

教育部新世纪优秀人才支持计划资助 (NCET-10-009)

北京农业产业安全理论与政策研究创新团队项目

北京市农业经济管理重点建设学科系列学术著作

北京农产品 电子商务模式研究

Beijing Nongchanpin
Dianzi Shangwu Moshi Yanjiu

何忠伟 张民 刘芳◎著

 中国农业出版社

教育部新世纪优秀人才支持计划资助 (NCET - 10 - 009)

北京农业产业安全理论与政策研究创新团队项目

北京市农业经济管理重点建设学科系列学术著作

北京农产品电子商务模式研究

何忠伟 张民 刘芳 著

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

北京农产品电子商务模式研究/何忠伟, 张民, 刘芳著. —北京: 中国农业出版社, 2013. 12

ISBN 978-7-109-18560-9

I. ①北… II. ①何…②张…③刘… III. ①农产品—电子商务—研究—北京市 IV. ①F713.36②F724.72

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 263940 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100125)

责任编辑 李文宾 冀刚

北京通州皇家印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月北京第 1 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 5.5

字数: 210 千字

定价: 26.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

前 言

运用信息化加快农业现代化，尤其是加快农产品信息化的进程，是中共十八大提出中国特色的“四化”目标之一，因此，应积极探讨信息化条件下农产品新流通模式。当前，电子商务与农产品行业的结合及应用越来越紧密。随着电子商务技术的不断完善、农产品物流配送技术的进一步提高、消费者对农产品质量以及农产品的个性化需求越来越强烈，农产品电子商务模式的不断创新和发展成为必然趋势。本书以北京地区为立足点，利用北京的各种优势资源，整合北京内外的优质农产品进行电子商务模式研究。在理论研究、调查分析以及分析北京地区发展农产品电子商务优势的基础上，本书就模式应用、模式创新、模式评价三大模块展开研究。就模式应用而言，本书在参考大量文献的基础上提出了交易链协同运作模式、网络营销导向模式、物流组织与顾客忠诚度先导模式以及品牌营销管理模式，并以尚优特、酒魅团为案例进行分析；就模式创新而言，本书结合我们多年的电子商务经验提出了生态食品垂直门户模式（以中国生态食品网为例）、“SNS+商城+ERP”多用户商城模式（以尚优特为例）、社会化电子商务模式、基于第三方平台的运营模式及其他创新模式；就模式评价而言，本书通过问卷调查法和层次分析法，构建了适

合农产品电子商务网站的指标层次结构图，计算出各个指标权重，进而根据指标层的权重值建立了用于网站评价的数学模型，并对一些农产品电子商务网站进行了分析评价。

本书主要贡献在于：总结归纳了农产品电子商务理论模式；提出了农产品电子商务应用模式；构建了农产品电子商务综合评价体系并进行了实证研究；开发了尚优特、酒魅团和中国生态食品网三大电子商务平台。

在本书的调研与写作中，得到了中国生态食品网、酒魅团和中国有机食品绿色食品北京展销中心等企业的大力支持，参考了许多专家的文献，在此一并感谢。由于水平有限，不足之处在所难免，敬请大家批评指正。

著 者

2013年8月

目 录

前言

1 引言	1
1.1 问题的提出	1
1.2 研究目的和意义	3
1.3 文献综述	4
1.4 研究目标、方法和结构框架	9
2 电子商务模式分析方法的理论基础	12
2.1 交易成本理论	12
2.2 电子商务供应链理论	17
3 北京农产品电子商务的内涵及发展优势	24
3.1 北京农产品电子商务的内涵	24
3.2 北京农产品电子商务的发展优势	29
4 交易链协同运作模式	32
4.1 交易链模式应用的背景	32
4.2 电子商务交易链环节分析	32
4.3 农产品电子商务交易链模型特征	33
4.4 农产品电子商务交易链的技术模型	34
4.5 农产品电子交易链组织建立原则	36
4.6 农产品交易链平台运作机制	37

