

站在“风口”上，农业电商即将展翅 翱翔

农业电商行业专题研究报告2016

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



研究定义

本报告中的农业电子商务是指通过互联网将农业上下游所需的农业物资、农产品、农民消费品等进行电子化交易、流通、结算的商务过程，所涉及的范围包括第一方涉农类电子商务平台（自营模式）、第二方涉农类电子商务平台（自营和其他商家入驻模式）和第三方涉农类电子商务平台（其他商家入驻模式）。

研究方法

本报告主要通过运用定性和定量方法，研究市场的一手和二手信息得到相关结论。易观采用深度访谈的方式和农业电商行业的资深人士进行了深入交流。

数据来源

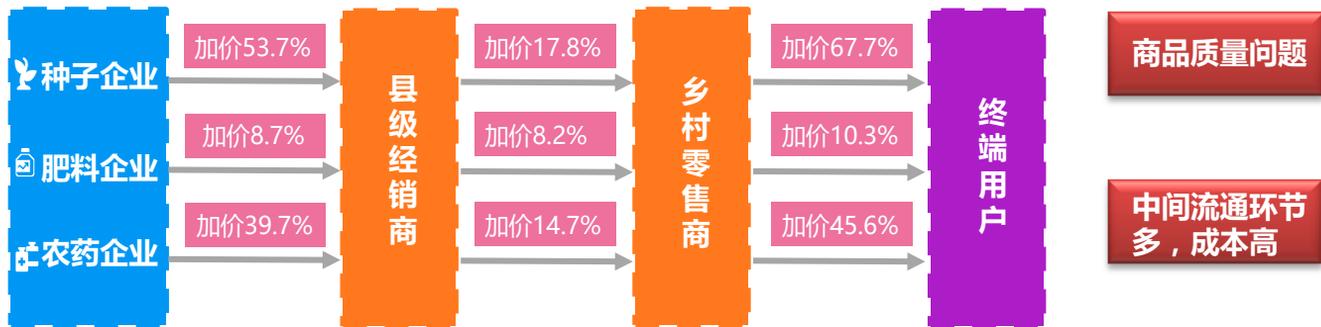
易观千帆：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第1季度易观千帆基于对7.5亿累计装机覆盖、1.5亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

