

互联网+县域 县域电商那些事儿

裴涵 / 著



F724.6
116

互联网+县域 县域电商那些事儿

裴涵 / 著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书从认知、设计到案例，详细解答了县域电商是什么、县域电商怎么做和县域电商特色如何打造的问题，尤其对县域电商和农村电商的规划如何做、特色模式如何打造做了深度的详解。

本书不仅对当前出现的县域电商和农村电商、电商扶贫的案例进行了解读与分析，而且首次披露了县域电商和农村电商特色定位的分析工具“TDC 三力分析模型”和县域电商生态激活论“活力鲶鱼理论”。

本书既有理论和战略高度，也有可操作性的战术指导，案例丰富，可读性强，适合地方党政干部、电子商务相关从业人员、传统产业人士、电商创业者等相关人群阅读。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网+县域：县域电商那些事儿 / 裘涵著. —北京：电子工业出版社，2016.9
ISBN 978-7-121-29931-5

I. ①互… II. ①裘… III. ①县域经济—电子商务—研究—中国 IV. ① F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 222436 号

策划编辑：张彦红

责任编辑：徐津平

特约编辑：赵树刚

印 刷：三河市鑫金马印装有限公司

装 订：三河市鑫金马印装有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱

邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印张：17.75

字数：284千字

版 次：2016年9月第1版

印 次：2016年9月第1次印刷

定 价：59.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至zlbs@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：010-51260888-819 faq@phei.com.cn。

—— 作者简介 ——

裘涵，浙江大学、东京大学联合培养博士，现为阿里巴巴商学院副教授、浙江省现代电子商务研究院执行院长、阿里巴巴商学院E次方电商基地负责人，同时担任浙江省商务厅特聘电商专家和十多个地方政府的特聘顾问，并为数十个市县（区）级地方政府制定了电商产业规划和电商产业园区规划。

在县域服务过程中，发现乡村留守儿童问题的严重性，因此推动阿里巴巴商学院E次方公益，和阿里巴巴农村淘宝、淘宝大学，共同发起了“互联网+乡村公益教育计划”，为乡村留守儿童提供一系列公益关怀服务，努力践行“互联网让乡村变得更加温暖”的使命，引起国内外媒体的广泛关注和报道。

担任多家500强企业和上市公司的电商顾问，曾为数十家企业提供企业转型和互联网项目咨询。其中有中国首个互联网+饮料、互联网+能源、互联网+家居市场、新材料行业网、跨境电商网等多个O2O、B2B、B2C互联网项目。既有深厚的理论根基，又有丰富的企业实战和咨询经验，是国内电子商务领域“学院派”与“实战派”相结合的专家。

序言 1

“互联网 + 县域”理论与实践的一次有益探索

高红冰 阿里巴巴集团副总裁、阿里研究院院长、阿里巴巴商学院副院长

互联网技术发展到今天，已经开始推动整个工业经济向信息经济的大转型。认真总结分析，我们发现，互联网技术与互联网的商业模式、互联网的创新思想，三位一体，密不可分。

互联网技术的应用，今天是一种全新的商业模式的创造，它以整个商业模式的数字化转型为基础，当然它更以创新的思想为基础，而创新的思想借助互联网技术和工具，正在深刻改变着今天的社会、今天的经济、今天的商业、今天的企业，而不管你愿意与否。商业模式数字化转型的背后，核心的话题是要站在后天重新构想，不能简单地使用 20 世纪思想和组织方式去监管新业态、去看未来。当下正在发生的就是，以互联网为基础的平台，在广大农村、在城市，生动地创造着“新的实体经济”。

县域电商，就是互联网创造“新经济”的一个耀眼的亮点。

过去的数年，我们十分欣喜地看到，县域经济与电子商务发生了奇妙的化学反应：从 2005 年县域网商数量仅为数万家，到 2015 年县域网商数

量达到数百万家；从淘宝村的星火燎原，到淘宝县的批量涌现；从农民网商交易额的节节攀升，到乡村网络消费市场的井喷爆发；从单纯的农产品网上销售，到各种新型的产业带在县域的逐步形成……一个是撬动中国经济的基础单元，另一个是驱动中国经济增长的全新引擎，二者的融合为中国经济的跨越式发展注入了全新的活力。

县域电商发展火热的根本原因是什么？其一，中国社会正处于从工业经济向信息经济转型的关键时期，互联网对于传统经济的转型升级作用、对社会消费的拉动作用、对创业就业的促进作用，正在被越来越多的地方政府所认识，站在县长的角度，发展电子商务，就是为本地经济寻找新的经济增长引擎，也是避免落后于时代发展的必然之举；其二，对各大电商平台来说，随着大中城市互联网普及度的提高，渠道下沉已经是大势所趋，占地面积广、人口占比大的县域地区自然成为发展的未来目标；其三，对国内各县域的本地企业及创业者而言，当地的特色资源及产品已越来越受到重视，这个有创新精神的群体正在努力尝试拥抱互联网，把电子商务当成可以大展拳脚的舞台。因此，综合而言，县域电商的崛起是区域经济发展内在需求、电商平台渠道下沉战略及本地化创业创新群体三者合力的结果。由于县域电商与发展实体经济高度结合，因此，它并非昙花一现的流行风，而是有着旺盛生命力的新经济。

