新媒体农村电商思考

严伟

副教授

博士

硕士生导师

目录

新媒体农村电商趋势

广西农村电商优劣

农村电商创业方向

第一部分

新媒体农村电商趋势

人人都谈新媒体，新媒体到底是什么？

1 新媒体的定义

新媒体泛指利用电脑及网络等新科技，对传统媒体之形式、内容及类型所产生的质变，相对于报刊、户外、广播、电视大传统意义上的媒体，新媒体被形象地称为“第五媒体”。

是利用数字技术、网络技术、移动技术，通过互联网、无线通信网、卫星等渠道以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐服务的传播形态和媒体形态。

严格来说，新媒体应该称为数字化媒体

1 新媒体的构成要素

01 建立在数字技术和网络技术基础之上

02 以多媒体作为信息的呈现形式

03 具有全天候和全覆盖性的特征

04 在技术运营产品服务等商业模式上具有创新性

05 新媒体的边界不断变化呈现出媒介融合的趋势

1 新媒体的特点

01 交互性与即时性

02 海量性与共享性

03 多媒体与超文本

04 个性化与社群化

2 过去与现在获取信息的方式对比

- 看电视
- 看报纸
- 听广播
- 看杂志

过去得知事情的方式

- 微信
- 微博
- 视频
- 论坛
- 贴吧

如今传播讯息的方法

2 新媒体的优势与劣势

优势

◆信息量大
◆内容丰富
◆互动性强
◆检索便捷
◆多媒体传播
◆即时性
◆超文本
◆低成本全球传播

劣势

◆传播的目的容易被淹没
◆权威性和可信任度上有欠缺
◆可控性不强

2 新媒体的优势（以微信为例）

可即时聊天，即时传送文字语音和图片，方便快捷；

受众广泛，影响力大；

不设门槛，任何人都可使用；

公众平台和自媒体平台能够发布大量专业资讯，划分出精准受众。

能及时反映社会热点，时效性较强；

朋友圈内相互转发、评论，具备社交营销性，有一定互动性；

2 新媒体的劣势（以微信为例）

劣势

只有相互关注的朋友才能看到对方的朋友圈并互发评论，朋友之间互动性强，但有圈层局限性，全民互动性不强。

2 传统媒体和新媒体的主要区别

媒体名称	内容	传播方式	受众	盈利模式
传统媒体	平面文字图片 广播电视	一对多	公众	单一
新媒体	多媒体数字 内容多	多对多	窄众	众多

判断题，请根据自己的想法判断以下5条观点的对错

1. 在新媒体时代，人们使用笔记本电脑多于手机上网。
2. 虽然新媒体不断进步，但是传统媒体仍是主流。
3. 新媒体相对于传统媒体来说更有利于传播。
4. 新媒体将会取代传统媒体，成为新闻传播的主要工具。
5. 新媒体拥有互动性强、信息量大等优势，可以完全满足人们的需求。

新媒体是刚刚兴起的一种营销模式，农民可以通过网络进行宣传，像网红直播，或者利用淘宝、微信、微博进行农产品营销等。只要农产品质量过硬，一定会聚集一定的粉丝，通过粉丝销售农产品也不失为一种好方法，这就是新媒体时代的一种“粉丝经济”。

产品

- 朋友圈
- 微信群
- 公众号

- +V
- 直播

- 空间
- QQ群

用户

3 新媒体电商的特点

3 新媒体电商的类型

微博营销
话题、开放平台
微信营销
订阅、点对点
SNS营销
网络交际
分享
视频营销
互联网
视频广告
超越电视媒体
结合
病毒式营销
手机
搜索引擎营销
拉式营销
论坛营销
论坛、加深市场认知
APP营销
论坛
SNS平台

