

2025年全国10个“领跑县”典型案例之一，福建省唯一获此殊荣的县域

安溪电商何以“领跑”

在全国农村电商的赛道上，茶乡安溪脱颖而出。

近日，全国农村电商高质量发展交流活动上传来捷报——安溪，这个“八山一水一分田”的典型山区县，凭借农村电商的卓越实践，成为2025年全国10个“领跑县”典型案例之一，也是福建省唯一获此殊荣的县域。

从“肩挑背扛闯市场”到“轻点鼠标卖全球”，从2013年电商交易额20亿元到2024年突破320.3亿元，安溪县用11年时间完成从山区小城到“全国农产品数字化百强县”“百茶贸易之都”的惊艳蝶变。这场逆袭的背后，藏着怎样的发展密码？

夯实基础

政策“组合拳”激活电商基因

作为中国乌龙茶之乡、世界名茶安溪铁观音的发源地，安溪县的茶叶销售史，恰是一部微观的农产品流通变迁史——从昔日茶农肩挑背扛、走街串巷“闯市场”，到如今轻点鼠标、面对镜头“卖全球”。互联网浪潮之下，敢为人先的安溪人迅速“触网”，迎来农村电商在这片热土上的蓬勃生长。

从传统门店销售的“1.0时代”，到开网店、拓销路的“2.0时代”，再到直播带货风生水起的“3.0时代”，直至如今数字赋能、智慧营销全面兴起的“4.0时代”。安溪县农村电商实现四级跨越，完成从无到有、从有到优、从优到强的精彩蜕变。2024年，仅茶叶类电商交易额便突破125亿元。

这场跨越式发展的背后，是一套“全链条、立体化”的政策支撑体系。成立县主要领导挂帅的电商工作领导小组，建立联席会议制度，联动县直部门、乡镇与行业协会，形成“大事共议、难题共解”的协同机制。

出台《加快电商高质量发展三年行动方案》等多份政策文件，明确电商作为“县域经济新引擎”的定位，推动电商企业抱团发展、规范运营，实现健康有序成长。县财政每年安排500万元专项资金，精准覆盖电商企业“初创—成长—龙头”全周期，从场地补贴到流量扶持，为从业者“卸包袱、添底气”。

政策“活水”润泽，企业活力迸发。快速成长的李陌茶业直播基地成功入选2025年



弘桥智谷电商园（刘伯怡 摄）

县域直播电商中心及数字流通龙头企业典型案例。该基地负责人杜骄感慨道：“政府多项政策让我们暖心、安心，也更坚定扎根发展的信心。”

这一套政策“组合拳”的红利，为安溪县电商插上“数字翅膀”，也收获累累硕果。全县电商交易额从2013年的20亿元，激增至2024年的320.3亿元，斩获“全国农产品数字化百强县”“百茶贸易之都”等称号，走出一条从政策赋能到产业兴城的振兴之路。

融合发展

三产联动打造产业“新引擎”

安溪县以电商为纽带，串起一二三产融合发展的“金链条”，让传统产业在数字浪潮中焕发新生。一片茶叶、一件工艺、一场直播，正勾勒出安溪农村电商百业兴旺、生态共荣的新图景。

走进位于参内镇的和平百茶智慧园，茶香氤氲中，只见智能化分拣线匀速运转，自动包装机嗡嗡作响，快递车辆频繁调度，一派繁忙有序的景象。“我们专注电商销路，货源直连全县茶叶基地，完全不用操心。”智慧园创始人陈和平表示。

这份从容，源自安溪县全面推行的“电商+基地”模式。目前，全县已建成126个标准化茶叶基地，全部纳入农产品溯源系统，从茶园到茶杯，品质一目了然。

安溪更在全国首创农资监管与物流追溯平台，真正实现“生产有记录、去向可追踪、

质量可追溯、责任可界定”。在此基础上，构建了“龙头企业+合作社+农户”利益联结机制，带动5.2万户茶农增收，走出一条“以优品促电商、以电商兴产业”的良性循环新路。

电商的赋能远不止于一产。藤云工业园、云鹤电商园等现代化园区拔地而起，整合超1200个加工点，形成“园区集聚、分工协作”新格局；鸣淳、泓隆等茶企纷纷开发新茶饮、茶食品，延伸价值链。“培育茶叶供应链企业超100家，其中10家年销售额突破5000万元。”县农业农村局相关负责人说，一二产的深度融合，让安溪茶叶有了更强的市场竞争力。

当电商遇见服务业，新的增长极正在形成。高标准建设“中国茶都直播基地”“闽台园直播基地”等专业平台；成功举办“国潮泉州·安溪德化茶瓷产业融合”等具有影响力的系列活动……2024年，全县开展直播4.5万场次，带动关联产业销售超15亿元，电商新业态正成为县域经济增长的“新引擎”。

如今在安溪县，电商不再是单一的销售渠道，而是深度融合于三产之中的生态引擎，形成“前方有市场、中间有供应、后方有基地”的完整产业闭环，为县域特色产业数字化转型提供可复制、可推广的“安溪样本”。

