

新型职业农民培育工程规划教材

农产品电子商务

◎ 张夏然 梁雪峰 主编



中国农业科学技术出版社

新型职业农民培育工程规划教材

农产品电子商务

◎ 张夏然 梁雪峰 主编



中国农业科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

农产品电子商务 / 张夏然, 梁雪峰主编. —北京: 中国农业科学技术出版社, 2015. 6

(新型职业农民培育工程规划教材)

ISBN 978 - 7 - 5116 - 2118 - 4

I. ①农… II. ①张…②梁… III. ①农产品 - 电子商务
IV. ①F724. 72

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 116158 号

责任编辑 徐毅

责任校对 贾海霞

出版者 中国农业科学技术出版社

北京市中关村南大街 12 号 邮编: 100081

电 话 (010)82106631(编辑室) (010)82109702(发行部)

(010)82109709(读者服务部)

传 真 (010)82106631

网 址 <http://www.castp.cn>

经 销 者 各地新华书店

印 刷 者 北京富泰印刷有限责任公司

开 本 850mm × 1168mm 1/32

印 张 6.5

字 数 150 千字

版 次 2015 年 6 月第 1 版 2015 年 6 月第 1 次印刷

定 价 24.00 元

▶ 版权所有 · 翻印必究 ▶

新型职业农民培育工程规划教材

《农产品电子商务》

编 委 会

主 任 张 锴

副主任 郭振升 李勇超 彭晓明

主 编 张夏然 梁雪峰

副主编 钮瑗瑗 律 娜 李旭敏

序

随着城镇化的迅速发展，农户兼业化、村庄空心化、人口老龄化趋势日益明显，“关键农时缺人手、现代农业缺人才、农业生产缺人力”问题非常突出。因此，只有加快培育一大批爱农、懂农、务农的新型职业农民，才能从根本上保证农业后继有人，从而为推动农业稳步发展、实现农民持续增收打下坚实的基础。大力培育新型职业农民具有重要的现实意义，不仅能确保国家粮食安全和重要农产品有效供给，确保中国人的饭碗要牢牢端在自己手里，同时有利于通过发展专业大户、家庭农场、农民合作社组织，努力构建新型农业经营体系，确保农业发展“后继有人”，推进现代农业可持续发展。培养一批具有较强市场意识，有文化、懂技术、会经营、能创业的新型职业农民，现代农业发展将呈现另一番天地。

中央站在推进“四化同步”，深化农村改革，进一步解放和发展农村生产力的全局高度，提出大力培育新型职业农民，是加快和推动我国农村发展，农业增效，农民增收重大战略决策。2014年农业部、财政部启动新型职业农民培育工程，主动适应经济发展新常态，按照稳粮增收转方式、提质增效调结构的总要求，坚持立足产业、政府主导、多方参与、注重实效的原则，强化项目实施管理，创新培育模式、提升培育质量，加快建立“三位一体、三类协同、三级贯通”的新型职业农民培育制度体系。这充分调动了广大农民求知求学的积极性，一批新型职业农民脱颖而出，成为当地农业发展，农民致富的领头人、主力军，这标

志着我我国新型职业农民培育工作得以有序发展。

我们组织编写的这套《新型职业农民培育工程规划教材》丛书，其作者均是活跃在农业生产一线的技术骨干、农业科研院所的专家和农业大专院校的教师，真心期待这套丛书中的科学管理方法和先进实用技术得到最大范围的推广和应用，为新型职业农民的素质提升起到积极地促进作用。

高地秘

2015年5月

前 言

世界电子商务持续快速发展，正引领着未来的商业发展模式，成为经济全球化不可或缺的驱动力。近年来，我们在国内外看到的电子商务成功事例，大多集中于图示、影像制品、数字化产品等标准化程度较高的领域，农业方面比较罕见。由于农业生产的特点，农产品的特殊性以及两者标准化程度较低等原因，开展农产品电子商务步履维艰，真正成功的农产品电子商务企业凤毛麟角。如何突破农产品电子商务发展瓶颈、打造符合我国国情的农产品电子商务发展模式、提高我国农业国际竞争力，是值得我们深入研究的一个重大课题。

因此，我们在借鉴和吸收国内外学者研究成果的基础上，编写了《农产品电子商务》一书，从农产品电子商务管理与运作角度，探讨农产品电子商务的相关问题，以期进一步丰富农产品电子商务理论，并为农产品电子商务实践提供有益的指导。

