

# 2020阿里农产品电商报告

阿里研究院  
浙江大学中国农村发展研究院

2020年7月

---

# 目录

---

**01** 2019年农产品电商发展现状

**02** 疫情期间阿里助农相关措施

**03** 数字农业新基建助力农产品上行

**04** 农产品电商发展未来趋势

**05** 农产品电商发展建议



Part.01

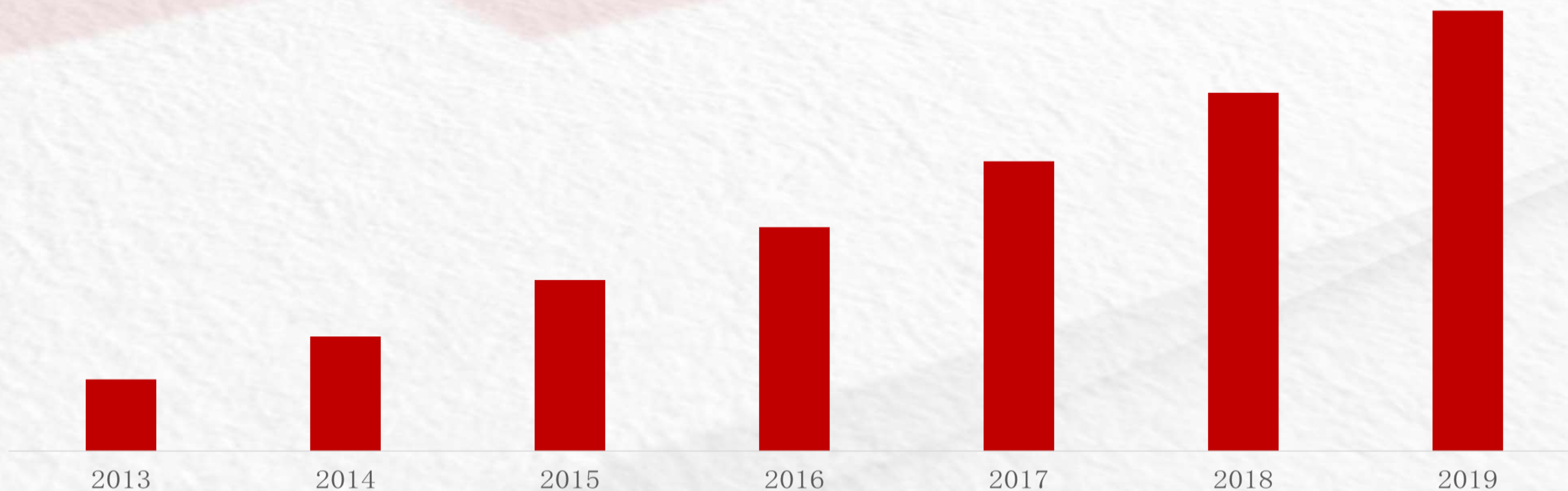
# 2019年农产品电商发展现状

—



# ≡ 2019年，阿里平台农产品交易额2000亿元，稳居国内最大农产品电商平台

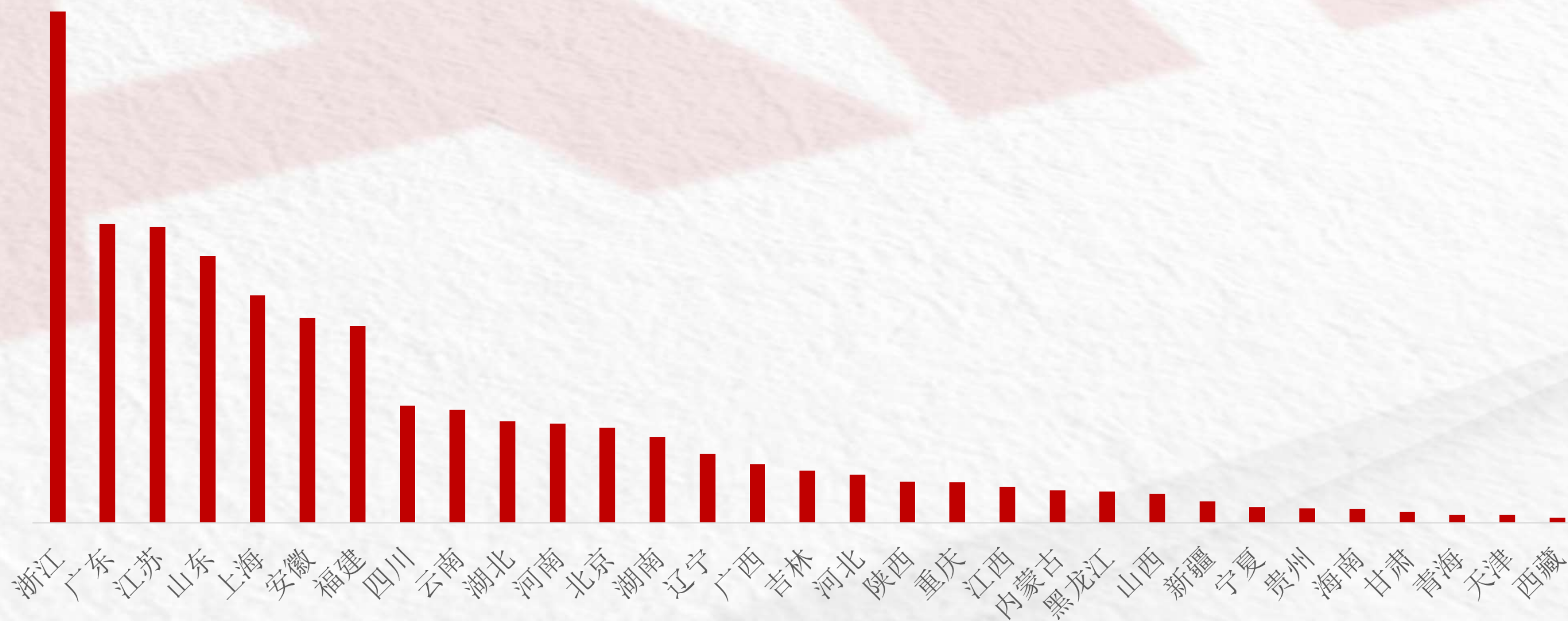
- ◆据农业农村部发布的《2019全国县域数字农业农村电子商务发展报告》，2018年天猫、淘宝为农产品上行主渠道，二者市场份额约75%。
- ◆据《2020全国县域数字农业农村电子商务发展报告》，2019年，县域农产品网络零售额为2693.1亿元，阿里平台市场份额占比遥遥领先。





