

农村电商考察报告——

互联,正快步“网”向农村



4月10日,参加在诸暨市赵家镇举行的绍兴市农村电子商务工作现场会;4月16日,随我县考察团到遂昌县考察农村电商;5月14日,随小将镇、巧英乡农民联合考察团到桐庐县和诸暨市赵家镇考察电子商务……连日来,记者考察了三县(市)的农村电子商务发展,近距离感受了“互联网+农村”的火热形势和无穷魅力。

从农货上网到网货下乡 各地电商很火热

在诸暨市赵家镇,记者先后实地考察了电商经营户“樵农”、农村电商实训基地、农产品展示展销中心、农产品电商园发货配送中心、泉畈村“村淘点”和“村邮站”等地。赵家镇的出名,主要是通过网上销售农产品。

赵家镇位于诸暨市东北部、会稽山脉西麓,东与柯桥区、嵊州市接壤,镇域面积96.44平方公里,辖13个行政村,是一个传统的农业大镇,是著名的“枫桥香榧”的主产地。该镇的农产品电商,也正是“火”于香榧的滞销。

据介绍,2013年,由于礼品经济萎缩,香榧收购价从200多元/斤一下子跌到了60多元/斤,还出现了滞销现象。赵家镇就联合阿里巴巴打造了“网上香榧节”,短短3天时间就在“聚划算”上销售了2.7万斤香榧。首届“网上香榧节”让赵家镇尝到了甜头,此后电商发展进入井喷时期。如今,该镇共有网店450家、微店300多家,其中农产品天猫店4家、农产品皇冠信誉以上

网店5家,年销售额千万元以上的网店1家、500万元以上的3家、50万元以上的20多家,电商从业人员达2000多人。全镇35%以上的香榧通过网络销往全国各地。

在遂昌县,记者考察了遂昌网店协会、仓储配送中心及“赶街网”新农村电子商务服务站。据了解,2013年,浙江赶街电子商务有限公司在遂昌成立。“我们做的就是在网上帮农民把农产品卖出去,再帮他们把需要的消费品买进来,旨在帮助村民解决供销难题。”“赶街”一位负责人告诉记者。截至目前,遂昌县已有210个“赶街”服务站,实现了全县行政村全覆盖,每月提供服务近万次,部分村服务站单月代购额高达9万元,全县每月共为村民节省资金数十万元。

“赶街网”,为电商拓展农村市场提供了一种全新的思路。阿里巴巴到遂昌考察学习后,在去年10月就上线了针对农村市场的“农村淘宝”。

据悉,阿里巴巴启动了千县万

村计划,计划在三至五年投资100亿元,建立1000个县级运营中心和10万个村级服务站。而桐庐县正是与阿里巴巴合作的第一个县。在桐庐县桐君街道麻蓬村服务站,记者看到,室内墙上安装了一台电视机,连接着电脑,村民想买什么就让店主在电脑上找,村民在电视画面上看着确定。买定的产品会快递到“村淘”县级服务中心,服务中心再送到服务站。据店主介绍,该服务站从5月7日开业到5月14日,短短8天时间就做了8万多元的生意。

据悉,今年2月28日,省人力资源和社会保障厅与阿里巴巴签署战略合作协议,双方将在建设农村电子商务创业孵化园、“村淘”县级服务中心、村级服务站、农村电商创业服务、电商人才培养、数据共享、宣传推广等七大方面开展深度合作。3至5年内,在我省建设100个县级服务中心和2.7万个村级服务站,基本实现农村电子商务全覆盖。

从全国第69到全国第65 我县电商有基础

县领导带队、乡镇组团,多层次密集到各地考察学习电子商务,是不是意味着我县的电子商务很差呢?其实不然,我县的电子商务已经有了很好的基础。学习,是为了博采众长,为了更好的发展。