3 农产品新媒体营销：农产品+餐饮

把餐饮店、餐饮体验当做渠道或者平台，之后把农产品的体验、农产品消费、农产品互动嫁接在餐饮店里，从而破解农产品销售与推广困局。

采用“农产品+餐饮”营销模式要思考几个点：
1)要不要自己做餐饮体验店
;2农产品的优、特上下功夫;
3)吃、玩、学如何平衡。

3 农产品新媒体营销：农产品+网络直播

网络直播的好处：1)亲眼所见，提高购买信心;2)参与互动，获得满足感;3)新奇时髦 很多人都是冲着没有玩过的东西而来的。

同时，农产品+网络直播能解决：信任问题。通过网络直播可以让用户增强产品的信心，还可以快速传播推广。因为，网络是没有边际，网络直播的方式能很好地推广农产品及品牌。

3 农产品新媒体营销：农产品+微商

通过微信朋友圈发布自家的农产品信息，该信息包含：种植、成长、采摘等信息。把农产品的生长情况拍成图片发布到微信里，让用户第一时间了解农产品的情况。

农产品+微商需要我们考虑几个问题：1)品牌打造，要打造一个人格化的品牌，通过品牌来溢价;2)供应链打造：配送与物流、冷链。这是农特微商的重点。3)展示真实的自己：微信朋友圈卖的不是产品是人，是用户我们的喜欢与认可。

3 农产品新媒体营销：农产品+电商

农产品+电商的模式就是电商、互联网平台对农产品进行展示及推广，让更多人了解、知晓，并方便用户在线下单及购买。

农产品+电商也要注意几个问题：1)标准化问题，农产品本身就是不是标品，但把农产品做成礼品或干货的确是一条路子;2)品牌改造的问题 借助电商对农产品的重新定位，打造符合新时代消费者需要的工业品。

3 农产品新媒体营销：农产品+众筹

农产品+电商的模式就是电商、互联网平台对农产品进行展示及推广，让更多人了解、知晓，并方便用户在线下单及购买。
农产品+电商也要注意几个问题：1)标准化问题，农产品本身就是不是标品，但把农产品做成礼品或干货的确是一条路子;2)品牌改造的问题 借助电商对农产品的重新定位，打造符合新时代消费者需要的工业品。

3 农产品新媒体营销：农产品+可视农业

“可视农业”还有一大功能，就是可靠的期货订单效应，众多的“可视农业”消费者或投资者，通过利用网络平台进行远程观察并下达订单，他们在任何地方通过可视平台都能观察到自己订的蔬菜、水果和猪牛羊等畜产的生产、管理全过程。

近年来，可视农业平台通过改造升级传统农业，贯彻电子商务下乡，升级商店对接餐饮，派发订单生产等形式活跃农村市场，不断向可视农业生产商派发订单订金，有效解决传统农业市场通路、资金短缺和食品安全三大疑难问题，以低价格好产品，输送到各个市场终端。

3 农产品新媒体营销：农产品+社群

就是有相同标签、相同兴趣、相同爱好、相同需求属性的人自发或者有组织的群体组织。

在农产品方面比如：樱桃爱好者、素食爱好者、减肥爱好者、苹果爱好者等等对某一款农产品或者具有相同属性的人对农产品的相同需求的人组成的群体，他们会对农产品的需求相同。

3 农产品新媒体营销：农产品+认养

发起众人合伙认养一(头)、(颗)、(亩)农产品(植物、动物)，根据需要认购的数量或部位，一起享受认养的乐趣，共同获得优质产品。

农产品+认养模式需要注意的问题：1)牵头人的关键，为认养成员做好服务与监督;2)确保透明，认养情况一定要透明，并且要让大家相互知晓，不能存在欺诈。

3 农产品新媒体营销：农产品+网红直播+电商平台

通过网红直播+电商平台进行农产品营销的三个步骤。

第一，策划营销活动，并邀请网红参加。

第二，需要网红在线直播自己对农产品的体验感觉，农产品是什么样的，什么味道的，自己觉得如何。

第三，在电商平台，如淘宝、京东，同步开始产品销售。

3 农产品新媒体营销：农产品+短视频

2018年巧妇9妹的电商团队卖出了500多万斤水果,她原本只是通过今日头条和西瓜视频,分享农村生活、农村美食。但是有需求就有市场,机缘巧合,短视频+农产品帮助她和村民们把农产品卖出去了。