- 1 中国农业电商行业市场现状
- 2 农业电商典型代表企业分析
- 3 国外农产品电商标杆案例
- 4 农业电商行业的挑战与趋势分析



农业商品流通是整体农业产业链中亟需解决的问题

农用物资流通现状



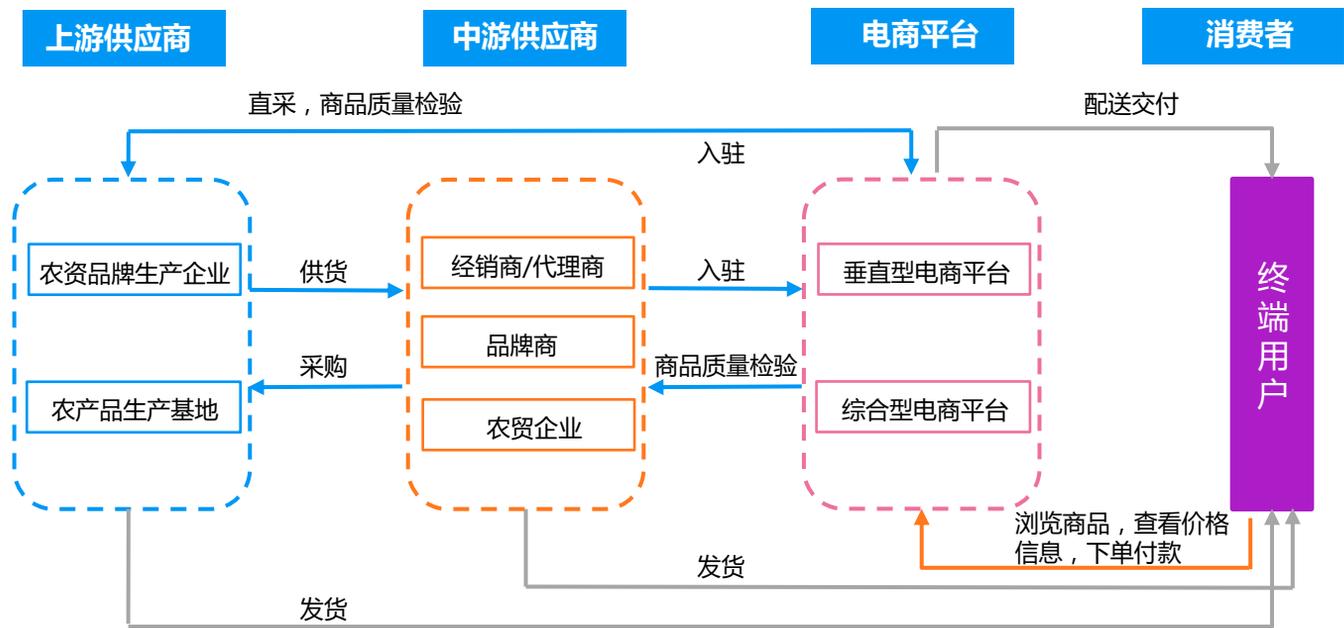
农产品流通现状



数据来源：企业访谈，易观整理

“互联网+” 农业，整合上下游，重塑农业商品流通产业链

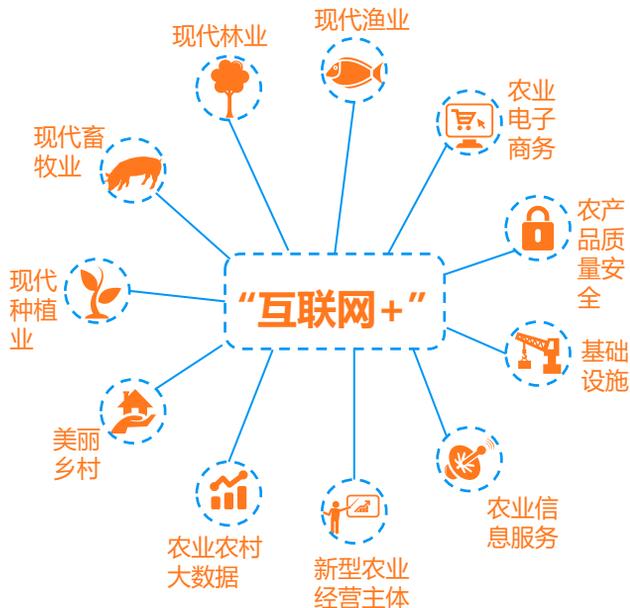
“互联网+” 农业商品流通产业链条



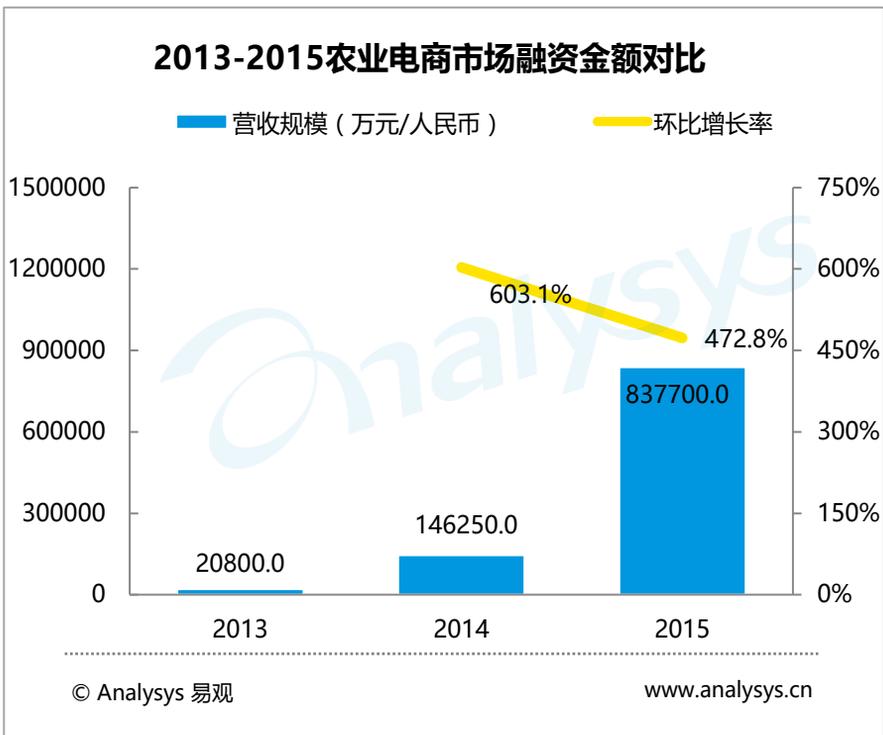
2016年5月中央八大部委联合发布《“互联网+”现代农业三年行动实施方案》



主要任务



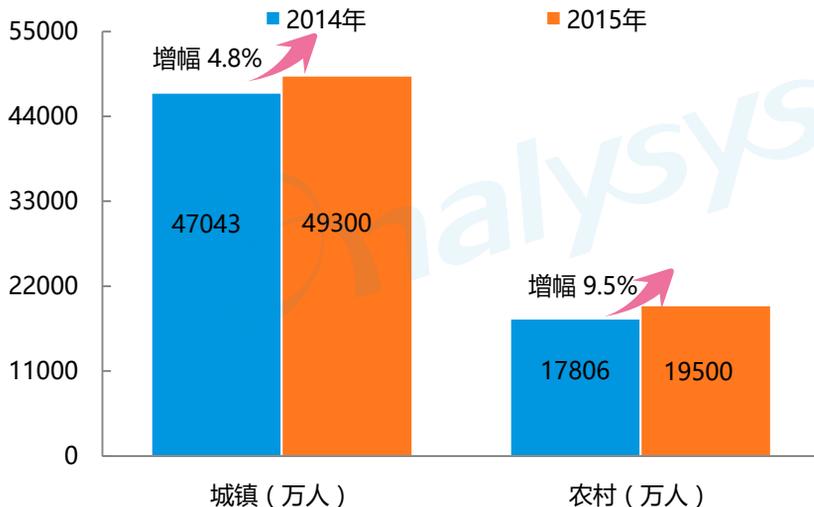
2013-2015农业电商市场融资金额对比



截止至2015年底，中国农业电商市场融资金额为837700万元，较2014年增加了691450万元，环比增长率为472.8%；2014年中国农业电商市场融资金额为146250万元，较2013年增加了125450万元，环比增长率为603.1%。农业市场价值空间的巨大，加快了资本方布局农业电商市场的步伐。

