

归农

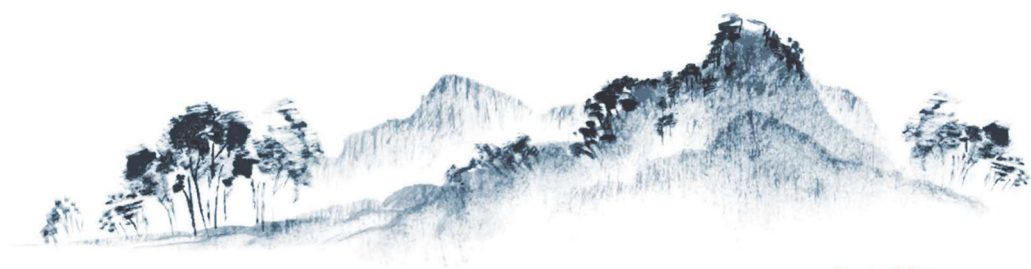


移动互联时代精神
与内容电商启示录

白勇◎著

归农

白勇◎著



移动互联时代精神
与内容电商启示录



经济日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

归农：移动互联时代精神与内容电商启示录 / 白勇

著. — 北京：经济日报出版社，2018.12

ISBN 978 - 7 - 5196 - 0437 - 0

I. ①归… II. ①白… III. ①农业 - 电子商务 - 研究

IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 289010 号

归农——移动互联时代精神与内容电商启示录

作 者	白 勇
责任编辑	高 远
责任校对	薛银涛
出版发行	经济日报出版社
社 址	北京市西城区白纸坊东街 2 号 A 座综合楼 710
邮政编码	100054
电 话	010 - 63567684 (总编室) 010 - 63538621 63567692 (发行部)
网 址	www. edpbook. com. cn
E - mail	edpbook@ sina. com
经 销	全国新华书店
印 刷	北京文昌阁彩色印刷有限责任公司
开 本	710 × 1000 mm 1/16
印 张	12.25
字 数	180 千字
版 次	2019 年 3 月第一版
印 次	2019 年 3 月第一次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5196 - 0437 - 0
定 价	58.00 元

内容简介

本书以上海季芬电子商务有限公司创始人蒋宪彬的创业史为线索，用一系列精彩故事，真实深刻地反映了国内电子商务发展的一个历史侧面，用具体案例揭示了移动互联时代精神和传统商业思维之间，人们消费行为的本质差异，分析了蒋宪彬创新提出“内容电商”模式和以此成功运营移动商城“归农”的内在逻辑，以及怎样以归农思想为商业未来的发展提供了某种全新的可能。

小故事蕴含大意义，普通人展开了一幅波澜壮阔的历史画卷，揭示了商业的本质。因此这是一本好看的书，是一本让人感动的书，具有广泛的启发意义和借鉴价值。

令人心酸的“花果同树”现象。去年的梨
还在树上，今年的花又开了



金川雪梨丰收成灾，掉在地上，无人问津



2017年12月10日，成都，金川雪梨膏产品推介会



蒋宪彬带领会员考察金川雪梨膏厂时即兴演讲



金川雪梨膏生产包装



金川藏族同胞为归农会员表演锅庄舞



在云南元江芦荟基地考察



归农团队深入山野遍寻“自然真味”



陕西礼泉苹果发货



归农荣获“2015 中国农牧行业十大创新品牌”，右四为蒋宪彬



考察海南东方市蜜瓜



2018年12月，归农荣获“改革开放40年中国农业十大互联网品牌”称号，左三为蒋宪彬



归农会员远赴新疆拜城考察葡萄园

序一

发挥善于思考、勇于探索、敢于创新的禀赋

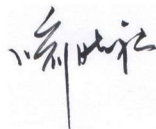
在2014年9月夏季达沃斯论坛上，李克强总理提出了“大众创业、万众创新”的命题。他强调要在960万平方公里土地上掀起“大众创业”“草根创业”的新浪潮，形成“万众创新”“人人创新”的新态势。自此之后，创新与创业成了当下社会的一个焦点性事件，更成为一些跃跃欲试的大学生热议的话题。

从理论上讲，大学是教书育人的殿堂。从现实的角度来看，大学在今天还是创新创业的孵化基地。在现今的知识经济时代，信息技术快速的更新迭代，一方面在客观上对创新创业形成倒逼之势，另一方面又为创新创业提供了条件与空间。大学生是我们社会中极具朝气与活力、智慧与潜力的一个群体，他们中的许多人原本就有创新创业的冲动，与创新创业具有天然的联系。所以，对于我们高等院校来说，在承担着教书育人任务的同时，还必须利用各种条件与契机对学生开展有效的创新创业教育。对于那些应用性显著的学科来说，尤其应当如此。

