



立足农业



拥抱互联网

张瑞麟
吴宏国
孙明贤

赛博控股集团总裁
赛博控股集团策略发展中心总经理
台湾21世纪基金会执行长

互联网 + 农业 = ?



《2014-2015年中国农产品电子商务发展报告》显示，目前国内农产品电商接近4000家，但仅有1%盈利，另外的7%巨亏，88%略亏，4%持平。



立足农业

回归商业的本质

农业 + 互联网

互联网能解决 农业什么问题？

- 信息传递
- 资源整合
- 细分升级
- 秩序监管

“走出去，带进来”



5

☀️ 农资电商、智能管理



生产管理
农资采购
栽培管理
收获加工

**信息闭塞
非标准化
沟通脱节
服务欠缺**

☀️ 生鲜电商、需求订制、用户体验

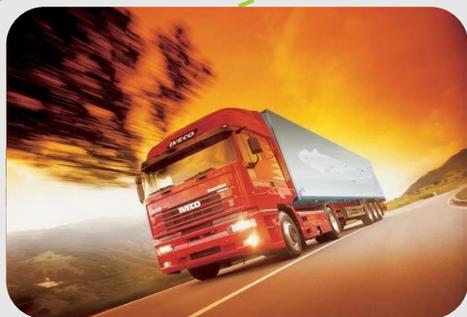


农产品销售
货源
仓配
售后

**同质化
非标准化
信任危机
个性需求**

从农业过程
环节看
机遇与挑战

物联网、大数据、云计算



冷链物流
仓储
配送

**资源浪费
成本高昂
服务欠缺**

☀️ 全覆盖的智能物流网络



食品安全追溯
检验
监管

**缺顶层设计
缺信息沟通
及数据共享**

☀️ 全产业链追溯体系

互联网下生鲜电商的发展 (核心目标: 提高客户体验)

