

农产品行业解决方案

2021年7月29日





CONTENTS

目 录

01

农产品行业分析

02

农产品商家经营难题

03

经营策略



01

农产品行业分析

农产品的定义

农产品是农业中生产的物品，如高粱、稻子、玉米、小麦以及各个地区土特产等。一般把农产品分为粮油、果蔬及花卉、林产品、畜禽产品、水产品和其他农副产品六大类。



**你们餐桌上的食物，都是通过
什么方式购买的呢？**

”

农产品消费模式

除传统零售渠道（如菜市场、街边摊贩等）以外，还有：

01



C2B/C2F模式
消费者定制模式

02



B2C模式
平台型、垂直型

03



B2B模式
商家到商家模式

04



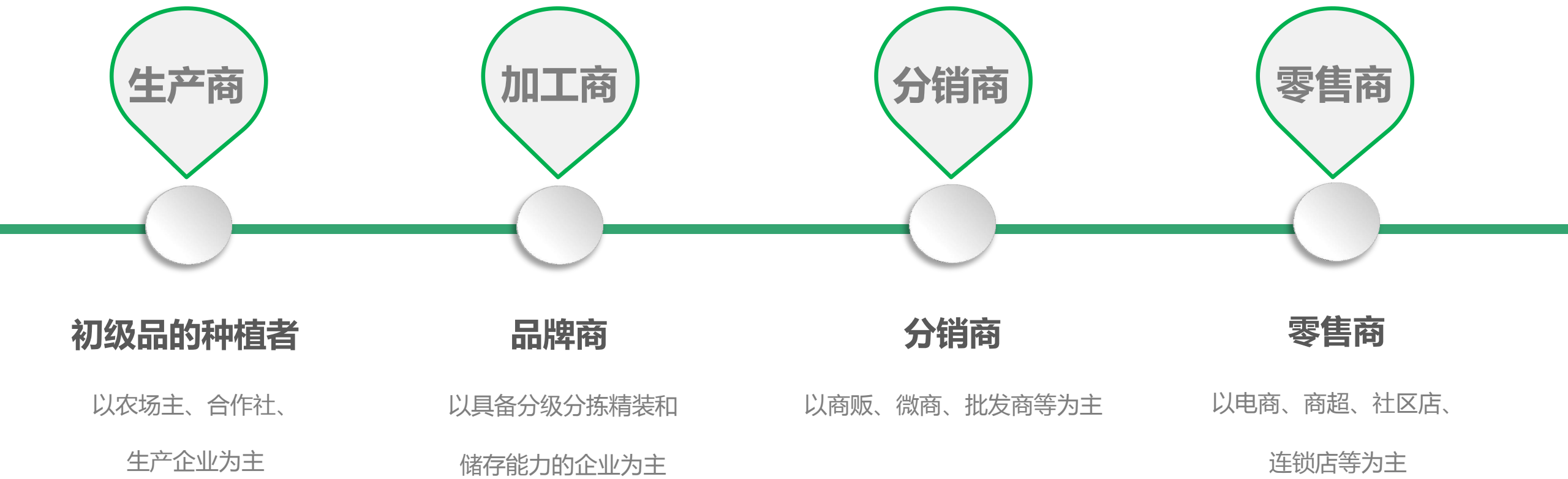
F2C模式
农场直供模式

05



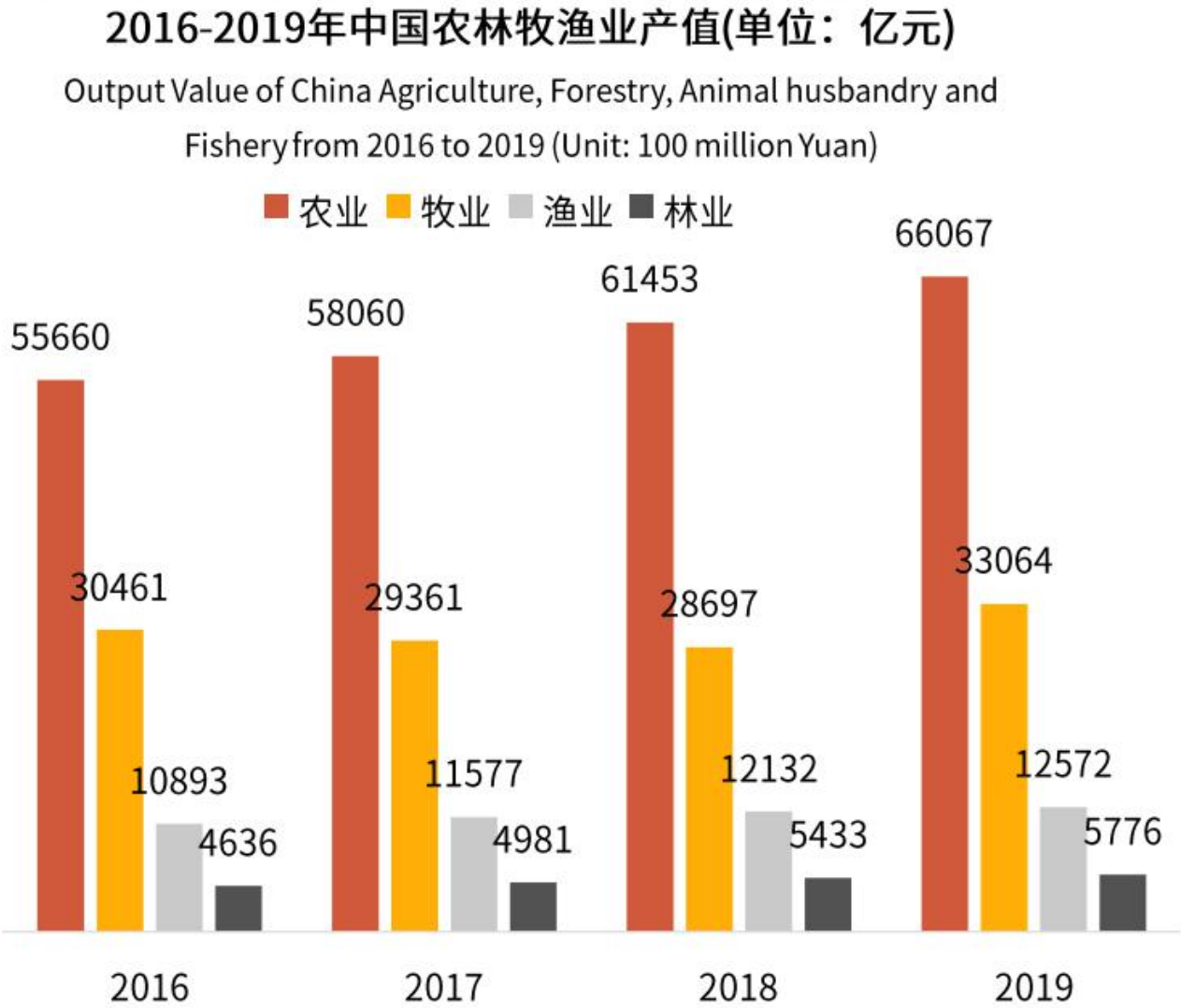
O2O模式
线上线下相融合

农产品流通交易主体



农业比较特殊，实际交易模型更为复杂

农产品市场趋势



数据来源：国家统计局、艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

农、林、渔产值始终保持上升趋势，农业在整体产值中占比最大

农产品市场趋势

2017-2021中国农产品网络消费额及预测

Online Retail Sales and Forecast of Agricultural Products from 2017 to 2021



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

■ 网络零售额 (亿元)

农产品上行趋势分析-电商平台积极推动助农计划

农产品上行指的是将农产品标准化、规模化、品牌化之后销往城市、发展县域经济、农村经济，激活农村市场活力。

再简单来说就是：将农产品放到网上去售卖，通过联手功能强大的互联网，拓宽农户的销售渠道，解决传统农业销售的后顾之忧。

2021年“拼多多+农货”热点事件盘点

- 5月10日，泰国驻上海总领事馆举办“泰国商品节直播专场”，拼多多作为唯一电商平台参与。
- 4月29日，上海市消费帮扶“乐惠助农”活动启动，重慶海消费大市场；
- 4月25日，在第四届数字中国建设峰会期间，陈磊从销、供、产三个层面，为农产品上行提供参考。
- 2月25日，全国脱贫攻坚总结表彰大会在北京举行，拼多多荣获“脱贫攻坚先进集体”。

