

互联网+电商助农平台

项目计划书

项目名称：

团队成员：

指导老师：

目录

第一部分 创业计划概要	4
一、项目内容	4

二、项目发展前景	4
三、核心运营模式	5
四、可行性分析	5
五、项目优势	6
六、项目收益	6
七、项目总结	7
第二部分 创业计划详述	7
第一章 公司概况	7
公司简介	7
第二章 调查分析	8
一、背景	9
二、实践流程	10
三、分析总结	11
第三章 市场分析	12
一、农业电子商务的发展现状	12
二、目标市场分析	13
三、市场趋势和机会	14
第四章 竞争分析	14
一、中国农业网站分类	14
二、五力分析	14
三、SWOT 分析	14
四、竞争分析总结	17
第五章 运营方案	17
一、公司理念	17
二、公司目标	17
三、发展战略	18
四、业务与盈利模式	18
第六章 网站项目的实施	20
一、网站总体设计	20
二、具体功能介绍	20
三、售后服务	20
四、总结	20
第七章 网络推广方案	21
一、目标市场分析	21
二、目标群体分析	22
三、网络营销战略目标	22
四、网络营销	23
第八章、投资分析	24
第九章 风险分析与规避	24
一、政策风险	24
二、行业风险	24
三、市场风险	25
四、财务风险	26
五、经营管理风险	26

结束语: 27

第一部分 创业计划概要

一、项目内容

本项目主要针对我国农业发展的现状，运用日趋完善的电子商务，为农产品买卖建立网

络信息服务，意在解决我国农产品业信息基础设施落后、网络化程度较低、信息的交流与共享不畅通而导致农产品交易困难的现状。通过网络技术，让农产品销售摆脱中间商盘剥与市场信息不畅通的问题。

山东众嘉思电子商务有限公司秉承“爱心助农”的经营理念，顺应中国电子商务市场的发展趋势，借鉴许多已经开发成功的商务模式，选择大学生这成熟的、有一定购买规模的细分市场作为试点，开创集购物、社区和交友为一体的综合性商务社区模式。公司推出的综合性商务社区模式，建立在对中国电子商务(B2C/C2C)发展趋势和大学校园内部的电子商务的发展现状进行了详细、准确分析的基础之上。通过不断开发高质量的无形产品，与B2C销售的有形产品相匹配，不断的满足大学生的需要和挖掘潜在市场。

二、项目发展前景

1、有利的外部宏观环境

国家对“三农”问题的重视，以及信息技术和电子商务的越来越深入人民生活，电子商务在我国农业得到了越来越广泛的应用：国家发改委农产品批发市场信息化、农业部对农业信息化重视和积极扶持政策，如今农业的发展可以让我国现有的经济发展水平有一个新突破；经济全球化的外力推动，更有利于农产品的出口。

2、农产品市场的自我创新需求驱动

产业发展的基础是生产，但市场和流通是决定产业发展的关键环节。农产品流通不畅已经成为阻碍农业和农村经济健康发展、影响农民增收乃至农村稳定的重要因素之一。农产品的交易难及农产品的结构性、季节性、区域性过剩，从流通环节看，主要存在两个问题：一是信息不畅，盲目跟风。市场信息的形成机制和信息传播手段落后使农户缺少市场信息的指导。二是农产品交易手段单一，交易市场管理不规范。所以当务之急便是如何解决信息畅通问题，以及市场预测，尽可能避免不必要的损失。这需要创造一个平台去解决这个问题。创造一个平台去提高信息流通率，信息匹配率，商务交易率，方便这个产业的发展和扩大。

3. 时代的发展

随着移动3G/4G网络与智能手机的快速发展与信息技术的革新，电商格局在发生变化，购物移动化，物流响应速度要求更快，在这种情况下，一个全新的商业模式诞生了“o2o”，创新工场CEO李开复表示，o2o未来会改变中国，线上、线下一旦连起来，这是巨大的爆发式力量；

基于o2o模式的“社区生活服务电商”，以社区为服务单位，针对社区内居民，依托移动互联网技术，以“本地化集成服务为经营理念”，满足社区居民消费需求的商务模式，我们称之为“社区生活服务电商”，它离消费者的距离只有“一公里”，它服务响应时间为“半小时”，让社区居民能在网络中自由游走，开心方便购物，安全省钱省心。具有真实、快捷、就近、方便、安全等特点。

三、核心运营模式

1、 技术优势

依托微信公众平台，已经研究出一套比较完备的电子商务系统，网页内分类明确，便于用户搜索到想要的东西，特别便利。

2、成本优势

通过数据库对信息进行更新整合，保持信息的时效性，对服务器容量要求较低，硬件费用低。与移动运营商合作简化了渠道，有针对性地对手机用户进行产品推广，实现营销成本最小化。

