

江苏农产品数字化营销模式创新与探索

樊宝洪 孙任洁 陆建珍 徐雪高

创新农产品营销模式，发展网络营销，有利于拓宽农产品销售渠道，促进农产品流通增效。江苏信息化、数字化应用于农产品营销相对较早，取得了良好的发展成效。2021年，江苏农产品网络销售额1065亿元，连续多年增幅超过25%。超过30万个农产品参与直播。累计开设地方特产馆286个。创建7个国家级电商示范县、28个省级电商示范县、125个省级电商示范镇、368个省级电商示范村和103个省级乡镇电子商务特色产业园（街）区。累计培育淘宝镇248个、淘宝村664个，分别位居全国第二和第三位，其中以农产品销售为主的淘宝村数量位居全国首位。在传统营销模式的基础上，江苏大力发展“互联网+”农业，逐步形成“批发市场+直供直销+电子商务”三位一体的农产品营销体系架构。在长期的实践中积累了丰富的实践经验，形成一些较为典型的江苏模式。笔者梳理总结5种江苏农产品网络营销典型模式案例，总结经验，为农产品网络营销产业进一步发展提供参考与借鉴。

网络销售渠道多样

江苏省农产品网络营销渠道主要有四种模式。一是依托于大型电商平台网络店铺的营销模式。2010年以来，江苏农产品电子商务产业发展迅速，依托淘宝等大型电商平台的网络店铺大量出现，农产品网络零售额迅速提升，成为农产品线上销售的主要渠道之一。二是依托微信等社交平台形成的熟人经济和社区团购营销模式。基于微信提供的强大社交功能，一些农产品生产者、经纪人、企业等主体在朋友圈发布农产品信息，通过微信进行洽谈交易。基于微信群聊功能的社区团购模式逐步兴起，群主在群内发布团购信息，以片区为单位在指定时间统一配送。新冠肺炎疫情期间，社区团购模式迅速火爆，一些社区团购项目与生产者直接对接，解决农产品滞销问题的同时，满足城市生活需求。三是依托大型专业化生鲜电商平台的营销模式。2015年前后，随着线上外卖业务的快速火爆，线上买菜业务开始兴起，起初兴起的是以每日优鲜等为代表的专业化自营生鲜电商和以京东到家为代表的商家入驻型电商平台。此后淘宝、拼多多、苏宁、美团、饿了么等平台均相继推出生鲜即时配送服务和专业生鲜频道，同时诞生了叮咚买菜、盒马鲜生、美菜网等一批专业化线上生鲜平台。此外江苏惠生活、淘常州、淘江阴等地方性同城配送平台大量出现，将农产品网络预订配送的新鲜、便利送进千家万户。四是自媒体时代兴起的网红带货、直播带货模式。由于短视频形式简单，信息多元，操作简便，加之下沉市场群体时间相对自由充裕，短视频迅速占领以三四线城市、乡村地区为代表的下沉市场。下沉市场进入自媒体时代。在此背景下，农产品主产区人们开始通过短视频发布商品信息，寻求市场契机；网红经济兴起，网红带货、直播带货等新媒体销售模式兴起，直播已经成为新时代电子商务的标配。

五种典型模式

沙集模式，以电商为龙头带动产业发展模式。2006年，徐州市沙集镇东风村尝试做简易家具电商。经过多年发展，沙集电商企业蹚出一条完全不依赖当地传统产业，“无中生有”发展电子商务的道路，由此形成以“网络+公司+农户”为核心，通过电商产业实现农村地区创业富民的“沙集模式”，成为农村电商集聚、创新发展的典型。

