



滁州学院

CHUZHOU UNIVERSITY

滁州学院首届金融创客“向日葵杯” 大赛项目计划书

项目名称：_____ 农筹网 _____

项目类型：_____ 绿色农产品众筹及线上销售 _____

团队成员：_____ 单云、胡星星、朱舒颖、戎川花 _____

指导教师：_____ 无 _____

申报日期：_____ 2017年5月 _____

目录

一、项目概述.....	3
1、产品服务介绍.....	3
2、运作模式.....	3
3、项目的新颖性、先进性和独特性.....	4
新颖性.....	4
先进性.....	4
独特性.....	4
4、项目的竞争优势.....	5
二、市场分析.....	5
1、国内政策环境分析.....	5
取消农业税.....	5
农业补贴.....	6
农业项目的扶持.....	6
2、消费层面分析.....	6
1、消费动能.....	6
2、消费人群.....	6
3、消费习惯.....	6
3、行业竞争对手以及本公司竞争优势.....	6
4、农产品行业历史与前景.....	7
5、市场规模与增长趋势.....	7
三、营销策略.....	8
1、目标市场占有率及销量预测分析.....	8
2、市场定位.....	8
3、产品策略.....	8
4、促销及推广策略.....	8
四、盈利模式.....	9
五、风险因素.....	9
1、定金的调控所导致的风险.....	9
2、对线下商户的能力要求较高的风险.....	9
3、线上信息与线下农产品不一致的风险.....	10
4、农产品的线上消费者和线下消费者权重问题的风险.....	10
5、农作物生产地区太过贫困所带来的风险.....	10
6、平台竞争激烈所带来的风险.....	11
7、筹集资金投资项目的风险.....	11
8、不可抗力风险.....	11

一、项目概述

1、产品服务介绍

农筹网是专项于为种植经验丰富、有一定的种植技术却因资金不足无法扩大生产的农户提供前期种植资金筹集及后期种植成果销售的农产品众筹电商平台。

产品于农户来说是一个众筹平台，为农户提供资金筹集的服务；于投资者来说是一个理财平台，为资金充裕者提供了新的投资方向；对消费者来说是一个购物平台，为消费者提供从产地直接购买农产品的服务。在平台各方主体的监督下，保证了产品生产过程的透明度，从而使农产品达到绿色无公害的要求。