4.7	尚优特案例	40
4.8	本章小结	45
5	网络营销导向模式	47
5.1	客户关系策略	47
5.2	农产品电子商务模式的产品策略	50
5.3	农产品电子商务模式的价格策略	52
5.4	农产品电子商务模式的传播策略	53
5.5	农产品电子商务模式的分销策略	53
5.6	案例分析:酒魅团探索红酒电子商务模式的做法	54
5.7	基于网络营销关于农产品创意性电子商务 模式的对策思考	60
5.8	本章小结	62
6	物流组织与顾客忠诚度先导模式	63
6.1	物流组织管理模式	63
6.2	顾客忠诚度先导模式	67
7	品牌营销管理模式	73
7.1	概述	73
7.2	品牌的定义	73
7.3	基于电子商务的品牌类型以及影响因素	74
7.4	品牌资产的定义	76
7.5	品牌资产的测量	80
7.6	品牌的定位	81
7.7	创建品牌资产的营销计划	88
7.8	七步骤塑造品牌	91
7.9	品牌对客户关系四个关键阶段的影响	94
7.10	本章小结	94

8 农产品电子商务发展模式的创新性研究	96
8.1 生态食品垂直门户的构建——以中国生态食品网为例	96
8.2 “SNS+商城+ERP”整合的多用户商城模式——以尚优特为例	107
8.3 食品领域中社会化电子商务应用初探	111
8.4 第三方平台运营模式——以淘宝网店橄榄派为例	120
8.5 其他创新模式	135
8.6 本章小结	137
9 农产品电子商务网站综合评价指标体系的建立	139
9.1 确定农产品电子商务网站评价的技术路线	139
9.2 电子商务综合评价指标体系原则	140
9.3 农产品电子商务模式综合指标评价体系	140
9.4 农产品电子商务网站评价	144
10 结论与建议	156
10.1 本书主要解决的三大矛盾	156
10.2 目前构建农产品电子商务模式的对策建议	157
10.3 结束语	159
附录	161
附录 A 北京农产品电子商务网站综合评价调查问卷	161
附录 B 北京农产品电子商务网站评分问卷	164
主要参考文献	165

1 引言

1.1 问题的提出

农产品的有效供给是国家粮食安全的重要保障，始终关系到国民经济的发展和社会稳定。但是，自 20 世纪 90 年代以来，我国主要农产品相继出现了产量不稳定、流通不畅、价格波动、供需不协调等农产品安全及食品安全保障等突出问题。表面看来，一是由于农产品的产品流通结构不科学、产品的差异性小、产品的质量差，不能满足市场的个性化需求；二是农产品在流通过程中存在资源配置不合理、中间环节多、交易成本高等问题。这种现象实质上是由于社会化大市场与小农户生产化之间的矛盾所导致的。

如今，互联网技术与传统商务模式结合产生的电子商务，可以有效地解决以上问题。从 2010—2012 年淘宝网（含天猫，原名淘宝商城）的交易规模来看，农产品交易额增长了 4 倍，取得了显著成果。值得一提的是，在 2013 年全国“两会”上，人大代表更是第一次提出了有关农村电子商务的提案，由此引发了代表委员们的热议。全国人大代表、杭州市人大常委会副主任陈振濂更是将电子商务看做让农民实现就地城镇化的最佳途径。北京作为一个致力于打造都市型现代农业的大城市，更应该重视农产品电子商务模式的研究，充分利用人才和信息优势，打造出真正适合现代化农业发展的电子商务模式，为其他地区树立很好的榜样。

农产品电子商务是指基于互联网平台，借助电子商务技术进行的农产品营销和流通的商业行为，是借助于电子商务平台实现

从供应链源头到终端消费者的一切商务活动。通过这几年电子商务的发展以及传统农产品各种问题频出的现象可以看出,研究一种适合北京特点的农产品电子商务模式很有必要。但是,通过对北京地区农产品电子商务发展情况的深入调查发现,当前北京地区农产品电子商务模式还存在很多问题。

