

沭阳县政府委托课题项目



沭阳模式

——“互联网+三农”典范

课题主持人：郭红东、曲江

课题组成员：曾亿武、邱东茂、陈东石、王铭莹

浙江大学中国农村发展研究院（CARD）农村电商研究中心

2016 年 10 月 11 日

目录

摘要.....	3
1 沭阳速度	4
1.1 沭阳县经济社会发展速度.....	4
1.2 沭阳县花木产业发展速度.....	6
1.3 沭阳县电商产业发展速度.....	7
2 沭阳模式及其意义	10
2.1 什么是“沭阳模式”	10
2.2 沭阳模式的关键词.....	11
2.2.1 农民大规模创业创新.....	11
2.2.2 传统农业产业转型升级.....	12
2.2.3 政府合理引导与有效作为.....	15
2.2.4 农村电商的生态体系建设.....	18
2.2.5 人与土地的和谐发展.....	22
2.3 沭阳模式与其他县域电商模式的比较.....	23
2.4 沭阳模式的意义.....	26
2.4.1 为农村一二三产业融合发展树立标杆.....	26
2.4.2 为凸显农村电商生态建设的价值树立典范.....	27
2.4.3 为促进城镇化与新农村建设树立样板.....	27
2.4.4 为农村人口与土地的和谐发展提供借鉴.....	28
3 沭阳模式形成的关键要素	30
3.1 良好的基础设施.....	30
3.2 扎实的产业资源.....	31
3.3 活跃的经营主体.....	32
3.4 精准的政策措施.....	33
3.5 健全的电商生态.....	34
4 沭阳模式的启示	36
4.1 善用资源禀赋，鼓励创业创新.....	36
4.2 完善基础设施，夯实产业配套.....	37
4.3 重视草根群体，激活市场潜力.....	38

4.4 营造宽松环境，整合优势资源.....	39
4.5 注重生态营造，形成双链互动.....	40
5 沭阳模式的升级建议	42
5.1 城乡一体与区域融合，争创片区新经济的引领者.....	42
5.2 打造区域与企业品牌，争创农业供给侧改革的新典范.....	43
5.3 完善产业体系，争创产业融合发展的新样本.....	43
5.4 创新与服务常态化，争创优质的服务型政府.....	44

摘要

通过对全国各地县域电子商务发展的调研，浙大 CARD 农村电商研究中心发现，近年来，在江苏省沭阳县出现了以根植于土地的特色农业产业为基础，大规模的农民通过电子商务创业创新的“沭阳现象”。

江苏省沭阳县通过广大农民运用电子商务创业创新，带动了传统的花木产业成功转型升级，形成了从传统苗木到家庭绿植及周边配套产业的全产业链发展，诞生了一大批淘宝村，同时形成了完善的电子商务服务产业链，实现了政府、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，推动了整个县域经济的快速发展。

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，最终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+三农”沭阳模式。

沭阳模式是一种以特色农业产业为依托，以保持农村原有机理和风貌为前提，由广大农民通过电子商务创业创新实现农业产业升级，并在政府的合理引导下形成农村电商生态体系，促进人与土地和谐发展，实现“农民富、农业强、农村美”的“互联网+三农”县域电商发展模式。其中，农民、农业和农村是沭阳模式发展的核心，电子商务是沭阳模式发展的基础，创业创新是沭阳模式发展的动力，政策环境是沭阳模式产生的催化剂。

沭阳模式对于其他县域/农村发展电子商务，尤其是充分调动农民的创业积极性，以根植于土地的农业为核心，促进传统农业产业升级，从而带动县域各类产业的电子商务转型，推动相对落后地区县域经济实现弯道超车，具有非常典型的借鉴意义。

自 2014 年以来，农村电商成为国家在电子商务发展上的战略重点，国家各部委频繁出台了各项决策和意见，鼓励和支持在县域和农村大力发展电子商务，以期将信息时代孕育和催生的新主体、新模式、新生态惠及到农村、农业和农民。

在农村电商的推进过程中，很多县域都不同程度地存在一个问题，即工业品下行网络建设容易，而地方特色农产品上行难度很大，瓶颈聚焦在：（1）缺氛围；（2）缺人才；（3）缺网货；（4）缺服务；（5）缺设施等（当然，不同地方的瓶颈各异）。在阿里研究院发布的 2015 年全国 779 个淘宝村中，只有极少数的淘宝村以经营本地化的农产品为主。目前中国农村电商尚处于起步的发展阶段，大部分县域尚未成功实现本地特色农产品的上行。

在阿里研究院发布的《阿里农产品电子商务白皮书》中，沭阳县连续两年在阿里零售平台农产品销售额的全国县域排名中位列第三。沭阳县的淘宝村从 2014 年的 3 个快速增长到 2015 年的 22 个。全县网店数量达到 3 万家，全年网络销售额近 65 亿，全年快递发件量 6000 万件，是阿里零售平台花木品类销售额排名第一的县域。沭阳县的电商主体是农民，聚集地在农村，主要经营的是鲜活的农产品，这在农村电商的发展中具有非常典型的意义，本报告期望通过对沭阳电商发展历程和发展特点的提炼和总结，为解决多数县域在农村电商推进过程中所碰到的瓶颈问题提供借鉴。

1 沭阳速度

1.1 沭阳县经济社会发展速度

沭阳县域面积 2298 平方公里，辖 33 个乡镇、1 个农场、6 个街道、1 个国家级经济技术开发区，户籍人口 195.37 万，是江苏省陆域面积最大、人口最多的县份，也是全国文明县城、全国卫生县城、中国书法之乡、中国花木之乡。近年来，沭阳全县上下深入贯彻中央精神和省、市各项决策部署，从更高的层面推动思想解放，从更广的领域深化改革开放，全县综合实力在应对挑战中实现了新跨越，产业质态在转型升级中呈现了新提升，城乡发展在协调共进中展示了新变化，社会事业在为民惠民中取得了新成效，全面小康在稳步推进中踏上了新征程，县域活力在改革创新中得到了新释放。如图 1 所示，沭阳经济发展呈现连年增长

的良好势头，从 2011 年以来，GDP 年均增长 15.7%，2015 年实现地区生产总值 630 亿元。居民收入实现连年快速增长，民生幸福再获新提升，2015 年城镇居民、农村居民人均可支配收入分别达到 22097 元、13011 元，如期如实完成 32.7 万低收入农户脱贫、120 个省定经济薄弱村达标的任务，并且养老、医疗、失业三大社会保险覆盖率分别达到 95.8%、97.5%和 95.6%，新型农村合作医疗县乡住院政策补偿比达 75%。

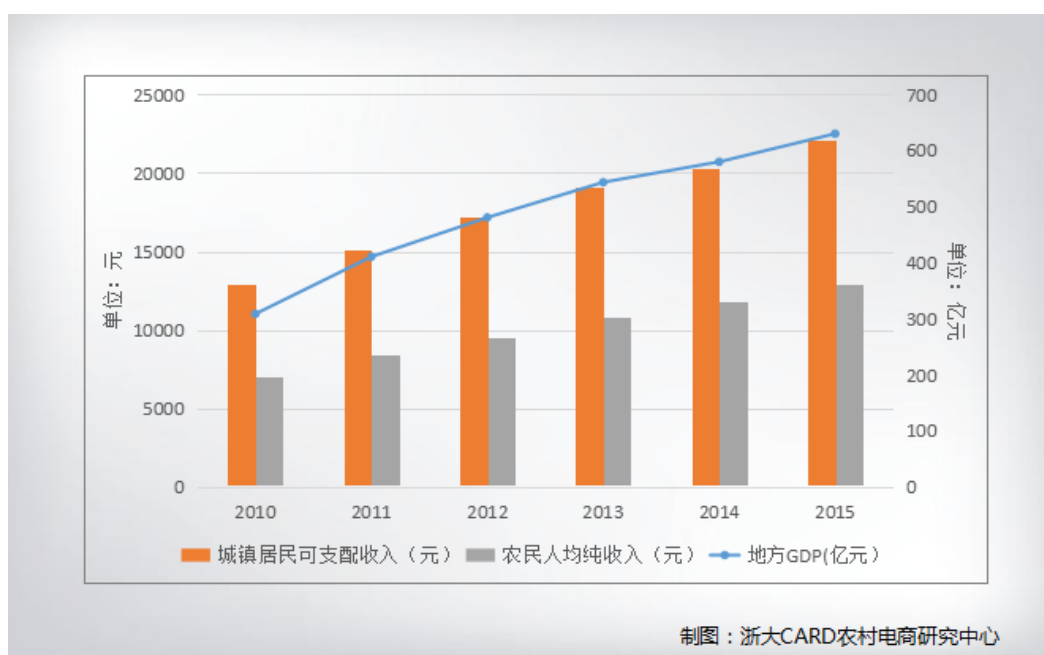


图 1 沭阳县近六年 GDP 与城乡居民收入

近年来沭阳经济发展再上新台阶，呈现稳中有进、进中向好的良好态势。沭阳连续四年跻身“全国百强县”行列，入选工信部首批“全国工业百强县”，其中木材产业在 2012 年成功获批“江苏省唯一木材特色产业集群”；2013 年所辖经济技术开发区获批“国家级经济技术开发区”。如图 2 所示，沭阳第一产业近五年保持稳定小增，二三产业产值快速增长，2015 年三次产业结构的比例为 13.5%、46.5%、40.0%，产业结构不断优化，经济健康稳定发展。

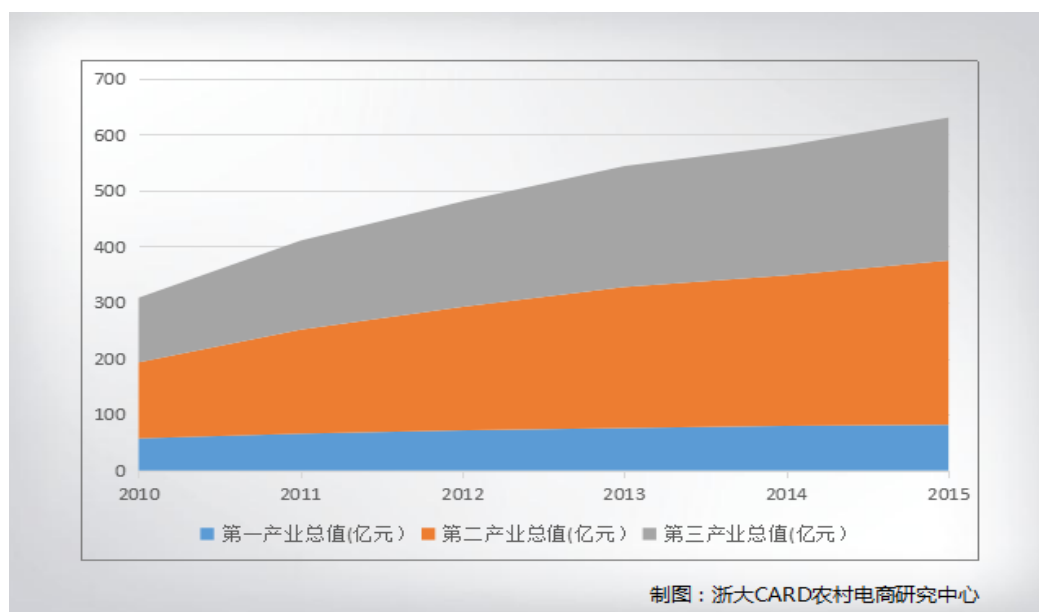


图2 沭阳县近六年一二三产业产值

1.2 沭阳县花木产业发展速度

花乡沭阳地处北纬 34°，位于我国南北气候过渡地带，适合多种花木生长，是南花北移、北木南迁的理想中转站。沭阳花木栽培历史悠久，起于明清，全县共有花木从业人员 25 万人，约 3 万名专业花木经纪人长期活跃在全国各地，将沭阳花木源源不断地销往全国各地。

