

# 县域电商发展与典型案例分享

邵明 博士

复旦大学电子商务研究中心 副主任

科技部互联网信息组评审成员

人社部万名专家服务基层成员

发改委大数据项目评审专家

国家级电子商务示范县评审、验收组组长

Mail : [shaoming@fudan.edu.cn](mailto:shaoming@fudan.edu.cn)



# 目录

## 第一章

农村电子商务，县域经济新引擎

## 第二章

电子商务进农村（示范县）  
绩效评价点评

## 第三章

案例分享与农村电商未来展望

# 第一章

## 农村电子商务，县域经济新引擎





# 前言

PREFACE

改变已然发生，并会继续下去

电子商务大潮正以前所未有之势**席卷传统产业**

在融合与碰撞间，行业**重塑**正在进行……

# 后喻时代的来临...



## “前喻”

社会与封闭、保守的社会形态分不开：自己一辈子怎么过日子，自己大体知道



## “后喻”

社会观念上后生启迪长者，在竞争力上年轻人胜过老年人



## 记住总理的话：别把电商看小了

- “去年在经济增速放缓的情况下，就业不减反增，这里面有简政放权、商事制度改革的功劳。而从业态角度讲，电子商务起到了极大的推动作用。”
- “别以为电子商务只是‘虚拟经济’，事实上，它在很大程度上直接带动了‘实体经济’。”
- “一定要看到，线上线下的互动，可能开创出新的空间。如果一味害怕竞争，最终会在竞争中退场。”

——李克强



# 新机会—黄金五年的三个战略起点



# 电子商务进农村示范意义



# 农村电商面临的六大问题



## 行动推动异化

农村电商基础差，人才匮乏，商业模式还不成熟，注定需要政府及时上手，创造条件，积极扶持，尤其需要一把手工程的大力推进，然而一些地方出现了**大跃进、形象工程的迹象**。



## 存在实践误区

**盲目搭建平台**，耗费巨大却不懂运营，最终变成空壳商城；**盲目建设园区**，依然模仿传统的工业园区套路，变个名字，换个招牌实质上还是原来的内容；**盲目招商**，一味追求大电商撑门面，却不重视青年电商人才培养



## 认识两极分化

一方面，很多地方担心电商影响实体经济还不创造税收，装着样子做；另一方面，有的地方**妄图短期内将电商做成规模**，违反一般经济规律，形成烂尾工程



## 盈利模式待寻

无论是对政府还是参与其中的电商而言，短期内取得回报是困难的；而且农村电商基础差，企业只好走上重资产的模式。



## 需求契合不高

虽然各大农村电商都大体提出了农村电商服务的四大领域，代收费、代买、代卖、创业与金融服务等，但发展均出现困难。电商整体表现为向农村卖的多，而当地政府和农民更想卖出去，中间的意愿差距不小。



## 整体缺乏统筹

农村电商线长面广，**仅凭商务部很难将工作做全面**，同时，由于农村电商被视为最后的蓝海各大电商不免加速“跑马圈地”，加剧了竞争，有的地方已经出现电商企业“零交流”的现象。

24:00:00

2016年11月11日

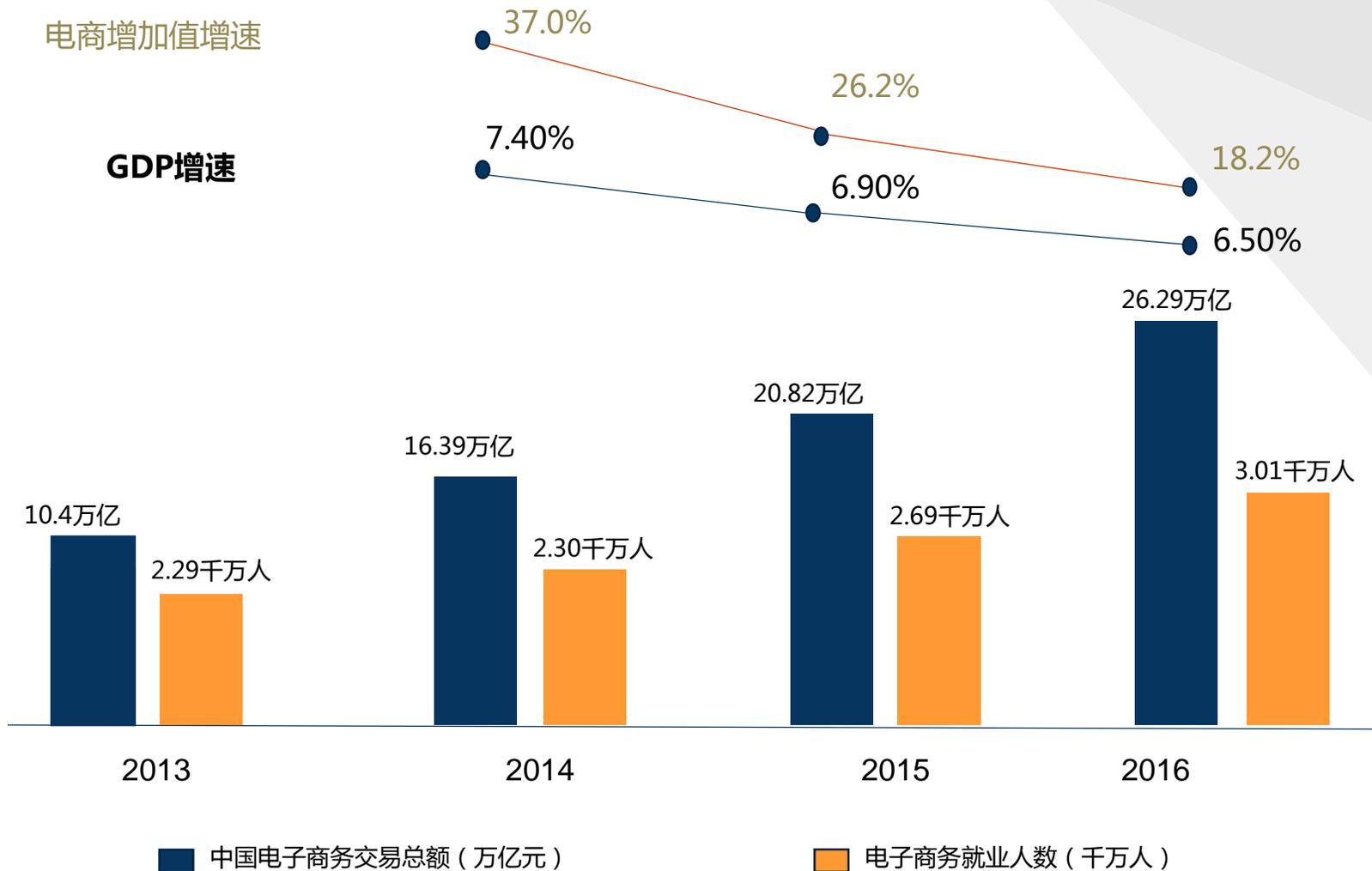
24:00:00 2016 11.11 Global Shopping Festival total GMV is RMB 120.7 billion.

