



进村刷墙：“互联网+农村”加出活力与梦想

我们经济金字塔的塔基过去是小农经济，然后是打工经济，以后可能就是网络经济、社群经济。当在塔基的人们都能用移动互联网与世界对接，中国一定会更有活力

本报记者王京雪

至少从 1927 年的秋收起义起，中国农村的墙壁上就已经出现了各种标语，后来，有人从全国 68 万个乡村的土墙上读出了时代变迁的意味，把这些刷在田间墙头的文字称作“墙壁上的历史”。

就这点而言，河北省故城县小刘庄村的刘辉一家可以算是“书写过历史”的人。刘家三代都在村里刷墙，最早是政治口号，接着是改革开放、计划生育等政策口号，然后是各色致富标语，到 2000 年左右，刘辉接过爷爷和父亲的班，他刷的是家电、汽车、楼盘广告以及互联网公司的口号与网址。

互联网像改变城市人生活一样，改变着村里人的买卖和娱乐方式，它也改变了一些农村特有的东西。

和自己的祖父辈不同，刘辉现在从一家互联网公司接刷墙任务，在公司网站或 APP 上查看客户的标语范本和想刷的区域，自己准备刷墙材料，有时也支付墙壁租金，根据刷墙任务大小把活儿承包给村民或自己刷。刷完拿手机拍照，上传给公司，客户在线看到照片和效果之后支付费用。

雇他刷墙的互联网公司叫村村乐，号称“中国最大刷墙公司”。在过去 6 年里，这家公司通过互联网打造了一个以村为单位的巨大门户，在全国 68 万个行政村招揽了近 30 万名刘辉这样的农村当地代理人，有订单时，一声令下，这支庞大的生力军就可以刷中国所有村庄的墙”。

从“村友录”到下乡刷墙

“你想想，几千年来，有什么能让全国范围的农民互相发生联系？只有互联网”

2009 年，胡伟在家看孩子时，初次起了创建村村乐的念头。那时，他并没料到这会是自己创业以来最有价值的一个念头，也没想过未来会用它刷墙。

这个时年 33 岁的前联想公司产品经理已经创业 6 年，生意稳定，生活无忧，长居美国，日常主要事务就是看孩子、打球、看项目。

“就像石头缝蹦出来的孙猴子，我突然想，能不能做点跟农民有关的事？我自己是农村出来的，又是学计算机专业的。”胡伟回忆。

他想为中国农民做一个类似 Facebook 和人人网的社区。这类以学校和班级为单位的校友录社区正备受年轻

学生和城市白领欢迎，胡伟想做以村为单位的“村友录”，让农村的村民们也有一个这样的交流平台。

按照当时的村落名录，一个覆盖全国 660521 个村庄的网站很快搭建出来，用户可以按省、市、县、镇(乡)、村的行政区划划分找到自己所在的村庄入驻，胡伟给网站起了个喜庆的名字：“村村乐”。

就像班级有班长、论坛有版主，村村乐也在各村设立了“网络村官”，就是每个村的站长、负责人，由村民自己申请，网站根据活跃度任命。比如刘辉就是小刘庄村的站长。

“那时没想清楚能用这个网站做什么，只是觉得好玩。”胡伟说，“你想想，几千年来，有什么能让全国范围的农民互相发生联系？只有互联网。”

2012 年，一个家电品牌想在农村做调查，了解村民喜欢什么样的电视机。胡伟把调查问卷发给村村乐的一千个“网络村官”，向他们支付费用，由他们各自找本村村民填写问卷。“像这样调查一千个村子，一般做三个月都不一定能做出来，我们只用了一星期就全部提交，而且问卷质量非常高，客户很满意。”

这次调查让他感受到村村乐的价值。农村是熟人社会，本村人办事比外人方便许多，而村村乐在几十万个村子都有自己人，可以发动当地人办当地事。“我们忽然发现，在这个平台上能做的事特别多，当时没有众包的概念，也没有互联网+的说法，互联网+农村更是陌生的主题，但我隐约觉得这件事大有可为，这个网站有很大的商业价值和社会意义。”

