大健康，产业发展天高地广 /152
- 7. “梦里小江南·西南第一州” /157
- 8. 给旅游插上文化的翅膀 /162
- 9. “文化+”助推文化旅游产业转型升级 /166
- 10. 迎风起舞踏歌行 /170
- 11. 依托历史文化和生态环境优势 打造“中国最美乡间古城” /177
- 12. 不忘初心保非遗，携手前行同发展 /183
- 13. 做好“拓展、提升、挖掘”大文章 推进“产城景、农文旅”深融合 /189
- 14. 一曲《好花红》撬动大发展 /196
- 15. 平塘国际射电天文科普文化园发展实例 /199

文化 + 大扶贫

焕发非遗活力 助推脱贫攻坚

引言

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央把扶贫开发摆在治国理政的重要位置，号召全党全社会共同参与，形成扶贫开发强大合力，构建大扶贫格局。刘奇葆同志强调要大力推进文化扶贫，努力助推民族地区、贫困地区与全国同步全面建成小康社会。贵州依托丰富的非物质文化遗产资源，大力开展文化扶贫，探索走出一条以非遗项目生产性经营助推脱贫攻坚的有效路径。

近年来，贵州深入贯彻习近平总书记扶贫开发战略思想，深入贯彻刘奇葆同志文化扶贫重要指示，充分利用非物质文化遗产资源优势，全力开展文化扶贫，为焕发非遗活力、助推脱贫攻坚贡献了积极力量。

强化顶层设计，启动非遗助推脱贫攻坚

2014年出台国内首部省级《贵州省非物质文化遗产保护发展规划》，提出保护和发展的8项重点任务。2016年结合全省“大扶贫、大数据”两大战略行动，出台《关于建设多彩贵州民族特色文化强省的实施意见》，明确提出开展“文军扶贫”行动，对“舆论扶贫、文化扶贫、社科扶贫”等进行部署。同年，全省宣传文化系统立即启动“文军扶贫”行动，省委宣传部制定《贵州省宣传文化系统助推脱贫攻坚行动方案》，省文化改革发展办公室制定《文化产业扶贫“千村计划”实施方案》，省文化厅制定《贵州省传统手工技艺助推脱贫培训计划》。各项行动方案将非遗资源的“创造性转化、创新性发展”作为重要内容，将非遗的传承发展和助力脱贫攻坚紧密结合。

建设载体平台，推动文化扶贫取得成效

一是大力开展培训，推动传承人变从业者。实施“十百千万”培训工程，分级分类分层开展大规模传承人群培训，对具代表性和市场空间的传统手工艺项目，如织染、刺绣、银饰、漆器、雕刻、竹编、陶艺等进行重点培训，培训内容包括美学美术、艺术设计、工艺材料，以及创意理念、品牌营销等，培训方式既有“请进来”又有“送出去”。2016年共培训2.39万人，带动就业人数超过10万人，大批传承人在培训后开始自主创业，实现了从非遗传承人到文化产业从业者的转变，提升了贫困地区群众自主奔小康的能力。二是开展文创大赛，提升创意设计水平。连续多年举办“多彩贵州文化创意设计大赛”、“多彩贵州旅游商品设计大赛、能工巧匠选拔大赛（两赛一会）”等赛事活动，提升非遗文化产品创意设计能力，让现代设计走进传统工艺，让传统工艺走进现代生活。共3447名能工巧匠、5557件设计作品进入“全省”全省总决赛，并从中评选出835名获奖选手、468件获奖设计作品，成功打造了一批拳头产品、扶持了一批龙头企业、培育了一批优秀工匠。三是加强展示展销，帮助提升销售规模。借助深圳文博会、北京文博会、西部文博会以及贵州民博会等平台，积极组织非遗传承发展的各类文化企业参加展示展销，2014—2016年三届深圳文博会，实现现场销售164万元，订单3172.6万元；2016年贵州民博会组织上万种商品参展，实现交易1.6亿元。整合省内资源，启动“黔系列”民族文化品牌建设。充分利用央视“广告精准扶贫”，多彩贵州山地百货，多彩贵州网、家有购物集团电商平台等线上线下销售手段，帮助非遗文化产品实现“黔货出山”。

狠抓产业项目，变资源优势为产业优势

大力实施文化产业扶贫“千村计划”，按照“群众主体、文化为本、产业引领、精准施策”的原则，推广“公司+合作社+农户模式”，振兴传统手工艺，建设一批非遗保护性生产基地和体验展示街区，推动传统手工艺标准化、规模化