# ≡ 全国农产品电商地区差异大

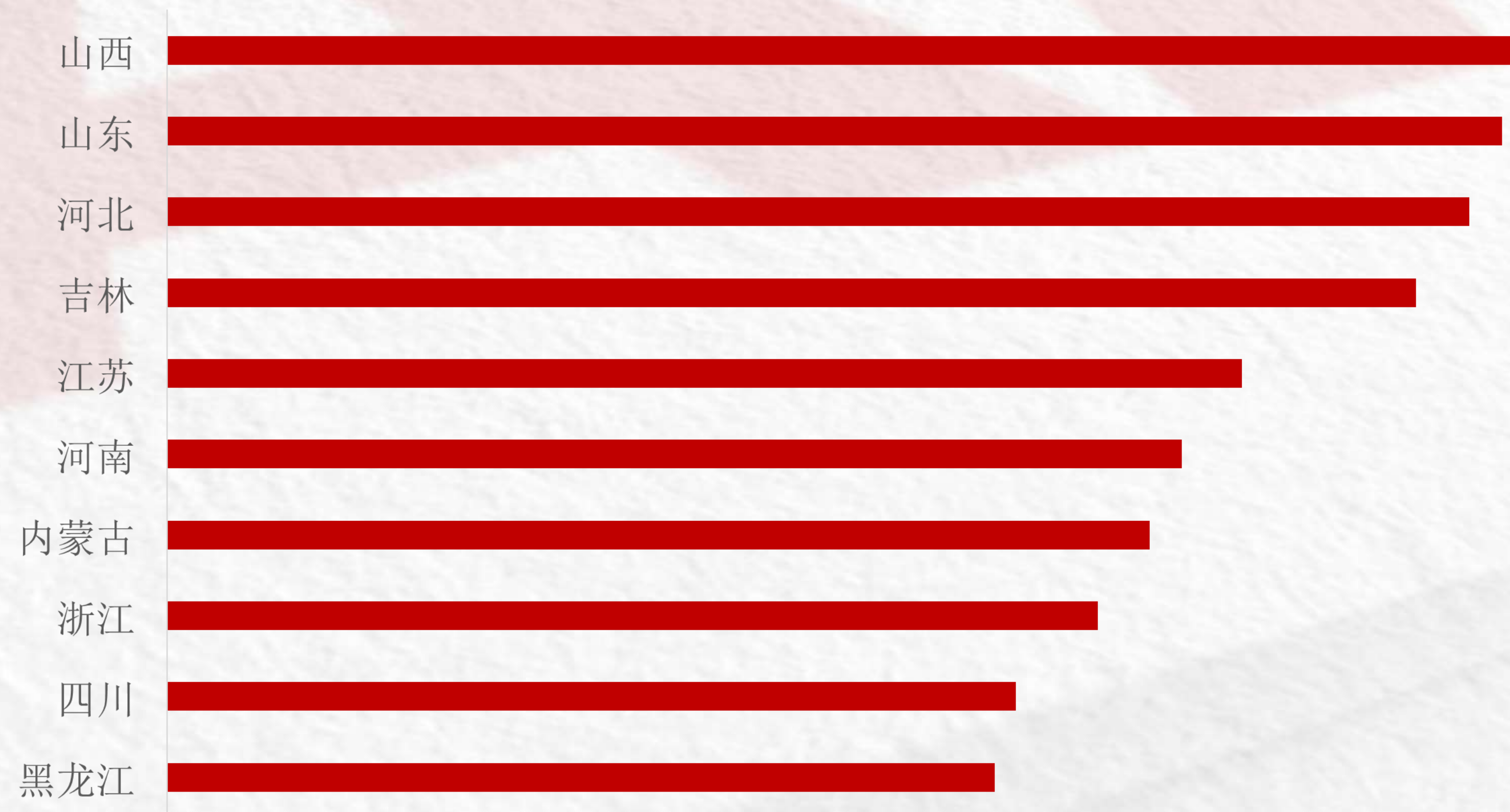
- ◆ 农产品电商销售额TOP10分别为浙江、广东、江苏、山东、上海、安徽、福建、四川、云南、湖北
- ◆ 浙江遥遥领先，中部、西部地区各有2个省跻身前十





## ≡ 全国农产品电商总体发展迅猛

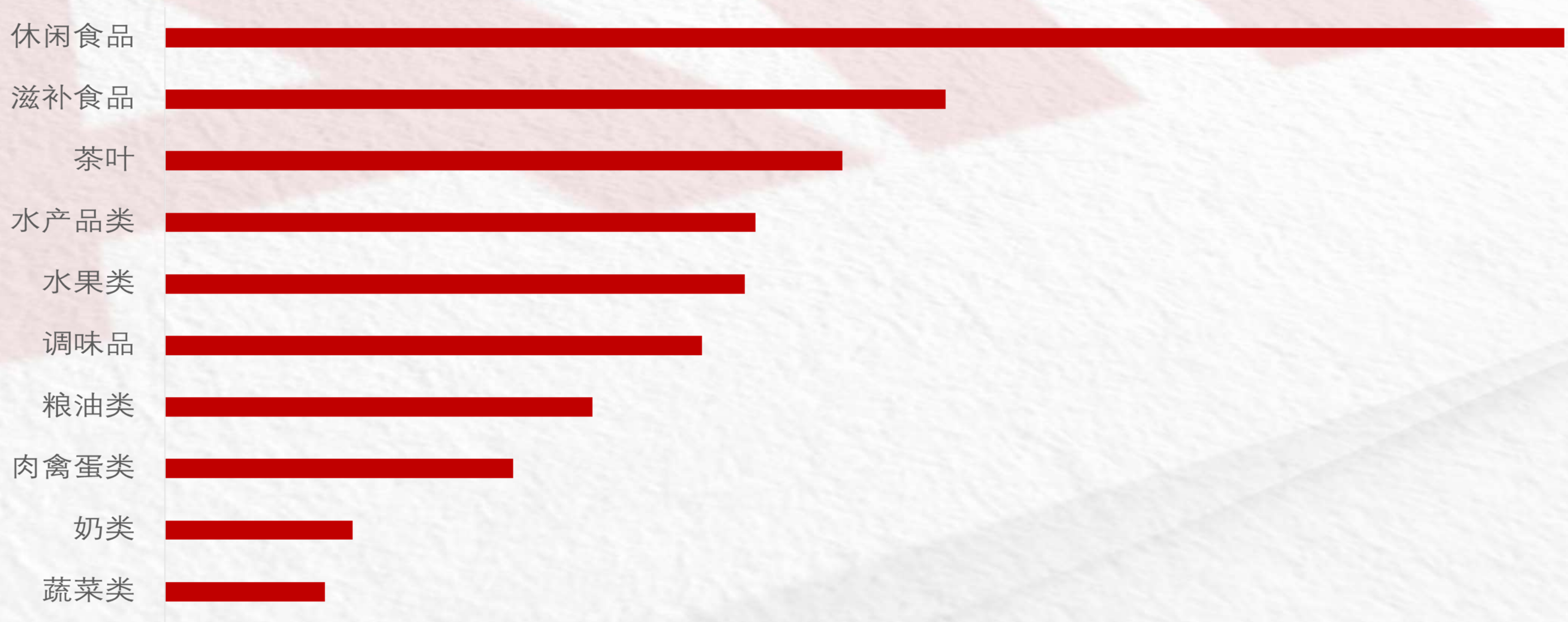
- ◆ 浙江、江苏、山东、四川4省位居总量和增速前十
- ◆ 农产品电商增幅TOP10分别为山西、山东、河北、吉林、江苏、河南、内蒙古、浙江、四川、黑龙江
- ◆ 山西、山东、河北、吉林4省发展最快，增幅超过40%