本书共8章，其中，第一章导论；第二章农产品电子商务交易模式；第三章农产品网络营销；第四章农产品电子商务支付及安全；第五章农产品电子商务物流配送；第六章农产品电子商务

信息管理；第七章农产品移动电子商务；第八章农产品电子商务成功案例。

由于农产品电子商务理论研究和实践正处于发展阶段，需要不断充实和完善，有关农产品电子商务的论著也比较少，我们所做的努力仅仅是开始。由于作者水平有限，书中疏漏之处在所难免，恳请同行专家和读者批评指正。

编者

2015年5月

目 录

第一章 导论	(1)
第一节 电子商务的内涵	(2)
第二节 农产品基础知识	(13)
第三节 农产品电子商务的内涵	(17)
第二章 农产品电子商务交易模式	(34)
第一节 初级模式	(35)
第二节 高级模式	(41)
第三节 第三方市场模式	(52)
第三章 农产品网络营销	(65)
第一节 网络营销基础知识	(65)
第二节 农产品网络营销概述	(68)
第三节 农产品电子商务营销策略	(81)
第四章 农产品电子商务支付及安全	(94)
第一节 农产品电子商务支付体系	(94)
第二节 农产品电子商务安全保障	(101)
第五章 农产品电子商务物流配送	(112)
第一节 电子商务下的农产品物流	(113)
第二节 电子商务下的农产品物流模式	(121)
第三节 电子商务在各国农产品物流中的应用	(126)
第六章 农产品电子商务信息管理	(137)
第一节 农产品市场信息管理系统	(137)

第二节	农产品物流信息平台	(146)
第三节	农产品溯源信息管理系统	(151)
第四节	农产品电子商务交易信息管理系统	(159)
第七章	农产品移动电子商务	(168)
第一节	农产品移动电子商务概述	(170)
第二节	农产品移动电子商务发展趋势	(178)
第八章	农产品电子商务成功案例	(185)
第一节	中农网的电子商务（销地模式）	(185)
第二节	中国蔬菜市场网电子商务（产地模式）	(189)

第一章 导 论

[案例]

农村蓝海布局

无论是阿里，还是苏宁、京东，目前，都在做渠道下沉这件事，开辟三、四线，甚至是农村市场。从目前各家的动作来看，围绕农产品进城和商品下乡的农村电商将在今年明显升温，成为下一个千亿级市场。

此前，阿里巴巴宣布在未来3~5年内投入100亿元发展千县万村计划，即建立1000个县级运营中心和10万个村级服务站，带动农村创业机会，让“淘宝村”模式在全国范围推广。农村电商，已被提升为阿里巴巴集团未来三大战略之一这样的高度。

阿里研究院发布的《农村电子商务消费报告》显示，过去3年，淘宝农村消费占比不断提升，从2012年第二季度的7.11%上升到2014年第一季度的9.11%。此外根据阿里预测，2014年全国农村网购市场规模为1800亿元，到2016年将有望增长到4600亿元规模。

苏宁的做法是通过升级改造其分布在全国各地的乡镇服务点，来布局其农村电商版图。具体操作为，将这些网点升级为可提供代客下单、最后一公里配送、售后维修、批发销售等服务的新式乡村服务站，同时，开放加盟通道，加盟者在提供保证金后，这些原来类似“夫妻老婆店”模式的经营者将统一穿上苏宁的工作服，以返点方式和苏宁分成。

在未来的5年计划中，在苏宁全国干线物流触达的区域内将建设10 000个类似的乡镇服务站，将覆盖全国1/4以上的乡镇。由分布在全国各地的苏宁DC（Distributioncentre）仓库集中向这些服务站送货，降低物流成本，未来这些店也将开启揽件功能。

第一节 电子商务的内涵

以前你需要开动双脚才能把百货商店逛完，现在你只需选择电子商务在家里就可以逛成千上万个百货商店，找最价廉物美的商品。未来的人们就像呼吸一样需要网络，需要电子商务。1994年，如今广为人知的电子商务尚不存在，然而，2014年，中国网民数量达到6.49亿，网站400多万家，电子商务交易额超13万亿人民币，全球网络企业前10强，中国有4家，互联网经济成为中国经济的最大增长点之一。短短20年时间，电子商务经历了重大的变革。但对于农业而言，由于农业生产的特点以及农产品标准化程度较低等多种原因，开展农产品电子商务步履维艰，真正成功的农产品电子商务共识凤毛麟角，如何突破农产品电子商务发展瓶颈，打造符合我国国情的农产品电子商务发展模式、提高我国农业国际竞争力，是值得我们深入研究的重大课题。然而，我们消化和学习的过程却只是刚刚开始。

