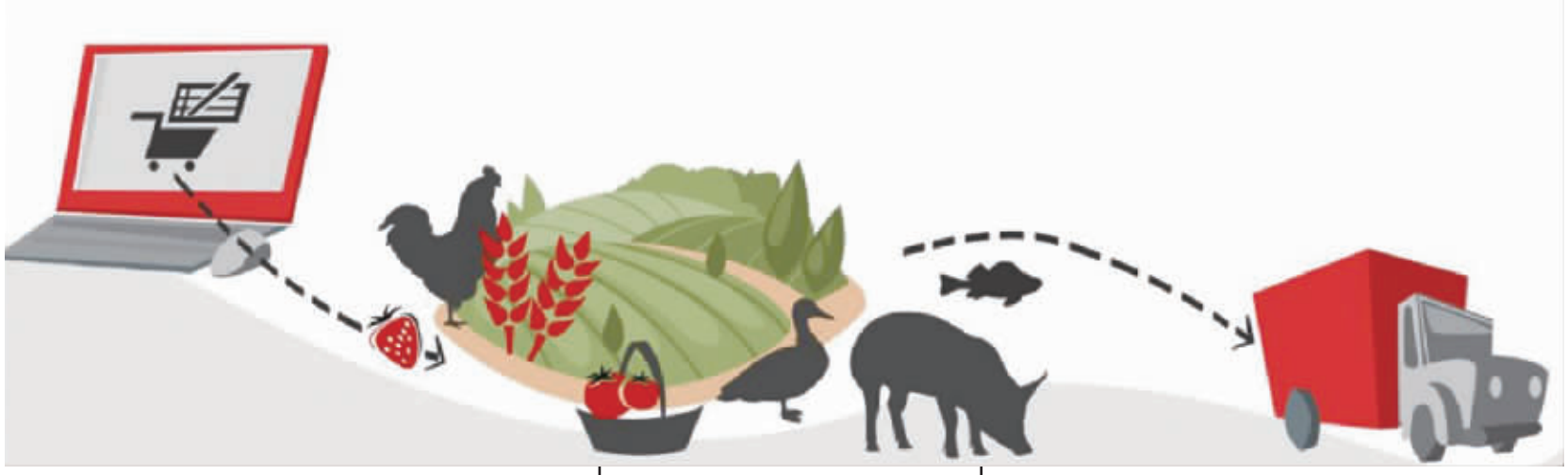
# 农产品电商是下一个万亿级蓝海



## 涉农电商发展迅猛超过3万家

《报告》显示，2015年我国涉农电子商务得到飞跃发展，各类涉农电商超过3万家，其中涉农交易类电商有近4000家，呈现蓬勃发展的态势。

从数据来看，2015年阿里平台上完成农产品销售695.50亿元。2014年经营农产品的卖家数量为76.21万个，2015年卖家数量超过90万个，其中零售平台占比97.73%。

零食坚果、水产肉类蔬果和茶叶饮品等是农产品电商销售的主要品类。其中，鲜花绿植园艺类产品增速最快，增幅达到86.78%。生鲜电商人均消费最高。2015年1至10月，人均线上生鲜消费达到339.7元，远超其他品类消费；消费者对生鲜电商的整体满意度较高，正面比例达到84%。同时，让人担忧的是，各大电商平台的农产品品类呈现同质化。

《报告》预测，未来5年，农产品电商交易额占农产品交易额的5%。其中，涉外农产品电商交易额将占1%，农产品移动商务交易额将占2%。农村供销合作社将在农产品电商以及农资电商、农村再生资源电商等领域发挥重要的作用。农产品电商是下一个万亿级的蓝海。

《报告》指出：对于农产品加工企业来说，农业电商的发展机会存在于两类企业：第一类是具备资源优势的，第二类是专注于细分市场的。

## 农产品微商必须打造“爆款”

土豆姐姐冯小燕，在陕西榆林种了两万亩土豆，创建了“涌泉居生态马铃薯”品牌，先后四次登上中央电视台，她推出的土豆烙饼粉、土豆月饼、土豆饼等产品，通过微商销售到全国各地。

在农产品电商发展中，表现最为活跃的当属农产品微商。农产品微商在2015年全面爆发，“吃货经济”引爆新型的互联网农业模式发展。农产品微商的经营是将自己的物流业务外包给第三方专业物流企业，将精力放在提高用户流量、整合供应链、风险控制及自身的信息化建设，从而提升自己的整体盈利能力。

我国农产品生产规模普遍较小且分散；幅员辽阔的地域，消费者喜欢各地美食，但是本地的农产品是无法满足消费者的需求。因此，微商作为一种区别于传统电商的新型销售模式近些年飞速发展。

