

阿里抢滩山东农村O2O市场

一个淘宝村的出生日记



平邑县兴仁庄村里遍布电商刷墙广告。本报记者孟敏摄

如何让农民做电商?

60岁老太“刷墙”引爆兴仁庄

农村电商狂飙突进的2014年,阿里研究院预测当年全国农村网购市场规模将达到1800亿人民币,抽样调查中,农村居民对网购接受率已高达84.41%,人均网购消费额500-2000元人民币。

当互联网大佬渠道下沉时,邢美丽嗅到了新的商机。她原是从事石材行业的,如今到了60岁,早已做到了平邑盛大美丽石材公司董事长,和儿子住在迪拜。

“儿子说,妈你这年纪,就在迪拜好好晒晒太阳吧。”邢美丽的心已经被电商牵动,对儿子的话就那么一听,她老有主意了,该干吗还干吗,麻溜地建起了鲁南电子商务产业园。

就这样,她很快决定投资电商,认准电商能拓宽渠道、降低成本、加快转型。邢美丽的想法和平邑商务局不谋而合。

“平邑的黄桃、金银花等土特产丰富,电商能给平邑县带来新的机遇。”平邑县商务局局长于天科说,2014年,平邑已经和淘宝前后接触了七次,对接淘宝“千县万村”计划,酝酿一场农村电商风暴。

邢美丽在2014年创办了沂蒙商城综合平台系统,设置了石材、金银花、同城购多个板块,各板块之间既相对独立,又相互整合,集商业服务、公益服务、公共服务于一体。

平邑县商务局也开始赴浙江参观学习。平邑县的县长还参加了淘宝的“百名县长大会”。

邢美丽从广东、河南及本地聘请具有电商经验的操盘手,在平邑县地方镇兴仁庄村举办“美丽闪电”电子商务培训班,向村民传授电子商务技术。刘易被她挖了过来,成为平邑县的电商操盘手和培训师。两个月时间,100多人成功开了近120家网店。

但农村搞电商,对村民来说是一个新鲜事。怎么能让安守现状的村民学电商,邢美丽又开始动脑筋。正如一个人躺在地上,如果他不想起来,那么十个人也拉不起来,即使起来了也马上会趴下。所有的动力都来自内心的沸腾。

怎样才能让村民真正想做?邢美丽开始和镇村干部“游说”村民,部分村民抱着尝试的态度报名培训。为了让这些好奇心较强的村民尽快学会淘宝,邢美丽和刘易采取理论加操作结合的办法,一点点教村民注册淘宝账户、装饰店面、和顾客沟通、发货、管理店面、支付宝使用。不少村民在培训期间就开了网店,边学习边试营业。

村民学习之余,开始互相聊电商。趁着村民内心一点点升温,邢美丽抓紧掏钱营造气氛,她要村民为电商沸腾起来。

邢美丽学京东,开始在兴仁庄一面面刷墙。“生活要想好,赶紧上淘宝”、“老乡见老乡,购物去当当”、“广阔天地,大有作为,引爆农村电子商务新革命”、“发家致富靠劳动,勤俭持家靠京东”……这些口号式标语很快抢占了村里所有的土墙,邢美丽打响了平邑县的农村电商战。



本报记者 孟敏

最近一段时间,每到太阳落山后,平邑县地方镇兴仁庄的灯火就亮起来了。夜色稍浓后,这里就成了四里八乡最热闹的村庄。收工或者下班回家的年轻人一路说笑着走进培训教室。这教室很大,差不多100多平米,一个长相清瘦的80后就是这群人的老师。

他们都忙了一天,完全不知道疲惫。和这群生下来就在村里的年轻人不同,这个电商老师是平邑的大能人邢美丽从广东挖来的。在邢美丽看来,这个80后男孩刘易的能量显然更大。他用一台电脑、一根网线、一间网店,就能让兴仁庄的村民成天不出门坐在家里赚钱。

其实,刘易只是教会了村里的年轻人开淘宝店。从开店认证流程、注册淘宝账户、支付宝介绍及使用、交易管理等,刘易一个教。村民们就在不到俩月时间,开起了网店,网上超市。

这个村只是山东农村电商的一个缩影。刚刚过去的2014年,注定是农村O2O市场的觉醒之年。阿里、京东、当当等电商的厮杀从城市蔓延到村镇。阿里的“百名县长大会”,宣布要大家进入县域市场,引导三四线乡镇通过手淘下单。京东在145座城市刷了8000多面墙,掀起“刷墙潮”。顺丰在内部设立扶持基金,鼓励顺丰员工到乡镇地区代理站点。电商巨头纷纷布局农村O2O市场,物流公司也凭借渠道优势,染指农村O2O。如此“跑马圈地”,谁将成为下一个巨头?

老罐头咋成了淘宝爆品?

