

助农致富丛书



互联网+农业 实战案例

王丰著



中国农业出版社

■ 30种商业模式解析

■ 100个投资案例介绍

互联网+农业 实战案例

王 丰 著

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网+农业实战案例 / 王丰著. —北京: 中国农业出版社, 2017. 3

ISBN 978-7-109-22815-3

I. ①互… II. ①王… III. ①互连网络—应用—现代农业—研究—中国 IV. ①F323-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 052548 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区麦子店街 18 号楼)

(邮政编码 100125)

责任编辑 闫保荣

北京通州皇家印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2017 年 3 月第 1 版 2017 年 3 月北京第 1 次印刷

开本: 88

6.625

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

目 录 CONTENTS

前言 “互联网+”——传统农业产业转型新机会 / 1

什么是“互联网+”? / 2

互联网怎么“+”? / 5

“互联网+”可以解决传统农业产业的哪些问题? / 7

“互联网+农业”可以创造哪些商业机会? / 10

01 第1章 平台模式 / 16

1. 农产品电商平台——多数生存艰难 / 18

案例1 农产品的地图检索平台 / 19

案例2 品类齐全的特产电商平台 / 20

案例3 会讲故事的电商平台 / 21

2. 农村互联网金融平台——核实信息是关键 / 21
 - 案例 4 Zidisha 的农村公益金融 / 23
 - 案例 5 “翼龙贷”的同城 O2O 信贷 / 24
 - 案例 6 “贷帮”的风险控制体系 / 25
 - 案例 7 “蚂蚁金服”的便捷信贷 / 25
 - 案例 8 “京农贷”的农业季节性信贷服务 / 26
3. 农业资源交易平台——潜力十足的空白市场 / 27
 - 案例 9 “线上线下+连锁”的
农资服务中心 / 29
 - 案例 10 全面解决问题的农村土地和
劳动力流转服务中心 / 30
 - 案例 11 反租倒包的土地电商平台 / 31
 - 案例 12 灵活便利的“农机租赁社” / 31
4. 农业产业联盟平台——空手也能套白狼 / 32
 - 案例 13 农商产业联盟平台 / 33
 - 案例 14 畜禽产品联盟 / 33
 - 案例 15 农业休闲园联盟 / 34
 - 案例 16 有机农产品联盟 / 35
 - 案例 17 生鲜联盟平台 / 36

02 第2章 跨界模式 / 37

5. 产品跨界——农业企业还有新玩法 / 38
 - 案例 18 从生鲜销售到为同行提供冷链物流
服务 / 39

- 案例 19 从产品滞销到产、加、游、销一条龙 / 40
- 案例 20 从卖酸汤鱼到卖酸汤佐料 / 41
- 案例 21 从卖种子到观光收费 / 41
- 6. 营销跨界——他山之石可攻玉 / 42
 - 案例 22 生鲜农场的另类盈利 / 43
 - 案例 23 鱼肉产品制造商的新利润点 / 44
 - 案例 24 “三只松鼠”的动漫跨界营销 / 45
 - 案例 25 魔兽世界里的果汁饮料 / 45
- 7. 渠道跨界——弯道超车典范 / 46
 - 案例 26 借天猫平台出道的枸杞 / 47
 - 案例 27 土豆淘宝村 / 48
 - 案例 28 盆景公司的借力微信营销 / 49

03 第3章 精准模式 / 51

- 8. 农产品市场与产量的精准预测——改变经验主义 / 52
 - 案例 29 猪蹄市场的全球精准布局 / 53
 - 案例 30 见缝插针的黄瓜市场 / 53
 - 案例 31 精准分析下的羊肉分类营销 / 54
- 9. 农产品精准营销——快速圈定购买者 / 55
 - 案例 32 “野人参”如何圈定消费者 / 57
 - 案例 33 养颜产品客户圈定 / 57
 - 案例 34 小众农产品的精准营销 / 58

