



阿里和京东都在用高大上的玩法做农村电商,有点水土不服的味道,从一个在农村生活了 30 多年的人来看,“最土”的思维或许是农村电商市场的突破点。

最近半年,农村电商成为一个炙手可热的话题,对于农村电商的相关讨论也非常多。当京东和阿里这样的巨头开始在农村市场攻城掠地,农村电商市场呈现出一片欣欣向荣的大好景象。然而,谈到农村电商的业绩,阿里和京东等电商巨头似乎羞于启齿。

农村电商是未来最具潜力的市场,这是不争的事实。只是,如何做好农村电商,仍然是一个难以攻克的难题。原因很简单,阿里和京东都在用高大上的玩法做农村电商,有点水土不服的味道。从一个在农村生活了 30 多年的人来看,“最土”的思维或许是农村电商市场的突破点。

农村电商现状

淘宝成立了 12 年,京东成立了 11 年,亚马逊在中国市场也有十几年的光景。尽管不少农村人也知道淘宝和京东,但最近一年才开始尝试网购。对于刚刚学会网购的农民而言,让他们在网上卖东西无疑有很大难度。具体来说,农村电商面临以下几个困难:

1.操作层面的困难。农民如何通过互联网建立自己的销售渠道,如何维护这个看不到摸不着的虚拟销售渠道,这是农村电商操作层面的困难。当然,互联网操作也属于操作



层的认知程度也不高。让网购还不熟练的农民上网推广商品,这是最现实,也是最大的困难。

3.改变习惯的困难。乡间小卖部,传统的集市,这是农民购买的两大渠道。如何改变农民的意识,上网购物,并尝试将农产品放在网上销售,这个习惯改变起来真的很困难。

说白了,农村消费者在获取信息和推广方面,有着自己独有的渠道。当我们已经用邮件传递消息时,农村依旧用大喇叭传播消息;当我们习惯网上购物时,农村依旧习惯去小卖部购物;当我们习惯去会所娱乐时,农村的小卖部却是茶余饭后的消遣之所……诸多的差异,是阿里和京东等电商巨头试水农村电

商受阻的一个原因。

“土思维”的魅力

不可否认,最近几年赣南脐橙火了,阳澄湖大闸蟹也火了,但与偌大的农村电商市场相比,这只不过是沧海一

粟。从阿里和京东在农村电商的布局来看,要想真正打开农村电商的大门,必须根据农村流行多年的土习惯,用“土思维”来开拓。

近日,一个名叫“村村乐”的网站被 VC

估值 10 亿元,引发了诸多争议。

从“村村乐”网站格局来看,这并非一个电商网站,而是一个基于乡村发展的门户网站。

可从电商的发展角度来看,这样的一个门户如果做农村电商,要比阿里和京东做得更好,因为“村村乐”控制了农村的一些核心资源,

这恰恰是农村电商最急需的资源。

长期生活在农村的人想必清楚,大广播、墙面广告、横幅、小卖部以及在农村有一定威望或影响力的人,是比较优质的推广资源。最近一年,农村人开始习惯去淘宝或京东网购,墙面广告的影响是:在外打工的人教会邻居们去网购,这同样是一个不可忽略的因素。为此,“村村乐”通过网站社区招募了 20 多万网络村官,这种掌控资源的做法,是阿里和京东们必须要做的。

不妨设想一下,如果阿里和京东等电商平台掌控了 20 多万网络村官,就相当于牢牢掌控了 20 多万个村庄的电商渠道。网络村官拓展出的资源,完全可以成为农村电商的优质渠道。当然了,这仅仅是理论层面上的一种设想。

一直以来,很多人对于农村电商难成规模的原因,归结于对价格敏感和缺乏渠道。在笔者看来,阿里和京东这样的渠道,完全可以把商品价格做到最低,关键是对农村实际情况不了解的阿里和京东,并不清楚如何建立优质的电商渠道。

眼下,进军农村电商市场的企业,都是在复制开拓城市渠道的做法。殊不知,农村市场的特殊性,注定了农村电商市场,要用特殊的方法。“村村乐”搞乡镇社区壮大的“土思维”,值得农村电商进军者借鉴,毕竟这种接地气“土思维”才能搞好农村电商。

(来源:网易财经)

