

出品人:杜传贵 林海利
总策划:孙爱群 吴江
统筹执行:许悦

【开栏语】 122,1609,2.65万。这三个数字背后,是广东星罗棋布的县(市、区)、乡镇(街道)和行政村(社区)的数量。作为我国经济第一大省,广东经济总量连续34年居全国第一,但城乡区域发展不平衡,也是广东的基本省情。广东省发展改革委的数据显示,广东县域面积占全省的71.7%,县域常住人口占28%,但县域GDP占比仅为12.5%。县域经济看似广东经济的“短板”,其实更是“潜力板”。

在广东,揭阳超越杭州登上快递业务量全国第四,单是一个军埔电商村就吸引电商从业人员5000多人;在粤北,清远连州市把一棵菜心孵化成百亿级大产业;在粤西,地处中国大陆最南端的湛江徐闻县,将前几年烂在地里的菠萝做出了一个“土特产”大市场;在珠三角,广州番禺区将传统的服装产业升级成为数字化快时尚产业集群;还有位列《2022中国县域经济百强》榜单的惠州博罗县、将兰花打造为父亲节“父兰”的肇庆四会市、凭借碧海蓝天成为全国网红景点的汕头南澳县……

从4月份开始,羊城晚报采访组聚焦广东“百县千镇万村高质量发展工程”,组织大调研,出发寻访广东百县千镇万村高质量发展典型,看这些先行的县镇村如何宜农则农、宜工则工、宜商则商,如何在不同的赛道上争先进位。

即日起,羊城晚报推出《县域里的中国式现代化——广东“百县千镇万村高质量发展工程”深调研》系列主题报道,带您一起走县域、看发展、探变化,解读广东新一轮乡村巨变的“发展密码”。

十年再看军埔:电商先行者火种终燎原

0.53平方公里的粤东小村,辐射带动就业超20万人

羊城晚报记者 孙绮曼 许悦 沈钊

一年发出37亿件快递,日处理快递量(进口和出口)达到2600万件,约占全国日处理量的8.67%。凭借这么亮眼的成绩单,粤东小城揭阳力压上海、杭州两座大城市,在国家邮政局今年3月公布的2022年快递业务量榜单中位居全国第四,仅次于义乌、广州和深圳。

物流是经济复苏的重要风向标,物流市场的规模也反映出了经济复苏的信号与信心。为什么是揭阳?

从庞大的快递量我们追访到背后产业的身影。作为“中国纺织产业基地市”“中国塑料时尚鞋之都”“中国五金产业基地”,揭阳拥有传统的工业基础。电商的赋能给了这些传统工业“新生”,揭阳多个电商村就此发展壮大。今天,揭阳95%以上的快递件,都是电商件。

而揭阳电商的“黄埔军校”,神奇地发源于一个面积只有0.53平方公里的军埔村。这里2013年由12位本地青年返乡创业开启向电商转型发展之路,到2022年电商交易量已达5500万件、销售额50亿元,吸引电商从业人员5000多人,带动全镇3万多家网店集聚发展。

从一个淘宝村到揭阳全市38个“中国淘宝镇”,再到现在的中国(揭阳)跨境电商综合试验区,同时产业辐射范围还在不断扩大。这提供了一个思路:一个乡村要做全能选手很难,但找准特色和赛道,夺取“单项冠军”却大有可为。从这个角度看,揭阳军埔村可望成为新型城镇化的一种典型样本。

“解剖一只麻雀”,军埔村给了我们解决就业问题的崭新思路。跳出军埔看广东,我们进一步发现,凭借着地市联动,广东在顶层规划设计上产生的力量已然不容小觑。广州、深圳有大量专业市场,而揭阳有优质而实惠的仓储资源,从广深谈下来的生意,转眼就能从揭阳出发往全国各地。

选择军埔观察,还因为在广东,这种以县城为中心、乡镇为纽带、农村为腹地的县域经济广泛集中在粤东、粤西和粤北地区,这些地方和大湾区相比,经济发展相对滞后,但发展潜力巨大。它们一头连着城市,一头连着千千万万的村镇,正是城乡区域协调发展的主战场之一,也是乡村振兴的增长极。