10. 生产资料精准配置——打造集约农业 / 59

案例 35 辣椒基地的精准管理 / 59

案例 36 现代农机的精准作业 / 60

04 第4章 订制模式 / 61

11. 认筹预订——升级版订单农业 / 62

案例 37 草莓的“认种” / 63

案例 38 苦瓜酵素的认筹预订 / 64

案例 39 “丰后牛”的线上预订线下享用 / 64

案例 40 “电商+互联网金融公司+农户”的
认筹预订 / 65

12. 市场细分——极致化商业营销 / 66

案例 41 以消费年龄分类的牛奶 / 67

案例 42 多样化口味的草莓酱 / 67

案例 43 庖丁解牛与网络细致分销 / 68

13. 个性订制——满足客户随心所欲的需求 / 68

案例 44 大数据食谱 / 69

案例 45 个性定制果汁 / 70

案例 46 葡萄酒的个性酒订制 / 70

05 第5章 智能模式 / 72

14. 农业生产智能化管理——用手机也能种地 / 73

- 案例 47 农田智能灌溉 / 74
- 案例 48 奶牛的智能耳钉 / 75
- 案例 49 智能化农场经营 / 75
- 案例 50 农场用工的智能监管 / 76
- 15. 农业智能装备
 - 让农业生产者从此体面轻松 / 77
 - 案例 51 智慧农业大棚 / 77
 - 案例 52 农药的精细化施用 / 78
 - 案例 53 牲畜性情的智能观测 / 78
- 16. 农产品智慧物流
 - 你想不到的运输速度与效率 / 79
 - 案例 54 没有物流车的智慧物流企业 / 80
 - 案例 55 争分夺秒的生鲜智慧物流 / 81
 - 案例 56 智慧化的“拼”与“送” / 82
 - 案例 57 无人机的智能配送 / 83
- 17. 智慧仓库——高效存储与配货方案 / 84
 - 案例 58 全自动智慧仓库 / 84
 - 案例 59 家装型生鲜智慧仓库 / 85
 - 案例 60 水果智能分拣仓库 / 86
- 18. 农业问题远程诊断——再也不用跑来跑去 / 87
 - 案例 61 “神农解忧” APP / 87
 - 案例 62 水稻基地虫害的快速诊断 / 88
 - 案例 63 “鱼大夫”手机远程诊断系统 / 89

06 第6章 安全模式 / 90

- 19. 农产品质量追溯——工厂化农业的终极应用 / 91
 - 案例 64 基于大数据电子档案的牛肉质量追溯 / 92
 - 案例 65 基于二维码的西瓜质量追溯 / 93
- 20. 农产品“第三方”检测——走出食品安全阴影 / 94
 - 案例 66 蔬菜“第三方”检测系统平台 / 95
 - 案例 67 基于大数据的乳制品“第三方”检测 / 95
- 21. 农产品认证——信任是关键 / 96
 - 案例 68 美国 AMT 公司的有机农产品
认证服务 / 97
 - 案例 69 统一认证产品的电商平台 / 98
 - 案例 70 使用 RFID 标签的原产地
认证鱼子酱 / 99
- 22. 农业环境监测——让环境自己说话 / 100
 - 案例 71 种植基地的土壤重金属监测 / 100
 - 案例 72 鱼塘环境的“守望者” / 101

07 第7章 碎片模式 / 103

- 23. 培训方式改进——碎片化时间应用 / 104
 - 案例 73 指尖种植 / 105
 - 案例 74 茶余饭后的学习 / 107

24. 农业众包——碎片化智力应用 / 108

案例 75 温室大棚群的众包设计 / 109

案例 76 新型农用收割机的众包设计 / 110

案例 77 农产品的威客众包 / 110

案例 78 线上线下无缝对接的实体众包 / 111

25. 农业众筹——碎片化投资 / 112

案例 79 Fquare 的股权参与型“众筹” / 114

案例 80 Agfunder 的平台中介型“众筹” / 114

案例 81 “大家种”的产品消费型“众筹” / 115

案例 82 不做生产环节的水果众筹 / 116

08 第8章 数据模式 / 117

26. 移动互联网与物联网

——解决数据的获取问题 / 118

案例 83 阿里巴巴的大数据获取 / 120

案例 84 行业巨头共建大数据平台 / 122

案例 85 企业总部的大数据共享 / 122

案例 86 大数据下的市场调查 / 123

27. 大数据与云计算——挖掘数据背后的商机 / 124

案例 87 百度的云存储与数据分析 / 126

案例 88 农业生产大数据智能决策系统 / 126

案例 89 Facebook 的用户社交数据分析 / 127

09 第9章 其他模式 / 129

28. 农业创客

——“草根”投资新机会 / 129

- 案例 90 光伏农业创客空间：
关注新型产业 / 130
- 案例 91 根雕创客：聚焦特色产业 / 131
- 案例 92 核桃创客：打造爱好者的
俱乐部 / 132

