

室，李少华谈及自己的履历，从航空业到支付宝再到淘宝旅行、飞猪，虽是不同场景，但在深入研究中国整个县域市场后，发现消费者心智其实是一致的。这让他对现在重点在做的事情充满信心——打造县区政府的“数智化引擎”。

2019年6月1日，由阿里乡村负责的手机淘宝家乡版与手机淘宝标准版完全合版，数据与供应链一起打通，实现“大江入海”。阿里的三大核心战略也升级为内需、高科技和全球化，与国家号召的内外循环战略同频共振。与此同时，阿里乡村事业部升级为阿里巴巴数字乡村与区域经济发展事业部，李少华担任事业部总经理。该事业部除了打造乡村振兴的数字引擎外，还增加了一项使命：帮助产业带和中国工厂数字化升级，一键式接入阿里巴巴数字经济体。

李少华告诉《新民周刊》，过去阿里很多业务在不同维度上对农村做投入，接下来大量业务会在阿

里经济体内协同、融合，聚合阿里经济体的力量，推进乡村振兴。整个县域数字化作为阿里巴巴内需战略面向未来的核心战略规划，将与阿里大电商体系的区域运营结合起来，推动数字乡村发展。

“一个理想的数字乡村，就是填平城乡数字鸿沟。”李少华说。

从万村到千县

2014年阿里启动农村战略，成立阿里乡村事业部时，整个农村电商基础设施非常薄弱，大量品牌商没法与农村市场对接。2014年，阿里乡村通过农村淘宝项目，开始推动整个社会化物流体系到县和进村，在浙江桐庐、临安等地最早设下了第一批网点。经过六年的发展，整个农村环境和市场发生了很大变化。目前，50%以上的镇都有一个或者多个物流末端下去，菜鸟网络更是在接近一千个县构建了独立县仓。

下图：阿里集团副总裁、数字乡村与区域经济发展事业部总经理李少华。

接手阿里乡村后，李少华的主要精力是聚合阿里经济体各业务力量，构建一个城乡双通道的基础设施网络：农产品上行的通路和网货下乡的通路。

目前，阿里在全国有接近1000个县级建仓，直接覆盖接近2000个县的上行和下行的供应链。最明显的一个变化是，2014年，整个淘宝和电商行业的包裹只能到达中国6%到7%的地方。到了今年，这一数字变为了95%到96%；其次，整个淘宝和当地产业的融合，从一个平台发展为一种模式，逐步变成了县域经济发展的一股重要力量。阿里也从一个服务城市消费人群为主的经济体，逐步下沉到县域、乡镇。

阿里经济体进入下沉市场后，如何影响县域政府变得很关键。去年阿里数字乡村事业部组织了乡村振兴县长研修班，分为八期，吸引了全国有700多位县长、县委书记前来分享交流。目前阿里数字乡村事业部已经与全国400个区县建立了多方位合作。

“花大量精力与县域深入沟通，了解他们的需求和痛点很重要。”李少华从中总结了几个方向：90%以上地方政府愿意在数字兴业上做投入，接近40%的政府同时倾向于科学决策投入，但在数字化治理方面，整体相对偏少。数字惠民方面，落地过程比较艰难。

基于此，2018年年底开始，阿里针对数字乡村进行了一些战略调整，重点由“万村”拓展到“千县”，真正做到“千县万村兼修”。这是一个有意思的变化。以往，淘宝村是一种带头人的形式，属于自发生长，但到产业高度和国家战略落地