还有目前比较热门的抖音短视频,虽然视频时长为15秒到60秒,但是对于-一个农产品营销足够了。

3 农产品新媒体营销：农产品+直销店

直销店解决的是产地到餐桌的问题，同时减少了中间渠道，降低产品单价，提高农产品与用户的互动。

农产品+直销店不是普普通通的农民就能做到的，该模式是需要政府或者农业龙头企业牵头。因为，直营直销连锁店投入成本巨大、连锁管理也需要专门的人才。

广西农村电商优劣

错 误 认 识

（一）电子商务进农村的发展处境

——县乡政府高度重视，但是不知道怎么做

——农民很向往参与，但是不会做

——主管部门担心资金被挪用乱用不能实现预期目标

——各方企业想从国家资金中沾光，利益交杂越做越乱

（二）电子商务进农村存在的主要困难

一是无产品　　二是无人才

三是无网络　　四是无交通

（三）政府推进电商进农村的常出现的九个误区：

（一）是以为搞电商就是建平台。

电商平台具有基础设施的属性，除了信息汇聚，还需要配套交易支付、云计算支撑、商业大数据服务、物流快递、金融服务等服务配套，是一个商业生态体系。

全国性的综合电商平台不会超过10家；细分行业的电商平台，每个行业最多1-2家。有实力发展平台经济的地方主要集中在北上广深等一线城市，其他地方受人才、技术制约机会并不大。

（二）是以为搞电商就是引进阿里巴巴和京东这样的大企业。

地方政府都希望引入知名电商平台投资、入驻。但互联网的根本特点就是跨地域，即使平台企业的注册地，或者服务器在上海、北京、杭州等发达地区，也一样可以服务全国，全球范围的客户。

地方政府发展电子商务的重点是推动本地优势企业利用互联网转型升级，即扶持本地网商、服务商发展。

（三）是以为搞电商就是抓紧几个大企业 。

电子商务的发展特点是从边缘到主流，一开始总是小微企业反映最快。

中西部地区，一方面要推动当地传统的大企业利用互联网转型升级；另一方面要鼓励年轻人创业，培育千军万马。

（四）是以为搞电商就是人人开网店

（五）是以为搞电商就是建设电商产业园区。

电商往往都是轻资产企业，不是工业企业，关键还是发展的生态环境。

（六）是以为搞农村电商就是布网点。

（七）是以为搞电商就是代卖代买。

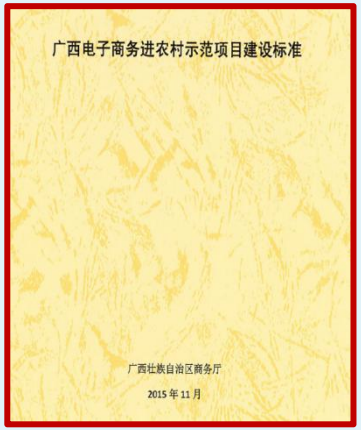
在村级网点接上网络，帮助农民从网上购买到便宜的产品，或者是帮助农产拿农产品在网上销售，这些看到的只是农村电商的一个方面，只是表现

（八）是以为产品好就能在网上销售好。

产量很低，没有规模，没有土地资源的支撑，更谈不上品牌，怎么能在网上销售呢

（九）是以为搞好基础设施就能产生好的效果。

电商核心在网，表象也在网，精髓在于产品，是品与网的结合，电商是一个系统工程。那么如何做好这个系统工程呢。我们提出用标准化建设广西农村电子商务。



尝试方法

（一）围绕自治区（省）层面的“六有”

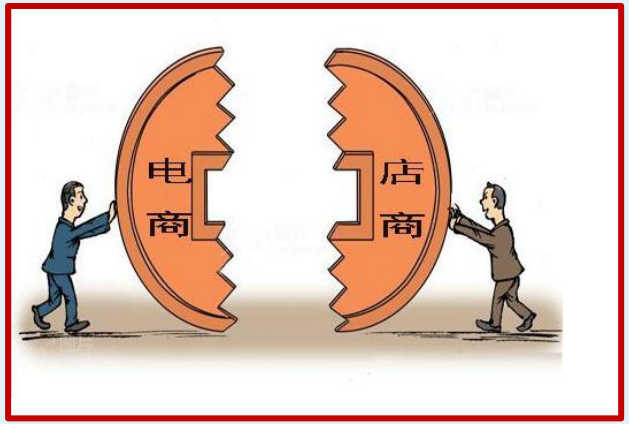
- 统筹组织
- 公共服务平台
- 手机APP
- 统一培训
- 统一Logo
- 二维码溯源

（二）县乡层面的“九有”