在高质量发展的驱动下,如今军埔村的带动作用仍在不断放大。放眼未来,军埔电商经营者将盯住消费新潮流做好多样产品开发,注重产品质量,以创意设计、品牌塑造提升产品附加值,抢占更大市场。当地党委、政府也将加大扶持力度,强化知识产权保护和信用体系建设,推出更多关心关爱快递小哥的暖心举措,以优质配套服务营造良好电商生态,推动电商经济蓬勃发展。



1 火种

揭阳市揭东区锡场镇的军埔村,原本是以食品产业为主的自然村落。带着潮汕人“东方犹太人”的经商基因,以前村民们做生意翻山越海,如今在键盘和鼠标间,生意就做到了大江南北。

走进军埔村,主路两旁各式“××服装”的招牌吸引了记者的注意,它们大多主营“网批”业务(即网上的批发市场)。

而在十年前,这里整个村都从事着饼干、巧克力等传统食品加工行业。但随着市场对食品加工行业的要求愈来愈高,行业竞争加剧,管理模式落后、产业规模小、产品档次不高的军埔食品业,慢慢走向被市场淘汰的边缘。

军埔村的电商,神奇地发源于一个面积只有0.53平方公里的军埔村。这里2013年由12位本地青年返乡创业开启向电商转型发展之路,到2022年电商交易量已达5500万件、销售额50亿元,吸引电商从业人员5000多人,带动全镇3万多家网店集聚发展。

从一个淘宝村到揭阳全市38个“中国淘宝镇”,再到现在的中国(揭阳)跨境电商综合试验区,同时产业辐射范围还在不断扩大。这提供了一个思路:一个乡村要做全能选手很难,但找准特色和赛道,夺取“单项冠军”却大有可为。从这个角度看,揭阳军埔村可望成为新型城镇化的一种典型样本。

“解剖一只麻雀”,军埔村给了我们解决就业问题的崭新思路。跳出军埔看广东,我们进一步发现,凭借着地市联动,广东在顶层规划设计上产生的力量已然不容小觑。广州、深圳有大量专业市场,而揭阳有优质而实惠的仓储资源,从广深谈下来的生意,转眼就能从揭阳出发往全国各地。

选择军埔观察,还因为在广东,这种以县城为中心、乡镇为纽带、农村为腹地的县域经济广泛集中在粤东、粤西和粤北地区,这些地方和大湾区相比,经济发展相对滞后,但发展潜力巨大。它们一头连着城市,一头连着千千万万的村镇,正是城乡区域协调发展的主战场之一,也是乡村振兴的增长极。

在高质量发展的驱动下,如今军埔村的带动作用仍在不断放大。放眼未来,军埔电商经营者将盯住消费新潮流做好多样产品开发,注重产品质量,以创意设计、品牌塑造提升产品附加值,抢占更大市场。当地党委、政府也将加大扶持力度,强化知识产权保护和信用体系建设,推出更多关心关爱快递小哥的暖心举措,以优质配套服务营造良好电商生态,推动电商经济蓬勃发展。

年轻人纷纷外出务工,村内的基础设施逐渐凋敝。2011年底,在揭阳市梳理出的79个“问题村”中,军埔村赫然在列。

外出务工的浪潮中,黄伟鸿、许壮宾等几个军埔青年,机缘巧合在广州十三行等地接触到了淘宝店。几年后,由于一线城市的经营成本抬升,他们试着将“网上的生意”搬回家乡。2012年下半年,他们和黄海金、许史东、许冰峰等12位军埔青年陆续回到村中,开始了村里电子商务的最初探索。

电商的火种,就这样落到了军埔村中。

这12位青年,被当地人称为军埔村的“十二罗汉”。他们乐于把电商运营的经验分享给老乡们。到年年底,军埔村的网商就增加到了50多家。此后“一传十,十传百”,到2013年6月,经过一年左右的自发发展,军埔村形成了100多家网店,14家实体店的“电商村”雏形。

军埔村,原本是以食品产业为主的自然村落。带着潮汕人“东方犹太人”的经商基因,以前村民们做生意翻山越海,如今在键盘和鼠标间,生意就做到了大江南北。

而在十年前,这里整个村都从事着饼干、巧克力等传统食品加工行业。但随着市场对食品加工行业的要求愈来愈高,行业竞争加剧,管理模式落后、产业规模小、产品档次不高的军埔食品业,慢慢走向被市场淘汰的边缘。

