

第2章

转型变革：网络时代的农业电商

学 前 提 示

随着时代的发展，农业电商的影响力范围越发扩大，传统农业已经进入被迫转型变革的阶段。

本章主要对传统农业的转型变革进行分析，重点内容分为互联网时代的电商、农业与电商的组合、农业电商中的中介商以及农业电商的产业链四个方面。

互联网时代的电商

农业与电商的组合

农业电商中的中介商

农业电商的产业链



2.1 互联网时代的电商

在 2014 年，据相关资料证实，我国的电子商务交易额达到 16 万亿元，其中在淘宝网等平台上开设个人网店的数量将近一千万家。如图 2-1 所示为淘宝网在“双十二”活动期间一家网店的商品主页。

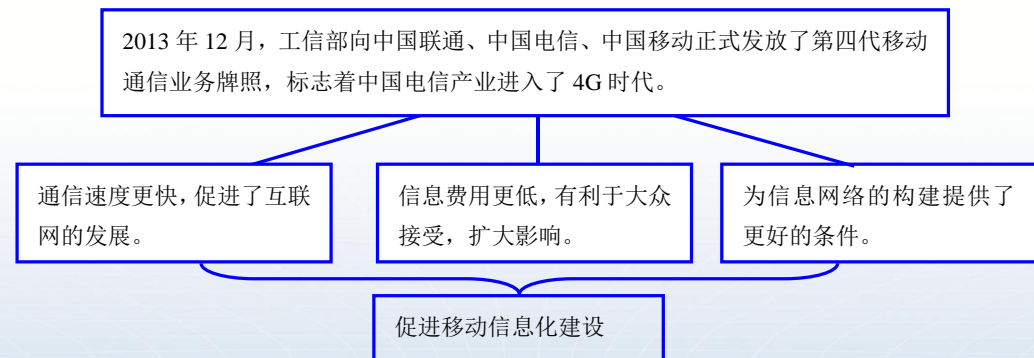


图 2-1 淘宝网上一家网店的商品主页

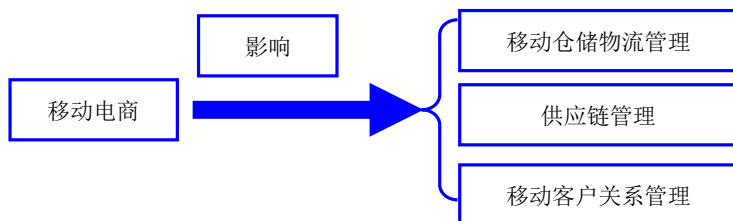
从电子商务的交易额可以看出，电商的影响力已经扩大到全民层次，渗透到了各个领域。无论是网络购物爱好者，还是想借助互联网发展大趋势的东风进行创业的个体户，抑或是千千万万从事电商及上下游产业的普通人，电子商务早已融入每个人的生活轨迹中。

2.1.1 互联网发展现状

在互联网发展过程中，4G 通信代表了国内电信产业进入了新的时代，对于整个互联网发展的影响也是十分巨大的，是互联网发展的一个重要标志，相关方面如下所示。



在具体的运作中，移动电子商务主要对以下几个方面产生直接影响，从而推动整个行业的发展，如下所示。



移动通信的发展潜力较大，同时也比 PC 端更受大众的欢迎。目前，中国的互联网发展从“普及率提升”转换到“使用程度加深”。

在实际应用中，互联网在购物、物流、支付乃至金融等方面均有良好的表现，对人们的生活产生了较大影响，尤其是互联网金融成为金融行业的新领域，吸引了大量的投资。

在互联网发展的大趋势下，视频、游戏、社交等成为目前的主要阵地，尤其是对于移动端而言。如图 2-2 所示为某款手机射击类游戏的宣传画面。



图 2-2 某款手机射击类游戏的宣传画面

与增长极快的购物、娱乐、文化、社交和游戏等内容相比，在互联网发展的现状中，与企业 and 商业人士有关的商业信息还比较滞后，或者大部分行业处于初期的发展阶段，如，在线教育、互联网众筹等。

2.1.2 企业的互联网化

在目前的互联网发展环境中，任何产品、任何企业和任何服务可能都面临着同一个问题，就是在互联网时代怎样进一步发展的的问题。几乎所有与企业相关的方面，比如，营销方式、战略方向、商业模式等，都绕不开“互联网化”。

企业互联网化不是一件简单的事情，涉及的方面有很多，但是在具体的运作中主要分为三个步骤，如下所示。





1

网络在线，这是任何一个企业走向互联网化必须经过的一个步骤，将公司的产品、服务和流程转型到互联网上。

2

互动交流，与以前的传媒技术单向传播不同，互联网是技术革命，使所有的交流都成为实时的双向交流。

3

企业联网，互联网最终是一个大型网络，将越来越多的企业作为点连接在一起，构建成为一个巨大的企业间协作的网络。

在互联网时代，企业的互联网化过程中出现的问题较多。传统企业的互联网化转型，在经历了传播互联网化、渠道互联网化和供应链互联网化之后，必然要经历整个企业的经营逻辑互联网化，这个过程中出现的问题主要有以下几个方面。

