

埋头干3年，淘宝找到了真正助农的路

这一个月来，全中国的农民都在忙着干什么？开淘宝直播！

在全国各地，越来越多的农民们在下地干活时也拿起了手机这个“新农具”。数据显示，在丰收节期间开展的淘宝直播新农人主播大赛，已经有超过1万名主播报名参加，淘宝农人主播的总数更是突破了10万。

最懂农产品的主播，加上最贴近原产地的直播场景，淘宝播已成为打造农产品品牌最有效的手段。

阿里助农的三年成绩单

“截至今年8月底，阿里巴巴过去3年农产品销售额已突破5400亿，同时正在助力打造100个10亿级农业品牌。”9月17日在阿里丰收节媒体沟通会上，阿里巴巴集团副总裁李少华披露了一组最新数据。

作为最早开始做农人直播的平台。2019年3月，阿里巴巴就推出了“村播计划”，用电商直播的形式助力农产品的推广和销售，为农村建设提供有力保障，实现可持续发展。淘宝直播希望依靠科技的力量，真正赋能当地村民，定向发掘并培育当地的村播主播，为农产品打开新的销路，让村民依靠自己的能力致富。

在过去一年里，淘宝直播卖农货，正在成为农民致富的新道路。如今淘宝已经举行了数万场农产品直播，数亿人在线收看，形成了“主播+县长+明星”的特色直播。海南的主播瘦哥，一场直播销售贵妃芒30多万元；湘西九妹通过淘宝直播，两天卖出四十万元滞销猕猴桃；湖南捆鸡哥开播首日，樱桃销售4200多斤，土鸡蛋销售26000多枚……这些遍布在五湖四海村播，正不断推动着阿里的“村播计划”的发展。

直播带货作为互联网经济下的创新举措，也对助力脱贫攻坚起到了非常积极的作用。最新发布的阿里巴巴2020脱贫半年报显示，截至目前832个国家级贫困县在阿里巴巴平台网络销售额已超过2000亿，这一数据远超同行。

通过村播计划，淘宝直播不仅撬动了更多“新农人”加入到直播行列，利用“互联网+”模式，让直播成为“新农活”，也让农产品销售找到新出路，让农民真正享受到互联网红利，而如今的阿里巴巴也已经成为中国农产品销售和品牌打造的第一平台。

淘宝直播也许是真正的助农之路

淘宝直播的“村播计划”，给贫困地区的农民们提供了更广阔的展示空间。“村播”火爆的背后，从根本上而言，反映的仍是产

过剩与消费者的需求没有真正得到切实满足的问题。基于这样的供需矛盾，以淘宝为代表的互联网企业，才发掘出通过农人主播带货来满足人们对高质量农产品的需求。

农人主播的出现让那些深埋在贫困地区却有着文化、人情、地域风味的产品有了特别的优势，也有了更广的市场空间。一个值得关注的数字，今年8月份以来，淘宝直播的农人主播机构数实现翻番。农人主播基地和学院的数量更是在短短一个月内就增长了10倍，堪称中国农村最大的“人才市场”。

在这些新农人主播中，有人在大学毕业之后留了下来，帮助当地的农民销售出更多农产品。也有人工作多年之后回到家乡，建设家乡，例如山东主播田家四姐妹，就放弃了北京上海高薪的工作，回到家乡通过互联网电商帮助万千果农创富，并交出了场均销售额超过5000斤的优异成绩单。

如今像山东主播田家四姐妹这样一股乡村新生力量正在壮大，通过主播的影响力，不仅能够带动产品的销量，更重要的是打响扶贫产品的品牌。淘宝直播不仅给更多新农人一个更大的舞台，也彻底打通农产品上行的各个环节，让优质农产品从直播间直达消费者餐桌。

一方面，淘宝直播不仅减少了传统农产品市场销售的中间环节，同时也快速地打通了市场供需的信息，推动形成新的市场需求，为促进贫困农民增收提供了一个实际有效的探索路径，让贫困县域的优质农产品通过淘宝直播平台触达更多的消费者。

另一方面，淘宝直播通过建立农人主播学院和基地帮助贫困县在当地培养自己的主播，彻底实现了农产品电商直播自运营，通过帮扶当地县域建立电商直播运营团队，实现可持续的电商脱贫。借助电商、直播等新技术，打通了农村通往全国甚至世界的“网路”，这条路也为农村吸引了更多关注。

