

双色
图解版

- 5个重点的农业电商平台详解
- 10多个全面的农业电商平台分析
- 20章专题内容介绍
- 400多个通俗易懂的图解展示

读懂农业电商的实用宝典!

玩转

“电商营销
+互联网金融”
系列

一本书读懂

农业
电商

海天电商金融研究中心 编著

轻松掌握农业电商运作模式，多种方式实现农业电商的转型发展!

- ☑ 外部环境 ☑ 转型变革 ☑ 发展因素 ☑ 目前困境 ☑ 多种类型 ☑ 商业模式 ☑ 支付方式 ☑ 物流配送
- ☑ 未来发展 ☑ 美国农业 ☑ 英国农业 ☑ 日本农业 ☑ 韩国农业 ☑ 种植农业 ☑ 养殖农业 ☑ 物联网
- ☑ 众筹 ☑ B2B模式 ☑ 互联网金融 ☑ 休闲农业 ☑ O2O模式 ☑ 农村淘宝 ☑ 京东农资 ☑ 佳沃市集
- ☑ 顺丰优选 ☑ 大北农 ☑ 云农场 ☑ 农集网 ☑ 农发贷 ☑ 田头批 ☑ 新希望 ☑ 金正大 ☑ 一亩田
- ☑ 惠农网 ☑ 美菜



清华大学出版社

玩转“电商营销+互联网金融”系列

一本书读懂农业电商

海天电商金融研究中心 编 著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是一本全面揭秘农业电商的专著,从两条线帮助读者从入门到精通农业电商。

一条是横向案例线,通过对目前农业电商行业内影响力极广泛的平台认识,比如淘宝、京东、顺丰优选、佳沃、大北农、云农场、农集网等,透析每个平台的特色、优势与卖点,对相关的内容从可借鉴的角度进行深入分析。

另一条是纵向技能线,通过全面了解把握农业电商的运作工具,比如平台构建、移动开发、支付环节、物流系统、实体店铺、农技农资等,认识农业电商转型与 O2O 安全落地的必备因素。

全书分为 4 大篇幅:认识篇+分类篇+模式篇+案例篇。所有内容零基础、全图解,通过 5 个重点的农业电商平台详解+10 多个全面的农业电商平台分析+20 章专题内容详解+20 多个专家提醒奉献+150 多张图片+400 多个通俗易懂的图解,深度剖析农业电商的精华之处。

本书结构清晰、语言简洁、图解丰富,尤其是对于诸多成功农业电商平台做了深入剖析,内容十分全面,适合农业电商平台的管理者、农业电商行业的从业者、有意从事农业电商的人士、传统农业向农业电商模式转型的企业,以及农业电商的人才培训中心使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

一本书读懂农业电商/海天电商金融研究中心编著. —北京:清华大学出版社, 2016
(玩转“电商营销+互联网金融”系列)

ISBN 978-7-302-44045-1

I. ①一… II. ①海… III. ①农业—电子商务—基本知识 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 127815 号

责任编辑:杨作梅

装帧设计:杨玉兰

责任校对:张彦彬

责任印制:王静怡

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:三河市少明印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×240mm 印 张:19.5 字 数:374 千字

版 次:2016 年 7 月第 1 版 印 次:2016 年 7 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:59.80 元

产品编号:068079-01

前言

■ 写作驱动

如果说中国最近十年来最蓬勃发展的行业或产业是什么？那非电商莫属。在未来的十年里，最具潜力、市场前景最广阔的行业是什么？也非农业莫属。如今互联网与农业激起的浪潮已经席卷而来，现在是国内农业电商发展的最好时期，我们应该如何应对？

本书是一本全面揭秘农业电商发展模式、盈利根本、平台类型、网站发展、多元产品、未来动态的专著，特别是与淘宝、京东、大北农、顺丰优选、佳沃等影响力广泛的电商平台进行结合，对内容进行应用性的讲解。

本书紧扣电商模式，从农业电商“落地”的角度，系统地总结了农业电商平台推广与营销手段、技巧、策略，对目前行业内存在的问题进行了详细分析，并提出解决方案，同时通过大量案例进行辅助说明。