产品角度

- 品类丰富
- 新奇特个性产品
- 加强质量认证
- 全程可视

配送环节

- 物流及冷链系统合作与建设
- 与线下实体店建立合作关系, 打造O2O模式, 提高配送效率和灵活性, 降低产品损耗。

模式转变

- 以消费者为中心, 个性化定制
- O2O+C2B混和模式

营销方式

- 将渠道信任模式, 演变为品牌信任的模式
- 专注市场深耕, 提高用户黏性



如何“+”？

开放的心态 跨界融合

“互联网+”的本质：跨界融合，连接一切

在互联网+模式下，农业新农人应立足本业，投入精力去做好产品与服务的同时，优化内部生态，以开放的心态对跨界战略进行深刻的洞察，设计生态融合的商业模式。



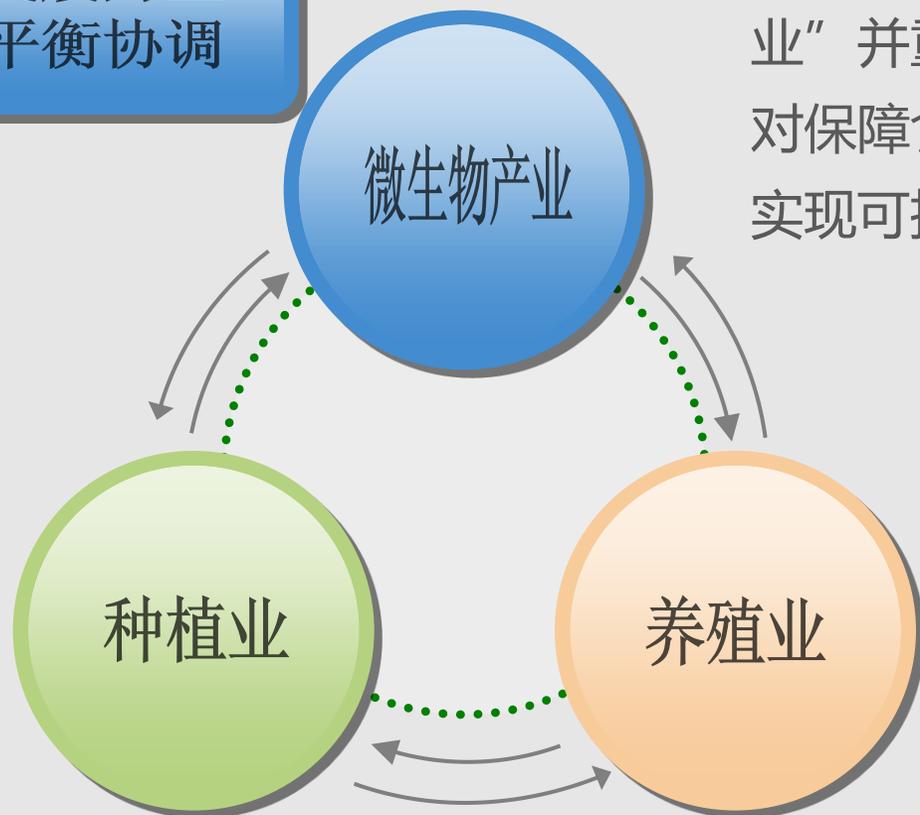
安全有机稻米众筹
健康，从吃上一碗放心的米饭开始





如何 “+” ？

变废为宝
平衡协调

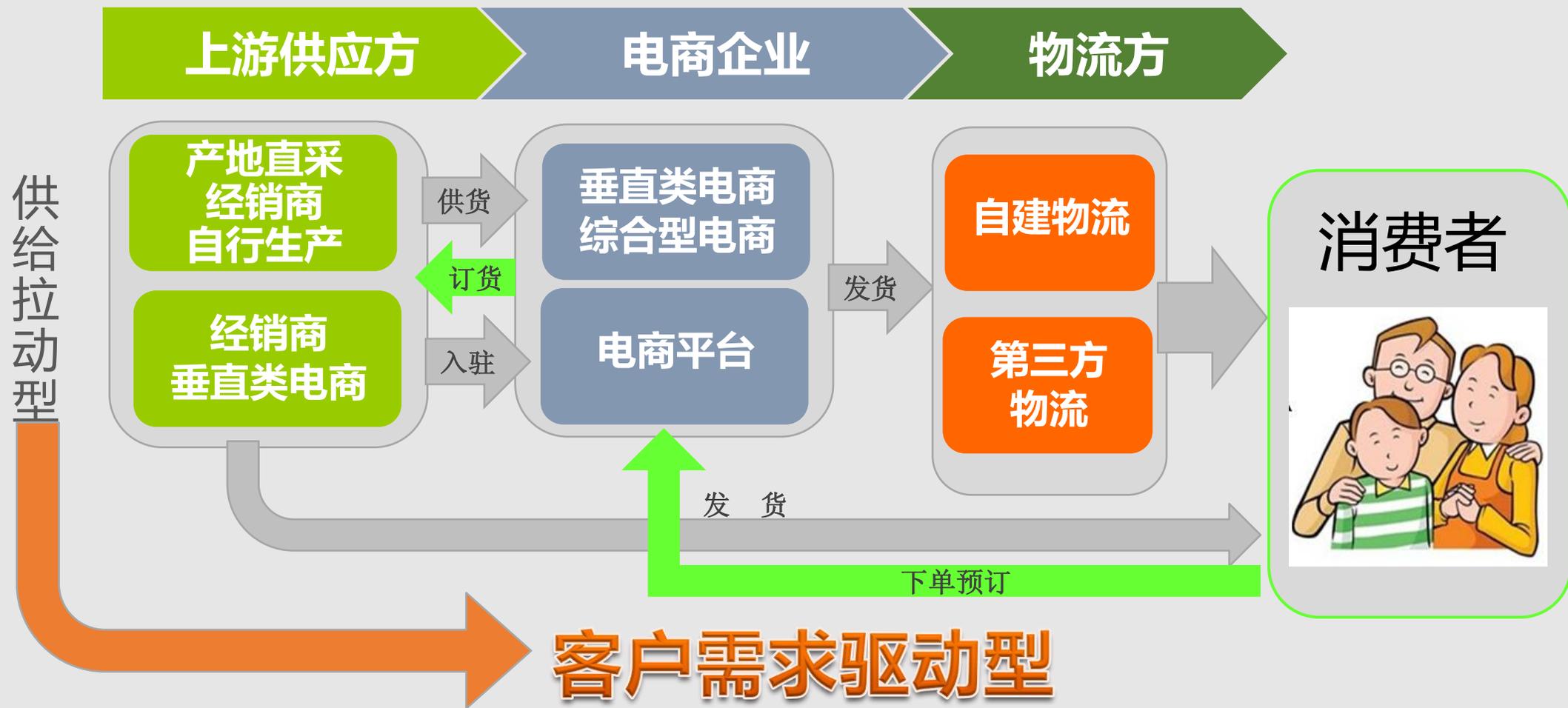


种植业、养殖业和微生物产业“三业”并重，是生态可循环新农业。对保障食品安全、保护生态环境和实现可持续发展提供有力保证。



如何 “+” ？

基于市场
纵横结合



如何 “+” ？

核心竞争力 优化擅长的事



管理学中的
短板理论



将木桶
倾向一侧

把几块
长板
分别
加长

长板：核心竞争力

短板：合作、购买等方式补其短

农业和互联网融合，绝不是简单的加法，而是通过产业的融合和创新，以最新的互联网行业之长，补最传统的农业之短，甚至是创造全新的产业模式。

“O2O+C2F+会员制”新型农场创新模式

- 注重**线下体验**，如农产品免费试吃、基地自驾游和实地考察生态农业园区等方法，搭建与用户的情感纽带，建立用户对企业和产品的**信任、信心**。
- 以消费者需求为中心，农场订制生产，省去中间环节，同时积极开发满足**个性化需求**的新、奇、特产品，引领消费。
- 会员制，**粉丝经济**。
- 也将催生类似**农会，农协组织**的兴起，吸收、聚集各地休闲观光农场或“烂尾农场”加入平台，整合资源，结合当地特色、文化，创建**品牌化新型农场**运营模式。