《报告》认为：农产品单价较低，更重要的是价格相对透明，蔬菜和水果的价格透明度高，菜场和超市里的价格和微商的出售价格很容易作比较，因此农产品微商的乱象少。农产品微商以强大的渗透力证明了这种新的销售模式的顽强生命力。

同时，《报告》指出农产品微商可切入的品类多，不受品类的限制，微商代理也可以通过合作或者合伙人的形式，打造农产品微商品牌。在做微商中都必须坚持爆品原则，最少打造一款爆品，否则将很难取得良好的回报与收支平衡。在选择产品时，必须为安全的农产品，否则一旦涉及安全方面的事宜，口碑很快崩塌。

今年涉农电子商务呈现蓬勃发展的态势。日前，中国电子商务协会农业电子商务促进中心、湖南省电子商务协会、湖南大茶视界控股有限公司联合华南师范大学等三所高校发布了《电子商务创业人员现状及农产品电商发展报告》(以下简称《报告》)。

《报告》显示，我国网民达到6.88亿人，手机网民6.2亿人。其中农村网民占比28.4%，规模达到1.95亿人。目前，各类涉农电商超过3万家，其中涉农交易类电商有近4000家。所有农产品品类中，鲜花绿植园艺类产品增速最快，增幅达到86.78%。生鲜电商人均消费最高，达到339.7元。

## 农产品电商需提高创业者素质

2015年重庆秀山县的土鸡蛋销售，通过电商的带动，让留守家庭中的老弱妇孺通过养土鸡的方式，实现了户均增收700-1000元。

2015年中国电子商务市场交易规模达16.2万亿，增长20.9%，直接从业人员超过250万人，间接带动的就业人数超过1800万人。农产品电子商务的快速发展，带动了农村创业与就业新发展。

《报告》指出：目前农产品电商创业人员主要有知识青年返乡创业、农村合作社对接电商、农民合作社跨界电商、农村青年自主创业四种模式。

其中，农民合作社开展电商比起大型电商平台，更具有产地和产品优势。吉林省颂禾农民专业合作社，建设了“颂禾农民商城农村电子商务平台”和“颂禾农场农产品电子商务平台”双平台。以“C2C+O2O”的模式，颂禾的农超对接联盟超市发展至200家，是合作社跨界电商的典型示范。

同时《报告》指出了农产品电商创业者的困难。其一，配套服务环境水平低。农村金融服务缺位、贷款难，物流费用高等。

其二、农产品电商创业人才整体素质不高。目前大多数创业青年具备了互联网操作技能，但市场营销、数据分析、网络整合营销传播等专业的商务和营销方面的知识和技能非常缺乏，而且农产品是单一性产品，目前市场上农产品电商的卖点几乎都是围绕产地溯源、产品品质，对农产品自身特点的挖掘不够。

**链接**

## 粤浙苏农产品电商居三甲

我国农产品受地理位置和气候条件的影响，各区域内产品品类不同，消费者想购买各地的美食，在空间分布上，农产品跨区域销售是常态。

《报告》显示，广东省、浙江省和江苏省是我国农产品的前三大消费省域，上海市和山东省紧随其后。2015年，广东省的居民通过电商平台的农产品消费额超过80亿元。2015年，甘肃、河北和安徽省是全国农产品电商消费增幅最快达前三名。

广东省作为全国最大的农产品“互联网”消费市场，不断吸引全国其他地方优质农产品的目光，北方地区通过组团在粤港开展经贸交流和旅游对接活动，考察农产品电商合作，将北方丰富的绿色农产品推介至珠三角市场。

浙江省的农产品卖家数量在全国第二位，省内拥有丰富的农产品资源优势和电商巨头淘宝的区位优势。农村青年是浙江省电商创业的主力群体，浙江省农村青年网上创业群体超过100万人，并且呈现快速上升的趋势。淘宝让浙江省有了绝对的地缘优势，当地的青年更容易掌握不断变化的市场信息，根据当地的农产品资源和客户买家的喜好，实现接地气的营销。

江苏省是全国农产品电商的卖家聚集的第三大省。去年，经江苏省政府批准，依托省供销合作总社控股企业先农电子商务有限公司，打造的全省农产品电商平台——“地平线”上线运行。2016年，该平台将实现50亿元农产品交易额。

不同县市有自身优势的农业资源，储藏、销售一直都是困扰农民的大难题。江苏省地方政府把电商创业与服务农村相结合，在县域范围内，依托当地优势农产品资源，构建线上线下互补联动的电商支撑体系，帮助更多农民通过“互联网+”来发家致富。

■文/阳刚

更多内容请点击shijie.dachanet.com 全国诚招广告代理商 联系人：郭先生 13973199145 黄先生 4000073213转8088