本书内容主要是理论与实际相结合，通过认识篇、分类篇、模式篇和案例篇全面解析农业电商，让您轻松读懂农业电商！

认识篇

- ★ 农业电商的发展环境
- ★ 农业电商的传统转型
- ★ 农业电商的支付方式
- ★ 农业电商的未来发展

分类篇

- ★ 种植业电商
- ★ 养殖业电商
- ★ 农产品加工业电商

模式篇

- ★ 农业与物联网模式
- ★ 农业产品与众筹模式
- ★ 农业与互联网金融融合
- ★ 农业电商与旅游模式

案例篇

- ★ 电商平台进军农业案例
- ★ 跨行企业进军农业案例
- ★ 传统企业转型电商案例

■ 本书特色

本书的主要特色：实用为主+内容为王。

(1) 接地气，实用为主，应用性强，将抽象的农业与电子商务落实到具体应用上。本书在案例分析上，深度揭秘了农村淘宝、京东农资、佳沃市集、顺丰优选、大北农等诸多影响力广泛的农业电商平台，极具实战指导意义。本书同时着眼于农业电商的概念，对农业电商的现状、农业电商与传统农业的融合等内容进行了深入讲解。

(2) 容易懂，内容为王、涵盖众多，详细讲解了农业的具体营销与金融等的结合。介绍了物联网、众筹、互联网金融等多种不同电商模式的现在与未来，以实战+理论的方式，进行了非常全面的讲解。与此同时，本书从种植业、养殖业和农产品加工业三个方面进行单独分析，认识现状、问题及实际应用，极具参考价值。

■ 适合人群

本书结构清晰，语言简洁、图表丰富，适合以下读者学习使用。

- 农业电商平台的管理者。本书提供关于移动开发、线下布局、支付物流方式及未来趋势等方面的分析内容，能够更好地引导平台规模逐步壮大。
- 农业电商行业的从业者。本书提供关于农村电商的现状与潜力、国外的发展以及行业内的相关平台与盈利模式的分析，能够更好地挖掘农业电商的就业价值。
- 有意从事农业电商的人士。本书提供关于农业电商的整体状况与发展、未来O2O模式前景的分析，能够充分了解农业电商是什么。
- 传统农业向农业电商模式转型的企业。本书提供关于农业电商多种模式的分析与具有特色的具体打造过程，尤其是对转型成功的企业进行优势分析，能够更好地帮助传统企业转型成功，快人一步建立起完善的农业电商模式。
- 农业电商的人才培训中心。本书提供农业电商的理论知识、电商平台的发展状况以及对目前市场的分析，详解构建电商平台的可能性与盈利点，切入农业电商领域的角度，能够更好地培养出时代需要的农业电商人才。

■ 作者售后

本书由海天电商金融研究中心编著，同时参加编写的人员还有刘益兴、李四华、王力建、柏松、谭贤、谭俊杰、徐茜、刘嫔、苏高、柏慧、周旭阳、袁淑敏、谭中阳、杨端阳、刘伟、卢博、柏承能、刘桂花、刘胜璋、刘向东、刘松异等人，在此表示感谢。由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评指正，邮箱：itsir@qq.com。

编 者

目 录

【认识篇】

第 1 章 外部环境：发展中的农业 电商	3	2.1.1 互联网发展现状	20
1.1 农业电商的基本认识	4	2.1.2 企业的互联网化	21
1.1.1 农业电商的基本定义	4	2.1.3 行业的互联网化	23
1.1.2 农业电商的行业特点	5	2.2 农业与电商的组合	24
1.1.3 农业电商的服务模式	7	2.2.1 农业电商中的产业	25
1.1.4 农业电商的实际价值	7	2.2.2 农业电商中的企业	25
1.2 农业电商的发展因素	9	2.2.3 农业电商中的大数据	26
1.2.1 电商发展的趋势	9	2.3 农业电商中的中介商	28
1.2.2 农业变革的潜力	10	2.3.1 中介平台的模式	28
1.2.3 国家政策的促进	11	2.3.2 中介平台的利润	29
1.2.4 产业升级的必然	12	2.3.3 中介平台的发展	30
1.3 农业电商与传统农业的比较	12	2.4 农业电商的产业链	31
1.3.1 销售对象	13	2.4.1 农业电商中的农业生产 资料	31
1.3.2 销售目的	14	2.4.2 农业电商中的农业生产 过程	32
1.3.3 销售资源	14	2.4.3 农业电商中的农业产品 销售	33
1.3.4 销售环境	15		
1.3.5 用户体验	15		
1.3.6 两者关系	16		
第 2 章 转型变革：网络时代的 农业电商	19	第 3 章 支付方式：解决农业 电商的瓶颈	35
2.1 互联网时代的电商	20	3.1 传统农业中支付方式	36
		3.1.1 物物交换	36