“阿里巴巴+农货” 2020-2021热点事件盘点

- 4月29日，在江蘇省“农兴赣” 活动中，阿里巴巴集团通过“三小时销售17万”的战绩，助力农产品上行。
- 3月25日淘宝特价版上线“农货”专区，直连1000个产地仓和超30000个农户。
- 2月25日，全国脱贫攻坚总结表彰大会在北京举行，阿里巴巴集团荣获“脱贫攻坚先进集体”。

2021年“京东+农货”热点事件盘点

- 2021年4月21日，京东集团对外发布首份环境、社会及治理报告（ESG报告），展示助力乡村振兴的路径及成就，数智化铺垫乡村振兴基础设施，实现扶贫销售超1000亿。
- 2021年3月30日，海安市人民政府、京东生鲜与江苏中洋集团以“推动乡村振兴，共建农产品生态产业链”为主题签订战略合作协议。
- 2021年3月27日，全国首个“京东农场”数字化茶园“京东农场蒙顶皇茶种植”基地落户四川。

农产品上行趋势分析-新消费模式破解农产品发展难题

传统消费模式



农户/原产地



批发集市



菜市场/超市



消费者



农产品上行趋势分析-新消费模式破解农产品发展难题

新消费模式



农户/原产地



前置仓/直营店/体验店

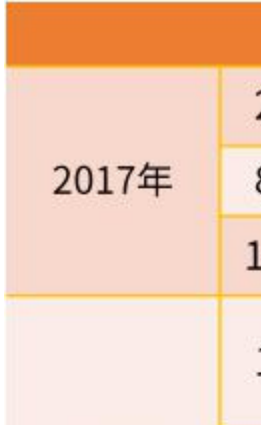


消费者



流程缩短、效率高、更新鲜、数据化、社群化、全场景化

农产品上行趋势分析-有利条件

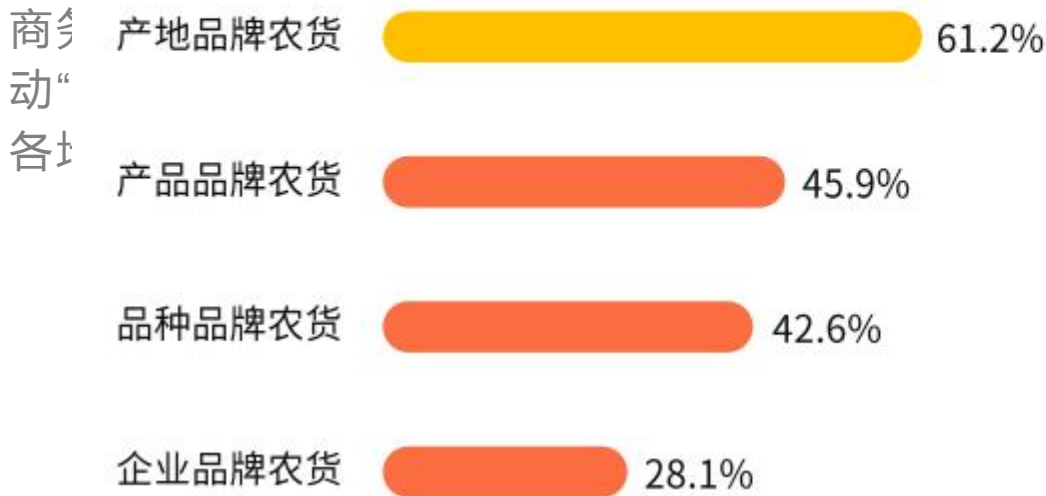


2020Q1中国居民在线购买农货周频率（次/周）
2020Q1 weekly frequency of online purchase of agricultural products by Chinese residents (times / week)



2020Q1中国居民在线购买农货品牌偏好
2020Q1 preference of Chinese residents for purchasing agricultural products online

2020Q1中国居民在线购买农货品牌与非品牌比例
2020Q1 proportion of brand and non brand agricultural products purchased online by Chinese Residents