1207

亿

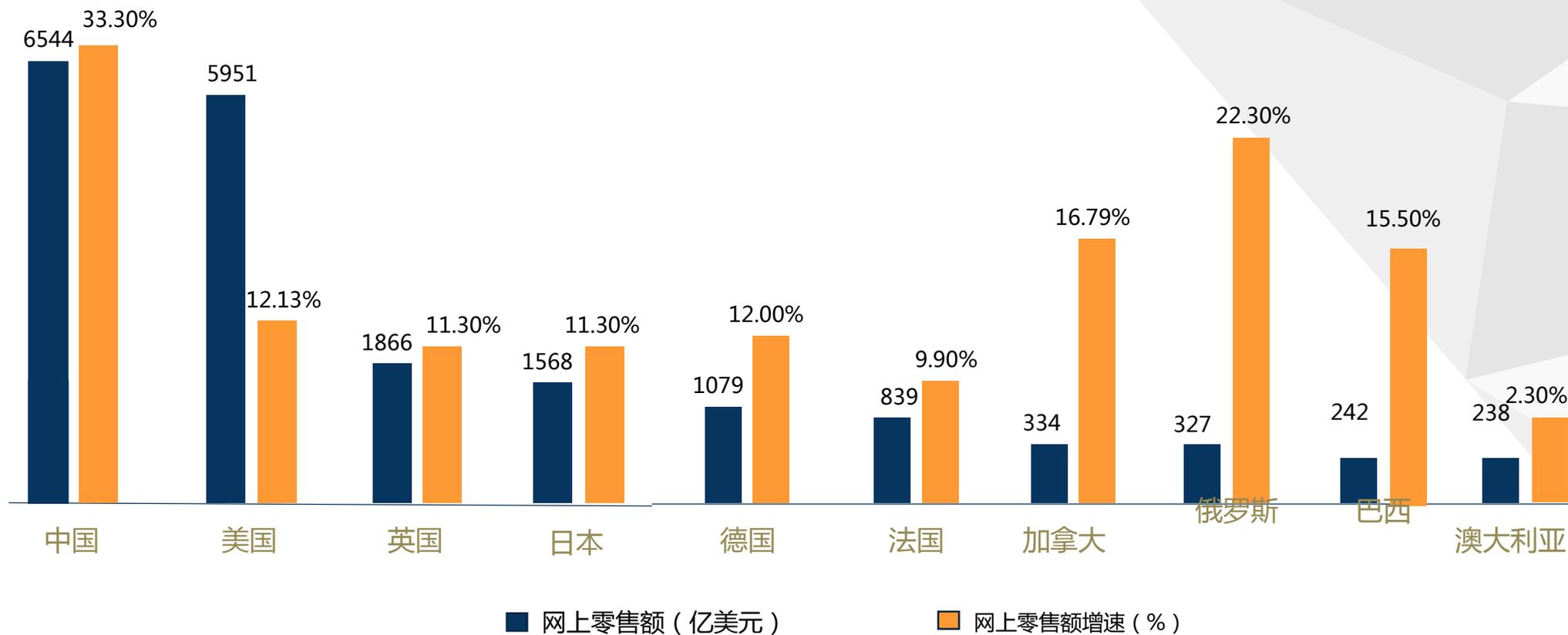


# 电子商务经济体正在成为中国经济发展的重要动力



# 电子商务经济体正在成为中国经济发展的重要动力

## 2015年世界主要国家网上零售额与增速



# 农村电商发展远超预期

## 农村电商商品及服务交易务

约8945亿元

## 农产品电商交易额

约2200亿元

## 农资电商交易额

约2800亿元

农村电商交易额破万亿  
全年总额约为：

**13,945**亿

# 本地特色商品增多

特色商品拥有悠久历史、体现本地文化、部分已具有品牌影响力。



牡丹画



大鼓



鸟笼

# 特色商品举例

商品	地点	说明
鸟笼	山东省即墨市 移风店镇大欧村	大欧村制作鸟笼始于明代，已有500余年历史
牡丹画	河南省孟津县 平乐镇平乐村	全国唯一的“牡丹画生产基地”，有农民画师900多人
宣纸	安徽省泾县 丁桥镇李元村	宣纸已有1500多年历史，“始于唐代、产于泾县”，“宣纸制作技艺”被列入国家非物质文化遗产保护名录
大鼓	河南省偃师市 缙氏镇马屯村	有上百年的制鼓历史，北京奥运会开幕式2008面大鼓均出自马屯村
银器	云南省鹤庆县 草海镇新华村	银器制作始于唐代，世代相传，有1200多年历史

# 特产想做大，产品要四化



# 产品不断迭代升级

## 措施

- 分析消费需求
- 从模仿复制到自主设计
- 合作研发设计
- 采用新设备、新工艺
- .....

## 表现

品质提升

产品创新

## 结果

- 提升消费体验
- 突破同质化竞争
- 增加收入，提高利润
- 强化品牌影响力
- .....

# 高速增长的新兴产品

据不完全统计，过去一年，超过120种农村电商新兴商品在网上的销售额快速增长、突破100万元，个别甚至突破1000万元。



电动平衡车



文房四宝



拉丁舞套装

# 乡村网商企业化

注册公司和商标，重视团队、品牌和客户服务

以企业身份注册的淘宝网店铺

> 5100 个

企业网店最多的五个区县：

金华义乌、广州番禺、广州白云、泉州晋江、杭州余杭

## 1、入驻平台

- 入驻天猫、京东必须是企业身份
- 入驻1688至少是个体工商户身份

## 2、差异化竞争

- 做强做大，必须企业化发展
- 企业身份更容易获得消费者认同
- 形成品牌溢价

原因

## 3、经营需要

- 招人更有吸引力
- 便于开发票

## 4、政策需要

- 企业身份更容易获得政策支持

# 电商服务体系化

- 网商发展促进电商服务升级：从小到大、从单一到多样、从分散到集聚
- 电商服务体系化，是农村电商升级发展的重要标志

第一波

交易服务

营销服务

支付服务

物流服务

第二波

培训服务

摄影服务

IT服务

电商园区

.....

第三波

法律服务

会计服务

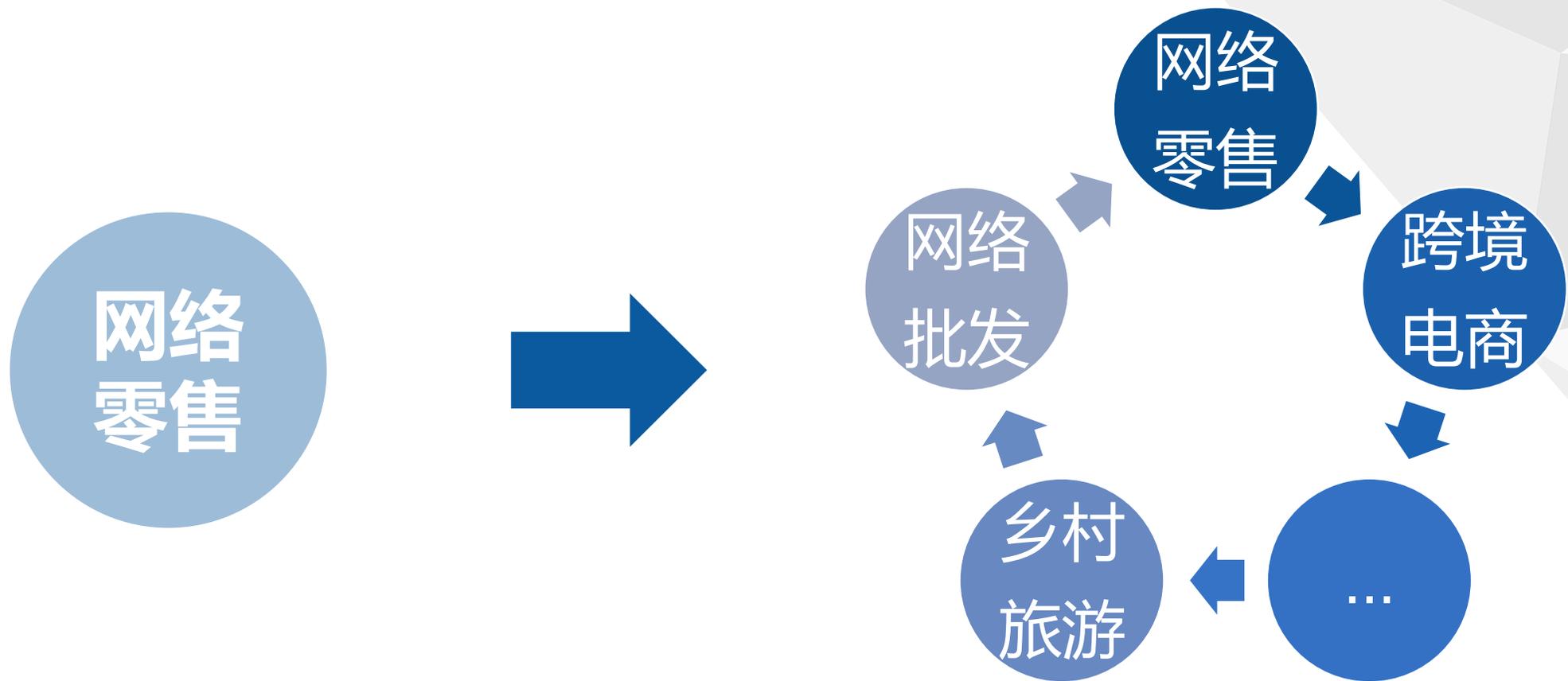
知识产权  
服务

融资服务

.....