2013 年，胡伟回到国内，将村村乐注册为独立公司，开始尝试各种农村推广活动，而刷墙逐渐成为他们最主要的业务。

互联网怎么刷墙？

在各类下乡推广手段中，成本低廉、效果直接又接地气的“刷墙”迅速脱颖而出

家电下乡、汽车下乡、电商下乡……拥有 6 亿人口的广袤农村，正吸引越来越多的商家下乡角逐。据统计，截至 2015 年年底，中国农村网民规模达到 1.95 亿人，其规模增速是城镇的 2 倍。同时，2010 年起，农民人均收入增速连续 6 年超过城镇居民。巨大的消费潜力，令“到农村去！”成为很多传统企业与电商企业共同的选择。

在各类下乡推广手段中，成本低廉、



上图：在河北故城县小刘庄村，刘辉正在刷墙，他现在是村村乐的“刷墙网红”了。

下图：河南省南阳市彭营村，村村乐的二维码被刷上墙。

照片由受访者提供

效果直接又接地气的“刷墙”迅速脱颖而出，从“隔壁的孝子都给爸妈买荣耀 7 啦”到“老乡见老乡，购物去当当”“生活要想好，赶紧上淘宝”，各色商家标语频频出现在中国各地村庄的墙上。

在帮一些客户做过入村调查后，有企业提出，希望村村乐提供农村刷墙服务。对这些企业来说，亲自下乡刷墙，投入成本高，有时还会遭村民阻挠，颇为麻烦。“用互联网下乡刷墙”，这个初看起来天马行空的创意应运而生。

用跟调查一千个村子一样的方式，胡伟通过村村乐网站向客户要刷墙区域内的村庄站长发布任务，由他们认领后在本村进行操作，获取报酬。“能让村民用闲暇时间赚外快，在全国范围内大规模地刷墙，除了我们还有谁能做到呢？”

他发现刷墙是个有很多痛点的传统行业，“做这行的大多是施工队，散乱差。厂商找人刷墙后，第一，你不知道他到底刷了没有，刷得怎么样，因为很难到每个村子里看。第二，你不知道刷的墙能存在多久，可能今天刷好，明天就被别人覆盖。我们就针对这些痛点做改进。”

村村乐的技术团队开发了一个手机 app，站长们在刷墙结束后上传照片，分享实时地理位置和拍照时间，客户选取村庄查看刷墙效果。村村乐的站长还可以在数月后为客户再拍一次刷过的墙，证明这面墙体广告已经存在了几个月，

能够保证宣传效果。

刷墙业务同时受到客户和网站用户的欢迎，“我们去年刷了上千万平米的墙，很多电商，包括地方畜牧局等单位都和我们合作过，现在天天有人找我们刷墙。”胡伟说。

“第一次给村村乐刷墙，我谨慎了些，没做太多，但那次刷下来，6 天时间，除去各种成本，还是赚了三千。”刘辉回忆，2015 年夏天，他和父亲把村村乐自己的广告“全国刷墙，村村乐更强”刷在村里的墙上。

每个 ID 背后都是人

每个人都很有想法，哪怕收入低、地位卑微……他都有自己的梦想。其实农村有很多能人，是这些农民用户推着他们往前走

胡伟打开手机上的村村乐 app，展示用户发的帖子，“很多人都有绝活儿，一些农民画家、书法家作品一点不比人差，还有在上面写歌写小说的。你看，这个人分享了家里种苹果树的故事，他在

里面是有感情的。”

虽然村村乐以“刷墙”闻名，他仍很强调平台最初的社交属性。“核心是人，人一连接，就会发生各种有意义的事情。”

江苏苏北一个养小龙虾的站长，主动联系上海周边村子的村村乐用户，最后找到了自家小龙虾的代理；山东一个站长联系浙江义乌周边的用户，帮他从义乌进货；湖北一个推销施肥机、喷灌机等农机的站长在村村乐上发展了 13 家乡镇渠道加盟商，销售额增长上百万。这位明星站长这样描述自己：“打小出生在农村，内心一直拥有一颗对于新平台、新方向、新思路格外渴望与留意的心，总向往有那么一天能因此收获一个落地的机遇”。

“这个平台最让我感动的是，每个 ID 后面都是一个活生生的人。每个人都很有想法，哪怕收入低、地位卑微，甚至是残疾人，他都有自己的梦想，其实农村有很多能人，我是村里出来的，我知道这点。”胡伟现在每天都在微信、QQ 上跟站长们聊天，“是这些农民用户推着他们往前走”。

