

# 重庆农产品电商产业 发展研究报告

(2016)

·  
·  
·



主 编 王 胜

中国社会科学出版社

# 重庆农产品电商产业 发展研究报告 (2016)

·  
·  
·

主 编  
王 胜

常州大学图书馆  
藏书章

图书在版编目 (CIP) 数据

重庆农产品电商产业发展研究报告. 2016 /王胜主编. —北京: 中国社会科学出版社, 2017. 8

(地方智库报告)

ISBN 978 - 7 - 5203 - 1021 - 5

I. ①重… II. ①王… III. ①农产品—电子商务—产业发展—研究报告—重庆—2016 IV. ①F724. 72

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 231450 号

---

出 版 人 赵剑英

责任编辑 喻 苗

责任校对 韩天炜

责任印制 王 超

---

出 版 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

网 址 <http://www.csspw.cn>

发 行 部 010 - 84083685

门 市 部 010 - 84029450

经 销 新华书店及其他书店

---

印 刷 北京君升印刷有限公司

装 订 廊坊市广阳区广增装订厂

版 次 2017 年 8 月第 1 版

印 次 2017 年 8 月第 1 次印刷

---

开 本 787 × 1092 1/16

印 张 20.25

字 数 294 千字

定 价 89.00 元

---

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换

电话: 010 - 84083683

版权所有 侵权必究

## 前 言

2012年至2016年，中共中央、国务院连续五年出台一号文件，从增强农产品供给保障能力、提高农产品流通效率、推进农产品市场体系建设、创新农产品流通方式、建设农业科技创新推广体系五个维度，分步纵深推进我国农业现代化进程。伴随中国电商产业的蓬勃发展和农村电商的强势推进，作为“电商最后蓝海”的农产品电商在缓解农产品卖难、助推农民增收、驱动农业供给侧改革等方面正发挥出越来越重要的作用，成为各级决策者和社会各界关注的热点。

重庆集大都市、大农村、大山区、大库区于一体，山地农业是其农业基本形态。在发展山地特色、效益农业的进程中，如何扬生态、特色之长，避规模、物流之短，很重要的一点是要破解信息不对称难题。农产品电商凭借其低成本、跨时空的供需精准匹配优势，不仅为破解千家万户小生产与千变万化大市场之间对接贵、衔接难找到了突破口，成为大山区、大库区摘掉贫困帽子，实现产业结构调整、动力转换的重要抓手，而且让市场这只“看不见的手”在农产品需求这个“快变量”与农业生产这个“慢变量”的资源配置过程中发挥决定性作用，打通大都市区与大生态区农产品供需的“线下”空间割据，有利于实现重庆五大功能区差异互补、协调发展。

为全面掌握重庆农产品电商产业的发展状况，找准制约产业发展的障碍，理清产业发展的总体思路，为市委市政府决策提供数据和理论支撑，重

庆市政府发展研究中心、重庆社会科学院联合重庆大学、重庆工商大学等研究机构于2015年初组建了农产品电商研究专业团队，对重庆农产品电商产业发展进行了持续跟踪研究。两年多来，研究团队运用大数据云监测技术对全市主要农产品电商平台的上架农产品信息及线上交易数据进行了定期监测，采集相关数据200余万条，到50余家农产品电商企业开展了实地调研，对重庆农产品电商产业的发展概况有了较为全面的认知。在此基础上，研究团队向重庆市委、市政府领导呈报了一系列决策建议并获得了市政府主要领导和分管领导的肯定批示，市政府还为此专门出台了《促进农产品电子商务加快发展的实施意见》。本书是团队近年来各类研究成果的汇编，由总报告、分报告、专题报告三个部分组成。其中，总报告和分报告主要针对重庆农产品电商产业年度发展情况的研究成果，专题报告系团队成员和从事这一领域研究的专家学者独立撰写的论文。