02

农产品商家经营现状

农产品商家经营难题

01

缺乏成熟电商团队，技术人才培养难，开发周期长。

02

以传统销售模式为主，销售渠道单一，习惯等客上门，对产品的宣传不足。

03

许多农产品经营者营销理念和技能不足。

04

产品可替代性强，消费者忠诚度较低，价格竞争大。

05

流通环节多，运输成本高，产品保存困难，容易损耗。

农产品消费者画像

四大因素影响用户选择平台，食品安全最受重视



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，受访者选择在线购买农货的平台时，他们普遍看重的因素为食品安全、价格实惠、货品丰富和配送速度,占比分别为57.9%、52.5%、45.8%和45.0%。艾媒咨询分析师认为，虽然消费者在选择购买农货平台时最关注食品安全保障能力，但在实际决策当中，各平台在食品安全能力方面的差异很难对比，因此价格是否实惠成为影响用户选择农货购买平台的决定性因素，因此拥有更高性价比的农货电商平台更易获得用户的青睐。

on in 2021



系统 (Strawberry Pie)
调研时间：2021年4-5月
系统 (Strawberry Pie)

有
5



注：此处调
数据来源：艾

数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)
样本量：N=1686；调研时间：2020年3月

03

经营策略

农产品商家经营难题

01

缺乏成熟电商团队，技术人才培养难，开发周期长。

02

以传统销售模式为主，销售渠道单一，习惯等客上门，对产品的宣传不足。

03

许多农产品经营者营销理念和技能不足。

04

产品可替代性强，消费者忠诚度较低，价格竞争大。

05

流通环节多，运输成本高，产品保存困难，容易损耗。

借助工具打造不同模式的农产品电商平台

使用商城，自助搭建电商平台

A green circular icon with a white border and a small notch at the top, containing the text "网购模式" in white.

网购
模式

C2B/C2F模式：消费者定制

B2C模式：平台型、垂直型

B2B模式：商家到商家

F2C模式：农场直供

A green circular icon with a white border and a small notch at the top, containing the text "O2O模式" in white.