# ≡ 休闲食品、滋补食品稳居前二

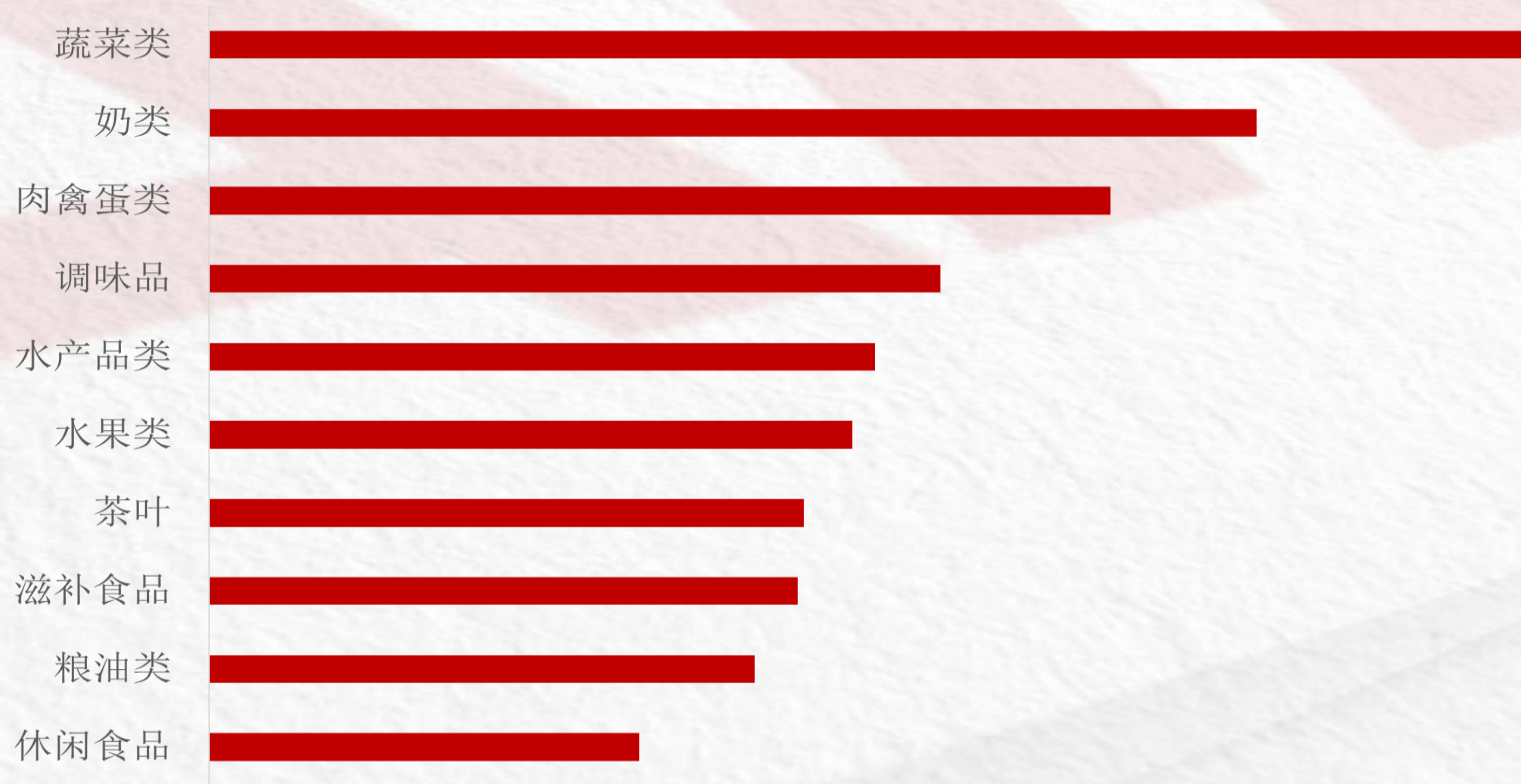
- ◆ 品类销售额TOP10分别为休闲食品、滋补食品、茶叶、水产品、水果、调味品、粮油、肉禽蛋、奶类、蔬菜
- ◆ 水果品类中，丰县苹果在苹果品类中排名第一，赣州脐橙最受脐橙购买者青睐，烟台樱桃占樱桃市场总量的30%





# 蔬菜、奶类、肉禽蛋增速显著，均在30%以上

◆ 品类销售额增速TOP10分别为蔬菜、奶类、肉禽蛋、调味品、水产品、水果、茶叶、滋补食品、粮油、休闲食品





# 农产品电商销售50强县（一）

排名	县	市	省份	特色产品	排名	县	市	省份	特色产品
1	沭阳县	宿迁市	江苏	花卉、绿植、多肉	13	长葛市	许昌市	河南	蜂产品
2	安溪县	泉州市	福建	茶（铁观音、金骏眉）	14	新沂市	徐州市	江苏	果树、核桃仁
3	栖霞市	烟台市	山东	水果（苹果）	15	义乌市	金华市	浙江	滋补品、肉干
4	临安区	杭州市	浙江	坚果（山核桃）	16	北流市	玉林市	广西	水果（百香果）
5	丰县	徐州市	江苏	水果（苹果）	17	砀山县	宿州市	安徽	水果罐头、水果（桃、梨）
6	武义县	金华市	浙江	茶（花果茶）	18	平邑县	临沂市	山东	果树
7	武夷山市	南平市	福建	茶（大红袍、金骏眉）	19	蒲江县	成都市	四川	水果（桔子、猕猴桃）
8	赣榆区	连云港市	江苏	水产品	20	龙海市	漳州市	福建	多肉、绿植
9	兴化市	泰州市	江苏	调味品	21	邳州市	徐州市	江苏	茶（花果茶）
10	福鼎市	宁德市	福建	茶（白茶）	22	东阿县	聊城市	山东	滋补品（阿胶）
11	寿光市	潍坊市	山东	家庭园艺种子	23	浏阳市	长沙市	湖南	豆制品
12	文山市	文山州	云南	滋补品（三七）	24	海阳市	烟台市	山东	水产品（虾）、水果（樱桃）

注：根据中国县域统计年鉴数据，剔除非产销合一的县市。



# 农产品电商销售50强县（二）

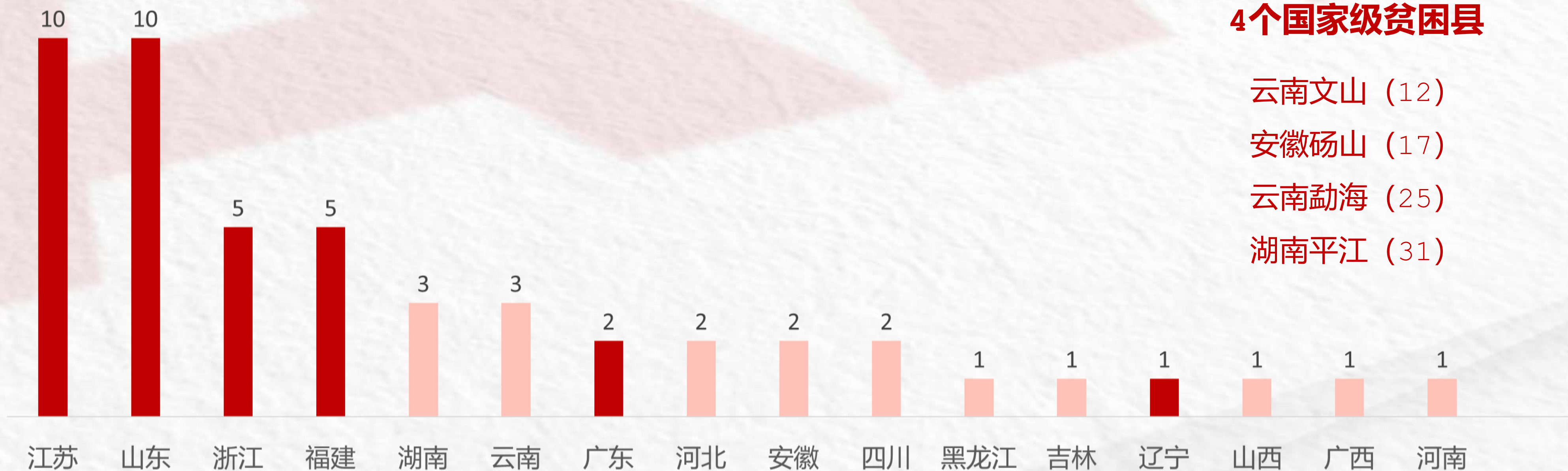
排名	县	市	省份	特色产品	排名	县	市	省份	特色产品
25	勐海县	西双版纳州	云南	茶（普洱）	38	饶平县	潮州市	广东	茶叶（凤凰单丛）
26	安国市	保定市	河北	滋补品（药食同源）	39	靖江市	泰州市	江苏	猪肉制品
27	古田县	宁德市	福建	食用菌（银耳、白木耳）	40	沧县	沧州市	河北	枣制品
28	抚松县	白山市	吉林	滋补品（人参、山参）	41	滕州市	枣庄市	山东	调味品
29	东坡区	眉山市	四川	泡菜、水果（脐橙）	42	高邮市	扬州市	江苏	肉禽蛋（咸鸭蛋）
30	五常市	哈尔滨市	黑龙江	粮油（大米）	43	沛县	徐州市	江苏	滋补品（养生茶）
31	平江县	岳阳市	湖南	豆制品（豆腐干）	44	东港市	丹东市	辽宁	水果（草莓）
32	常熟市	苏州市	江苏	水产品（大闸蟹）	45	歙县	黄山市	安徽	茶叶
33	郯城县	临沂市	山东	坚果（花生）	46	桐乡市	嘉兴市	浙江	茶叶
34	长沙县	长沙市	湖南	坚果炒货（瓜子）	47	蒙自市	红河州	云南	水果（石榴、枇杷）
35	临猗县	运城市	山西	水果（苹果）	48	青州市	潍坊市	山东	多肉
36	龙口市	烟台市	山东	水果（苹果）、水产品	49	胶州市	青岛市	山东	水产品（虾、海参）
37	普宁市	揭阳市	广东	梅类制品	50	安吉县	湖州市	浙江	茶叶（安吉白茶）