研究团队在实地调研和资料收集过程中，得到了重庆市商委、市农委、市扶贫办、相关区县、有关企业的大力支持，在此一并感谢。需要指出的是，由于农产品电商产业处于快速成长期，新业态、新主体、新模式层出不穷，行业信息庞杂多变，加之相关理论研究刚刚起步，可资借鉴学习的资料数据匮乏，特别是我们水平有限，研究工作还存在诸多问题和不足，敬请专家学者、各级领导和各界人士批评指正。当然，文责自负。

重庆市人民政府发展研究中心 重庆社会科学院  
农产品电商产业研究团队

2017年3月

# 目 录

## 总报告

2016 年重庆农产品电商发展形势分析与前景展望

..... 农产品电商产业研究课题组 ( 3 )

## 分报告

2016 年重庆农产品电商平台发展报告 ..... 李志国 ( 85 )

2016 年重庆农产品网店发展报告 ..... 李志国 ( 105 )

2016 年重庆生鲜农产品触网状况报告 ..... 丁忠兵 ( 121 )

## 专题报告

农产品电商生态系统——一个理论分析框架 ..... 王 胜 丁忠兵 ( 139 )

平台经济视角下生鲜农产品电商发展规律、模式与战略研究

——基于重庆个案 ..... 丁忠兵 ( 160 )

重庆农产品电商品牌现状及发展对策研究 ..... 唐 敏 ( 173 )

农村电商扶贫存在的问题与对策研究 ..... 孙贵艳 ( 191 )

面向农产品电商研究方的大数据方法 ..... 钟 将 张淑芳 ( 204 )

重庆农村电商产业发展中 农村公共物流体系匹配发展思路

——以重庆市秀山县为例 ..... 许玉明 王一钢 陈义鹏 ( 230 )

对山地农产品电商发展的战略定位与路径思考

——以重庆为例 ..... 王 胜 丁忠兵 李志国 唐 敏 ( 242 )

“互联网+”背景下农产品生产与流通的协调机制研究 ..... 杨 果 ( 267 )

重庆中药材电商发展路径探索 ..... 江薇薇 ( 284 )

重庆市生鲜农产品电商产业链利益协调机制研究 ..... 张 丽 罗超平 ( 299 )

# 总 报 告



# 2016 年重庆农产品电商发展形势 分析与前景展望

农产品电商产业研究课题组\*

## 引 言

农产品电商极大提升了农产品生产与需求的匹配效率，是推动农业供给侧结构性改革、精准扶贫、农民增收、农业增效、农村繁荣的重要抓手和载体。从市场视角看，农产品市场具有市场规模巨大、电商渗透率低、高频消费、需求收入弹性较小、交叉价格弹性较大的特征，农产品电商被认为是电商最后的“蓝海”，产业界各路资本竞相进入这个万亿级的市场。从政府视角看，近年来从中央政府到重庆市级、区县等出台了一系列推动农产品电商产业发展的政策与措施。为了精准刻画重庆农产品电商产业发展的现状，掌握发展过程中存在的问题和障碍，为市场参与者提供发展战略指引，为各级政府提供决策咨询，重庆社科院农产品电商产业研究团队从2014年开始对重庆市农产品电商产业进行了持续跟踪研究。在此过程中，研究团队初步建立了完整的理论分析框架，利用大数据相关技术进行了连续跟踪、采集和分

---

\* 重庆市人民政府发展研究中心重庆社会科学院农产品电商产业研究课题组是由市政府发展研究中心副主任、重庆社科院副院长王胜研究员发起的、旨在跟踪研究中国农产品电商产业的跨学科学术共同体。本课题组长：王胜，课题组副组长：李志国，课题组成员有丁忠兵、钟将、王琳、张莉、唐敏、李学明、钟绪剑、熊友、张淑芳。