(1) 目前关于农产品电子商务网站,很大一部分企业仍然以单纯信息发布为主,没有真正把电子商务和现代网络整合营销作为一个有效的营销渠道和方式来应用,如北京农产品市场网。

(2) 农产品电子商务网做网上零售的较少,没有自己的 B2C 品牌,没有形成以销售为主的网络营销模式。

(3) 农产品企业整合网络零售平台的能力较弱,普遍存在不知道如何借助第三方平台,比如借助天猫、京东商城来销售自己的产品,农产品企业相对缺乏电子商务平台运营能力和网络营销能力。

(4) 农产品电子商务运营平台的搭建普遍存在缺乏个性化和交互化的问题,对农产品电子商务模式的创新能力不足,导致了很多企业虽然搭建了电子商务平台,但是基本上没有流量,更谈不上销量,充其量只是一个摆设。

(5) 在北京地区,很少有能基于食品安全的第三方农产品电子商务平台,大多都是一些只提供食品安全资讯的网站,如中国食品安全网。这些网站不能整合真正的生态食品,也没有很好的食品监管机制。

(6) 缺乏基于 Web3.0 技术的农产品社会化电子商务模式,消费者没有一个很好的平台对农产品进行分享、点评、推荐以及对食品安全的监督。很多现有的农产品电子商务模式缺乏个性化和互动性,营销方面仍然是大众营销和分众营销,缺乏精准营销的商业模式。

以上这些问题的存在,需要通过研究多种适合北京特点的农产品电子商务模式,其中包括商业模式研究以及网络营销、品牌

研究,并且提出对农产品电子商务网站的综合评价体系,以此来整体提高北京农产品电子商务水平。

1.2 研究目的和意义

1.2.1 研究目的

作者试图对北京农产品电子商务模式进行全面的分析研究,提出适合北京地区的农产品电子商务创新模式以及农产品电子商务网站的综合评价体系。在微观层面上,主要是为涉农企业就如何创建或者借助第三方电子商务网站开展农产品网络营销提供可供借鉴的模式;在中观层面上,研究一个好的电子商务模式,有利于减少农产品流通中间环节、缩短产品流通链、降低流通成本和交易成本、健全农产品市场机制和功能;在宏观层面上,为政府下一步制订农产品电子商务规划提供可行的政策建议。

1.2.2 研究意义

本书主要是基于农产品终端销售的电子商务模式进行研究,以此促进这类网站的建设和发展。

(1) 现实意义。目前真正符合 Web3.0 特点的农产品电子商务网站很少,很多北京农产品企业有开展电子商务的需求,而且很多企业也搭建了网购平台,但是因为缺乏系统的电子商务运营经验,效果并不好。本书研究的现实意义就在于引导北京地区的涉农企业构建能盈利的电子商务模式并建立正确的网络营销意识。本书在进行农产品模式研究的时候,充分考虑到北京地区的整合农产品资源的各种优势和农产品的行业特征。只有这样,才能有更强的针对性。

(2) 理论意义。供应(交易)链管理、交易成本理论和网络营销理论是本书的三大基础性理论,本书将从这几个理论的角度进行分析,构建供应链环境下最优的北京农产品电子商务模式。换言之,本书也将对这几个理论在北京农产品这一特定对象和特殊环境下展开详细而深入的分析。其理论意义主要体现在以下三