29. 农业 O2O

——发展新的农产品交付方式 / 133

- 案例 93 首个“网上菜场”的沉浮录 / 134
- 案例 94 “大跃进”的生鲜 O2O 平台 / 135
- 案例 95 稳步发展的零库存订单销售 / 136
- 案例 96 微信传播的 O2O 体验式农业 / 137
- 案例 97 线上预订、线下配送的
微信送菜 / 138

30. 农业天气保险

——互联网支持下的新业态 / 138

- 案例 98 农业降水保险 / 139
- 案例 99 气温保险 / 140
- 案例 100 气候保险 / 140

结语 “互联网+”时代，农业投资怎么做？ / 142

“互联网+农业”的红利在哪里？ / 144

有哪些投资机会？ / 147

有哪些转型机会？ / 152

有哪些增效机会？ / 155

附件1 关于积极推进“互联网+”行动的指导意见 / 158

附件2 推进农业电子商务发展行动计划 / 186

【 前言 】

“互联网+”——传统 农业产业转型新机会

近 10 年来，全球经济发展面临许多挑战，工业产品价格持续下降，生产要素成本不断上升，投资拉动增长的传统经济模式面临巨大挑战，一些企业经营困难，经济稳增长难度加大，传统产业的价值创造方式亟须转型升级。面对经济发展新常态，世界各国纷纷围绕提升发展效率提出经济新战略，其中以德国的“工业 4.0”、美国的“工业互联网”和中国的“互联网+”最具代表性。

德国提出的“工业 4.0”是一个建立在“网络-实体融合系统”基础上的工业智能化革命，其核心战略是通过将实体设备连接到互联网，让实体设备具有计算、通信、精确控制、远程协调和自治五大功能，着力构建智能化、无人化和数据化的工厂。

美国的“工业互联网”是通过软件控制应用和软件定

义机器的紧密联动，促进机器间、机器与控制平台间、企业上下游间的实时连接和智能交互，着力打造以信息数据链为驱动、以模型和高级分析为核心、以开放和智能为特征的工业系统。

中国的“互联网+”则是将以云计算、物联网、大数据为代表的新一代信息技术与传统行业进行深度融合，充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，推动传统产业转型升级和创造新产品、新业务与新模式，着力提升实体经济的创新力和生产力。

各国的发展战略自是针对本国发展实际而提出。对于中国而言，近几年经济处于转型升级的关键时期，不少传统企业正面临产能过剩、产品滞销、人才短缺等矛盾，单一的技术改造对产业效率提升的作用有限，产业发展必须依靠商业模式、技术水平、组织方式等多方面的融合创新，以全新业态促进生产、流通、消费的高效配置。直至移动互联网的普及，这个愿望终于可以变成现实。2015年3月5日，第十二届全国人民代表大会第三次会议上，国务院总理李克强在政府工作报告中提出“互联网+”行动计划。7月1日，《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》出台，一场轰轰烈烈的多产业融合战役开始打响。

什么是“互联网+”？

19世纪中叶，蒸汽机的诞生推动了发明和使用机器的热潮，给世界带来第一次工业革命，使手工业渐渐淡出历

史舞台。19世纪晚期，发电机和电动机的发明，推动了电力的广泛应用，造就了第二次工业革命。20世纪中叶，互联网诞生，它与电脑的结合，实现了信息互联，尤其是20世纪末期手机等移动终端和互联网的结合，产生了移动互联网，真正实现了人与人、人与物、物与物的全面联通，成为“聚合世界，连接一切”的纽带。有理由相信，“互联网+”将会如“蒸汽机+”、“电力+”一样，引发深刻的科技革命与产业革命。