2、运作模式

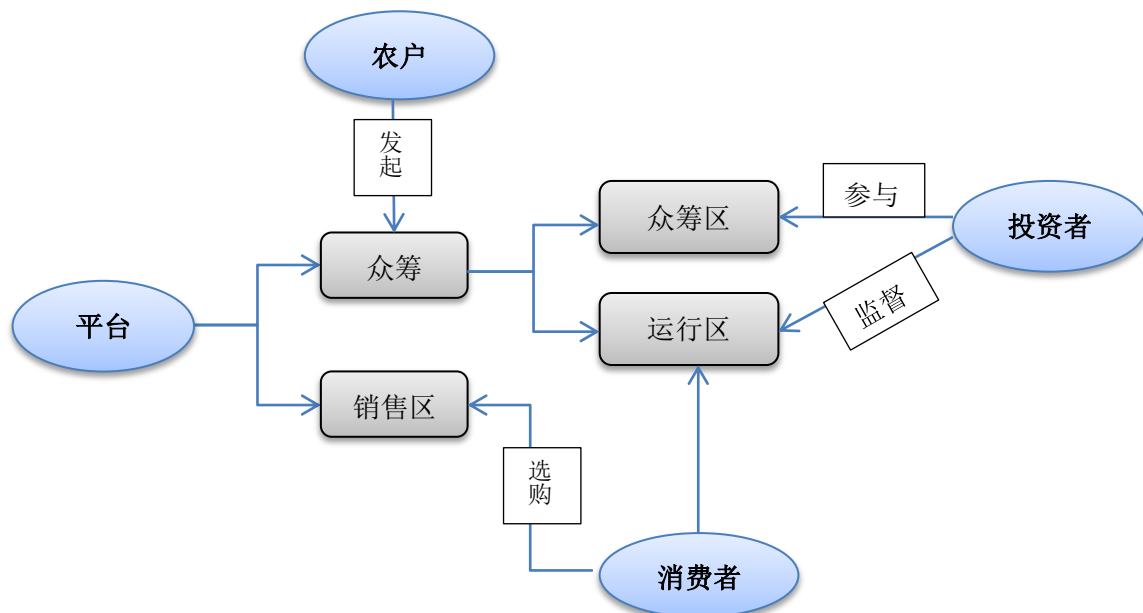


图 1 产品基本运行框架图

平台三大主体：农户、投资者、消费者

平台板块：众筹区、销售区

农户在平台注册身份后即可通过平台发起众筹。注册时需在个人资料详情区写明个人种植经验和技能，以及擅长种植领域等。众筹时应在众筹项目详情区标明所需筹集资金以及可接受参与众筹人数范围。项目运行时需按时在平台运行区发布种植详情，视频图片形式不限。（为保证用户可信度，农户注册均采用实名制，发起众筹时需缴纳技术保证金，保证金额度按众筹金额比例收取，在后期产品销售完成后，按用户评价及实际销售金额退还保证金。）

投资者在平台注册身份后进入众筹区，根据自己感兴趣的领域按分类进行查看然后进行出资，投资者可到平台运行区进行监督，也有权到项目运行实际场地勘察。农户产品卖出后按收入比例给予投资者相应回报，投资者在投资后系统给予会员身份，在销售区购买农产品给予一定优惠，投资越高优惠力度越大。（投资者在了解农户各方面详情后进行出资，投资者在预期得到利益的同时也要承担一定风险）。

消费者在运行区查看农产品种植过程后到销售区选购产品，运行区对生产过程的透明化、公开化保证了农产品的绿色无公害，使消费者能够放心购买

3、项目的新颖性、先进性和独特性

新颖性：目前国内众筹网站数量较多、种类也是良莠不齐，但多针对于科技产品、高大上创业项目、以及公益性项目领域，在农产品领域的众筹平台还没有相对成熟完善的发展。据调查目前市场上还没有与本项目创意完全相同的平台出现。

先进性：为鼓励农产品发展，国家一直在对农业上实施支持政策，对农业补贴，农业项目进行扶持。本项目顺应了国家政策方向，未来前景良好。且我国作为农业大国，农民占国家人口多数，项目用户群主体定位为农民，有较大的实施可能性。

独特性：项目采用众筹与电商结合的形式是普通众筹平台所不具有的，项目将众筹与销售同时进行，将投资者与消费者分离开，避免了普通农业众筹上出资即购买，众筹后再配送的弊端。