这些创新性的实践得到了来自社会各界的关注，阿里研究院与众多业内专家一道，对县域电商发展开展了有益的探讨。从定性描述和模式提炼的角度，总结出了若干颇具特色的县域电商模式，例如，以农产品电商分销体系为特色的“遂昌模式”，以政府主导、依托平台从而实现无中生有为特点的“桐庐模式”，以招商引资、筑巢引凤为亮点的“武功模式”，以电商扶贫为看点的“成县模式”等。这些县域电商模式的一个共同特点就是，它们都根据本地自然资源状况进行大胆创新，政府合理扶持，保持“不缺位，不越位”，从而实现了互联网与县域经济的有机结合。

从定量测试和数据比较的角度，阿里研究院开发出了 aEDI（阿里巴巴电子商务发展指数）体系，这套评测体系通过网购、网商两个维度的大数

据统计，可以比较客观地反映一个区域的电子商务发展水平，“电子商务百佳县”也就应运而生。阿里研究院连续发布了2013年、2014年和2015年的“电子商务百佳县”之后，对全国各地的县级政府提供了一个直观的本地电商衡量指标，也进一步推高了县域电商的热度。同传统的百强县排行榜相比，电子商务百佳县代表了新经济，代表了未来。同时，一些相对落后的县域的入围，也让人们看到了借助电子商务实现经济弯道超车的机会。

在县域电商蓬勃发展的当下，阿里巴巴商学院的老师也以电商专家与学者的身份，积极参与到县域电商的服务大潮之中。商学院副教授裘涵博士近年来一直从事县域一线的电商服务，他撰写的《互联网+县域：县域电商那些事儿》，是对在县域电商服务工作中成功经验的总结，可以同2016年2月阿里研究院与淘宝大学联袂出版的《互联网+县域：一本书读懂县域电商》相媲美。

本书的特色是既从学术视角阐述县域电商是什么，也从实践层面解答县域电商怎么做。作者还通过原创性的案例提炼，为读者梳理和总结县域电商的未来趋势。更可贵的是，作者提炼出县域电商生态服务的“活力鲶鱼”理论，以及指导县域电商定位的“TDC三力模型”，可以作为县域电商服务工作者的分析工具。本书通篇内容的可读性强，系统性和逻辑性也较强，可供县域政府干部和县域电商从业者学习与参考。

回到县域电商本身，我相信未来的发展一定是值得期待并能带来巨大惊喜的。但同时我们也应清醒地看到，未来发展县域电商不是一个靠刺激内需的短期思维，而是内生驱动的经济新模式。县域电商长远发展的关键在于激活和培育本地县域电商生态体系，这其中离不开像裘涵博士这样的专家型学者参与到县域电商的生态服务中来。

正因如此，我愿意向大家推荐《互联网+县域：县域电商那些事儿》这本书！



2016年7月

—— 序言 2 ——

感知新经济，做互联网+的先行者

张佐 阿里巴巴商学院党委书记、副院长

2008年，阿里巴巴集团与杭州师范大学合作创办了“阿里巴巴商学院”，马云董事长明确要求阿里巴巴商学院要改变传统的学历式教育为创业式教育，兴办一所以互联网商务见长的创业者学院。记得当时典礼上的嘉宾们窃窃私语，或一知半解，或一头雾水，不敢苟同者大有人在。在“大众创业，万众创新”的今天，回想起来，不得不钦佩马云董事长的远见卓识。

然而，高校要培养创业创新型人才谈何容易，不说别的，具有“创业创新精神、思维、能力和品格”的老师到哪里去找？寄希望于从校门到校门、从理论到理论的教师显然不切实际。我们顶住各种压力，紧紧抓住与阿里巴巴集团的合作机遇，开始了艰难的“教师转身行动”，从理念上更新，从制度上引导，从评价上肯定，鼓励老师眼睛向下，盯住产业前沿，逐渐走出一批有相当学术素养、看得清产业发展现状与趋势、能从实际问题中提炼出学术问题并加以探索的教授和博士。教师的华丽转身，为学院的课堂注入了活力，使科研与服务社会充满了动力，有力地支撑了创业创新型人才的培养，一条“融入阿里巴巴优秀创业文化，企业全程参与、创业创