# 发展模式多元化

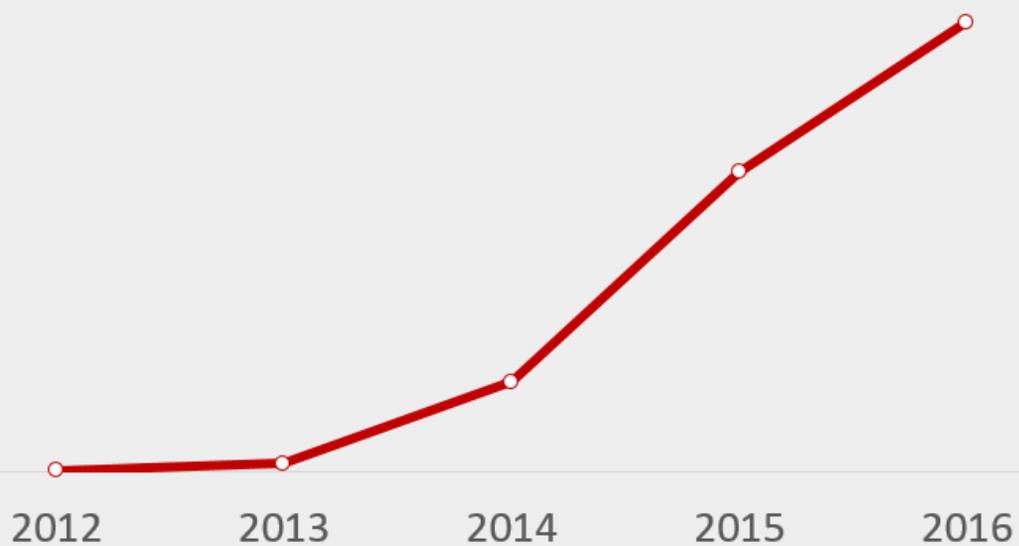
农村电商在发展初期以网络零售为主；  
现阶段涌现出网络零售、网络批发、跨境电商、乡村旅游等多样的模式。



# 孵化大批草根创业

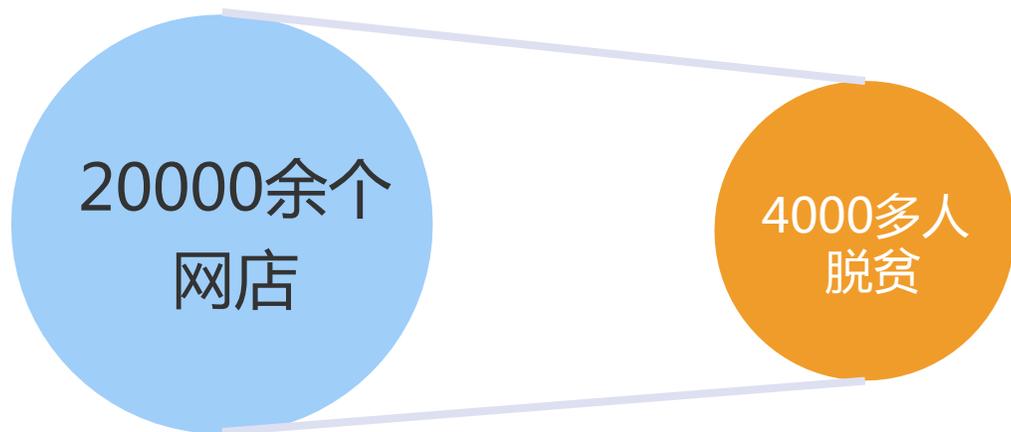
农村电商要有草根创业孵化器

2016年仅在淘宝平台上活跃网商超过30万家



# 电商创富消贫

截至2016年，曹县网商开通网店20000余个，电商销售额近25亿元，直接带动**4000多**名贫困人口脱贫。



数据来源：曹县政府

## 曹县主要措施：

- **开展电商培训**，为不同人群提供针对性课程  
2015年培训贫困人群1000余人次
- **设立电商扶贫基金**，每年财政拨款300万元
- **县乡干部与贫困家庭形成“一对一”互助组**
- **改善农村基础设施**，重修公路、改造电网、提升网速

# 政策密集出台推动农村电子商务发展

时间	部门	名称
2016年1月3日	农业部	《农业电子商务试点方案》的通知
2016年3月29日	商务部	《全国电子商务物流发展专项规划（2016-2020年）》
2016年4月21日	国务院	国务院办公厅关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见
2016年5月12日	农业部、发展改革委、中央网信办等8部门联合印发	《“互联网+”现代农业三年行动实施方案》
2016年10月29日	中央网信办、发改委、扶贫办3部委	《网络扶贫行动计划》
2016年11月11日	农业部	农业部关于全面推进信息进村入户工程的实施意见
2016年11月16日	农业部	全国农产品加工业与农村一二三产业融合发展规划（2016—2020年）
2016年11月23日	16部委	16部委关于促进电商精准扶贫的指导意见

# 推动农村电商发展的七条建议

首先认清什么是农村电商，为什么要做农村电商这是一个前置性的问题，如果认识不清楚，就可能导致行动比较盲目

廓清认识迷雾

各电商平台推出的农村电商业务基本也都是四大块，即代缴费服务、代买服务、代卖服务、人才培养与扶持等，需要模式进一步突破和创新

提升战略定位

鼓励模式创新

突出群众参与

电商不能简单的理解为一个行业，也不能过于纠结在电商与传统商业的竞争问题上，而是要看到电商作为新的基础设施、新的发展动力、新的思维方式和新的经济形态，其内涵与形式相当多样，其重大作用还有待深度开掘

互联网界流行的“参与感”概念在农村电商的进程中必须从群众积极地、主动地参与开始。从目前的进展看，总体还处于电商平台主导的阶段，群众路线走得还不够，农村的精英调动了一些，但普通农民还没有广泛动起来。而群众广泛的参与是验证农村电商是否成功的标志

# 推动农村电商发展的七条建议

农村电商天然存在着城乡差距导致的基础弱势，交通、通讯、物流都是软肋，而当地传统产业与互联网更有巨大的现实差距；且农业又很难与电商相匹配，如果没有农业产业的深化改造，而是只在农产品销售环节进行的电商包装营销，成功的可能性极小

农村电商从09年发展至今，已经留下很多成功的案例，如何从当前的实践中找出规律性的东西，找到适合自己的发展道路，提供一个更为靠谱的农村电商路线图，是电商理论界当前的重要任务

加强产业升级

深化人才培养

注重理论研究

目前的人才培养，简单化到培训的初级阶段。而从实践看，培训只是一个切入点，更复杂的事情在后续服务与产业配套上。而未来的农村电商的每个节点都需要一批专业人才介入，保证专人做专事

# 第二篇

## 电子商务进农村（示范县） 绩效评价点评



# 示范县申报流程与申报材料准备

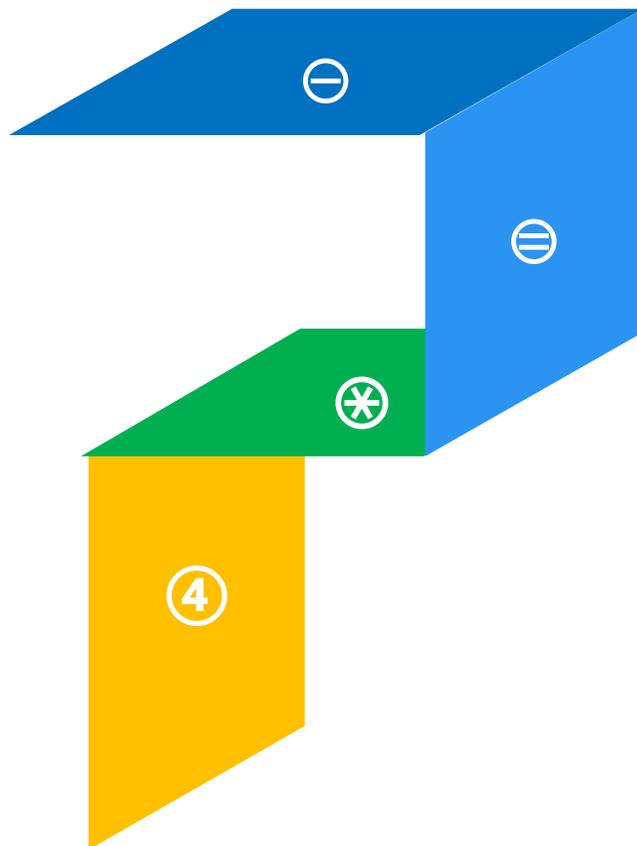
## 1

### 县政府组织申报材料

- ✓ 当地电子商务规划
- ✓ 示范县创建方案

## 4

### 提交国家商务部



## 2

### 提交地级市商务局

## 3

### 省商务厅组织答辩



**一级指标**

**农村电子商务内生发展能力培养  
( 45 )**

**组织与实施情况  
( 35 )**

**工作绩效  
( 20 )**

**二级指标**

- ✓ 农村电商服务业培育 ( 12 )
- ✓ 农村电商网络和物流体系建设 ( 10 )
- ✓ 农村产品网络销售促进 ( 10 )
- ✓ 人员培训 ( 10 )
- ✓ 宽带电信普遍服务 ( 3 )
- ✓ 资源的开放、共享和可持续