数据来源：IT桔子，易观整理

2014-2015年城镇与农村互联网网民增幅对比



© Analysys 易观

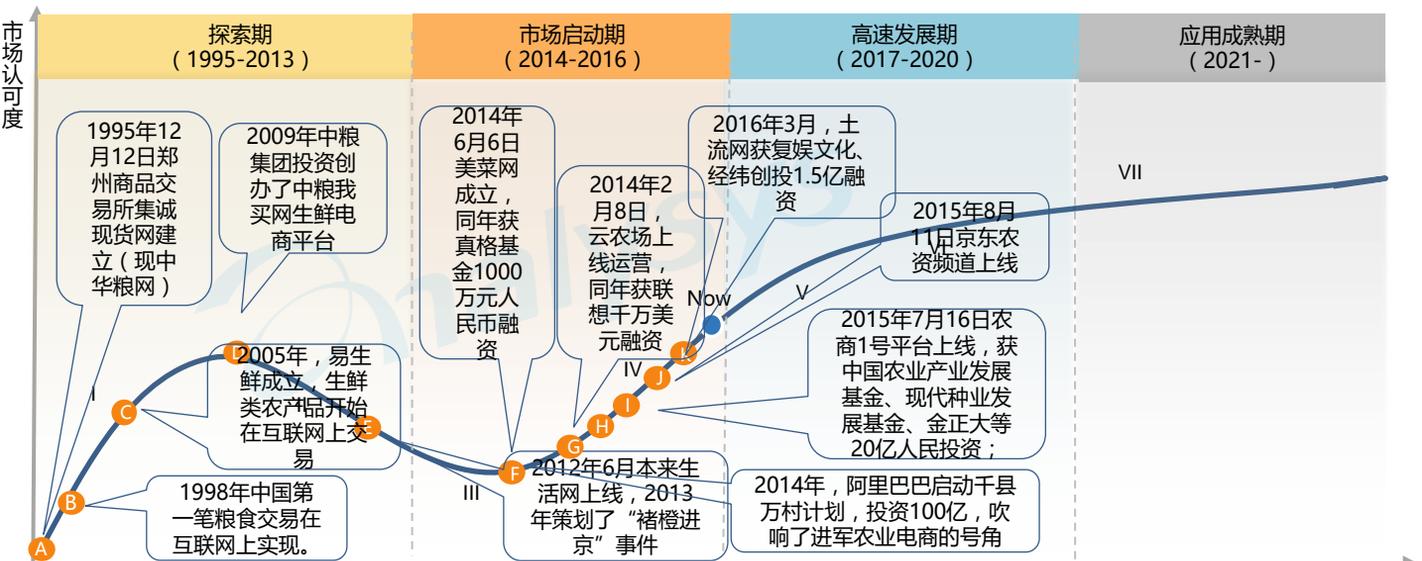
www.analysys.cn

截止至2015年底，中国城镇互联网网民规模为4.93亿人，较2014年底增加了2257万人，增幅为4.8%；中国农村互联网网民规模为1.95亿人，较2015年底增加了1694万人，增幅为9.5%；中国农村网民规模增长幅度是城镇网民规模增长幅度的近2倍，农村互联网的渗透率逐渐扩大，为农村互联网快速发展奠定了基础。

数据来源：CNNIC，易观整理

预测2017年中国农业电商市场迎来高速增长

中国农业电商市场AMC发展模型



中国农业电商产业生态图谱



主要农资电商平台的模式及特色

电商平台	成立时间	平台背景	线下服务网络	业务模式	平台特色
云农场	2014年2月8日	联想、春晓资本投资	全国建立了300个县级服务中心	自营+平台	以农场主为业务主要切入点，提供测土配肥、云农宝、农技通、乡间货的等增值服务
农一网	2014年11月1日	由中国农药发展与应用协会、江苏辉丰、上海优洋、南通和盛共同出资建立	全国建立了800个县域工作站	自营+平台	平台主要服务于零售商与种植大户，商品较市面价格低至30%-70%，另外，商品采购门槛无限定，一件发货
农集网	2015年3月31日	诺普信集团旗下，初期创始团队均为深圳标正农资销售有限公司	全国建立了500个县级运营中心	自营+平台	线上是厂家、渠道商对接零售商的B2B平台；线下与零售商合作招募PCA，重点服务于农民
爱种网	2015年4月30日	由隆平高科、大北农金色农化、东亚种子、登海种业、敦煌种业等11家种子子公司共同出资建立	全国建立了200个县级服务站	平台	引入人保为农民耕种产量担保，建立农业信用、大数据体系，为农民提供增值化服务
农商1号	2015年7月16日	中国农业发展基金、现代种业发展基金、东方资产、京粮鑫牛润瀛股权基金、江苏谷丰农业基金及金正大集团共同筹建	全国建立了400个县级服务站	自营+平台	上游供应商入驻设定门槛，只接受国内外TOP3品牌，与京东、邮政合作，建立了高效的配送体系
大丰收	2014年12月	经纬中国投资	全国覆盖了80个县	平台	线上主要与经销商合作，对接大户，平台不提供物流和仓库，线下在零售商中挑选出20%的服务商为种植大户提供代购、配送服务，可获平台返利和送货费