“互联网+”的应用，主要依赖于移动互联网、物联网、云计算、大数据等核心技术。

移动互联网。最早的互联网，是以电脑为载体进行应用，但因为电脑的体积大、场所固定，限制了互联网应用的功能和人群。随着手机技术的发展，尤其是设备处理能力的增强、电池寿命的延长、网络速度的提高以及屏幕尺寸的加大，使手机开始逐步取代电脑，成为互联网应用的主战场。事实上，如今的智能手机，本身就接近于一台电脑，只不过可以移动，而且比笔记本电脑更小，更方便携带。于是，通过智能手机，所有的人都被连接进互联网，从而构建了人与人之间的移动互联。

物联网。互联网实现了万物相连。其中，对人和人之间的联系是通过手机，而对物与物之间、人与物之间的联系，则是通过物联网。字面理解，“物联网”就是使物体和物体相联结的网络体系。这种联结，是通过将物品的位置、状态等相关信息数据化，再依托信息传感设备将这些数据

实时上传至互联网，实现对物品的智能化识别、地理位置确定、寻觅踪迹、监视控制等管理。比如，你在汽车里安装一个定位系统，然后接入互联网，就能随时知道你的汽车的运行状态和具体位置，这里所应用的就是物联网，而定位系统的一个核心部件就是感应器。

云计算。所谓“云”，是对网络、互联网的一种比喻。“云计算”是一种商业计算模型，可以对大量甚至海量数据进行分析处理。过去的计算，主要依托单台计算机进行，存储空间、计算能力都受到很大局限，而云计算则是通过大量计算机组建计算资源池，使互联网上的各种应用系统根据需要，从资源池中获取存储空间和计算力。就像过去家里的取暖是依靠单家独户燃烧煤炭的方式，而现在，通过多个蒸汽锅炉，实现各家各户的按需取暖。这种方式下，计算能力其实已经演变为一种商品化的流通，只不过其媒介是互联网。“云计算”的应用，得益于近年来在数据搜集、存储能力和计算机处理能力方面的技术进步。在分布式计算机组成的计算资源池的支持下，用户只需要一部手机，就可以通过网络服务来开展所需的计算分析，甚至包括超级计算这样的任务，完成模拟核爆炸、预测气候变化和市场发展趋势。

大数据。“数据”是指资料信息，“大”是指信息量的庞大，“大数据”意指对庞大的数据信息进行分析处理，用得到的经验规律来指导未来应用。大数据技术的应用，主要涉及四个环节：一是获取数据，通过信息化技术统计交

易痕迹，自动获取数据信息。比如我们访问某个网站后，该网站会自动统计我们所浏览的时间和内容，这就是一组数据信息。二是存储数据，通过计算机后台存储系统，存储所搜集到的所有数据信息。这就像用衣柜装衣服一样，数据量越大，对硬件的存储空间要求也就越大。过去，我们的“数据”衣柜不够大，对数据的存储能力不够，阻碍了大数据技术的发展。而现在，存储效率的提高，为大数据技术的应用提供了基础条件。三是分析数据，这就需要用到云计算技术。四是应用规律，就是用云计算所分析得出的规律，来预测和指导未来的工作。在应用大数据规律上有一个许多人都知道的经典案例。在德国，一家超市通过对大量顾客的购买行为分析，发现很多购买婴儿尿不湿的男性顾客，都会顺便购买一些啤酒。于是，超市将啤酒和婴儿尿不湿放置在一起，大大提高了啤酒的销售。

互联网怎么“+”？

“互联网+”就是“互联网+传统行业=互联网+行业”，比如，互联网+传统医药行业=互联网医药业。这看起来似乎只是简单的加法算式，但绝不是简单的相加。互联网可与一切传统行业相加，比如“互联网+媒体”发展出网络媒体，“互联网+广告”发展出网络广告，“互联网+零售”发展出电子商务，“互联网+通信”发展出即时通信。如今，互联网金融、互联网交通、互联网医疗、互联网教育等新业态正蓬勃发展。