- 产品
- 检测
- 能人
- 创业孵化
- 服务中心
- 领导小组
- 快递
- 支付
- 物流

三、逐项列清投资标准和资金来源

根据省区层面的“六有”和县乡层面的“九有”，逐项列清投资标准和资金来源，把资金花在明处，可操作、可检查、可验收、可示范。一点建成，百村复制。



四、用“八步曲”推动广西电商进农村

坚持三个原则 ：

——以市场为主体

——分层有序各司其职

——快速见效

八步曲 — 第一步：

商务厅要发挥好省级部门牵头协调作用，全省区一盘棋做好制度设计，排除各种利益驱动和干扰，调动各方资源和力量，形成整体合力，把省级“六有”逐项落实到位；

八步曲 — 第二步

县乡政府要逐项完成试点县“九有”的硬件配备，标准化、公开化、透明化，建设试点县的电商基础设施；

八步曲 — 第三步

培训骨干，扶持示范。

八步曲 — 第四步：

挖掘和包装电商产品。严格遵循“五统一”。

统一：统一标准、统一追溯、统一包装、统一品牌、统一运营。

八步曲 — 第五步

推动电商集聚发展，鼓励快递、银行、保险、培训等服务入驻集聚区；

八步曲 — 第六步

成立协会、联盟、合作社等组织，形成规模化、组织化的电商销售主体，聚零为整，形成合力，互利共赢；

八步曲 — 第七步：

总结电子商务进农村工作的经验和教训，加强对基层和企业的指导，给予资金扶持；

八步曲 — 第八步

打造电商创客城。

（五）逐步逐步推动“五人合作社模式

- 生产人
- 集运人
- 仓储包装人
- 上网人
- 快递人

农村电商创业方向

农业+

未来农村电商十大发展趋势

——互联网+促进产业升级

当前农业创新发展是否是这样的?

没有特色

不赚钱

档次不高

YES ?

其实希望会是这样的?

新模式

经济效益

高大上

YES?

农+旅

新型农场

农商旅联动发展，成农村电商新方向

农业(农办)

商贸业(商务局)

旅游业(旅游局)

跨界、协同、关联、融合

台湾自推出精致农业策略后，其乡村发展一直以“农+旅”的形式为主，各种农庄旅游采取差异化的战略，纷纷取得一定的市场，值得借鉴。

净化水的水生植物

蝴蝶中心

台湾飞牛牧场

充分挖掘农业特有的景观风貌

2 台湾“农+旅”精致化农业的特色

（1）特色产业主导，精加工，深挖掘“小而精”取胜

不刻意追求农庄的面积、规模，但非常注重精细管理，生加工，融入创意，提升品质。

例如种植茶叶的农庄，有的只采一道春茶，然后将其精心加工、制作、包装，使其成为茶叶中的“极品”。

将特产和观光结合，推动休闲农业与休闲渔业发展

2 台湾“农+旅”精致化农业的特色

（2）鲜明的主题与创意是游客始终充满新奇

台湾休闲农庄在建设与经营过程中，不断融入创意与主人的情感，让游客强烈感受到设计者的情感与追求。在主题选择上，水果采摘、竹、香草、茶叶、名花异草观赏、昆虫收藏、奶牛、螃蟹、鳄鱼、鸵鸟等体验，创新不断，使游客始终充满新奇

如位于桃园观音乡的“青林农场”，一年四季都种栽向日葵，而且免费开放参观。

休闲农场有自助农园、森林游乐园、昆虫馆、休闲娱乐农场等，提供采果、露营、烤肉、垂钓等休闲活动

2 台湾“农+旅”精致化农业的特色

（3）重视口碑与网络营销，，口碑比品牌更重要

台湾的生态农庄，非常注重产品的“口碑”而不是品牌。他们将更多的精力，放在产品质量上，放在让顾客满意上。严格控制化肥、农药、除草剂的使用，免费对游客开放，吸引游客自己到农庄购买最新鲜、成熟度最适宜的农产品。

除了宣传手册、广告路牌、电视报纸等传统宣传手段以外，还要加强网络营销，运用科技整合资讯，通过网页、搜索引擎以及3G手机服务等对休闲农业区域的地图、路线等进行迅捷的引导。

