

鄉村開網店弄潮 單車變身保時捷



2013年9月，帶着借來的10萬元(人民幣，下同)，懷揣着開網店的創業夢想，浙江台州人楊耀輝與妻子來到了青岩劉村。「選擇這裡的原因很簡單，就是在百度上搜索『網商哪裡最好做』，看到下面很多評論都提到了『青岩劉村』，我們就來了。」

「剛開始是賣皮帶，但生意不太理想。2014年兒子小灰灰出生後，我老婆喜歡買一些可愛的童裝給他拍照，沒想到發朋友圈後特別多人喜歡，我們就轉型做起了男童裝。」2014年11月19日晚上，李克強總理到訪青岩劉村，進了楊耀輝家。得知小灰灰是青岩劉村年齡最小的「電商從業人員」，李克強抱起孩子說：「小傢伙真是個專業小模特！」

總理到訪效應 生意大幅提升

新聞播出後，楊耀輝的網店瀏覽量從日均1,500次漲到3萬次，銷售量也有了大幅度的提高。「上個月銷售額已經超過70萬元，是去年的三倍，今年我給自己訂下的目標是年銷售額超過600萬元，現在也快完成了。」做網店需要長期熬夜，頂着兩個大大的黑眼圈，楊耀輝說，「創業這兩年，最對不起的就是老婆，天天忙，連婚禮都沒有給她辦過。」

銷售量大升為小兩口帶來了不菲的利潤，他們招了6位員工，還租下了6間店面做倉儲和展示。2015年9月，楊耀輝為妻子買了一輛100多萬元的保時捷跑車，感謝她在最困難的時候與自己攜手共度。「其實我們有想過離開青岩劉村，去廣東做了考察，但最終還是決定留在這塊『風水寶地』。我們甚至都沒買房，一家四口仍租住在總理來過的小套間中。樓下餐館哪家好吃，快遞小哥電話號碼多少，哪間房又來了新的創業者，我們都一清二楚，對這裡有感情了，真捨不得離開。」

今年年初，楊耀輝的妻子又懷孕了，他說應該是個女孩，下一步他打算再開家女童裝店，也請女兒做小模特，



讓孩子與事業一起成長。

電子商務也為青岩劉村1,700多位村民帶來了可觀的收入，村民將自己空餘的住房店面出租給電商，每年人均租房收入達6萬元。青岩劉村電商直接帶動就業約4萬人，村內就業率高於義烏市12.6%，村民人均可支配收入超過義烏市23.1%。

電商湧至開店 帶旺租房業務

村民金關東的房子位於青岩劉村A區，是一幢土地面積108平米的五層樓房，像大部分村民一樣，他將樓下四層出租給幾家網店店主，自己一家四口則住在五樓。「我的房子每年租金是13萬，佔家庭年收入七成，是很大的一筆生活來源。」金關東說，有了房租的固定收入，再出去打工心裡也沒有什麼壓力，活得比較輕鬆。

大眾創新創業

2014年11月，李克強總理在浙江義烏青岩劉村考察時，提出了「大眾創業，萬眾創新」的口號，讓這個有「中國網店第一村」之稱的村莊進入更多人的視野。這個28萬平米的村子裡聚集了3,200多家網店，25,000多位電商從業人員，平均年齡25歲。每天有7萬張訂單從這裡出發，運往世界各地，2015年銷售額近45億元。青岩劉村所發生的一切，正是全國780個淘寶村的縮影，也顯示着新的電商理念和生態的出現，正切切實實地改變着中國的農村。

■文圖：本報駐浙江 記者 俞晝、茅建興

青岩劉村簡介

地址：浙江義烏
網店數目：逾3,200家網店
電商從業人員：25,000多位
電商從業員平均年齡：25歲
處理訂單數量：每天7萬張
年銷售額：45億元人民幣(2015年)

青岩劉村模式



金關東的租客中有一位年輕人，2005年南開大學畢業後來到青岩劉村創業。「來的時候租金都付不出，現在買了兩輛車，還在義烏市中心買了房。」2011年，租客在亞馬遜上又開了一家出口外貿的日用品店，還聘請了金關東幫他管廠，負責生產打樣，每月工資5,500元。「從租客到老闆，我們相處了11年，現在好得跟兄弟一樣。」

金關東有兩個女兒現在都還在讀書，他希望她們將來能回村裡做電商。「騎着自行車來，開着寶馬走，是這裡每天都在發生的真真正正的事呢。」

青岩劉村 電商慕名來

在2005年以前，青岩劉村與中國多數城中村一樣，污水橫流，封閉落後。由於周邊有個篁園市場(中國小商品城)，村民大多靠出租房子給市場商戶為生。為了多收房租，大家在自家房屋門口搭建木棚或者鐵皮房，違章建築林立。時任青岩劉村村小組組長的毛勝平啟動了舊村改造工作，他推平了村民自行搭建的違章建築，新建了整齊劃一的五層樓房，並按照村民人口對樓房進行了重新分配。

整潔樓房吸學生開淘寶店

寬敞整潔的樓房與周邊的農民房相比，不僅容易出租，租金也要高出兩成。然而，隨着義烏國際商貿城的遷址，篁園市場的整體搬遷，市場商戶紛紛離開，原本供不應求的房子突然沒人要了。由於大量空房閒置，村民紛紛打起租金價格戰，還引發了數起為租房引起的鄰里糾紛。

正當毛勝平苦於找出路時，義烏工商學院副院長賈少華聯繫到村委會，

提出讓在校大學生入駐青岩劉村做淘寶的合作意向。當時義烏工商學院學生創業運動正如火如荼，很多學生邊上課邊開淘寶店，宿舍不夠用。青岩劉村毗鄰學校，房屋乾淨整潔，房租也不高，是適合學生創業的好地方。