现在已形成“两区”、“三带”花木产业布局：“两区”是指以新河镇、颜集镇、扎下镇、潼阳镇、庙头镇为主的老花区，老花区主要进行分散种植，成为“无粮”镇；以耿圩镇、陇集镇、刘集镇为主的新花区，新花区主要进行集中连片规模化种植；“三带”是指新 245 省道、新 205 国道、宿迁大道沿线花木产业集中发展产业带。沭阳花木依托交通规划布局集中发展，全县花木种植面积由上世纪九十年代的 0.3 万亩，增长到 2001 年的 4 万亩，再到 2015 年的 48.1 万亩（见图 3）；花木销售额由上世纪九十年代的 100 余万元，发展到 2015 年底的 85 亿元。沭阳成为江苏省花木种植面积最大的县，花木产业已成为沭阳县的优势品牌产业和农业主导产业。

目前，全县种植的花木有 3000 余种，并形成盆景、干花等地方特色产业，花木产业向“名、特、优、稀”方向发展，花木档次不断提高，涌现出一大批优

秀的花木产业龙头企业，全县有国家级园林绿化资质企业 80 家，中高级园艺师 190 余人，花木专业市场 30 余个，形成了一个高质量、高梯队、高水平的集花木产业规模、产品企业资源、花木专业人才及健康花木市场的特色产业集群，“花乡沭阳”已成为沭阳对外品牌的一张金名片。

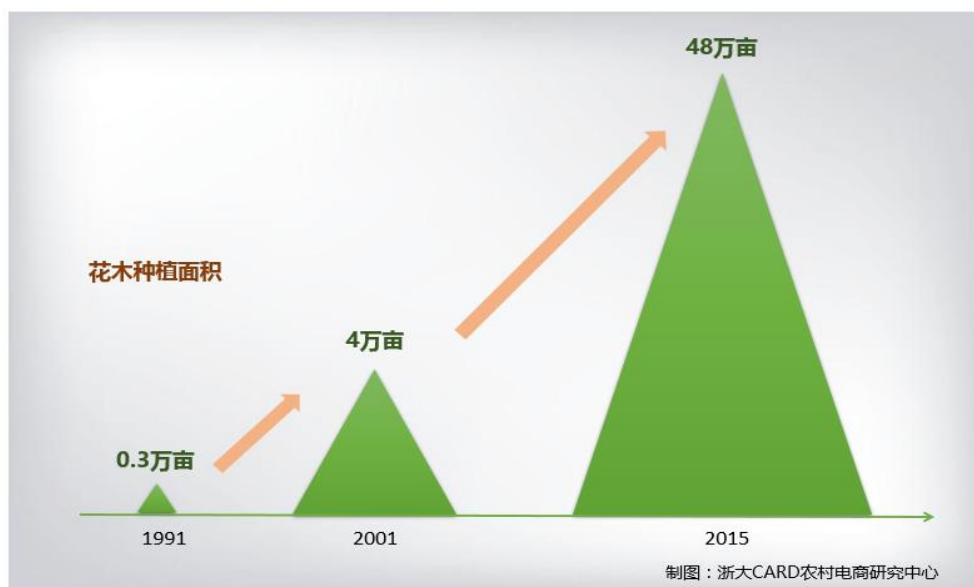


图 3 沭阳县花木种植面积的快速增长

1.3 沭阳县电商产业发展速度

沭阳花木电商产业的发展过程可分为三个阶段：

第一个阶段：2001—2006 年，萌芽期。沭阳县花木产业区在通讯网络设施建设方面起步也较早，自 2001 年开始建设 ADSL 宽带接入网。也就在这个时候，沭阳县一些农民就开始利用贴吧、论坛在网上展示、推销自己庄稼地里的花卉苗木。这是最原始的电子商务形式，只有信息发布和信息获取功能，因此对沭阳花木交易的实质性帮助还十分有限。但是，在互联网还没有被广泛进行商业应用的这段萌芽期，沭阳县农户对接互联网的积极尝试是值得称赞的。

第二个阶段：2007—2012 年，突破期。2007 年，沭阳县实现了宽带村村通。也恰恰自 2007 年，一些苗木农户又开始积极探索使用淘宝、天猫、1688 等第三方电商平台开展线上营销，由此掀开了沭阳县电子商务发展的新篇章。早期的农

户借助具有多重功能的第三方电商平台后，发掘到了一个全新又广阔的线上市场。在偶然尝试获得惊喜的成功之后，农村社会的熟人机制发挥了其天然的知识溢出作用。农户通过互帮、互带、互传，吸引着越来越多的亲朋好友陆续加入电商的创业行列。虽然这段时期，电商创业者的规模还未达到较大的级别，但是一个美好的口子被打开了，沭阳县逐渐靠近电子商务快速发展的起跑线。

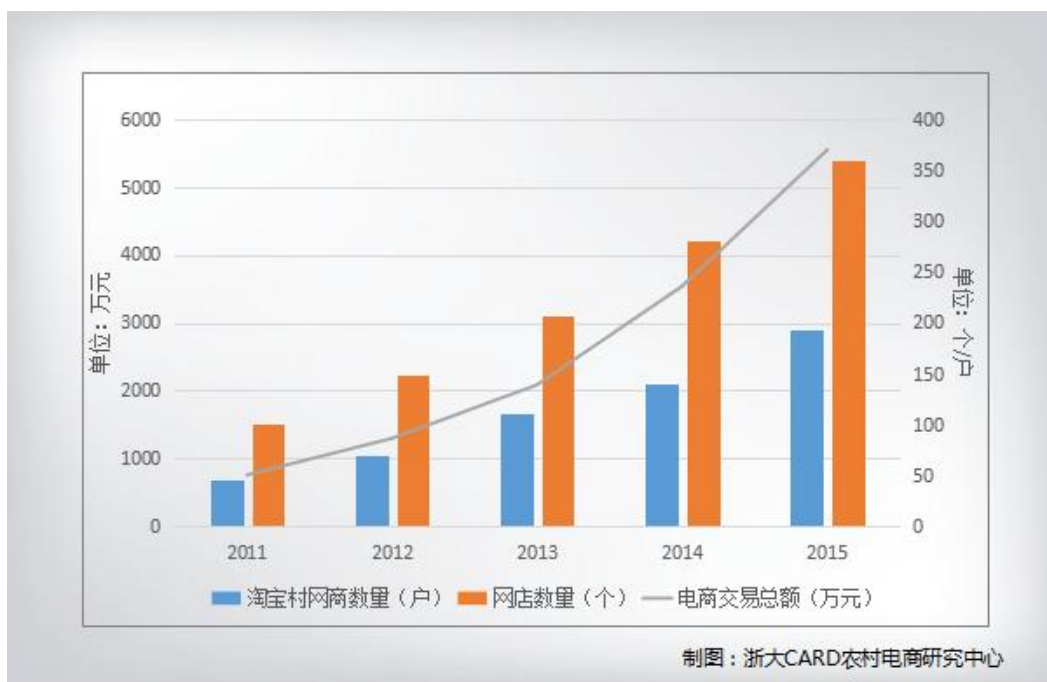


图4 沭阳县22个淘宝村平均网商数量、网店数量和销售额

第三个阶段：2013年至今，飞跃期。2013年首批中国淘宝村名单揭晓，颜集镇成功入选，这标志着沭阳县电子商务进入了一个新的阶段，一个跨越式发展的飞跃期，一个开始广受外部关注、知名度不断提升的时期。2014年，周圈村和堰下村入围第二批中国淘宝村，2015年，新河镇、庙头镇、颜集镇共22个村入围第三批中国淘宝村，并且三个乡镇入围中国淘宝镇，沭阳县成为全国最大的农产品淘宝村集群。在阿里研究院发布的《农产品电子商务白皮书》中，沭阳连续两年在阿里零售平台农产品交易额的县域排名中稳居前三位。2015年沭阳县还荣获“国家电子商务进农村综合示范县”称号。如图4所示，沭阳已有的22个淘宝村平均每村拥有的网商规模、网店数量和交易总额呈现连年快速增长的态势，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%。目前沭阳已形成了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，同沭阳特色花木产业集群相辅相成，共同促进沭阳县域的经济社会发展。

2 沭阳模式及其意义

2.1 什么是“沭阳模式”

基于沭阳县花木产业和电商产业的发展特征与实践经验，本报告提出“沭阳模式”的概念。所谓“模式”，本质上是对现象的一种解构与提炼，要求准确把握到现象的主要特点和内在规律，从而深化对现象的认识，强化对实践的指导。顾名思义，“沭阳模式”是对“沭阳现象”的高度总结和概括，透过“沭阳现象”总结出“沭阳模式”，一方面，有助于全面解读“沭阳速度”的产生原因与意义，加强对沭阳县电子商务发展状况的准确认识，从而为今后的政策制定提供依据和参考；另一方面，有助于总结沭阳县电子商务的实践经验与启示，便于进行推广和交流，也有益于其他县域的学习与借鉴。

“沭阳模式”到底是一种什么样的发展模式？概括地说，沭阳模式是一种以特色农业产业为依托，以保持农村原有机理和风貌为前提，由广大农民通过电子商务创新创业实现农业产业升级，并在政府的合理引导下形成农村电商生态体系，促进人与土地和谐发展，实现“农民富、农业强、农村美”的“互联网+三农”县域电商发展模式。



图 5 沭阳模式示意图

其中，“由广大农民通过电子商务创业创新实现农业产业升级，并在政府的合理引导下形成农村电商生态体系，促进人与土地和谐发展”是沭阳模式的核心内容。换句话说，沭阳模式包含五个关键词：“农民大规模创业创新”、“传统农业产业转型升级”、“政府合理引导与有效作为”、“农村电商的生态建设”和“人与土地的和谐发展”。这五个方面的内容，环环相扣、层层递进、有序发展，成为一个有机整体。

沭阳模式本质上是一种“互联网+三农”县域电商发展模式。县域电商是以县域为基础单元发展电子商务，要求县级领导以县域的眼光布局电商发展路线，配置人力和财政资源，紧密结合本地实际情况，探索适合自己县域的电子商务发展模式。经过努力，沭阳县走出了一条既适合自己又值得推广的县域电商发展路子，一条充分体现互联网与农民、农业和农村三者全面融合、同步融合、深度融合的县域电商发展路子。从全国范围来看，实现“互联网+三农”快速发展的县域为数不多，沭阳模式是“互联网+三农”县域电商的典范。

2.2 沭阳模式的关键词

2.2.1 农民大规模创业创新

沭阳模式是一种“自下而上”的县域电商发展模式，其电子商务的发展起源于农民的草根创业活力和创新精神。从2001年开始的对黄页、贴吧等形式的积极尝试，再到2007年开始的使用淘宝、天猫、1688等电商平台进行线上营销，沭阳县的花木农户始终展现出敢为人先、勇于探索的创业创新精神。这种宝贵的创业创新精神，使得沭阳在互联网发展的潮流中能够占据先机、引领前沿。

以农民为主体的创新驱动型经济，容易形成创业集聚现象。表1汇报了2015年沭阳县22个淘宝村的农民参与花木及电商创业的情况，可以看到，多数淘宝村几乎所有家庭都有从事花木种植，参与网店经营的平均家庭比例在35%左右。此外，在全县4万余家电商中，其中约有80%的电商从事花卉苗木的销售，花木类目从籽种、树苗、鲜花，到干花、盆景、乔木；从花盆、肥料、铁锹，到遮阳网、洒水壶、保鲜膜。2015年，沭阳全县网店数量将近4万户，电商交易额达70亿元，快递发货量达6000万件，平均每天超15万件，1秒钟就有1.7件沭阳

的包裹发往全国各地。全县电商直接创业和带动间接就业人员总数达 15 万人，全县上下形成了浓厚热烈的创新创业氛围和生动丰富的创新创业局面。

农民的创新精神除了体现在积极拥抱互联网新经济以外，还表现在品牌创新、包装创新、产品创新等方面。在网商的努力经营下，沭阳县涌现出了“美尔挺”、“波波猴”、“翡意”、“兰可欣”等近百个“淘品牌”。由于花木对包装的要求比较高，农民在实践中不断摸索出了较为成熟的包装方法，例如“三角棱”式的纸箱包装法、垂直充气泡沫袋包装法，能够保护花木在重压的情况下依然保持完好无损。此外，网商还在产品上不断进行创新，比如花木品种的更新和开发，多肉植物的组合式营销，文创花卉等。目前，在淘宝平台上沭阳县的花木产品占据了全国 40% 的市场份额。