注：根据中国县域统计年鉴数据，剔除非产销合一的县市。



# 农产品电商销售50强县：东部66%、中西部34%

- ◆ 排名前六位的省份分别为江苏、山东、浙江、福建、湖南、云南
- ◆ 江苏、山东各以10个并列第一
- ◆ 4个国家级贫困县进入榜单，其中云南占了2个



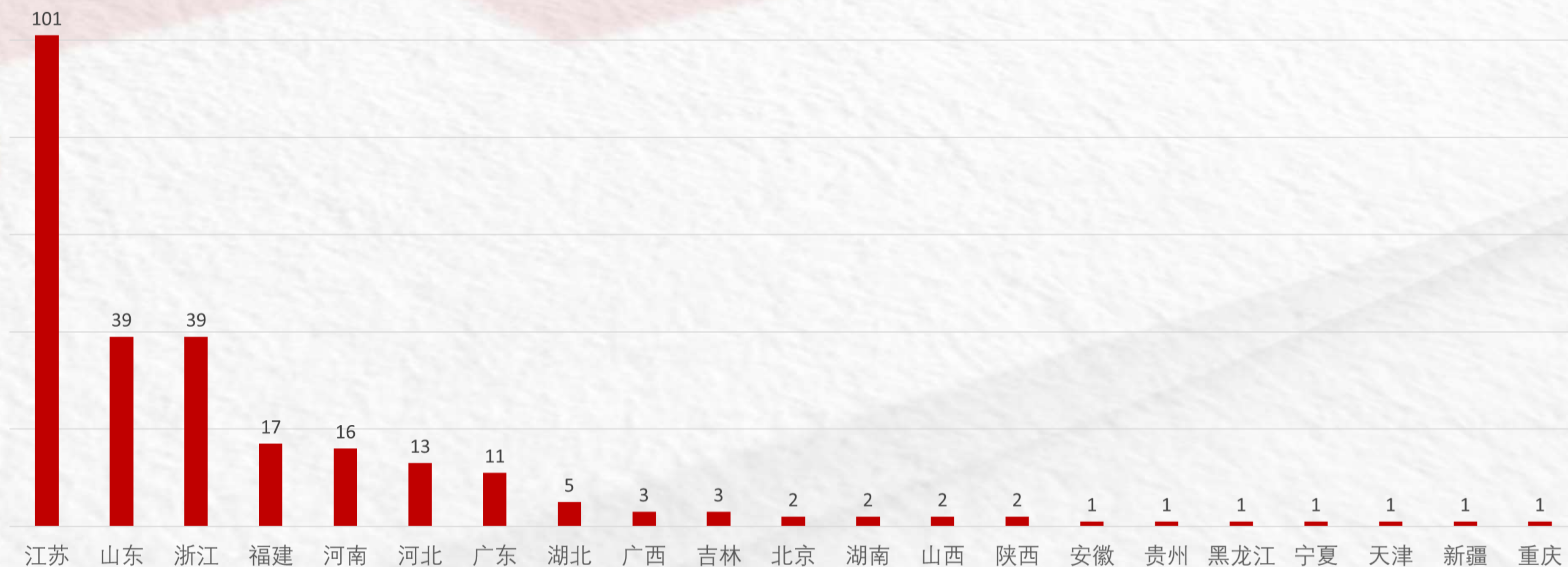
## 4个国家级贫困县

- 云南文山 (12)
- 安徽砀山 (17)
- 云南勐海 (25)
- 湖南平江 (31)



# 以农产品销售为主的淘宝村有262个

- ◆ 江苏、山东、浙江、福建、河南位居前五
- ◆ 江苏沭阳有62个农产品淘宝村，以绿植花卉销售为主
- ◆ 浙江临安有14个，以当地生产山核桃等坚果销售为主
- ◆ 福建安溪有3个，以茶叶销售为主
- ◆ 江苏赣榆有3个，以销售水产品为主





# 三 贫困县农产品电商发展迅猛，前十强县销售额超过18亿元

- ◆ 云南、安徽、江西各2个，湖南、西藏、重庆、河北各1个
- ◆ 产品地域特征显著，比如文山三七，砀山梨、桃罐头，勐海普洱，横峰绿茶等

排名	县	省份	特色产品
1	文山市	云南省	三七、石斛、天麻、西洋参
2	砀山县	安徽省	水果罐头、桃、梨、苹果
3	勐海县	云南省	普洱、滇红、石斛、白茶
4	平江县	湖南省	豆腐干、鸭肉零食、即食鱼零食
5	拉萨市城关区	西藏自治区	牛肉、冬虫夏草、藏红花
6	横峰县	江西省	花果茶
7	遂川县	江西省	腊肉、橙、绿植、绿茶
8	舒城县	安徽省	喜蛋、腊肉、猪肉、绿茶
9	秀山土家族苗族自治县	重庆市	火锅调料、豆腐干、榨菜、夏威夷果
10	涞水县	河北省	杂粮、面粉、杏仁、巴旦木



# 广东农产品电商消费位居全国第一

- ◆ 广东、浙江、江苏、山东、上海位列前五
- ◆ 农产品线上消费增势迅猛，绝大多数省份增幅在15%以上
- ◆ 广西、内蒙古等中西部地区增幅远高于东部地区，广西增速达35%





Part.02

# 疫情期间阿里助农相关措施

—

# 2



# 三 “爱心助农计划”——为了农民兄弟

- ◆ 2月6日，阿里巴巴率先发起爱心助农计划，推出“爱心助农专线”、在淘宝上推出农产品特卖系列专区、增加对核心产地农产品的集中采购、加大对农产品绿色物流专线投入力度、降低农产品在平台的销售成本、帮助涉农商家免费开通淘宝直播、推动原产地农产品标准化等10项措施，帮助滞销农产品打开销路。
- ◆ 淘宝为国家级贫困县专门开设“土货鲜食”一级入口，疫情以来先后发起“暖春守‘胃’战”、县长直播等专场。兴农脱贫项目已覆盖全国707个贫困县。
- ◆ 截至4月25日，淘宝天猫累计为全国农民售出超过25万吨滞销农产品。



豌豆新鲜云南高原带壳青豆角脆甜水果豌豆英现摘现发蔬菜净重5斤  
现货直发 20年新鲜豌豆

价格 ¥ 69.00  
促销价 **¥ 25.80** 优惠活动  
本店活动 满25.8元减5元 [更多优惠](#)

运费 云南昆明 至 杭州上城区 快递: 0.00

月销量 **2.0万+** | 累计评价 **13189** | 送天猫积分 **12**

版本  豌豆新鲜5斤  蚕豆新鲜5斤  荷兰豆新鲜5斤  四季豆新鲜5斤  
 豌豆新鲜3斤  毛豆新鲜5斤

数量  件 库存25282件

[立即购买](#) [加入购物车](#)

服务承诺 不支持七天无理由退换 坏单包退 正品保证 支付方式

极速退款

云南豌豆单月销售超150万斤



## 三 “春雷计划2020”——科技助农兴农

◆ “春雷计划2020”：充分利用阿里巴巴20年来沉淀的商业力量和技术力量，通过一系列硬核举措，创造新供给、激发新需求、促进新贸易，同时全力推动面向数字经济时代的新型基础设施建设，用一切必要行动帮助中小企业共渡难关。



- 为实现智慧网络助农兴农，将在全国建设1000个阿里巴巴数字农业基地；
- 深入原产地直采，推广原产地农产品品牌，组织产地溯源直播；
- 启动农产品城市合作计划。