賈少華的想法與毛勝平一拍即合，將青岩劉村塑造成網店村的藍圖漸顯。為了方便學生開網店，2007年，青岩劉村與中國電信合作，將20兆光纖拉進了每一幢居民樓，並引入多家物流公司。「創業者剛剛起步時，快遞費佔據了他們成本中很大一塊，我們多次與快遞公司交涉，將江浙滬6元每公斤的起步價壓到了青岩劉村獨有的3.5元三公斤。」與此同時，青岩劉村還先後與阿里巴巴、京東商城、拍拍網等達成供貨合作，一條完整的電子商務產業鏈逐漸成型。

「雖然篁園市場搬走了，但畢竟還在義烏，網商看貨拿貨與其他城市相比仍然便捷很多，成本也相對較低。」據調查，63%的網店賣家把義烏國際商貿城



青岩劉村書記毛勝平介紹青岩劉村模式。

作為網貨基地。慢慢地，隨着愈來愈多的網商聚集到青岩劉村來，快遞、攝影、網絡推廣、倉儲外包等配套服務業迅速發展起來，青岩劉村成了許多創業者慕名而來的地方。

肯付辛苦 快遞員月薪過萬

身為「中國網店第一村」，青岩劉村現有3,200多家註冊網店，25,000多位電商從業人員，每天有7萬張訂單從這裡出發運往世界各地。內地「四通一達」快遞已經全覆蓋，國外DHL等20多家快遞物流公司進駐。

90後的范浩浩現在是中通快遞青岩劉村網點的負責人，17歲高中沒畢業就出來闖蕩，2008年在親戚的帶領下到青岩劉村做起了快遞員。「來的時候只有我一個快遞員，每天只能接幾十單生意，基本都是商務件。隨着青岩劉村網商的進駐和『雙十一』購物節的興起，2009年快遞量猛增到一千多單，後來以每年30%增長。」

如今，中通快遞每天發貨量達到一萬多單，佔整個青岩劉村快遞業務的五分之一。范浩浩租下了C區一間120平米的店面房，買了十輛快遞車，還僱了7位快遞員。問及「快遞員月收入輕鬆過萬元」的說法時，范浩浩笑着承認：「在我這裡，快遞



90後的范浩浩現在是中通快遞青岩劉村網點的負責人。

員月收入都能超過一萬元，要是趕上『雙十一』，還能達到兩萬多元呢。不過當快遞員很辛苦，每天打包發貨要工作到凌晨一兩點，所以輕鬆的說法不對。」

銷售千萬 熊明新成「杯子王」

29歲的熊明新是青岩劉村有名的「杯子王」，從2014年正式開始在青岩劉村創業的他，如今不僅自己營運網店，還為青岩劉村20多家電子商務公司和線上100多個商家提供貨源。

「剛來青岩劉村創業的時候，我手裡只有3,000塊錢，一年的房租也交不起，房東看我老實，允許我按月繳房租，才讓我扎根下來。」熊明新在第一個月中，每天從早到晚泡在義烏商貿城，看到好看的貨品就假裝要拿貨，問老闆要價格和照片，回家後就依樣畫葫蘆，加幾塊錢放到淘寶網上去賣。有人下單了，他就拿錢去商貿城裡買，再回來發貨。「沒錢囤貨，說白了就是賺個跑腿費。」

慢慢地，熊明新攢下了幾萬塊錢，也摸索出了什麼商品好賣，最後決定轉型專賣杯子。「第一是商品單價低，虧也虧不到哪裡去；第二『杯子』譜系『一輩子』，



熊明新的「朵熊」青岩劉村杯店。

很適合送人；第三是杯子款式更新換代很快，容易出新產品吸引人。」數年過去了，如今熊明新自創杯子品牌「朵熊」，去年銷售額超過一千萬元。「現在我想做自己的品牌，因為很多廠家加入了電商行業，我們的貨源和價格肯定沒辦法跟人家比。我想只有通過創新，打響自己的品牌才是出路。」

瞄準學生 設「創業實驗室」

「青岩劉村雖仍享有『中國網店第一村』的美譽，但這個光環已經在逐漸褪去。」毛勝平坦言，「因為配套設施有限，很多賣家在做大做強後選擇搬離青岩劉村，入駐到環境更好、倉儲面積更大的電商創業園裡。而且隨着各地政府對農村淘寶的重視，愈來愈多的『淘寶村』正在借勢崛起。」2015年，僅金華市就湧現出了56個淘寶村，同質化競爭嚴重。

成立創業孵化中心

李克強總理的到來讓毛勝平茅塞頓開。「總理提出『大眾創業、萬眾創新』的口號，從簡單提供租房到塑造成為年輕人創業創新的孵化器，我們可以做更多。」為了從「網店第一村」轉型升級「網創第一村」，青岩劉村先從硬件入手，實施了百兆光纖入戶、公共

Wi-Fi免費全覆蓋的網絡工程，成為浙江省內首個智慧數字村。此外還設立了「創業孵化中心」，孵化區共有100個孵化工位，每批可容納30位電商創客免費入駐，享受電腦、培訓教學、貨源對接等免費服務。

2015年，青岩劉村啟動了專門針對學生群體設立的「創業實驗室」項目，由10多位資深創業導師坐鎮，指導學生學習電商創業的思路和技能。至於速賣通工作室、天貓工作室、微商工作室等15個配套電商創業工作室，也為「創業實驗室」的創業學生提供各種專業服務。

如今青岩劉村有如一個大的電商群組織，黑馬會、初心會等社群組織集聚，私董會、拍磚會、資本對接會、分享會、產品發佈會等每周舉行，吸引着國內外的投資者與供應商的目光。



青岩劉村聯眾創客大學培訓機構。