

话说
触电立
屏

今年“双11”，再创新纪录：下单69分钟，家住贵州黔南州濠江街道的刘先生就收到了在天猫超市网购的电热毯。这也是2017年天猫“双11”农村地区签收的第一单。

有评论认为，在乡村也能实现网购“当日达”，甚至更快，这得益于基于商品供应链的数据分析与爆款下沉的举措。说通俗点，刘先生买到的这条电热毯，其实早已妥妥地等待在他家附近的某个仓库，就等他鼠标一点，快递小哥的电动车就一路欢快疾驶而来。在此之前，马云早已通过大数据分析，拿准了将某一款电热毯提前备在这个仓库不愁卖。

每年“双11”都是一场狂欢，“剁手党”们争先恐后举着信用卡，等待商家收割，像田野里颤悠悠的高粱。又快到准备年货的季节，从“双11”的电商实践中，“农产品进城”能学些什么呢？

我认为，一方面要敢于“触电”。电商运营有其规律性，过去有人用“农民不懂电，敢摸高压线”来奚落莽撞者，如今摸摸互联网这根线，难说能扯出一大串机会。关键在于，摸前要先了解清楚，互联网这根线有些什么样的秉性。

另一方面要选对产品。目前有一种倾向，似乎来自乡村的东西就一定有市场，甚至越土越紧俏。殊不知，纵观各电商平台，万店阅遍，土货琳琅，门前寂寥者占多数。可见，土，不一定就吃香，也会掉渣。这说明，做农产品电商，要尽量选有独特性、需求量大、性价比高的产品。

最后，还要对“触电难”有清醒的认识。小伙子甲，大学毕业后不满意城里的的工作，回到农村发展乡村淘宝，每日在网上感慨人生之多艰，创业之不易，日复一日，创业沦为啃老的幌子。而他的一位做电商的邻居，认真分析市场、努力组织货源，每天发货打包，忙得手抽筋。

由是观之，“触电”很热闹，先得懂门道。