# “网商银行无接触贷款”——助力农户复工复产

## 目标：加速覆盖，用数字普惠金融助力乡村振兴

1. 网商银行是由蚂蚁金服发起设立的首批民营银行，于2015年6月25日正式开业。为破解金融供给侧“最后一公里”难题，网商银行自主研发县域普惠金融、产业金融产品，服务县域涉农居民。
2. 今年3月，全国工商联与网商银行等发起“无接触贷款助微计划”，联合数百家金融机构、县域政府及品牌企业，全力支持全国约1000万家小微企业、个体经营者及农户有序复工复产及疫情之后的再生产；分批次向多城发放免息券，全力支持复工复产。
3. 网商银行“亿亩田”项目上线，将对合作社、家庭农场、新型职业农民、大田种植户等群体专项提额。

**全国工商联与网商银行等发起“无接触贷款助微计划”**

发布日期：2020-03-05    信息来源：经济部    【打印】    分享到：

复工就是稳就业，复产就是稳经济。为进一步帮助全国小微企业、个体经营者及农户有序复工复产，在前期推广“无接触贷款”以缓解小微企业经营困难的基础上，全国工商联进一步会同中国个体劳动者协会、中国银行业协会、中国商业联合会、中国物流与采购联合会、中国汽车流通协会，与互联网民营银行网商银行共同发起“无接触贷款助微计划”（下称“助微计划”，详情见附件《“无接触贷款”助微十大举措》）。助微计划将联合全国数百家金融机构、县域政府及品牌企业，在半年内，全力支持全国约1000万家小微企业、个体经营者及农户有序复工复产及疫情之后的扩大生产。

### 「无接触贷款」助微计划正式发起

**100+银行 100+企业 100+市县政府集结!**

3月伊始，冬去春来。千万小微正在打响一场经济仗。

全国工商联会同多家行业协会，与网商银行等共同发起「无接触贷款」助微计划，300+合作伙伴迅速集结加入。该计划将通过十大举措，助力1000万小微，半年内打赢经济仗!

**参与发起计划的行业协会与平台**

中国银行业协会	中国物流与采购联合会
中国个体劳动者协会	国家交通运输部公共信息平台
中国商业联合会	中国汽车流通协会

**响应计划的100+银行与金融机构**

国家开发银行	江西银行	安徽当涂村镇银行
中国农业发展银行	潍坊银行	安徽和县村镇银行
中国进出口银行浙江省分行	烟台银行	安徽郎溪村镇银行
交通银行	青岛银行	北京平谷村镇银行
邮储银行	重庆银行	沧州海兴村镇银行
工商银行浙江省分行	汉口银行	沧州盐山村镇银行
农业银行浙江省分行	温州银行	大厂回族自治县村镇银行
中国银行浙江省分行	浙江稠州商业银行	东莞常平村镇银行
建设银行浙江省分行	四川天府银行	佛山南海村镇银行
中信银行	平顶山银行	广州番禺村镇银行
光大银行	辽阳银行	江门新会村镇银行
民生银行	朝阳银行	江西兴国村镇银行
华夏银行	湖州银行	兰州皋兰村镇银行
平安银行	日照银行	兰州七里河村镇银行
广发银行	乌海银行	兰州永登村镇银行
浦发银行上海分行	云南红塔银行	山东博兴村镇银行
兴业银行济南分行	富滇银行	深圳龙华村镇银行
北京银行	威海银行济南分行	天津静海村镇银行
上海银行	天津金城银行	铜川耀州村镇银行
江苏银行	上海华瑞银行	望江村镇银行

### 「无接触贷款」助微计划正式发起

**十大举措出炉!**

3月伊始，冬去春来。千万小微正在打响一场经济仗。

全国工商联会同多家行业协会，与网商银行等共同发起「无接触贷款」助微计划，300+合作伙伴迅速集结加入。该计划将通过十大举措，助力1000万小微，半年内打赢经济仗!

- 1、无接触贷款×电商**  
符合条件的650万淘宝商家都可以在发货后，申请提前收款，网商银行将至少垫资500亿支付货款。消费者继续享受支付宝担保交易的安全体验。3月底前，商家无需支付任何费用，资金成本由网商银行全额承担。
- 2、无接触贷款×餐饮**  
为七成以上外卖店铺提供贷款额度，支持餐饮店铺通过外卖方式拓展收入；与各大连锁餐饮品牌合作，为开设新店的加盟商提高贷款额度，平均提升3倍。
- 3、无接触贷款×快消**  
与快消品牌合作，让他们下游的中小经销商，获得贷款的概率从平均30%提升到70%，加速消费品进货和销售回暖，3月底前，15天利息全额免除。
- 4、无接触贷款×物流**  
联合国家物流平台，携手50+网络货运平台，为物流公司找运力、找货源。6月底前，为中小物流公司提供100亿专项额度，助力物流运输回暖；为抗击疫情提供运输服务的物流企业，湖北地区的快递加盟网点，贷款利率下调20%。
- 5、无接触贷款×司机**  
联合头部汽车厂商，为卡车司机提供专项经营贷额度，助力司机复工，确保运力通畅。在指定主机厂分期购车的司机，提供平均每户超过1万元的利息补贴。
- 6、无接触贷款×农业**  
助力春耕，不误农时，为符合条件的种植大户提供最高100万元的无接触贷款，种植大户通过真实土地流转信息、作物信息等进行线上申请。



## 三 阿里助力湖北农产品销往全国

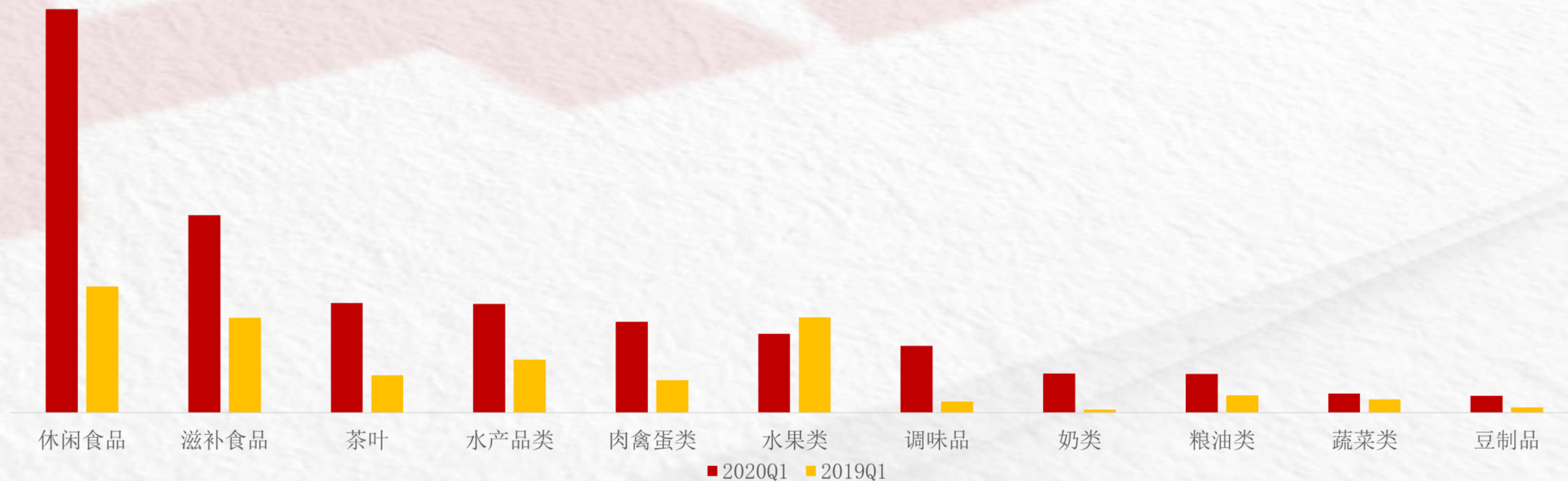
- ◆ 疫情期间，借助阿里渠道联动，推广湖北农产品超过550种，第一季度线上交易金额达到10亿元。
- ◆ 3月2日，疫情以来的首单大宗秭归脐橙，通过阿里巴巴紧急打造的数字供应链运出湖北发往全国。
- ◆ 3月31日，淘宝上线“湖北加油”专区，2020年将销售120万吨湖北农产品。
- ◆ 4月1日，阿里巴巴宣布，旗下盒马事业群、数字农业事业部牵头，从湖北采购价值10亿元的小龙虾。