表 1 沭阳县淘宝村农民参与花木及电商创业情况（2015 年）

村名	东柳村	古龙村	聚贤村	冷庄社区	庙头村	巴房村	春生村	大营村
家庭总户数	528	960	998	807	870	453	943	450
花木种植户数	90	112	998	780	600	453	650	450
占总户数百分比	17.0	11.7	100.0	96.7	69.0	100.0	68.9	100.0
网店经营户数	101	103	117	105	150	450	95	270
占总户数百分比	19.1	10.7	11.7	13.0	17.2	99.3	10.1	60.0
村名	解桥村	沙河村	双荡村	维新村	堰头村	周圈村	新槐村	新河村
家庭总户数	616	1160	861	896	615	650	890	631
花木种植户数	616	1160	861	546	615	480	875	163
占总户数百分比	100.0	100.0	100.0	60.9	100.0	73.8	98.3	25.8
网店经营户数	290	350	480	360	480	420	460	480
占总户数百分比	47.1	30.2	55.7	40.2	78.0	64.6	51.7	76.1
村名	沙湾村	沙愚村	堰下村	司程圩村	虞北村	周项村		
家庭总户数	502	886	848	509	648	470		
花木种植户数	502	886	848	509	648	470		
占总户数百分比	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		
网店经营户数	200	280	450	160	160	120		
占总户数百分比	39.8	31.6	53.1	31.4	24.7	25.5		

2.2.2 传统农业产业转型升级

产业转型升级的本质在于创新，即通过创新实现产业主体获取更多价值的能力得到显著增强，产业的竞争优势得到大幅提升。发轫于农民的创业创新，辅以

政府的科学引导和有力扶持，实现经济新常态下整个花木产业集群再上一个台阶，是沭阳模式的重要亮点。新阶段，沭阳县花木产业转型升级体现在产品体系更趋完整、集群吸聚能力增强、产业链延伸、行业协会建设、区域品牌知名度提升等方面。

● **产品体系更趋完整。**在电子商务蓬勃发展之前，沭阳县的花木品种主要是大型绿植、工程苗木、园艺盆景，以批发为主，而鲜切花、多肉植物、微型盆栽花卉等家庭园艺类产品并不多见。电子商务的兴起，使得多肉植物等微型花卉涌入沭阳，沭阳花木的产品版图更趋完整，具体品种已超过 3000 种，如下图所示。此外，政府从政策、资金上给予扶持，引导技术创新，开发多肉植物盆栽嫁接桂花、“县花石榴”高接换头金叶榆等特色产品，发展设施化繁殖、容器育苗等新技术。



图 6 沭阳县花木产业经营品类的演变

● **集群吸聚能力增强。**沭阳县通过产业资源聚集了包括苏台花木产业园、花木大世界等大中型招商引资项目，并且进一步完善了沭阳国际花木城市场的盆景绿植区、花木电商区功能，形成了花木大世界、苏台花木产业示范园、耿圩多肉产业园等花卉绿植集聚基地，成为国内南花北木驯化的重要基地，全国各地供应商云集沭阳，供应网络空前强大。沭阳县还建立了苏奥电商产业园、软件产业园等互联网信息产业园区，吸引了很多外来的生产企业、电商企业和服务商。位

于县城的百盟电商产业园,是一个定位、配套与服务全面科学的物流产业集聚体,园区规划建有信息交易中心、司机旅馆、仓储中心、零担快运中心、车源中心及招商楼、总部经济楼等,并于 2012 年 11 月份正式营业,有力推动了沭阳县现代物流业快速发展,提档升级。

● **产业链延伸。**近几年,沭阳县培育发展鲜切花、多肉植物、盆栽花卉等家庭园艺类产品,沭阳花木产业链也实现了从传统的绿化苗木产业向家庭园艺类产品转型发展,并带动干花加工、纸板纸箱加工等加工产业发展。此外,沭阳县依托“中国花木之乡”、“国家级生态示范区”特色品牌,促进花木产业与旅游业有效融合,正着力打造“一带一区一镇一村”生态农业观光线路,做大做强花乡沭阳旅游文化品牌。以本地区具有产业特色和良好基础条件的部分企业、园区、特色基地为主体,串联成主线,统一规划、重点建设,形成生态农业观光旅游线,主要规划的“花乡一日游”线路是“县花木博物馆—江苏三叶园林公司大规格观花观果苗木基地—中国沭阳国际花木城—山荡原生态古栗林公园—胡家花园—周圈盆景园—普善寺—周圈休闲古栗林公园—岔流河风光带—苏北花卉—县植物园—县鲜花产业园”,为游客提供自然生态、气候宜人、风景优美、空气清新、设施优雅的休闲观光旅游景区,放松精神、陶冶情趣、锻炼身体、调节生活。



图 7 沭阳县花木产业链的延伸

● **行业协会建设。**近年来,随着花木产业的进一步发展,沭阳县的花木行业协会建设力度空前加大。目前,沭阳县已形成由沭阳县花木协会、沭阳县盆景

协会和沭阳县苗木商会所组成的苗木行业协会体系。各协会组织本着服务会员、团结协作的精神，按照国家、省、市、县花木产业发展的有关精神，积极发挥组织协调和纽带桥梁作用，为推进沭阳县花木产业的持续、快速、健康发展发挥了重要作用。花木协会成立于2014年9月12日，成立了由57人组成理事会，常务理事30人，以发挥好组织领导、信息交流和技术服务作用，引导沭阳花木业健康发展。各协会的关系，以新河镇为例，新河镇花木、苗木、干花、盆景等协会成立较早，最早的花木协会成立于2000年3月。2006年以来，各协会成员都开始从事网上销售，2013年新河电商协会成立后，原来花木等协会的人员纷纷加入电商协会，目前电商协会会员达到500多人，从事苗木、干花、盆景、鲜花、花木资材销售的人员都有，新河电商协会已成为综合性协会。

● **区域品牌知名度提升。**随着电子商务的兴起，无论是线上还是线下，“花乡沭阳”成为沭阳对外的一张金色名片，区域品牌知名度达到空前的高度。在品牌打造方面，沭阳坚持把“科技兴花”作为花木产业发展的重要内涵，坚持标准化、精品化、特色化理念，围绕产品定位精品化、生产过程精细化、包装推介精美化定位，大力发展精品苗木，发展本土特色花木品种，不断提升产业质态，提高花木产品的科技含量，实现产业效益最大化。沭阳成立县花木研究中心，鼓励苏北花卉等县内大型花木企业与南农大、南林大等省内外科研机构、高等院校建立长期协作关系，组建研发中心，积极开发、推广新品种、新技术；加快建设花木综合网络服务平台，建立健全县花木协会信息档案数据库和花木科技培训中心，加强技术、业务培训，及时发布市场动态和供求信息，进行花木新品种、新技术示范推广；引导花农有针对性种植，实现规模化、标准化种苗，培育独具特色的垄断产品和主打品种，打造特色花木品牌；每年定期举办“中国沭阳花木节”活动，打造国内花木产业展会知名品牌，进一步扩大对外交流，适时申办“江苏省园艺博览会”、“中国盆景展览会”、“中国花卉博览会”等大型活动，持续开展产业招商，吸引更多、更大的花木企业落户沭阳，促进全县产业快速发展。

2.3.3 政府合理引导与有效作为

在全面推进电商发展的过程中，沭阳县政府本着“到位不缺位、补位不越位”的原则，以民众需求为导向、充分尊重市场机制、推行精准的扶持政策，着力优

化市场环境，真正发挥服务型政府应有的价值。沭阳县政府在推进电子商务工作中打出了“氛围营造、人才培养、资金扶持、诚信建设”四套有效的“组合拳”。

● **氛围营造。**沭阳县政府高度重视网络创业的宣传工作，综合利用电视、广播、网站、电子显示屏、微信等多种渠道，向广大创业者宣传网络创业的优惠政策，积极推介分享电商创业的典型案例，通过营造良好的网络创业氛围，引导和提升大众网络创业意识和热情。2015 年，借全市“金种子”网络创业大赛之机组织更多的网店参加“金种子”网络创业比赛，各乡镇、街道通过制作横幅、墙体广告等形式努力营造创业氛围；同时，在网络创业公共服务平台中添加“学校创业”一栏，鼓励沭阳中专、经贸学院在校学生参加比赛。2016 年，沭阳县按照“紧贴实际、注重实效、全面铺开”的原则，营造全方位、多层次、广覆盖的宣传氛围，1—8 月份，全县共悬挂返乡创业宣传横幅 6000 条，发放宣传单 2 万余份；开设在线问政“局长解读创业政策”专题，全面介绍新政策，受理群众咨询；在县城繁华路段设立大屏幕滚动信息，在火车站广场以及通往各乡镇的汽车站等人员比较集中的场所设立宣传点，在乡镇主要街道设立专门咨询台，通过发宣传单、挂横幅、现场咨询等形式进行宣传；在县广播电台开设“全民创业书记谈”、“创业富民大家谈”、“创业之路”等专栏，深入直观报道创业成功者创业经历、交流创业体会、推介成功经验。

● **人才培养。**一是面向社会免费开展电子商务初始培训、提升培训和精英培训。沭阳县结合年轻人性格特点和生活习惯，开展了名为“周日下午四点见”的培训活动，每周日下午四点在位于城区核心商业区举行免费创业培训，固定时间、固定地点。2015 年累计培训 1 万余人次。二是在县内职业院校开设电子商务专业。结合县域电商发展需求，重点围绕美工、策划、运营、摄影等方面，培养专业技能人才，为电子商务发展壮大提供人才支撑。

● **资金扶持。**一是金融机构扶持。沭阳县根据电商“重流水、轻资产”的特点，在江苏省率先开发出第一款面向电商的信贷产品“淘贷”，普通电商可以享受到年销售额 10% 的免抵押信用额度。截至 2015 年，已发放贷款 493 笔，金额 9921 万元，深受广大电商创业者好评。二是社会资本扶持。由县电商协会发起成立沭阳县电商互助基金，同业人员互相融通，目前基金规模已达 4400 万元，有效提高了电商企业资金应急能力。三是政府资金扶持。县财政每年拿出 1500

万元，设立电子商务专项发展资金，用于仓储物流、创业培训、孵化基地、典型奖励等方面的补助。

● **诚信建设。**一是成立专门机构，从县公安局、市场监管局、农委等部门抽调精干人员，组成专门班子负责长期开展“规范网络交易、净化网络环境”的专项整治活动，始终保持对销售假冒伪劣商品的高压态势。二是通过网络监测和实地检查，对全县电商企业做到数量清、情况明，并充分运用企业信用信息公示系统将电商企业的信用信息在互联网上进行公示，全社会都可以上网查询了解电商企业的信用状况；同时通过实施经营异常名录管理制度和黑名单制度，对失信电商企业在网络交易平台资格复审、银行贷款、荣誉获得等方面进行限制，从而引导电商企业诚实守信，规范经营。三是与淘宝建立协作机制，达成了“交易信息定期通报、交易纠纷协同处理、信用评定互相认可、优质商户政府背书”的四项共识。截至 2015 年 3 月底，全县已受理淘宝移交纠纷 342 件，涉及金额 64.31 万元，处理完结率达 100%，得到买卖双方的一致好评。四是县政府设立 1000 万元的网络交易诚信专项资金，专门用于交易纠纷的先赔付，以提高处理效率，提升买家体验，该项资金的额度将视情增加，上不封顶。

