



新型职业农民培育系列教材

# 农产品电子商务教程

◎ 郭永召 陈中建 主编



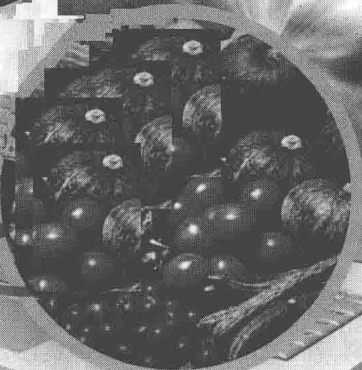
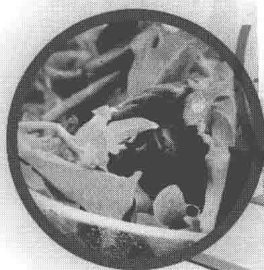
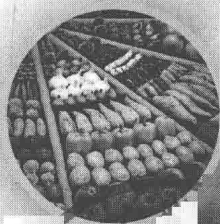
中国农业科学技术出版社



新型职业农民培育系列教材

# 农产品电子商务教程

◎ 郭永召 陈中建 主编



中国农业科学技术出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

农产品电子商务教程 / 郭永召, 陈中建主编. —北京: 中国农业科学技术出版社, 2016.6

ISBN 978-7-5116-2598-4

I. ①农… II. ①郭… ②陈… III. ①农产品-电子商务-教材 IV. ①F724.72

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 097536 号

责任编辑 崔改泵

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) 82109702(发行部) (010) 82109194(编辑室)  
(010) 82106629(读者服务部)

传 真 (010) 82106650

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×1 168mm 1/32

印 张 7.75

字 数 195 千字

版 次 2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

定 价 28.00 元

————— 版权所有 · 翻印必究 —————

# 《农产品电子商务教程》

## 编委会

|       |     |     |     |     |     |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 主 编   | 郭永召 | 陈中建 |     |     |     |
| 副 主 编 | 陈 威 | 李 健 | 李 慧 | 李 志 | 华 元 |
|       | 蔡海燕 | 傅 运 | 李 义 | 喻 旺 | 洪 峰 |
|       | 明 萍 | 姜佰富 | 徐必胜 | 杨 洪 | 娜 峰 |
|       | 刘 萍 | 张苏丹 | 肖子伟 | 李 娜 | 鸣 娜 |
| 参编人员  | 何 煦 | 曹龙飞 | 张莎莎 | 孙 娜 | 周 鸣 |
|       | 何海涛 | 何飞飞 | 武 萌 | 谢 桃 | 英 桃 |
|       | 陈 冬 | 姚则羊 | 李野牧 | 周 桃 | 王 建 |
|       | 虞菊妮 | 吴文进 | 杨红梅 | 徐 兵 | 李 琼 |
|       | 张晓丽 | 吴洪凯 | 李 莉 | 徐 兵 | 李 琼 |
|       | 杨 国 | 海智成 | 张宽华 | 李 琼 | 李 琼 |
|       | 耿记申 | 李 燕 | 靳 青 |     |     |

# 前 言

随着农业产业化发展,优质农产品需要寻求更广阔的市场。传统的农产品销售方式往往难以在消费者心中建立起安全信誉,也难以确证生态农业基地生产的优质农产品的价值,很多特色农产品局限在产地,无法进入大市场、大流通,致使生产与销售脱节,消费引导生产的功能不能实现,农业结构调整、农民增收困难重重。

基于此现状,出现了许多农产品电子商务交易平台,发展农产品电子商务不仅引领了我国传统农业向“信息化”“标准化”“品牌化”的现代农业转变,并且还将促进特色农产品走向“高端”发展路线。

本书主要介绍“互联网+农业”的概述、农产品电子商务结算技术、农产品电子商务交易模式、网上建店实务、移动电子商务、农产品电子商务物流配送技术、农业电商的安全技术、网络营销组合策略等。