# 淘宝直播成为农产品上行重要抓手

- ◆ 2020年一季度，农产品直播销量比上年同期增长1.4倍
- ◆ 休闲食品、滋补食品、茶叶、水产品类、肉禽蛋类位列前五
- ◆ 奶类销量井喷式增长，比上年同期增长11倍，调味品增长5倍，休闲食品增长2.2倍，茶叶、豆制品增长2倍





# 案例：小木耳 大产业



- ◆ 柞水木耳，以其质地脆嫩、个大肉厚、味道鲜美、营养丰富而驰名，是柞水县名优土特产、科技部定点帮扶地区特色产品和国家地理标志产品。2019年，全县发展木耳产业7500万袋，产量3500吨，产值2.25亿元，成为带动当地村民脱贫致富的重要产业。
- ◆ 2020年4月21日，柞水木耳成了最火商品。当天晚上，2000万网友冲进淘宝，3个淘宝直播间同时开售，24吨木耳单品秒光，累计销售金额300万元，相当于柞水县去年全网4个月的线上销量。



Part.03

# 数字农业新基建助力农产品上行

—

# 3



# 实现由农业大国向数字农业大国的转变，迫切需要数字农业新基建

- ◆ 农产品上行不仅仅是电商销售，而是需要从生产、加工、物流、销售、金融等方面实现全链路贯通，在满足消费者吃得饱的基础上，更好地满足吃得新鲜、吃得安全、吃得放心、吃得便捷、吃得个性化的要求。
- ◆ 2019年以来，阿里在集团层面设立农业办公室，统筹由淘宝、天猫等20多个业务构成的数字助农网络，从技术、金融、物流、销售等方面打造数字农业的新基础设施，形成淘宝直播、盒马鲜生、盒马村等数字农业新业态，实现“新农业+新零售”的有机结合，有效链接小农户与消费者，让农户直接参与利润的分配，让城市消费者获得鲜美、安全、放心的农产品。



## 数字农业新基建

- 数字化生产
- 数字化物流
- 数字化销售
- 数字化金融



## 数字农业新业态

- 村播计划
- 盒马鲜生
- 盒马村



# 数字化生产：让农业插上科技的翅膀



“新零售+新农业”的新样本——崇明翠冠梨

◆ 数字农业基地：通过农业生产资料、生产过程数字化，实现生产端标准化种植，并对基地的种植主体及经营主体给予蜂耘农商的认证，溯源管理，从而达成产销线上平台式对接，输送优质的数字化农产品供给消费端的目标。



蜂耘农商  
产-供-销数字化联动

- ◆ 位于崇明区的翠冠梨数字农业基地，占地面积160亩，有多项高科技加持。农民只要操作手机，就能让无人机起飞植保，无人值守田园机器人可以去垄沟里撒药，水肥一体化设施自动配液，挥汗如雨。
- ◆ 基地种出的高品质翠冠梨，直供盒马门店和盒马天猫旗舰店，既解放农民的劳动力，同时借助基地直供缩短销售链路，亩产值提升约10%，带动农民增收。



# 三 数字化物流：农产品物流服务的效率提升和成本降低

- ◆ 过去五年，菜鸟网络已覆盖中国29个省份900个县，建立了3万多个村级物流站点。
- ◆ 2019年菜鸟乡村启动以“快递共配+农货上行”为主要内容的农村快递物流智慧共配项目，通过向县域快递企业提供技术、管理、商业解决方案，推动农村快递共配降本提效，探索网点商业化、农货上行，造福农村消费者。
- ◆ 2019年一个夏天，光广西火龙果就运了500多吨、云南石榴运了180吨，满足城里人的“水果自由”，也助力老乡增收。



CAI  
NIAO 菜鸟

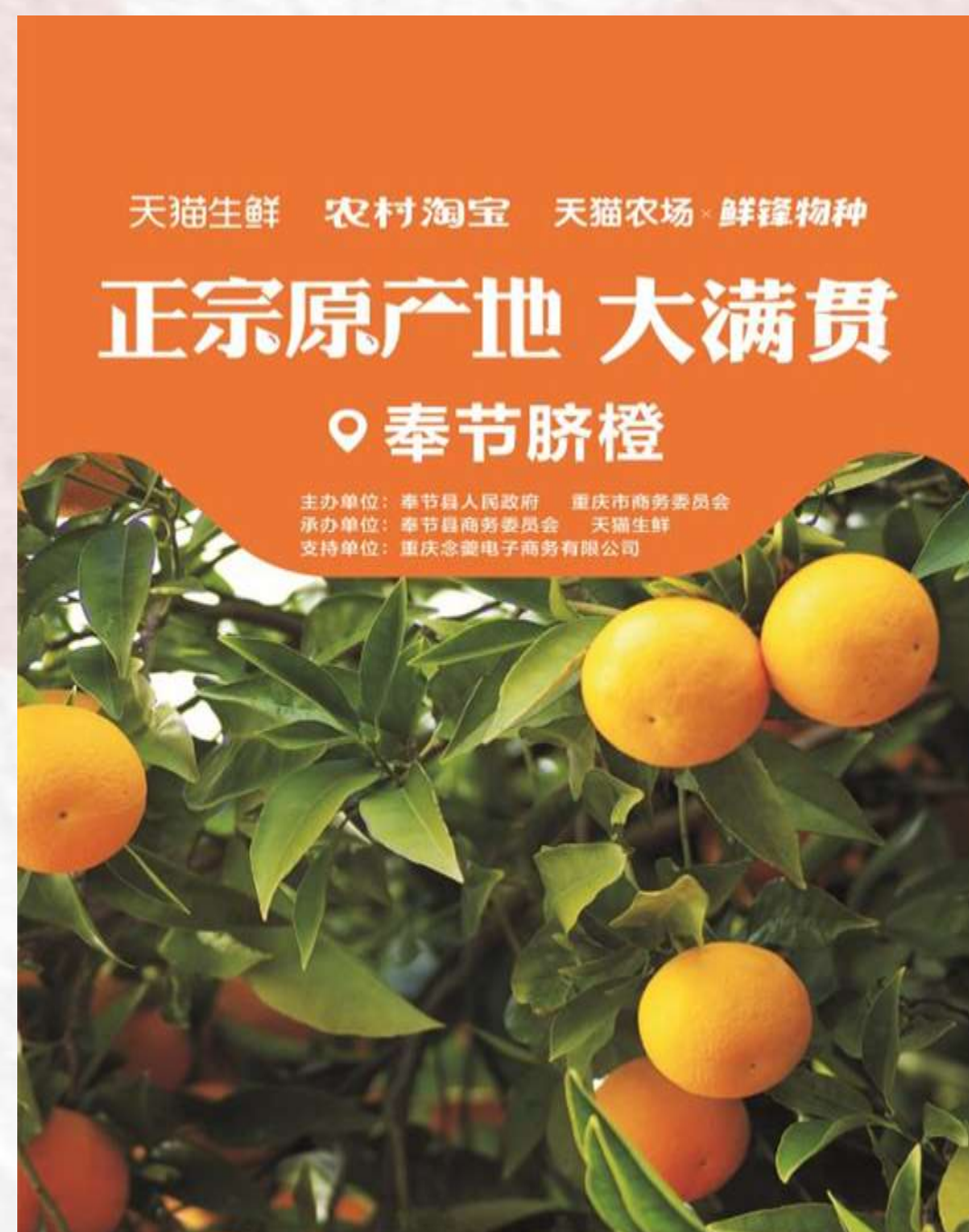
“送包裹”变“产包裹”  
小农户对接大市场

**未来一年，菜鸟将开通1000条以上农产品上行“高速公路”，提速农产品揽收首公里、优先发货等“绿色通道”，让优质农产品走出大山、美名远扬。**



# 三 数字化销售：以销定产，驱动农业产业链的数字化升级

借助天猫、聚划算、盒马、大润发、零售通、天猫优品等线上、线下渠道，实现农产品全渠道销售布局。淘宝直播等新模式的兴起，也对农产品销售起到了很好的促进作用。



- ◆ 奉节有两千多年的柑橘类水果种植历史。奉节脐橙脆而易剥、无核少络、汁多爽口、余味清香。自2015年起，依托阿里经济体，奉节脐橙卖爆全网。去年以来，阿里数字农业事业部启动数字基地脐橙“密集销售计划”——通过天猫农场、淘乡甜、聚划算、盒马、产地量贩、直播等渠道，让全国消费者品尝“数字”水果，帮果农脱贫致富。所谓“数字”水果，就是数据可量化，就脐橙本身，单果重185-250克，可食部分占72%，一颗橙至少50%的重量可以榨出果汁。4年来，奉节脐橙在阿里平台的销售量增长了20倍，活跃经营商家数量增长了4倍，年复合增长率超过100%。