主要生鲜电商融资情况及平台特色

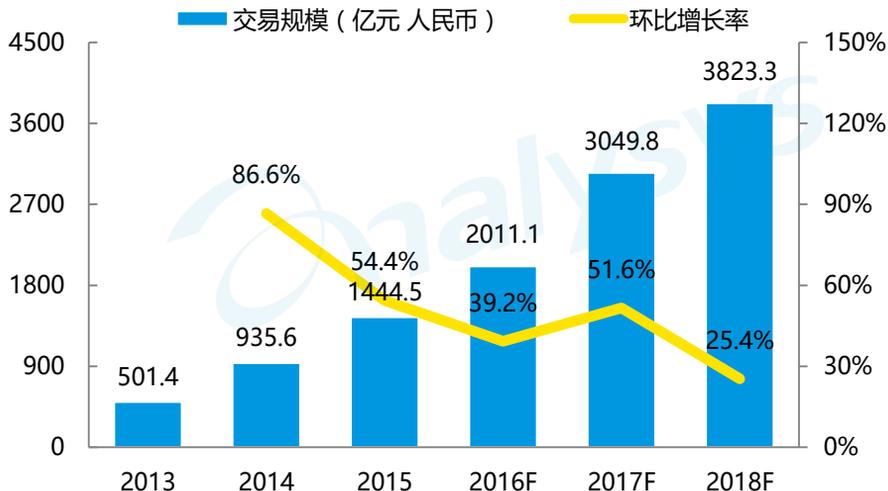
电商平台	成立时间	融资情况	业务覆盖	平台特色
莆田网	2009年3月	A轮获楷明投资500万美元	覆盖6个城市	平台主要针对高端人群，客单价较高，通过控股和投资近郊农场来保证产品的品质和供给
顺丰优选	2012年5月31日	顺丰速运全资子公司	覆盖全国74个城市	全球60+国家原产地直采，平台70%的产品为进口，搭建从产地到消费者的直供平台，顺丰直达
本来生活	2012年6月	A轮获鼎晖投资数千万美元 B轮获高榕资本、鼎晖投资数千万美元 C轮获九阳、富厚等投资1.17亿美元	覆盖22个城市	以B2C模式为基础，为便利店、水果店提供采购的P2B业务，引入线下水果店加盟平台的O2O模式
爱鲜蜂	2014年5月	天使轮清获流资本投资1000万人民币 A轮获红杉、钟鼎等投资2000万美元 B轮获高瓴、天图等投资200万美元 C轮获中信、高瓴等投资7000万美元	全国覆盖10+城市	主要针对于懒人群体，与社区便利店合作，为其配送产地直采、标准化的商品，便利店负责配送服务
一米鲜	2014年11月	A轮获红杉资本投资数百万美元 B轮获昆仑万维投资1500万美元	覆盖11个城市	一米鲜首创“以销定采”的C2B+O2O模式，在物流配送方面采取“线下自提+自营配送+第三方配送”的方式
每日优鲜	2014年12月	种子轮获光信资本投资500万美元 A轮获光信、腾讯投资1000万美元 B轮获元璟、浙商投资2亿人民币 B+轮获远东宏信等投资2.3亿人民币	覆盖30+个城市	移动端生鲜电商平台，以自营为主，完成全品类布局，在主要城市建立“城市分选中心+社区配送中心”的专业冷链物流体系

主要食材配送电商平台融资情况及平台特色

电商平台	成立时间	融资情况	业务覆盖	平台特色
小农女	2013年5月	天使轮获微光创投1000万人民币投资 A轮获高榕、中路资本8000万人民币投资 B轮获深创投数千万人民币投资	覆盖广州、东莞、深圳 3个城市	开放化平台，接入第三方（商家、合伙人），采取承包制，为第三方提供系统、借贷、采购、客户等服务
青年菜君	2014年2月	天使轮获创业工厂数百万人民币投资 A轮获梅花、九合1000万人民币投资 B轮获联创策源、平安、真格数百万美元投资	北京	针对年轻上班族的O2O网上卖菜服务平台，根据用户菜单，进行采购、加工，为用户提供半成品蔬菜，全城宅配
大厨网	2014年3月	A轮获1500万美元投资，未透漏投资方	全国覆盖16个城市	对接中小餐馆和传统食材贸易商的中间平台，为餐馆评判、筛选供应商，优化撮合过程
美菜网	2014年6月	天使轮获真格1000万人民币投资 A轮获蓝湖数百万美元投资 B轮获顺为、蓝湖数5000万美元投资 C轮获美团、蓝湖1.2亿美元投资	覆盖20个城市	自建仓储、物流、配送的重模式运营，汇集餐厅需求直接与产地、“一批”议价自采，降低采购成本
优配良品	2015年4月	天使轮获三行、云启资本等1000万人民币投资	北京	重模式运营，去中间化，90%以上的食材由平台直采，保证食材品质，对接下游餐馆；依托信息化技术，仓储物流采取众包模式
链菜	2015年7月	天使轮获1000万人民币，未透漏投资方	覆盖30个城市	整合“产地”至“买手”中间商为切入点，为两端提供有偿的信息、技术服务

预测2018年中国农业电子商务市场交易规模将超过3800亿元

2013-2018年中国农业电子商务市场交易规模预测



© Analysys 易观

www.analysys.cn

易观数据显示，中国农业市场总体价值规模预计在10.15万亿人民币左右，2015年，中国农业电子商务市场交易规模为1444.5亿元，渗透率不足1.5%，预测2017年开始将迎来高速增长期，环比增长率将达到51.6%，2018年，中国农业电子商务市场交易规模将超过3800亿元，未来中国农业电子商务市场发展空间巨大。