编 者



# 目 录

|                               |      |
|-------------------------------|------|
| 第一章 “互联网+农业”的概述 .....         | (1)  |
| 第一节 农产品电子商务概述 .....           | (1)  |
| 一、农产品的范畴与概念 .....             | (1)  |
| 二、农产品电子商务的概念 .....            | (1)  |
| 三、农产品电子商务的发展优势 .....          | (5)  |
| 四、农村发展电子商务的条件 .....           | (5)  |
| 第二节 农村电商巨头 .....              | (6)  |
| 一、阿里巴巴:以农村再造一个淘宝 .....        | (6)  |
| 二、京东帮服务店和京东县级服务中心 .....       | (8)  |
| 三、苏宁:在痛苦的转型期寻找新稻草 .....       | (9)  |
| 四、觊觎农村市场的其他力量 .....           | (10) |
| 第三节 打造农村电商 .....              | (14) |
| 一、城镇化现状:农民走向城市,资源趋向整合 .....   | (15) |
| 二、农村电商应该怎么做 .....             | (15) |
| 三、农村城镇化及产业升级:需要更多的“村村乐” ..... | (17) |
| 第四节 互联网带来的智慧农业 .....          | (17) |
| 第五节 互联网带来的农业电商 .....          | (18) |
| 一、新型电商——三只松鼠 .....            | (19) |
| 二、跨界电商——联想佳沃 .....            | (19) |
| 第六节 依托电子商务构建新型农业经营体系 .....    | (20) |
| 一、产品选择与决策 .....               | (21) |



|                                 |             |
|---------------------------------|-------------|
| 二、渠道与模式 .....                   | (22)        |
| 三、资金投入 .....                    | (23)        |
| 四、商业化 .....                     | (23)        |
| 五、品牌增值能力 .....                  | (24)        |
| <b>第二章 农产品电子商务结算技术 .....</b>    | <b>(26)</b> |
| 第一节 网上支付概述 .....                | (26)        |
| 一、网上支付的概念与特征 .....              | (26)        |
| 二、网上支付的流程 .....                 | (27)        |
| 三、网上支付的优缺点 .....                | (28)        |
| 第二节 电子现金的网上支付方式 .....           | (29)        |
| 一、电子现金的概述 .....                 | (29)        |
| 二、电子现金支付流程 .....                | (30)        |
| 第三节 银行卡的网上支付方式 .....            | (31)        |
| 一、银行卡的概述 .....                  | (31)        |
| 二、银行卡网上支付结算流程 .....             | (32)        |
| 第四节 电子钱包 .....                  | (38)        |
| 一、电子钱包的概念及特点 .....              | (38)        |
| 二、电子钱包的使用方法 .....               | (39)        |
| 三、申请支付宝账号 .....                 | (39)        |
| <b>第三章 农产品电子商务交易模式 .....</b>    | <b>(45)</b> |
| 第一节 B2C 电子商务模式 .....            | (46)        |
| 一、我国互联网时代 B2C 电子商务模式的发展历程 ..... | (46)        |
| 二、互联网时代 B2C 电子商务模式的分类 .....     | (48)        |
| 三、互联网时代 B2C 电子商务模式的交易流程 .....   | (51)        |
| 四、互联网时代 B2C 电子商务的收益模式 .....     | (53)        |
| 第二节 互联网时代 B2B 电子商务模式 .....      | (54)        |



|                             |      |
|-----------------------------|------|
| 一、我国 B2B 电子商务模式的发展历程 .....  | (54) |
| 二、B2B 电子商务模式的分类 .....       | (55) |
| 三、B2B 电子商务模式的交易流程 .....     | (57) |
| 四、B2B 电子商务的收益模式 .....       | (58) |
| 第三节 互联网时代 C2C 电子商务模式 .....  | (59) |
| 一、我国 C2C 电子商务模式的发展历程 .....  | (59) |
| 二、C2C 电子商务模式的分类 .....       | (60) |
| 三、C2C 电子商务的收益模式 .....       | (60) |
| 第四节 其他互联网时代电子商务模式 .....     | (62) |
| 一、G2B 电子商务模式 .....          | (62) |
| 二、G2C 电子商务模式 .....          | (62) |
| 三、G2G 电子商务模式 .....          | (62) |
| 四、ASP 电子商务模式 .....          | (63) |
| 五、P2P 电子商务模式 .....          | (63) |
| 六、X2X 电子商务模式 .....          | (63) |
| 第五节 “互联网+农业”创新模式 .....      | (64) |
| 一、“沱沱工社”在农产品电子商务领域的模式 ..... | (64) |
| 二、顺丰优选直销模式 .....            | (66) |
| 三、遂昌模式 .....                | (67) |
| 四、海南农产品启动电子商务模式给我们的启示 ..... | (70) |
| 五、云南省鲜花网上热销给我们的启示 .....     | (71) |
| 六、“谷绿农品”的成长 .....           | (72) |
| 七、互联网+休闲农业 .....            | (75) |
| 八、互联网+淘宝村 .....             | (77) |
| 九、互联网+农村金融 .....            | (80) |
| 第四章 网上建店实务 .....            | (88) |
| 第一节 网上开店的形式 .....           | (88) |