织密路网

打通电商物流“毛细血管”

物流是电商发展的“生命线”。在安溪县，一条条拓宽的公路、一个个智能化的仓储中心，正悄然打通电商高质量发展的“任

督二脉”，成为连接田间与餐桌、工厂与全球的坚实桥梁。

每天清晨，元尚公路都是一派繁忙景象。满载藤铁家居工艺品的货车呼啸而过，驶向全国，这条通往“中国藤铁工艺第一乡”尚卿镇的“电商动脉”，自2020年升级后焕然一新——路更宽、等级更高、效率大幅提升，成为安溪县物流提质的最好见证。

元尚公路的蜕变，是安溪县“交通+电商”融合发展的缩影。近年来，该县创新采用“工程包”模式，累计投入超23亿元推进农村公路改造，全县780公里通村公路实现“双车道、等级化”，彻底打通了电商物流的“毛细血管”。

路通只是开始，更关键的是“1+24+453”三级物流配送体系的构建。1个县级智能枢纽、24个乡镇服务站、453个村级服务点，实现行政村全覆盖。30套智能分拣设备高速运转，日处理包裹20万件，真正实现“快递到村、当日达户”。

在“最后一公里”战场上，安溪县创新推出“多网融合+客货邮融合”模式，全面推广“交邮合作”“邮快合作”“快快合作”，通过“统仓共配”智能调度系统动态优化路线，实现“一点多能、一网多用”。

“网点增密、班次加密、路由优化。”在县工信局副局长林培荣看来，如今，全县物流配送系统能根据实时订单数据，自动优化配送路线，让快递“多走网路、少走马路”，真正实现无缝衔接、高效流转。

不只是路网通畅，在2万平方米的智能仓储配送中心内，AGV机器人穿梭往复，自动分拣线高速运转。从仓储到售后全程数字化闭环的智慧物流浪潮，已在乡村电商中成熟化运作。

物流成本的下降和时效的提升，让“工业品下乡”和“农产品进城”实现双向奔赴。2024年，全县快递业务量突破1.49亿件，物流成本较2018年下降30%，配送时效提升40%。

培育主体

电商成为富民强县“金钥匙”

在安溪县，一部手机、一根网线、一方屏幕，正串起千家万户的创业梦想。政府、企业、农户同频共振，多元主体协同发力，让这片茶香弥漫的土地，成为电商活力奔涌的“双创”热土。

“我们遵循企业成长规律，建立电商企业梯度培育机制，分类施策，精准支持，助力企业在不同阶段获取相应资源，实现稳步发展。”林培荣介绍。在这一机制下，龙头企业牵引产业链条，中小电商协同并进，共同构建起安溪电商的繁荣生态。

这一培育机制的成功实践，在弘桥智谷电商产业基地得到了生动印证。该基地通过“电子商务+仓储服务+商品集散”的创新运营模式，汇聚200余家企业，形成了覆盖多品类、贯通上下游的完整产业链生态，成为安溪县梯度培育体系中从“初创”到“龙头”全链条孵化的典型。

人才，是电商浪潮中最活跃的浪花。安溪县持续实施“万人电商培训”，累计培训3.2万人次；与高校共建产业园，订单培养800余名专业人才；“茶娘儿”“锦兰”等200余个本土网红迅速崛起，福建样样红商学院跻身全国典型案例。党员示范店、“新农人”直播间随处可见，为产业注入源源不断的活力。

产业生态持续优化。“一村一品一店”工程孕育出10个淘宝镇、57个淘宝村，形成“村村有亮点、镇镇有特色”的电商矩阵。茶博汇、领秀云城等八大产业园区拔地而起，“线上交易+线下体验”深度融合；“邮乐购”畅通农产品上行之路，构建“前方有市场、后方有供应”的数字供应链。

营销创新不断突破。“6·18”销售额达28.59亿元，“双11”斩获34.77亿元；春秋茶节、“百茶在安溪”等IP声量渐起，一“茶”一“藤”，凭借电商东风香飘寰宇。

如今，安溪电商主体已突破4万家，带动就业超6.6万人。手机成为“新农具”，直播变成“新茶事”，电商真正成为富民强县的“金钥匙”。“我们将继续以数字赋能产业，以品牌叩响未来。”县工信局局长王辉荣表示，“让‘安溪电商’不仅是一个名字，更是一种模式、一个品牌、一方梦想。”

从“茶农挑担卖茶”到“全球指尖购茶”，从“藤铁手工作坊”到“跨境电商爆品”，安溪以电商为笔，在“八山一水一分田”的土地上，持续书写着县域经济数字化转型的“领跑”故事。

（吴梅珍）



安溪县委宣传部 泉州晚报编辑部

惠安凭实力刷屏 激活文旅“新引擎”