蒋宪彬是南昌大学新闻与传播学院广告学专业毕业的校友，曾任职于《中国足球报》上海记者站，担任过《中国服饰报》《内衣视线》《商界》《中国职业经理人》等报刊特约撰稿人。2015年，他创立“归农”移动商城，运用社交媒体、社群等工具，进行电商服务。2018年一年时间，金川雪梨膏，四川藏区扶贫助农项目单品销量，瓶装突破110万瓶，袋装销量100万袋。20斤梨子只能制成一斤膏，出售的膏换算鲜果的销量是2000万斤以上。他不仅让自己的创业之路变得更加畅达，而且还解决了当地果农卖梨难的问题，对当地雪梨产业的发展做出了巨大贡献，因而得到了当地

政府领导的认可与赞誉。

《归农》一书讲述的正是蒋宪彬及其同伴创办“归农”移动商城的事迹。其中描述了其完整的运作框架，展示了大量鲜活的案例，此外，还记录了他与同伴创业过程中的一些深度思考，其中实际上已经触及到了商业所为何来、移动互联网的核心精神是什么、“互联网+”商业的本质属性又是什么等一系列问题。当然，我们不能寄希望该书对这些问题给出完美的解答，实际上，这些问题在今天也是人言人殊，不易产生谁都认可的标准答案。我要肯定的是，蒋宪彬能够以自己所学的专业为基点，进而延展扩张开去，开创出了自己全新的事业。在这过程中，体现出善于思考、勇于探索、敢于创新的禀赋，并且激发之，发挥之，为我们贡献出了一个“互联网+”创业模式的典型范例。我想，诸如此类的种种价值，一定可以给在校的大学生留下许多启示。



南昌大学党委书记 喻晓社

序二

商人最重要的价值是什么

这是一个社会经济大变革的时代，而且变革越来越呈现为一种加速度，深究可以发现，是新思想、新科技的大规模商业应用，带动了时代的发展，因为商业始终是社会最敏感的触角和神经，商业所创新的、所探索的，往往是社会变化的肇始、开端，这一点，相信身处这个时代的所有人，早已感受深刻。

因此，不要忽视商业的新现象、新表现，不要用传统牛顿世界观的惯性、堕性思维，对新商业的萌芽作简单粗暴的评判。对此，高层有明确的态度，李克强总理已经要求政府部门对待各类新业态、新模式要有“包容审慎”的态度。不能因为倒洗澡水把婴儿也倒掉了。

这真是令人感慨，对新生事物，社会越来越采取张开双臂拥抱的态度，这是社会进步的表现。我们应该为这个伟大的时代而衷心鼓掌。

归农进行的探索实践，正是这样的创新萌芽。它在移动互联网电商领域，开创性地提出了“内容电商”的理念和具体经营方法，为广大农民大量解决农产品销售问题，力所能及地带动了城乡各方的共同富裕，实现了多方共赢，为推动社会的平衡发展尽了一个普通企业的绵薄之力，使社会更趋公平，进而提出了一系列传统商业从未涉及的新思想、新方法，带来了社会经济新的发展可能，殊为可贵。

在实践中，归农促进了全国各地多种滞销农产品的销售，甚至许多品相极差因而过去卖不掉的农产品，也变成了农民的收入，许多地方性农产品更是实现了全国销售。实现的方法，是应用移动互联社交平台“反向定制”形成“订单农业”，“先销售，后生产”，卖掉多少生产多少，使过去市场杠杆简单粗暴地撬动农民大规模跟风选择畅销农产品进行耕种，造成

滞销而“丰收成灾”的现象消失了，转变成了用一手收集的消费者真实需求的信息数据，来精准定制农产品。

这样，商家、农民都更理性了，一向粗放的农业生产，越来越集约经营，农业资源被充分高效地利用，投入产出比优化，成本极大降低。比如他们最具代表性的产品金川雪梨膏，从尝试销售开始，就利用移动互联平台快速收集消费者的真实订单数据，精准量化生产，效率极高，且资源的浪费趋近于0。

显然这种直接来自消费者的快速订单生产，资金和库存周转速度极高，甚至0库存，与过去厂家根据上一年市场表现来估算销量进行生产，造成大量资金沉淀、资源浪费和管理困难，有着本质的区别。归农的方法，为“降低单位产品资源消耗率”的国策，贡献了一个普通企业的力量，因此它有一个观点，“合理调配资源才是商人最重要的价值”，因为商人比生产者更接近消费者，又比消费者更接近生产者，商人天然的纽带作用，将二者在移动互联网中“零距离”地连接起来，可以最大可能实现渠道扁平化，避免“啤酒游戏”的产生，使生产资源的效用最大化，实现最佳的经济性。这对商业的发展，应该有很大的启发意义。