|                        |         |
|------------------------|---------|
| 一、网上开店的定义 .....        | ( 88 )  |
| 二、网上开店的形式 .....        | ( 88 )  |
| 第二节 网上开店的准备 .....      | ( 90 )  |
| 一、网上开店的两个基本条件 .....    | ( 90 )  |
| 二、商品及货源 .....          | ( 91 )  |
| 三、选择店址 .....           | ( 94 )  |
| 四、支付 .....             | ( 96 )  |
| 五、配送 .....             | ( 97 )  |
| 第三节 网上开店的经营 .....      | ( 98 )  |
| 一、商品描述 .....           | ( 98 )  |
| 二、商品定价 .....           | ( 100 ) |
| 三、网店推广 .....           | ( 101 ) |
| 第四节 网上开店的售后服务 .....    | ( 102 ) |
| 一、服务形式 .....           | ( 102 ) |
| 二、处理顾客抱怨的策略和技巧 .....   | ( 103 ) |
| 三、正确处理顾客换货和退货 .....    | ( 105 ) |
| 第五节 网上店铺管理技巧 .....     | ( 105 ) |
| 一、网上店铺建设 .....         | ( 105 ) |
| 二、店铺文化 .....           | ( 106 ) |
| 三、网店成本管理 .....         | ( 107 ) |
| 四、客户档案和会员管理 .....      | ( 113 ) |
| 五、团队管理 .....           | ( 115 ) |
| 六、财务管理 .....           | ( 119 ) |
| 七、常用的快递公司和物流业务管理 ..... | ( 122 ) |
| 八、包装与托运知识 .....        | ( 130 ) |
| 第五章 移动电子商务 .....       | ( 139 ) |
| 第一节 移动电子商务概述 .....     | ( 139 ) |
| 一、移动电子商务的定义 .....      | ( 139 ) |



|                   |       |
|-------------------|-------|
| 二、移动电子商务的特点与优势    | (139) |
| 三、移动电子商务的发展历程     | (140) |
| 四、移动电子商务发展现状      | (141) |
| 五、移动电子商务快速发展的原因   | (142) |
| 六、移动电子商务应用        | (143) |
| 第二节 移动电子商务技术      | (144) |
| 一、移动电子商务发展的技术原因   | (144) |
| 二、移动电子商务系统组成      | (145) |
| 三、移动电子商务的主要实现技术   | (146) |
| 第三节 移动电子商务发展趋势    | (148) |
| 一、未来移动电子商务应用的发展趋势 | (148) |
| 二、移动电子商务关键技术发展方向  | (152) |
| 第四节 移动支付概述        | (156) |
| 一、移动支付定义          | (156) |
| 二、移动支付分类          | (157) |
| 第六章 农产品电子商务物流配送技术 | (160) |
| 第一节 物流知识概述        | (160) |
| 一、物流的概念           | (160) |
| 二、物流的分类           | (160) |
| 三、物流的基本功能         | (162) |
| 第二节 农产品网络营销中的物流   | (163) |
| 一、农产品网络营销物流的特点    | (163) |
| 二、农产品网络营销物流的实现模式  | (164) |
| 三、农产品网络营销物流的内容    | (166) |
| 四、农产品网络营销与物流的关系   | (170) |
| 第七章 农业电商的安全技术     | (174) |
| 第一节 网店的安全问题       | (174) |
| 一、网店的安全威胁和风险类型    | (174) |



|                         |       |
|-------------------------|-------|
| 二、网店的安全管理要求与思路·····     | (177) |
| 第二节 网店的安全管理方法·····      | (179) |
| 一、安全管理制度·····           | (179) |
| 二、法律制度·····             | (181) |
| 三、防范非法入侵的技术措施·····      | (183) |
| 四、防范网络诈骗·····           | (184) |
| 第八章 网络营销组合策略·····       | (191) |
| 第一节 网络营销产品策略·····       | (191) |
| 一、网络营销产品的概念·····        | (191) |
| 二、网络营销产品的特点·····        | (192) |
| 三、网络营销产品的分类·····        | (194) |
| 四、网络营销产品具体策略·····       | (195) |
| 第二节 网络营销价格策略·····       | (197) |
| 一、网络营销价格概述·····         | (197) |
| 二、网络营销产品定价的影响因素·····    | (199) |
| 三、网络营销定价策略·····         | (199) |
| 第三节 网络营销促销策略·····       | (203) |
| 一、网络营销促销策略的概念与特点·····   | (203) |
| 二、网络营销促销与传统营销促销的区别····· | (204) |
| 三、网络营销促销策略的形式·····      | (206) |
| 四、网络营销促销策略的作用·····      | (207) |
| 五、网络营销促销策略的实施过程·····    | (208) |
| 第四节 网络营销渠道策略·····       | (210) |
| 一、网络营销渠道的概念与功能·····     | (210) |
| 二、网络营销渠道的优势·····        | (211) |
| 三、网络营销渠道的类型·····        | (212) |
| 第九章 农产品电子商务发展的典型案例····· | (215) |
| 案例一 赵海伶和她的青川网商伙伴·····   | (215) |