3.1.2 现金支付	37	第 5 章 未来发展：农业电商的 新时代	61
3.1.3 票据支付	37	5.1 移动农业电商的发展	62
3.1.4 资金汇兑	38	5.1.1 农业市场的开发	63
3.2 现代农业中支付方式	39	5.1.2 移动端发展趋势	63
3.2.1 网上支付	39	5.1.3 电子商务的成熟	64
3.2.2 移动支付	40	5.1.4 生产者观念转变	65
3.2.3 卡基支付	41	5.2 生态圈融合趋势发展	66
3.3 农业电商的支付瓶颈	42	5.2.1 农业的平台建设	67
3.3.1 国内农业网民的特点	42	5.2.2 新时期技术发展	67
3.3.2 农业电商支付的现状	43	5.2.3 农业生态链完善	69
3.3.3 针对问题的解决方法	44	5.2.4 农业生态圈形成	70
3.3.4 电商支付的多方受益	45	5.3 大数据农业趋势发展	71
3.3.5 电商支付的未来发展	46	5.3.1 提高的生产效率	72
第 4 章 物流配送：推动农业 电商的发展	49	5.3.2 大数据平台出现	73
4.1 农业电商的物流困境	50	5.4 云计算农业趋势发展	74
4.1.1 客观原因	50	5.4.1 降低运营的成本	75
4.1.2 物流痛点	50	5.4.2 农业云计算前景	76
4.1.3 解决方法	52	第 6 章 现状启迪：借鉴国外 农业电商	77
4.1.4 未来发展	53	6.1 美国农业电商发展状况	78
4.2 农产品的存储与管理	54	6.1.1 农业电商基本概况	78
4.2.1 冷冻技术的应用	54	6.1.2 农业电商发展特点	79
4.2.2 条码技术的应用	55	6.1.3 农业电商平台实例	80
4.2.3 存储与管理目标	56	6.2 英国农业电商发展状况	81
4.3 农产品的运输与管理	56	6.2.1 农业电商基本概况	82
4.3.1 快递行业的运输	57	6.2.2 农业电商发展特点	83
4.3.2 农业企业的管理	58		
4.3.3 运输与管理目标	58		

6.2.3 农业电商平台实例	83
6.3 日本农业电商发展状况	85
6.3.1 农业电商基本概况	85
6.3.2 农业电商发展特点	86
6.3.3 农业电商平台实例	87

6.4 韩国农业电商发展状况	88
6.4.1 农业电商基本概况	89
6.4.2 农业电商发展特点	90
6.4.3 农业电商平台实例	90

【分类篇】

第7章 种植业电商：在摸索中 不断前进

95

7.1 种植业电商发展的现状	96
7.1.1 农业种植业的发展	96
7.1.2 农业种植业的规模	97
7.1.3 种植业电商的发展	98
7.1.4 种植业电商的市场	99
7.1.5 机械化转变智能化	100
7.2 种植业电商发展的问题	101
7.2.1 基础设施覆盖有限	101
7.2.2 农场缺乏商务人才	102
7.2.3 种植业生产较分散	102
7.2.4 传统观念的不认可	103
7.3 种植业电商实际的应用	104
7.3.1 种植业电商的流程	104
7.3.2 流程中的相关人员	105
7.3.3 进入行业电商平台	106
7.3.4 电商平台具体介绍	107