3、销售商优势

互联网+电商助农平台“严选农场”，积极与当地农村合作社进行对接。目前供货基地已有长清区双泉镇“双泉豆腐”基地，临沂市蒙阴县以葡萄、蜜桃等水果基地、潍坊市昌乐县蔬菜基地、济宁市微山县蛋禽基地等。

4、运作模式优势

如今电子商务的技术与知识已经相当的完备，可以借鉴已经成型的其他商品的网络营销模式，综合考虑农产品的特点，如顾客强调新鲜的特点，尽量地减去中间环节，这样既降低了农产品的售价，同时让农民得到更多的利润，节约了销售的中间成本。

四、可行性分析

1、我国电子信息技术发展迅速，有利于农业电子商务的普及。利用电子商务强大的网络功能，跨越时间和地域障碍，使农产品双方能及时沟通，降低农业生产风险。拓展农产销售渠道，减少环节，提高交易效率。

2、农民可盈利性：在二级代理商，三级代理商不存在的情况下，农民，一级代理商和消费者都能获得最大程度的实惠。我们作为爱心助农的一个电商社区平台，不收取差价。

3.农村配备大学生村官，和当地农村信用社积极对接，更好的完善产品质量的同时具备人才基础。

4.运营电商平台的同时，也发行纸质农产品券或者电子券，凭券在指定地点可以领取新鲜农产品，降低的成本支出，如邮费等，也极大的减少了网购风险。

五、项目优势

1、建立一种交易平台。让城市居民根据自己的需要集中订购所需的农产品，农民根据城市居民的订购量直接将农产品发给城市居民。通过农户和城市居民直接交易，到达双赢的局面。

2、减去农产品销售中间环节，最大化让利农民；同时可以避免由于农产品的保质期短造成的损失问题。

3、提高信息服务入户率和使用率，为各地农业主管部门建立一个多渠道、多媒体、低投入、易管理的农业信息服务平台，为农业生产经营者提供权威、及时、准确的各类农业信息，促进农民增收、农业增效。

4、真正做到有用的信息及时交换，让农产品的批发销售更加便捷，高效，让农民们及时有效的掌握市场信息，调节生产，能有效地避免价格在区域之间的差别很大的现象

5、便于政府及时掌握市场信息，有针对性地调节农民生产市场需要的农产品。

六、项目收益

1. 广告费

向申请发布广告信息的单位收取一定比例的广告费用

2. 中间服务费

在买家卖家之间，我们以担保人的角色受托保管企业的保证金。交易成功后，按交易额的一定比例，收取服务费，并退还余下保证金。

3. 物流服务费

与物流公司长期合作，平台上提供物流链接服务。向物流公司收取占交易额一定比例的服务费用。

4. 信息服务费

同时我们还能够把这些完善，及时的市场信息与政府分享，与政府达成协议，可以向政府收取一定的信息采集费用。

七. 项目总结

中国作为一个农业大国，一直以来，国家对于三农问题都十分重视。可是由于农民对农产品市场信息不能完全了解，造成信息不对称，以及蔬果销售渠道不畅通，几乎完全被中间商（也就是我们所说的菜贩）掌控，导致产销不平衡、收益难保证。农业市场，农产品等生活必需品的价格持续上涨，形成“菜贱伤农、菜贵伤民”的双输局面。本公司作为一个电子商务交易平台，利用大学生村官和居委会帮助农产品走向市场，解决城市居民买菜难买菜贵的问题。

在目前条件下,能否有效地开拓农资市场,扩大商品销售,提高农产品的内在质量和农民的科技意识,已成为关系到国民经济全面发展的大问题,也成为工商企业以至整个流通部门生存和发展的关键。中国是世界上最具有发展潜力的市场,而我国农村市场是国内发展潜力最大的市场,它势将成为我国商品市场和整个国民经济发展的新的增长点。因此,大力开拓农村市场,建立适应农村经济发展的新型农资流通体系,对促进整个国民经济持续、快速、健康地发展,具有举足轻重的作用。

农产品网上销售市场的开发,是一项综合性很强的复杂的系统工程,在实际运作过程中涉及到方方面面的问题,它既有市场主体的问题,又有市场客体的问题;既有生产、流通方面的问题,又有分配和消费方面的问题;既有生产力发展和科技进步的问题,又有运行机制和流通体制的问题;既有微观方面的问题,又有客观方面的问题。在这里,我们对于农产品销售市场进行了深入细致的调查工作和有益的探索,提出了农产品网上销售的方案,进而解决农产品销售渠道单一的问题。

第二部分 创业计划详述

第一章 公司概况

公司简介:

山东众嘉思电子商务有限公司是一家基于电子商务平台,运用“农村电子商务”新模式,响应国家“十二五”农业信息化发展规划,旨在中国广大乡镇和城镇之间建立农业电子商务平台,帮助农村农产品走向城镇市场,解决农民“卖菜难、菜价贱”以及城市居民“买菜难、买菜贵”的问题,促进社会主义新农村建设,提高居民生活水平。

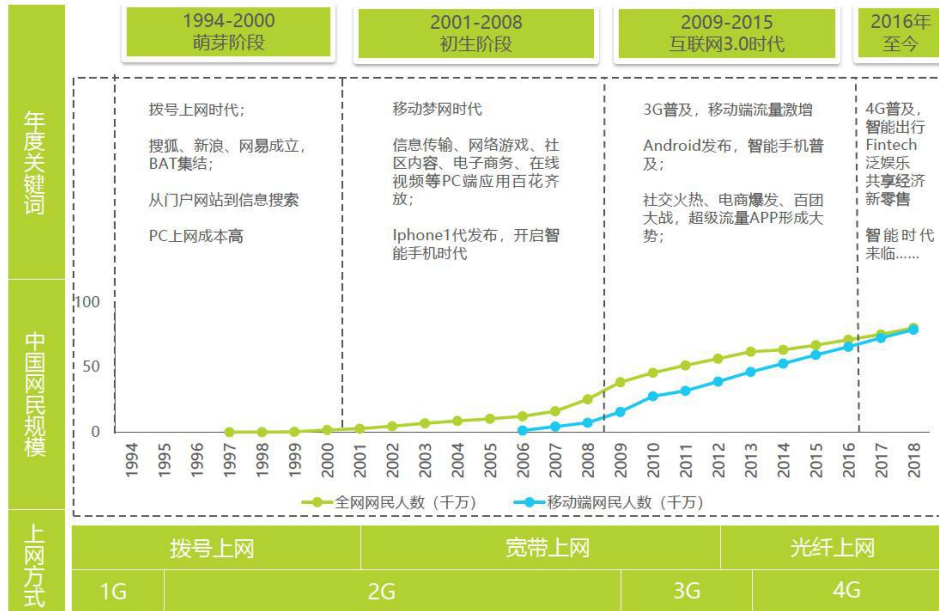
所谓“农村电子商务”新模式,是指以电脑网络为平台,城市居民通过专门人员统一订购农产品,相应的农村负责人(大学生村官)根据居民的订单需要安排农产品运输。通过这种方式来减少中间环节,从而使居民购买的菜的价格比农业市场便宜很多,农民卖出的菜价也比一般收购价有所提高。此种模式主要也是来应对近两年来“菜贵伤民,菜贱伤农”的现状。

公司实行“农村电子商务”新模式,在农村通过大学生村官入股制,实现农村零散农户抱团取暖;在城市通过居委会入股制,实现居民组团购买,同时在超市、大型餐馆、学校食堂等机构推广业务接受大宗订单。公司注重农产品贸易平台建设,短期目标以山东省区域目标市场为重心,逐步拓展服务平台业务,乃至形成覆盖全国的模式化经营,形成以农业电子商务平台为核心的发展公司。

第二章 调查分析

一、背景

前言



来源: 艾瑞咨询研究院自主研究绘制。
©2018.12 iResearch Inc.

8. 电子商务行业

2018电子商务行业快速增长

在2018年, 电子商务行业呈现快速增长的趋势, 月独立设备数在11月达全年最高的9.7亿台, 为去年的1.12倍。社交电商、新零售和深耕下沉市场等降低获客成本的策略也成为电子商务行业持续增长的助推力, 行业渗透率则在70%左右波动。

mUserTracker-2017年1月-2018年12月中国移动互联网
电子商务行业月独立设备数和行业渗透率



来源: mUserTracker.2018.12, 基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据, 与超过1亿移动设备的通讯监测数据, 联合计算研究获得。
©2018.12 iResearch Inc.

8. 电子商务行业

社交电商爆发性生长，月独立设备数倍增，用户粘性攀升

2018年是社交电商集中爆发成长的一年，无论是以拼多多为典型的拼团购物形式，还是以小红书为代表的种草社区的购物形式，都在今年大火，促成了社交电商的总体攀升，月独立设备数从2017年12月的1.87亿台倍增至2018年12月的3.17亿台，拼多多也在这一年上市，同时，社交电商对用户注意力的争夺也较其他电商更亮眼。

mUserTracker-2017年和2018年12月中国移动互联网电子商务热门细分行业用户规模和用户粘性



来源：mUserTracker.2018.12，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

©2018.12 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

58

上边的图片是来自著名调研网站艾瑞咨询网站的调研报告，据图表可知，我国电子商务行业快速增长，社交电商爆发性增长，用户粘性攀升。

基于中国的基本国情来看,从宏观上来讲,中国是一个农业大国,农产品物流在国民经济发展中举足轻重,农产品物流涉及到整个国民经济的运行效率与运行质量,涉及到农业的现代化,涉及到农民的根本利益。然而中国并没有建立起一个农产品生产、供应、销售一完整高效的网络,农产品流通不畅已成为阻碍我国农业和农村经济健康发展、影响农民增收乃至农村稳定的重要因素。农产品卖难已经成为一大社会问题。