传统罐头厂被“上了一课”

刷墙带来浓浓的电商氛围,每一个路口的左右,都是红黄蓝绿的电商口号,字体各异、流量免费。冬天的正午,村里的大爷大妈们搬着马扎,在门口晒太阳,一抬头就看到了百度、阿里、京东、当当,甚至还有新华网、天涯、猫扑等等的标识。

“我的平台依托本地生活服务信息,本地商家信息,发展‘线上营销、线下成交’、‘线下体验、线上交易’的O2O电商模式。”邢美丽还借助微信平台进行运营,目前网站入驻商家、企业近200家,注册会员18000余名,成了人气最旺的县级综合服务平台之一。

这只是起步,将来平台真正做起来了,就不仅仅在平邑,而是面向全国、全球销售。这种未来的美好愿景,让邢美丽一口气砸了2000万元到平邑电商建设上。

邢美丽这样总结自己的电商模式,立足当地品牌产品,实行闪电式的培训方法,通过短期集中培训,让村民掌握电子商务技术,利用网店销售当地的特色产品,从而引爆电子商务热潮。

兴仁庄的培训很快传开了,周围村庄有意从事电子商务的中青年人都想过来。于是每到晚上,四里八乡的村民都赶来培训,顿时热闹起来了。

目前,参加培训的学员30多人进入创业区。在兴仁庄开淘宝店,挖掘当地特色农产品,确定石材、罐头、金银花等为主推产品,并对石材、罐头、金银花相关产品重点提升,牵引到网上销售,就要打造网上的特销品,比如把成箱的罐头单个包装,每一个都做得精美。

“一天卖了20000瓶罐头,一小时出货量就到了6000瓶。”23日下午,邢美丽一边看着一张张货单层层涌出,一边给记者介绍,和康发食品饮料公司合作,通过互联网渠道,联合各大网店,一起打造了一款爆品黄桃罐头,没想到销售量远远超出了预期,考虑后期供货和快递的保障,不得不赶紧下柜。

为啥被大家日渐淡忘的罐头成了互联网的热销品?

刘易揭秘说,各大网店联合造势很重要,大家去商场购物讲求一种热闹促销的氛围,互联网购物也讲求一种爆品热销的氛围。

和市区白领开微店一样,康发罐头厂职工马晶也开了淘宝店。她利用晚上参加培训学习,开了网店卖罐头,天天有订单,最高的一天达200多单。

这次单日销量破两万的经历也刺激了康发食品饮料公司的董事长武传颂。“互联网营销值得传统企业好好研究。”武传颂拿水果罐头和水果饮料作比较,都是水果的衍生品,但饮料的广告打得足,宣传到位,就成了受年轻人喜欢的时尚快销品,而罐头企业则在营销上下的工夫不够,成了小众产品。

当年罐头供不应求的辉煌回忆还没回味多久,罐头就成了怀旧品。武传颂说出了不少传统企业的心声,他现在公司的产品出口走得不错,今后如何利用互联网开拓国内市场,是他的心头事。

(转B02版)

电商进村跑马圈地 要戳中哪些痛点

本报记者 孟敏

我省农村电商的发展按下了快进键。

20日,淘宝和博兴共建淘宝村的启动仪式举办。“从2014年起,博兴县每年财政安排300万元的电子商务发展专项资金,以奖代补,扶持中小企业发展电商。”山东省商务厅电子商务处许冰波处长介绍说,博兴的草柳编工艺、老粗布、藤制家具以及金属板材、商用厨具等是电商重点行业。

据许冰波介绍,2014年,我省利用省财政专项资金2000多万,支持各市电商园区、公共服务平台、跨境电商平台建设及人才培养。青岛、济南、烟台、潍坊、临沂、枣庄等市陆续出台促进电子商务发展的规划意见,潍坊、临沂等市专门设立电子商务发展基金,支持电子商务加快发展。预计全年全省实现电子商务交易额1.3万亿元,增长30%,实现网络零售额2500亿元,增长40%以上。



邢美丽和电商培训班的学员们。孟敏 摄

目前,我省已有滨州博兴、菏泽曹县13个村成为“淘宝村”。“我省的物流大多数到了县层面,到村镇层面有邮政,但邮政不是电商意义的物流,电商有一件货品也要去送,邮政则是1-2天跑一趟,生鲜物品更不行了。”许冰波分析说,按下购买的键很容易,但能否顺利、快速地寄到农民手中很不容易。

即便最简单的干货配送,农村供应链的末端配送问题也很突出。临沂微商王辉开店一年来,卖各种洗化产品和美食,发展势头很猛,但她很少做农村的生意。“农村是一个很大的市场,但快递问题不好解决。”王辉说,农村的交通状况千差万别、参差不齐,县城与各村之间的距离、乡镇与各村之间的距离不尽相同,快递公司对农村买家基本上是“爱莫能助”。

除了物流难题,还有农村市场群体的意识和习惯。在独立电商分析师陈寿送看来,电商从城市到农村是一个大的趋势,是下一个红海。阿里有丰富的资源,从城市复制到农村也相对容易,未来3-5年,电商打开农村市场,还是很有战略眼光的。从互联网的特性来看,越是物流设施不发达的地区,对网购的需求越是旺盛和急迫。

“前期拥有资源,起步没有问题,但能否持续盈利是个问题。”陈寿送分析说,现在农村的生产方式和生活意识与城市的差别还普遍存在。即便在城市,每个开淘宝店的人都赚钱也不可能,农民如果有线下成熟的供应链,则开淘宝店的意义不大。农民的消费习惯不是很注重品牌,习惯从集市购物,这都需要时间改变。如果农民集体开网店,就必须有核心竞争力,有自己的特色产品,否则后续风险也比较大。