第8章 养殖业电商：立足当下 展望未来

111

8.1 养殖业电商发展的现状	112
----------------------	-----

8.1.1 农业养殖业的发展	112
8.1.2 农业养殖业的规模	113
8.1.3 养殖业电商的发展	114
8.1.4 养殖业电商的市场	114
8.1.5 混乱化转变科学化	115
8.2 养殖业电商发展的问题	116
8.2.1 小企业的电商成本	117
8.2.2 大企业的电商转型	117
8.2.3 电商的综合化竞争	118
8.2.4 平台公信力认可度	119
8.2.5 高质量产品覆盖面	119
8.2.6 后期服务进行跟踪	120
8.3 养殖业电商实际的应用	121
8.3.1 养殖业电商的流程	121
8.3.2 平台网络推广模式	122
8.3.3 电商平台具体介绍	123
8.4 养殖业电商发展的未来	124
8.4.1 产品的市场全国化	124
8.4.2 平台的未来垂直化	125
8.4.3 养殖业的企业巨头	125

第9章 农产品加工业电商：解决问题发展产业 127

9.1 农产品加工业电商发展的现状 128

9.1.1 农产品加工业的传统发展 128

9.1.2 农产品加工业的现状规模 129

9.1.3 农产品加工业电商的发展 130

9.1.4 农产品加工业电商的市场 131

9.2 农产品加工业电商发展的问题 131

9.2.1 企业的规模相对偏小 132

9.2.2 技术水平整体上较弱 132

9.2.3 产业结构不合理问题 133

9.2.4 副产物利用水平较低 134

9.2.5 产业链延伸较为局限 134

9.2.6 信息化管理发展很难 135

9.3 农产品加工业电商实际的应用 136

9.3.1 农产品加工业电商的流程 136

9.3.2 农产品加工业节点的定位 137

9.3.3 电商平台的具体介绍分析 138

9.4 农产品加工业电商发展的未来 139

9.4.1 城市产业群互联网化 139

9.4.2 行业转型后优胜劣汰 140

9.4.3 平台将以技术为核心 140

【模式篇】

第10章 智慧农业：农业+物联网模式 143

10.1 农业物联网的认识 144

10.1.1 农业物联网的概念 145

10.1.2 发展物联网的意义 146

10.1.3 农业物联网的架构 147

10.1.4 农业物联网的应用 148

10.2 农业物联网的问题 148

10.2.1 传统农业习惯问题 149

10.2.2 农业相关技术问题 150

10.2.3 物联网的成本问题 150

10.2.4 物联网产业化问题 151

10.3 物联网的电商应用 152

10.3.1 智能库存管理体系 152

10.3.2 物联网的物流系统 152

10.3.3 物联网的电子支付 153

10.3.4 物联网电商的未来 154

10.4 物联网电商的案例 155

10.4.1 M6的数据管理 155

10.4.2 朗坤物联网案例 155

目录

第 11 章 时代潮流：农业产品+ 众筹模式 157

- 11.1 关于众筹的认识 158
 - 11.1.1 众筹的概念内涵 158
 - 11.1.2 众筹的四个要素 159
 - 11.1.3 发展众筹的意义 160
 - 11.1.4 众筹目前的发展 160
- 11.2 农业众筹的类型 161
 - 11.2.1 种植类的农产品 162
 - 11.2.2 养殖类的农产品 163
 - 11.2.3 休闲农业的相关产品 164
- 11.3 众筹的项目上线 166
 - 11.3.1 农产品进行定位 166
 - 11.3.2 项目上线的流程 166
 - 11.3.3 项目回报的类型 167
- 11.4 产品众筹的案例 168
 - 11.4.1 众筹网综合平台 169
 - 11.4.2 大家种垂直平台 169

第 12 章 网络销售：农业平台 B2B 模式 171

- 12.1 农业平台中的 B2B 农资电商
平台 172
 - 12.1.1 平台的产品受众 173
 - 12.1.2 平台的盈利模式 174
 - 12.1.3 平台的未来发展 175
- 12.2 农业平台中的 B2B 农产品
电商平台 176
 - 12.2.1 平台的产品受众 176