随着网络技术的高速发展,计算机和因特网就如同拖拉机和气象报告一样重要,给农产品的销售带了新的契机。目前在发达国家如美国约 2/3 的农民人均拥有一台计算机,因农业需要上网的时间每周平均两小时。农民上网可以获得农产品价格、气象、农业机构和化肥市场等方面的信息。如何让网络成为农产品销售渠道中的重要组成部分已经成为人们关注的焦点。

我国在 20 世纪 80 年代中期已经着手建设农业信息网络,在 2001 年吉林省开通了全国首家农产品电子商务网“吉林金穗网”。随着计算机技术的逐渐成熟和人们对于农产品网上销售的接受程度的普遍提高,农产品网上销售的前景日臻广阔。这就为本公司的创立提供了一个光明的产业背景。

所谓“农村电子商务”新模式,可以这样简单的理解:以电脑网络为平台,小区居民、在校大学生通过专门人员统一订购农产品,相应的农村负责人根据居民的订单需要安排农产品运输。通过这种方式来减少中间转手环节,从而使居民买到的瓜果蔬菜的价格比市场便宜很多,相应的,农民卖出的菜的价格自然也可以比一般收购价有所提高。此种模式主要也是来应对近两年来“菜贵伤民,菜贱伤农”的现状。

为了探究上述模式的可行性，山东劳动职业技术学院“青春知行，匠心筑梦”志愿服务队参加暑期“三下乡千村行动”共青团助力扶贫专项行动实践团队分别在菏泽市巨野县、临沂市蒙阴县开展了广泛的调研活动。调研活动受到了当地政府和群众的欢迎和积极配合，最后各地均完成了预定的调查任务并获得了初步的调研成果。

本次调研活动主要就农产品流通市场的三方面做了调研，即生产者，组织者和消费者，分别对应于调研对象中的农民，村官和城镇居民。活动的主要方式为问卷调查，但在现实调查过程中，尤其是对农民和普通城镇居民的调查比较多地采用了访谈的形式。这种面对面的交流形式也为我们的调查员更好地获取信息提供了基础。

随着社会经济的逐步发展，国民经济走向一个又一个的高峰。但是，在这个高速发展的进程中，有着不利于经济合理健康发展的因素——与大多数民众息息相关的物价问题。本次课题旨在研究和探讨关于建立电子商务优化农产品流通渠道，以期减少甚至去除农产品流通的中间环节，从而达到提高农户农产品的销售价格、降低城市居民的买菜价格。

今天的农产品销售渠道几乎完全被中间商（也就是我们所说的菜贩）掌控。他们已经有了一个比较完整的销售渠道，而且是一个很牢固的利益链。所以，他们对于农产品的收购量是很大的。长期以来，农民们已经很习惯了这种农产品销售模式，尽管他们始终并且坚定地知道菜贩的收入远远大于他们这些辛勤劳作的人。“菜贱伤农”是近期以来倍受关注的现象，因为农产品价格低农民很有可能选择去种植其他作物，这就会造成谁都不愿看到的景象——农产品价格更高。但是，市场经济下的通常会有一些看似怪异却又甚是平常的现象——如农产品的收购价格低得让农民亏到身心憔悴，但是在市场上他们廉价的农产品却仍和往常一样的价格。所以，人们不约而同地想到是谁在中间赚取这个让农民伤心欲绝的血汗钱。虽然，很多人都希望菜价能够保持在一个合理的水平，也有人为此做出了些许努力，但都是无济于事。

如今，借助于电子商务实现价格的下降已经屡见不鲜。网上购物已是许多年轻人的平常之举。因此，在降低农产品价格的想法中一种通过类似于团购的农产品销售模式萌生了——及建立农村电子商务平台，让社区的居民可以根据自己的需要集中订购所需的农产品，而农民则根据城市居民的订购量直接将货发给城市居民。在这种平台的上，农户和城市居民直接交易，可到达双方共赢的局面。但其中存在的问题，需要进一步分析和解决。

二、实践流程

1. 探讨现有农产品流通环节弊端。

针对目前市场上存在的产销不平衡、收益难保证的现象，我司将在山东省范围内挑选具有代表性的城市进行调研，对于现有市场农产品的流通环节进行包括跟踪走访、问卷采样等多种形式的调查。