和市场化。2016年选取14个文产扶贫试点县，从全省文化产业发展专项资金出资1000万元，以项目扶持的方式建成15个文产扶贫示范基地，培育350个市场主体，帮助98个贫困村走上脱贫道路，覆盖贫困人口3.8万人，预计增收2.5亿元，实施“千村计划”的贫困户比未实施的增收多3—5个百分点。正安吉他文化产业园从2013年开始建设，4年间吸引入驻吉他制造及配套企业32家，2016年实现产销吉他300万把，产值30亿元，解决贫困人口就业865人，带动3473人脱贫。丹寨县卡拉村全村154户有125户从事传统鸟笼手工技艺制作，年销售鸟笼15万只，产值达650万元，成为发展非遗技艺增收致富的典型案列。

强化措施保障，确保各项工作落到实处

强化监督考核机制，将文化扶贫纳入对省直宣传文化系统和市（州）单位宣传部门业务目标考核。宣传文化系统会同省财政厅、省经信委、省人社厅、省民宗委、省妇联等有关部门，加强部门合作，整合有关资源，将各类资金和政策聚焦文化扶贫。同时，适时开展专项检查，每年召开两次文化产业及文产扶贫项目观摩会，不断探索创新文化扶贫的模式和路径。

打赢脱贫攻坚这场硬仗，构建大扶贫格局，全力推进文化扶贫，还需要不断创新、攻坚克难。下步，贵州将按照中央和省的决策部署，进一步加大投入、加大力度，深化非遗生产性经营助推脱贫攻坚的研究和探索，培训更多传承人，提升创意设计能力，搭建展示展销平台，组建更多市场主体，为壮大全省文化产业规模和实力，助推全省脱贫攻坚贡献更多力量。

依托多彩贵州网平台优势，打响电商扶贫攻坚战

——贵州电子商务云运营有限责任公司“黔货出山”发展实例

引 言

贵州电子商务云自建设以来，在省商务厅的精心指导和大力支持下，围绕平台建设（那家网、服务平台、数据平台）、“黔货出山”和农村电商三个方面开展工作，以“平台+服务”为宗旨，积极参与构建“黔货”出山的上行通道和“网货”下乡的下行通道，助力我省传统产业电商转型，助推“黔货”出山，实现电子商务与精准扶贫的有效衔接。

2016年6月14日，省委书记、省人大常委会主任陈敏尔调研贵州电子商务云，对贵州电子商务云作出了“做出自己的特色，突出自己的强项”的指示，鼓励贵州电子商务云在产业布局中既要讲好“普通话”也要讲好“地方话”，依托多彩贵州网有限责任公司这一平台优势，做出特色，赢得市场。为贯彻落实敏尔书记的指示精神，贵州电子商务云扎实推进各项工作，先后获得“贵州省2014—2015年度电子商务示范企业”“商务部2015—2016年度电子商务示范企业”和“2016年度贵州省电子商务十佳示范基地”的称号。在省委省政府将发展电子商务作为贵州省弯道取直、后发赶超的战略选择的顶层设计下，贵州电子商务云旨在通过打造贵州省电子商务生态圈，解决贵州企业在发展电子商务发展中存在的政策、技术、资金、服务、人才的问题，促进贵州省经济转型、产业升级，优化贵州省人才结构，助推“黔货”出山，拉动就业，促进创业。

打造电商好平台 构建上行通道

依托“云上贵州”，贵州电子商务云搭建适合贵州产业发展的电商平台，推

动中小微企业结合自身特色应用电子商务，为“黔货”出山，构建好上行通道。

贵州电子商务云在线交易平台，解决我省企业开展电子商务“销售难”问题。贵州电子商务云在线交易平台——那家网自2015年1月27日正式上线以来，已经跟全省4330家企业达成初步合作意向，1715家企业入驻贵州电子商务云。企业涉及全省88个县、73个开发区，涉及产品品类达21个，产品万余个。截至8月31日，贵州电子商务云已免费为全省572家企业开设了可定制的PC端和微信端一体化店铺，所有企业可以通过一个商城，实现PC端和移动端的同步管理和销售。同时，为全省9个市州、贵安新区开设了市州馆和22个县级馆。同时，那家网通过积极开展线上线下活动，保证平均每周一次促销活动。截止到2016年8月31日，成交总额(GMV)8756.95万余元，包括“食品生鲜”“茶”“酒”“工业品”“便民缴费”等十七个大类目，将贵州产品销往全国31个省份及香港特别行政区、澳门特别行政区、台湾，共342座城市，1908个区县。