走马埭稻田艺术季现场设置了十余种趣味项目，游客们玩得乐不思蜀。（惠宣）



七夕之夜，“海韵人声·青春怒放”第二届世界闽南青年歌手大赛在崇武古城惠云海休闲街区广场浪漫启幕。（林劲峰 摄）

惠安体育中心“愿旺青春市集”首创“0元做摊主”，百余青年人入驻；跳蚤市场、文体培训、露天电影等多元场景叠加，体育中心夜间经济区累计接待超35万人次，打造集食、游、购、娱于一体的夜游空间，为夜间消费注入新活力。

这个暑期，惠安以“现象级”热度持续霸榜，抖音同城榜14个热搜、11个榜首，不仅实现每周至少2个热点稳居榜单前列，更创下单周5个热点同时在榜的亮眼记录，惠安话题总曝光量超7400万，凭借亮眼话题热度与传播效应，成功将线上“人气流量”转化为线下“消费增量”，推动文旅市场持续升温，成为今夏泉州文旅的焦点。

千万流量助推“惠女出圈”。“城墙之夏·艺见惠女”采风召集20多位头部博主，博主们记录的惠女民俗与滨海风情内容，不仅连续入选人民日报客户端视界栏目，更带动话题狂揽抖音同城热榜前五，“惠安旅游”“惠安美食”等关键词搜索热度同比暴涨200%，“惠女文化”IP影响力再攀新高。

线上爆款点燃线下消费。高流量直接转化为客流量与消费力的爆发。比如，“我

找到了泉州版阿勒泰”刷屏全网，镜头里通满山红矿山绿草如茵，视频点赞破百万，周末客流翻3倍；开渔节期间崇武镇餐饮商户营业额同比增长45%，全县12个夜经济打卡点有效带动住宿及餐饮关联消费增长约20%。特色体验同样表现亮眼，30余家惠安女服饰体验店客流量实现同比翻倍增长。

热度同步转为就业与增收。流量效应不仅推动了文旅深度融合，还促进了历史文化、非遗元素与旅游、体育等业态有机结合，形成“可玩可学”的新模式。暑期本地居民参与文旅活动人数同比增长40%，群众满意度超过95%，并创造了2000余个临时就业岗位，有效助力居民增收。与此同时，惠安县通过多项服务保障举措推动流量转化：“崇武古城旅游巴士专线”以1元票价便利游客出行；8月15日至12月31日期间，购买崇武古城门票即赠20元消费券，预计带动超3万人次参与，门票销售额突破120万元。此外，通过10余次联合执法检查与高效投诉处理机制，游客整体满意度达100%，同比增加10个百分点。

线上爆款点燃线下消费。高流量直接

这一系列收获的背后，是惠安县委、

县政府和文旅部门呼应大局，强创新、高协同，系统布局的结果。今年惠安县实施文旅兴县的“全域旅游”发展战略，全县12个镇打破区域壁垒，充分发挥各自资源优势，推出了一批具有地域特色的文旅产品，形成了多点开花、各具特色的发展态势。

小岞镇以“青春”为主题，巧妙将传统惠女文化与现代青春元素相融合。7月5日启动的“青春青睐小岞”系列活动，通过三场特色活动串联起“发现一扎根一爱上”的情感主线。青春启动仪式上推出的100份“小岞青年通行证”内含《小岞探索地图》《小岞机遇指南》《小岞安居手册》，一经推出便被争抢一空，持毕业证、准考证的青年还可免费体验惠安女服饰换装，实现“打卡即深度联结”。

崇武镇依托古城资源优势，打造“海洋文化”“古城风情”“非遗体验”三大核心产品。“渔响·乐活季”音乐生活季将现代音乐与惠安渔歌、南音等非遗元素创新融合，每晚吸引数千游客驻足欣赏。“夜探·古城更声”活动通过演员身着明代军服巡城打更，生动再现古代海防历史场景，使游客沉浸式体验历史文化的魅力。每日傍晚开市的“惠女·潮玩市集”汇聚惠安石雕DIY、影雕体验、惠安女服饰展示销售等文创手作，以及崇武鱼卷、

海蛎煎等地道闽南美食，成为游客必到的打卡点。

黄塘镇、紫山镇和螺阳镇则发挥生态优势，推出“山线”花海旅游和双碳体验馆科普游。120亩向日葵花海竞相绽放，成为网红打卡地；科山“双碳”体验馆暑期接待游客超6万人次，成为亲子游的热门选择。

值得一提的是，惠安创新推出的“厝边的艺术”活动，在城市休闲广场、崇武古城内外、惠女海韵休闲街区持续开展，以接地气的方式让艺术走进市民，拉近与市民游客的距离。同时，“鸿鹄归来”惠安籍大学生暑期返乡“乐享惠女海韵”系列活动，为返乡学子搭建感受家乡文化、参与家乡建设的平台，进一步增强了文旅活动的人文内涵。

下阶段，惠安将深入实施“文旅兴县”战略，持续深耕本地特色文旅资源，持续深化“文旅+”融合模式，创新文旅业态与产品供给，全面优化旅游服务体系，打造一批具有鲜明辨识度和广泛影响力的文旅品牌，让惠安成为更多人心之所向的“诗与远方”。

（惠宣）