当然，沭阳县政府的引导与扶持还不止这些，在电商发展的过程中，沭阳县政府全面了解需求，并有效解决各类经营主体所遇到的各种痛点和问题（见表 2）。

表 2 沭阳电商发展痛点以及政府的应对策略

电商痛点	具体表现	应对策略
产品供应问题	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 本地在多肉等品类的培植力度上还比较有限 ➢ 产品同质化竞争 ➢ 产品质量需要不断提升 ➢ 产品开发创新仍不足 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 形成沭阳花木大世界、新河颜集苗木淘宝市场、家庭园艺市场、新河沃彩互联网园艺基地、庙头花卉苗木市场、周圈盆景市场、解桥花木资材专业市场等县镇村三级专业供货市场体系
创业孵化问题	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 部分新进网商在创业前期需要培育和服务 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 打造沭阳县网络创业孵化基地 ■ 建立乡镇电子商务公共服务中心
组织协作问题	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 网商组织化程度低，互为竞争，缺乏合作 ➢ 行业自律意识和区域集体荣誉感不足 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 组织成立沭阳县电子商务协会，与沭阳县花木协会、沭阳县盆景协会和沭阳县苗木商会组成全新的行业协会体系
物流快递问题	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 物流快递网点分布于街道两侧，场地空间有限，且容易造成交通堵塞 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 建立新河物流快递园区

续表 2

电商痛点	具体表现	应对策略
人才不足问题	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 激烈竞争使得网店经营的难度和压力加大，网商需要提升自我，同时诉求专业化服务 ➤ 开展电商服务的本地专业人才稀缺 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 苏澳电商产业园和软件产业园吸引电商服务企业入驻 ■ 面向社会免费开展电子商务初始培训、提升培训和精英培训 ■ 在县内职业院校开设电子商务专业
资金需求问题	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 随着电商企业经营规模扩大，网商有资金借贷或周转应急的需求 ➤ 政府扶持电商发展需要有财政资金的配套支持 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 开发出面向电商的信贷产品“淘贷” ■ 县电商协会发起成立沭阳县电商互助基金 ■ 设立电子商务专项发展资金
诚信建设问题	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 个别网商销售假种苗 ➤ 消费者各种投诉 ➤ 负面的评论和报道 ➤ 沭阳整体名声受损 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 成立专门机构，开展专项整治活动 ■ 全面摸排情况，规范经营主体 ■ 与淘宝建立协作机制 ■ 设立 1000 万网络交易诚信专项资金

2.2.4 农村电商的生态体系建设

农村电商的可持续发展需要建基于一个健康的电商生态体系之上。所谓健康的电商生态，是指一个由网商、供应商、服务商、电子商务协会、公共服务体系及社会环境（包括市场、政策、人文等环境要素）共同构成的共生进化系统，具有开放、有序、规范的特点，以及自我强化的能力。沭阳模式的另一重要特点是在政府合理引导下成功构建起一个相对完善的农村电商生态体系，使农村电商的发展具有较强的可持续性。除了政府打出的四套组合拳之外，沭阳县农村电商的生态建设工作主要体现在线上线下载体建设、硬件和软件的整合推进上。

● **专业的供货市场。**沭阳县形成沭阳花木大世界，新河颜集苗木淘宝市场、家庭园艺市场、新河沃彩互联网园艺基地、庙头花卉苗木市场、周圈盆景市场、解桥花木资材专业市场等县镇村三级专业供货市场体系。这些专业供货市场一般处于网商聚集和交通方便的地区，为本镇及周边乡镇网店供货。问卷调查结果显示，当地网商中只有 7.5% 的电商户属于完全的自产自销，30.0% 电商户的产品完全来源于外部，62.5% 电商户的产品部分自产，部分从外部收购，平均收购比例达到 47.5%。

以新河镇为例，新河镇家庭园艺市场位于江苏省首批电子商务示范村——新槐村，是本县家庭园艺产品销售核心区和主要集散地。该市场依托本地 5000 多家网店的优势资源，全面对接网店、提供货源，新拓展订单采购、送货上门等业务，不仅满足全镇网店的线下供货需求，同时为周边的颜集、庙头、扎下、韩山、龙庙等乡镇的 3000 多家网店提供销售货源。市场占地近 240 多亩，建设配套设施齐全的钢结构温室大棚 150 多个，分盆栽绿植、园艺工具、花木资材等区域，主要经营花卉种球、盆栽绿植、景观盆景、果树苗木、园艺工具等花卉苗木及附属产品，年销售额亿元以上，带动从业 1200 多人。

周圈盆景市场位于宿迁地区花木发源地——新河镇周圈村，是苏北地区最早的生态花卉苗木盆景市场之一。前身为盆景长廊，始建于 1994 年，2004 年扩建为占地 350 余亩的生态花卉苗木盆景市场，分盆景交易区、苗木交易区和服务功能配套区，现有盆景加工、经营户 260 余户，盆景园艺师近 300 人，盆景销售经纪人 360 余人，可培育、制作各类苗木盆景 600 余种，年总销售额 5000 万元，带动从业 800 余人。2004 年 5 月 2 日，时任中共中央总书记胡锦涛亲临周圈盆景市场视察。

新河镇沃彩互联网园艺基地，是 2015 年底沙河村党支部引进浙江国美园艺有限公司所投资建设的园艺基地。项目规划占地 300 亩，总投资概算 3000 万元。一期项目 2016 年 4 月底建成使用，占地 100 亩，含 32000 平方米高标准现代化温室、12 米宽循环通道、5 个停车场、1 个卸货场等项目，设园艺综合超市、高档盆花、繁殖材料冷藏、绿植盆栽、果树苗木、配套园艺资材、大宗物资分拨、优质园艺电商孵化、优新园艺产品展示等多个功能分区。县入驻优质园艺产品供应商 100 家，预计年总销售额 2 亿元以上，带动从业 2000 人以上。

● **物流快递园区。**作为沭阳最大的淘宝镇，新河镇于 2015 年 8 月根据规划，对新河镇区街道进行综合改造，原快递公司一条街在改造范围内。为了妥善安置快递公司，方便网店货物流通，决定新建一个快递园。经多方选址，综合考虑交通、地块等问题，最终确定在原新河花木公司处新建快递园。由新河镇花木协会党支部和大营村党支部联合建设，总投资 500 万元，占地 11000 平方米，建筑面积 7500 平方米。项目工程分为三期，目前一期工程已完工，吸引了全镇主要快递公司集中入驻，实行统一管理，解决交通拥堵、环境卫生等问题。至今已有

12家快递企业入驻，包括韵达、圆通和申通等，2015年陆续上马了自动化、标准化包裹分装大型设备，大大提高了包裹处理速度和承接量，节省了单位劳工量和成本，不少快递企业为提升运营效率和绩效，进一步让利于当地农民网商，进一步降低了物流快递成本。据相关人员介绍，快递街年送货量1000万件以上，占全镇年总送货总量的50%以上，高峰期日送件量甚至能达到10万件以上。二期工程将不断完善快递物流园区的配套，吸纳更多的物流快递企业入驻，进一步完善园区文化建设、企业员工生活配套、企业综合服务等方面。

● **苏奥电商产业园。**苏奥电商产业园位于沭阳县松江路，占地面积约255亩，总投资8亿元，总建筑面积32万平方米。苏奥电商产业园是一个集花卉苗木、图书、服装、化妆品、包装、餐饮O2O平台及电商融资平台等综合性的电商产业园区，其中入驻年营业额超亿元的大型绿化苗木公司、服装企业、化妆品等共4家，电商交易总额超过20亿元，并且将吸引更多沭阳当地和外来的大型网商以及电商服务企业入驻，形成集聚效应。

● **软件产业园。**随着国内外软件和服务外包产业发展，沭阳县抓住发展机遇，于2008年8月挂牌成立沭阳软件产业园，这在当时是全省首个县级软件产业园，发展至今，其建筑规模已从2008年底的1.5万平方米增加到9.6万平方米，入驻企业从开始的38家增加到254余家，企业税收从450万元增加到2015年的5975.4万元，产业发展规模不断扩大。目前已形成涵盖软件开发、电子商务、动漫设计及软件培训等功能的综合性产业园，拥有各类技术性人才1300多人。园区配套出台优惠政策及优越的办公环境，吸引了一批知名行业企业和电商服务企业的入驻，产业聚集优势和规模效应不断显现，已成为苏北地区软件产业研发、孵化、出口和人才培育重要园区。

● **网络创业孵化基地。**以“互联网+”为突破口，携手蓝天国际商贸城、移动公司、电信公司全力打造沭阳县网络创业孵化基地。这个孵化基地将蓝天国际商贸城闲置的4万平米、近700个办公用房充分利用起来，让电商企业免费入驻，并采取类免费安装宽带、免费政策咨询、免费创业指导、物管费减半收取等优惠政策，为创业者提供组团式、一站式、专业式服务，全力打造条件最好、政策最优、服务最佳、效率最高的网络创业环境，切实帮助创业者解决创业初期的各种难题，为电商发展打开“绿色通道”。目前孵化基地已入驻电商企业320家，其

中天猫店 87 家，皇冠级别店铺 106 家，淘宝 C 级小店 127 家，带动就业 3000 余人，逐渐形成了集中、集聚、集群发展的良好态势。2015 年 1—6 月份孵化基地网络创业销售额已破 5 亿元，预计全年销售额将达 10 亿元。

● **电子商务公共服务中心。**沭阳县在每个乡镇都建立了电子商务公共服务中心，会议室、培训室、摄影室、体验中心一应俱全，为电商农户提供技术培训、网店优化、信息咨询、金融服务等多种服务。例如庙头镇电子商务服务中心，于 2015 年 10 月建成投入运营，办公面积 150 平方米，拥有专职工作人员 2 名，兼职服务人员 9 名，自成立以来，先后 3 次为 130 余名有创业意向的群众进行了业务培训，为 7 个网店进行了页面优化，对 11 家新店开业提供了技术扶持。再如颜集镇电子商务服务中心，由颜集镇人民政府与颜集供销社联合设立，实用面积约 600 平方米，目前已有 5 名专职服务人员，自建成至今已开展高级培训 4 期，初级培训 6 期，共培训 350 余人次。协助办理网络创业贷款 3000 余万元，惠及网店 300 家。

● **电子商务协会。**为推动电子商务产业发展，沭阳县于 2013 年 12 月成立沭阳县电子商务协会。该协会充分发挥行业协会与政府之间桥梁纽带作用，将电子商务从业人员的发展需求及时反映到政府相关部门，宣传相关政策法规文件，制定行业规范，加强行业监管，为县政府推动电子商务产业发展提供帮助。电商协会不定期召开电商沙龙，加强电商群体之间信息交流，实现资源共享，提高电商群体应对市场的敏感性；开展电商技能培训，邀请行业大咖分享成功经验和教训，邀请讲师开展技能培训，提高从业人员创业成功率。沭阳县电子商务协会还在重点行业 and 重点乡镇成立了分会。

● **网络创业者协会。**沭阳县以“网络创业”工作为主要抓手，于 2014 年 5 月份成立沭阳县网络创业者协会，与电子商务协会合署办公，致力于扶持和推动全县电商产业发展。各乡镇也陆续成立了网络创业协会，以党委、政府为领导，通过多层面组织引导网络创业工作者活动，积极组织创业者培训，与此同时带领网络创业工作者到其他地方学习，交流创业过程中遇到的难题，借鉴别人的工作经验，使创业者掌握创业知识，提高个人素质，帮助他们登上创业舞台，用梦想开拓未来。

● **花乡创业网。**为解决初期创业者“选择商品茫然、压货资金紧缺、议价

能力较低”等困难，沭阳县搭建了网络创业公共服务平台——花乡创业网，为创业者提供 35 大类、近万款单品，创业者免费注册成为会员后，即可加入平台分销，只需开店接单，压货资金、物流配送、售后服务等工作均由平台完成，基本上是“零门槛、零库存、零风险”，极大降低了广大群众的创业门槛和创业风险，目前已发展会员 2200 余人。同时，花乡创业网还展示创业大赛、创业政策、创业培训等有用信息，引进理论知识扎实的学者和经验丰富的电商为创业导师，利用“互动交流”板块为创业者提供帮助。



图 8 沭阳县农村电商生态体系建设

2.2.5 人与土地的和谐发展

农民与土地的关系是一个永恒的话题。长期以来，中国农村人多地少的现实，使得土地的承载力十分有限，大量农药化肥的使用也改变不了农户农业收入水平不高的命运，并且造成农村环境污染，与此同时，许多农民不得不选择背井离乡，出外谋生。沭阳模式展示了一种新型的人地关系，即在农村地区实现人与土地的和谐发展。首先，土地和空间被充分利用。在沭阳的淘宝村中，耕地资源被充