电商扶贫步入“快车道” 专家呼吁加强农村人才培养

■ 文 / 冀浩凡

“推进电商扶贫,吸纳培养人才应放在首位”。1 月 16 日在西安举行的全国电商服务与教育培训产业大会上,中国人事科学研究院院长吴江如是说。

近年来,内地各类“淘宝村”、“电商县”如雨后春笋,层出不穷。阿里研究院“2015 电商消费报告”显示,截至 2015 年上半年,832 个国家级贫困县在其零售平台的用户数达 1972.65 万个。2014 年国家级贫困县完成 119.3 亿元人民币销售额,同比增长 57.01%。目前农村电商、电商扶贫逐渐提速发展。

中国扶贫开发协会国家 1017 扶贫基金主任蒋任重称,2015 年底国务院扶贫办已正式将电子商务纳入扶贫开发体系,将着力推进电商扶贫工程。目前,甘肃、河南、贵州、陕西等诸多省份已积极将发展电子商务作为重要扶贫手段予以推行。

有舆论指出,尽管近年来农村电商、电商扶贫等形式在全国遍地开花,欣欣向荣,但基础设施差、物流成本高、网络覆盖低、

电商人才缺乏等问题已成为制约其发展的“拦路虎”。

中国电子商务协会副理事长陈震指出,电商扶贫的核心在于培育农村人才。记者采访发现,许多陕西村庄大批青壮年外出打工,仅有留守老人与儿童相依度日,操作电脑无从入手。中国人事科学研究院院长吴江认为,无论是发展跨境电商、区域电商,或是电商扶贫,吸纳培养人才都应放在首位。

陕西镇安县号称“九山半水半分田”,由于山大沟深,许多农特产品“深在闺中无人识”。镇安县电商办副主任李博向记者介绍,该县将发展电商作为脱贫致富的重要手段。目前已举办各类电商讲座 50 余场,意在当地民众进行宣传培训,培养电商意识和专门人才。随着该县农村淘宝县级运营中心、物流中心和首批 22 个农村站点建成运营,“农产品进城、消费品下乡”目标逐步实现。

有专家提出,将贫困地区的特色产业和特色产品,通过现代营销手段进行市场开拓,除了建立人才团队,还必须注重品牌效益,做大做强,实现贫困地区的自我造血功能。

以村淘为例:农村电商正处在什么阶段?

农村淘宝是一项民生工程

马云在此前的内部信中再次明确强调:阿里未来十年的愿景将围绕着全球化,农村经济和大数据发展进行。

追溯到去年美国上市,阿里明确提出将涉农电商作为在未来的重点发展方向之一,并在去年 10 月宣布启动“千县万村”计划,即未来 3-5 年内投资 100 亿元,建立 1000 个县级服务中心和 10 万个村级服务站,覆盖全国 1/3 的县及 1/6 的农村地区。

一年后,根据阿里公布的数据显示,其目前已经对接了全国 27 个省,在全国 5870 个村设立了农村淘宝店。

如今的阿里,伴随着人口红利到达天花板,它必须寻求新的增长路径,向上则是全球化,向下则是农村。

而阿里与农村的渊源并非始于一年前,早在几年前,一些村里的村民在淘宝上开店,把农产品销售出去,也曾使得一些村民富裕了起来,这个现象在当时称为淘宝村。然而受制于网络、交通及其他基础设施的落后,这个现象并没有持久,因为自下并不能迅速推动向上的变革。

阿里也同样意识到了这一点。农村淘宝农业发展部总经理朱俊介绍道,农村淘宝,就是通过搭建县村两级服务网络,突破物流和信息流的瓶颈,实现消费品下乡和农产品上行的双向流通功能。

这其中,农村淘宝是作为一项民生工程,由阿里和政府共同合作,自上而下地推动农

村淘宝,一个一个村地把基础设施以及菜鸟物流带到农村。

来到舒城县农村淘宝服务中心,建筑有着阿里特有的橙色气质,大厅里陈列着舒城的特色农产品,整个中心分为展示厅、会议厅、物流区等。

县、村级服务站职能

而村级服务站的职能则更具体,包括代购服务、物流收货和资金结算,其五大服务项目主要由农村淘宝合伙人作为桥梁,负责网上代买、网上代卖、网上缴费、创业培育和本地生活的一些工作。