贵州电子商务综合服务平台，解决我省企业开展电子商务“基础差”问题。贵州电子商务综合服务平台于2016年1月正式上线，通过集聚省内外优质电商服务商，旨在帮助贵州电商主体解决在电商发展中遇到的平台、服务、培训、人才、政策、资金等问题，提供“一站式”电商服务。截至8月31日，平台已经集聚了浙江、北京、深圳、广东、山东等地及省内优质服务商117家，提供的电商服务包含店铺装修、产品拍照、商品详情页、征信服务、产品溯源、客服外包、版权登记、企业ERP等445个应用和服务，为更好地服务并扶持好贵州省企业转型升级提供了有力的保障。

贵州电商大数据平台，解决我省开展电子商务工作“上台阶”问题。2016年5月，贵州电子商务云研发的电商大数据平台亮相2016贵阳“数博会”，初步实现了实时监测我省电子商务发展数据，能够为政府相关部门及企业提供包括电子商务整体交易规模、行业结构、发展趋势、应用水平等在内的、专业、全面的电子商务大数据服务。目前，贵州电子商务云定期向省商务厅报送全省电商统计数据的月报、季报、半年报及年报，监测全省电子商务发展动态。省商务厅将贵州电子商务云提供的电商大数据分析报告作为评选、考核、监督全省电子商务进农村综合示范工作的参考数据之一。

深化农村电商业务，助力我省农村电商精准扶贫的工作。2016年上半年，贵州电子商务云农村电商合作县域增加为六枝、普安、思南、石阡、沿河五个地区，农村电商服务体系正在逐渐完善，截至8月31日，完成主体培育207个，完成县域人才培训1694人次，构建了5个服务中心，为县域300余个企业提供了服务。贵州电子商务云将借力农村电商业务，积极探索电子商务助推脱贫攻坚的新途径。

贵州电子商务云通过充分发挥平台资源效应，推动各项电商资源有机连接，有效互动，产生“化学反应”和“聚变反应”。目前已形成“三平台一体系”的格局，通过聚集资源形成合力，朝着构建贵州省电商生态圈的目标扎实迈进，为电商砥砺前行，文化助推扶贫提供了平台保障，为贵州电商云进一步做实、做强、做大，奠定了良好的基础。

多管齐下拓销路 电商扶贫新思路

贵州电子商务云以贵州出产的优质农特产品为切入点，从产品选择、包装策划、平台运营、宣传推广、网络销售、物流配送以及售后服务方面做了多次成功的尝试，以电商扶贫的新思路成功拓宽了农特产品的销路，帮助当地农民提高了产品销售收入，扩展了增收致富的渠道。

一是2015年7月下旬对罗甸县的红心火龙果进行产品拍摄、包装设计、宣传推广、物流帮助，10天时间帮助试点罗甸果农零售水果1500余斤，每公斤单价从10元提高到18元。初次尝试，就将火龙果销往了上海、北京、四川、广东、浙江、江苏、内蒙古等15个省市。

二是2015年7月中下旬与镇远科技局合作，帮助当地农户进行镇远红桃销售。2014年镇远红桃销售不佳，每斤桃子被水果批发商以2元一斤的低价批量收购，果农收入受到很大影响。今年电商云与镇远科技局合作，公司指派专业团队到镇远红桃种植基地进行实地拍照并帮助试点果农进行网店开设，联系包装生产厂家和物流公司，驻场手把手教果农如何进行线上销售。7月15日至7月29日半个月时间共为试点农户零售旸阳红桃6000斤，单价从每公斤4元卖到了18元。此次红桃销售最远销往了西藏、北京、黑龙江等地。

三是对修文县 500 户种植猕猴桃的果农进行电商培训，帮助其进行电商化转型，为修文猕猴桃进行产品品牌打造，提高销售单价，建立起属于修文自己的猕猴桃品牌。电商云在线上开展修文猕猴桃预售工作，产品上线后供不应求，修文猕猴桃品牌在省内市场知名度进一步得到提升。通过 10 天的预售，销售修文猕猴桃 1300 余斤。

四是在农历“七夕”节前后，打包推广黔东南少数民族银饰。农村电商的建设工作不仅包括农产品，也包括手工艺产品。电商云公司借助“七夕”热点，将银饰作为核心商品进行专题活动宣传，5 天时间内，帮助参与活动的 4 个农户增加 20000 余元收入，截至目前，销售仍在继续，订单持续产生，带动了当地更多农户的加入。