分利用起来，没有任何土地撂荒的现象，不仅如此，花木农户还普遍向周边乡镇租赁土地，扩大种植面积。电子商务的兴起，使得农村可用于充当仓储的空间、闲置的旧房、对外出租的房屋也都被更加充分地利用起来。**其二，有限土地前提下不断增加农民的收入。**沭阳县改变了以往紧张的人地关系，在同样的地域空间里，通过电商的发展，更加充分利用了土地，实现农民增收。从表 3 可以看到，沭阳县花木种植的亩均产值从 2011 年的 7670.6 元增长到 2015 年的 10154.9 元，人均纯收入与花木种植面积的比值从 2011 年的 22060.2 元增长到 2015 年的 24379.3 元。**其三，有限土地前提下解决农村人口的本地就业问题。**淘宝村的产业链条中，从种植到销售，从客服到采购，从包装到物流，较低的就业门槛极大地消化了农村劳动力，带动农民就业人数约 10 万人。2013—2015 年，沭阳县约有 5.5 万人返乡就业创业；2014 年，全县新增个体工商户 28983 户、私营企业 6680 户，实现城镇失业人员再就业 0.73 万人，新增就业人员 1.34 万人，沭阳县获评为省级“创业型城市”。**其四，实现农村绿色发展，保证良好的宜居环境。**沭阳花木产业本身属于绿色环保产业，且给予人们观赏上的美感、心灵上的愉悦和文化上的熏陶，对接互联网经济以后，绿色发展的价值和优势得到进一步强化，加上政府在卫生创建、污水整治、生活垃圾处理等方面的努力，沭阳县成功创建省级园林城市，沭阳农村呈现出“环境优美宜人、人民安居乐业”的崭新面貌，农民的满意度不断增加。

表 3 沭阳县花木产业的土地产出能力

年份	2011	2012	2013	2014	2015
花木总产值/花木种植面积 (元/亩)	7670.6	8577.2	9792.7	10105.0	10154.9
人均纯收入/花木种植面积 (元/亩)	22060.2	23661.7	24094.5	24165.4	24379.3

2.3 沭阳模式与其他县域电商模式的比较

为进一步加强对于沭阳模式的认识，不妨将沭阳模式与其他典型县域电商模式之间作一个简单的比较（见表 4）。

从所在区域的经济发展水平来看，通榆、武功和遂昌均属于欠发达地区的县

域经济体，沭阳属于中等发达地区的县份，义乌位于较为发达的浙中地区。沭阳县所在的苏北地区在江苏境内是经济相对落后的区域，在全国范围内属于中上等的水平。2015 年，沭阳县的城镇居民人均可支配收入和农村居民人均纯收入分别是 22097 元和 13011 元，略微比全国平均水平的 21966 元和 11422 元高一些。因此，单从经济发展整体水平的角度讲，相比于其他县域电商模式，**沭阳模式对于中西部地区发达县域和东部地区中等水平县域发展电子商务，更具重要的借鉴意义。**

从电商得以发展的产业基础来看，沭阳是基于原有的花木产业集群而发展电子商务的；通榆和遂昌得益于其自然生态下所孕育的绿色健康农产品和土特产；武功电商的发展得益于其独特的地理区位优势，即地处关中平原腹地，是西北地区重要的交通枢纽和商品集散中心；义乌是全球最大的小商品市场，发达的商贸体系成就了义乌县域电商的发展。农业产业集群是现代农业发展的一种新趋势，是农业产业化、规模化和现代化发展的一种高级形式，20 世纪 90 年代后期以来，中国农业产业集群发展迅速，出现了一批在国内外有影响的农业产业集群；然而，经济新常态背景下，中国农业产业集群同样面临转型升级的问题。相比于其他县域电商模式，**沭阳模式更能够直接为拥有农业产业集群的地区发展电子商务提供经验参考。**

从主营产品在产品特性来看，沭阳的主营产品是花卉苗木类，属于活体农产品；通榆的主营产品包括杂粮、杂豆、大米、葵花等品类，属于干货农产品；武功的主营产品包括红枣、杂粮、茶叶、干果等品类，多数属于干货农产品；遂昌的主营产品包括牛肉、猪肉、土鸡蛋等品类，多数属于干货农产品；义乌的主营产品是各类工业小商品，也属于干货特性的产品。相比于干货类农产品，活体类或生鲜类农产品的电子商务发展难度更大。但是，从整个中国电子商务的发展趋势来看，鲜活农产品电子商务的发展潜力和发展需求巨大。从当前的发展阶段看，**沭阳模式走在了中国鲜活农产品县域电商的前头，引领着该领域的发展潮流，能够为更多地区发展鲜活农产品县域电商提供示范。**

从电商发展的核心主体来看，沭阳模式属于“网商+政府”，即由网商草根创新创业开启电商发展之路，并始终保持主导地位，政府积极引导和有效扶持，通过多种措施促进产业集群升级，构建起健康的电商生态体系，促进电商持续发

展；通榆模式属于“政府+运营商”，即由政府特地引进一家专业的运营商，由该运营商一方面对接合作社和农户，策划实现生产标准化、产品分检化、包装精美化以及运营品牌化，另一方面在天猫上经营特产专卖店，将本地农产品销售出去，政府另一方面做好背书工作，成立骨干队伍，用行政力量为电商发展建立“绿色通道”；武功模式属于“政府+综合体”，即由政府精心策划，通过招商引资的形式把外部的电商企业、服务商、快递公司等主体吸引到武功县，构建起以综合型产业园区为载体的电商生态体系；遂昌模式属于“政府+网店协会”，即由政府采用购买服务的形式建立起完善的公共服务体系，积极支持成立网店协会和遂网公司，成功建立起农产品分销平台，上游对接本地农产品生产企业（包括农户、合作社和企业），下游对接淘宝卖家，让这些卖家帮助销售本地农产品；义乌模式则是以网商为单一核心的发展模式，作为电子商务主体的、主要以家庭为经营单位的网商，经历了在第三方电子商务平台上自发产生、简单复制、快速扩张和以自组织为主形成多物种共生的新产业生态。相比之下，沭阳模式更加体现“政府之手”与“市场之手”的有效结合，为如何充分调动县域内的各类组织和经营主体，各司其职，高效互动，共建电商生态体系提供了可行性样本。

按照电商发展的初始力量来源，县域电商的发展路径可分为“自上而下”和“自下而上”两种类型。沭阳模式和义乌模式属于“自下而上”的发展路径，通榆模式、武功模式和遂昌模式属于“自上而下”的发展路径。

表 4 典型县域电商模式之间的比较

项目	沭阳模式	通榆模式	武功模式	遂昌模式	义乌模式
区域经济水平	中等发达地区	欠发达地区	欠发达地区	欠发达地区	发达地区
发展基础	产业集群	自然生态	地理区位	自然生态	商贸体系
主营产品特性	活体	干货	干货为主	干货为主	干货
核心主体	网商+政府	政府+运营商	政府+综合体	政府+网店协会	网商
发展路径	自下而上	自上而下	自上而下	自上而下	自下而上

2.4 沭阳模式的意义

2.4.1 为农村一二三产业融合发展树立标杆

当前，产业融合已经成为农业产业发展的新趋势。所谓产业融合，是基于技术创新或制度创新形成的产业边界模糊化和产业发展一体化现象。它通过产业渗透、产业交叉和产业重组等，激发产业链、价值链的分解、重构和功能升级，引发产业功能、形态、组织方式和商业模式的重大变化。

随着互联网的飞速发展，大家都讲“互联网+”，“互联网+金融”、“互联网+物流”、“互联网+农业”，而实际上，农业发展也需要“农业+”，如“农业+旅游”、“农业+文化”、“农业+休闲”、“农业+互联网”等。未来整个农业的发展需要与二三产业融合。农业与加工业、服务业等产业进行融合，才能更具竞争力；农业加上互联网，才能更具活力；农业必须跳出传统种植业、养殖业的范畴，向其他关联领域延伸与拓展，才能拥有更为广阔的发展空间。所以，未来农业的发展将是“接二连三”、多功能的，“农业+”将成为未来农业发展的关键词。

目前，中国农村一二三产业融合发展总体上处于初级阶段，覆盖领域小，融合深度不足，惠及面有限，而沭阳模式为中国农村一二三产业融合发展提供了一个有效的示范。沭阳县开辟的是一条农业产业集群升级型的农村产业融合发展道路，具体来讲，沭阳模式实现以农业产业集群或产业区为依托，形成花木种植产业、资材配套产业、干花加工产业、现代物流产业、金融服务产业、电子商务产业、软件信息产业、休闲旅游业等多个产业空间叠合、集聚集群和网络发展的形态，既包括不同产业不同经营主体的集聚，也包括同一产业不同经营主体的集聚，还包括同一经营主体内部不同产业的融合。线下部分从花木的育种组培到栽植管护，从市场批发到物流配送，线上部分从店铺装修到摄影美工，从客服推广到运营策划，实现了线下和线上、虚拟和实体、主体和配套的高度融合。这些相关产业相互融合，高度联动，互相促进，共同发展，成为一个产业群的综合体，对内能够保持可持续发展的活力和功能联动升级，对外可以形成巨大的吸聚能力和竞争优势。

沭阳模式对于促进农村产业融合发展的借鉴价值在于，农村产业融合发展

主要还得依托农业，立足农村，惠及农民，重点在县和县以下，关键在营造良好的支撑环境，构建完善的服务体系，激发农民的创业热情和创新精神，让农民广泛参与产业融合的发展，分享产业融合的红利。

2.4.2 为凸显农村电商生态建设的价值树立典范

成功建立起一个相对完善的农村电商生态体系，使农村电商的发展具有较强的可持续性，是沭阳模式的一个重要特点。沭阳模式凸显了互联网经济发展背景下构建健康电商生态体系对于促进农村经济发展的巨大价值。首先，健康电商生态体系的构建使农村就业、创业和创新的基础更加扎实。在沭阳，整个电商生态体系的完善，让各种经历和背景的从业者都能够找到自己的位置。农户们既可以自己经营淘宝店，又可以进入到企业里面负责运营或者仓库发货等工作，也可以成为物流公司的快递员工；返乡的大学生可以成为各类农村电子商务服务站的服务人员，也可以自行经营店铺或成立电商服务企业。与电商生态体系相配套的来自于政府各部门、相关合作院校、服务商的各类培训综合提升了农村人口的互联网意识和专业能力，使得创业和创新的民间力量源源不断地涌现。其次，健康电商生态体系的构建使电商产业及其线下依托产业保持发展活力。在沭阳，随着电商生态体系的完善，农村电子商务的可持续发展能力不断提升，花木产业的竞争实力也达到空前高度。面对全国其他地区的同行业竞争，健康的电商生态体系使沭阳县牢牢把握住主动权，积极保持电商发展的先动优势，不断创新，进一步巩固花木产业电商化发展的领头羊地位。最后，健康电商生态体系的构建使农村经济发展所需的要素健全化和优质化。农村经济的发展无疑需要人才、资本、土地、组织等要素的支撑。电商生态体系的完善，本身就是一个经济要素不断供给和升级的过程，而且，电商生态体系构建以后，既能进一步降低各方面的成本和大众创业门槛，又能形成漩涡效应，吸引大量的优质外部资源，包括金融、科技、人才等，甚至还能使电子商务具备良好的跨产业发展潜力，即线上销售的产品突破本地的花木品类，不断向其他类型的产品链渗透和延长。

2.4.3 为促进城镇化与新农村建设树立样板

城镇化是现代化的必由之路，是保持经济持续健康发展的强大引擎，也是经

济转型升级的重要载体和途径。新型城镇化的实质和核心是人的城镇化,是经济、社会、人口、生态发展的综合体。新型城镇化要求城镇化和新农村建设“双轮驱动”,形成城乡一体、良性互动的协同发展趋势。沭阳模式为新阶段如何更好地促进城镇化与新农村建设树立了样板。沭阳模式所代表的“互联网+三农”县域电商发展所推动的城镇化发展和新农村建设充分体现以人为本,以农民为主体的包容性发展,这是互联网经济背景下一种“乡村现代化”、“就地城镇化”、“在线城乡一体化”的新模式,既实现了农业、农村和农民的现代化发展以及城镇化水平的提高,又维持农村地区自身的独特性、历史性和人文性。