个方面：①供应链管理思想在农产品电子商务领域的延伸。对于目前农产品供应链环节较多，涉及交易主体较多，农产品电子商务的全程管理思想更有助于形成较为稳定的合力，既能保证农产品质量安全，又能帮助处于供应链上游的农产品生产者（农户）有效地应对多变的市场。从供应链的角度进行考虑，不仅对于政府调控农产品数量、保证食品安全、解决农户或涉农企业的信息不对称问题有很好的作用，而且对于提高企业竞争力也具有十分重要的意义，以农产品电子商务为平台优化整个农产品交易链，去掉不必要的中间环节，可以有效地对农产品进行集中化运作，大大降低农产品交易成本。②交易成本理论在农产品电子商务模式中的丰富。本书试图在分析北京农产品市场现有供应链模式的优缺点基础上，借助农产品电子商务这一新的农产品交易模式来研究完善收益分配机制，并将传统交易理论在信息技术的环境下做延伸和丰富。因此，农产品电子商务对农产品供应链的再改造为交易成本理论的运用提供了新的研究环境。③网络营销理论突破了传统网络营销理论的局限性。本书紧扣 Web3.0 特点，打破传统 Web1.0 时代网络营销理论的局限性，强调个性化和互动性。对网络营销中的产品策略、价格策略、分销策略、传播策略以及品牌策略进行了延伸，提出了这些理论在农产品电子商务领域的具体应用模式，在一定程度上丰富了网络营销理论。

1.3 文献综述

1.3.1 农产品电子商务研究文献综述

（1）国内外学者在农产品电子商务领域的贡献。国外学者对农产品电子商务的研究较早，而我国关于农产品电子商务的研究与探索始于 2000 年有关农业电子商务的研究文献中。起初，农业电子商务只是一个模糊的概念。2005 年以来，随着农业电子商务概念的逐渐清晰并得到普遍关注，农产品电子商务作为农业电子商务的一个组成部分，也逐渐得到普遍关注，并成为农产品

流通研究领域的热点之一。目前,对农产品电子商务的研究主要集中在农产品电子商务的基础性研究、发展对策研究、运作模式及其比较研究、农产品供应链研究和农产品物流研究等方面。主要体现在以下四个方面:

①农产品电子商务的基础性研究。国内外一些学者从农产品特性、效用、交易主体和交易成本等方面对农产品电子商务做了基础性研究。Poole认为,农业电子商务的发展可以促进信息流动、方便产业协调、提高市场透明度及价格发现^[1]。万筱宁提出电子商务的本质是以现代计算机通信技术尤其是网络技术为手段进行生产和商务的资源整合,改进商务的运作模式,从而提高企业的生产效率,降低经营成本,优化资源配置,实现价值的最大化。他从农产品具有结构性、季节性、区域过剩的特点和农产品传统交易模式等方面探讨我国农产品电子商务网上交易产生的动因以及必然趋势,并认为农产品电子商务绝不是对传统流通方式的简单代替,而是对传统农业经济的革命性变革,并指出,农产品电子商务不仅能促进农产品标准化,促进农业品牌的诞生,而且可以使交易公开、透明,为商家带来更多的商机^[2]。张忠根等从买方消费者的角度,就寻找商品的费用、比较商品的费用、检查商品的费用、谈判费用、购买与支付货款的费用、商品的运送费用和购买商品后的费用等环节剖析了农产品电子商务与传统交易模式交易费用的差异,并指出了农产品电子商务发展途径的关键是必须让农产品电子商务的交易费用比传统交易费用低,农产品电子商务的优势不在价格,而在于方便,可以采用小区电子商务的模式^[3]。彭会萍则将农产品电子商务的交易成本总结为交易信息成本、流通成本、交易订约成本和交易监督成本等,从制度经济学角度分析了农产品电子商务的应用价值,并指出降低电子商务交易成本的几种方法:制度上的创新、自动履约制度的建立和物流配送信息系统的完善^[4]。朱丽娜指出了国内农产品电子商务存在九大交易主体:农业生产基地、经营户、餐饮企业、农产

品超市、农产品加工企业、农产品经纪人、农产品商贩、农民协会与主管农业的政府组织交易主体,认为农产品电子商务的交易主体将朝着组织形式多样化、技术现代化与管理规范化方向发展^[5]。