4、项目的竞争优势

与目前国内具有代表性的两个农产品众筹网，下面以尝鲜众筹网为例进行比较。

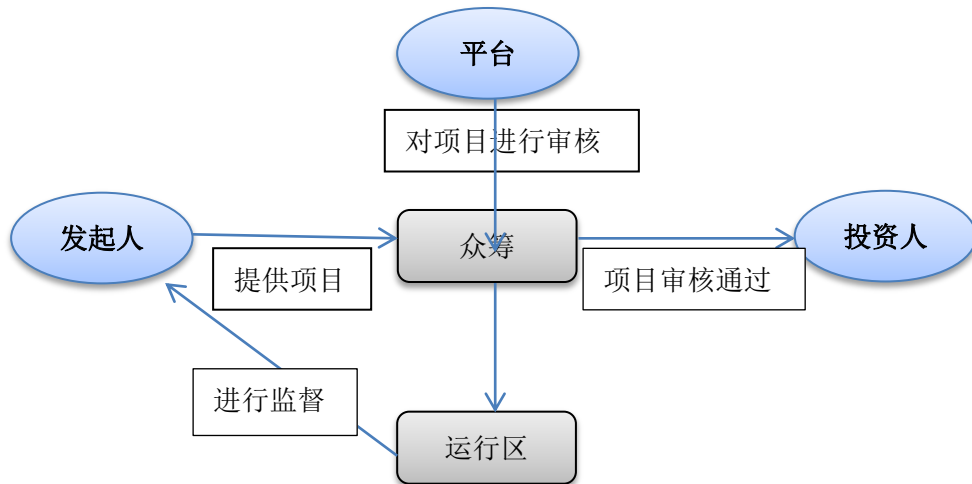


图 2 尝鲜众筹网流程图

由此图与我们所设计的 APP 的流程图对比，尝鲜众筹网只是把众筹与农业种植相结合，而我们是将电商，众筹与农产品种植相结合。从多方面的满足更多消费者对绿色农产品的购买欲望。还要一个农产品众筹网叫一起种，其实与尝鲜众筹网的运行模式相差无几，都只是把众筹与农业种植相结合。

二、市场分析

1、国内政策环境分析

中国是农业大国，农业是我国发展的基础。为了鼓励我国农产品的发展，国家从政策上给予了以下几点支持：

取消农业税：在 2006 年以前，中国的农民在拿着低收入的前提下还必须向国家缴纳一定数额的农业税，让农民苦不堪言。2006 年 1 月 1 日废止了农业税，这意味着在我国沿袭两千年之久的农业税终止。

农业补贴：取代农民上交给国家钱，国家给予农民每亩地一定数额的补助，作为支本国农业发展的工具。随着社会的发展，补贴也进行了一系列的改革，由全面补助到加大力度扶持规模经营的农业。

农业项目的扶持：如生态农业、农村电商以及休闲农业等，国家都给予了大力的投资，这些项目的发展也带动了农村地区的经济的发展

2、消费层面分析

我国现今农产品的消费已经进入结构转型期，未来除了口粮消费会下降外，其他农产品消费都会有很大空间的增长空间，农产品供求长期将总体偏紧。

1、消费动能：我国随着经济的不断地发展，人民的生活水平不断地提高，人们对待食物的消费不仅限于温饱，更趋向于追求“吃好”，提出诸如营养、健康安全等要求。

农产品作为满足消费者吃、穿，用等基本生活需要的物质资料，其消费者市场购买行为同样受到文化因素，社会因素、个人因素和心理因素的影响。因此，农产品消费中所体现的历史文化传统、社会阶层与个性心理更为明显。

2、消费人群：农产品作为满足消费者吃、穿，用等基本生活需要的物质资料，消费人群是社会上的任何人。生活水平提高的同时，对待农产品的要求也更加高，消费层次也逐渐的提高，绿色农产品受到更多的中上层群众的喜欢。

3、消费习惯：中国传统文化中存在着“存天理，灭人欲”的价值原则，因此，在家庭以及个人的消费上强调节约，主张精打细算，量入为出，反对奢侈浪费，从而使收入变化对购买决策具有迅速和直接的影响。由此可以看出国人在农产品方面的消费习惯，更多的趋向于适可而止。

3、行业竞争对手以及本公司竞争优势

我公司的竞争对手主要包括各大农产品电商，以及各个农产品交易市场。现在市面上正缺少这样的公司，让消费者、农户以及原材料厂商相联系起来。我们所设计的平台不仅仅在于农产品的线上交易，更大的优势在于与众筹相结合。众

筹可以吸引那些，想种植农产品，无奈却缺少资金的农户，以及那些想了解种植过程吃到安全健康的绿色食品的消费者。我们还提供了农产品的质量检验，从而保证本平台所销售农产品的质量。我们也联系厂商提供农户种植所需要的原材料，减少农户成本的同时，也保证了农产品的质量。