2. 探究电子商务优化农产品流通环节实际应用的实际应用

找出实现农产品生产者与消费者双赢的途径也是非常迫切的。电子商务可以有效整合多方信息，优化流通渠道、减少中间环节，提升交易效率。目前，电子商务已经在社会各领域获得了迅猛发展，但是在农业领域的发展还不尽人意。我们讲走访大型农产品生产商，就观

念上对于电子商务这一新型途径的接受，流通环节中电子商务实际应用的弊端等问题，对他们进行采访和跟踪调查。

3. 探讨联手大学生村官抱团取暖的可行性

针对现在国内普遍存在的“小农户与大市场”的矛盾，我们必须让零散的农民小户抱团取暖，才能切实保障农民的利益。对于如何联手广大农民朋友，我队提出了联手大学生村官的构想。我队将走访几个典型地区，深入农村，了解真实的农村发展现状，对于大学生村官或是农村掌握信息手段的人员进一步走访调查。

在做完以上调查之后，我队将在知名企业和指导老师的帮助下，整合资料，完善调查报告。希望能够以电子商务手段，优化农产品流通环节，减免冗杂的中间手续，真正的授益于民，使农产品贸易步入农民稳定增收、市民得到实惠的可持续发展轨道。

三、分析总结

（一）居民调查分析背景现状与结论：

居民所反映问题：菜价越来越贵，国家控制菜价的政策不了解，国家政策措施效果不理想。

居民们意见：居民对我们提出的电子商务的模式表现出了浓厚的兴趣，大家表示都很愿意接受这样一种模式。但是农产品便宜了质量也得保证，他们才会愿意接受这样的新模式。

调查发现：农村电子商务模式能否可行，还取决于农民和村官的实际情况的。

（二）农民调查分析背景现状与结论：

随着国家对“三农问题”一而再再而三的表达重视以及中国农业农村经济的发展，国家不断加强对三农问题的研究，同时在政策和经济上给予农民很大的优惠。然而这些研究主要集中在农业人才的培养，农村城镇化问题，农业农村保险制度，农业出口问题，粮食安全问题，农村农业补贴，农村金融体系的建立。对于电子商务平台的建立却是鲜有提及。农村电子商务到底是否能在实际中可行，多数学者专家都只是停留在理论的层面，还是更待和农民的进一步交流和探讨，更多听取农民的建议。我们对来自山东省济南市、临沂市蒙阴县、菏泽市巨野县的 200 多农产品瓜果种植大户和生产合作社进行了调研，调研针对目前农业发展中存在的不和谐因素，通过对目前农业电子商务发展中存在的制约因素的探讨，给出对策性建议，以期电子商务在促进农业和谐的作用发挥应有作用。

（三）村官调研背景现状与结论

调研背景与现状：

在本次调研中，我们不但对农民和城镇居民进行了大规模的问卷调查，还特别关注了一个特殊群体——大学生村官的意见。作为近年来新生的一个村镇管理群体，大学生村官凭其在高校所学的先进的专业知识和技能，为我国的农村建设注入了新鲜的血液，提供了重要的帮助，成为了农村与城市连接的桥梁，推动了农村的现代化，使农村的发展与现代科技接轨、

与城市发展同步。大学生村官一方面非常了解电子商务，是电子商务的主要参与群体，对其有自己独到的体会；另一方面，他们因其工作性质的特殊性又对农村的各方面较为了解。因此，凭借以上优势，大学生村官在该问题上的发言权一定程度上超过了农民及城镇居民。

在设计了针对村官的调查问卷，并做足了相关准备工作的情况下，我们对多位村官进行了采访调查，且由此获得了许多珍贵的一手资料。

问卷调查情况与结论：

在本次针对大学生村官的调查中，我们共调查村官 132 名。受调查村官年龄分布在 24 岁至 40 岁之间，工作时间在 3 年至 8 年左右，已对工作所在村镇各方情况有了清楚的了解。根据所得的调查问卷，受调查村庄的农民的人均年收入为 8963 元。

受访村官意见：目前的各类农产品收购价格偏低，绝大多数农民面临着种植成本日益增高，但农产品收购价格却上涨有限，利润空间逐步缩水的尴尬局面，但是当地的农民却因知识信息的缺乏而不知该如何改变这一现状。