互联网营销

互联网营销在目前的发展趋势下有两个明显的特点，一是大众对于互联网营销的作用不能直接体会到，从而对于互联网营销不甚在意；二是认为微信、微博等营销就是互联网营销的全部方面。然而互联网营销是一个整体，需要对整个营销体系进行梳理，包括品牌定位、产品定价、渠道建设和服务体验等。

网络电商化

网络电商的本质是一种方法，而不是一种目标，所以在淘宝网上开店属于网络电商的一部分，但并不是说这种店铺的开店模式就是电商。尤其是对于企业而言，利用电子网络技术和相关的技术来创造、提高、增强、转变企业的业务流程或业务体系，使其为当前或潜在的客户创造更高的价值，才是电商的根本意义。

企业信息化

企业信息化，属于企业在互联网时代的信息方面转型的部分。除了内部管理软件之外，互联网化还注重“人”的作用，这里的“人”包括两个方面，分别是企业内部的员工和企业面向的用户。在互联网时代，员工就是公司的代表，尤其是在社交媒体上。同时，客户的反馈意见等各方面也是信息化中的重要环节，可以更好地促进公司的发展。

2.1.3 行业的互联网化

这几年，在互联网上与行业相关的冲突越来越多，其中影响较大的就是在淘宝网上挂号、发起股权众筹被叫停，APP 打车软件如“滴滴”等被监管，这些事情的出现都在于一个问题，就是互联网正在改造和重构着传统行业。

这或许并不危言耸听，在未来，国内的多个传统行业的生死已经与互联网密切相关。在行业互联网出现之前，互联网只是一个相对独立的行业，随着电商渠道的壮大以及营销环节的融合，互联网在模式上的颠覆和替代效应正不断地发生着。

以保险行业为例，其行业在前端、中端和后端的互联网化如图 2-3 所示。

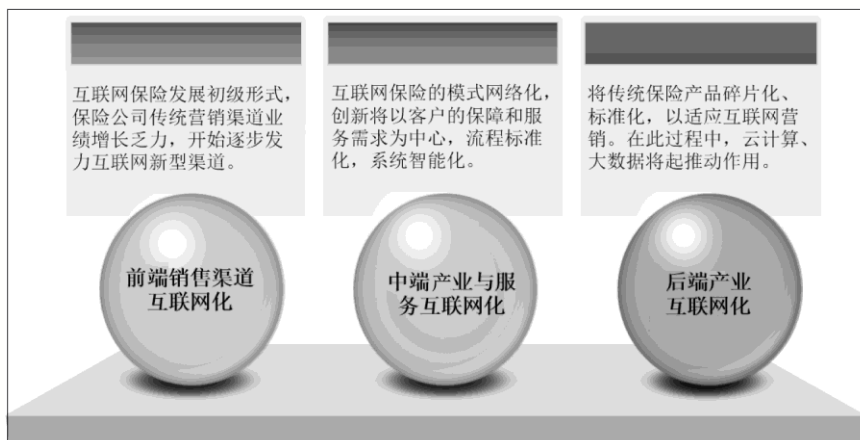
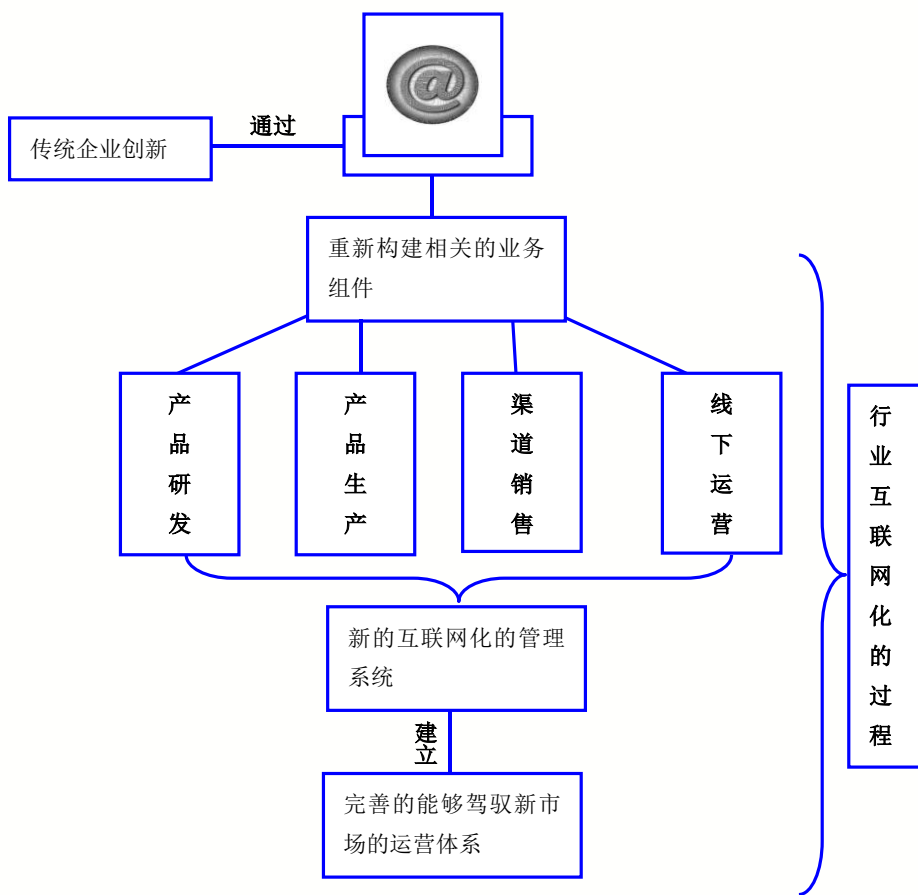