4、农产品行业历史与前景

中国是一个农业大国，农业关系到国计民生，是国民经济的支柱产业。1995年，中国农业生产总值突破万亿元大关；进入 21 世纪以来，农业生产总值年均增长 10%以上，2011 年达到 47712 亿元。伴随农业生产总值的稳步增长，中国农业生产经营水平稳步上升，农民生活水平稳步提高。在农业产业化实现较快发展的同时，中国农产品加工业规模呈快速扩张之势，加工企业数量不断增加，且经营效益良好。2004 年，我国规模以上农产品加工企业约为 9318 家；至 2011 年，这一数量增至 20187 家，增幅达到 166.45%。 据统计，2011 年，我国规模以上农产品加工业实现工业总产值 44132.38 亿元；规模以上农产品加工业实现销售收入 43896.10 亿元，同比增长 33.23%；规模以上农产品加工业利润总额 2372.96 亿元，同比增长 40.80%。今年上半年，在全国经济下行压力较大背景下，我国农产品加工业主要经济指标平稳增长，部分子行业实现较快发展，总体运行稳中有进。

5、市场规模与增长趋势

农产品作为满足消费者吃、穿，用等基本生活需要的物质资料，由此可以得出农产品的需求市场平稳。我国作为农业生产大国，农产品的供给并不会存在问题。我国当前农产品市场体系不够健全，农产品充足的地方，不能运往农产品缺乏的地方。所以我们所设计的平台正好解决这一问题。我们可以连接消费者与供应商之间，一方面有益于农产品的销售，不会出现农产品大量滞销的情况，而且还使得消费者的需求得到了满足。由此可以看出我们所设计的平台后续的发展前景良好。

三、营销策略

1、目标市场占有率及销量预测分析

当今社会，随着人们收入水平在不断增加、生活水平普遍提高，对生活质量问题也日益凸显，食品的卫生、质量越来越受到人们重视。而食品中农药残留等问题威胁人们的健康，有越来越多病人是因为食品质量问题而受病痛折磨，这也导致越来越多的人对农产品质量的不信任或不确定。这些说明农产品的质量不能满足人们的更高需求，我们的创业创意正是基于现有农产品的鱼龙混杂和质量不一，人们又对健康营养日益重视，而相应的市场一片空缺这一形势，我们设计的这款绿色农产品众筹及线上销售平台，如果实施可行，我们的平台将为消费者打造一个纯绿色无污染、买的放心吃的安全的一个消费平台。我们服务的对象是广大的线上消费者，由此可见该平台未来市场广阔。

2、市场定位

现如今，因互联网金融的蓬勃发展，越来越多的消费者更乐于在线上消费，快捷方便。但是线上消费存在一定弊端，消费者不能确保消费品的质量。区别于别的消费平台，我们平台对产品质量严格把关，且我们前期消费对象为众筹投资者，打下口碑和推广，为后期平台升级和完善打下基础。在后期，我们开始面向广大线上消费者。