农村发展现状：在受调查的村庄中，电脑的普及率在 20%左右，宽带的覆盖率更是不足 10%，而对电子商务这一交易方式有较清楚了解的更是可以忽略不计。

由此，我们发现若想在农村一带推行农产品销售电子商务化还是存在一定条件上的困难的，这些困难一方面来自于相关硬件条件跟不上，另一方面来自于农民对这一模式的不了解可能会对这一模式的快速有效地推广带来阻碍。然而，解决这一问题的方法也是多样的，除了寄希望于当地政府能够加大这方面的投入，加快农村的信息化建设，我们还可以委托村官作为农民的销售代理人，由村官来进行网络上的销售信息发布、买卖双方联系、以及最终的交易工作。在征询村官们的意见时，村官们都表示，这一构想是对农民极其有益的，是有助于优化农产品收购的模式，在工作时间允许的情况下，非常愿意帮助村民们完成有关的工作。

综合以上从村官处了解的情况，我们认为，当前在农村推行农产品流通环节电子商务化是合适的，是必要的，是有一定市场条件的。推进这一工作的困难主要存在于技术层面，即如何建设完善交易过程，而这一项目的目标人群和目标市场是广阔也是较容易开辟的。

实践总结：

通过对城镇居民，农村农民和村官的调研，我们对电子商务走进农村有了更深刻的认识。一方面我们看到了农村电子商务能够带给农民和居民的双重利益，另一方面我们也看到了农村电子商务开展的重重困难和阻力。这是一条任重道远的路途，需要我们不断完善农村的信息化建设，需要我们的农民网络素质的提高，需要各级政府的大力支持，需要对农民蔬菜瓜果源的充分考虑和吸收，需要农产品的统一加工和包装，需要建立合理完善的农产品运输体系确保农产品运输的质量，需要完善居民小区的农产品信息系统，需要建立互信互利的平台。

第三章 市场分析

一、农业电子商务的发展现状

当下中国，电子商务正处在一个飞速发展的阶段，电子商务覆盖的领域涉及了我们生活中的方方面面，例如图书、家电、电子产品、服装纺织等。可以说各行各业都开始融入电子商务这个广阔的平台。那么，电子商务何以会受到如此青睐，为越来越广泛的人群所接受呢？我们认为原因有三：

1、拓宽了买卖双方的地理空间。通过电子商务提供的交易平台，买卖双方可以在互不见面的情况下进行相关的谈判及交易，大大节省了交易的成本和时间。同时，交易的范围也不再仅仅局限在一市或一省之内，而是扩大到了全国甚而世界，由此带来的交易数量的增长也是极其可观的；

2、理清了市场基本状况。通过将各类商品的价格、数量、及基本介绍在网站上统一显示，使得买家能够对整个市场情况有比较清晰的了解，能够以较合理的价格买到自己需要的物品；对于卖家来说，他们能够即时了解买家的需求状况及个性化的要求并据此调整自己的经营策略，能够风险降至最低；

3、缩短了中间环节。由于电子商务的交易直接发生在买卖双方之间，而略去了中间的若干环节，所以使得交易成本、交易价格大幅降低，达到了双赢的目标。

由于以上三点存在，参与电子商务交易的人们得到了大量的便利和实惠，得到了大家的认同。

然而，我们又可以很容易的发现，电子商务在农业这一重要的领域还几乎是一片空白。我国农业目前问题颇多，一个很显著的问题就是菜价颇高，而消费者和菜农却都成了这其中的牺牲品。通过前期的调研我们发现，在农产品流通链中，流通环节过多成为了农产品价格居高不下的首要原因，使得菜农和消费者这始末两端无法得到实惠。因此，如能精简流通环节，甚至是直接砍去中间环节，将有效解决相关问题。

由此，结合我们先前对电子商务特点的分析，若能将电子商务引入农产品交易中来将，使得菜农与商贩直接进行对话、交换产品信息、进行交易，便可以较为圆满的解决这一问题。并且，在当今网络快速发展的时代，越来越多的农村接通了互联网，也为实现农业电子商务化提供极其重要的基础便利条件。

从总体上看，我国农业信息化还处于人才缺乏、体系不健全的状况。虽然一般县级以上的各级政府都有网站，但网站提供信息的时效性差，针对性不强，发布的内容以生产信息、实用科技信息居多，市场信息、供求信息、农村经济信息偏少，缺乏对主要农产品的生产、销售、贮存、加工的动态分析、监测和预警预报等。

二、目标市场分析

当前，国内通胀维持高位盘旋。一方面物价持续增长，而初级产品价格增长拉动全社会物价上涨牵动了上至总理下到地方政府负责人的心。如何解决通胀，成为当前的重中之重。然而，一个事实明确告诉我们，广大农村的农产品生产者却陷入了严重的亏损状态。在广大城市农业市场，农产品等生活必需品的价格持续上涨，居民支出增加，成为物价上涨的源头之一；另一方面，农产品收购价低廉，形成“菜贱伤农、菜贵伤民”的双输局面。