一、什么是电子商务

电子商务包含两个方面，一是商务活动；二是电子化手段。其中，商务是核心，电子化是手段和工具。商务包括企业通过互联网的方式处理与交换信息，企业与企业之间通过外联网或者专用网方式进行的业务协作和商务活动，企业与消费者实践通过互联网进行的商务活动，消费者与消费者之间通过互联网进行的商务活动，以及政府管理部门与企业之间通过互联网或专用网方式

进行的管理及商务活动。这里的电子化手段包括自动捕获数据、电子数据交换、电子邮件、电子资金转账、卫星定位、网络通信、数据库、计算机设备、网络安全和无线移动技术等各种电子技术手段。

电子商务是指通过互联网进行销售商品、提供服务等的经营活动。例如，企业通过互联网销售笔记本电脑，企业通过互联网为客户提供软件下载服务，企业通过互联网进行远程修复个人计算机，企业可以通过互联网进行远程医疗服务等。

在我国国家职业标准中对“电子商务师”职业的定义是：利用计算机技术、网络技术等现代信息技术从事商业活动或相关工作的人员。

对于电子商务有人喜欢用 e - business 这个词表述，也有人喜欢用 e - commerce 这个词表述，前者必后者包含的内容广泛些。但大多数人更容易接受 e - commerce 这个词，对于它们之间的区别与联系本书不加讨论，请读者参考有关文献，本书采用 e - commerce 这个词，其目的是将电子商务限定在“互联网”上进行的商务活动，这些商务活动包括商品交易、信息服务、产品服务等内容。

二、传统商务与电子商务的比较

1. 传统商务

商务是涉及买卖商品的事务。传统商务起源于远古时代。当人们对日常活动进行分工时，商业活动就开始了。每个家庭不再像以前那样既要种植粮食，又要打猎和制造工具。每个家庭专心于某一项活动，然后用他们的产品去换取所需之物。例如，制造工具的家庭可以和种植粮食的家庭互换产品。在这些原始的商务中，无形的服务也开始了买卖。例如，占卜通过求神保佑来换取必要的食品和工具。

货币的出现取代了易货贸易，交易活动变得更容易简单了。然而，贸易的基本原理并没有变化，社会的某一成员创造有价值的物品，这种物品是其他成员所需要的。所以，商务或商务活动是至少有两种以上参与的有价物品或服务的协商交换过程，它包括买卖双方为完成交易所进行的各种活动。

(1) 买方。我们可以从买主或卖主的角度来考察交易活动。在传统商务中，涉及买方的业务活动，如图 1-1 所示。



图 1-1 买方

买方的首要工作就是确定需要。这种需要可能只是一个简单的播求，如一个人说“我饿了，想吃午饭、这种需要也可能是非常复杂的需求，如要建设城市地铁。对一个饥饿的人来说，确定需要非常简单，只要想一下附近有与哪些快餐店就可以解决问题。但对于“城市地铁建设”就需要很多人长期有组织地工作。在实际工作中，大部分确定需要的工作的难度在上述两个极端之间。

一旦买方确定了他们的特定需要，就要寻找能够满足这些需要的产品或服务。在传统商务中，买方寻找产品或服务的方法很多，他们可以参考产品目录、请教朋友、阅读广告或查找工商企业名录。黄页是买方在寻找产品或服务时常用的工商企业名录。买方也可以向推销员咨询产品的特点和优势。对于那些不断重复出现的需要，企业常常有一套高度结构化的程序来寻找产品或服务。

买方选择了满足某一特点需要的产品或服务之后，就要选择

一个可以提供这种产品或服务的卖主。在传统商务中，买主可以通过很多途径与卖主进行接触，包括电话、邮件和贸易展览会。一旦买主选择了一个卖主，双方就开始了谈判。谈判内容包括交易的很多内容，如交货日期、运输方法、价格、质量保证和付款条件，另外，还常常包括产品交付或服务提供时可以进行检验的各个细节问题。这是一个十分复杂的步骤。例如，超市中的农产品的订货、交货和检验工作就非常复杂。