图 2-3 保险行业的互联网化

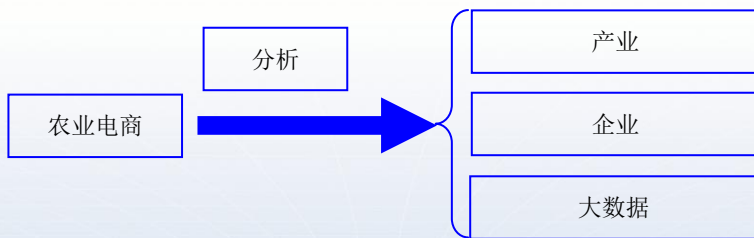
在传统行业，无论是金融、电信、制造还是能源等，几乎任何一个行业都在与互联网发生关系，行业的互联网化主要是用互联网的创新思维来改造业务，增强行业或企业的竞争优势。

行业的互联网化并不是指新兴的互联网企业，而是传统的企业通过自我颠覆，融入互联网世界中去，具体的运作方式如下所示。



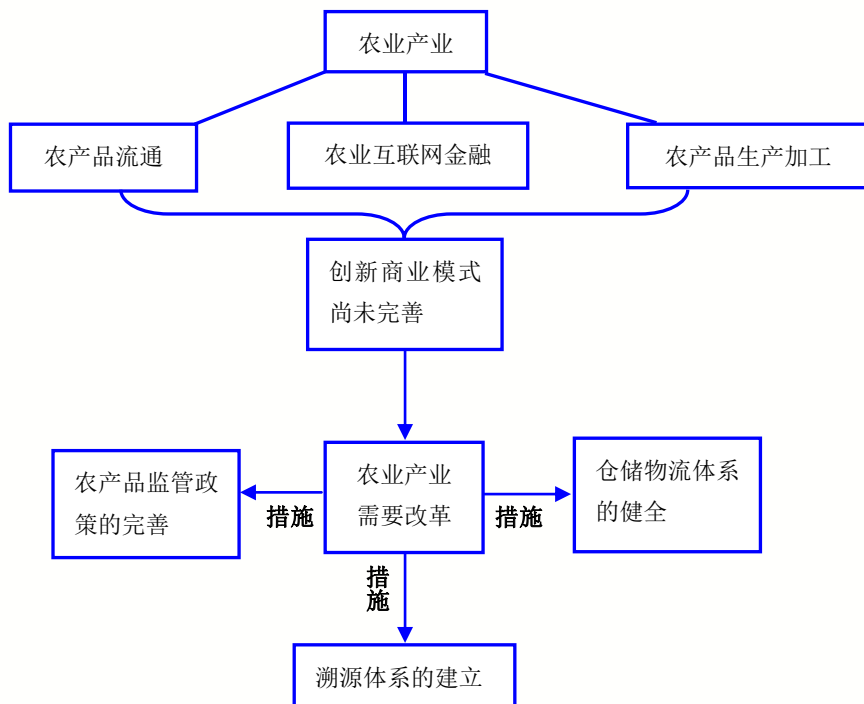
2.2 农业与电商的组合

农业发展的未来在于与电商组合后的无限可能，针对农业电商的三个主要方面进行分析，如下所示。



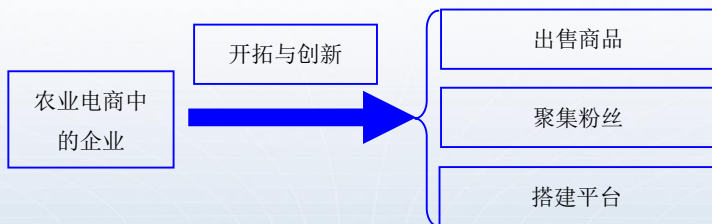
2.2.1 农业电商中的产业

国内的农业产业互联网化处于初期发展阶段，目前主要集中的变化还是在于企业层面，整个产业覆盖了农业产业链的上下游，内容极其广泛。在未来的发展中，以区域市场为核心的农业产业互联网平台将成为主流，具体内容如下所示。