首先,“互联网+村庄”以农民自觉学习和运用网络电商、信息科技、物流仓储等技术,在同一阶段同时推进经济现代化与生活现代化的双重转型,从产业层面、生活层面、地域生产力层面,实践乡村现代化的新路径。其次,“互联网+乡镇”使乡镇产业从单一简单的农业转变成为跨产业综合发展的电子商务集群,使乡镇样态从传统的生产生活方式与文化习俗转变成为兼容现代化要求的新市民生活,使乡镇地位从被边缘化的城镇附属转变成为集聚人才、资金、信息的区域新核心。最后,“互联网+县域”在实现城乡供应链整合以及县城电商与农村电商协同发展的过程中,无论是城镇还是乡村,大量居民使用互联网进入市场,构建社交网络,获取信息;城镇和乡村俨然成为一个城乡网络,作为各流动要素的节点及其相互之间的联系一起纳入到区域的产业链条和生活体系之中,实现了“在线城乡一体化”。

2.4.4 为农村人口与土地的和谐发展提供借鉴

长期以来,由于农村人口众多,耕地资源有限,人均耕地少,人地关系紧张,我国绝大部分农村并不具备快速实现农业现代化、工业化、城市化的条件。不管是解决脱贫消贫问题,还是应对“谁来种田”的问题,都必须立足现状,解决一个根本性问题,那就是如何让农产品能够直接对接消费者,找到合理价格,提高经济效益,使土地更具吸引力。这就需要找到一把让庄稼汉能够熟练使用、让农产品能够与大市场高效对接的钥匙。而沭阳这种“主体是庄稼汉、资源是庄稼地、商品是农产品、钥匙是淘宝店”的模式,就较好地解决了这一问题。农民的纯收入从2010年到2015年增长了184%,农民普遍富裕了起来。有了人,便有了

生气、有了活力。在淘宝村里，几乎没有“留守儿童、空巢老人”等中国多数农村普遍存在的问题，不仅很少发生治安案件，就连各种信访问题都很少，3个淘宝镇是多年的文明乡镇。做“淘宝”不仅让大家“有事做、有钱赚、有奔头”，同时也让“家庭更和睦、农民更安心、农村更安宁”。沭阳县通过电子商务的发展带动农村人口本地就业从2003年的5000人，提升到2015年的10000人，直接创业和带动就业人员总数达150000人。

农村人口与土地和谐发展的另外一个重要体现是实现农村绿色发展，即将生态文明理念融入农村经济发展之中，既要金山银山，也要绿水青山。沭阳所大力发展的苗木产业和电商产业均属于绿色经济，既实现了财富增长，又拥有宜居的美丽乡村环境。沭阳的实践启示，新常态下，“互联网+特色农业”是实现农村经济绿色增长，生态文明与经济效益双收，达成“农民富、农业强、农村美”的有效发展模式。



图9 沭阳县电商产业发展缓解“三农”问题

3 沭阳模式形成的关键要素

3.1 良好的基础设施

沭阳县交通运输、网络通讯、快递物流等支撑电商发展的基础设施比较完善。

沭阳地处江苏北部，东部接壤连云港，南部毗邻淮安市，西部倚靠宿迁，北接徐州，是四市的结合部。距淮安涟水机场 45 分钟车程，距连云港白塔埠机场 50 分钟车程，距徐州观音国际机场 1.5 小时，南京禄口国际机场在沭阳设候机楼——全省唯一县级城市候机楼。京沪高速公路穿境而过，设有 5 个互通出入口（潼阳扎下、沭阳北、沭阳、钱集胡集），205 国道和 324、326、245 省道穿境而过。新长铁路在沭阳设有客运和货运站，穿越腹地直接联入陇海铁路、胶新铁路、宿淮铁路、宁启铁路。沭阳四通八达的交通布局，为区域物流的发展奠定基础。

沭阳加快推进 4G 网络建设工程，截至 2015 年底，完成 80 个行政村光纤到户工程，新增 4 万宽带用户，实施无限数字地地面传输覆盖工程，新增农村数字电视用户 1 万户以上。建立“一网两库一平台”（“诚信沭阳”网站、企业信用基础数据库、个人信用基础数据库和信用信息平台），全面推进信用体系建设，已归集数据 488 项，入库数据 1820 万条。

沭阳县的快递行业经历了从无到有、从小到大、从赤贫到巨无霸的发展历程。2007 年以前，快递网店只覆盖县城，平均日派件量、日发件量均少于 10 件；2007—2010 年，快递网点逐步铺开至各重点乡镇，平均日派件量达到 1000—3000 件，平均日发件量达到 500—2000 件，以圆通快递、快捷快递、顺丰速运为代表的快递企业的业务量开始步入稳定增长的发展期；2010—2015 年，各大电商平台异军突起，沭阳快递飞速发展，以韵达快递、全一快递、速尔快递、天天快递等为代表的企业迅速扩张，快递网点逐步实现全覆盖，平均日派件量达到 1 万—5 万件，平均日发件量 3 万—10 万件；2015 年至今，沭阳实现快递网点全覆盖，平均日派件量 5 万—10 万件，平均日发件量 25 万—100 万件（见图 10）。沭阳的快递发展史，就是浓缩的沭阳电商发展史。据统计，平均每秒钟就有 1.7 件快递从沭阳发往全国各地。



图 10 沭阳县快递业发展情况

3.2 扎实的产业资源

沭阳县主导产业加速聚集，以绿色产业为中心，发展纺织服装业、图书文化产业均取得令人瞩目的成绩。

沭阳花木种植历史悠久，至今已有 400 多年，花木生产有 200 多年的历史。花木种植面积 47 万亩，花木品种 3000 多个，20 万人从事花木种植工作，形成以新河、颜集、耿圩等地为主的名优花木繁育基地。拥有绿化工程类企业 300 余家，其中拥有国家一级资质企业三家，当地规模最大的花木企业为苏北花卉股份有限公司。沭阳国际花木城是苏北大型花木市场，于 2013 年 10 月 10 日正式开业，并拥有电子商务平台——“南北花木网”。

除了传统的花卉苗木产业外，沭阳还有其他一些支柱型产业。该地的纺织服装业发展始于 20 世纪 50 年代，截至 2012 年全县纺织服装产业基地共有规模户 60 户，有 100 多只产品或省以上新产品称号，其中“宝娜斯”袜业产品为中国驰名商标。2015 年沭阳迈入“百亿级产业俱乐部”，实现工业销售收入 63.11 亿元，成为全省发展最快的纺织服装产业集群，总量稳居苏北县（市）前列。

此外，图书文化产业是沭阳四大支柱产业之一。沭阳图书集散地始于上世纪

90年代初的出版社库存图书推销，1994年在县城形成以图书贸易为特色的文化一条街，其上端与国内260多家出版社建立推销业务关系，下端最兴盛时图书推销员达10万人之最，养活了当地约35万农业人口。随着传统市场受挫，电商市场兴起之际，实体书店家家触网“做淘宝”。据不完全统计，沭阳图书电子商务的销售占全国图书网络销售的20%以上，占江苏省图书网络销售的80%。

3.3 活跃的经营主体

回顾沭阳电商发展的三个阶段，我们发现沭阳的电子商务起源于民间，以全民草根创业为主，在市场需求和形势的推动下，凭借着良好的产业基础和配套设施，各类家庭作坊、个体网商纷纷触网，走出一条“自下而上”的电子商务发展之路。沭阳电子商务经营主体可分为三大类：

第一类是以新河镇、颜集镇、庙头镇为核心，凭借花木产业自发形成的“家庭式电商小作坊”。早在2001年左右，互联网还没有被广泛进行商业应用之时，沭阳县新河镇的一些农民就开始利用贴吧、论坛在网上推销自家庄稼的花卉苗木。在农村熟人社会的孕育下，在农村电商带头人的影响下，网商的“星星之火”，早已形成“燎原之势”。在淘宝网、阿里巴巴、京东等平台，不断涌出沭阳网商开设的花卉苗木类网店。这些网店基本都是以“家庭式作坊”的模式运行，父辈管理田地，保障花木产品的质量、数量，子辈管理网店，负责拍摄、产品上新、顾客管理、营销等一系列工作，两代人各司其职，分工明确。

第二类是凭借图书文化产业发展形成的“夫妻店电商小作坊”。随着市场的扩容，竞争的加剧，图书销售价格的透明化，当地的图书产业在传统道路上发展日渐式微。在电子商务发展的大背景下，沭阳人利用图书批发市场结合仓储配送等方面的优势，在线下开设实体书店的商家纷纷在网上开店售书，带动上百人触网从事电商。以夫妻为单位，妻子负责网上客服，丈夫负责网店经营的技术性问题。目前在沭阳，已形成完整的图书产业链，在原有的图书市场基础上，建设“沭阳国际图书城”，形成国内较大的图书市场。图书类电商达到1000户以上，销售额超过20亿。据保守估算，沭阳整个图书市场一天的快件发货量超过5万单。

第三类是“企业化电商”。沭阳有一批凭借“美腿袜”风潮发展起来的电商，凭借进入电商平台早，获得得一定的资积累金后开始转型，注册企业、商标，开

设线下门店，从“线上”做到“线下”，把企业做强做大。目前有些企业年销售额已经上亿。

不同类型不同阶段的网商发展层次鲜明，既有传统企业转型，又有网络原创品牌的中坚力量，也有民间个体网商源源不断进入电子商务市场，每个层级之间随着电子商务运营和资源整合能力的提升，逐步进阶。

3.4 精准的政策措施

沭阳县政府本着“到位不缺位、补位不越位”的原则，以“需求导向、市场机制、精准扶持、优化环境”为思路，针对“入门之前缺引导、起步阶段缺培训、发展阶段缺资金、升级阶段缺人才”的创业痛点，开展“创业引导、人才培养、资金扶持、载体建设、优化环境”等一系列工作，为沭阳电子商务的发展提供尽可能优越的政策环境。

主要的行动方案包括以下几个方面：

一是营造电商氛围，加强创业引导。沭阳县通过多媒体渠道进行电商创业相关信息的传播、开展各类鼓励创业的会议和活动；宣传电商创业的优势，塑造典型，厚植电商发展的土壤。

二是创新服务理念，加强人才培养。政府购买服务，针对不同层次的电商人才分别进行初始培训、提升培训、精英培训；定时开展讨论活动“周四下午四点见”，给网商创造一个充分交流、讨论的机会；并且通过政企合作，整合县域内的资源，鼓励当地龙头企业给网商提供服务；在江苏省沭阳中等专业学校、沭阳经贸高等职业技术学校等职业院校开设电子商务专业，培养相关人才。

三是运用市场机制，加大资金扶持。江苏银行开设淘贷，江苏省首创网商信贷，网商可以凭流水，实现免抵押、低利率贷款，已发放 9921 万元；成立电商互助基金，获得社会资本扶持 4400 万元；政府出台红头文件，自 2014 年起，县财政按不低于 1500 万元人民币标准安排网络创业风险扶持资金，扶持网络创业项目、网络创业培训、网络创业园、网络创业孵化中心建设补助、网络创业贷款风险补偿及贴息、网络创业先进典型奖励等。

四是运用互联网思维，加强载体建设。加强建设线下载体方面，沭阳建设了 4 万平米的沭阳淘创基地、20 万平米的苏奥电商产业园、2 万平米的沭阳软件产

业园以及乡镇电子商务公共服务中心，实现 40 个乡镇全覆盖；全县免费、低价提供 7 万平米办公场所、4 万平米仓储用房。充分建设线上载体方面，沭阳建设了花乡创业网，共 35 个类目，近万件单品，解决选择商品茫然、压货资金紧缺、议价能力较低等问题，花乡创业网给创业者提供货源，物流配送，售后服务，创业者通过注册会员，选择商品，参与分销，实现零门槛、零库存、零风险，目前网站已有会员 2200 余人。