那么为什么会造成这种局面呢？初步调查显示,造成农民贱卖手上的农产品而消费者高价买进农产品农产品的现状是因为中间环节过于繁冗,而农产品流通商控制了渠道,一方面拼命压低收购价,两方面抬高终端批发价。

因此,探讨解决农产品流通环节弊端、实现农产品生产者与消费者双赢的途径是非常迫切的。电子商务可以有效整合多方信息,优化流通渠道、减少中间环节,提升交易效率。目前,电子商务已经在社会各领域获得了迅猛发展,但是在农业领域的发展还不尽人意。

全球经济下我国农产品市场遇到前所未有的机遇和挑战,如果农民对农产品市场信息不能完全了解,造成信息不对称成为主导,在农产品交易过程中,农民极度缺乏市场信息,增加了农民在农产品交易过程中的风险和不确定性。因此,农民对农产品信息的了解、交流提出了更高的要求。

三、市场趋势和机会

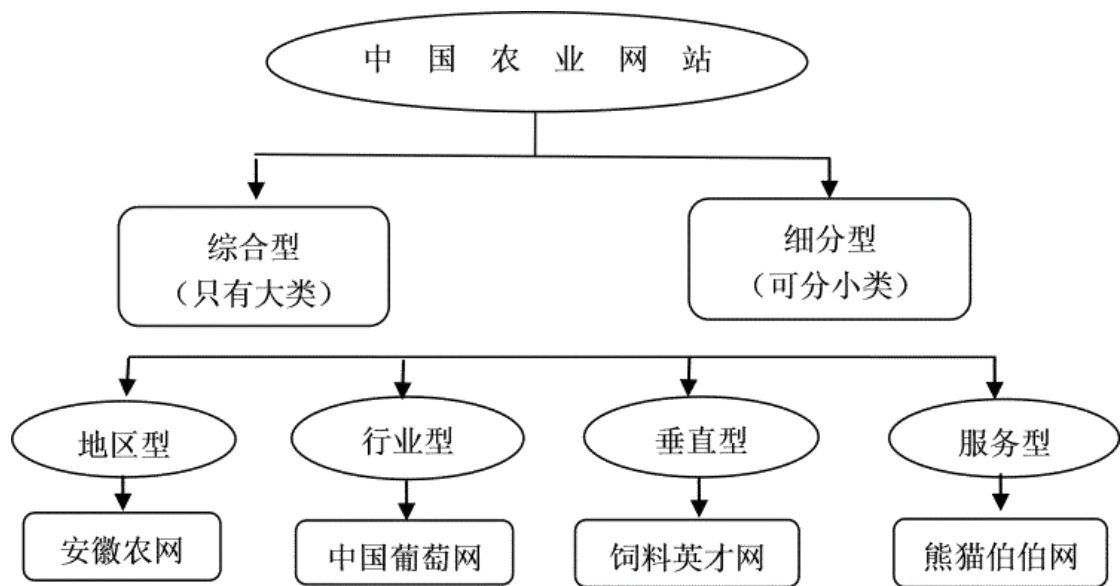
目前在我国,农产品的中间流通环节还十分繁冗,农产品从农田到消费者手中往往要经过好几道中间商,而每一个中间商都要从中赚取一定的利润。他们在农民和消费者之间形成了一种相对的垄断,这就是为什么农民只能低价贱卖农产品,而消费者却是高价买入农产品等农产品。

有效降低交易成本。农业电子商务可以减少第三方或中介组织的参与,农民与消费者通过因特网可以直接进行交易,减少中间交易成本。据统计,在传统商务模式下,商品从订货到售出过程中费用约占企业成本的 18%-20%,部分企业利用电子商务优化供应链后,将该费用比例降低到 10%-12% 。

据专家们展望,电子商务在中国农业领域的发展已是必然之势。今后,在电子支付安全级别、电子商务诚信体系建设、电子商务法律体系建设等相关方面,农业电子商务的支撑环境将逐步规范和完善,新一代的农产品电子商务平台将浮出水面。农产品标准化工作将进一步得到加强,使农产品更适合于电子商务的交易模式。此外,随着智能手机用户的增长,未来农产品移动电子商务交易将从预热期转向发展繁荣期。

第四章 竞争分析

一、中国农业网站分类



我们在创业初期建立细分型网站，以地区型和服务型网站为主。凭借低成本高服务的优势，优化服务质量，扩大服务区域和服务内容范围，逐步建立并完善成为综合性网站，最终实现企业的盈利目的。

二、五力分析

同行五力竞争:1.供应商竞争，广大农民提供农业信息 2.消费者竞争，城市居民和求购企业 3.潜在竞争，不同相互模仿的网站 4.替代品竞争，通过品牌和市场运作模仿进入行业

