

农村电商与县域产业园运营

【课程背景】

2017年2月，“中央一号文件”传递了农村电商的发展方向，对农村电商的部署相较2016年有以下五个特点，可以概括为一个“首次提出”和四个“更加重视”：首次关注电商产业园问题，鼓励和规范发展电商产业园；更加重视线上线下的融合，推动线上线下的互动发展；更加重视农产品上行，强调农产品电商的标准体系势在必行；更加重视农村电商物流，强调要对现有的农村物流体系进行整合；更加重视农村电商生态体系，将2016年提出的“加大信息进村入户试点力度”升级为“全面实施信息进村入户工程，开展整省推进示范”，进一步夯实农村电商的信息网络基础和用户基础。

2017年8月21日，商务部公布了全国电子商务进农村综合示范260个县，明确示范县建设要重点加强农产品电子商务。第二天商务部市场体系建设司在官网就发布了《商务部 农业部关于深化农商协作 大力发展农产品电子商务的通知》提出了十项重点任务。同时，商务部与农业部共同开展“农产品电商出村试点”，这更进一步针对农产品电子商务的发展做出了详细规定，明确电商示范县要参照农产品电商出村试点县要求开展工作。

网络流传着许多农产品通过网络营销创造的神话：

微信招募合伙人，48天卖出2万箱芒果，来自90后农村小伙

线上线下齐开花，年销售数百万斤柚子，来自大学生村官“柚子哥”

微营销卖板鸭，1个月流水过八万！来自兼职的柴公子

【课程收益】

- 抽丝剥茧，把握农村的实体行业线上线下发展的脉搏，解析农村电子商务的本质与规律
- 通过大量行业案例与惯用法则，帮助传统县域产业园量身定位
- 博采众长，借鉴数家企业成功案例，掌握农产品上行基本方法
- 全局在胸，树立政府和企业、农民亲密配合的大局观
- 内功修炼，掌握农产品品牌化战略技巧
- 创新渠道，用互联网思维创造全新销售模式
- 帮助农村经营者完成线上线下相结合的网络营销达尔文式进化。

【课程时间】：2天，6小时/天，可根据不同听课对象按需求订制内容，或缩短、延长课时

【授课对象】：政府部门、传统企业掌门人、传统企业电商部门、农产品种植业主、有志于开展电商业务者

【授课方式】：讲师讲授 + 案例研讨 + 讲师点评 + 现场咨询与辅导

【课程大纲】

第一章 农村电子商务的现状和发展空间

- 1、农村电商的两种形式
 - 1) 、工业品下行服务进村
 - 2) 、农产品上行渠道进城

2、农村电商发展现状

- 1)、近几年农村电商发展成绩
 - 2)、目前农村电商发展中的困境
- ## 3、农村电商的发展空间

第二章 各大电商平台的农村电商战略分析

- 1、阿里的农村淘宝战略
- 2、京东的 3F 战略解读
- 3、苏宁圈地自营服务站

第三章 农村电商五大痛点

- 1、缺定位
- 2、缺标准
- 3、缺流量
- 4、缺物流
- 5、缺人才

第四章 县域电商三大模式

- 1、浙江遂昌模式（走平台化道路）
- 2、甘肃成县模式（走资源整合道路）
- 3、吉林通榆模式（走品牌化道路）

第五章 互联网思维农村电商成功案例

- 1、沙集淘宝村——家具淘宝三剑客

- 2、陕西涌泉居靖边——土豆姐姐
- 3、遂昌北山村冬笋——舌尖上的爆品
- 4、“俞三男”状元蟹——千万业绩的成功之路

第六章 政府扶持企业转型三步走

- 1、第一步：打造电商产业园区
 - 1)、优秀产业园区案例
 - 2)、杭州等县市电商扶持政策解析
- 2、第二步：第三方企业配套服务
- 3、第三步：县域电商人才培养

第七章 高大上农产品品牌攻略

- 1、品牌和产品定位
- 2、爆款打造关键因素
- 3、高颜值产品设计技巧

第八章 互联网思维营销技巧

- 1、低成本打造品牌——事件营销
- 2、病毒式营销利器——微信、微博
- 3、借助中小平台——农村电商平台网站排行榜