- ✓ 组织管理 ( 28 )
- ✓ 推进政策 ( 7 )

- ✓ 电商促进 ( 4 )
- ✓ 促进销售 ( 4 )
- ✓ 带动就业和创业 ( 4 )
- ✓ 带动贫困户脱贫 ( 6 )
- ✓ 传统商贸企业转型升级 ( 2 )



# 01

## 农村电子商务 内生发展能力培养（45）

- ✓ 农村电商服务业培育（12）
- ✓ 农村电商网络和物流体系建设（10）
- ✓ 农村产品网络销售促进（10）
- ✓ 人员培训（10）
- ✓ 宽带电信普遍服务（3）
- ✓ 资源的开放、共享和可持续

农村电子商务内生发展能力培养（45）

# 农村电商服务业培育（12）

1. 具有农村电商服务企业  
和电商企业至少1家，  
且对村级网点提供网络  
代购、仓储配送、在线  
支付等基础服务（2）

2. 为农产品、民俗产品、  
乡村旅游等农村特色产  
品网络销售，提供品牌  
培育、分拣、包装、检  
测、网络营销策划、网  
站托管等增值服务（2）

面向农村地区提供网络购  
销、仓储配送、在线支付、  
品牌培育、培训、包装、  
检测、金融等电子商务全  
链条服务的电商服务业的  
建设情况（6）

3. 为农民、农业合作  
社、涉农企业提供以  
农业生产技术指导为  
核心的农资电商服务  
（2）

4. 为县域实体经济提  
供电子商务综合性服  
务，加速实体经济的  
转型升级（+2）

2、乡村电子商务  
服务网点负责人的  
业务操作熟练程度  
（3）

1、东中部县电子商务  
网点行政村覆盖率在  
60%（含）以上；西部  
县电子商务网点行政  
村覆盖率在50%（含）  
以上，且月代购金额达  
到2000元以上（3）

农村电子商务  
服务网点建设  
情况（6）

3、县域公共服务中心要加强对村  
级服务网点布局的整体规划，同  
一行政村，中央财政支持网点原  
则上不超过1家（-5）；避免重复  
建设，已有企业网点在运行的，  
中央财政应谨慎支持

农村电子商务内生发展能力培养（45）

# 农村电商物流体系建设（10）

基本建立农村电商市场化物流解决方案

## No.1

1、东中部县具备功能相对完善的县级农村电子商务仓储及物流服务设施，物流快递企业的乡镇覆盖率达到100%，且为所有村级电商服务点提供服务，与村级电商服务点实现资源共享；西部县具备功能相对完善的县级农村电子商务仓储及物流服务设施，物流快递企业的乡镇覆盖率超过80%（西藏、青海除外），且为所有村级电商服务点提供服务，与村级电商服务点实现资源共享（3）

## No.2

2、从县级物流仓储中心到村级网点完成配送所需时间（3）

## No.3

3、整合现有物流资源，实现县、乡镇、村三级统一配送体系，降低物流成本，上行物流快递价格低于或与同等区域主流电商平台的价格持平（4）

## No.4

4、同一条物流线路，中央财政支持物流企业不超过1家（-5）；避免重复建设，已有社会物流企业在运行的，中央财政应谨慎支持

农村电子商务内生发展能力培养（45）

# 农村产品网络销售促进（10）

积极探索农村产品网络销售，并在商业模式、网络销售额、促农增收等方面形成初步成果



## No.1

对辖区内农村产品的生产和销售情况（包括生产面积或产量、上市时间、质量和技术水平、传统销售渠道及比例、自主品牌拥有情况、农产品电商企业）进行了全面摸底,形成基本情况档案或报告等（3）并根据摸底情况制定合理的农产品网络销售促进措施（2）



## No.2

建立专业团队为农产品、民俗产品、乡村旅游等农村特色产品网络销售，提供品牌注册、品牌培育、分拣、包装、检测、网络营销策划、网站托管等增值服务（5）



## No.3

在农产品网络销售过程中，应用农产品生产、流通标准，探索农产品电子商务交易标准化问题（+1）



## No.4

建立符合农产品网络销售上行要求的冷链体系（+1）



## No.5

建设农产品全程可追溯体系及相应农产品溯源系统（+1）

农村电子商务内生发展能力培养（45）

# 培训与人才培养（10）

初步建立了多层次的农村电商培训和人才培养机制

No.1

定期开展农村电商公共宣传，针对政府、企业、农民等提供基础普及性的公开、免费培训，同时在网上开展电商基础普及性免费培训(开展公共宣传，组织相关人员的免费培训、网上免费培训各1分)（3）



No.3

基础普及性培训和增值培训累计人次（示范县人口数量按80万人计）（3）



No.2

建立农村青年创业培训机制，针对有电商创业需求的农村青年提供增值培训针对已培训人员跟踪服务，提供辅导、孵化等定向服务，并定期统计从业及创业人员运营情况（4）

农村电子商务内生发展能力培养（45）

# 宽带电信普遍服务（3）



农村地区宽带及移动网络服务情况（3）

县行政村宽带覆盖率（3）



农村电子商务内生发展能力培养（45）

# 资源的开放、共享和可持续



中央财政支持建设的农村电商运营(培训)中心、农村电商产业园、物流配送体系等是否具有开放性，是否向社会提供市场化服务，是否仅向特定企业提供服务，向社会提供服务的收费是否合理（-10）



# 02

## 组织与实施情况 ( 35 )

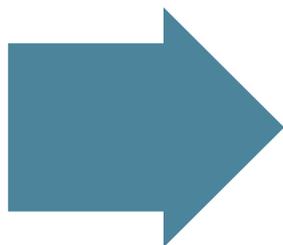
- ✓ 组织管理 ( 28 )
- ✓ 推进政策 ( 7 )

# 组织管理 ( 28 )



## 组织协调(3)

建立示范县负责同志牵头、多部门参与的工作协调机制，充分发挥政府统筹协调的作用，提高政府服务水平，示范县主要负责同志牵头，制定了科学严谨的综合示范工作方案，提出合理的工作目标、时间节点，且工作方案得到基本落实。



## 资金和项目管理(5)

1. 建立本县资金与项目管理制度，或执行省级部门制定的资金和项目管理制度，定期现场查看资金使用和项目进展情况，并形成记录文件（3）
2. 资金使用方向是否合规，使用程序是否规范，如票据是否完整等（2）

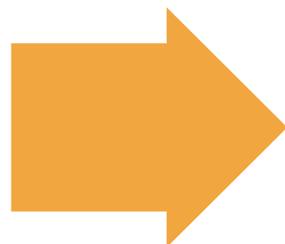
组织与实施情况 ( 35 )

## 组织管理 ( 28 )



### 公开透明 ( 10 )

- 1.网络公开综合示范工作方案、资金与项目管理制度，并同时设立征求意见窗口或纪检、审计举报窗口 ( 2 )
- 2.2.及时在网络公开已经确定的中央财政资金扶持项目的基本信息，内容包括确定财政扶持该项目的政府决策文件、项目名称、建设内容和要求、项目承办单位名称、扶持资金额度、完成时限、绩效目标、承办单位责任人等，并每月更新项目建设进度，同时设立征求意见窗口或纪检、审计举报窗口 ( 8 )



### 信息统计 ( 10 )

- 1.示范县是否与项目承办单位就财政补贴的项目必须按要求提供交易和活动信息所达成的协议 ( 2 )
- 2.是否按要求与“农村电子商务和社区商业信息系统”实现数据对接，并及时、准确、完整填报信息 ( 8 )