五是与省政府办公厅合作，探索通过电子商务解决大风洞乡葡萄销售问题的扶贫新思路。贵州电子商务云 2015 年 8 月 9 日将大风洞乡葡萄搬上电商平台，短短 10 天内共计销售出 2 吨葡萄，增进了果农创业致富的信心。9 月 7 日，省政府副省长刘远坤带队到大风洞乡调研当地扶贫情况，并亲自到杉树林村的电商云办公点对工作人员进行慰问。刘远坤副省长在详细了解了在办公厅指导下的电商工作开展情况后表示，这是一次大胆且成功的尝试，对以电商作为农村扶贫和创收的新思路予以肯定，并表示希望贵州电子商务云坚持农村电商的发展思路，为省内其他地区的农村电商发展提供更多作为。

六是积极与黄平县合作，3 天之内将 5 吨香米售罄，销往北京、福建等 12 个省市；与锦屏县钟灵乡合作，联合人民网、新华网、贵州微联盟等省内外媒体，通过贵州电子商务云平台专业的电商运营以及集中宣传，将该乡滞销的生姜在产品上线不到一个月的时间里销售约 15 吨，销往北京、安徽等 26 个省份。

七是 2016 年上半年，贵州电子商务云还积极开展石门乡、习水桑陌镇大山村、台江县革一乡的扶贫工作，5 月，帮助革一乡农户在一天内销售枇杷 300 多斤，同时，通过贵州电子商务云的不断宣传，带给了革一乡枇杷销售商机，四川一商人连夜赶往革一乡，购走了所有枇杷，解决了当地农户销售难的问题。

八是 2016 年 7 月，由商务厅牵头推进、京东提供资源协助运营、贵州电子商务云主运营的京东贵州扶贫馆筹办的“镇远旸阳红桃电商精准扶贫”促销活动

于7月29日20点正式登陆上线,在京东商城掌上秒杀页面中,仅仅3个小时的时间内,1万份镇远妖阳红桃被一抢而空,销量达1万公斤,产生十余万销售额。

贵州电子商务云通过电商扶贫的新思路运用到电子商务销售中来,打开了结对帮扶新思路,促进了当地农特产品的销售,提高了当地农民的收入,探索出一条贵州农村经济扶贫发展的新途径,为长效解决贵州贫困落后地区的经济发展问题打下坚实基础。

整合资源优势 助推“黔货”出山

贵州电子商务云整合媒体资源、平台资源的优势,以开放合作的心态与其他企业共同推动我省电商事业的发展,积极延伸产业链条,着力打造贵州省电子商务生态圈,共同推动电子商务产业发展。

一是整合媒体优势,打造贵州“好山好水好产品”。在全国“互联网+”发展的背景下,贵州电子商务云通过充分利用传统新闻网站积累的大量资源及用户,构建全国重点新闻网站电商产业联盟,塑造地方产业联盟品牌,打造传媒企业新的商业盈利模式。2015年8月22日,由多彩贵州网发起,30余家全国重点新闻网站共同组建的电商产业联盟正式成立,联盟平台贵州电子商务云“中国特产”栏目随之上线,实现和全国新闻门户网站一同优势互补、共建共享,共同推动电子商务产业发展。一方面,贵州电子商务云积极整合传媒资源对全省电商工作进行深入报道,挖掘优秀案例,传播成功经验,为发展我省电子商务营造良好的舆论氛围。另一方面,积极探索“新媒体+电子商务”的发展模式,充分发挥多彩贵州网与全国40多家省级重点新闻网站的紧密合作优势,充分发挥好多彩贵州网发起成立的全国地方重点新闻网站电商联盟的作用,从宣传推广到产品销售,让“黔货出山”形成“一呼百应”的态势,通过充分依托多彩贵州网独有的媒体和宣传优势,打造贵州“好山好水好产品”。

二是积极同各平台合作,多渠道助推“黔货出山”。贵州电子商务云目前已经和阿里、京东、苏宁、邮政合作建立了良好的合作关系,分别开设了淘宝店铺、京东贵州扶贫馆、苏宁易购店铺、邮政邮乐购店铺等,通过发挥双发资源优势,