O2O
模式

到店自提

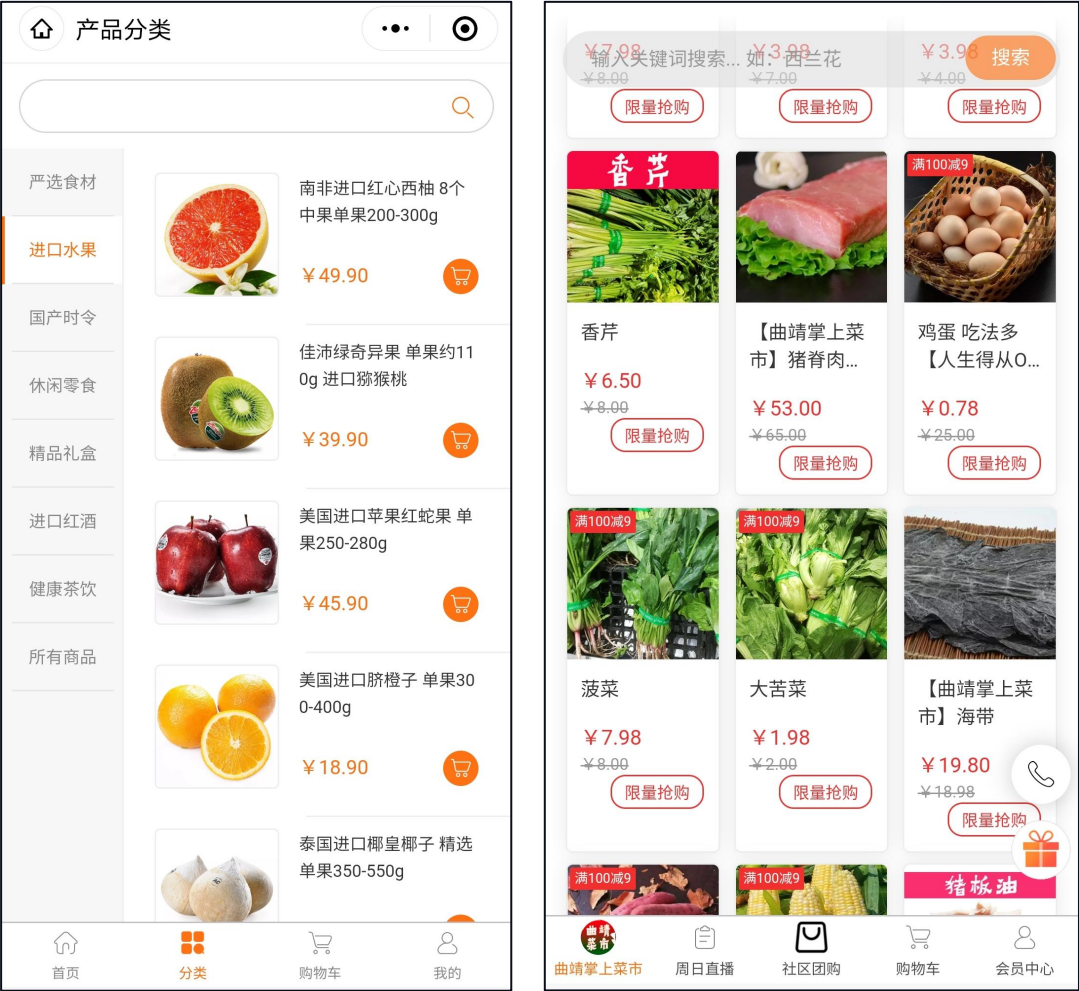
同城配送

借助工具打造不同模式的农产品电商平台

借助模板一键生成精美在线商城



丰富精美模板一键应用



10000+产品分类呈现，满足消费者多样化选购需求

借助工具打造不同模式的农产品电商平台

多种方式一键添加产品



压缩包

可导入产品图片，
产品详情文档



表格

填写产品基本信息，
快速完成导入



本地图片

添加产品图片后，
快速导入产品



链接复制

支持淘宝、天猫、京
东、拼多多等平台



淘宝CSV

适用于已在淘宝
经营的商家



多种批量添加方式
满足不同场景需求
提高产品添加效率



定时上架
提前预热
统一开售

农产品商家经营难题

01

缺乏成熟电商团队，技术人才培养难，开发周期长。

02

以传统销售模式为主，销售渠道单一，习惯等客上门，对产品的宣传不足。

03

许多农产品经营者营销理念和技能不足。

04

产品可替代性强，消费者忠诚度较低，价格竞争大。

05

流通环节多，运输成本高，产品保存困难，容易损耗。

多渠道推广商品，丰富商品展示信息

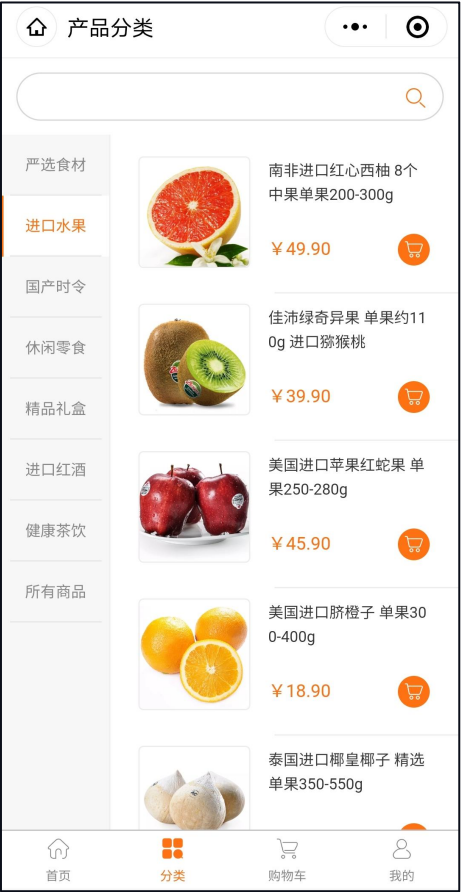
借力微信生态和营销活动推广商品

- 1 一站三端实现多流量入口：小程序商城+微商城+电脑商城
- 2 微信小程序60+流量入口助力多渠道获客
- 3 链接微信公众号、视频号，进一步曝光商城
- 4 接入营销活动，400+h5小游戏模板，100+营销玩法