沙集模式五个主要特点。一是路径独特。沙集模式的发展路径特别具有以信息化引领产业发展的典型意义。农民自发开网店→细胞裂变式复制→网销带动上游工业→其他产业元素跟进→激发更多的农户网商创新=产业链不断拓展/规模迅速扩张/经济社会发展。二是主体明确。“沙集模式”以农户为主体，农民网商起主导作用。特别是新一代创业型的农民网商，持续发挥巨大的示范效应。三是基础就绪。以淘宝网为代表的开放式电子商务平台发展成熟，进入门槛低，平台基础扎实。乡村数字化水平显著提高，电脑、智能手机普及率显著提升，农户互联网应用水平高。四是行业生态良好。政府职能清晰，“不缺位、不越位”；物流、电信、IT、供电、信贷等，各环节定位明确。五是起步得当。沙集网商选择以家具作为起步产品，进入门槛低，市场需求

容量大，利润空间明显，发展前景广阔。

沭阳模式，“互联网+”花木等县域电商发展模式。江苏省沭阳县农民运用电子商务创业创新，带动传统的花木产业成功转型升级，形成从传统苗木到家庭绿植及周边配套产业的全产业链发展，诞生一大批淘宝村，同时形成完善的电子商务服务产业链，实现政府、协会、服务商和网商共同参与，高效联动的健康县域电商生态体系，推动整个县域经济快速发展。沭阳从 2011 年的 46 户网商、101 个网店、760.2 万元电商交易额增长至 2015 年的 193 户网商、359 个网店、5542.1 万元电商交易额，年均增长率分别达到 43.7%、37.4%与 64.4%。目前沭阳已形成一个拥有较大电商发展规模、优质产业基础、完善电商生态、良好发展前景、扎实基层网商基础的特色花木电商产业集群。

良好的基础设施、扎实的产业资源、活跃的经营主体和精准的扶持措施是沭阳模式形成的关键因素，在此基础上形成了农民通过电子商务促进特色农业创新发展，营造农村绿色生态的“互联网+”县域电商发展模式。

赣榆模式，新媒体时代“直播+农业+电商”模式。江苏省连云港市赣榆区发挥农业大区、渔业强区优势，依托“赣榆紫菜”“鲜美海头”“果香黑林”“甜美厉庄”等特色农产品品牌，发动全民参与、多点开花，促进电商产业跨越式发展。凭借电商直播带货的热潮，2017~2019 年连续三年电商交易额实现突破性发展，分别达到 30 亿元、70 亿元、130 亿元，2019 年，快递上行量达 6000 万件，较上年翻番，快手平台播放总量位居全国第一。海头镇、石桥镇快手平台播放总量分列全国第一、第三，海头镇被评为“中国淘宝镇”；宋庄镇建成全国首家海鲜直播基地；大兴庄村等 5 个村被评为淘宝村；秦家沙村等 7 个行政村被认定为省级农村电商示范村。赣榆区获评“江苏省农村电子商务示范县”。

模式三个特点。一是“网红+农户”，释放帮带辐射效应。探索“政府搭台、网红带货、农户受益”直播新模式，依托抖音、快手等新型媒体，搭建直播带货平台。目前已经挂牌成立 28 家“电商达人工作室”，培育“赣榆区电商直播人才”500 余名。2021 年 1~8 月，通过网红直播的农产品累计销售额突破 8000 万元。二是“平台+电商”，激活平台孵化效应。发挥电商服务平台支撑作用，按照“楼下便民、楼上富民”，一体化配套打造 164 个村级电商服务中心。2020 年，面向农户先后举办各类电商培训班 400 余场，累计培训农民 3.6 万余人次，带动 2000 余名创业青年跨入电商发展“快车道”。三是“建立联盟”，催生抱团发展效应。协调区内 28 个知名“淘宝村”“网红村”成立“电商联盟”，通过上下游对接、协调创业扶持贷款、统筹流量资源等方式，将特色产业村、特色产业户纳入网红经济链条，实现“一村带多村、多村连成片”。2020 年以来，先后培育 8 个村企电商联建样本。

川姜模式，电子商务促进传统产业转型模式。南通市川姜镇代表的是以传统产业集聚为主导，中小企业由传统线下业务较平稳地拓展到线上业务，通过电商转型升级形成电商集群的典型模式，也是电子商务 B2C 模式的典型代表。