他承认村村乐的 1000 万注册用户、30 万农村站长在网站并不总是很活跃，一些村子可能只有一个注册会员，但认为这是由于网站提供的项目还太少。除了刷墙，村村乐也在试水其他项

目。去年，他们跟湖北宜化集团合作，省掉中间环节，以低价从厂家进化肥，由站长直接卖给当地村民，根据销量向他们支付劳务费用。一个月时间，在试点河南省，他们卖出了 1500 多吨化肥，宜化决定继续这一合作。

今年 5 月，化肥龙头企业云南云天化也与村村乐签订合作协议，计划联手打造化肥电商平台。云天化股份有限公司财务总监钟德红说，“2008 年之后，产能过剩问题日益凸显，云天化也一直对‘互联网+’模式跟踪观察。和村村乐合作，最终还是希望实现产品的有效销售。”

利用“刷墙”中积累的合作关系，村村乐也在跟联想、美的等品牌商合作，在农村赶集的日子为品牌商做宣传，把产品以较低的价格卖给农民。

商业之外，“村里有人”的特点也让这个网站被赋予很多使命。例如与地方政府合作，为精准扶贫调研数据和信息；又比如找人，一个台湾老兵在这里找到失联多年的河南老家亲人，颤颤巍巍地手写了一封感谢信。

底层经济的商业模式

“我们充分利用网络把农民组织起来，这种基于移动互联网引导农民创富的模式对农业人口占比大、底层人数多的第三世界国家很有借鉴价值”

今年 3 月，村村乐入选哈佛商学院教学案例，胡伟应邀赴波士顿，为来自 20 多个国家的 80 多名学生演讲，主题是“底层经济的商业模式”。

“他们认为我们充分利用网络把农民组织起来，这种基于移动互联网引导农民创富的模式对农业人口占比大、底层人数多的第三世界国家很有借鉴价值”。

讲座结束，有学生提出想与村村乐合作，在印度尝试这一模式。“我们正在谈这件事。中国发展真的很快，过去都是国外的模式 copy to China，未来，中国的一些模式可能会在世界领先，拷贝到其他国家。”回忆当时的心情，胡伟说。

出生于河南驻马店西平县农村，他仍记得小时候天天听收音机，对外面世界的向往，“很早就从广播里听到美国建信息高速公路的事，印象特别深”；作为村里第一个大学本科生，他也记得，离家读书前，乡里乡亲陆陆续续到家里送鸡蛋的温暖。

离开农村，又回到农村，这个把《平凡的世界》看了 5 遍以上的创业者笃信互联网必将给农村带来更多东西。

“我们经济金字塔的塔基过去是小农经济，然后是打工经济，以后可能就是网络经济、社群经济，虽然科技不可能解决乡村的所有问题，但我相信，当在塔基的人们都能用移动互联网与世界对接，中国会有更活力，农村会更美好。”

毕诗成

当我们到达泰国普吉岛那个犹如渔村一般酒店的时候，已经是夜里 11 点半。一群人饥肠辘辘，放眼望去根本看不到传说中的夜市烧烤，只能一股脑挤进酒店旁边的一个小超市。有人抢购面包，有人抢购方便面，有人迫不及待想尝尝当地特色燕窝，还有人改不了习性想买几瓶啤酒解解乏。等我们站到贴着“可以使用支付宝”的结算台前结账时，问题来了：开始几个人还能顺利结账，拎着大袋小袋兴冲冲地离开了，轮到后面几个人时，收银员却将啤酒没收了回去，怎么都不肯卖。

我们问为什么，服务员指了指墙上“晚上 12 点以后禁止卖酒”的牌子，说这是泰国的法律。我们问前面几个人为什么可以买，服务员指了指墙上的钟表，说我们刚好到 12 点。有人习惯性地拿出在国内遇到此类“不顺”境况时的做法，开始试图游说：我们坐了几个小时飞机好乏力，就两瓶啤酒，能不能通融一下？你看，这个地方这么偏僻，夜深人静，连个

警察都没有，谁会管呢？怕留时间证据的话，我们不要购物小票可不可以？你看刚才买和现在买就差几分钟有什么不同呢，你们别这么僵化嘛？可是，不管我们怎么说，服务员只是憨厚地微笑着，不断地摆手，说“不可以”。