# 数字化金融：县域普惠金融助力解决农产品生产资金缺口

网商银行创新开展县域普惠金融业务，提供更便利农民、更贴合农村的信贷服务。



在线化、数据化



无抵押、免担保



快速获贷、随借随还

- ◆ 提供“310”的客户体验，即农户3分钟申请，1秒钟放贷，全程0人工干预。  
提供按日计息、随借随还的计息方式，满足农户季节性资金需求。
- ◆ 截至2019年底，网商银行和497个县域达成战略合作，其中包含146个贫困县，在这些战略合作的县域里，涉农贷款服务的用户数达到344万。



# 直播带货成为农产品营销新形态

2019年农产品直播成交量TOP10分别为辽宁庄河（水产品）、浙江武义（花果茶）、内蒙古多伦（肉干肉脯）、吉林抚松（滋补食品）、宁夏中宁（枸杞）、山西万荣（水果）、湖北仙桃（肉干肉脯）、云南勐海（普洱）、福建安溪（铁观音）、福建福鼎（白茶）。



## 村播计划

- ◆ 2019年1月，淘宝正式启动面向农村地区、特别是贫困地区的“村播计划”，通过UGC（个人）和PGC（栏目）的结合，既有个人主播的单点突破，也有“县长来了”“丰收节”“村播日”等IP栏目互为补益。
- ◆ 2019年，淘宝直播村播计划与12个省份深度合作，通过政府引导，定点培育培养超过6万新农人，带动25万就业，带动贫困县农产品上行1.6多亿元，全年的直播间农产品总成交超过60亿元。

## “县长来了”直播

- ◆ 自2018年下半年开始，“县长扎堆玩直播”成为新趋势。
- ◆ 2019年，全国超过100位县长走进村播直播间，帮助地方农产品站台打CALL，成为地域产品代言人。
- ◆ 多位县长成为“网红”，被网友调侃为“被县长耽误的金牌销售”。
- ◆ 安徽砀山县副县长朱明春在4次网络直播中卖出砀山梨膏和砀山油桃近3万件，销售金额高达257万元。



# 盒马鲜生：数字农业新业态



盒马基地直采

—重构生鲜供应链，助力区域农产品升级



上海首家盒马村，无人值守果园机器人



## 订单农业

打破农产品非市场化种植计划，更顺应市场和消费者需求变化促进农民增加就业，增加收入



## 供应链解决方案

不同品类采用相应、最佳供应链解决方案  
冷链物流，即时配送



## 品牌化

日日鲜、0系列、帝皇鲜、树上熟系列等品牌进一步升级，并助力盒马自有品牌

- ◆ 盒马村是指根据订单为盒马种植农产品的村庄，是阿里巴巴数字农业基地的典型代表，也是数字农业发展的新样本。
- ◆ 全国首个盒马村，出现在四川省丹巴县八科村，随后这种模式迅速被多地复制，在全国生长。
- ◆ 2020年4月17日，盒马百亿产业基地正式落户上海浦东。上海宣布，在浦东新区航头镇与盒马共建一批盒马村。围绕盒马鲜生产业基地，构建从数字化农业基地，到生鲜产业基地，再到盒马新零售门店的全链路数字化农产品供应链体系。



Part.04

# 农产品电商发展未来趋势

—

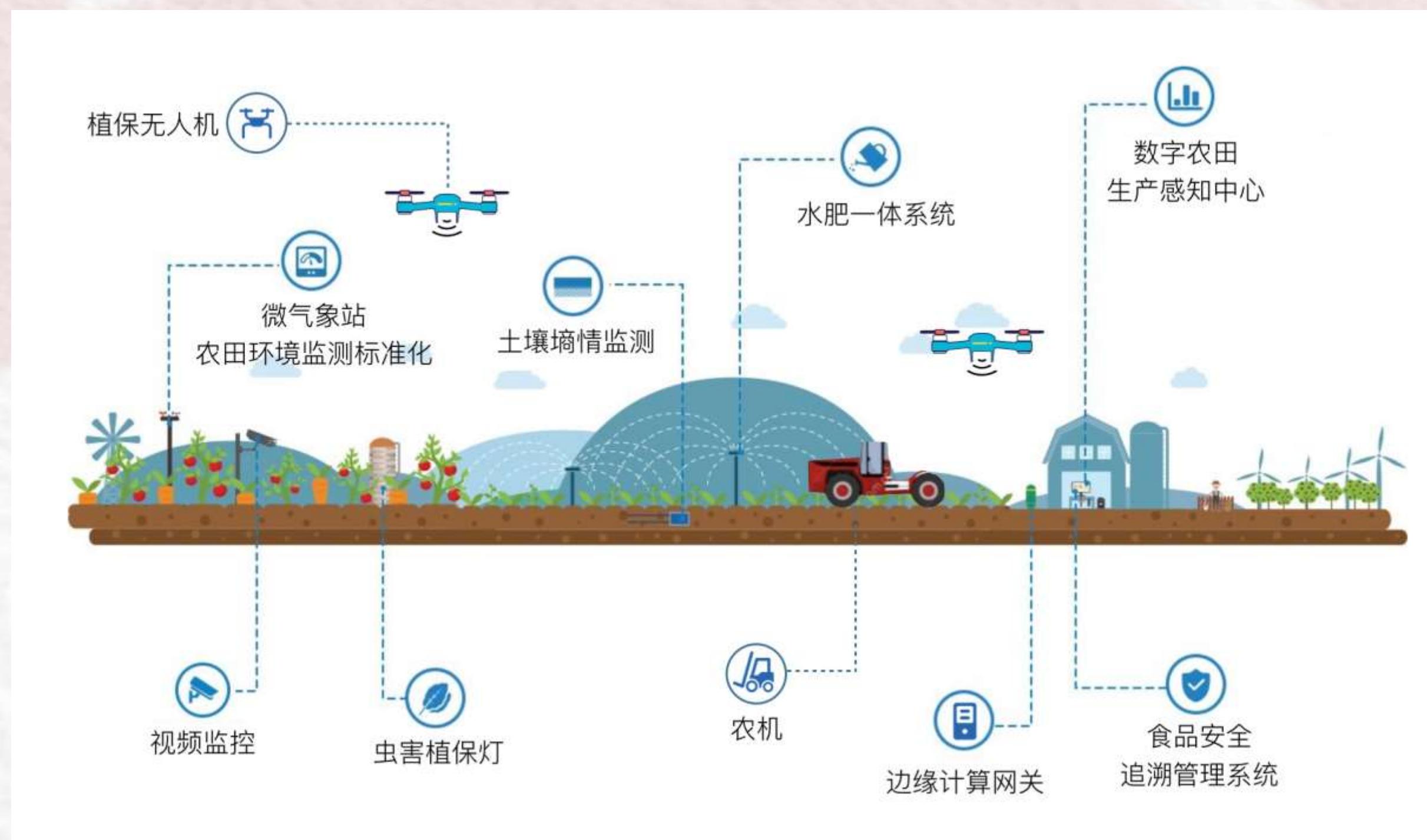
# 4



# 关键词之一：数字化

## 数字化在全链路的渗透率逐步提高

中央一号文件指出，要加强现代农业设施建设，加快物联网、大数据、区块链、人工智能、第五代移动通信网络、智慧气象等现代信息技术在农业领域的应用。5G时代来临、乡村振兴叠加数字农业相关政策，将共同助力数字农业步入快速发展期。未来五年，将是数字农业发展的窗口期和机遇期。