当买方认为收到的货物满足双方议定的条件时，他就应该支付货款了。买卖完成后，买方可能还要就质量担保、产品更新和日常维护等问题和卖方接触。

(2) 卖方。对于上述的业务买方每完成一项，卖方都有一个相应的业务与之对应。图 1-2 给出了卖方的主要活动。



图 1-2 卖方

卖方通常进行市场调查来确定潜在顾客的需要。企业在确定顾客的需要时，经常使用的方法包括问卷调查、推销员与顾客交谈、主题小组讨论，聘请企业外部的咨询公司等方法。一旦卖方确定了顾客的需要，他们就要开发出能够满足顾客据要的产品包括新产品的的设计、测试和生产等过程。卖方的下一步工作是让潜在顾客知道这种新的产品或服务。产品的开发过程中卖方要开展多种广告和促销活动，同顾客及潜在的顾客沟通关于新产品或服务的信息。

一旦顾客对卖方的促销活动有了回应。双方就开始对交易的条件进行谈判。在很多情况下，谈判是非常简单的。例如，在超

级市场的交易所包括的活动不过是顾客进入商店。选择需要的商品，然后付清货款。

有时，交易需要艰苦冗长的谈判。以对商品的运输、检验、测试和付款达成协议。双方解决了运输问题后。卖方就要向买方交付货物或提供服务，同时，还要向买方提供销售发票。在有些业务中，卖方每月还向每个顾客提供一份明细联，包括该顾客本月收到的发票及付款情况。在有些情况下，卖方要求买方在交货前或交货时付款。大部分企业还是靠商业信用做生意。所以，卖方先记下销售记录，然后等待顾客付款。大多数企业都有先进的顾客付款接收和处理系统，并利用这个系统来跟踪每一位应收货款联户，并保证所收到的每笔货款都对应正确的顾客和发票。销售活动结束后，卖方常常要为产品和服务提供持续的售后服务。在很多情况下，卖方要根据合同或法令对售出的产品或服务提供质量担保，以确保这些产品或服务能正常地发挥效用。卖方提供的售后服务、日常维护和质量担保可以使顾客满意并愿意购买企业的产品。

2. 电子商务

在电子商务环境下，商务的运作过程没有变，只是其中的一些环节运用电子商务进行。例如，在图 1-1 中，确定需要、选择供应商及支付货款在电子商务中是很容易实现的。在图 1-2 中，广告、接收货款在电子商务中也是容易实现的。电子商务的流程更加注重买卖双方的业务流程。在买卖双方中将图 1-1 及图 1-2 合成为交易前的准备、贸易的磋商、合同的签订以及资金的支付等环节。

交易前的准备：在电子商务模式中，交易的供需信息都是通过交易双方的网址和网络主页完成的，双方信息的沟通具有快速和高效的特点。

贸易的磋商：电子商务中的贸易磋商过程将纸面单证在网络

和系统的支持下变成了电子化的记录、文件和报文在网络上的传递过程，并且由专门的数据交换协议保证了网络信息传递的正确性和安全性。

合同的签订：电子商务环境下的网络协议和电子商务应用系统保证了交易双方所有的贸易磋商文件的正确性和可靠性，并且在第三方授权的情况下，这些文件具有法律效应，可以作为在执行过程中产生纠纷的仲裁依据。

资金的支付：电子商务中交易的资金支付采用信用卡、电子支票、电子现金和电子钱包等形式以在网上支付的方式进行，如表 1-1 所示。

表 1-1 商务实务运作过程

	交易前的准备	贸易磋商过程	合同的签订与执行	资金的支付
传统商务	商品信息的发布、查询和匹配，是通过传统方式来完成（如报纸、电视、广播、杂志、户外媒体等各种广告形式）	是贸易双方进行口头磋商或纸面贸易单证的传递过程。纸面贸易单证包括：询价单、价格磋商、订购合同、发货单、运输单、发票、收货单等。使用的工具有：电话、传真或邮寄等	在商务活动中，贸易磋商过程经常通过口头协议来完成，在磋商过程完成后，交易双方必须以书面形式签订具有法律效应的商贸合同，来确定磋商的结果和监督执行（纸面合同）	方式有两种： ①支票 多用于企业的商贸过程，涉及双方单位及其开户银行。 ②现金 常用于企业对个体消费者的商品零售过程
电子商务	交易的供需信息都是通过交易双方的网址和网络主页完成的。双方信息沟通的特点：快速、高效	将纸面单证在网络和系统的支持下变成了电子化的记录、文件和报文在网络上传递。专门的数据交换协议保证了网络信息传递的正确、安全的特性和快速的特点	电子合同在第三方授权的情况下同样具有法律效应，可以作为在执行过程中产生纠纷的仲裁依据	方式：网上支付。（可采用以下形式：信用卡、电子支票、电子现金、电子钱包等）