从泰国旅行回来快一个月了，这一幕始终在我脑海中挥之不去，它给我的震撼，比任何一处美景美食都要强烈。我好像头一次感受到时间与法律的刚性——那么小的事儿，那么不起眼的地方，那么普通的便利店收银员，竟然会对一条法律条款那么坚决地遵守。泰国这个国家，确实有很多比我们落后的地方，但起码它在对这条法律条款的尊重上，令我感到肃然起敬。

我们也有很多类似的法律法规，比如未成年人不能进网吧、不能卖烟给未

真的法治，容不下“灵活变通”

成年人，但有不少早已“斗栏关猫”。就在上周，我进一家药店买以往经常会用的肠胃药氟哌酸(学名诺氟沙星)，店员告诉我，这是抗生素类药品，按照最新管理规定是必须有处方才能买。我说，就是做个预防储备药，去哪里开处方呢。店员告诉我，可以到他们的网上门诊，要什么都能在线给开，就是走个流程。我还是嫌麻烦，心想，既然要限制使用，应该有一定的道理，那就不要了吧。可是，当我转身要离开的时候，店员却说：你实在要买的话，我就破例卖给你吧，但我不给你开小票了，你下次来把处方给补上吧。

我没能抵住“诱惑”，配合地把药买了回来。但是，事后对这两次经历的对比，真的让我如鲠在喉：从这些细节，也可以评估法治运行的水准吧。

法治不法治，守法不守法，首先是一

种思维方式。有很多法律条文，是对群体生活的一种约束，对于秩序的一种构建，如果总是“反向思维”，它是百分之百科学、有道理吗？它在每种情况下都是绝对毋庸置疑的吗？它在我这个特殊个体面前能否“拐弯”？这么想下去，总试图以个案个例去推敲论证，总能找到钻空子的理由，也总能找到钻空子的办法。

实际上，我们很多法律经常会遭受到举出极端个案的“反推”，推来推去，总能给自己找点“不以为然”的理由，最后也把法律推得伤痕累累。就拿泰国“12 点之后不能卖酒”来说，如果按照“反推逻辑”拷问：这样的法律能起到多大具体方面的作用？为什么是 12 点，为什么不是 11 点或凌晨 1 点？你一定要问啤酒这么低的度数算不算酒，那些更低度数的果酒、洋酒能不能例外？这法律还能剩下

多少严肃性？而一定要跟卖酒者默契地配合，“变通”地各得其便，相信也完全可以做到。

你不想遵守，还能没有办法？任何法律条文和规章制度，即便再怎么与时俱进，跟民众生活高度契合，也不可能被所有的人真正无条件地理解，这是很现实的情况。但是，“一切法律中最重要、最重要的法律，既不是铭刻在大理石上，也不是铭刻在铜表上，而是铭刻在公民的内心”——如果我们不能从内心深处信仰法律，敬畏法律，就总会以自己的方式和好恶，做各种所谓的“灵活变通”，钻空子，找漏洞。结果，想遵守的就遵守，不想遵守的就找借口不遵守，给自己创造了便利，却让法治精神沦为空中楼阁。

法治，首先是一种思维方式。在法律讨论环节，可以充分参与；一旦进入执行环

节，就需要有应有的刚性。执法细节真的不分大小，如果觉得有几个未成年人进网吧不是什么问题，觉得熟人闯红灯或违章乱停车可以放过，一个个小处的消解，就会让更多法律条款沦为儿戏。大家相信法治的价值，才可能释放出它的价值；大家蔑视法治的价值，冲刷来冲刷去，它就会严重贬值，价值无存。

法治是一种信仰，需要内化为精神追求，外化为行为习惯，这注定是一个漫长且顽固的过程。即便我这个自诩为遵纪守法的“良民”，偶尔也会以一种习惯性的思维方式，去打破它的刚性，实在惭愧。只有更多的人逐步改变对于法治给自己造成“不便利”的情绪抵触，敬畏它的刚性，不以“找茬”的反向思维与其“碰瓷”，法治才可以获得更多的力量。这是我个人的反省，也希望得到更多人的认同。

以这样的态度，回头再看我们身边很多被“合谋架空”的法律规章，到底是法律“有病”，还是你我他的思维方式“有病”？