多渠道推广商城，丰富商品展示信息

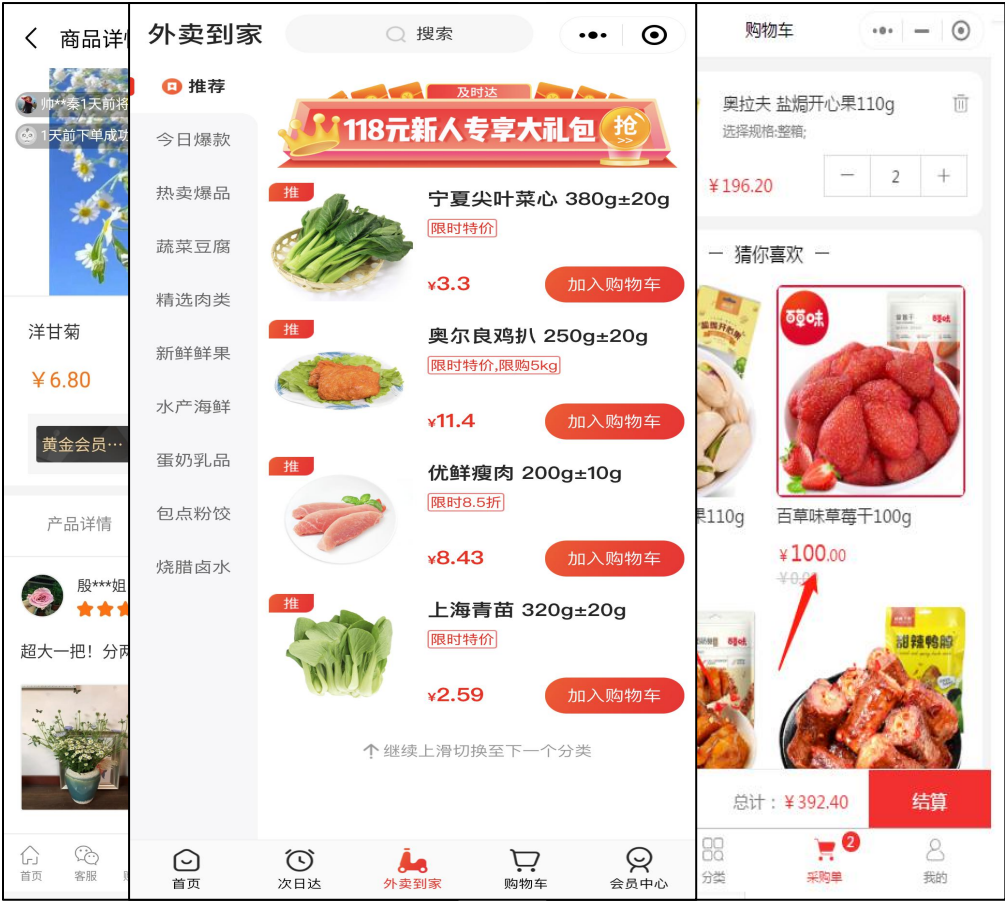
灵活应用产品管理功能



产品分类方便用户筛选



产品参数、图文详情
呈现产品特点



产品评论体现产品真实性

产品推荐吸引用户关注

多渠道推广商城，丰富商品展示信息

打造展示型官网及小程序



市场案例



市场案例

借助企业网站、轻应用小程序可以帮助商家搭建信息平台，用于展示企业及产品、分享农产品资讯等

农产品商家经营难题

01

缺乏成熟电商团队，技术人才培养难，开发周期长。

02

以传统销售模式为主，销售渠道单一，习惯等客上门，对产品的宣传不足。

03

许多农产品经营者营销理念和技能不足。

04

产品可替代性强，消费者忠诚度较低，价格竞争大。

05

流通环节多，运输成本高，产品保存困难，容易损耗。

搭建商城会员体系，打造私域电商



新客有礼
可引导用户注册会员



会员积分
可设置登录获取积分，
培养会员登录商城的习惯



积分商城
可对会员进行积分营销，
提升会员活跃度



会员卡
开卡专享尊贵权益，
助力会员留存



会员储值
建立储值规则引导储值
增加会员粘性

采用新电商带货模式，丰富营销玩法

拼团



多人拼团提高成单量

砍价



砍价活动高效引流

短视频导购



短视频互动引爆流量

直播导购



直播带货刺激用户消费

组合套餐



组合套餐提升客单均

采用新电商带货模式，丰富营销玩法

推广员



- ✓ 超低门槛，会员即推广员
- ✓ 利用消费者的社交属性进行精准推广
- ✓ 激励员工进行产品分享
- ✓ 尤其适合推广单价低、复购率高的商品



采用新电商带货模式，丰富营销玩法



社群运营

直播、短视频

- ✓ 菜谱/视频，关联食材一键购买
- ✓ 食品原产地直播，提升信任感
- ✓ 导购直播推荐商品

会员留存

会员积分

- ✓ 积分商城换购
- ✓ 积分抵现
- ✓ 升级享会员折扣

商城营销

开展拼团、砍价活动

- ✓ 保持活动频率
- ✓ 线上线下活动同期进行
- ✓ 利用公众号助手三大推送功能发布通知

农产品商家经营难题

01

缺乏成熟电商团队，技术人才培养难，开发周期长。

02

以传统销售模式为主，销售渠道单一，习惯等客上门，对产品的宣传不足。

03

许多农产品经营者营销理念和技能不足。