|        |                             |       |
|--------|-----------------------------|-------|
| 案例二    | 帮助山民对接大市场的 MBA 杜千里 .....    | (217) |
| 案例三    | 以本地龙头企业为主驱动力发展电子商务<br>..... | (220) |
| 案例四    | 以电商协会为主驱动力发展电子商务 ...        | (223) |
| 案例五    | 湖南网上供销社的娄底模式 .....          | (226) |
| 案例六    | 异军突起的“微电商”平台 .....          | (228) |
| 主要参考文献 | .....                       | (231) |



## 第一章 “互联网+农业”的概述

### 第一节 农产品电子商务概述

#### 一、农产品的范畴与概念

农产品的定义有多种说法。广义的农产品主要包括农作物、畜产品、水产品和林产品;狭义的农产品则仅指农艺作物产品和畜产品。《农产品质量安全法》中所称的农产品,是指来源于农业的初级产品,即在农业活动中获得的植物、动物、微生物及其产品。这里讲的“农业活动”,既包括传统的种植、养殖、采摘、捕捞等农业活动,也包括设施农业、生物工程等现代农业活动。“植物、动物、微生物及其产品”,是广义的农产品概念,包括在农业活动中直接获得的未经加工的以及经过分拣、去皮、剥壳、粉碎、清洗、切割、冷冻、打蜡、分级、包装等粗加工,但未改变其基本自然性状和化学性质的初加工产品。区别于经过加工已基本不能辨认其原有形态的“食品”或“产品”。

#### 二、农产品电子商务的概念

##### (一)农产品电子商务的定义

所谓农产品电子商务就是指围绕农村的农产品生产、经营而开展的一系列的电子化的交易和管理活动,包括农业生产的管理、农产品的网络营销、电子支付、物流管理以及客户关系管



理等。它是以信息技术和网络系统为支撑,对农产品从生产地到顾客手上进行全方位、全过程的管理。发展农产品电子商务具有全局性、战略性和前瞻性,与国家建设社会主义新农村的战略相一致。

作为农产品电子商务平台的实体终端要直接扎根于农村,服务于三农,真正使三农服务落地,使农民成为平台的最大受益者。

农产品电子商务平台配合密集的乡村连锁网点,以数字化、信息化的手段、通过集约化管理、市场化运作、成体系的跨区域跨行业联合,构筑紧凑而有序的商业联合体,降低农村商业成本、扩大农村商业领域、使农民成为平台的最大获利者,使商家获得新的利润增长点。

农产品电子商务服务包含网上农贸市场、数字农家乐、特色旅游、特色经济和招商引资等内容。一是网上农贸市场。迅速传递农、林、渔、牧业供求信息,帮助外商出入属地市场和属地农民开拓国内市场、走向国际市场。进行农产品市场行情和动态快递、商业机会撮合、产品信息发布等内容。二是特色旅游。依托当地旅游资源,通过宣传推介来扩大对外知名度和影响力。从而全方位介绍属地旅游线路和旅游特色产品及企业等信息,发展属地旅游经济。三是特色经济。通过宣传、介绍各个地区的特色经济、特色产业和相关的名优企业、产品等,扩大产品销售通路,加快地区特色经济、名优企业的迅猛发展。四是数字农家乐。为属地的农家乐(有地方风情的各种餐饮、娱乐设施或单元)提供网上展示和宣传的渠道。通过运用地理信息系统技术,制作全市农家乐分布情况的电子地图,同时采集农家乐基本信息,使其风景、饮食、娱乐等各方面的特色尽在其中,一目了然。既方便城市百姓的出行,又让农家乐获得广泛的客源,实现城市与农村的互动,促进当地农民增收。五是招商引资。搭建



各级政府部门招商引资平台,介绍政府规划发展的开发区、生产基地、投资环境和招商信息。

尽管农产品电子商务的发展条件日臻成熟,但建立和完善农产品电子商务不是一朝一夕能完成的工程,因此,农产品电子商务发展的道路任重而道远,还需要社会多方的共同努力。

## (二) 农业电子商务的定义

农业电子商务是指利用互联网、计算机、多媒体等现代信息技术,为从事涉农领域的生产经营主体提供在网上完成产品或服务的销售、购买和电子支付等业务交易的过程。农业电子商务是一种全新的商务活动模式,它充分利用互联网的易用性、广域性和互通性,实现了快速可靠的网络化商务信息交流和业务交易。