今年5月11日,阿里研究院发布“2014年中国‘电商百佳县’榜单”。这是继2013年后,阿里研究院

基于阿里巴巴平台海量数据,第二次对全国近2000个县或县级市的电子商务发展状况进行全面分析。我县再次跻身“百佳”,而且从第69位上升到了第65位(见附表)。

据了解,我县的县域电子商务发展模式为“集群经济型”,轴承、医药、服装、农产品等都有风采。虽然我县的县域电子商务

发展没有什么特别出奇的地方,很多电商从业者也只是在某个商务楼,甚至居住区默默耕耘,知名度不高,但从两年的全国电商百佳县排名可以看出,我县不仅位列“百佳”之中,而且逐步晋位。有业界人士认为,这或许是更好的电商生态,有着更为广阔的发展潜力。



有无限商机也有不少问题 互联连着你我他

去年以来,不管是苏宁、国美,还是京东、天猫等都在积极搭建自己的配送渠道,以便让货物顺利送达。近期,电商企业还纷纷在区县以及农村市场开出服务站,抢夺农村市场的最后一公里和最后100米。互联网,正快速向农村袭来。这将会给农村的生活、生产带来巨大的变革。

农村电商的发展,首先需要有一个本土化的配送渠道,这将会带动更多的人创业。我县的物流运输企业或跑腿公司怎样迎接这一波潮流,分一杯羹呢?

“农村淘宝”里面肥料、农药、种子等农资一应俱全,销售这些农资的实体店需要相关的经营许可证,从业者需要具备相关的专业知识,取得相关的上岗证。“村淘”上买的农资,怎样监管,谁来教农民使用呢?

在考察过程中,记者发现有网下体验店里的农产品贴着“QS质量安全”的标志,但“QS”标志已经从2010年7月1日起改为“QS生产许可”了,甚至许多网络销售的加工农产品既没有QS标志也没有标明生产厂家。记者搜索了

我县农产品在淘宝网上的销售情况,发现网络销售业绩好的,与实体企业品牌好的交集不多。有业界人士认为,当前网络销售的农产品还是以低端产品为主,存在着“劣币驱逐良币”的现象,与农业现代化背道而驰。那么,怎样才能让农业的信息化与现代化同向而飞呢?

随着农村电商的发展,网货的直接下乡,实体店如何应对冲击,实现靓丽转身呢?

电子商务发展,远非产品的买卖而已。卓雅影视的王秋东告诉记者,他8年前就已经通过网络完成专题录音了。小将镇纪委书记丁祺告诉记者,他在淘宝众筹网上参与了一个众筹项目,也在计划帮助小将农民应用众筹。除了产品的买卖,怎样让互联网在农村建设的创意征集、资金筹集、乡村休闲的线上线下互动等全方位结网呢?

互联网向农村发展是不可逆转的大潮流。这里面充满了无限的商机,也隐藏着不少挑战,需要我们深入学习、掌握、应用,方能趋利避害。你,准备好了吗?

2013年、2014年部分中国电子商务发展百佳县情况表:

县市名称	排名		网商指数		网购指数		发展指数	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
义乌市	1	1	40.65	43.825	52.59	25.207	46.62	34.516
诸暨市	40	44	9.58	7.202	25.65	10.62	17.62	8.911
桐庐县	48	41	8.3	7.345	25.34	10.644	16.82	8.994
新昌县	69	65	6.02	6.058	23.41	9.608	14.72	7.833
遂昌县	83	—	5.38	—	22.28	—	13.83	—

2013年“阿里巴巴电子商务发展指数”=网商指数×0.5+网购指数×0.5=(网商密度指数×0.5+店均网络交易指数×0.5)×0.5+(网购消费者密度指数×0.5+人均网络消费指数×0.5)×0.5

2014年“阿里巴巴电子商务发展指数”=网商指数×0.5+网购指数×0.5=(网商密度指数×0.6+店均网络交易指数×0.4)×0.5+(网购消费者密度指数×0.6+人均网络消费指数×0.4)×0.5

网商密度指数=网商数量/人口数量

店均交易额=零售网商交易额/零售网商数量

网购消费者密度=网购消费者数量/人口数量

人均消费额=网购消费额/网购消费者数量