淘宝直播正在给农村市场一个更大的舞台。

改变中国农村的为什么是淘宝？

中国有句俗语“谷贱伤农”。农产品不仅要卖得出，还得让消费者记得住，卖得好。阿里巴巴春雷计划农业执行负责人张鹏对此表示，“中国农产品的出路是品牌化、标准化、数字化。帮助农产品打品牌，也绝不意味着消费者要买高价的蔬菜水果，最大限度地缩短从田间到餐桌的流通环节，实现



农产品生产端和消费端的两头获利”。

目前农村电商的发展，首先需要解决的是农民购买商品和卖农产品难的问题。怎样丰富工业品下乡商品类目结构是个问题，把农产品卖进城，打通产业链也有很多的工作需要做。就现状看，相对于工业品下乡，农业品上行问题更加突出。

很长一段时间以来，关于农产品上行的话题也一直受到全社会的高度关注，但农产品滞销、积压等问题时有发生。究其原因就在于农产品的特性，决定了它对仓储、运输中的温度、湿度等条件都有着较高要求，冷链物流网络是制约农产品上行的瓶颈问题之一。

直播能带来新市场，反过来，也倒逼着当前贫困地区农产品电商进行生态重塑、配套产业链转型升级等关键环节，只有产品过硬，才能真正实现电商扶贫朝着纵深方向发展。除了孵化相关直播人才，更为重要的是要打造有核心竞争力的农产品品牌。比如通过质检认证溯源机制，保证农产品的品质，同时通过设定准入标准，实现农产品的标准化。

淘宝村播助力滞销农产品上行，很大程度上在于阿里巴巴将农业新基建，化为各种数字操作方案，助推各地的农业数字化转型，也让农民真正长出数字化能力（即“造血

式助农”）。如今，几乎所有阿里巴巴的业务，都能找到与助农的连接点。

我们看一组数据。2019年，阿里巴巴“亩产一千美金计划”全面升级，在经济体层面设立阿里农业办公室，统筹由淘宝、天猫、支付宝、盒马、菜鸟等20多个业务构成的数字助农网络，从技术、金融、物流、销售等全方面打造数字农业的新基础设施。计划落地当年，阿里平台农产品上行突破2000亿元。

阿里云农业大脑则帮助近2.6万农户和企业实现科学种养，AI技术覆盖农田、果园和牧场超过10万亩。阿里网商银行的普惠金融也给农业发展提供了重要支撑，服务897万“三农”用户，累计贷款资金超过8000亿元。

菜鸟乡村则联合主要快递公司，利用数字化、智能化技术，打通县、乡、村三级物流配送通道，如今已服务全国3万个村点，未来一年将建设1000条农产品上行高速公路。今年以来，菜鸟乡村发力农产品上行，助力农民丰收增收。

如今，农业呈现成数字化的新气象：手机成为新农具，直播变成了新农活，数据成了新农资。阿里巴巴数字经济体采取的“立体式+造血式助农”，正在成为中国数字农业的新基建。

三星为什么会因疫情变成制药巨头？



新冠疫情依旧在全球蔓延，抗疫形势非常严峻，也给世界经济带来不小的冲击。过去的九个月内，一股悲伤情绪总是无法驱散；大量的中小型企业因疫情悄然倒闭，亏得连渣儿都不剩，一些普通的老百姓则在房贷、车贷、教育支出方面变得日益焦虑。但丘吉尔说过：不要浪费一场危机。新冠疫情冲垮了很多中小企业，但也给一些领域带来新的商机，比如人类越来越意识到拥有一块私人空间是非常重要的，于是汽车领域迎来新的热潮；又比如网络授课日益流行，平板、可穿戴类产品需求激增，而最直接变红的行业应该是制药业，包括抵抗力、心肺药物以及双黄连口服液等等。此外，机会总是留给有准备的人，疫情里的商机更需要大量的准备，就比如三星集团正“受益于”疫情。

其实，提到三星首先会令人想到电子产品，包括手机、芯片、电池、摄像头等等，但真正的三星远不止于此，它在韩国属于神话一般的存在，林林总总的业务，号称能够接管普通韩国人的一生。疫情爆发之后，三星的制药业务快速增长，有望成为一线的制药巨

头。能有如此成绩，正在于三星“下闲棋”的策略，疫情爆发只是一个助攻而已。

三星制药，如何扩张自己的势力？

三星制药自2011年成立，相比于动辄百年的老店来说，实在只能算一个制药学徒。直到2015年开始盈利，而本次疫情的蔓延，使三星管理层坚定了扩大制药势力的决心。第四座制药厂的投资规模也被拉高到20亿美元，会全面替百时美施贵宝公司和罗氏控制公司等巨头代工生物制药。其实，这个行业已经很繁荣，疫情这么一搞，会更加繁荣，而三星制药的目标就是挖掘由新冠疫情大流行带来的前所未有的需求。如此漫长、大规模的疫情，真乃人类历史罕有，大概率会彻底改变制药生态。