析，连续发布了2015、2016年重庆市农产品电商产业发展研究报告。

本报告在课题组建立的理论分析框架和模型基础上，利用大数据采集分析方法，从农产品电商平台、网店、网销、物流配送、品牌引领、政策环境等维度，对2016年重庆市农产品电商产业发展状况进行了总结刻画。同时，分析了产业发展存在的问题，研判了产业发展趋势，提出了加快重庆农产品电商产业发展的政策建议。总体来看，2016年重庆农产品电商产业在渝府办发〔2016〕176号、渝府发〔2016〕45号、渝府发〔2016〕37号、渝府发〔2016〕148号等政策文件引导下，取得了系列成效。表现在农产品电商产业发展畅通了市场信号推进了农业供给侧结构性改革，推动了产业融合孕育了新的经济增长点，拓宽了农户增收渠道助力了脱贫攻坚战，强化了区域互动助推了五大功能区域协调发展，丰富了市民菜篮子顺应了消费升级浪潮。

由于农产品电商产业处于高速发展阶段，涉及的学科也较多，相关理论基础还比较欠缺，加之数据采集过程中受到平台数据开放水平、采集范围、采集频率等因素影响，本报告还存在诸多不尽如人意之处。尽管如此，如果本报告能够在学术界起到理论争鸣的作用，在产业界起到战略咨询的作用，在政策界起到资政建议的作用，将是对课题组全体成员莫大的肯定和鞭策。无论如何，课题组依然将以矢志破解“三农问题”的决心，以跨学科融合的视野，以大数据的方法和手段，将此项研究工作持续、拓展、深入开展下去。

## 一 2016年重庆农产品电商平台发展状况

2016年是在经济发展新常态下全面贯彻新发展理念、推进供给侧结构性改革的关键之年，是“十三五”开局起步之年。重庆市全市人民以习近平总书记系列重要讲话和视察重庆重要讲话为基本遵循，在市委坚强领导下，攻坚克难，团结奋进，推动经济社会有速度、有质量、有效益的发展，实现了“十三五”良好开局，经济社会发展保持了稳中有进、稳中向好的良好态势。总体而言，重庆市仍处于欠发达阶段，仍属于欠发达地区，农业基础脆弱、

装备落后、产业化市场化程度不高的基本状况没有改变,农业供给侧结构性矛盾较为突出。重庆集大城市、大农村、大山区、大库区于一体,农业生产属于典型的山地农业。山地特有的自然环境和气候环境一方面使得农业生产呈现分散、零碎、封闭、落后等典型特征,另一方面使得农产品具有稀缺、绿色、天然、有机等高品质特性,具有利用电商“长尾市场”精准供需匹配优势发展农产品电商产业的天然优势。

### (一) 产业生态系统及平台分类

#### 1. 农产品电商产业生态系统

产业是具有相似或者相关属性的经济活动的集合。农产品电商产业是融合一二三产业的新业态,是利用电商平台实现买卖双方交易撮合、支付、结算,涵盖农产品初加工、集货、运输、储存、包装、配送等主要活动,以及与之配套的信息服务、商务服务和金融服务的复合型产业,本研究用农产品电商生态系统来描述农产品电商产业。农产品电商生态系统是一个开放互动、多元共生、协同共进、动态演化的系统,既有平台、网店等关键种群,也有农产品生产经营主体、农产品加工市场主体、仓储、运输、配送等核心种群,还有为买卖双方及第三方平台提供咨询、培训、技术服务、品牌创意策划、营销、培训、包装、代发货、代运营、支付、结算等相关服务的其他种群。农产品电商产业生态系统示意图如图 1 所示。

#### 2. 农产品电商平台及其分类

农产品电商平台是指利用互联网信息技术搭建的为农产品买卖双方提供交易撮合、支付、结算及交易过程信息服务的虚拟场所,是农产品电商生态系统的核心种群。本研究从平台“上架”农产品商品 SKU 占比的视角出发,将农产品电商平台划分为农产品专业电商平台和涉农综合电商平台两大基本类别。农产品专业电商平台是指上架农产品商品 SKU 占全部商品 SKU 达到或超过 2/3 的平台,此类平台以网售农产品为主,例如天天果园、易果生鲜、香满园等。涉农综合电商平台是指有一定规模农产品商品 SKU 上架(本研究