组织与实施情况（35分）

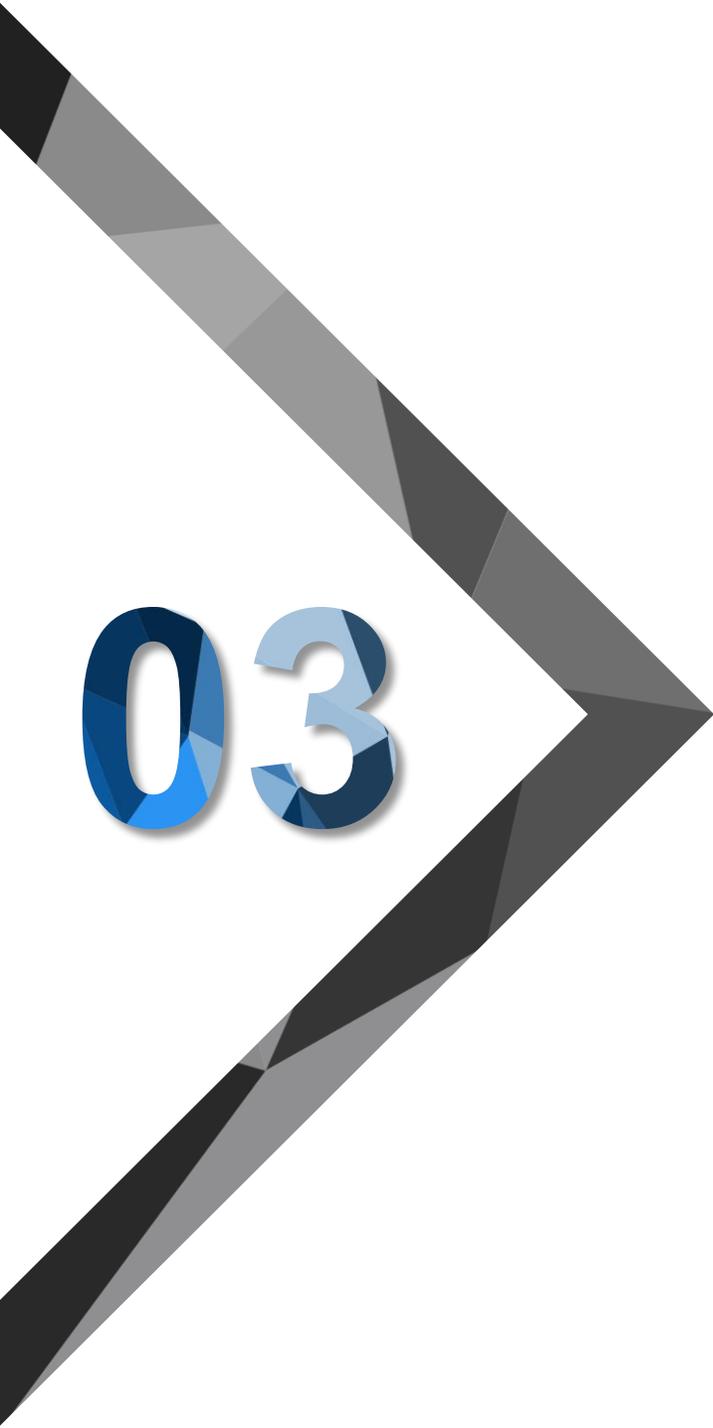
# 推进政策（7）

## 出台促进和规范政策（5）

- 1、在金融、土地、人才、收费等方面出台支持农村电商发展的政策（3）
- 2、东中部县地方财政扶持支持资金不低于1000万元，西部县地方财政扶持支持资金不低于500万元，其中国家级贫困县和集中连片贫困县地方财政扶持支持资金不低于200万元（+2）
- 3、建立符合本县实际的农村电子商务市场秩序监管机制和商务信用评价制度（2）

## 典型总结提炼宣传（2）

示范县电子商务情况的报道



# 03

## 工作绩效 ( 20 )

- ✓ 电商促进 ( 4 )
- ✓ 促进销售 ( 4 )
- ✓ 带动就业和创业 ( 4 )
- ✓ 带动贫困户脱贫 ( 6 )
- ✓ 传统商贸企业转型升级 ( 2 )

# 工作绩效 ( 20 )

## 电商促进 ( 4 )

### 电子商务交易额 同比增长

示范县电子商务交易额同比增长率  
( 增长率在30%以上4分; 增长率在20%-30% 2分, 增长率低于20% -2分 )



## 促进销售 ( 4 )

### 农副产品、民俗产品、乡村旅游等网络销售增长情况

农副产品、民俗产品、乡村旅游等网络销售额形成一定规模, 其增长率情况  
同比增长50%以上 ( 4 ); 同比增长30%-50% ( 2 ); 同比增长率低于30% ( 0 )



带动农村青年、返乡大学生、返乡农民工、农村妇女、残疾人网络创业就业的人数和效果。其在示范省份内排序  
处于前30%的示范县 ( 4 ); 处于30%-60%的示范县 ( 2 ); 处于后40%的示范县 ( 0 )



### 带动农村就业和创业 带动就业和创业 ( 4 )

1、农村电商服务网点建在建档立卡贫困村或省级贫困村的数量和比例 ( 2 )  
2、对建档立卡贫困户或省级贫困户进行培训的数量和比例 ( 2 )  
3、带动贫困户直接和间接开展网络销售数量、金额和增收效果等情况 ( 2 )



### 通过电商提高贫困户收入 带动贫困户脱贫 ( 6 )

邮政、供销、万村千乡等传统商贸企业进行信息化改造, 具备进销存管理、农产品收购、网络销售、数据统计等功能 ( 2 )