五是通过规范管理，优化发展环境。实现交易信息定期通报，交易纠纷协同处理，信用评定互相认可，优质商户政府背书。开展打击扰乱花卉苗木市场经营秩序等行动；处理 342 件移交纠纷事件，涉及金额 64.31 万元，达到 100% 完结率；设置花木交易诚信专项资金，买家购买到假货，可先行获得赔付，政府核实后，处理卖家；加强行业自律，通过沭阳县电子商务协会以及沭阳县网络创业者协会等加强管理和监督，走出一条可持续发展的道路。

表 5 沭阳县出台的电商有关政策文件

时间	文件	内容
2016.03.17	《沭阳县电子商务进农村综合示范资金管理办法》	农村电商、资金
2016.01.21	《县政府关于支持农民工等人员返乡创业的实施意见》	人才、氛围
2015.12.30	县政府办公室关于进一步完善全民创业风险扶持资金管理办法的通知	资金
2015.12.15	县政府办公室关于印发沭阳县青年人才务农创业资助券工作实施方案的通知	人才、资金
2015.11.05	《电子商务进农村综合示范资金管理办法》	资金、农村电商
2015.08.07	县政府办公室关于印发宿迁市第二届“金种子”网络创业大赛配套奖励政策的通知	氛围、资金
2015.12.07	县政府关于印发沭阳县产业发展基金管理暂行办法的通知	产业、资金
2014.11.15	《沭阳县软件产业及电子商务优惠政策》	资金

3.5 健全的电商生态

在过去的七八年里，尤其是近三、四年的时间，沭阳电商取得了有目共睹的成效，建立了完善的生态体系。政府转变职能，搭建平台，为各类经营主体、服务商、资源平台提供相互学习、互动、共创的空间和机会；电子商务协会，推动企业相互抱团、优势整合，共同发展；当地龙头网商企业、中小型网商企业以及

大批家庭式网商、个体网商，组合成金字塔型，共同发力；专业的服务商促成政府政策、项目落地，同时给县域的网商提供服务。整个沭阳县已形成了政府、协会、各类经营主体、服务商多种角色规范有序、彼此协作、共同发力的电商生态体系。这五大要素，在电子商务发展的不同阶段发挥不同的作用，在 2001 年初的电商萌芽期，良好的交通、网络等基础设施，包括依托自然禀赋形成的传统产业使得电子商务的萌芽成为可能。而真正使得电商得以快速发展的是以农民为主力的广大创业群体，包含个体、网商、传统企业的各类经营主体，充分发挥主观能动性，并在政府创造相应宽松而有效的政策环境中得以催化。到 2015 年，沭阳县已经形成了相对健康的农村电商生态体系，这意味着沭阳县的电子商务具备了支撑可持续发展的良好条件。



图 11 县域电商发展各阶段要素

4 沭阳模式的启示

4.1 善用资源禀赋，鼓励创新创业

沭阳模式实践的成功与良好的资源禀赋条件息息相关。作为花木之乡，花木产品资源与花木人力资源丰厚。沭阳人民通过有效利用这些资源禀赋，打造了一个立于国内农业产业发展潮头的全新电商产业经济。根据对沭阳淘宝村 346 户网商调查问卷的统计分析，发现农户经营花木产业生意平均年限达到 7.9 年，平均工作经历 4.2 年，开网店前的平均创业次数达到 1.63 次，平均每个网商雇工人数（吸纳就业）达 1.86 人，拥有网店 1.76 个（如图 12 所示）；沭阳农户网商较充分地利用了沭阳花木产业优势（沭阳花木资源禀赋值为 0.6447，即 64.47% 的农户认为自身的产品有优势），沭阳农户网商的创新能力值达 0.635（即 63.5% 的农户认为自身具有创新能力），沭阳农户网商的收入满意度达 0.6474（即 64.74% 的农户网商对自身的收入感到满意）。综合表明，农户可以通过充分利用当地的资源禀赋优势，积极进行创新创业；沭阳通过发展人民群众密切相关的产业，充分利用当地的资源禀赋优势，使“大众创业、万众创新”成为激发县域经济活力的新源泉。

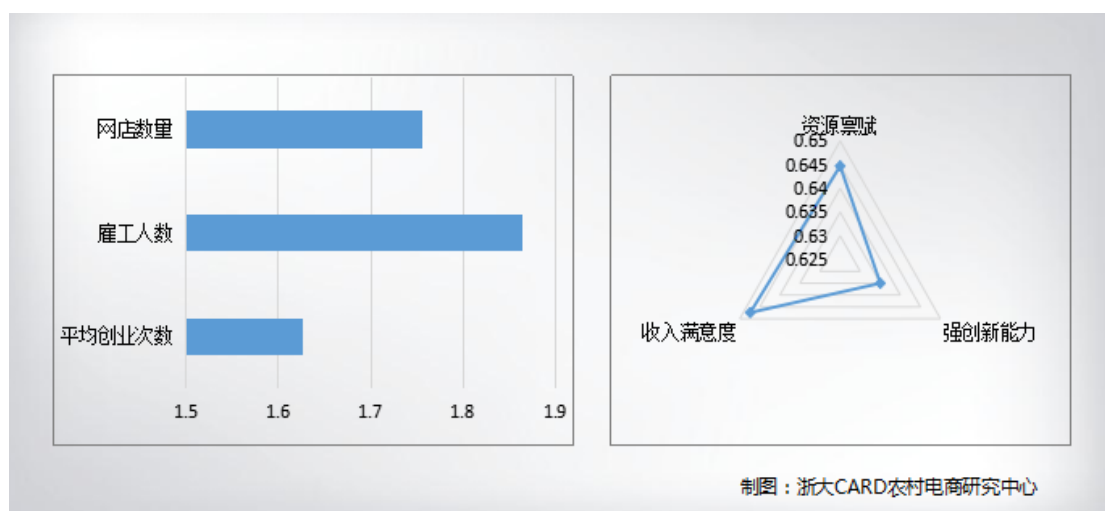


图 12 沭阳县资源禀赋、农户创新创业与收入满意度

沭阳模式为全国县域提供了一条激发创新力量、驱动新经济发展引擎的路径：县域可以通过积极营造全民创新创业的氛围，着力培育创业孵化的优厚土壤，激发全民主动创业致富的动力。沭阳通过利用深厚的花木产业土壤，悠久的种植历史，庞大的花木经纪人队伍，充分挖掘优质的产业资源，由“政府+全民”，主动融合互联网，激发全民创业创新的热潮，促进传统产业转型升级，把原有资源优势转化为新的产业优势。国内众多县域都有自身的产业资源优势，面对新经济发展潮流，主动挖掘资源禀赋优势，立足于当地人民群众的基础，实事求是，激发当地群众的创业热情，积极提供创新发展的条件，融合信息化发展的新常态新形式，这对于激活县域经济活力和促进社会发展具有重要意义。

4.2 完善基础设施，夯实产业配套

沭阳县域电商的快速发展与完善的基础设施密不可分。沭阳县政府以发展县域内交通干线“三步走”的战略为依托，全面打开花木产业县域新布局，完成了老花区到新花区的蜕变升级。随着电子商务的发展，县域政府及时推出宽带提速和物流配套的发展策略，为广大花农及时提供良好的信息网络基础设施配套，推进物流快递布点向乡镇村的纵向延伸，并在县域中心成立百盟物流产业园进行统一的调拨和管理。通过对沭阳 22 个淘宝村的调研发现几乎每个淘宝村发展的背后都有完善的基础设施支撑，包括道路、物流、通讯网络等，其中每个行政村的村级年均基础设施投入达到 3.54 万元，有力推动了电商发展最为关键的“最后一公里”问题的解决，问卷调查统计结果显示，沭阳农户网商对政府公共基础设施建设、物流产业发展扶持和资金贷款扶持的满意度达到 65%、67%与 73%。

沭阳模式为全国县域提供了一条完善政府服务配套、夯实新经济发展基础的路径：通过政府主导基础设施建设，打开产业发展布局的新路径，以完善产业规划，落实产业基础设施建设为依托，着力突破道路、信息与平台对接的瓶颈，为县域产业发展提供坚实的硬件配套。沭阳县政府以建设的国道、省道、县道及花木产业循环道路工程为依托，为整个新老花区的产业发展提供了坚实的基础保障，并且在电商产业发展的过程中，及时补足原有产业和新电商产业发展相融合需要的信息网络资源、快递物流配套、花卉苗木交易市场、网货资源集散中心等产业配套，从供给侧为新经济注入新活力。

4.3 重视草根群体，激活市场潜力

沭阳模式锻造历程的基础与活跃的草根群体力量的激发关联密切。沭阳拥有160多万的人口基数，活跃在乡村土壤的人民群众，扎根于土地，通过经商贸易为美好生活不断奋斗，沭阳政府正是立足于实践认识的基础上，为县域群众积极提供致富路径，搭建奔小康的资源通道，重视对草根群体的资金、技术、信息资源的投入，努力促成农民群体通过合作组织与新经济平台同市场的对接，打通老百姓的致富路。沭阳电商发展中的一大亮点：重视淘宝村草根群体的需求潜力和创富能力。经对淘宝村346户网商的统计分析，发现农户花木产业年均投入3.5万元、平均网购0.76万元，经营利润户均12.1万元，利润率达到41.9%，如图13所示网商农户的人均纯收入水平比全县农民人均收入高12.2%。

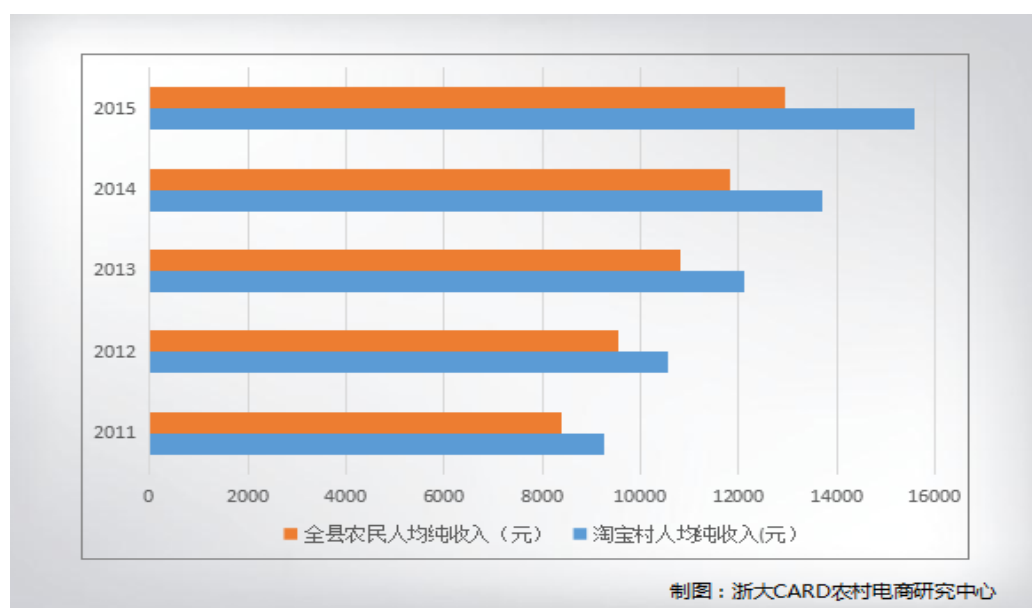


图13 淘宝村网商与全县农民的人均纯收入对比

沭阳模式为全国县域提供了一条激发草根群体力量壮大新经济发展主体的路径：县域政府可以通过引导草根群体紧跟新经济中的电子商务产业，铺开一条新产业发展道路，充分相信人民群众的力量是巨大的，把群众的力量凝为一股绳，形成强劲合力，共同推动电子商务发展。沭阳相关政府部门通过协同龙头企业、网商群体推动电子商务协会和花木产业协会的建设，齐心协力克服发展路径上的重重困难，打通了一个个电商发展的关键节点，有力地激发草根群体的微创新能

力，充分地挖掘了花木产业凝结的集群社会资本，助推了花木产业与新兴线上市场的对接，用草根群体的创新力、消费力与集体智慧，激发出更强大、更持久的市场活力，使花木产业的市场竞争力不断提升。