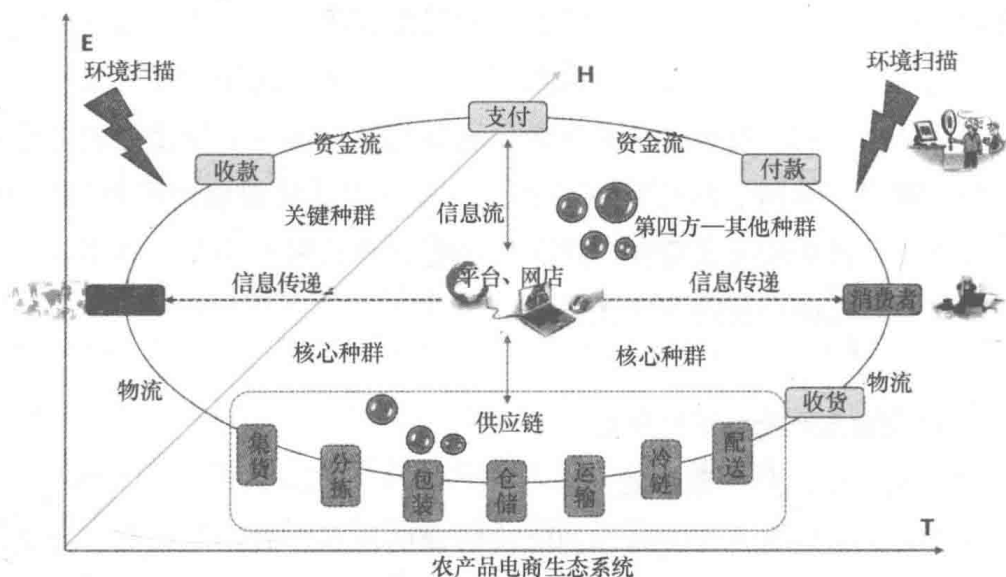


图1 农产品电商产业生态系统示意图

定义为农产品商品  $SKU \geq 100$ ) 但并没有达到农产品专业电商平台占比要求的平台, 此类平台通常是综合性全品类电商平台, 例如淘宝网、京东、苏宁易购、世纪购等。

本研究从平台是否由卖方建设的视角, 将农产品电商平台划分为自营平台和第三方平台两个类别。自营平台基本特征是由卖方自行建设, 平台上仅有其一个商家, 卖方负责所有上架商品的货源组织、质量控制、仓储配送、售后服务。第三方平台基本特征是由买卖双方之外的第三方建设, 平台上有多个网店, 网店各自负责自身上架商品的货源组织、商品交付等活动。

本研究从交易主体类型的视角出发, 将农产品电商平台划分为 B2C 和 B2B 平台两大基本类别。B2C 即 Business to Consumer, 是商家(本研究将网店视为商家, 无论其是由个人还是企业开办运营)与个人之间的交易活动, 此类平台买方主体是消费者, 例如淘宝网、京东、苏宁易购、香满园等。B2B 即 Business to Business, 是商家与商家之间的交易活动, 此类平台买方主

体是商家,例如 1688、宋小菜、恒客来等。农产品的最终流向是消费者的餐桌,具有消费频次高、信息传播快、存储期短的特性,本研究认为 B2C 和生鲜农产品的 B2B 是农产品电商产业的重点、难点,也是本研究关注的重点。而非生鲜农产品 B2B 主要以大宗方式交易,更适用电子期货交易的视角进行研究,不是本研究的重点。

本研究认为 C2B、O2O、F2C、C2B2F、CSA 等属于平台的运营模式,不作为平台类型的划分标准。例如 O2O,各种类型的平台都可能采用 Online to Offline (线上交易—线下消费体验)、Offline to Online (线下营销—线上交易)、Offline to Online to Offline (线下营销—线上交易—线下消费体验)等 O2O 运营模式。另外,仅提供商品展示、宣传的网站,本研究不纳入农产品电商平台范畴。