### 农村传统商贸流通体系转型升级 传统商贸企业转型升级 ( 2 )



# 一票否决项

有下列情况之一的为,直接评为较差：

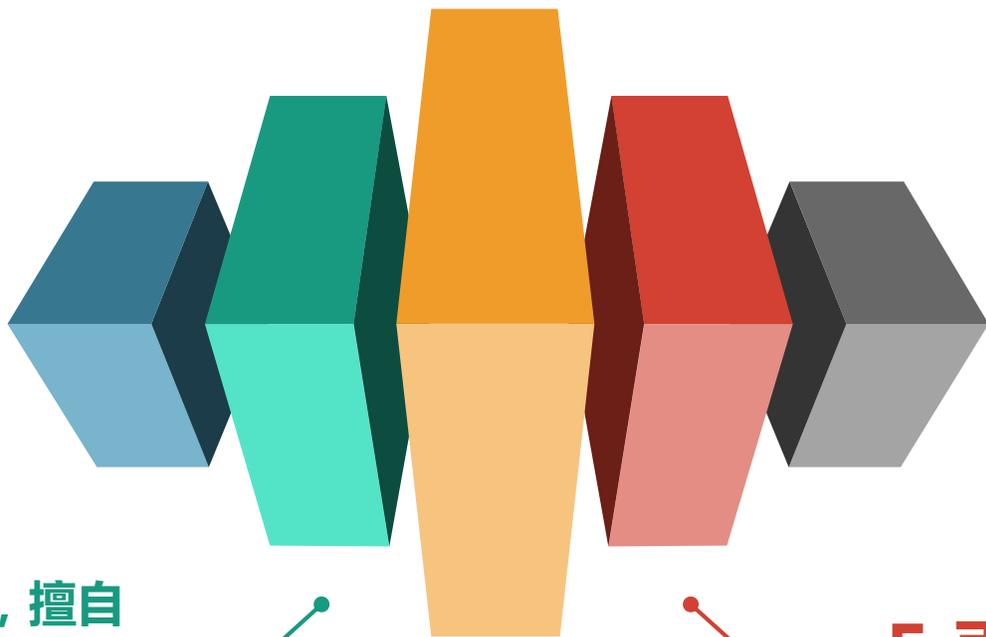
3.项目发生安全生产事故或质量事故，  
或者造成重大经济损失和社会不良影响

2.在审计、稽查和其他  
相关检查中发现项目质量、  
资金管理等方面存在  
重大问题

4.项目建设进度严重滞后，  
总体进度不足40%

1.违反工作文件规定，擅自  
更改实施方案、扩大实施范  
围、增加或改变示范内容

5.弄虚作假



# 第三篇

## 案例分享与农村电商未来展望

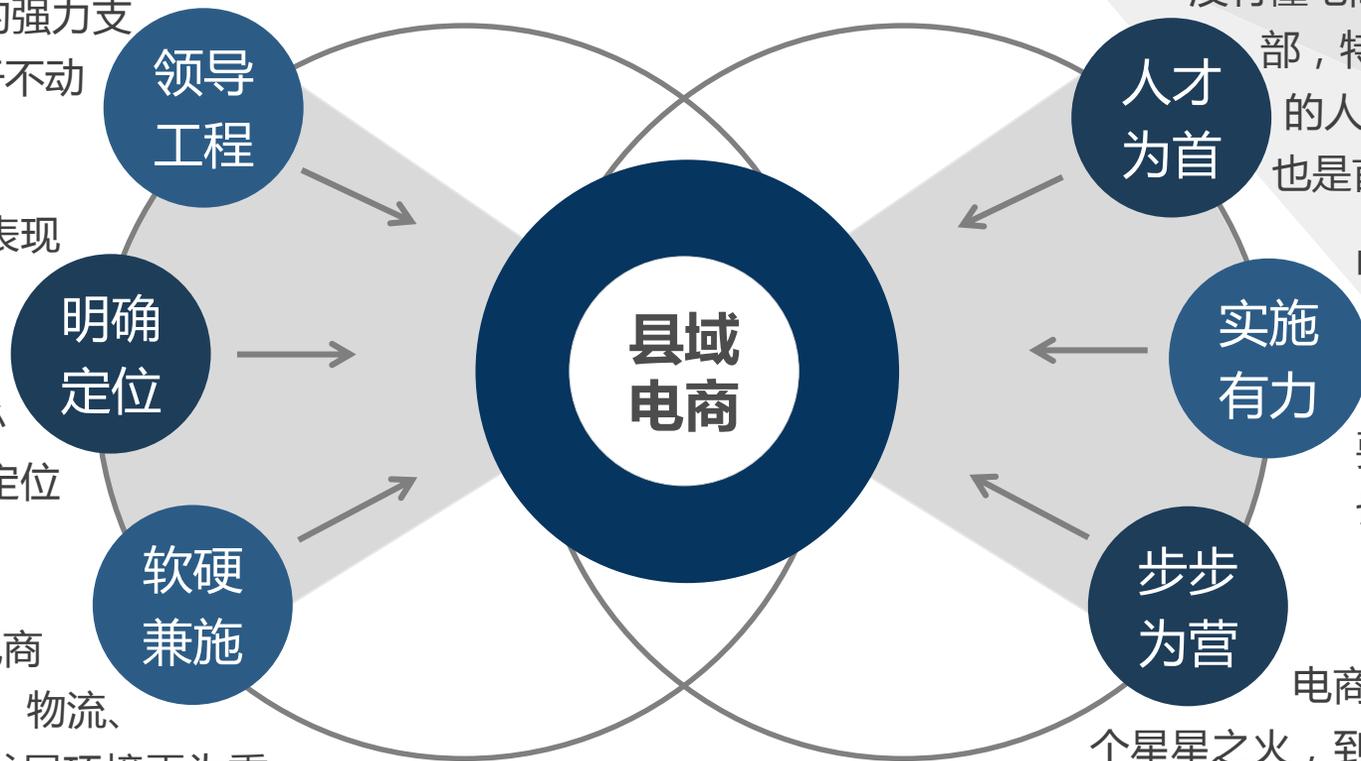


# 成功县域电商的六大特征

农村电商十分复杂，涉及十几个部门和多个行业，还需要牵动电商运营的前中后段，如果没有一把手的强力支持和身先士卒，好多工作是干不动的。

域电商具有综合性，它可以表现为县域电商，农产品电商，电商扶贫、旅游电商，甚至是跨境电商，所以县域电商必须要有符合自己优势的明确定位。

电商一方面要考验一个县域电商的基础设施建设，比如交通、物流、生活配套等；但同时，软的发展环境更为重要。很多地区虽然艰苦，但是领导和干部自己亲力亲为，让创业者在这里如沐春风虽然条件困难却干劲十足。



县域电商的竞争说白了，就是对人才的争夺。有了人才，电商才能发展起来。没有懂电商的领导，没有会干电商的干部，特别是缺乏一大批愿意从事电商的人才，这是县域电商的心头之痛也是首要任务。

电商是一门实践科学，推动农村电商不仅要看口号有多么吸引人制订的措施有多么得力，关键要看落地怎么样，如果不落地一切也都是纸上谈兵毫无意义。

电商发展总有一个过程，从点燃第一个星星之火，到星火燎原，这中间有大量的工作要做，也需要以时间来换取发展的空间。在县域电商的发展问题上，不可超越发展阶段，不可急于求成。而且，往往会出现欲速则不达的怪象。



# 砀山电子商务发展

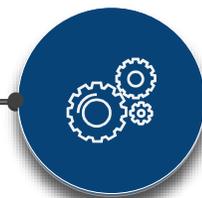
- 2015年7月入选第二批国家级电子商务进农村综合示范县，以项目为抓手逐步探索出了一条“政府引导、企业运作、协会推动”的农村电子商务新道路
- 2015年全县利用电商平台16个，开设网店、微店10000多家，网络销售额突破10亿元。2016年，电商销售额已达37.3亿元，其中农产品上行达到31.6亿元
- 媒体报道国家级22篇，省部级38篇，市级53篇，共接待考察312批次，5000多人

# 砀山电子商务发展方式



人——四个人：

- 1、一个明白人
- 2、一个协调人
- 3、一个领头人
- 4、一批闯劲人



产品——四个化：

- 1、产品——商品化
- 2、商品——网货化
- 3、网货——品牌化
- 4、品牌——社交化

# 砀山电子商务发展独孤九剑

内通外联、强化物流

齐抓共管、夯实产业

质量追溯、数字果园

政府背书、引爆活动

政府引导、协会推动

深挖特色、o2o融合

引资引智、加强合作

精心选人、成立机构

三级培训、深度宣传

# 招式一：精心选人、成立机构

- 党政一把手挂帅，选准总**协调人**
- 成立**电商协会**，带动电商小伙伴



## 招式二：深挖特色、O2O融合

砀山素有“世界梨都”之称，是世界三大优质黄桃基地之一，拥有世界最大的连片果园，年产各类水果30亿多斤。

挖特色的原则：数一数二、不三不四

砀山特色：一个产业、两大特产、三个一百



## 招式二：深挖特色、O2O融合

- 占2.1万平方米，设有公共服务中心、农特产展销中心、特色馆运营中心、人才培训中心、孵化园、公共摄影中心、创客空间、物流分拣中心等
- 实行“三免六服务”政策  
免费装修房屋、免费组织培训、免除两年房租；提供全程电子商务代运、产品定位、信贷融资、企业转型、管理咨询、仓储物流服务。



# 招式二：深挖特色、O2O融合



■苏宁易购、邮乐网  
中华特色馆·砀山馆

■ 京东、供销e家  
■ 中国特色·砀山馆



# 招式三：政府背书、引爆活动

聚  
juhuasuan.com

首页 品牌团 非常大牌 聚名品 全球精选 量贩团 旅游团 丽人购

今日团购 > 商品团 > 食品 查看更多同类商品 ▶

**聚划算**  
10月10日10点整  
准时开抢

**量贩团**  
JU20阿里  
正宗安徽砀山酥梨 买5斤送3斤共发8斤！食梨防燥最宜秋，今年雨水少梨子特别甜，黄河故道沙土地原... (每个ID限购5件)

**29.9**  
8斤包邮

包邮 买5斤送3斤共8斤

- 前200单5折 先到先得前200单14.9包邮，品尝砀山果园新鲜直发酥梨
- 第二单减10元 前5分钟拍2单自动减价10元，乐享酥脆绿色生态砀山酥梨
- 世界梨都直发 政府推荐，世界纪录果园，原产地黄河故道核心果园现摘