12.2.2 平台的盈利模式 177

12.2.3 平台的未来发展 178

12.3 农业平台中的 B2B 食材 配送平台 179

12.3.1 平台的产品受众 180

12.3.2 平台的盈利模式 181

12.3.3 平台的未来发展 182

12.4 农业平台中的 B2B 销售案例 182

12.4.1 云农场农资平台 183

12.4.2 惠农网农产品平台 184

12.4.3 美菜食材配送平台 185

12.4.4 田头批综合平台 186

第 13 章 农业金融：农业+互联网 金融模式 187

13.1 农业互联网金融的意义 188

13.1.1 进行物资上的贷款 189

13.1.2 解决资金使用单一 189

13.1.3 提高生产销售效率 190

13.2 农业互联网金融的环境 191

13.2.1 传统金融陷入困境 191

13.2.2 移动互联网的契机 191

13.2.3 农业发展强烈刺激 192

13.3 农业互联网金融的实现 193

13.3.1 基层服务站的建立 193

13.3.2 村镇级银行的发展 194

13.3.3 金融杠杆放大效应 195

13.4 农业互联网金融的案例 196

13.4.1 全方位平台大北农 196

13.4.2 主打金融的农发贷	197
-----------------------	-----

13.4.3 潜力大的农泰金融	199
-----------------------	-----

第 14 章 休闲农业：乡村旅游的 组成部分 201

14.1 休闲农业的相关了解	202
----------------------	-----

14.1.1 休闲农业的出现	202
----------------------	-----

14.1.2 休闲农业的现状	203
----------------------	-----

14.1.3 休闲农业的未来	204
----------------------	-----

14.2 休闲农业平台与电商	205
----------------------	-----

14.2.1 综合型电商平台	205
----------------------	-----

14.2.2 全国性电商平台	206
----------------------	-----

14.2.3 区域化电商平台	207
----------------------	-----

14.3 休闲农业的电商发展	208
----------------------	-----

14.3.1 外部政策的促进	209
----------------------	-----

14.3.2 内部产业的实现	210
----------------------	-----

14.3.3 交通便利的深化	211
----------------------	-----

14.4 休闲农业的电商案例	212
----------------------	-----

14.4.1 蜜蜂游全国性平台	212
-----------------------	-----

14.4.2 安徽“两山一湖”	
-----------------	--

平台	214
----------	-----

第 15 章 线上线下：农业 O2O 产业模式 217

15.1 农业 O2O 的模式发展	218
-------------------------	-----

15.1.1 模式的雏形	218
--------------------	-----

15.1.2 模式的逐步发展	219
----------------------	-----

15.1.3 模式的全面影响	219
----------------------	-----

15.2 农业 O2O 模式必然性	220
-------------------------	-----

15.2.1 满足用户线下体验	220
-----------------------	-----

15.2.2 展现农产品生态化	221
-----------------------	-----

15.2.3 促进精品农业发展	221
-----------------------	-----

15.3 农业 O2O 模式的问题	222
-------------------------	-----

15.3.1 搭建网络电商平台	222
-----------------------	-----

15.3.2 培养熟悉网络农户	223
-----------------------	-----

15.3.3 加快物流系统建设	223
-----------------------	-----

15.3.4 打造移动 APP 软件	224
--------------------------	-----

15.4 农业 O2O 的相关案例	225
-------------------------	-----

15.4.1 农味网微信销售	
----------------	--

土鸡蛋	225
-----------	-----

15.4.2 O2O 模式的野农优品	226
--------------------------	-----

15.4.3 遂昌县生鲜农产品	