2.2.2 农业电商中的企业

在目前的农业电商浪潮中，企业是首先改革的部分。在机遇与挑战并存的现状下，众多的企业已经在逐步探索农业企业互联网化，构建电商体系的新兴商业模式，目前企业主要有三个方面的开拓与创新，具体内容如下所示。





如图 2-4 所示, 就是由鸿基元集团投资建立的本来生活网平台, 已经构建了完善的电商体系。



图 2-4 本来生活网平台

2.2.3 农业电商中的大数据

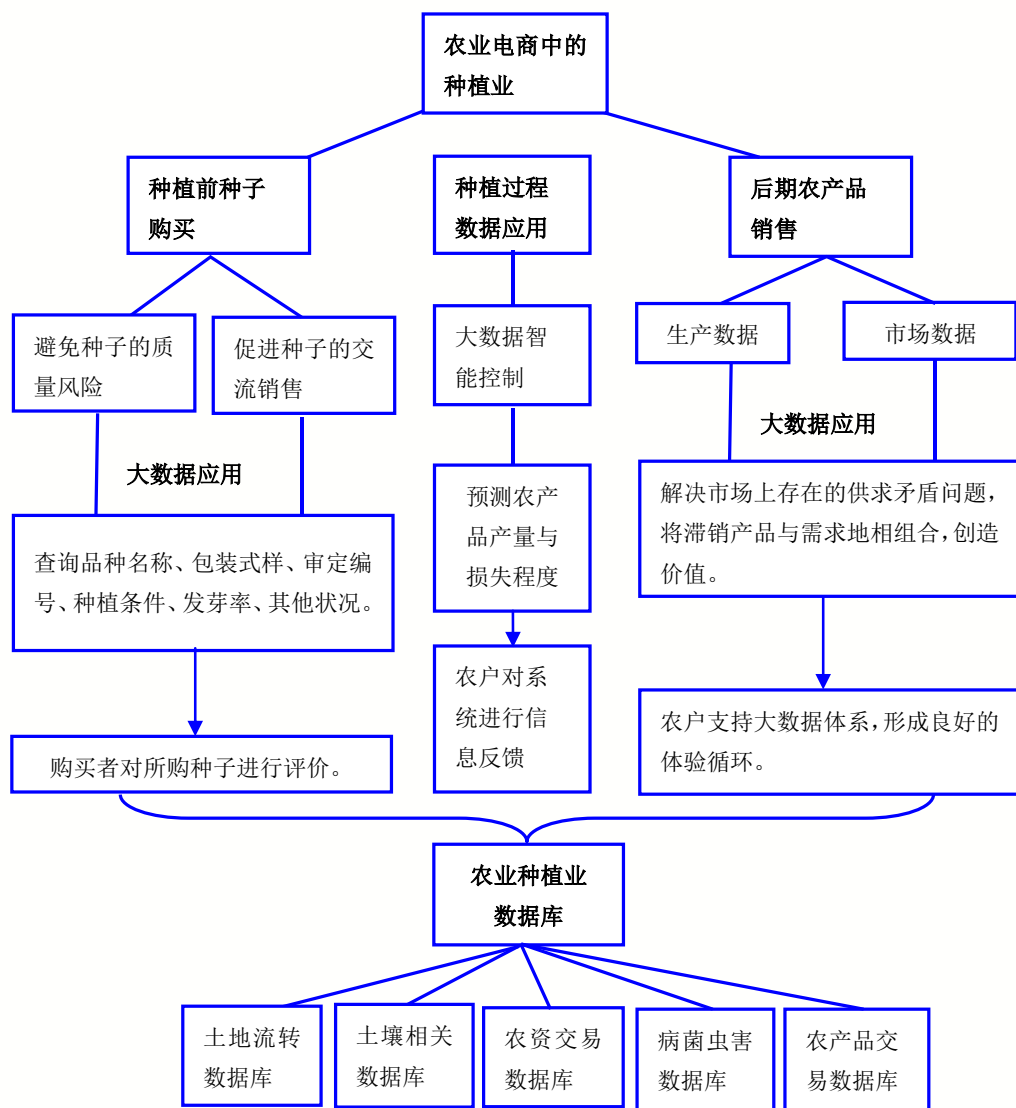
大数据, 是随着互联网的发展而出现的, 主要是指无法在可承受的时间范围内用常规软件工具进行捕捉、管理和处理的数据集合。未来人类将与大数据分析密切相关, 每个人都成为大数据的一部分, 其意义表现如图 2-5 所示。