## (二) 各类平台共生发展

根据课题组对本地 87 个重点跟踪农产品电商平台和全国 21 个知名农产品专业平台和涉农综合平台的常态跟踪情况,总体来看,2016 年重庆农产品电商平台呈现各类平台共生发展态势(见表 1)。以天猫、京东等为代表的全国知名涉农综合平台相继深化重庆市场布局,以易果生鲜、我买网等为代表的外地专业知名自营平台拓展重庆消费市场。以世纪购、奇易网等平台为代表的本土涉农综合平台融资能力提升加大投融资力度,以香满园、吉之汇等平台为代表的本土专业第三方平台强化线下线上融合发展,以爱果主义、天农八部等平台为代表的本土专业自营平台强化单品致胜专业化发展。

与此同时,本土平台优胜劣汰步伐加快。在课题组持续跟踪的 87 家本地平台中,一季度运营异常平台 21 家,二季度新增运营异常平台 40 家,三季度新增运营异常平台 9 家,至年末仅余 14 家正常运营平台,平台淘汰率达到 84%。从经营异常情况看,一类为退市平台,平台已经无法访问或者转型不再售卖农产品。一类为僵尸平台,平台流量接近枯竭,日均访问量稀少(PV < 100)。一类为交易异常平台,平台半年以上无商品更新,或者平台绝大部

分 SKU 无成交量、无卖家评论，客服无法正常联系。经营异常平台上架 SKU 几乎无人问津，与平台上线初期热闹场面形成鲜明对比。

表 1 本研究持续跟踪的部分重点平台发展状况

| 地域区分                 | 平台名称  | 平台类别      | 2016 年重要事件                                                                                     |
|----------------------|-------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 全国<br>(外地区域)<br>知名平台 | 淘宝网   | 涉农综合 B2C  | 售卖重庆农产品的网店数量达到 9250 家、“特色中国馆”重庆区县馆 3 家。                                                        |
|                      | 天猫    | 涉农综合 B2C  | 售卖重庆农产品的网店数量达到 505 家。                                                                          |
|                      | 京东    | 涉农综合 B2C  | “中华特产馆”重庆区县馆达到 5 家。4 月初，京东对重庆的配送时效进行了升级。“211 限时达”范围扩大至荣昌、铜梁、永川、涪陵、双桥、合川等地区，主城区的配送提速到“311 限时达”。 |
|                      | 苏宁易购  | 涉农综合 B2C  | “中华特色馆”重庆区县馆达到 4 家。9 月 12 日，市人民政府与苏宁控股集团签署战略合作框架协议，将推动在苏宁易购平台设立以重庆地方农产品为特色的“重庆馆”。              |
|                      | 邮乐购   | 涉农综合 B2C  | “一城一味”馆达到 30 家。10 月，重庆市供销社总社与市邮政管理局签订合作协议，发展紧密型农村物流联系网点。                                       |
|                      | 易果生鲜  | 专业自营 B2C  | 6 月，设置成都仓，全程冷链配送覆盖重庆主城区。                                                                       |
|                      | 我买网   | 专业自营 B2C  | 8 月 1 日，在渝仓储中心正式启用，成为第一个在渝自建仓储物流体系的专业自营农产品电商。                                                  |
|                      | ..... | .....     | .....                                                                                          |
| 本土活跃<br>平台           | 世纪购   | 涉农综合 B2C  | 上市公司“重庆百货”（600729）实现对世纪购运营商重庆商社电子商务有限公司 100% 股权受让，纳入上市公司合并财务报表范围。上半年实现营业收入 308.36 万元。          |
|                      | 奇易网   | 涉农综合 B2B  | 4 月，渝北区携手苏宁云商、奇易网络信息咨询服务有限责任公司打造的农村电商产业园正式开园，项目位于统景镇，总投资 900 万元，占地 10 亩，建筑面积 2600 平方米。         |
|                      | 香满园   | 专业第三方 B2C | “菜园坝水果市场转型升级项目”纳入重庆市“互联网+”试点项目。                                                                |
|                      | 吉之汇   | 专业第三方 B2C | 9 月 23 日，吉之汇国际农贸物流城“云”产品发布。打开农产品线上销售渠道，在推进有形市场和无形市场的互促共荣中发挥了积极作用。                              |
|                      | 村头商城  | 专业第三方 B2C | 12 月，秀山自治县政府常务会审议通过，同意投资组建“重庆村头科技发展有限公司”，专门营运“村头”平台。                                           |
|                      | 爱果主义  | 专业自营 B2C  | 4 月 28 日，其运营商重庆金果源商贸有限公司与全球最大的果蔬生产和销售商，全球最大的香蕉和菠萝供应商 Dole 都乐（中国）食品公司战略合作签约。                    |
|                      | 天农八部  | 专业自营 B2C  | “梁平柚信息化大平台一期”纳入重庆市“互联网+”试点项目。                                                                  |
|                      | 恒客来   | 专业自营 B2B  | 博恩集团投资，3 月 15 日正式上线，为餐馆提供食材一站式采购服务。                                                            |
|                      | ..... | .....     | .....                                                                                          |