2 台湾“农+旅”精致化农业的特色

（4）寓教于乐，深度体验，配套齐全，游览体验舒适

台湾休闲农庄都设有可供多人同乐的设施，例如烤肉区、采果区、游戏区、农耕体验区等。还有不定期举办农业有关的教育活动、趣味比赛。有接待学校师生，用作毕业旅行或者户外教学，精心设计插花馆、才艺教室、亲子戏水区、花卉迷宫、蝴蝶甲虫馆等不同区域。还有现场展示特色产品与特色烹调，让游客尝鲜。各景点的配套设施都比较齐全，道路、交通、水电等设施完善，所到之处吃喝玩乐样样具备。

游客可以喂养小牛、挤牛奶、喝生奶

2 台湾“农+旅”精致化农业的特色

（5）从体验到分享的理念转变，拥有不如享有

台湾休闲农业在主推“体验经济”之后，还出现了“分享经济”的理念，即休闲农业经营者与游客分享乡村生活，变“顾客是上帝”为“与客人成为志同道合的朋友”，倡导“拥有不如享有”的消费理念。

台湾休闲农场布局合理，大多数都分布在旅游线上，每个景区景点都能与旅游结合起来，这就有了客源的保证。板块化、区域化整合，已经有了相当的成效。

事实证明，休闲农业必须有一定的规模才能形成景观效应和产业集聚效应，才能由点成线、成片，为城市旅游者提供一日、两日乃至多日的旅游产品组合，从而提高经济效益。

农+互联网

农产品众筹

15元众筹一座古法作坊，为你熬制6种暖心红糖

发起人 阿庆在乌乡 联系我

微信 QQ空间 新浪微博

496 支持数

¥28,311 已筹款

142%

成功结束 目标筹资¥20,000

立即支持

分享到微信

农业 广西 贵港 休闲零食 茶酒饮品 手艺传承

我和我的家乡

我叫阿庆。

刚才通电话，老爸说：“今天去喝你表弟的喜酒，你姥姥又问我，阿庆要等到几时呀？”

我早有所料，只好说明年先领证。我明白，父母的心里一直惦挂着儿女，读书时担心成绩不好，工作时担忧生活辛苦，到了年龄就反复叮嘱“早点成家立业”。父母早已在儿女的人生旅程上标了一个个重要提醒。如果儿女未完成预设任务，他们就反复催促，想拉住前行的儿女，直到事项办妥才放手。

心若安放，即家园

这样的家乡，即使回到了，也无法安放心灵。所以，我决心放
理学教师的工作机会，两手空空回到村里，因为我相信：困境
藏出路。

看见我回来，家人全是愕然，都以为我读坏了脑子。母亲找来风水先生，祈祷天地神灵庇佑我；父亲一年都在为我收集就业信息；哥哥姐姐只能干着急。我清楚，我走在正确的路上，只是他们一时不理解而已……

返乡第一年，我是一只逆流的鱼，穿过吵杂的议论声，缓慢走向无比期待远方。相知多年的女朋友一直陪伴我，时常鼓励：不着急，内心方向对了，总会抵达。满怀感激的我很清楚，唯有兢兢业业，不停往前走。

于是， 尝试带着伯父的蜂蜜走出村子，放上淘宝，跑展销会，谈商超，一路起起伏伏，惶然惊觉，蜂蜜水太深，似乎无底洞的深，最终不得不放弃。我、小熊、玉米、小刘，四人的初创团队以散伙告终，只剩我和小熊，潜心寻找出路。

彷徨间，我们突然发现，村里的古法制糖自清朝流传至今，百年有余。或许，它就是归路。所以，考虑一半，即开始学着认识土壤、分辨甘蔗、收集器具、寻访制糖手艺人……走一步，预设两步，战战兢兢，唯恐疏忽错漏。

寻百年糖量

寻手艺人

认识土壤

分辨甘蔗

为什么发起众筹?