图 2-5 大数据的意义表现

大数据已经成为一种信息资产, 能够运用大数据为企业或行业服务的平台, 都是未来的主流平台。在农业中, 与互联网+类似, 大数据本身只是一种工具, 需要与农业本身的电商模式相结合, 才能够体现其优势。

要了解大数据的具体内容, 需要从农业电商的相关方面进行深入了解, 以农业电商模式中的种植业为例, 主要是种植前种子购买、种植过程数据应用、后期农产品销售三个方面, 相关内容如下所示。



在整个农业生产中，围绕农民、土地、农资等会产生大量的数据，这些数据能够更好地促进农业的互联网化，也为农业电商的实际运作提供了更好的方式。随着互联网的发展，在未来的大数据应用中，大数据会变得越来越重要，也会出现更多的与大数据应用相关的企业。



2.3 农业电商中的中介商

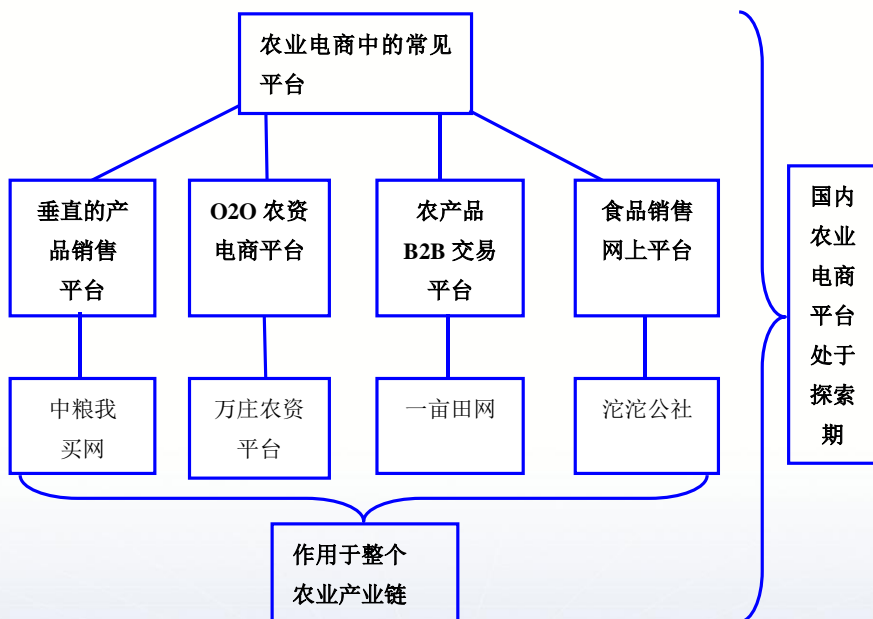
在电商时代，中介商的外在表现就是电商平台，自淘宝、京东等电商巨头崛起之后，平台的巨大经济效益和影响力成为企业趋之若鹜的目标。

构建平台对于企业的资源和资金要求都较高，所以目前农业电商的平台虽然还在不断增加，但是保持了一个稳定的增长率。一般认为，一个成功的平台能够给企业本身带来 10 倍的价值，因为这种模式改变了原本的商业模式和盈利模式，更容易形成行业垄断，创造非凡的价值。

2.3.1 中介平台的模式

农业电商中的中介平台是利用大数据、物联网等互联网技术，对金融、物流等多个方面的社会资源进行整合，用来实现农业产业链的实际运作过程里去中间化，提升生产流通效率的新型农业平台。