②农产品电子商务发展对策研究。研究学者们主要从区域性角度研究了农产品电子商务发展对策。顾文、彭剑和尹洁分别分析了农产品电子商务的发展状况,探讨农产品电子商务未来的发展趋势,并对其中存在的问题地提出了解决对策^[6~8]。总体来说,就是要坚持“政府调控、企业为主、改善环境”的指导方针,循序渐进。首先,政府的调控、引导与推动。强调政府利用财税、政策、法律法规和金融手段等措施大力推动农产品电子商务发展,通过政府涉农部门的信息化来起示范作用。其次,涉农企业为主体。强调农业企业应该准确分析自己,制定总体规划,加速推进企业信息化进程,建立不同层次的电子商务应用系统,重新整合业务与资源。最后,改善软硬件环境。强调转变观念,加强对农户、农村经纪人、商贩和农民合作组织等市场主体的培育与农产品电子商务人才的培养和培训,改善农产品电子商务的标准化、品牌化、支付、物流配送和信用等方面的支撑性服务环境;同时要加强农产品电子商务信息平台建设,引进移动通信运营商参与农业信息化建设。此外,高国栋等运用主成分分析方法对电子商务与第一产业的关系进行了实证研究,并在该基础上提出发展农产品电子商务的对策建议^[9]。

③对农产品电子商务的模式进行比较分析。根据不同的分类标准,农产品电子商务模式可以分为不同的类型。Wen 构建了一个基于知识的农产品销售智能电子系统,提出了基于知识管理的农产品电子商务模式^[10]。彭壁玉将农业电子商务模式的角度分为 M2M(市场对市场)模式、战略联盟模式、中介模式与会员模式四种模式^[11]。孙百鸣等将农产品电子商务模式分为 G2B 与 G2C 模式、B2B 模式、B2C 模式、B2B+C 模式及第三方交易

市场模式，并分析了影响农产品电子商务模式选择的主要因素有：交易主体的影响、交易平台的影响和交易环境的影响^[12]。张冬青等则将农产品电子商务应用模式分为目录模式、农产品信息中介模式、农产品虚拟社区模式、农产品电子商店模式、农产品电子采购模式、价值链整合形式的电子商务模式以及电子拍卖模式^[13]。郭娜等对农产品网上交易的 B2B 模式（包括买方集中模式、卖方集中模式与中立的网上交易模式）、B2C 模式、C2C 模式以及 C2B 模式等分别进行比较分析，明确指出了各种模式的特点与作用，界定了其能够发挥最大效能的范围，并对各种农产品网上交易模式的发展前景做出了初步预测^[14]。关海玲等从目标顾客和市场、定价、收益来源、优势及农产品的经营特色等角度比较了农产品网上交易的 B2B 模式、B2C 模式与 C2C 模式，并根据我国农产品贸易主要特点对农产品电子商务模式的适应性与匹配性做出判断^[15]。

④对农产品电子商务下物流供应链管理进行分析。近年来，随着基于网络技术的新型供应链——电子化供应链的兴起，农业管理领域引进了电子化供应链管理思想与技术，出现了农产品电子化供应链管理思想，即通过网络把农产品供应链上的供应商、生产商、分销商和零售商等所有节点企业整合在一起，使得其中的物流、信息流和资金流得到有机集成，从而使农产品以最快的速度、最低的成本和最优的服务送达到消费者手中。该领域正成为国内外研究的热点之一。Rajiv D. Banker 等以印度咖啡在线拍卖为案例进行研究，提出了农业供应链采购模型^[16]。Norbert 等研究了农产品电子化供应链上的一个基于互联网的咖啡信息系统在咖啡生产与销售管理中的应用，并认为这将是获得差异性增值的关键因素^[17]。Ruiz-Garcia 等研究了农产品供应链中货物的查询与跟踪问题，提出了基于网络的数据处理、储存与传输的管理系统将大大提高农产品物流的查询与跟踪^[18]。黄宇红分析了我国农产品物流模式存在的问题，提出构建电子商务下的农产品体