「 盐野米松在《留住手艺》里反复强调，要想让手艺找到生存的空间，首先要具备三个条件：第一，维持让手艺人的产品销售出去的环境，第二，找到充足的优质原材料，第三，要有手艺的传承人。」

我们深以为是。

熬制古法红糖，需要充足的优质甘蔗，所以，我们和24名村民约定，二月播种，十一月收割，耐心等够十个月；制糖，需要心存敬畏的手艺人，才懂尊重食物的本性，做出原有的味道，付叔对此心中有数，并愿意将几十年的经验传给徒弟。

唯独第一个，维持销售环境是我们的难点。当前，古法制糖行业里鱼目混珠，劣币驱逐良币。那些坚守手艺之道的手艺人，被挤压到僻远的角落，纵然手艺精湛，也无可避免衰落。曾几何，家家户户熬制古法红糖，鼎盛时周边村寨400多家，上万名村民靠手艺传家。人们也敬重手艺人的良心操守，乐意接纳食物的本性与价值。

今年的糖价会不会涨一些?

姐姐曾问我：今年的糖价会不会涨一些？我明白姐姐的担忧，明白她要赡养年迈的老人，要供养读书的儿子，要支付每日的柴米油盐。我说，我尽力，也请姐姐一起努力，把糖做好，自然有甜头。

三姐

所以，我们做了该做的事情：

蔗源明确 为了保证充足的甘蔗，
我们和村民约定246亩甘蔗，
年冬就高价收购，让蔗农一年的劳苦得到对等的回报；

师承制度 为了兄弟姐妹安心回家，我们建立古法制糖技艺传承体系，形成学徒、助理、师傅、技艺合伙人四个层次，让每个返乡的家人都能活得有所期盼，能够靠努力去改善自己的生活；

完善作坊 为了干净整洁的空间，我们亲手砌造新作坊，让家人的工作不再风吹日晒，同心协力，静心熬制红糖

创新产品 为了满足顾客的喜爱，我们创新产品，熬制了多种温暖食物，拒绝任何添加。因为我们也曾担忧种种不安全，所以，将心比心地熬制每一种食物。

红糖桂花

红糖茉莉花

红糖玫瑰

糖沙

红糖枸杞桂圆

红糖姜茶

我们希望，
在这片土地上没有留守儿童，没有农村问题

我们希望，在这一片土地上没有留守儿童，没有农村问题，也没有食品问题，只有一群参与古法制糖的普通人，大家为了家人而勤劳工作，日出而作而落而息。

今天，我们已经把所有的身心沉浸在这门手艺里，把熬糖当作冬季最重要的事情。我们正在体悟手艺复活的生命力，并为此竭力营造一个友善的销售环境，让尊敬食物本性的人，发现我们，看见正在复活的古法制糖。因为再造生活从来就不是靠少数人的极大努力，而是靠大多数人的一点点参与。
每一份参与，都非常有意义:

1、帮助蔗农抵御风险，比如今年两次大台风，导致甘蔗严重减产
2、支持蔗农，因为他们不用农药化肥，就要更多的劳动
3、支持手艺复活，让制糖手艺改善村民的生活，也改善女性消费者的特殊日子。
4、传播正确的古法红糖知识，不夸大也不贬低，它是什么就是什么。

¥1 已满额 / 限100人

支持1元+1次中奖机会

众筹成功结束后，由众筹网官方抽出1名幸运用户获得古法红糖1罐/250克。(多次支持只得1个抽奖号)

¥15 已满额 / 限200人

6种暖心红糖

原味红糖、姜母红糖、茉莉红糖、玫瑰红糖、桂花红糖、枸杞桂圆红糖；
每种50克/袋。

¥69 98 人 / 限200人

2盒新春暖心红糖

6选2，250克/盒；
原味红糖、姜母红糖、茉莉红糖、玫瑰红糖、桂花红糖、枸杞桂圆红糖，随心组合。

¥146 22 人 / 限200人

4盒新春暖心糖 闺蜜分享

成为乌乡村民，惠购应季食物；
4盒暖心糖，6选4，

¥199 42 人 / 限100人

4盒新春暖心糖 家人共享

成为乌乡村民，既可以惠购应季食物，还可以一对一认领村民的粮食、家禽；
4盒暖心糖，6选4
1袋新稻米
1袋新米线
1袋核桃

¥1,999 2 人 / 限50人

新春福袋 10份诚意

成为乌乡伙伴，既可以惠购应季食物，还可以一对一认领村民的粮食、家禽；
每福袋内含（4罐暖心糖,1袋新稻米，1袋新米线，1罐桂圆干，1袋核桃）

用新思维 和农民一起 增值

用新技术 和农民一起 增产

用新方式 和农民一起 增收

谢 谢!