农业电子商务以农业网站平台为主要载体,为农业电子商务提供服务,或直接完成、实现电子商务,或直接经营商务业务的过程。农业电子商务,是一个涉及社会方方面面的系统工程,包括政府、企业、商家、消费者、农民以及认证中心、配送中心、物流中心、金融机构、监管机构等,通过网络将相关要素组织在一起,其中信息技术扮演着极其重要的基础性的角色。在传统社会经济活动过程中,一直就存在两类经济活动形式:一个是企业之间的经济活动,另一个是企业 and 消费者之间的经济活动。从经济活动来说,无论是企业之间,还是企业与个人之间,只存在两种经济活动内容:一种是提供产品,一种是提供服务。

电子商务日益广泛的应用显著地拉动第三产业的发展,创造了大量的就业和创业机会,并在促进中小企业融资模式创新、推进企业转型、建立新型企业信用评价体系等方面发挥了积极的作用。

电子商务具有更广阔的环境:人们不受时间的限制,不受空间的限制,不受传统购物的诸多限制,可以随时随地在网上交



易。在网上这个世界将会变得很小,一个商家可以面对全球的消费者,而一个消费者可以在全球的任何一家商家购物。使用电子商务能够实现更快速的流通和低廉的价格,电子商务减少了商品流通的中间环节,节省了大量的开支,从而也大大降低了商品流通和交易的成本。

我国电子商务发展迅猛。据中国电子商务研究中心报告,2010年,我国网上零售额规模达5 131亿元,较2009年翻了一番,约占社会商品零售总额的3%,其他非主流模式企业数达15 800家,同比增长58.6%,预计2011年将突破2万家,网上零售用户规模达1.58亿人,个人网店数量达1 350万家,同比增长19.2%。预计未来两年内,我国网上零售市场将会步入全新台阶,突破1万亿元大关,占全社会商品零售总额的5%以上。

### (三)农村移动电子商务的定义

农村移动电子商务是指在建立农村移动电子商务平台的基础上,通过手机终端和农信通电子商务终端,建立起覆盖“县城大型连锁超市、乡镇规模店、村级农家店”的现代农村流通市场新体系,推进工业品进村、农产品进城、门店资金归集三大应用,实现信息流的有效传递、物流的高效运作、资金流的快捷结算,促进农村经济发展。以农产品进城为例,之前农产品的买方与卖方缺少信息沟通与交易的第三方中介,信息沟通与农产品交易不畅,推广农村移动电子商务后,农产品生产方(农户)与农产品购买方(城区超市)将建立起信息交互新模式,城区超市配送中心通过“农信通”电子商务终端向农村门店发出农产品收购需求,农村门店将信息发送到种养、购销大户手机上,确认采购意向后,再与城区超市配送中心确认订单,种养大户将相应农产品供应至农家店,城区超市配送中心在配送工业品的同时收购农产品返回城市。



### 三、农产品电子商务的发展优势

#### (一)经营成本低

零售企业实体店投资资金,相当一部分的资金用于支付房租、地租与人工费用。电子商务时代的到来,使得零售企业将销售场所转移至网络,极大的节约了经营成本,加之农村地区劳动力较城市具有明显的价格优势,为农产品电子商务在农村地区推广使用提供了基础。

#### (二)竞争阻力小

由于农村的经济发展相对滞后,市场的主体普遍存在规模小、布局混乱、组织化程度低等诸多问题。因此,我国商业零售企业巨头可以凭借自身的品牌、资金、管理等方面的优势,借助农产品电子商务平台,可通过收购、兼并、嫁接、加盟等形式的资产重组,吸纳那些当地不景气的商场、市场,实现低成本、大规模的扩张。

#### (三)市场潜力大

我国人口众多,且70%以上的人口分布在农村,从某种意义上讲,只有占领了中国的农村市场才是真正占领了我国的市场。尽管现在农民的购买力相对较低,但农村丰富的人口资源优势可以弥补购买力的不足。

### 四、农村发展电子商务的条件

我国的国家信息基础设施建设发展迅速,基本完成了框架结构,为我国农产品电子商务提供了良好的基础。中国已建成开通了覆盖全国的数据通信网络。移动通讯网络已覆盖了全国绝大部分村庄。