### 1. 国内知名综合平台深化重庆市场布局

国内知名涉农综合平台相继加快重庆全域市场布局。阿里作为最大的涉农综合性第三方平台，旗下淘宝网和天猫加大农产品网店招商，2016 年末淘宝网平台上售卖重庆农产品的网店数量达到 9755 家、天猫平台上售卖重庆农产品的网店数量达到 505 家，并开通“特色中国馆”重庆区县馆 3 家。京东商城加大自建物流配送体系投入，2016 年对重庆地区的配送时效进行了升级，主城区的配送提速到“311 限时达”（当日 15:00 前提交的现货订单当日送达），荣昌、铜梁、永川、涪陵、双桥、合川等地区新纳入“211 限时达”（当日上午 11:00 前提交的现货订单当日送达 + 夜里 11:00 前提交的现货订单次日 15:00 前送达）范围，平台上年末“中华特产馆”重庆区县馆达到 5 家。2016 年 9 月，苏宁控股集团与重庆市人民政府签署战略合作框架协议，将在产业投资、采购结算、农村电商、现代物流、金融、人才培养等多个领域开展全面合作，大力推动在苏宁易购平台设立以重庆地方农产品为特色的“重庆馆”，其“中华特色馆”重庆区县馆达到 4 家。“邮乐购”平台的本地化运营商市邮政管理局与重庆市供销社签订合作协议，发展紧密型农村物流联系网点，其“一城一味”特色馆达到 30 家。

市内部分区县依托知名综合平台推动农产品电商发展，带动贫困群众就业创业、推进农业供给侧改革取得了一定成效。例如阿里巴巴、京东商城、苏宁云商等电商企业落户贫困区县发展农村电子商务，推动贫困地区群众利用农村电商就业，其中仅秀山、云阳、酉阳等 8 个电子商务进农村综合示范县通过农村电子商务就业的贫困人口（含建档立卡贫困户）就超过 2000 人。又如重庆江津区构建农村电商“一中心五体系”，通过“菜鸟县域智慧物流+”支撑电商物流配送，用市场信号倒逼富硒农产品规模化、商品化、标准化生产。今年以来，江津通过农村电子商务销售的富硒农产品多达 135 个，实现销售额上亿元。农村电商在卖火江津富硒农产品的同时，也“倒逼”农产品加快组织化、商品化步伐，可谓一举两得。

## 2. 外地专业知名自营平台拓展重庆市场

外地部分专业知名自营平台拓展突破重庆都市区消费市场。2016 年完成 C 轮融资的易果生鲜，在成都建立了冷链仓储中心，入驻天猫超市开设“天猫超市西南生鲜”网店，以新鲜水果、猪牛羊肉、海鲜水产、家禽蛋类、速食冻品、新鲜蔬菜为主打，依托安鲜达全程冷链配送服务覆盖重庆主城区消费市场，并推出了订单满 88 元冷链包邮服务。中粮“我买网”在渝北区设立 1000 平方米仓储中心，2016 年 8 月正式启用，将缩短海外产品进入西南地区的直采运输线，阿拉斯加鳕鱼、日本北海道秋鲑鱼、厄瓜多尔白虾、意大利原装进口冰激凌等世界各地美食，将实现从产地直飞重庆，重庆本土生鲜食品也可以通过“我买网”依托该仓库销往全国。