1 中国农业电商行业市场现状

2 农业电商典型代表企业分析

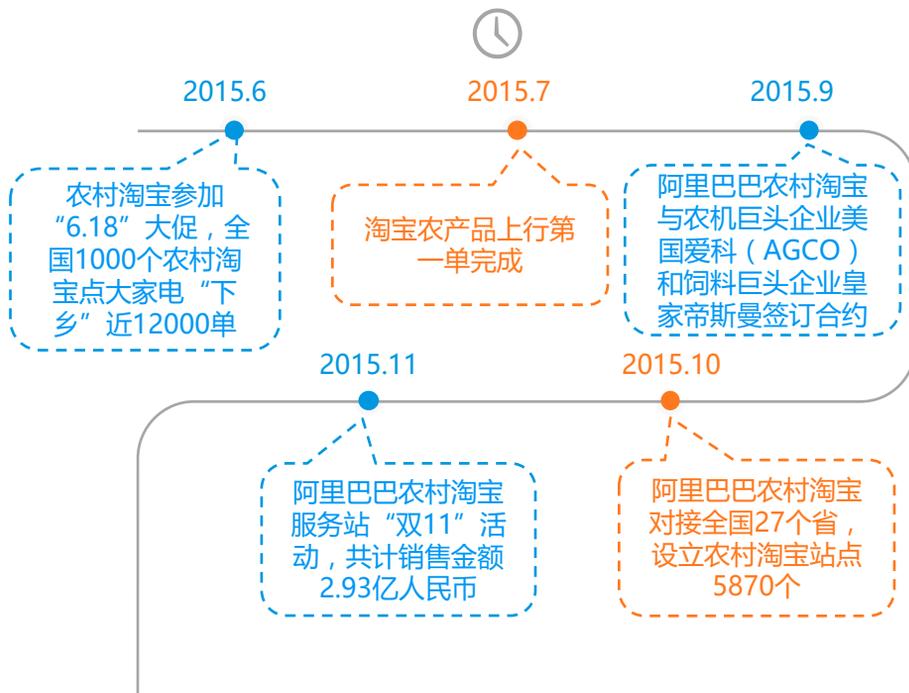
3 国外农产品电商标杆案例

4 农业电商行业的挑战与趋势分析



阿里农村淘宝-依托强势资源构建供应链和消费的双向电商生态

2015年阿里农村淘宝大事件盘点



数据来源：2015阿里农产品电子商务白皮书

阿里农村淘宝-与县政府合作，以电子商务为基础， 搭建县村两级服务网点，打造农村生态体系

消费品下乡

建立县村级服务网点，依托阿里集团资源优势将生活资料及生产资料下沉至农村，解决消费品下乡问题。



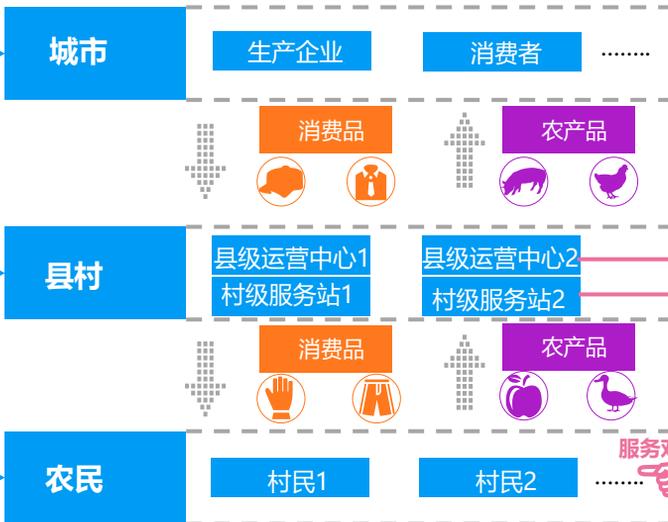
合作
伙伴

县政府

千县万
村计划

农产品进城

建立县村级服务网点，依托阿里集团资源优势及县村级服务网点服务能力，解决村民农产品上行问题。



- 职能**
- 基础设施建设
 - 物流体系建设
 - 运营管理
 - 市场推广

- 服务对象**
- 代销/代购
 - 便民服务
 - 金融服务
 - 物流服务



美菜网-打造一站式移动电商平台，重塑餐饮供应链

美菜网-发展历程



2015年底销售
金额近30亿元
人民币

员工数量近
10000人

第三方和自
建仓库近60
个

PV
80000

2015年底业
务覆盖近30
个城市

注册用户
近30万