其实整本书，都在围绕“商人的最大价值是合理调配资源”这一深度主题在展开。

这些农业进步的表现弥足珍贵。可以说，农业、农村、农民“三农”的进步，国家提出的“振兴乡村”战略的实现，往往来自周边合作力量的进步。归农思想和方法的进步，显然是对“三农”发展和“乡村振兴”战略的具体支持。

最后要说的是，不断创业创新的过程，一定是不断挑战失败的过程，没有屡败屡战的决心，没有因失败而强大的信念，就没有成功的机会，因此“只要走对了路，我们就不怕远”，任何人都应该有一种“职业创业者”的心态，你是你岗位的创业者，家庭主妇是家庭幸福的创业者，商人和企业家则是创富事业的创业者，都会经历坎坷曲折。归农取得的成绩，即源于他们有这样的心态，而且总是站在互联网新科技应用的最前沿。显然这样的人生，是一种积极奋斗的人生，是一种有光彩的人生。



长江商学院副院长、战略学教授 滕斌圣

序三

信息传播决定商业模式

有怎样的信息传播方式，就会有怎样的商业模式。这样的观点，源于时代变化使我们跳出了原有的研究思维。社会本质上是一个信息集合体，整个社会是由无所不在、千变万化的信息沟通组织起来的，这才是人类最真实的故事。尤瓦尔·赫拉利在他风靡当下的著作《人类简史》中即认为，人类是因为会“讲故事”，因为共同的梦想而凝聚在一起的，人类因为信息生成能力和信息处理能力强大而变得强大。

量子物理学揭示了宇宙万物的本质是一种概率波，这种波是能量，也是一种信息，换言之，是信息构成了宇宙万物，信息具有生成一切和改变一切的力量。

商业无疑是依靠信息组织起来的。古时候信息传播仅仅是口口相传、纸笔信函等，相应的商业主要是人挑畜驮的异地贩运，赚个差价，效率极低。改革开放之后，电话、传真、电视、报纸等使传播效率大大提高，但问题是，它们与传统的传播方式，没有本质区别，依然是一对一的，单线的，一次传播只有一个人或数人最多数十人获得信息。虽然电视报纸广告传播极广，但这种一对多是单层次的、断裂的，而且无法互动。及至互联网、手机、短信，互联网通讯工具如邮箱、QQ、论坛等普及之后，现代信息使社会商业一片繁荣，蒸蒸日上。

此时的商业，或者说商业模式是怎样的呢？请注意，此时种种商业形态最核心的模式，与传统商业依然没有本质区别，那就是——今天和千年以前的商业，仍然采取的是同一种商业模式——差价模式，即层层加价的模式。

这是为什么？因为自古以来传播覆盖的局限和难以互动，使信息的稀有性从未变过。

传统商业利用信息不对称即利用信息的稀有性获利，导致交易成本极高。渠道上游到下游层层加价，所有加价，最后都由流通渠道的最终环节消费者来买单，消费者付出的费用，是厂价的数倍十多倍甚至数十倍，这是消费者极为反对的，导致买卖对立，极不利于刺激和扩大消费。

这种被消费者反对的层层加价模式，怎样才能改变？是否能找到消费者喜闻乐见的商业模式？电商平台看似新锐，网店商品价格也不高，但仍然是层层加价的差价模式。按照传统的思维逻辑，是找不到变革办法的。

只有打破传统，突破局限。移动互联网的普及，终于使局面扭转——信息的传播发生了本质性的变化，信息爆炸式传播，层级被信息穿透变得扁平，信息透明无所不在。每个人不用“上”也在网上，每个人都成了互联网的一个IP，每个人都是信息中心，人就是网络信息连接点，这使得高度自主化的人与信息的碎片化实时处理高度匹配起来，人与信息已经一体化，每个人都可以和任何一个人实时互动，人已成为互联网生态的一部分……

信息的传播发生了本质变化，信息由不对称趋于对称，加之互动深化，什么事都趋于透明，选择越来越多，网上购物普及，传统商业迅速衰退。时代的大转折，推动商业模式也开始发生巨变。

我们看到，传统的差价商业模式终于开始改变了——我们看到了一个叫“归农”的社交电商企业，采取了全新的商业模式。

归农反对传统模式，顺时代之势而为，它站在消费者立场，顺应信息透明，将商品的所有内容信息完全公开，让消费者知悉一切，成本公开利润公开，没有层层加价，除了进货价之外就只有一个很低的价格，无论创始人还是最新会员来买，都是这个价，而且自用省钱，分享赚钱，消费者因消费而成为商人，二者一体化，买卖对立化解，消费者因为自己和朋友的消费而有利润可分，共同富裕的社会理想更贴近现实，社会更加和谐……