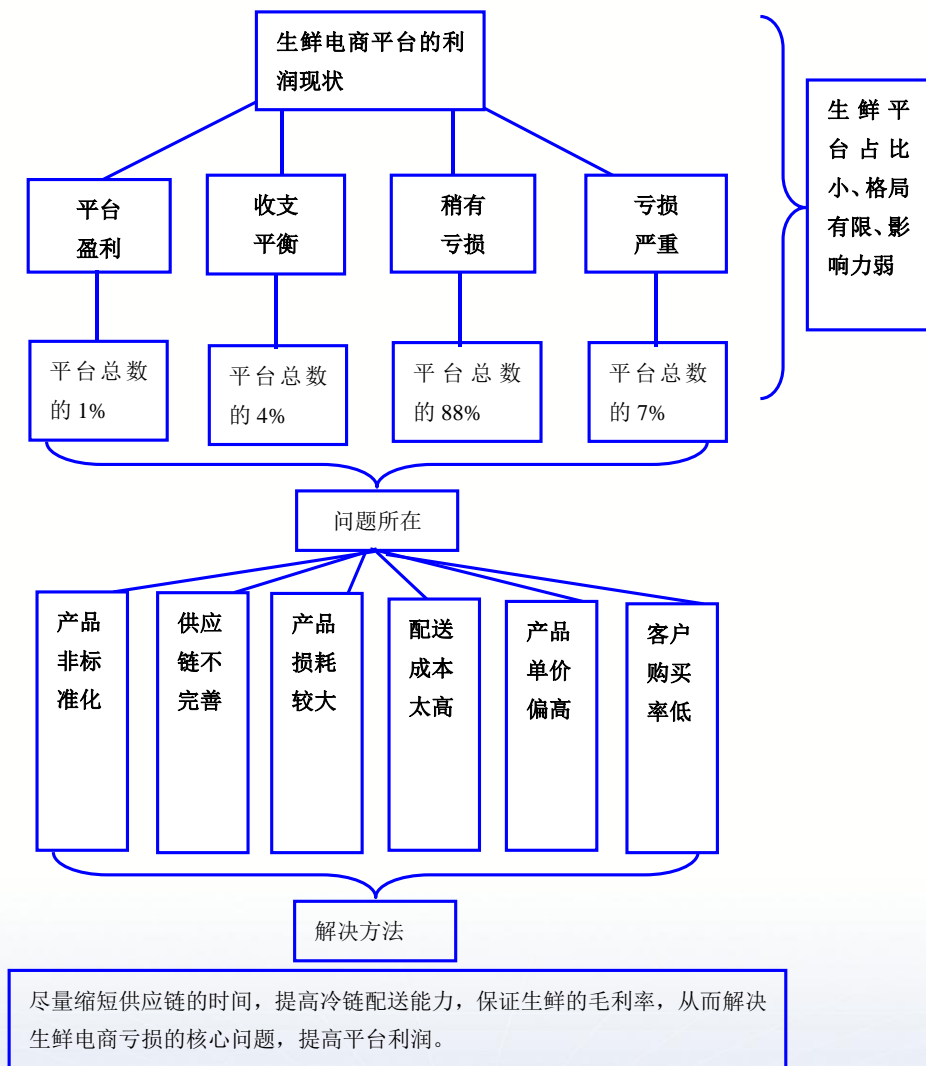
目前的中介平台模式有很多，平台的目标也各有不同，下面对几种常见的平台进行简单分析，内容如下所示。



2.3.2 中介平台的利润

尽管农业电商的规模在与日俱增，但是这并不意味着中介平台的利润十分可观。国内目前涉农的电子商务平台已经超过 3 万家，其中农产品电子商务平台已达 3000 家，亏本经营的现象十分常见。

以生鲜电商为例，具体分析平台利润方面的问题所在，如下所示。

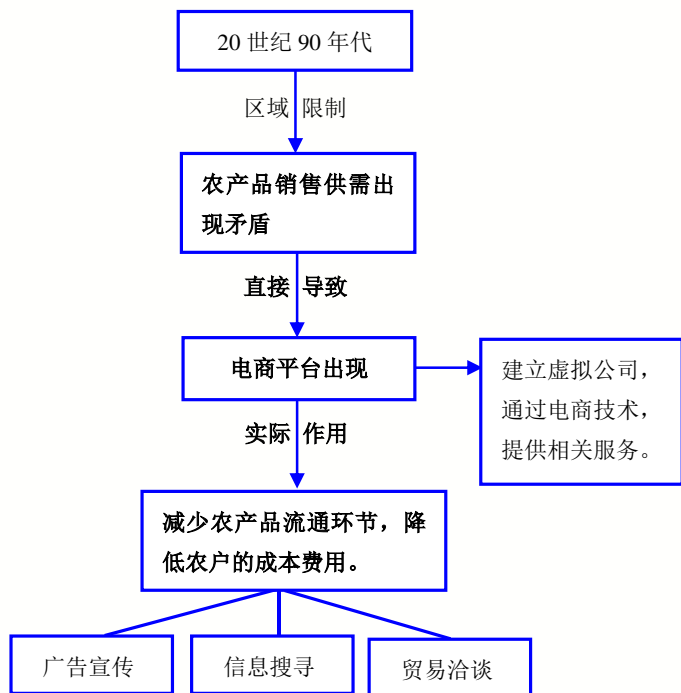




2.3.3 中介平台的发展

平台的出现和发展与环境因素的促进作用密不可分，主要是因为我国城市化步伐的加快，对农产品的依赖性越来越强，农产品的出售急切需要建立新型的销售模式和交易平台。虽然目前农产品电子商务平台取得了一定的进展，但是仍然存在着较多不完善的地方。