美菜网-打通从田间到餐桌农产品供应链，全流程精细化管控

源头把控

- 1、优质品类直采权
- 2、食材安全保证

补采 预采

采购

销地一级批发市场

农产品主产地

流通把控

- 1、自有车辆调配便捷
- 2、运行轨迹最优
- 3、运输时间掌控能力强

货品检验

冷链运输

仓库

分拣、打包、装车

订单汇总

冷链运输

客户把控

- 1、依托大数据技术精准预估客户采购量
- 2、完善的售后服务保障



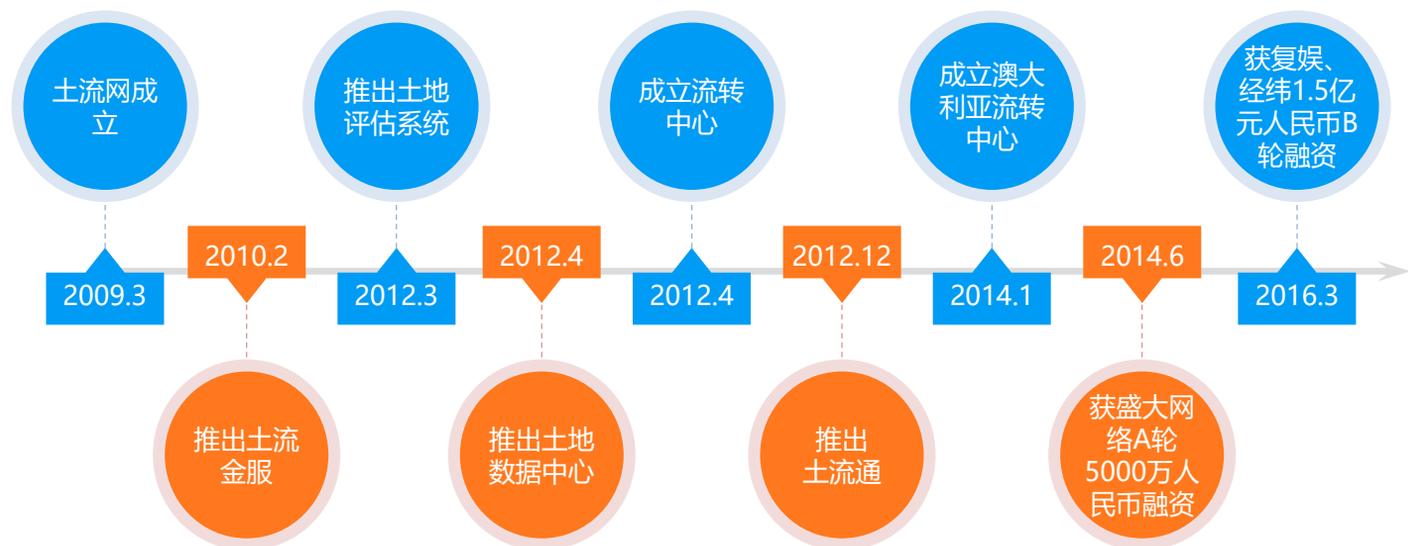
订单信息推送

B端用户

浏览商品，下单交易，线上结算

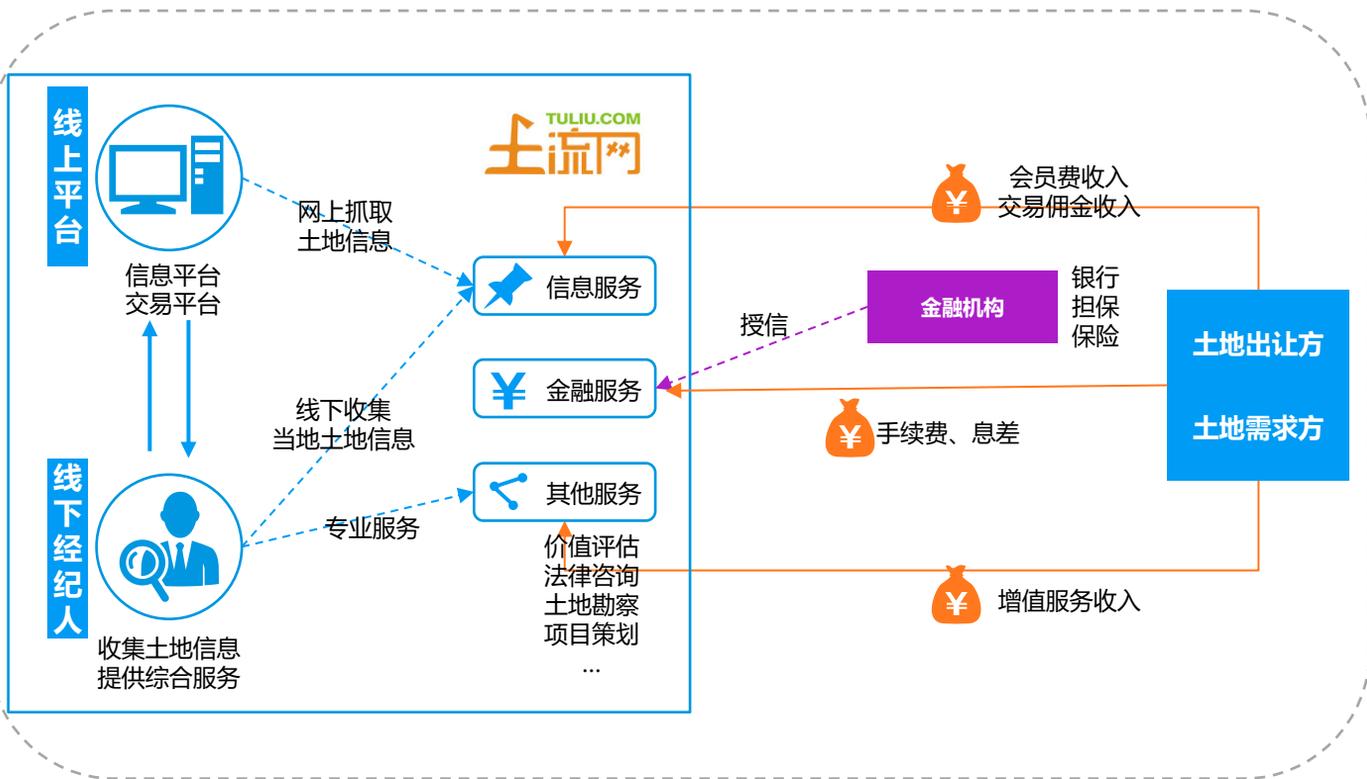
土流网-创新的业务模式，唤醒了“沉睡”的土地

土流网-发展历程



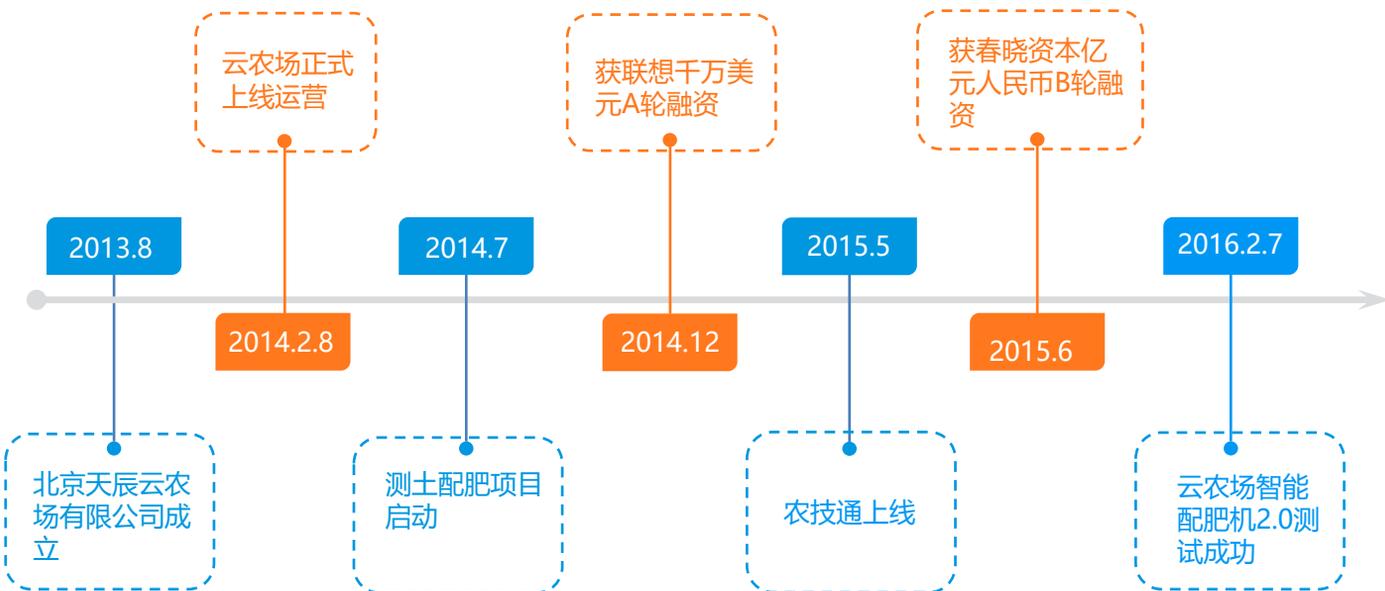
数据来源：IT桔子，易观整理

土流网-以土地流转为基础，探索土地金融新方向

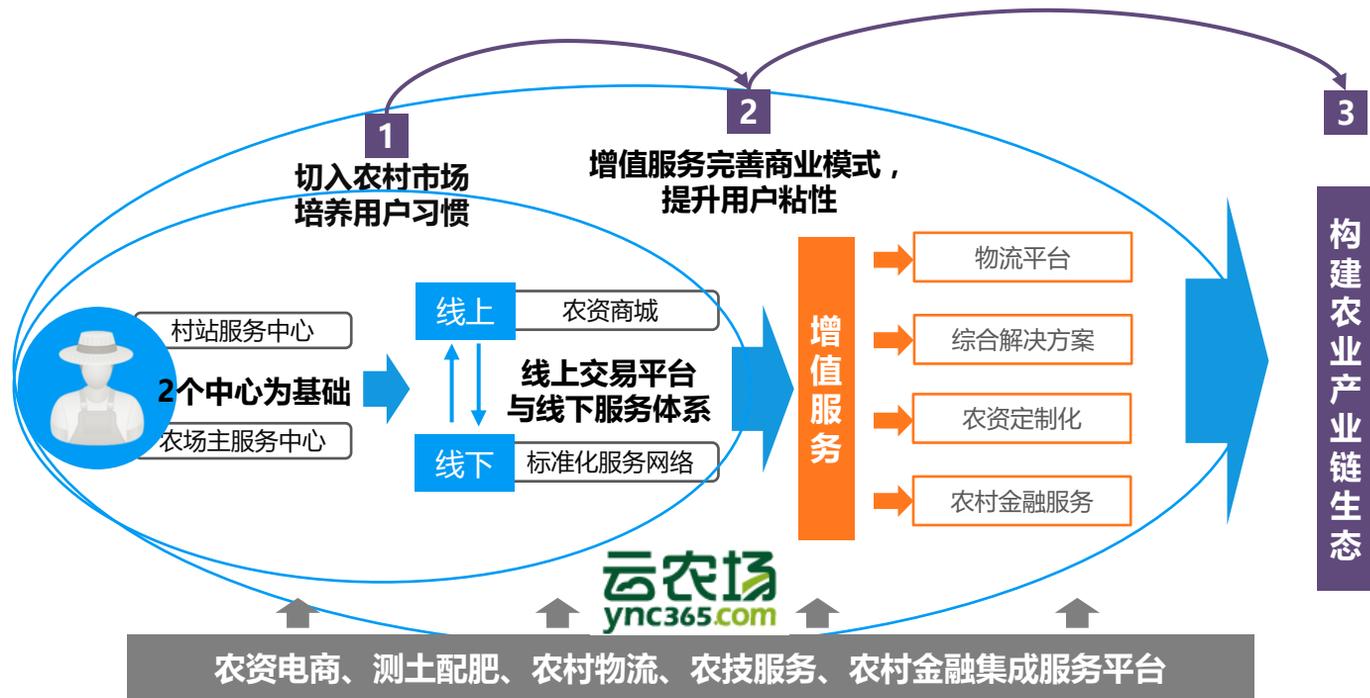


云农场-定位于中国农业互联网高科技集成服务商

云农场-发展历程



云农场-以村站服务中心和农场主服务中心，开展增值服务，形成农业产业链生态圈

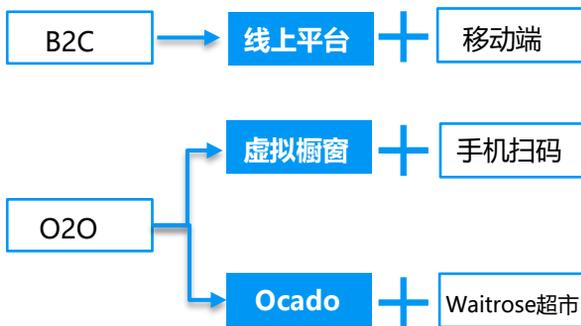


- 1 中国农业电商行业市场现状
- 2 农业电商典型代表企业分析