归农的逻辑，建立在信息对称之上，它的利润来自大流通时代低附加值产品“化整为零”式的销量突破。这是一种前所未有的商业模式，与过去的商业模式彻底不同。所以信息传播方式的根本性变化一定会带来商业模式的根本变化，所以“没有成功的企业，只有时代的企业”。让我们赞美这个时代吧！

魏炜

北京大学汇丰商学院管理学教授 魏炜

序四

为新商业的探索实践鼓与呼

这本书，用一群小人物的创业故事，探究了几个非常深刻的话题：

商业何为？移动互联网的时代精神是什么？现代商业的本质价值是什么？这些话题很深刻，但写得并不深奥。在书中，创业主角蒋宪彬作了精辟的分析研究，提出了相当独特的理论创见，而且用完整的企业模式案例和大量的实践故事，充分说明了这些理论创见的正确性和适用性，说明了这些话题与理论创见，与我们的日常生活是息息相关的，是无所不在的。

这些思考和理论创见，已经用实践探索证明了，它们关系着社会大众的生活品质、身体健康、财富积累和知识与智慧的提升，还关系着社会公益和普遍富裕等一系列问题。而且非常重要，蒋宪彬和这群人的探索，还关系着整个社会商业发展的主流模式和商业发展方向。我们有理由认为，这一探索意义非凡，它不仅仅对解决农产品销售难的问题意义非凡，而且为社会主流商业模式提供了新的选择可能和选择理由，他们已经提供了一个成功样本。

“归农的模式，极有可能成为一个源头，一个开端，在未来改变和引领市场营销向一个完全不同的、更利于社会平衡发展的方向转变，或者说，极可能形成市场营销理论与实战的一个新流派。”作者在书中如此剖析道。这个全新的商业方向，将带来更普遍的共同富裕。

这是这本书意义特殊的一个方面。另一个方面，它反映的是社会的普遍真实。

书中的这一群人，从创始人蒋宪彬到归农的所有会员，都是社会底层的普通大众，他们代表着社会中的绝大多数人，他们更能反映社会的普遍真实和普遍心态，更能代表这个社会的基本状态。这一点是非常重要的，正因为代表绝大多数，蒋宪彬才有理由思考本质，才能说是否能改变商业

的基本形态。

正是因为他们是这样一群人，我们才可以看到，与社会大众日常生活息息相关的基本商业形态是怎样的，商业怎样才能真正贴近社会大众的心，让人们真心喜欢，书中很充分的论证了，只有这种高度符合人性的商业模式，才能回归商业本质，才能持续良性经营。

获得消费大众的真心欢迎，实现持续良性经营，不正是所有企业梦寐以求的吗？所以蒋宪彬和这群人的探索是本质性的，他们的努力，这样一个企业案例，值得认真去思考研究。这真是一件让人高兴的事，社会经济完全有可能由此打开一扇窗，向着更加完善的模式，更加兼顾公平的方向去发展。

思考清楚这些问题，很不容易，这需要本质性的看问题。

那么，怎样才能看清本质，书中呈现了两个方面，一是从社会的基本面去考察，即从社会大众的角度去考察，因此书中涉及到的人是千千万万的普通百姓，二是从一个全新的角度，即从信息传播的角度去剖析，可以清晰地看清本质。

从信息传播的角度，如何本质性的研究上面提出的一系列问题，一步步发展出全新的商业模式，探索出商业发展的新方向、新可能，这一切是如何做到的？有怎样的创新思维逻辑？全书以蒋宪彬的创业故事为线索，对此展开了条分缕析的故事性极强的分析研究。

故事是小故事，人是普通人，但小故事蕴含大意义，普通人也展开了一幅波澜壮阔的商业历史画卷，揭示了我们过去完全不曾看到的本质。你会发现，这是一本很好看的书，是一本让人感动掉泪的书。相信这本书，对你有很大的启发意义，能够开启你的智慧。

是为序。



中国人民大学品牌农业课题组组长 姜向鹏

目 录

CONTENTS

第一章 当金川雪梨膏遇见归农 / 001

太多平凡的人在归农找到了精神的追求和践行理想的勇气，特别是那些过着平淡生活的家庭主妇们，突然发现可以和一群志同道合的人，一起为社会创造价值，获得前所未有的体验，一起变得更美好。她们在这个舞台上，找到了更加宽广辽阔的自我。

雪梨膏，1 分钟卖 5500 盒的奇迹 / 002

捧着宝贝，一脸愁容的金川人 / 005

去年的梨还在树上，今年的花又开了 / 009

遇见归农；遇见，归农 / 012

带着善意，才能发现真正的美好 / 017