3、产品策略

农户用心经营每一份农产品，保证农产品质量；平台用心服务每一位消费者，树立口碑和推广，打造更大的市场及价值。

4、促销及推广策略

- (1) 直接与消费者沟通宣传。
- (2) 通过第三方沟通，如微信日常推送和亲朋介绍。

- (3) 通过高质量的产品服务第一批投资者来影响更多的消费者。
- (4) 一定的优惠服务吸引更多的消费者使用我们绿色农产品和众筹平台。

四、盈利模式

(1) 农户发起众筹时需缴纳保证金，保证金后期虽退回，但前期平台农户所缴纳的保证金可供公司实现再投资。对信誉有问题受举报的农户，实施罚款制度，从中赚取资金。

(2) 一个众筹成功后，其农产品必须全部在本平台销售，平台按后台统计农产品销售数量，并按每公斤价格 1%收取提成。

(3) 对于信用评级较好的农户，通过申请及平台审核后，可获得在平台主页广告宣传资格，以吸引更多客流，平台从此处收取广告费。

- (4) 作为互联网金融平台，为运营商带来的流量费用也是一笔可观收入。

五、风险因素

1、定金的调控所导致的风险

近年来，越来越多的人开始使用众筹 APP，也有越来越多的商户开始注册使用网上售卖产品的 APP。因此，众筹 APP 很大的推进了我国经济的发展。

由于“线上线下”这种盈利模式的盛行，有越来越多的人开始知道它并且使用它。另一方面，由于定金调控的不稳定性，同样会对盈利造成威胁。

2、对线下商户的能力要求较高的风险

线上线下模式作为线下商务与互联网结合的新模式，解决了传统行业的电子商务化问题。但是，线上线下模式并非简单的互联网模式，此模式的实施对企业的线下能力是一个不小的挑战。可以说，线下能力的高低很大程度上决定了这个模式能否成功。而线下能力的高低又是因为线上的用户黏度决定的，拥有大量优势用户资源、本地化程度较高的垂直网站将借助线上线下模式，成为角逐未来电子商务市场的主力军。

3、线上信息与线下农产品不一致的风险

线上线下模式的关键点就在于，平台通过在线的方式吸引消费者，但真正消费的服务或者产品必须由消费者去线下体验，这就对线下服务提出更高的要求。而这些线上迅速崛起的创业型公司能否掌控稳定的服务体系也是一个很大的问题，比如美国发展迅速的短期租房网站 Airbnb 就因为线下的问题遭到了很多人的质疑。曾有一名房客“洗劫”了房东的房间。Airbnb 团队对线下风险把控的不足的同时也显示了这种模式的短板。大多数线上线下模式的企业并不能掌握线下服务的质量，只相当于一个第三方中介，在中间起到协调作用。此外，在线支付、线下体验，很容易造成“付款前是上帝，付款后什么都不是”的窘境。比如定制类实体商品与消费者预定不符，一旦质量低于预期，甚至极为低劣，消费者会处于非常被动的境地。对于线上线下模式而言，线下的主体多半是服务类型的企业，而国内服务存在各种不规范的运营，虽然团购已经进行了先期教育，但是距离稳定完善的服务仍相去甚远。

因此如何保障线上信息与线下商家农产品对称，将会成为挑战线上线下发展模式能否真正发展起来的一个关键节点。

4、农产品的线上消费者和线下消费者权重问题的风险

线上线下模式若以价格优势吸引消费者，此处仅以团购的模式看问题，商家如何权衡线上价格和线下价格的差异，不打破自身原有的市场体系，同时保证双方消费者的利益，或更重视哪方的消费者，才能吸引到最大客流量也是个难题。

5、农作物生产地区太过贫困所带来的风险

农作物的生产地区大部分在农村或者山区。近年来，由于小康社会的发展，农村贫困地区也发展的越来越好。但由于大部分青年都外出打工，留下来务农的基本上都是老人和小孩。这些群体缺乏网络知识，可能无法做到线上线下这种盈利模式。山区的情况更为复杂，除了农户本身对于网络知识的缺乏外，外部条件同样稀缺，区域性的无线网是否覆盖也是一个难题。

6、平台竞争激烈所带来的风险

在 21 世纪，越来越多的人了解互联网，并能很好的利用互联网。随着互联网金融的慢慢普及，我们的竞争对手也越来越多，这无疑会对我们的盈利带来巨大的威胁。

7、 筹集资金投资项目的风险

公司本次募集资金投资项目已经充分论证和系统规划，具有可行性，但在项目实施过程及后期经营中，如果政策，环境，技术，管理等方面出现重大变化，可能导致项目不能如期完成或顺利实施，进而影响农作物预期收益，农户存在因业务扩大所致风险。

8、 不可抗力风险

任何因交易所不能够控制的原因,包括地震、水灾、火灾、暴动、罢工、战争、政府管制、国际或国内的禁止或限制以及停电、技术故障、电子故障等其他无法预测和防范的不可抗力事件,都有可能对投资者的交易产生影响,投资者应该充分了解并承担由此造成的全部损失。