⌚ 还剩: 2天12小时32分0.8秒 **4887件已付款**

**¥29.90** ~~¥59.00~~ **马上抢**

加入购物车 加入聚收藏 分享 扫码下载手机客户端 享受手机专属优惠机会

世界梨都 安徽之宝  
前5分钟第2单立减10元  
国营园艺场核心产区 国家地理标志保护产品

■10.10日 聚划算  
全国共67个申报，选17个，  
砀山酥梨安徽唯一入选品牌

许静 1周前

**【限时抢购】许静邀您去扶贫——发现儿时最酥甜的梨**

20000元  
目标金额

许静邀您去扶贫



- 轻松筹
- 许静邀您去扶贫——发现儿时最酥甜的梨

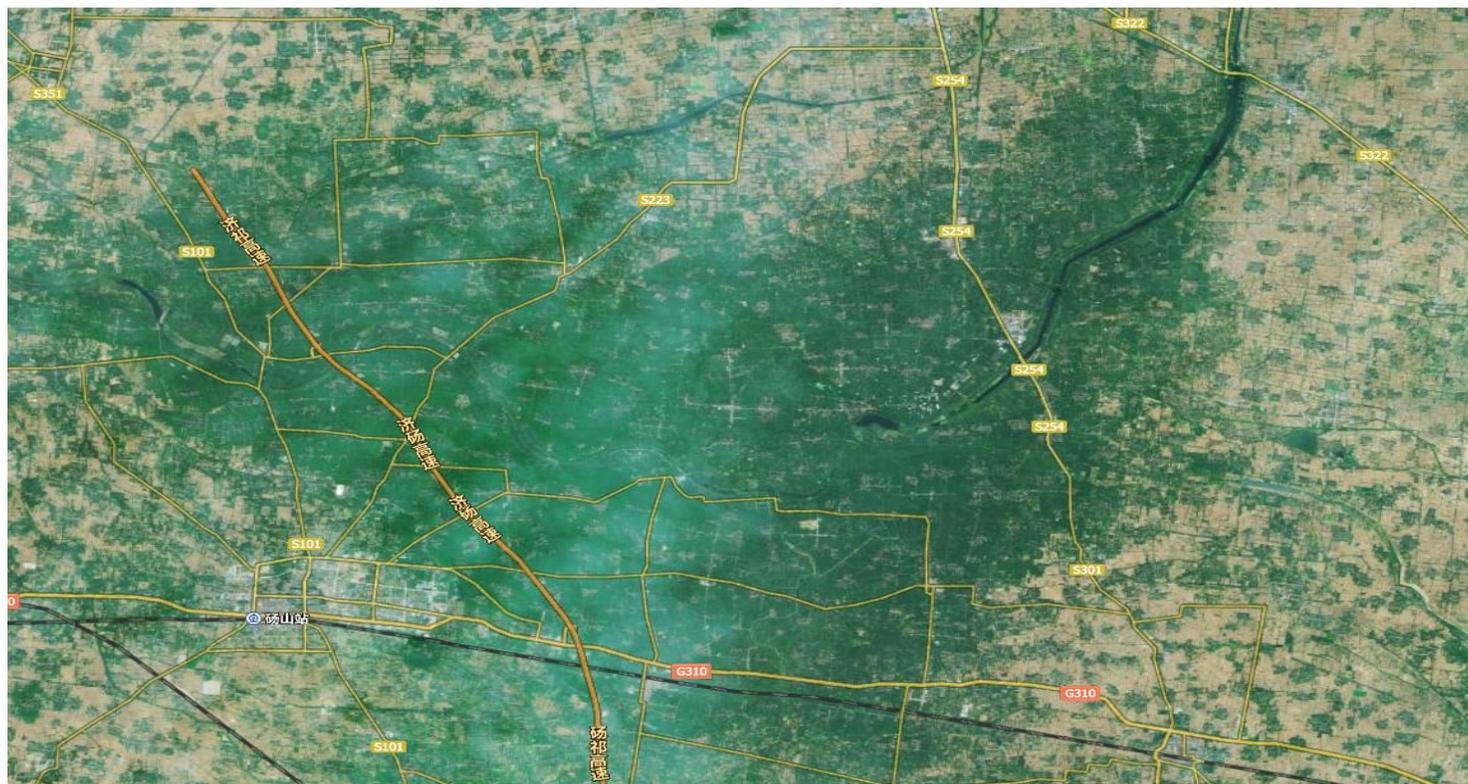
# 招式四：内通外联、强化物流

- 依托安徽亿度电子商务公司打造“壹度易购”品牌，在镇、村设立服务点。
- 整合第三方物流，打造一个完善的县、镇、村物流配送体系，有效地避免了资源浪费，降低了物流成本，打通配送“最后一公里”物流瓶颈。
- 目前，镇村级便民服务站已建设完成121个。



# 招式四：内通外联、强化物流

- 投资5000万，占80亩区，微谷电商物流产业园建成。
- 一期投资7000万中国邮政碭山物流园，建成1.47万平方米智能化仓配发中心
- 上海申通物流投资5000万，占80亩区域性物流转运中心，开通13条直达专线。
- 高速物流园项目，一期投资5.2亿，占地350亩，远期规划1000亩。



# 招式五：三级培训、深度宣传

■开展“电商乡村行”活动，

■等高对接（对外—引人）

■三级培训体系：（对内）

1、扫盲班

2、实操班

3、提高班

■领导转变观念。中国社会科学院信息化研究中心主任汪向东教授、秘书长王盛等专家。

■目前共培训21000多人次，举办残疾人培训专场，400多人受训。



# 招式五：三级培训、深度宣传

■全县制作宣传横幅121条，  
墙体标语350幅，在高速出入口建“高炮”4个。



# 招式五：三级培训、深度宣传

央广网  
www.cnr.cn

安徽频道 > 江淮风采

## 砀山成农产品电商销售全国第一县

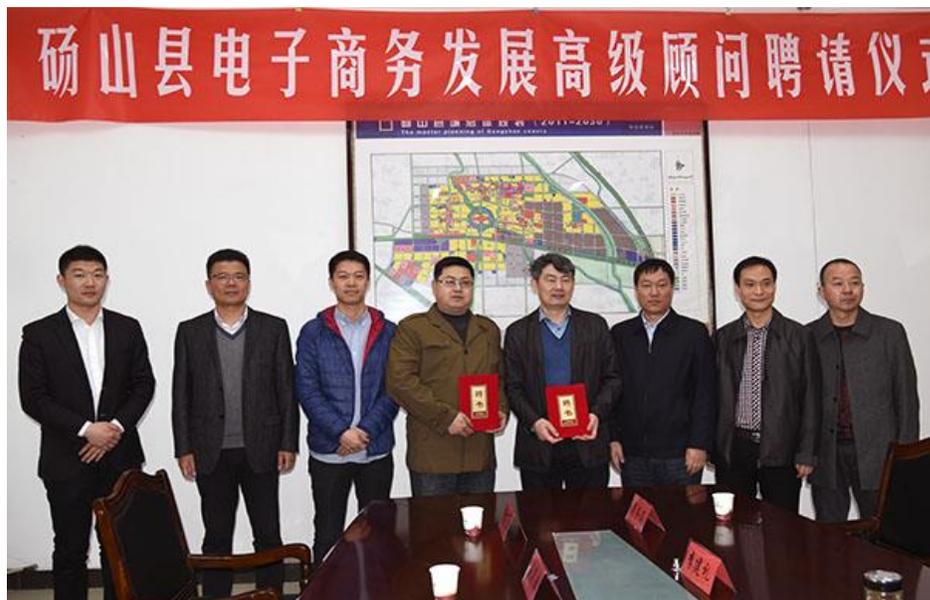
2016-12-19 10:40:00 来源：央广网

■ 国家、省、市传统媒体、  
新媒体对砀山电商发展进行  
过多次采访全面报道

据皖北晨刊消息 选果、包装、邮寄……今年的“双十二”，让砀山电子商务园区安徽带澳飞农业有限公司的周鑫忙得不亦乐乎。“当天网上共卖出水果5000箱，比平时高出67%。到目前为止，公司今年已经实现网上销售1.2亿元。”周鑫与记者分享他的喜悦，“我们依托电商创业，插上‘互联网+’的翅膀，把水果销往世界各地。”

近年来，砀山通过“政府引导、企业运作、全民创业、协会推动”的方式，大力发展电子商务。2014年，该县仅有电商平台2个、网店139家，年交易额0.8亿元。2015年底，全县电商平台增加到16个，网店、微店8000多家，销售额突破10亿元。其中，网销黄桃罐头7.8亿元，同比增长17倍；网销砀山梨2亿元，同比增长24倍。省商务厅市场建设处副处长王首强对砀山电商促销农产品的做法给予充分肯定。据介绍，截至今年11月，砀山电商平台达21家，网店、微店近2万家，网上销售农产品总额达27.18亿元，成为农产品电商销售全国第一县。“今年的农产品网络销售有望突破30亿元。”砀山县副县长李建礼说，12月6日，国务院发布了《关于完善支持政策促进农民持续增收的若干意见》，鼓励通过“互联网+”现代农业行动，大力发展农产品电子商务。砀山已走在全国前列，电商已成为县域经济发展的重要力量。