## 3. 本土涉农综合平台融资能力提升

本土涉农综合平台加大资本投入驱动发展。上市公司重庆百货（SH: 600729）实现对“世纪购”平台运营商重庆商社电子商务有限公司 100% 股权受让，纳入上市公司合并财务报表范围，将获得上市公司更多的资金和资源支持，报表显示“世纪购”平台上半年实现营业收入 308.36 万元。奇易网运营商奇易网络信息咨询有限公司与渝北区、苏宁云商共同打造的农村电商产业园正式开园，项目位于渝北区统景镇，总投资 900 万元，占地 10 亩，建筑面积 2600 平方米。恒客来（易餐网）获得博恩集团（“猪八戒”网投资方）的 1000 万元投资，作为重庆博恩（科技）集团大力支持的子公司项目，平台 3 月 15 日正式上线，将“一站式食材采购平台+一体化餐饮解决方案”结合，为餐馆提供食材一站式采购服务。通过易餐网的 APP、微信公众号，餐饮用户可以在这个平台上选择明天要用到的食材品种、规模数量，而易餐网则在平台上上线农场、市场等 100 多家供应商提供的 1000 多种产品。

## 4. 本土专业第三方平台强化线下线上融合发展

本土专业第三方平台强化线下线上融合发展。由市属重点国企重庆交运集团子集团重庆公路运输（集团）有限公司投资的“香满园——西部农产品

电商平台”依托线下实体市场和城市配送优势，在外环以内自建物流送达，其他地区与第三方物流合作配送，发展势头良好。依托香满园平台申报的“菜园坝水果市场转型升级项目”纳入重庆市 2016 年度“互联网+”试点项目。位于城市发展新区渝西地区永川区的吉之汇平台，依托吉之汇国际农贸物流城推出包括云网产品、云配产品、云贷产品的系列“云”产品，规划在项目战略区域建设分站搭建重庆农贸网，利用大数据实现农贸市场之间优势互补、多地分销、一店多仓、联合采购，织起农贸市场之间的“云网”，以各地区分站为基础形成“云配”，并联合金融机构推出“云贷”。秀山依托 120 家“武陵生活馆”，引导发展农家网络店铺，鼓励农户参与线上“店主”农产品直线销售、线下“馆主”农产品收购经营，为农村居民提供便捷创新创业渠道，目前已带动 10000 户农户“触电”经营，户均增收超过 1000 元。

#### 5. 本土专业自营平台强化单品致胜垂直发展

本土专业自营平台强化单品致胜专业化发展。“爱果主义”运营商重庆金果源商贸有限公司，依托西部最大的进口水果批发商金果源和国内最大的财经期刊集群商界传媒，与全球最大的果蔬生产和销售商、全球最大的香蕉和菠萝供应商 Dole 都乐（中国）食品公司开展战略合作，专注水果特别是进口稀缺高端水果，重庆主城区内环沿线当天送达。水果对“新鲜度”的要求极高，一件水果从冷库到销售终端再到用户手中，通常要经过几小时甚至几天的反复入库、出库，几番折腾，再好的口感也大打折扣。爱果主义的配送，其对标的不是“隔日达”“次日达”这样的标准，而是“零时差”的即买即得，爱果主义通过选择整合三家不同的第三方物流商在不同时段服务加以实现。

由重庆天农八部农业科技有限公司打造的“天农八部”平台，专注于“梁平柚”品牌运营，线下采用“公司+农户”建立利益联结机制，利用物联网技术建立溯源体系，记录柚树的树龄、户主、经纬度、海拔高度、产量、何时施肥、何时修枝等信息，平台线上仅打造 5 个 SKU，从近几年销售业绩看，极大提升了产业链整体价值。天农八部已通过合作社与一万多户柚农建立了合作，为柚农提供全程社会化服务，不但发放枝剪工具、有机肥等