“阿甘”模式：“从产地到餐桌”的垂直产业链融合模式

- 采用产业标准化运营，全程监控，品牌化管理。
- 采用会员积分制，尊享免费尝新品、免费农场游、专属配送、食谱推荐、专家服务等个性化增值服务。
- 注重与用户间的沟通互动和信任感情建立，形成生态产业圈。

阿甘厨房

KITCHEN AGAIN

上班族的健康厨房



别人像京东一样做生鲜

我们像小米一样做生鲜

实体
店面

专业
配送

阿甘
厨房

生鲜
食材

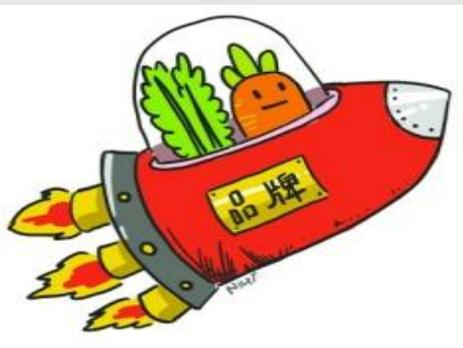
虚拟
商城

物联网技术下的工业化种养殖



互联网+农业的操作模式

渠道扁平化+农产品品牌模式



价值主张

原产地直销、价廉质优、中高端产品、品牌文化



价值获取与分配

线下延伸、体验，组合配送模式

价值创造

合作方数据共享，网状连接价值网

- 互联网的核心优势在于保证产品品类丰富、安全的基础上，通过渠道的扁平化让利给终端消费者，并通过独特的品牌设计和强大的线下物流体系，提升用户的购买体验，打造粉丝经济。
- 电子商务的一个重要特征就是商品的品牌化和标准化。



互联网+农业的操作模式

以大数据为基础的市场预测分析及产品开发



未来，一切生意都是数据生意
——硅谷精神之父凯文·凯利



互联网+农业的操作模式

给农业更多可能的农业众筹模式

- 农业毕竟是一个很专业化的产业，需要依靠专业的力量。
- 要进行必须的标准规范，还要有专门的外部监督。
- 对农产品众筹来说，多走高端小众路线。
- 世界银行3月发布的《发展中国家众筹发展潜力报告》预计，2025年中国众筹规模将在460亿至500亿美元，表明我国众筹市场发展空间巨大。



产品

技术

土地

农场

股权

公益

乡村
旅游



智慧农业



高产、 高效、 低耗
优质、 生态、 安全

气候智慧
型农业



农业适合有情怀的人，有情怀意味着热爱、专注、创新、接纳。立足农业，以“母亲农业”质朴的胸怀，拥抱互联网，一切皆有可能。

农业+互联网

感谢您的关注！



立足农业



拥抱互联网

张瑞麟
吴宏国
孙明贤

赛博控股集团总裁
赛博控股集团策略发展中心总经理
台湾21世纪基金会执行长