# 招式六：引资引智、加强合作



■聘请高级顾问---为“农村电商”护航

■产学研合作---为“产业发展”保驾





# 招式八：质量追溯、数字果园

## 数字果园创新工程

砀山数字果园  
官方微信



手机扫描二维码  
观看实时监控



吃，要吃健康！  
绿色水果基地，品质当然有保障

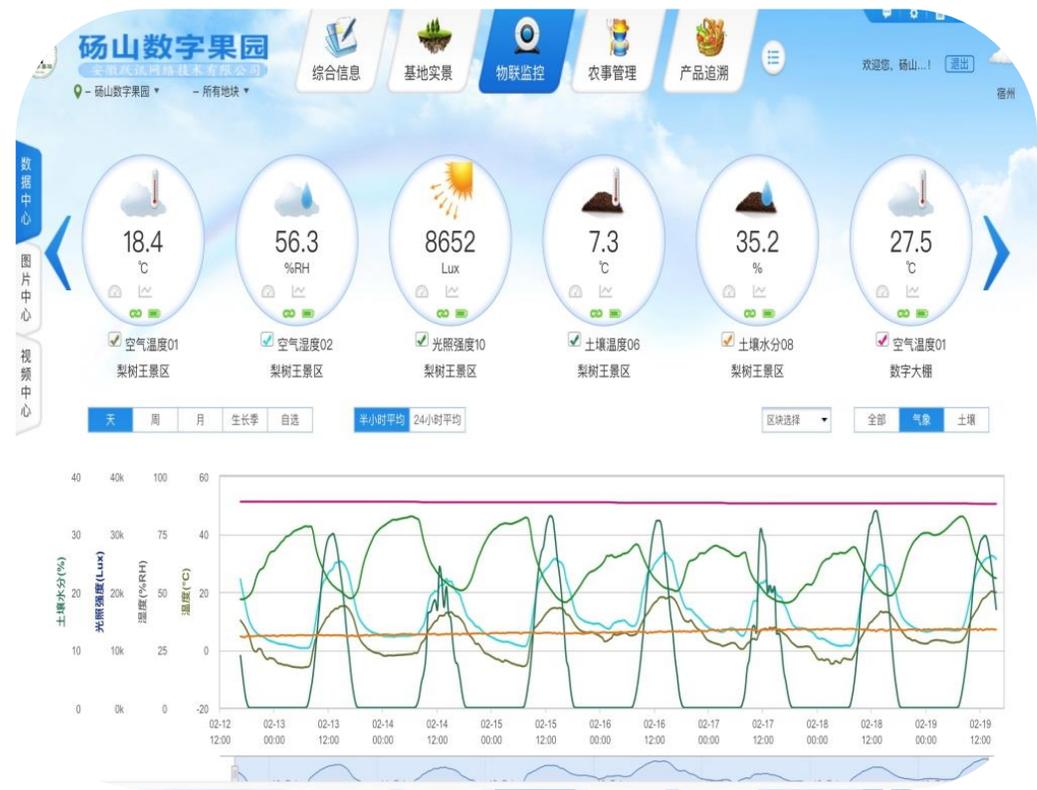
砀山数字果园中心



- 1、梨树认养活动
- 2、远程管理---远程监控、专家会诊
- 3、全程质量追溯---水果的“前世今生”

# 招式八：质量追溯、数字果园

- 数字果园信息化平台含：全程可视化质量的追溯体系、专家在线咨询、公共信息服务、电子商务等6大系统。
- 手机APP远程监测土壤温度湿度、光照指数等，监督施肥、用药、病虫害等。
- 水肥一体化建成，将来通过手机客户端完成灌溉和施肥等管理工作。



# 招式九：齐抓共管、夯实产业

## 把农药变成处方药 砀山如何管好“保命”梨

第一财经 民生 马晓华 2016-10-09 09:19

评论 0

在安徽砀山有一种梨，这种梨落在地上就碎了，俗称“酥梨”。安徽砀山县委书记王广敏称这个梨是砀山人的命脉，一旦它“碎”了，将会直接影响100万的砀山人的生计。

砀山百万人所赖以生存的便是曾经流淌过700年的黄河故道上连片果园，黄河史上最后一次改道带来了泛滥的灾难，也留下了从上游携带来的丰富营养肥沃的土壤，给这片土地上造就了100万亩的果园。

“砀山的梨，是砀山人的命脉，其中一个出现问题，将会影响着所有砀山人的命，所以我必须保住砀山梨的命。”安徽省砀山县委书记王广敏在接受《第一财经》采访时表示。

而王广敏的这种担心也不无道理。在梨林里正在忙活的一对翁妪表示：“全家有8亩地，都是种植了梨树，没有其他农作物，只靠卖了梨去换米面。如果梨树没有收成，就是颗粒无收了。”

如何保住梨的命，就是保住了砀山的人命，这是王广敏目前必须要做的事情。

把农药变成处方药

# 案例一

- 90后女孩姬冰纯，创立“桃如意”品牌，2015年网络销售黄桃罐头总额1.5亿元，目前销售额2.36亿，催生出100多家当地其他水果罐头品牌。



# 案例二

- 返乡创业青年周波，成立安徽带澳飞农业科技有限公司，每日接收网络订单超1万件。15年“双十一”一天接了7万多订单。
- 身边“小伙伴们”的成功最有示范带动作用，通过各类媒体宣传，这些有活力、有冲劲的年轻人成为全县青年的新偶像，带动了一大批有志青年投身电商行业。



# 案例三

■ 许静 --- “90后”梨都姑娘微信热销“砀山味道”自家酥梨销往黑龙江、海南、新疆等地，一个多月卖出了近10万斤。

■ 身边“小伙伴们”的成功最有示范带动作用，通过各类媒体宣传，这些有活力、有冲劲的年轻人成为全县青年的新偶像，带动了一大批有志青年投身电商行业。



# 案例四

- 背个果果
- “互联网，变革了产品的设计、生产、流通、营销各环节
- 极致思维--产品和服务体验

要把产品和服务做到极致，把用户体验做到极致，甚至超出顾客预期。

在互联网企业里只有第一没有第二，只有做到极致才能满足顾客的预期。



[内包装整体是一幅图]



# 农村电商未来展望



# 农村电商未来发展十大趋势

2016年11月，国务院扶贫办印发《关于促进电商精准扶贫的指导意见》，提出三重全覆盖的总体目标；同月，国务院印发《“十三五”脱贫攻坚规划》，也将“电商扶贫”作为产业扶贫的重要内容和工程。

目前各地社交营销课程的培训正在普及，在以熟人社会为主的乡村，社交微商有望成为今年电商从业主体扎堆的主战场。坚实的产业基础、规模的人口优势，配合政府的背书支持，不仅能培养铺天盖地的蚂蚁雄兵，而且会催生顶天立地的网红大咖，为本地农产品网销打开局面。

舆论热点聚焦  
电商扶贫

产品上行走向  
全网营销

从业主体扎堆  
社交微商

新兴载体首推  
特色小镇

今年农村产品上行的全网营销将会加大力度，以建立和巩固地域品牌认知。各大网上交易平台和营销渠道分别代表着不同的消费客群和交易规则，只有适不适用、善不善用的问题。

从2014年全国的8个试点省开始，到2016年，全国三批共评出496个“电子商务进农村”综合示范县，以农村为单元发展农村电商的思路深入人心，如何有效地下沉到乡（镇）将是一个重要的方向。

# 农村电商未来发展十大趋势

做好农旅融合要注重参与性和融入性，这比传统的观光更加注重游客的亲身感受，通过互动和体验，让乡村旅游过程成为一段美好的回忆，这已成为农村打造品牌、圈定客户的有效手段。

农旅融合探索  
体验营销

乡村快递是农村电商最难啃的“骨头”，今年有希望在整合共赢上见到更多的突破。缺乏普惠和效率的县、乡、村三级物流快递体系支撑，农村电商服务网点基本上就是空架子，农村产品网销的门槛也降不下来。

农村网点痛入  
“中盘绞杀”

乡村物流需要  
整合共赢

电商园区加速  
服务升级

农村网点的数量扩张将明显放缓，痛苦的“中盘绞杀”已经开始，各地的农村电商服务站可能会频频爆出关店潮或僵尸店，各家都必须把合伙人增收作为比跑马圈地更重要的指标。

如果说农村电商有泡沫，最大的泡沫可能就在电子商务园区，必须要在营造软环境、升级软服务、构建电子商务生态上发挥重要作用。园区在租金收益的基础上，还需要不断提升服务收益和投资收益比重，增强园区运营的“造血”功能，不能指望政府补贴和免租的长期“输血”维持。

# 农村电商未来发展十大趋势

国家财政的有限资金主要支持农村电子商务发展基础投入的“规定动作”，如何结合本地优势和特色实现差异化发展，更好地调动市场要素，打好“自选动作”，示范县应该更加重视。

农村电商示范  
县应摆脱对于  
的政策依赖

跨界合作倒逼  
重度垂直

农村电商领域的跨界合作案例今年会增多，倒逼更多的农村服务商放弃低效业务，强化垂直优势，这也是走向成熟的标志。在农村范围内，由集成服务商牵头与园区服务商、网店外包服务商、物流服务商、培训服务商、金融服务商等第三方服务商及品牌供货商分工合作，农村范围外与平台服务商、数据服务商、技术服务商、创投服务商等的加强联动与合作。



# THANK YOU

邵明 博士  
复旦大学电子商务研究中心 副主任

137 6455 1491

[shaoming@fudan.edu.cn](mailto:shaoming@fudan.edu.cn)