村级服务站服务项目

今年是双十一的第 7 个年头,同时也是农村淘宝参与双十一的第一年,在服务中心,已经有不少双十一的爆款商品在实物展示,供村民参观,让村民买之前就可以看到商品实物。

以帮买为主帮卖才刚刚开始

在舒城农村淘宝的县级服务中心里,值得注意的是一块展示着 57 个村淘合伙人的陈列板,作为农村淘宝独有的合伙人模式。这些合伙人大多是大学生创业与返乡青年的再就业。

(来源:搜猎科技)



伴随着政策利好,农村电商眼见着将被推上又一个高潮。

数据显示,2014 年全国农村网购市场规模达 1800 亿元,预测到 2016 年将突破 4600 亿元,而未来农资市场容量有望超过 1.5 万亿元、农产品市场容量超过 4 万亿元、农村消费电商也在万亿元级别。

互联网+风潮投射出的影响力,让人们深深相信,在这片存在万亿级别市场的土地上,凭借互联网+的魔力,可以开垦出巨大的金矿。

但事情并没有那么顺利。技术革新确实能够弥补城乡的数字鸿沟,但要让农村焕发新活力,实在是一个沉重的话题,不是单单靠喊喊互联网+的口号,刷刷农村的墙就能够解决的。

那么农村电商在呼声如此高涨的情况下,目前到底发展到什么阶段?可借走访安徽舒城农村淘宝服务站的情况予以管窥。



全球智库发布 2020 十大新经济预测 跨境电商上榜

■ 文 / 李泽亚



2020 年世界和中国的经济走向如何?未来 5 年我们的生活会发生哪些变化?

2016 年 1 月 16 日,由国内外知名智库机构共同发起、阿里研究院主办的“新经济·新治理·新智库”2016 新经济智库大会开幕。贝恩公司、波士顿咨询、国家信息中心等机构也做出了十条预测,包括网络零售、跨境电商、共享经济将成为未来世界热门“商机”。原外经贸部副部长、博鳌亚洲论坛秘书长龙永图表示,随着新经济的发展,制订新经济下的规则体系变得越来越重要。而新经济时代,小企业走到前台,直接参与到国际经贸治理当中,谈得更多的是数字商务、数字市场。同时,他在演讲中专门提到了马云的“e-WTO”倡议。“我觉得这个想法很好,能让新经济的各个利益方、企业、社群、专家、国际组织平等、积极地参与进来,共同创建开放、公平的数据时代的经贸规则”。他认为,以“e-TWO 为突破口,建立

全球新的治理体系,应该说,是很好的选择”。

会上,“走向 2020:新经济十大预测”正式发布,包括贝恩公司、波士顿咨询、国家信息中心、浙江大学等机构做出的十条预测最终入围。从最终入围结果来看,网络零售、跨境电商、共享经济成为亮点,智库们普遍看好中国电子商务市场的未来前景,并认为互联网将对中国的制造业、流通业、农村、社会形态产生重要影响。以下是新经济十大预测的内容:

1. 贝恩公司:2020 年中国线上零售市场规模将达 10 万亿元,“买遍全球”成为现实。
2. 波士顿咨询:消费马车发力,未来五年中国消费增量将达 2.3 万亿美元,近半来自网络消费。
3. DCCI:2020 年 3D 打印市值将破千亿,家庭制造成主流。
4. 中国国际经济交流中心:“e 国际贸易”

快速增长并占据世界贸易额显著份额。

5. 阿里研究院:跨境电商将占中国外贸 1/3,e-WTO 将成国际贸易规则研究谈判的新平台和新机制。

6. 浙江大学中国农村发展研究院:2020 年,互联网将全面渗透中国农村各个领域。

7. 信息社会研究所:2020 年中国以平台治理为核心的“软法”体系初步形成,成为业界共同遵守的规范。

8. 国家信息中心信息化研究部:2020 年共享经济进入“人人皆可参与、物物均可共享”的全共享时代。

9. 信息社会 50 人论坛和北京大学中国社会与发展研究中心:人类行为的数据化将会成为人类社会的新纽带,透明无隐私时代将重现。

10. 网络智酷:社会测量、认知实验代替抽样统计,催生多学科基础理论巨大变革。

(来源:天津北方网)