阿里积极投身数字农业基地建设，打破中国传统小、散、乱的小农模式，建立规模化的数字农业基地，实现优质农货原产地直供，让消费者吃上更安全、更有品质的食品；借助高科技加持的供应链，帮助农民提高种植、流通、销售各环节的效率，进而增加农民收入。



# 关键词之二：新零售

## 各种线上线下融合模式不断创新

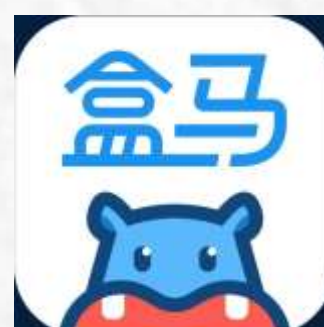
- ◆ 注重消费者的购物体验、物流配送效率、购买便利性，以及强调线上线下融合的新零售，将重构城镇消费市场格局。
- ◆ 基地直采、社区团购、社群消费、直播带货等模式的扩展，促成消费体验的融合、供应链效率的提升以及消费场景的延伸，更好地解决农产品选品和食品安全等问题，进一步凸显优质农产品的重要竞争力价值。
- ◆ 盒马鲜生以数据精准定位消费者需求，通过订单式农业，重构生鲜供应链，重构“人、货、场”，实现新农业与新零售的完美结合。

大数据



物流链  
系统

商APP



溯源  
系统

自助  
结算  
终端





# 关键词之三：小镇青年

## 小镇青年的消费潜力将会逐渐释放

- ◆ 随着国家城镇化进程的推进，人均消费水平的提高，互联网覆盖率的提升，电商基础设施的逐步完善，小镇青年的消费力呈现快速增长趋势。
- ◆ 直播电商、社交电商通过网红和意见领袖的带动，逐步改变了城镇和农村居民的消费理念，淘宝特价、聚划算等应用降低了小镇青年的尝试门槛。
- ◆ 下沉市场的消费者已经将商品的质量和品质列为最关注的指标，品牌化高品质商品越来越受欢迎。





# 关键词之四：品牌化

## 数字化与品牌化交互提升农产品溢价能力

- ◆ 农业农村部推动的农产品区域公用品牌建设，有利于推进质量兴农、品牌强农，是推动农业高质量发展重要战略。
- ◆ 在与数字化的交互过程中，通过消费者的购买及评价数据积累，能够掌握品牌在消费者心目中的价值，同时反馈给整个生产和供应链路，有目标地提升消费者体验。
- ◆ 农业全产业链的数字化，有助于评估投入产出比，明确溢价的来源及提升策略。
- ◆ 电商的普及，使得政府更加关注对于农产品区域公用品牌的品效合一（即注重品牌传播带来的销售结果），将带动和扶持一批企业的农产品品牌建设，提升区域农产品的溢价能力。

### 盒品牌

作为盒马的首批全国性“盒品牌”，盒马与纽澜地从2016年开始合作，用新零售及大数据去指导农业生产、运输、销售、加工等整个流程，实现C2B的订单农业。从牧场到餐桌，盒马与纽澜地采用“冷鲜直供”模式，制订产品到消费者端品质和口感的统一标准，确保24小时内将优质黑牛肉通过冷链运输至终端，通过盒马最快30分钟配送给消费者，让盒区的消费者足不出户、随时随地都能买到最新鲜的雪花牛肉。2017年双十一，纽澜地在盒马销售额达到100万元，2018年全年销售额突破了1.4亿元。2019年，纽澜地年产2000万盒牛肉，覆盖3000万消费者。借助盒马的创新模式和扩张速度，纽澜地建立了标准化的全产业链路，搭建了一整套专供盒马的完善供应链体系，为农产品品牌化带来积极的示范意义。

下一步，盒马将通过供应链的升级，用新零售和新农业的融合发展来带动新制造，打造10个十亿级的、100个亿级的、1000个千万级的盒品牌，让订单式农业、标准化农业在中国普及，满足消费者日益增长的美好生活需要。



# 关键词之五：小而美

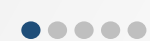
## 消费需求的细分催生一系列小而美的形态

- ◆ 经济社会发展水平的不平衡和地域饮食习惯的区别，使得中国消费者对于农产品的消费需求具有一定的差异性。
- ◆ 直播电商、社交电商的出现降低了普通用户和生产者成为商家的门槛。
- ◆ 农场对接社区、农民专业合作社电商转型等短链农业方式，让生产者有机会接触更多的消费者，不以规模化为目标而达成了一定的供需平衡。
- ◆ 更多具有跨行业经验的创业者成为新农人，更注重消费者的互动与体验，带来了产品和服务的新形态。
- ◆ 以地标农产品为依托，根据消费者体验场景的不同而创新的小而美的产品，叠加服务的形态，将为农产品消费市场带来更多的细分领域。



广东从化荔枝  
基地合作

- ◆ 提升销售量近500吨
- ◆ 带动销售额超1000万元



湖北藕带  
基地直采

- ◆ 提升当地供应量约220%
- ◆ 解决三分之一当地藕带销量



新疆阿克苏苹果  
库尔勒香梨  
基地合作

- ◆ 提升销售量超3500吨
- ◆ 带动销售额超5500万元



上海南汇8424西瓜  
基地直采

- ◆ 提升销售量超4000吨
- ◆ 带动销售额超5000万元



新疆轮台小白杏  
基地直采

- ◆ 提升销售量超3000吨
- ◆ 带动销售额超5000万元





Part.05

# 农产品电商发展建议

—

# 5



# 三 农产品电商发展的建议



## 提升运营能力效率

- ◆ 推广数字化生产与供应消费数据链接，就近对接产销资源，减少链路损耗
- ◆ 多渠道多平台推广，关注流量使用效率与用户反馈
- ◆ 加强分层次多环节的运营能力培训
- ◆ 合理分配和使用生产加工资源，加强以销定产能力



## 加强农民合作社建设

- ◆ 鼓励农民合作社对接网络渠道进行电商化转型
- ◆ 鼓励年轻人返乡，成为合作社中的电商骨干
- ◆ 鼓励小散农户组织起来成立合作社，明确责权利，通过典型样板的打造，起到带动作用。



## 培育多元服务主体

- ◆ 本地化培养或者引入供应链分角色服务商，解决初级农产品到商品的专业化服务
- ◆ 不同规模的生产主体对应就近本地化的市场或全国渠道
- ◆ 针对生鲜产区，建立冷链物流中心，整合订单，降低物流成本



## 逐步完善配套资源

- ◆ 针对偏远落后地区加强交通、物流等基础设施建设
- ◆ 通过分层次的人才培训，鼓励优秀电商人才返乡，或采用双城办公模式
- ◆ 整合阿里、当地银行等金融资源，支持电商创业
- ◆ 加强配套农产品供应链体系建设



# 项目团队

## 主要作者:

左臣明 阿里研究院高级专家  
郭红东 浙江大学中国农村发展研究院农村电商研究中心主任、教授  
曲江 浙江大学中国农村发展研究院农村电商研究中心副主任  
赵保英 阿里研究院专家  
胡向方 阿里巴巴公共事务部数据团队负责人  
马 娇 阿里巴巴数字农业事业部高级专家  
原若凡 盒马公共事务总监  
张 林 网商银行农村金融部副总经理

## 数据支持:

万红杰 阿里巴巴公共事务部数据团队专家  
温 馨 阿里巴巴公共事务部数据团队高级数据工程师

## 视觉设计:

孟 飞 阿里研究院视觉设计

## 致谢:

林 涛 阿里巴巴集团副总裁  
谭崇钧 阿里研究院副院长  
徐 飞 阿里研究院资深专家  
盛 聪 阿里巴巴数字农业事业部资深总监  
周锦秀 阿里巴巴公共事务部高级专家  
王中子 阿里巴巴公共事务部高级专家  
沈 丽 盒马公共事务总经理  
李天宇 盒马、阿里巴巴数字农业高级专家  
苏永通 阿里巴巴B2B高级专家





# THANKS

----- 扫码关注公众号 -----