首先，新冠的疫苗，包括抵抗疫苗和灭活疫苗都有着非常广阔的市场。目前美国、俄罗斯、中国、印度都在紧锣密鼓地试验新冠疫苗。谁能率先研发出疫苗，谁就有可能成为新的世界首富，而且大概率青史留名，毕竟，挽救的是全人类，赚钱只是顺便的事儿；其次，新冠病毒之所以顽固不化，令人胆寒，一个重要的原因就是变种，这就要求药物研发、临床试验、审批都要缩短流程，我们需要更有技术含量、更加简洁明快的流程，需要追赶病毒的变异速度。

在这种背景下，整合供应链就变得非常重要。要知道，三星是专业做代工的，他们有5000种方法来加速交付代工订单，他们也有足够的家底来替客户垫付前期的成本，他们也更能深刻理解：出货速度之于工厂、国家、世界都是有着非常重要作用的。所以，新冠疫情的变异速度会对全球制药代工

提出新的考验，比之加速iPhone出货要难20倍以上；还有，三星代工的机会还在于药品订单总量的扩大，一方面是新冠疫苗本身会有井喷式发展，另一方面，人类为了对抗疫情、增强抵抗力，对一些其他日常药品也会有着更高的需求，总之，药品订单增加不是什么好事儿，但对三星来说是商机。

电子行业可以进行广泛的代工，比如三星自己出手机，还能给iPhone代工芯片、摄像头、显示屏、电池等60%的零部件，所用到的粘合剂、特种胶又来自德国和日本，然后，统一送到中国完成最终组装出货。从深层原物料加工、到零部件成型，再到终端出货，含物流、销售、营销等等，库克全球资源整合能力实在令人咋舌，大师风范。

相比之下，制药行业一直排斥这样的代工模式，一方面全球药品需求比较稳定，不像消费类电子产品，订单忽上忽下的，也不需要快速出货抢占市场什么的；另一方面，药品的核心在于秘方，说白了，制药巨头们需要经过大量的临床试验才能确定最佳的配比。如果采取广泛的代工模式，核心信息很难管理好，到了那个时候，自己的新药说不定很快就被别人copy走了。但疫情的肆虐给了三星制药代工以巨大的机会，世界上越来越多的药物巨头开始出现供应链问题，他们需要专业的代工厂帮助其应付订单的变化。至于说，三星能否老老实实地做药品代工，也不敢保证。毕竟，他们推出的Galaxy手机和iPhone实在是太像了，也难怪乔帮主说：三星是年度最佳跟风者。

闲棋策略，全产业链让三星成300年企业

在很长一段时间内，百年企业是很多管理者的目标，但从现在的势头看，百年已经不是三星的目标，而300年的根基已经铸成，这在很大程度上得益于其全产业链和闲棋策略。笔者认为，闲棋策略的内涵正在于主营业务之外，企业仍然愿意大手笔投资，而且能长期坚持做下来。如前文所述，三星制药花了五年时间才开始盈利，如今赶上新冠疫情，有可能成为一线的制药巨头。平心而论，如此成长算是比较顺利的，仅仅五年时间就能做到盈利，而且能借助特殊事件快速地投资生产线，更残酷的经历则是他们的芯片生意，李健熙花费巨大的精力和投资，招贤纳士，经过20年的经营才步入正轨。如此跨度基本超越中国企业家的胸怀，大家总是想着赚快钱或者迅速回本，缺乏较深的根基。

如开篇所讲，疫情让很多企业快速倒闭，基本上都是一些根基不深的企业或者本身就短视经营的企业。而那些具有长期规划、底蕴深厚的企业，则顺利把危机转化为商机。除了本文提到的三星制药外，苹果也在2020年达到创纪录的两万亿市值。如果说三星是电子零部件的全产业链策略，那么，苹果就是设计、研发、营销、供应链管理全面发展。最早由乔布斯创立的生态圈概念，正给这个巨无霸企业带来源源不断的好处，库克甚至包了一片森林，给iPhone供应包装纸盒。他们赚的钱300年都花不完，而一向精准的投资，又把企业带入美妙的正向循环。可以说，三星、苹果的模式非常值得中国企业家深思。（科技新发现 康斯坦丁/文）