- 3 国外农产品电商标杆案例
- 4 农业电商行业的挑战与趋势分析



Ocado：专注于高端食品，全球最大的网上食品零售商

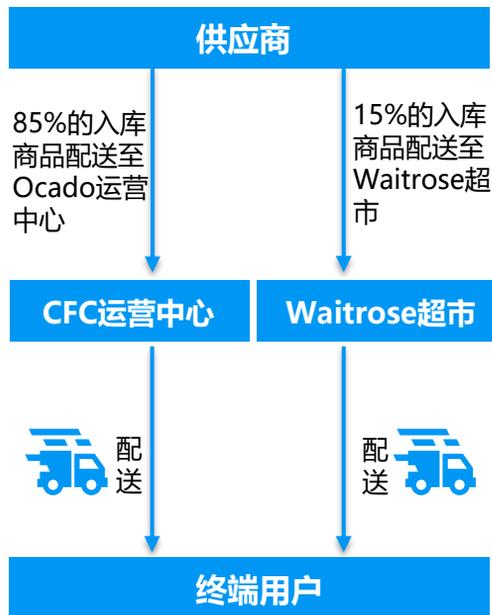
运营模式



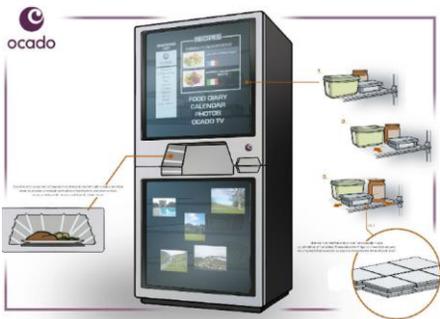
营销模式



供应链模式



未来冰箱设计



Ocado为忠实用户免费赠送未来冰箱，冰箱与ocado电商平台联网，扫描存储食物信息，为用户推荐菜谱，自动生成食品订单；另外，冰箱会监控食品库存，提醒用户库存情况，完全实现精准营销。

2016/7/21

分箱物流



Ocado的车辆按照单独的箱体存放，能够格局出不同生鲜的要求，放在不同的箱体，根据用户的要求会以某个特定的温度送达客户，实现了单元化装载、精准温控的物流服务。

指数成长的比特动能

机器人服务



Ocado的机器人计划并非是取代人工，而是为他们提供服务，机器人拥有认知和感知能力，去理解工人何时需要帮助，以及如何提供帮助，帮助整个工作场地提高效率和生产力。

30

1 中国农业电商行业市场现状

2 农业电商典型代表企业分析

3 国外农产品电商标杆案例

4 农业电商行业的挑战与趋势分析



农业电商行业发展过程中将面临4大挑战

商业模式

我国大多数涉农类电商交易平台商业模式同质化严重，创新能力差，客户转化率成本高，需要资本方的不断输血才能维持平台运营。