新教育全程贯通、与产业发展紧密结合”的创业创新型人才培养路子就这样走了出来，创业文化和责任文化开始成为学院的“基因”。近年来，教师指导下的学生获得了包括全国“挑战杯”大学生创业竞赛、全国大学生电子商务“三创赛”4项金奖在内的国家级竞赛奖项18项，目前在校生创业项目年营收已近亿元，涌现出钱思聪、包克诚、金超、董光亮等一批互联网创业典型和创业团队，毕业生开始受到企业追捧。

裘涵博士就是他们当中的一位代表。裘涵擅长网络营销与技术社会学研究，三年前他敏锐地把研究方向聚焦在县域与农村电子商务，走访、调研、服务，冲在县域电商的最前线，把业余时间花在了大江南北的农村，担任了近20个县的电商顾问，并带领团队为数十个县域研制设计电子商务产业规划、电子商务产业园区规划、电子商务进农村方案。他发起并领导的阿里巴巴商学院E次方电商基地，通过“E次方沙龙”、“E次方专访”、“E次方公益”、“E次方案例中心”等活动，引导了一大批学生。其中，“E次方公益”与农村淘宝、淘宝大学合作，针对乡村留守儿童开展的“互联网+乡村公益教育计划”，已经在社会上产生了积极的影响。

《互联网+县域：县域电商那些事儿》这本著作正是裘涵博士这些年来在全国各地从事县域电商调研、服务过程中所见、所思的总结，案例鲜活丰富、内容深入浅出、写法颇接地气，对发展农村电商颇具参考价值，适合各界相关人士阅读。值得指出的是，善于反思与理论凝练的裘博士，没有止步于现象的归纳，在本书中创造性地提出了县域电商规划与定位的分析框架，即“TDC三力模式”，以及“谋育联动”的“活力鲶鱼”理论，对各地县域开展电子商务差异化发展、培育县域电商会有积极的启示。观点可以见仁见智，但裘涵博士的探索和创新精神一定是我们这一代教师都应具备的素养。

电子商务的成功实践带来了崭新的互联网+时代，新的实践呼唤新的理论，新经济所蕴含的新的内容、新的方式、新的规律、新的组织、

新的治理才是马云董事长所说的创业者学院的内涵。从这个角度而言，《互联网+县域：县域电商那些事儿》这本著作体现了阿里巴巴商学院的努力方向。

Handwritten signature in black ink, consisting of two characters: '张' (Zhang) and '佐' (Zuo).

2016年7月

—— 名人推荐 ——

(按拼音排序)

梁春晓（阿里巴巴集团顾问、原阿里巴巴集团副总裁）

电子商务在催生一体化大平台、富生态的同时，也培育和推动着越来越多的分散化、个性化的经济形态，县域电商正是其中耀眼的明星。裘博士的专著《互联网+县域：县域电商那些事儿》以深入系统的观察、思考和分析框架，体系化地揭示了县域电商的发展状况、形态、路径和策略，既有理论成果又有实践意义，难能可贵，恰逢其时。

吕本富（中国科学院研究生院教授、中国科学院研究生院 企业创新研究中心副主任）

中国经济发展过程中，县域经济是半壁江山。对于不发达的县域来说，县域电商是新起点，策略得当，由此可以培育出县域支柱产业；对于发达的县域来说，县域电商是经济转型的抓手和推进器，由此可以推进供给侧改革。裘博士的《互联网+县域：县域电商那些事儿》一书对两类县域都有论述，值得参考，对相关县域来说有指引价值。

孙立军（阿里巴巴合伙人、阿里巴巴集团副总裁、农村淘宝事业部总经理）

这个时代因为互联网发生着剧烈的变化，相对于城市来讲，目前的农村对互联网的需求更加迫切。我们欣喜地看到，非常多的县域正在利用互联网的契机加速自己的发展。裘博士的《互联网+县域：县域电商那些事儿》一书，无论是理论知识还是现实案例，都非常契合当下的县域经济发展，相信会给读者带来很大的帮助。

汪向东（中国社科院信息化研究中心主任）

《互联网+县域：县域电商那些事儿》这本著作真的不错。县域电商迅速发展的实践正迫切呼唤理论指导。裘博士这本新作，在县域电商的理念认知、实操建议、案例借鉴等诸多方面，相信都会给人以启发和助益，值得一读。

严晓青（原京东集团资深副总裁、伯伦斯总裁）

与裘博士第一次见面是在2015年金秋，在浙江衢州举办的一次互联网应用大会上，裘博士热情、健谈的性格和朴素、求实的风范给我留下了很深的印象，之后亦常有联系、互有求教。此次拜读了裘博士的著作《互联网+县域：县域电商那些事儿》，更觉文如其人，有理论、有实践、有思考、有案例，是一部难得的互联网行业教科书式的著作，可见裘博士对于该著作倾注了很多的心血。著作对已经或计划涉足县域电商领域的企业和地方政府应有很好的指导作用。预祝裘博士的这本著作大卖，并期待他更多更好的作品。