制模式与新型的农产品物流模式^[19]。易法敏提出了网络集成式的农产品电子商务平台,并认为网络集成化的供应链作为价值链集合体,使资源和信息实行共享,整体资源得到优化,促使各成员共同创建新的利润空间^[20]。刘辉等分析了电子商务环境下农产品供应链整合模型的优点,提出了基于电子商务的农产品供应链对策^[21]。何飞等针对我国农产品物流的现状,提出了农产品物流运作的新模式,探讨了如何实现农产品物流的优化运作,促进其向系统化、集成化与精益化方向发展^[22]。

(2) 对农产品电子商务研究评述。基于以上的分析研究,虽然很多学者对农产品电子商务已经有一定程度的研究,但是大多数学者因为严重缺乏农产品电子商务的实操经验,没有参与成功的实践案例,所以很多研究对农产品电子商务的认识只停留在表面,认识不够深入,没能把握电子商务的本质。从以下几个方面得以体现:①定性分析停留在传统理论上,数据研究几乎没有。有关农产品电子商务的发展规律、主体参与的内在动机、电子商务的实践商业逻辑、电子商务交易成本的控制、消费者忠诚度以及转化率、点击率的研究非常少。②多数研究停留在表面,而对本质缺乏认识。常识即本质,很多学者对消费者行为学,尤其是网民的购物习惯缺乏了解,对行业与电子商务的结合缺乏认识,对电子商务的整合运营策略也研究的不够深入。③大多数研究不具备应用价值。虽然对农产品电子商务应进行了一定程度地分析,但是大多停留在理论阶段,没有借助互联网技术打造一个能产生现金流的商业运作平台进行验证。

1.3.2 基于电子商务的农产品供应链研究概况

(1) 研究综述。供应链管理的系统研究已经在很多行业取得了较大的成功,但是基于农产品电子商务模式的供应链模式研究非常欠缺。从20世纪90年代初,农产品供应链就被描述为农产品沿着一条产业链条进行流通,链条上的各个结点分别是农户、加工企业、配送中心、批发商、零售商以及终端消费者(陈小

霖、冯俊文, 2006)。在国外, 农产品供应链管理技术一般用最高的投资回收率(ROI)最大限度地提高农产品的品质以及保证食品安全(徐晟, 2008)。

由于电子商务可以大大地优化农产品供应链, 因此基于农产品电子商务的供应链问题成为当前国内学者关注的一个领域。如张晟义(2009)等学者从产业化的角度分析了农产品供应链管理, 傅清波(2007)等学者提出了利用电子商务技术解决农产品流通问题。

(2) 文献评述。目前, 虽然理论界一直认为供应链管理思想是解决农产品质量安全问题的重要途径之一, 但是仅限于定性分析, 在有针对性地建立供应链管理优化模型方面还存在欠缺。同时, 还没有系统地与信息化产业融在一起, 管理供应链的实际作用绩效还没能有效地在实际的管理运作过程中进行考核和量化, 也没能从电子商务的角度对供应链管理进行效果评价。当前, 很多企业对农产品供应链模式的实践研究非常薄弱, 大多数研究还是单纯从经济学理论的角度对农产品的供应链模式进行探索和研究, 没有从信息化角度和商业本质上进行研究和探讨。单纯地从传统农业角度探讨供应链已经不适合当前信息化社会的发展, 基于电子商务的角度对农产品供应链的管理还有待进一步探讨。

1.4 研究目标、方法和结构框架

1.4.1 研究目标

本书针对农产品这一特定行业, 对农产品电子商务的商业模式及其成功的关键因素进行研究。结合我们多年的农产品电子商务工作经验, 对农产品电子商务的应用模式进行了深入探讨, 提出适合于北京农产品特点的电子商务创新性模式, 并构建了农产品电子商务模式的综合评价体系。

1.4.2 研究方法

本书将综合采用多种研究方法与分析技术来完成研究任务,