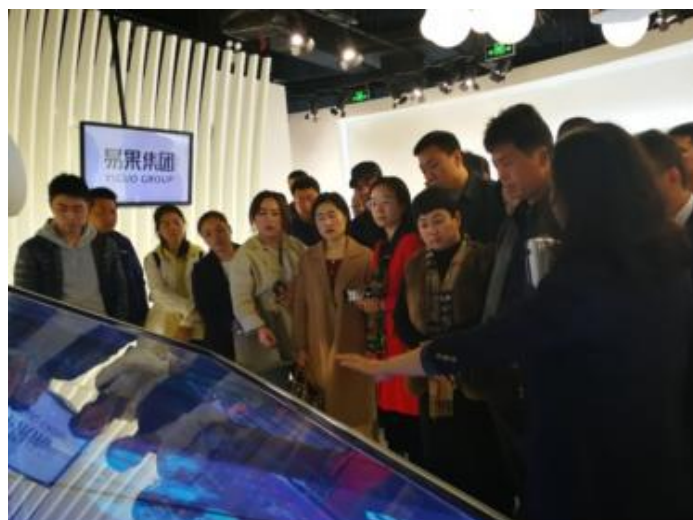


青年农场主在易果感受了一次“知识赋能”

(作者：贾佳 发表媒体：东方城乡报发表时间：2019.04.02)

通过扫描二维码，经手机关联进入无人便利店，便利店大约 16 平方米，内置有水果、饮料、日常用品等，售价相比超市略低。将选好的商品放在一个“篮子”里，便可完成自助支付，在位于上海长宁区金钟路的易果集团总部，一群青年农场主体验了一把在无人便利店购买产品的感受。3 月 27 日，120 名来自上海湖州青年农场主联合培训班的学员们走进易果集团，这是“能力提升培训”的其中一站，在易果集团发起的新生鲜大学，深入了解生鲜全产业链运营。培训中，市农业广播电视学校首次向新生鲜大学授课老师颁发了聘书。



大数据支持的生鲜新零售

“数字鲜”究竟是怎样一种“玩法”？农业商业模式和销售

渠道创新的话题，引起了青年农场主的关注。易果集团首席发展官罗彤向学员讲述：“新零售以消费者体验为中心。在二次元时代，它有一套消费体验、消费数据与消费核心，消费者的数据化是很重要的，这里更多是指消费习惯，与消费者的爱好、偏好有关；互联网、外卖配送、高效物流和线下体验店，共同构成了新零售的‘海陆空’协同作战模式。”

“生鲜将成为电商时代的风口，以满足用户各种多元化需求，新零售在互联网发展成熟的环境下将迎来一个大发展。”易果新零售运营总监冯玉飞认为，“目前，仍然有许多难点，但未来，生鲜标准化将是必然趋势，作为农产品生产的新农人，既是创造者也是传播者，对原料产品的品质和呈现方式应有所思考。”

易果集团 2005 年创立于上海，是国内较早进入生鲜领域的企业，2016 年，易果生鲜转型成为一个垂直一体化生鲜运营平台。目前，易果集团已是全产业链的生鲜一体化运营平台，为 B2C、O2O、大卖场、标超、便利店、无人便利店、办公室无人货架等各类零售场景和业态，提供生鲜品类解决方案。



新农人需要创造新体验

下半场讲座从一场午餐开始。学员被分发的盒饭，来自于新式团餐“我厨”。

这份午餐可通过手机购买，在十分钟内由健康原材料快速制作而成，并实现定点配送。在“我厨”运营经理张小熊看来，食材不健康、越来越多年轻人不会做、备餐时间过长，可能是未来厨房制餐的3个突出问题。张小熊向学员们展示了“我厨”的创新模式。用户通过APP不仅可点单熟食，主要还可购买半成品，所有净菜原料及配料被精细化分类，根据菜品步骤，多数实现十分钟出锅，为不少年轻人带来健康、快捷的新体验。

实践来看，这些丰富的生鲜体验都需要大数据为基础。在农产品供应链建设话题上，安鲜达驯鹿冷链副总裁万益锋表示，在生鲜冷链配送上，将更强调“全链路 全场景”的概念，也就是实现生鲜配送“一站到底”服务，以及生鲜全品类在零售、餐饮和2C场景全覆盖，搭建从生产端到消费端的“高速通道”，同时，节省包材和运输费用。网红水果“褚橙、柳桃、

潘苹果”的品牌策划人,天下星农创始人胡海卿与学员分享了在生鲜品牌策划领域的实践心得,以及关于褚橙、褚柑、小猪拱拱富硒马铃薯、千堆雪不知火等成功案例,他表示,要做好农产品,三大关键要素“产品力、品牌力、销售力”缺一不可。