04

产品可替代性强，消费者忠诚度较低，价格竞争大。

05

流通环节多，运输成本高，产品保存困难，容易损耗。

采用预售模式，以销定采

社区团购

- ✓ 招募团长，有效拓展分销渠道。
- ✓ 团购预售，以销定采，有效提高周转率，避免囤积压货。
- ✓ 微信群接龙等丰富社交互动，助力收获忠实客户，带来高转化。
- ✓ 接单后统一发货给团长，减少物流成本及商品流通环节。



首页



社区团购



商品详情页

采用预售模式，以销定采

定金预售



- ✓ 大促活动预热
- ✓ 小额定金吸引用户下单
- ✓ 预估产品销量，以销定采，避免囤货积压
- ✓ 尾款延迟支付，引导用户重访商城



做好库存管理，避免商品积压

对接专业ERP系统，做好进销存管理

充值续费

客户热线: 13550189149; 13880213203

 网上管家婆
新一代企业管理软件

首页

产品

服务

价格

案例

关于我们

登录

免费注册



管家婆
网店ERP

库存 | 销售 | 订单 | 财务管理一步到位

产品登录

云分销登录

产 品: 管家婆云进销存/网店ERP

公 司 名:

用 户 名:

密 码:

☐ 记住我 ☐ 安全通道登录

立即登录

 淘宝账号登录  微信账号登录

免费注册

充值续费

忘记密码?

订单、库存自动同步

多个电商平台库存自动同步

发货后订单状态和物流信息自动回传给电商平台

多种配送方式，商品直达消费者

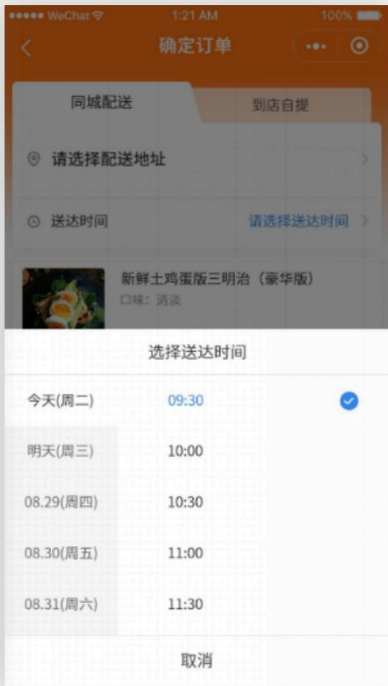
配送方式



- ✓ 同城配送：自定义配送范围和配送时段；
接入第三方配送平台免去配送困扰
- ✓ 到店自提：以门店为自提点，降低配送成本，并引流到店
- ✓ 快递发货：独立设置运费模板，实时追踪物流信息。



同城配送



到店自提



总结



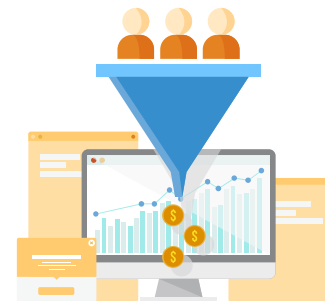
自助搭建商城



多渠道引流



丰富产品信息展示



多重福利引导注册



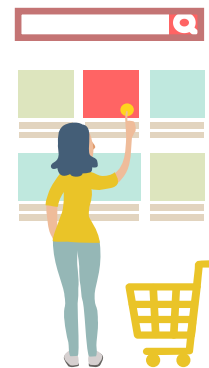
会员转介绍提高商城流量



三种配送方式及时送达商品



ERP系统一站式管理进销存



多种营销玩法刺激消费
预售模式实现以销定采

感谢参与

2021年7月29日

