

轩农谷

宁波江东轩农谷食品有限公司于2010年推出的互联网生鲜品牌。

轩农谷的故事从一颗杨梅开始，2005年，轩农谷创始人吃到亲戚送来的仙居东魁杨梅，被仙居东魁杨梅出众的口感所折服，遂回乡承包山地种植杨梅，开始通过互联网销售真空装杨梅。

2010年，宁波轩农谷食品有限公司成立，公司着力打造轩农谷品牌，并在浙江、山东两地建立季节性农产品生产采购基地，开始烟台大樱桃、三门青蟹、象山海鲜等季节性农产品的研发与销售。

公司理念：专注时令生鲜

专注季节性农产品的研发销售。轩农谷以“道”的态度做杨梅，并把积累经验运用于其它相似季节性农产品，努力把轩农谷打造成时令生鲜的品牌。

营销理念：相信互联网

相信互联网，拥抱互联网，相信互联网能改变中国人生鲜消费方式，轩农谷是基于互联网的时令生鲜品牌，互联网是轩农谷核心销售渠道，坚信科技力量可以使时令生鲜的流通速度更快、损耗更低，可溯源系统的建立能让食品更安全。

经营理念：立足优质产品

树立以“产品”为中心的经营理念，轩农谷视产品质量为生命，对于生鲜品类求专不求宽。五年磨一剑，轩农谷前5年只做一个杨梅，2010年确立多元经营策略后，三年时间只推出烟台大樱桃，三门青蟹，象山海鲜等三样季节性农产品。如此谨慎选择产品，就是为了能全面把控产品质量。

文化理念：与农民共同成长

直接深入农产品养殖过程，在全国知名原产地建立了季节性农产品供应基地和专业合作社。如：仙居杨梅种植基地，烟台大樱桃基地，三门青蟹供应基地，象山海鲜供应基地等。奉行“从农民种来，到农民中去”理念，真心帮助农户致富，与农户共同发展。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/xng-380059.html>