农业中的电商平台与电商平台出现的潮流有着直接关系，具体内容如下所示。



中介平台的公平性能够使各个农户自主经营的权利得到最充分的保证，这种形式可以较好地适应我国农业现阶段生产方式的特点，促进农业的有序发展。未来的中介平台将承担更多的任务，同时在具体的模式和运作上也会更加成熟，并逐渐形成统一的平台模式。

• 专家提醒

总体来看，我国农业电子商务还处于起步阶段，农产品电子商务正向个性化、专业化、区域化以及移动化的趋势发展。但诚信体系建设、客户关系管理、信息安全保障等问题突出，尚有许多问题需要深入研究和探讨。

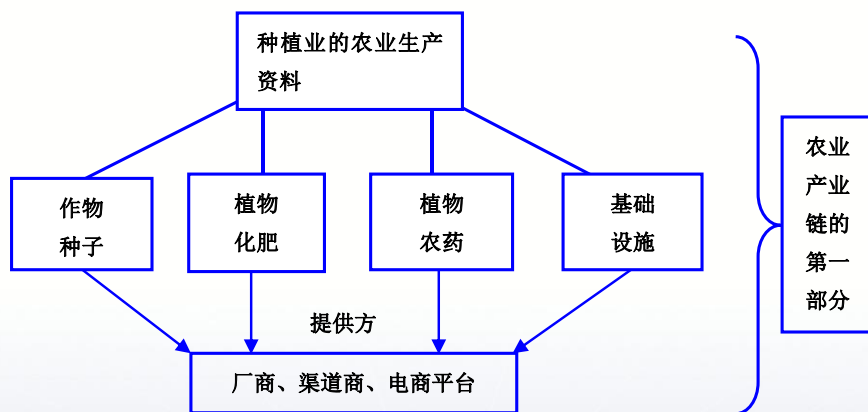
2.4 农业电商的产业链

农业互联网化已经成为主流，其中农业电商的作用也渗透到了整个农业产业链中。家庭农场、专业合作社等新型经营主体的崛起，实现了农产品优质优价销售，农业电商的作用日益凸显，从农业产业链的具体内容进行分析，主要分为三个方面，如下所示。



2.4.1 农业电商中的农业生产资料

国内的农业生产资料部分，一般是指在农业生产过程中用以改变和影响劳动对象的物质资料和物质条件，以种植业为例，如农业运输机械、生产及加工机械、农药、种子、化肥、农膜等方面，具体内容如下所示。



农资电商能够有效地节省传统交易的中间环节成本，消除假冒伪劣产品的生存空间，解决农资行业的矛盾，促进农业的发展。农业电商的出现比其他行业都要晚，而农资电商又属于农业电商中发展较为缓慢的一部分，由于潜力巨大，所以目前的农资



电商平台发展势头良好，其中较有代表性的就是云农场平台，其主页如图 2-6 所示。



图 2-6 云农场平台主页

云农场平台上的部分种子、化肥信息如图 2-7 所示，平台是面向全国的，在农资领域影响广泛。



图 2-7 云农场平台上的部分种子、化肥信息

2.4.2 农业电商中的农业生产过程

农业生产是农业行业的重要环节，没有产品就没有市场，同时也是承载产业链上下游的农资和农产品流通的中间部分。农业电商同样作用于农业生产过程，但并不是

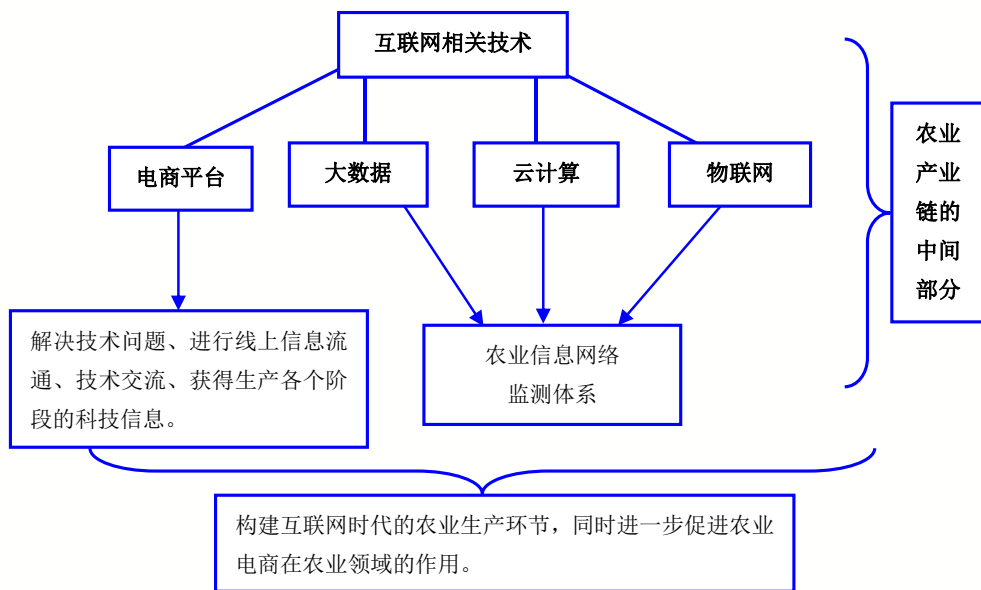
最主要的部分，除此之外，还有 GPS、遥感技术、物联网、溯源体系等多个方面的互联网技术应用。