军埔村的电商,神奇地发源于一个面积只有0.53平方公里的军埔村。这里2013年由12位本地青年返乡创业开启向电商转型发展之路,到2022年电商交易量已达5500万件、销售额50亿元,吸引电商从业人员5000多人,带动全镇3万多家网店集聚发展。

从一个淘宝村到揭阳全市38个“中国淘宝镇”,再到现在的中国(揭阳)跨境电商综合试验区,同时产业辐射范围还在不断扩大。这提供了一个思路:一个乡村要做全能选手很难,但找准特色和赛道,夺取“单项冠军”却大有可为。从这个角度看,揭阳军埔村可望成为新型城镇化的一种典型样本。

“解剖一只麻雀”,军埔村给了我们解决就业问题的崭新思路。跳出军埔看广东,我们进一步发现,凭借着地市联动,广东在顶层规划设计上产生的力量已然不容小觑。广州、深圳有大量专业市场,而揭阳有优质而实惠的仓储资源,从广深谈下来的生意,转眼就能从揭阳出发往全国各地。

选择军埔观察,还因为在广东,这种以县城为中心、乡镇为纽带、农村为腹地的县域经济广泛集中在粤东、粤西和粤北地区,这些地方和大湾区相比,经济发展相对滞后,但发展潜力巨大。它们一头连着城市,一头连着千千万万的村镇,正是城乡区域协调发展的主战场之一,也是乡村振兴的增长极。

在高质量发展的驱动下,如今军埔村的带动作用仍在不断放大。放眼未来,军埔电商经营者将盯住消费新潮流做好多样产品开发,注重产品质量,以创意设计、品牌塑造提升产品附加值,抢占更大市场。当地党委、政府也将加大扶持力度,强化知识产权保护和信用体系建设,推出更多关心关爱快递小哥的暖心举措,以优质配套服务营造良好电商生态,推动电商经济蓬勃发展。

年轻人纷纷外出务工,村内的基础设施逐渐凋敝。2011年底,在揭阳市梳理出的79个“问题村”中,军埔村赫然在列。

外出务工的浪潮中,黄伟鸿、许壮宾等几个军埔青年,机缘巧合在广州十三行等地接触到了淘宝店。几年后,由于一线城市的经营成本抬升,他们试着将“网上的生意”搬回家乡。2012年下半年,他们和黄海金、许史东、许冰峰等12位军埔青年陆续回到村中,开始了村里电子商务的最初探索。

电商的火种,就这样落到了军埔村中。

这12位青年,被当地人称为军埔村的“十二罗汉”。他们乐于把电商运营的经验分享给老乡们。到年年底,军埔村的网商就增加到了50多家。此后“一传十,十传百”,到2013年6月,经过一年左右的自发发展,军埔村形成了100多家网店,14家实体店的“电商村”雏形。

军埔村,原本是以食品产业为主的自然村落。带着潮汕人“东方犹太人”的经商基因,以前村民们做生意翻山越海,如今在键盘和鼠标间,生意就做到了大江南北。

而在十年前,这里整个村都从事着饼干、巧克力等传统食品加工行业。但随着市场对食品加工行业的要求愈来愈高,行业竞争加剧,管理模式落后、产业规模小、产品档次不高的军埔食品业,慢慢走向被市场淘汰的边缘。

军埔村的电商,神奇地发源于一个面积只有0.53平方公里的军埔村。这里2013年由12位本地青年返乡创业开启向电商转型发展之路,到2022年电商交易量已达5500万件、销售额50亿元,吸引电商从业人员5000多人,带动全镇3万多家网店集聚发展。

从一个淘宝村到揭阳全市38个“中国淘宝镇”,再到现在的中国(揭阳)跨境电商综合试验区,同时产业辐射范围还在不断扩大。这提供了一个思路:一个乡村要做全能选手很难,但找准特色和赛道,夺取“单项冠军”却大有可为。从这个角度看,揭阳军埔村可望成为新型城镇化的一种典型样本。

“解剖一只麻雀”,军埔村给了我们解决就业问题的崭新思路。跳出军埔看广东,我们进一步发现,凭借着地市联动,广东在顶层规划设计上产生的力量已然不容小觑。广州、深圳有大量专业市场,而揭阳有优质而实惠的仓储资源,从广深谈下来的生意,转眼就能从揭阳出发往全国各地。