物流配送

我国涉农类电商平台物流配送基本上以免费或满免的方式配送到终端用户手中，不算打包成本，产品的毛利就不足持平人工配送成本，会提高电商平台的运营成本。

参与主体

我国农资类电商平台的主要终端用户为经销商和农户，大多为小学文化，触网率较低，参与主体整体素质低下，会影响农资类电商平台运营效率。

传统经营VS电商平台

生产厂家原有渠道已建立，经销商价格与利润体系固定，而电商平台交易模式打破了这个体系，将会存在渠道冲突的风险。

农业电子商务行业未来五年发展的5大趋势

01

土地确权完成后，将会促进农业电子商务金融业务的快速发展，也将成为农业电子商务未来发展的主要盈利手段

02

随着大环境的烘托，电子商务企业不断培育市场，为终端客户提供便捷、安全、可靠的服务，必将成为未来市场的主流

03

农业电子商务智能化新技术的应用，如：智能仓储、智能物流、智能交易等，全面提升了工作效率，实现了精准营销，未来将会进入一个全新的阶段

04

市场竞争的日益激烈，农业电商企业间将会出现兼并、合作、重组等态势，行业巨头将会出现，市场格局将会形成

05

我国的互联网经济已成为国际资本的投资热点，国际资本的直接注入，将加速我国农业电商整体实力的提高，形成国际化趋势

指数成长的比特动能



- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