-----------------	--

O2O	226
-----------	-----

【案例篇】

第 16 章 农村淘宝：淘宝在农业 领域的布局 231

16.1 走近农村淘宝平台	232
---------------------	-----

16.1.1 平台的出现时间	232
----------------------	-----

16.1.2 平台的发展状况	233
----------------------	-----

16.1.3 平台的影响情况	234
----------------------	-----

16.1.4 平台的网站设计	235
----------------------	-----

16.2 剖析平台具体优势	236
---------------------	-----

16.2.1 商品针对性优势	236
----------------------	-----

16.2.2 内容全面性优势	237
----------------------	-----

16.2.3	线下实体店优势	238	17.4.3	构建农村农技服务点	255
16.3	详解平台成功因素	238	第 18 章	佳沃市集：联想在农业领域的开拓	257
16.3.1	模式的创新运营	238	18.1	走近佳沃市集平台	258
16.3.2	品牌效应与用户	239	18.1.1	平台的出现时间	258
16.3.3	完善计划与目标	240	18.1.2	平台的发展状况	259
16.4	专注平台未来发展	240	18.1.3	平台的影响情况	260
16.4.1	扩建县村服务点	241	18.1.4	平台的网站设计	260
16.4.2	加深与政府合作	241	18.1.5	平台的受众群体	261
16.4.3	完善 APP 移动端	242	18.2	剖析平台具体优势	262
第 17 章	京东农资：打造农业综合平台	243	18.2.1	全球化布局的优势	262
17.1	走近京东农资平台	244	18.2.2	产业链布局的优势	263
17.1.1	平台的出现时间	244	18.2.3	全流程管理的优势	264
17.1.2	平台的发展状况	245	18.3	详解平台成功因素	265
17.1.3	平台的影响情况	245	18.3.1	佳沃标准的可信度	265
17.1.4	平台的网站设计	246	18.3.2	佳沃农场的全面度	266
17.1.5	平台的受众群体	248	18.3.3	匠心农人的推荐度	266
17.2	剖析平台具体优势	249	18.4	专注平台未来发展	267
17.2.1	自营方式的优势	249	18.4.1	引入更广泛的农户	268
17.2.2	垂直化产品优势	250	18.4.2	加强信息体系管理	268
17.2.3	售后服务的优势	251	18.4.3	打造移动软件系统	269
17.3	详解平台成功因素	251	第 19 章	顺丰优选：用速度抢占农业市场	271
17.3.1	京东村相关打造	251	19.1	走近顺丰优选平台	272
17.3.2	构建供应链体系	252	19.1.1	平台的出现时间	272
17.3.3	与知名企业合作	253	19.1.2	平台的发展状况	273
17.4	专注平台未来发展	254	19.1.3	平台的影响情况	274
17.4.1	寻求县级运营和合作	254			
17.4.2	提高京东品牌影响力	255			

19.1.4	平台的网站设计	275
19.1.5	平台的受众群体	276
19.2	剖析平台具体优势	276
19.2.1	顺丰速度的优势	277
19.2.2	“最后一公里”优势	277
19.2.3	产品服务的优势	278
19.3	详解平台成功因素	279
19.3.1	生鲜产品产地直供	279
19.3.2	打造全球食品覆盖	280
19.3.3	设定企业服务专区	281
19.4	专注平台未来发展	281
19.4.1	资金投入打造品牌	282
19.4.2	加强全程冷链配送	282
19.4.3	区域加大网点建设	283

第 20 章	大北农：全方位的一站式电商平台	285
20.1	走近大北农平台	286
20.1.1	平台的出现时间	286
20.1.2	平台的发展状况	287
20.1.3	平台的影响情况	288
20.1.4	平台的网站设计	289
20.1.5	平台的受众群体	290
20.2	剖析平台具体优势	292
20.2.1	垂直化领域优势	292
20.2.2	行业全面化优势	293
20.2.3	平台的技术优势	293
20.3	详解平台成功因素	294
20.3.1	一站式平台的构建	294
20.3.2	移动端产品的推广	295
20.3.3	农信金融相关建设	296

【认识篇】



外部环境：发展中的农业电商

支付方式：解决农业电商的瓶颈

未来发展：农业电商的新时代

转型变革：网络时代的农业电商

物流配送：推动农业电商的发展

现状启迪：借鉴国外农业电商

第1章

外部环境：发展中的农业电商

学 前 提 示

农业电商的新模式在国内已经成为一种趋势，在未来的农业体系中必然会占据重要地位。

本章主要对农业电商的相关知识进行介绍，对于其组成因素进行了初步分析，并对传统农业模式和农业电商的模式，从不同方面进行了深入分析，使读者能够对农业电商有更深刻的理解。

农业电商的基本认识

农业电商的发展因素

农业电商与传统农业的比较