选择军埔观察,还因为在广东,这种以县城为中心、乡镇为纽带、农村为腹地的县域经济广泛集中在粤东、粤西和粤北地区,这些地方和大湾区相比,经济发展相对滞后,但发展潜力巨大。它们一头连着城市,一头连着千千万万的村镇,正是城乡区域协调发展的主战场之一,也是乡村振兴的增长极。

在高质量发展的驱动下,如今军埔村的带动作用仍在不断放大。放眼未来,军埔电商经营者将盯住消费新潮流做好多样产品开发,注重产品质量,以创意设计、品牌塑造提升产品附加值,抢占更大市场。当地党委、政府也将加大扶持力度,强化知识产权保护和信用体系建设,推出更多关心关爱快递小哥的暖心举措,以优质配套服务营造良好电商生态,推动电商经济蓬勃发展。

在形成区域电商集聚中心之后,军埔电商全面铺开电商小镇的建设及擦亮军埔的电商品牌,成为了军埔村继续高质量发展的重要课题。

走在军埔村的主干道上,“军埔批发网”的广告随处可见。蔡先生是军埔批发网的创始人,他在军埔村经营网店时发现,很多经营者发布在QQ空间里的商品价格信息不能实时更新。于是,他自学编程开发网站,将军埔村数百家网批店的信息整合起来。为解决商品数据收集效率低下等问题,蔡先生还设置了“拍照识别”“自动导航”

“实时更新”等功能,帮助商家更高效地搜索产品信息,找到相应档口。

随着线上商业模式在军埔日渐成熟,过去需要线下完成的问价、下单、拿货流程,如今只需要一台手机就能完成。

记者在调查中了解到,长期以来,军埔村电商经营的产品以中低端青少年服装为主,主要面向广东、广西、浙江、上海、江苏、福建等省份。军埔电商模式早期的快速发展,也主要源于其低廉亲民的价格优势。

许冰峰向记者解释,一件普通售价20至30元的T恤,在军埔村批发只需要6元。经济规模所形成的物流价格优势及周边配套完善的产业链,让军埔村走了很长一段时期“薄利多销”的路子。

从短期来看,价格竞争可以带来销售量的增加,但是它并不能为店铺带来长久的客户

2 握手

在粤东,揭阳超越杭州登上快递业务量全国第四,单是一个军埔电商村就吸引电商从业人员5000多人;在粤北,清远连州市把一棵菜心孵化成百亿级大产业;在粤西,地处中国大陆最南端的湛江徐闻县,将前几年烂在地里的菠萝做出了一个“土特产”大市场;在珠三角,广州番禺区将传统的服装产业升级成为数字化快时尚产业集群;还有位列《2022中国县域经济百强》榜单的惠州博罗县、将兰花打造为父亲节“父兰”的肇庆四会市、凭借碧海蓝天成为全国网红景点的汕头南澳县……

3 引擎

军埔模式,首先是一种适应市场规律、顺势而为的模式。开始是部分外出打工的年轻人回来创业,是一种市场行为。当地政府敏锐觉察并且顺应了这种形势,在适当时机,以适当力度加以推动。由此,军埔村的电商得以迅速发展,带动了当地城镇化和农民致富。

同时,军埔模式也体现了因地制宜、适应本地的特点。发展零售电商需要产业的支撑,当地在纺织、玩具、五金等方面本身就有一定的优势,这为其发展提供了产业基础;另一方面,当地这些传统行业产能过剩,也需要通过网络平台解决销售问题。两方面结合,网店产品能形成优势

势,也带动了当地传统产业的转型升级。

2014年,军埔村电商进入了高速发展阶段。

如今已年逾花甲的军埔村电子商务协会负责人黄作宏告诉记者,当时的军埔村成立了电商培训大联盟,全面铺开了普惠型、精机型、涉外型、实战型四型培训。

“当时的电商培训,开了全国未有之先例。”上述电商办负责人向记者介绍,在政府财政资金的引导下,军埔启动十万电商免费培训,以开放姿态建立培训体系和模式,培育的人才中接近一半是揭阳以外的电商人员。这意味着,军埔在传授互联网经营技能的同时,也吸引了大量外省电商进驻,从而形成领先于周边的电商集聚优势。