多渠道助推黔货出山。

2015 年底，阿里巴巴集团将贵州省、山东省、陕西省和江西赣州市确定为 2016 年阿里“年货节”试点省市。贵州电子商务云是我省本次年货节的三家线上运营商之一，自 2015 年 12 月 23 日到 2016 年 1 月 24 日 24 时整，贵州电子商务云在年货节期间线上商品销售总额为 1029.04 万元，销售额占三个线上运营商总销售额 1143.98 万元的 90%。年货节期间，贵州电子商务云“那家优选”店铺累计销售产品 13.96 万份，浏览量 192.19 万，访客数 87.38 万，产品销往包括香港地区在内的 32 个省 351 个城市、2211 个区县。腊肉和年夜饭大礼包销售数量在“三省一市”参与 2016 阿里年货节的单品和礼包中均分列第一。本次年货节贵州电子商务云以“那家优选”店铺为载体，借助淘宝、聚划算、农村淘宝、天猫、那家网、邮乐购等平台进行线上销售，店铺内产品共 43 个，覆盖我省 9 个市州，其中主推产品为腊肉、年夜饭大礼包（腊肉、香肠、小米鲑、红酸汤火锅底料、辣子鸡）、山货大礼包（竹荪、珍珠菇、黑木耳）、油辣椒。通过本次活动，在全国范围内大规模的推广了我省名特优产品，提升了“黔货”的知名度和影响力，为贵州坚持弯道取直、后发赶超战略选择，全力打造中国电子商务发展“贵州版”提供了鲜活的案例。

电子商务工作是一项系统工程，需要产业链各个环节的参与，贵州电子商务云将充分发挥自己在专业电商服务和大数据领域的特色，与更多的电商企业既竞争又合作，做好强项，做出特色，赢得市场，积极助力我省传统产业电商转型，更好地助力黔货“全网出山”。

启示与思考

电商的发展异常迅速，消费者对于电子商务平台的购物习惯也越来越依赖，其发展之迅猛令人叹服，要想在变幻莫测的电商环境中屹立不倒，要打造贵州省的电子商务生态圈，助推“黔货出山”，一定要在充分尊重市场规律的同时积极发挥资源整合优势。

1. 加快平台的完善工作。电商将持续走向平台化，让已打造的系统、流程、流量的效率和价值最大化。平台化的主要原因有：a) 充分利用社会资源来弥补自

身的不足，比如增加品类、品种，地域覆盖，服务类型等；b) 最大效率地实现网站积聚的流量的价值；c) 将自身所打造的电商能力产品化，在服务自己的同时，也服务于平台用户；d) 满足顾客一站式购物和享受服务的需求。

严格、规范化和一致性的管理，包括对商家和 ISV 的认证，商品和服务质量管控，售后服务对顾客问题的及时反馈和处理。顾客的满意会带来更多的流量，更多的流量又会吸引更多的商家和 ISV，更多的商家所带来的更丰富的商品和更广泛的地域覆盖，又会帮助触达更多的顾客和带来更好的顾客体验，形成一个螺旋式上升的良性循环。这就要求贵州电子商务云的平台要扎实推进各项工作、各个项目的开展，不断完善平台服务，增强顾客消费体验，最大效率提升平台的价值。

2. 重视大数据的应用。电子商务的盈利模式是一个逐渐升级的过程。最初缺乏规模和客流量时，只能赚商品的进出差价；成为不可忽视的销售渠道后，就可以从供应商和品牌商处拿到更多和营销相关的返点；流量足够大时，可以搭建平台让商家入驻而收取平台使用费和销售佣金；有大量的商家和顾客群后，可以为他们提供金融产品来盈利；而顶级的盈利模式是利用电商所拥有的大数据的价值。

大数据的价值也是一个逐渐升级的过程。原始的数据是零散的，价值非常小，而这些数据经过过滤、分析而成为了信息，而在信息的基础之上建立模型，来支持决策，成了我们的知识，而这些知识能够做预测，能够举一反三，能够悟出道理，成了我们的智慧。贵州电子商务云要继续加快电商大数据平台的研发工作，攻坚克难，努力掌握核心技术，为我省政府和企业发展电子商务提供参考和依据，从而提供更多行之有效有效的服务。

3. 注重精细化营销工作。在互联网时代，低效率的大众营销将会被高效率的窄众营销所取代而淘汰。一个婴儿的产品宣传对一个孩子已经长大的中年男子很难有吸引力，一款刮胡刀也不会引起一个中学女孩的兴趣。在互联网已经可以为每一个顾客精准画像时，还做大众营销是对资源的极大浪费。

贵州电子商务云要充分依托多彩贵州网独有的媒体和宣传优势，充分挖掘优秀案例，传播成功经验，为发展我省电子商务营造良好的舆论氛围，从宣传推广到产品销售都实现精细化营销，让“黔货出山”真正形成“一呼百应”的态势。