下面以黑龙江的七星农场为例，详解农业电商在农业生产过程中的应用。如图 2-8 所示为七星农场的收割现场。



图 2-8 七星农场的收割现场

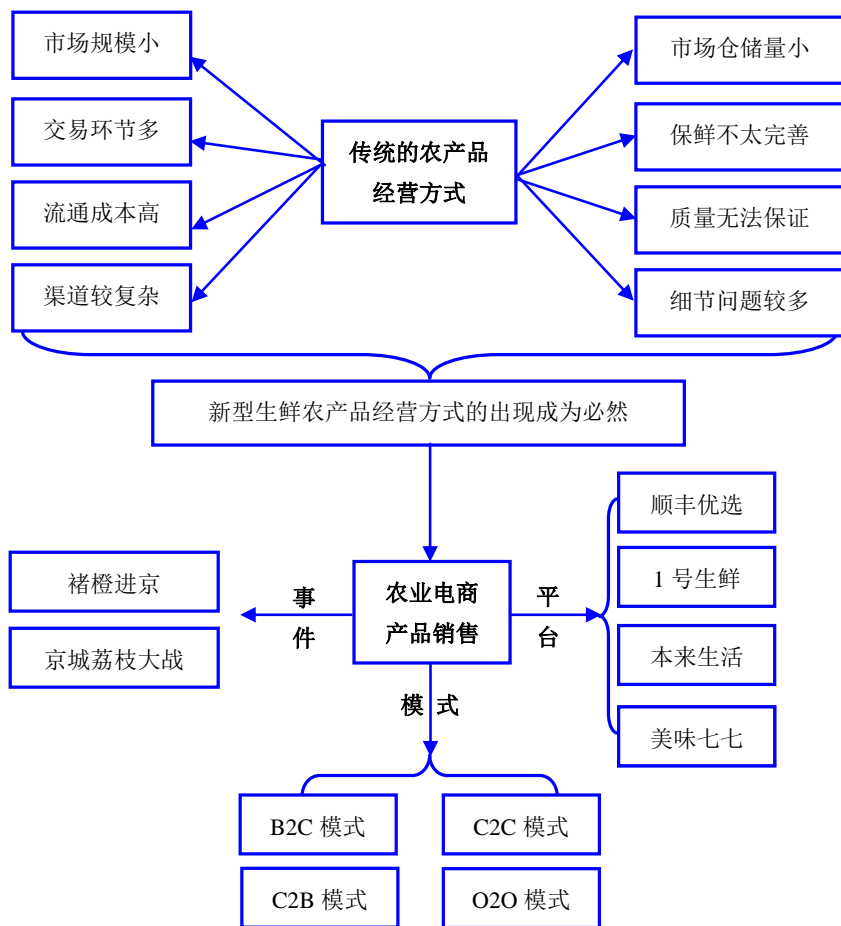
七星农场建立的时间相当长，目前的农业改革已推进到位，农场内的种植业结构趋于合理，水田已经发展到 30 多万亩，玉米 5 万亩，粮豆总产量达到 20 多万吨，平均亩产 350 公斤。畜牧业生产稳步发展，奶牛存栏 5000 多头，生产商品鱼 500 多吨。七星农场的成功建立在于对现代技术的合理运用上，除了机械化运作外，还有互联网相关技术，具体内容如下所示。



2.4.3 农业电商中的农业产品销售

在国内，农业产品销售中生鲜电商是影响力最为广泛的，也是与人们的生活息息相关的。生鲜农产品一般是指新鲜蔬菜、水果、鲜鱼肉、鲜蛋、活禽等，这些产品具有易腐易烂、易变质的特性，因此对流通、储存都有很高的要求。

从传统的销售入手，逐步了解农业电商对农业产品销售的重要影响，如下所示。



农业电商在产品销售方面主要解决四个问题，分别是物流配送、产品标准化、产品品牌和信任问题。由于受限于环境因素，目前这些问题的解决并不容易，需要通过很长时间的的发展才能够彻底改变，但随着时代的进步，未来的农业电商领域前景将是一片光明。