据黄作宏向记者回忆,在当时,全国许多省份都派人前往军埔学习电商运营、推广经验。但不久后,物流不够通畅成

为了制约军埔电子商务继续腾飞的掣肘。当时的政府相关负责人,屡次前往几大头部快递企业总部,邀请企业在揭阳设立分拨中心。位于206国道,汕昆高速、揭普惠高速三条重要公路交会点的军埔村,也确实具备建设一个物流分拨中心的区位优势。

目前,在军埔村这么一个粤东小乡村,周边已建设邮政、中通等主要快递公司粤东分拨中心7家,村内入驻快递公司16家,物流企业36家,每天从军埔发出包裹超15万件。快递包裹的单位成本也从5至6元降低至3.7元左右,成本降幅超过25%。随着人才、网络、物流、金融等元素向军埔村加速聚集,军埔村的电子商务发展也驶入了发展的快车道。

到2015年,历经三年的发展,军埔电商进入了蜕变中前行的阶段。

一方面,由于消费者对产品质量、网店品牌等越发关注,军

电商开启了大浪淘沙的过程,品牌知名度较高的电商企业逐步做大做强,不注重发展质量的网店则被逐步淘汰。

另一方面,军埔村先后举办了中国好讲师大赛、电商擂台赛等活动,吸引了来自全国各地的电商从业者入驻落户军埔。许多军埔电商的经营者开始从线上销量、线下主体、品牌建设、供应链产业链支撑、辐射能力提升等多方面齐下手,军埔村电商的发展也实现了从粗放式发展到蜕变期量变再到品牌化质变的过程,实现了“激增-适应-升华”的渐进式发展历程。

而伴随着电商红火所带来的经济发展,军埔村也从物理层面的城镇化,走向了社会层面的城镇化,继而迈向制度层面的城镇化。2016年,军埔村所在的锡场镇正式获批广东省首批“互联网+电商”试点小镇,这标志着军埔电商销售量、区域影响力和产业带动力都迈上了新的台阶。

军埔电商以“民间主动、政府支持、社会协同”模式,从普通的小乡村变为了“最美淘宝村”,通过电商助力乡村振兴,造福广大农民创造新经验,推动农村经济高速发展。

在揭阳,因电商受益的村庄远不止军埔村。据不完全统计,揭阳市共有各类电商经营主体20多万家,到2022年底,全市共培育“中国淘宝镇”38个,“中国淘宝村”181个。先后培育发展普宁国际服装城电商产业园、军埔电商产业园、普宁国际电商城产业园、新亨镇电商产业园、普宁上寮电商园等电子商务园。据第三方监测显示,2022年,揭阳网络零售额409亿元,在全国各地市排第9位、在非珠三角12市中排第2位。

跨境电商的风口。2022年2月,国务院同意设立中国(揭阳)跨境电商综合试验区。同年11月,揭阳市创元供应链管理有限公司在泰国曼谷设立了揭阳首个海外仓,并完成首单出口。截至2022年底,揭阳市培育跨境电商主体18家,实现跨境电商进出口额2.2亿元。

在竞争和挑战中,如何实现市场的全面转型,考验企业乃至一个区域内的自主品牌经营意识。军埔过去小规模、零散式的电商经营模式已经落后于市场的要求,如何打造品牌,创新电商销售成了军埔电商新启程的目標。

迈入后军埔时代,军埔还需不断推进服装等特色产业优化升级,深化军埔电商品牌内涵,打造强势军埔电商品牌。

这个黎明从正午开始的村庄,只有不断创新才能迎来朝阳。

军埔模式,首先是一种适应市场规律、顺势而为的模式。开始是部分外出打工的年轻人回来创业,是一种市场行为。当地政府敏锐觉察并且顺应了这种形势,在适当时机,以适当力度加以推动。由此,军埔村的电商得以迅速发展,带动了当地城镇化和农民致富。

同时,军埔模式也体现了因地制宜、适应本地的特点。发展零售电商需要产业的支撑,当地在纺织、玩具、五金等方面本身就有一定的优势,这为其发展提供了产业基础;另一方面,当地这些传统行业产能过剩,也需要通过网络平台解决销售问题。两方面结合,网店产品能形成优势

势,也带动了当地传统产业的转型升级。

2014年,军埔村电商进入了高速发展阶段。

如今已年逾花甲的军埔村电子商务