叶挺（阿里巴巴集团淘宝大学负责人）

裘博士的《互联网 + 县域：县域电商那些事儿》将学术理论与实际案例相结合，提炼出了县域电商的精要，不失为县域电商相关从业者的一盏指路明灯，同时也为蓬勃发展中的中国县域电商提供了一个专业、有力的指导工具。通过这本著作可以深切感受到裘博士在研究县域电商方面的用心和努力，相信书中提炼的理论和定位指导将对大家起到非常直接的作用。

目录

认知篇 县域电商是什么

第 1 章 认识电商与互联网	2
1.1 互联网和电商的关系	2
1.1.1 互联网比电子商务更大	2
1.1.2 电子商务比互联网更火	4
1.1.3 电子商务和互联网同步进化	7
1.2 电商还仅仅是卖货吗	13
1.3 电商经济，你懂不懂	18
1.3.1 何谓电商经济	19
1.3.2 电商产业的特点	22
第 2 章 认识县域电商	29
2.1 县域经济的重要性	29
2.1.1 历史维度	29
2.1.2 政治维度	30
2.1.3 现实维度	32
2.2 县域电商引爆全国	33
2.2.1 县域电商一枝独秀	33

2.2.2	县域电商众星捧月	35
2.2.3	县域电商精彩纷呈	36
2.3	县域电商的趋势	38
2.3.1	社群化	39
2.3.2	本地化	42
2.3.3	移动化	45
2.4	县域电商的热点	47
2.4.1	农村电商	47
2.4.2	跨境电商	50
2.4.3	产业电商	52
2.4.4	微电商	54
2.5	县域电商的抓手	58
2.5.1	电商产业园	58
2.5.2	电商服务中心	59
2.5.3	地方特色馆	61
2.5.4	产业带	63

实践篇 县域电商怎么做

第3章	县域电商的世界观	72
3.1	角色认知观	73
3.1.1	基本认知	73
3.1.2	多元认知	76
3.1.3	动态认知	83
3.2	产业认知观	88
3.3	要素认知观	89
3.3.1	人	90
3.3.2	货	92
3.3.3	场	96

第4章 县域电商发展误区与县域电商生态建构	103
4.1 县域电商发展误区	103
4.1.1 为传统所困	103
4.1.2 为政绩绑架	104
4.1.3 为模式忽悠	105
4.2 县域电商生态建构	110
4.3 “活力鲶鱼”理论与模型	111
4.3.1 “活力鲶鱼”理论	111
4.3.2 “活力鲶鱼”模型	111
4.3.3 活力县域电商生态的特征	112
第5章 县域电商如何做顶层设计	114
5.1 县域电商的顶层设计	114
5.1.1 县域电商需要顶层设计吗	114
5.1.2 县域电商顶层设计的表征	116
5.2 县域电商顶层设计怎么做	117
5.2.1 县域电商规划的现状	117
5.2.2 县域电商规划的误区	119
5.3 县域电商的三力模型（TDC）	121
5.3.1 宏观层面维度：发展趋势力	122
5.3.2 中观层面维度：区域差异力	129
5.3.3 微观层面维度：本地竞争力	132
5.4 三力模型在县域电商顶层设计中的应用	133
5.4.1 长葛：通过三力模型找到电商发展定位	133
5.4.2 紫阳：通过三力模型设定发展目标	135
5.4.3 黑河：通过三力模型形成差异化电商模式	136
5.5 电商服务资源——隐形竞争力	137
5.5.1 电商经济的隐形竞争力	138
5.5.2 如何聚集电商服务资源	138
5.5.3 电商服务联盟的力量	140

第6章 电商园区怎么做	142
6.1 电商产业园的现状	142
6.1.1 电商产业园介绍	142
6.1.2 电商产业园的类型	143
6.1.3 电商产业园的特征	144
6.2 电商产业园的盈利模式	145
6.3 电商产业园如何建设	146
6.3.1 电商产业园建设的问题	146
6.3.2 需厘清的三大问题	148
6.3.3 电商产业园建设的重点	149
第7章 农村电商怎么做	151
7.1 农村电商发展良机	151
7.2 农村电商发展现状	152
7.3 在哪卖	153
7.3.1 自建平台直营	154
7.3.2 借力大型电商平台	155
7.3.3 创建地区特色的电商综合平台	162
7.4 怎么卖	164
7.4.1 品牌化传播	164
7.4.2 构建品牌场景营销	167
7.4.3 支撑体系	170
第8章 跨境电商怎么做	172
8.1 跨境电商的热潮	172
8.1.1 跨境电商发展迅速	172
8.1.2 热潮背后的政策驱动	174
8.2 跨境电商如何做	175
8.2.1 县域与出口跨境电商	175
8.2.2 跨境电商的痛点	180