4.4 营造宽松环境，整合优势资源

沭阳模式运营环节的活力与良好的市场环境塑造紧密匹配。沭阳为发展花木产业从上世纪末开始进行政策顶层设计和落实，到新世纪初，随着形势的发展，推出适应时代要求的恰当政策举措，包括促进农业发展的产业政策“方案束”（共12个主要匹配政策和5个五年发展规划），推动花木产业发展的“策略包”（包括基础设施、技术、人才、资金等16个主要提升工程），打造花木电商新经济的“智囊袋”（包括电商产业联盟、创业孵化联盟、电商平台联盟、高校智力联盟等8大支撑配套资源，营造了良好的产业发展环境，引入优势资源，有效整合，提升新产业经济的综合竞争实力。通过对淘宝村346户网商的统计分析，发现沭阳2015年单个电商快递包裹的平均成本为6元，平均网速达到15.7兆，达到了较好的网店运营成本水平和基础入网条件，根据问卷调查显示沭阳农民网商对县域的人才引进、技能培训、研发园区建设满意度分别达到69.1%、65%与61.2%，表明沭阳县政府通过营造宽松的环境，并弥补电商发展需要的资源，促进了电商产业健康发展，获得了较高的农户网商满意度评价。

沭阳模式为全国县域提供了一条营造发展环境、整合优势资源、提升新经济活力的路径：县域政府可以通过有效调动市场无形之手的力量，融合政府调控和引导产业发展的有形之手的力量，推动优势资源的整合，政府和市场两手互搏，把握平衡，市场能做的让市场主导，基础公共服务政府补位，做到“不缺位、不越位”。沭阳政府通过把握市场和政策的平衡，为花木产业和电商新经济注入新鲜血液，在电商产业园和创新孵化园上的建设上，采取由大型网商主导发展；在基础设施服务、金融信贷与诚信体系建设上，由政府主导，协同企业和网商的力量，推出“淘贷业务”，建立诚信发展基金，大力推动花区电商循环干线建设；通过县域政府的力量，积极与阿里巴巴等电商平台合作，整合各类媒体资源进行沭阳花木品牌的传播推广，通过营造市场和政府相辅相成的氛围，点燃县域产业经济的新活力。

4.5 注重生态营造，形成双链互动

沭阳模式生态系统的打造，同电商服务链和产品供应链融为一体。沭阳为发展电商产业，从一二三产业融合上下苦功夫，从县域内的花木种植产业的原始积累开始，延伸到集聚全国南北方的优质网货资源，拓展到花木产业园区集聚，甚至全球优质花木网货资源，通过创新性地改造成为与当地电商市场匹配的新品种新资源。可以说，沭阳已从传统的花木种植和工程苗木培育，拓展到围绕花木产业和电商经济为双核心，包涵研发、加工、商贸、创意、服务一体化的“六产联动”的新常态。通过对淘宝村 346 户网商的统计分析发现，50.1%的农户网商与沭阳花木产业中的供货商和专业市场具有紧密关系，并且 59.4%参与过电商培训，平均培训次数 1.93 次，平均培训时间 5.9 小时，表明沭阳电商生态与供应链体系已经实实在在地融入并服务于当地网商，并且对促进沭阳电商的发展发挥了重要的积极作用。

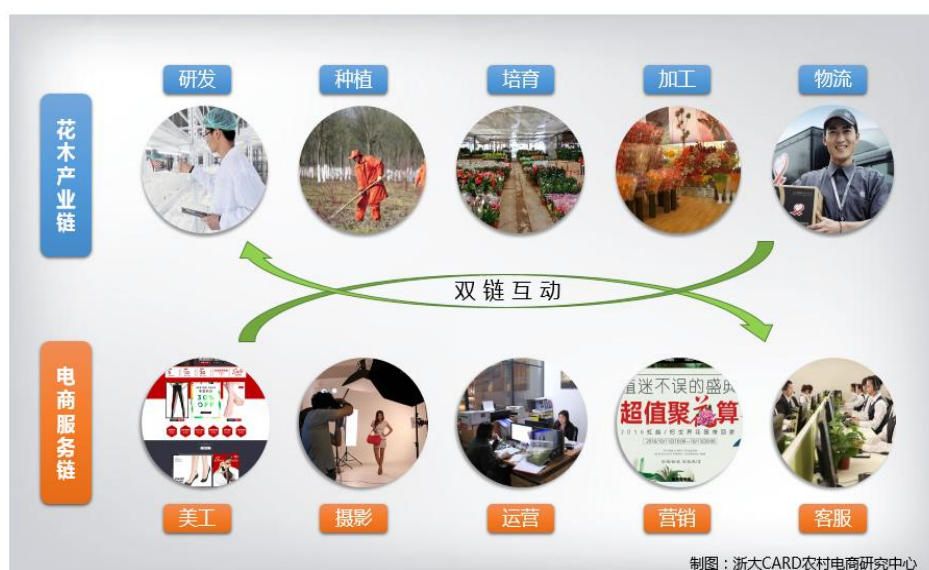


图 14 沭阳县双产业链互动图

沭阳为全国县域提供了一条打通延伸产业链条、引领新经济发展的新路径：县域政府可以通过结合原有产业基础，把产品供应环节从县域拓展到全国甚至全球，通过研发、服务、商贸集聚资源，虹吸行业的信息、资金、技术和产品资源，通过电商服务链进行有效整合，转化为电商交易额，最终实现经济效益的转化，

完成整个链条的衔接和良性闭环。沭阳政府通过引导和整合花木产业的产品资源，激发网商的研发和创新能力，打通产品供应链环节的关键节点，并以电商服务链的完善配套为依托，在包装、快递、网货配套服务上形成完整的产业链，进一步助推网货多元化、服务精准化、资源配套高效率，提升县域新产业经济的竞争力。

5 沭阳模式的升级建议

沭阳模式发展成绩喜人，但实际发展过程中还有一些可提升的环节，主要包括四个方面：一是电商发展的城乡一体化衔接和区域平衡发展上还有所欠缺，主要是沭阳花木电商的发展集中在老花区为主的几个镇域，而县城聚集了大多数的人才、服务、产业园区等资源，同乡镇村电商的衔接有待进一步加强；二是产品的同质化竞争激烈，在新河、庙头及颜集几个电商重镇，农户网商把花卉苗木转化为网货资源，存在较严重的跟风、模仿和网店产品雷同现象，打造区域公用品牌仍旧还有很长的路要走；三是产业体系并不完善，目前沭阳花木网商主要网货资源是本土花卉苗木为主，只有部分网商经营品类拓展到外来产品和其他网货资源，这与沭阳当地还缺乏丰富的适合网货开发的产业有关，板材产业和图书产业，对传统花木网商来说难吸纳为新的网货资源，因此，开辟新的完整的产业链成为迫切的任务，目的是让农民网商有不同的品类可以经营；四是服务型政府可以做得更好，通过对淘宝村网商的问卷数据统计分析发现，技能培训、信贷服务、信息服务、市场监管等方面仍旧是沭阳农户网商同当地政府需要合力突破的瓶颈，加强建设服务型政府，解决人民群众之难，突破发展瓶颈，帮助农民增收致富，使政府成为当地人民群众走向美好生活的引领者和服务者。

5.1 城乡一体与区域融合，争创片区新经济的引领者

沭阳模式同“打造区域次中心城市”的定位相结合，从完善规划、提升功能配套、挖掘丰富城市内涵、做强城市经济等方面持续加大中心城区建设。逐步加快重点中心镇发展，不断推进社会主义新农村建设。坚持“三化”带“三农”，加快建立以城带乡、以工促农的长效机制，形成城乡经济社会一体化发展新格局，争创苏北地区，乃至全国片区新经济的引领者。

实现县域与村镇协同化，大力推动城乡协调发展。在镇村布局科学规划的基础上，遵循城镇化规律以及群众的意愿，制定镇区改造和新农村建设的工作路径和配套政策。依托淘宝村为核心的在线城镇化，聚集资源发展新农村经济，实现城镇的新布局。推进重点乡镇建设作为推进新型城镇化的重要支点和补充，强化

重点中心镇服务农民和带动农村经济的能力,实现城镇建设和新农村建设的协调发展,基本形成以县城为中心,重点乡镇为支撑的特色鲜明、功能互补的城镇体系。实施魅力乡镇建设行动计划,扶持培育重点乡镇,建设美丽乡村和康居村庄,构建“中心城区—重点镇—特色镇—村庄”四级县域城乡空间体系,以城带乡、以点带面,稳步推进城乡协调发展。

5.2 打造区域与企业品牌,争创农业供给侧改革的新典范

完整的县域品牌体系由区域公用品牌和企业及个体品牌共同组成。根植花木传统产业的资源优势,整合沭阳花木在网络零售平台的影响力,制定“沭阳花木”区域公用品牌规划,以政府为引领,协会为推进,着力扩大和提升“沭阳花木”品牌的影响力,同时以苏北花卉“农友”为样板,培育更多有潜力的龙头企业品牌。以提高企业核心竞争力和市场影响力为目标,引导企业积极创建名牌产品和著名商标,培育一批国内外有较大影响的知名企业品牌。放大农村电商品牌效应,打造一批具有一定规模的地方特色产业电商集聚区,努力将沭阳创建成为“全国知名、江苏领先”的国家农业现代化示范区、国家农产品电子商务典型示范县和特色农业产业新经济模范区,孵化一批互联网用户喜爱的“网络原创品牌”。形成区域公用品牌+知名企业品牌+网络原创品牌的农产品品牌矩阵,以互联网用户的需求为导向,充分挖掘互联网用户的价值,全方位提高沭阳县特色农业产业的附加价值,成为农业供给侧改革的新典范。

5.3 完善产业体系,争创产业融合发展的新样本

电子商务带动县里农业产业结构的调整,带动农民的致富,更重要的是电子商务制度激活了全县创业创新的一池春水。现代农业作为沭阳新亮点,做足全国休闲农业与乡村旅游示范县文章,结合“中国沭阳花木节”,进一步提升沭阳花木、沭派盆景的影响力,以花木产业为特色优势,推动现代农业与信息化有效融合;全力打造全国最大的农产品淘宝村集群。

通过以道口经济为重点,大力发展电子信息、木材加工、纺织服装、花卉苗木、食品医药、物流仓储等产业。沿宿连一级公路产业集聚区重点发展现代农业、新材料、机械电子等特色产业,打造现代农业“黄金带”和新兴产业“示范带”,

外引内培,延伸产业链、做大产业集群;坚持创新驱动战略,推进两化深度融合,加大品牌培育,通过自主创新、兼并重组、技术改造、股改上市促进传统产业转型升级,提升产业竞争力。一方面,大力发展智慧农业与立体农业,针对沭阳人多地少的现状,要提升单位土地的价值量,给土地注入智慧要素,提升科技含量投入与文化故事,增加附加值,利用立体农业,充分利用自然要素,提高土地复种指数,提升土地总产出量,为沭阳农户网商,提供更加充足优质、有竞争力的花卉苗木类产品资源。另一方面,进一步丰富沭阳电商产品品类,从花木拓展到图书、服装、玩具等,挖掘和打造新的产业集群,为广大网商提供更加丰富的网货产品资源。

5.4 创新与服务常态化,争创优质的服务型政府

坚持把创新作为经济社会发展的主引擎,盘活资源要素,激活民资社资,促进理念创新、科技创新、制度创新、机制创新和工作创新,注重协同创新,让创业创新真正成为富民强县的根本手段。最大限度地激活全社会创业创新活力,让大众创业万众创新形成燎原之势。

抢抓“互联网+”带来的发展机遇,以农民增收为核心,推进“一村一品一店”建设,加快发展现代高效农业,深入推进全民创业,强力助推“草根经济”,把每一个市场主体的潜能释放出来,持续掀起全民创业致富热潮。针对农户网商迫切希望政府部门解决的问题为核心,在市场秩序监管、市场信息提供、竞争市场调节、农户网商经营中的客户与货源管理等方面给予针对性的帮扶,帮助农户网商突破发展的瓶颈,更好地促进农村电子商务的发展。与此同时,推动工业企业电子商务普及应用,引导传统商贸业转型,开展网络创业技术培训,提升金融、物流、快递等服务水平,尝试工业品的跨境业务,构建更加完善的电商产业发展体系。