川姜模式有三个特征。一是完整成熟的传统实体产业链。川姜镇拥有全国最大的家纺市场“中国南通家纺城”，拥有各类家纺企业 2800 多家，面料经营户 2300 多户。二是积极搭建电商平台，发展电商集群。创办南通新天地家纺等电商产业园，吸引跨境电商及供应商。建设直播基地，定期开展直播培训工作，孵化培育本土企业，打造本土网红，提升电商直播带货能力，实现南通家纺在直播领域的“造血”功能。通过将众多中小企业及相关服务机构在一定的空间范围内聚集而形成电商集群。三是完善配套产业。培育众创孵化平台，吸引电商服务企业入驻兴业。南通微纺有限公司、家纺城微供市场以及数十家快递公司等第三方服务企业落户，形成了整合各种社会资源的“众创”产业链。

姜堰模式，政府主导型“大学生村官”模式。泰州市姜堰区结合大学生村官电商创业与农村电商，推出大学生村官电商创业富民和服务惠民“双百”工程，着力构建“一体三翼”电商创业载体。“大学生村官模式”代表的是一种由政府推动的自上而下的农村电商发展模式。

模式三个特点。一是搭建平台，推进电商发展。建立大学生村官电商创业孵化基地，入驻专业电商孵化团队，为大学生村官

电商创业铺路搭桥。积极引导大学生村官依托姜堰农村特色资源和产业优势，创办专营网店，挖掘本地资源，通过电商平台，发展网上销售，聚力打响大学生村官电商创业品牌。二是依托乡镇，提供惠民电商服务。在村级便民服务中心建立大学生村官“惠民e站”，为村民提供网上代买代卖、网上缴费、电商培训等服务，发布各类服务信息，为民办实事，做网络咨询、销售、购物等便民服务“代理人”。三是团队协作，助力企业发展。组建大学生村官电商服务队，通过提供专业化电子商务服务，深入农村大小企业传播电商“火种”，直接服务企业、合作社、普通群众等，做好网店开设、运营工作，提升信息化应用水平。

截至2020年底，姜堰区行政村电商服务站点实现全覆盖，全区应用电子商务的各类涉农主体200多家，开设网店2000多家，农村电商销售额达8亿元。

营销数字化的经验借鉴

江苏农产品营销紧跟网络化、数字化潮流，积极带动传统产业升级转型，带动农民增收。从成功实施带动产业发展来探寻，主要有五方面经验。

乡村基础设施好，城乡一体化水平高。乡村道路交通设施条件好，农村地区信息化水平高，乡村物流产业发达。江苏大力提升农村基础设施水平，为乡村产业发展奠定基础。

农业基础产业提质增效，特色优势产业地位日益突出。江苏近年来积极推进农产品品种培优、农业绿色生产和农业标准化，促进农业生产良种化、绿色化、优质化、品牌化，促进农业传统产业提质增效。积极开展各级“一村一品”示范村镇、特色农产品优势区等项目建设，培育地方优势特色农业产业。为数字化背景下江苏农产品营销产业的快速发展和市场竞争力的提升奠定产业基础。

吸引各类资源下乡，为乡村产业振兴赋能。积极吸引各类资源进入农业农村领域，促进乡村产业振兴。如近年来实施“万企联万村，共走振兴路”行动，“科技特派员”“科技镇长团”等工作模式，电子商务“万人培训”计划等。

搭建电商平台，促进产业集聚。各地积极搭建电商产业发展平台，一方面为乡村电子商务产业发展提供项目孵化、人才培养、技术指导等服务支撑，另一方面通过吸引区域内电商资源聚集，促进农产品网络营销产业集聚，优化竞争环境，促进产业良性发展。

政府定位明确，各项扶持落实到位。制定《关于加快推进农业农村电子商务发展的实施意见》《关于加快推进“互联网+”现代农业发展的意见》《关于推进农村一二三产业融合发展的实施意见》等等，将农村电子商务产业列入8个千亿级产业项目名单，从宏观上为农村电子商务产业发展提供指导意见和管理规范。各级政府部门积极落实相关政策，从政策、财政、税务、用地、司法等诸多方面提供扶持与服务。