五力分析总结：

为了保证的认识到现在的形式，我们才能更好的发展网站。“严选农场”的顺利开展，我们必须先充分了解电子商务网站之间的竞争。我们必须考虑到来自供应商、消费者、其他同类网页以及潜在的竞争。

三、SWOT 分析

(一) SWOT 分析详解

优势 (S)

- 1.服务三农网站有政府信息化建设政策的支持。
- 2.利用电子商务平台能够大力促进农业的发展，最大程度让利农民，促进实现社会主义新农村。
- 3.农村大学生村官的存在和居委会的帮助给我们项目的实施提供了人力资源。
- 4.削减代理商结构，可以获得最大力度的利润结构。

5. 本公司专注电子商务行业，专注性强。
6. 本公司有着优秀的管理团队，团队合作实践能力强。
7. 本公司盈利模式多样化。

W(劣势)

1. 全国农民上网用户比例偏低
2. 农业网站不多，网站分布不均衡，且利用程度低。
3. 基础工作水平低，缺乏大型实用数据库。
4. 中国农村电子商务网站较多，但缺乏专业性和实用性。
5. 网上信息不够开放，有价值的信息不能实现资源共享。
6. 农村基础设施及农民文化教育水平
7. 农业及涉农企业信息化普及程度
8. 电子商务费用的支付形式
9. 农业及涉农产品配送方式
10. 加强农业电子商务的宣传教育

O(机会)

1. 在中国广阔的农村，电子商务目前的应用程度较低，未来有巨大的发展空间。
2. 目前在中国还没有形成农业一条龙服务综合型网站。
3. 目前的农业服务网站盈利模式单一。
4. 潜在市场常被大多数网站忽视
5. 团购网站的出现带来的潮流
6. 电子券发行带来的便利

T(威胁)

1. 中国目前的农业服务网站个数众多，行业内竞争激烈。
2. 本公司所采用的技术未能形成技术壁垒。
3. 行业内其他网站将会进军综合型农业服务网站。

- 4.存在潜在竞争者。
- 5.团购网站的盲目性，跟风性，以及市场秩序管理的难易性
- 6.售后服务实行比较困难

SWOT 分析总结

利用 SWOT 分析法，清楚认识到“严选农场”的优势、劣势、机会、威胁。即便是在当今社会工业化及现代化高度发展的时代，农业经济仍在整个国民经济中占据着举足轻重的地位，农业的良好发展关系着国家整体经济的持续健康发展，是国家稳定、社会和谐、百姓安居乐业的重要保证。

然而近年来，伴随着 CPI 的不断上涨，农产品价格也出现大幅上扬的现象，甚至还有部分农产品价格遭到恶意炒作而高的离谱。如果说城镇居民作为消费者无法承担日益增高的菜价而有所抱怨还可以理解，那么为何菜农也对此苦恼不已甚而服毒自杀呢？在除去通胀带来的影响后，菜价上涨的差价所产生的利润有流向了何方呢？这就是我们的优势，通过精简进货渠道，使三方都获得最大的利益。

在电子商务高度发展的今天，人们已经切实体会到了电子商务所带来的便利和实惠，对其接受程度也在不断提高。因此，我们觉得，完全可以顺应时代潮流，将这一现代化的商业交易方式引入古老的农业中来，通过使菜农与商贩直接进行对话、交换产品信息、进行交易来解决这一问题。

最近团购行业极为兴旺，也预示着“严选农场”面临着极大的机遇和挑战。

综合以上分析，我们认为，对农业交易的电子化、网络化的研究是可行的，也是必要的，具有一定的科学性。

四、竞争分析总结

从上述表述中我们可以知道，中国的国家信息基础设施建设迅速发展，为中国农村电子商务提供了良好的基础。并且政府主导扶持信息基础设施建设，建立并且完善农产品物流体系，培养新一代“网农”，为创建适合农业发展的电子商务模式奠定了基础。

第五章 运营方案

一、公司理念

山东众嘉思电子商务有限公司是一家基于电子商务平台，运用“农村电子商务”新模式，响应国家“十二五”农业信息化发展规划，旨在中国广大乡镇和城镇之间建立农业电子商务平台，帮助农村农产品走向城镇市场，解决农民“卖菜难、菜价贱”以及城市居民“买菜难、买菜贵”的问题，促进社会主义新农村建设，提高居民生活水平，实现精准脱贫。

对于农业农产品市场来说，由于农民受教育程度，农村硬件设施等方面的制约，长久以来，农业农产品的贸易都要通过层层渠道，从各村各户的农业农产品收集，再到联系商家出售，中间环节繁多，所以产品的收购价格与最终的销售价格存在着巨大的差异。我公司针对这一现象，选择了利用电子商务平台，来完成收购与售出的贸易流程。为供需双方交易建立农业电子商务平台，增加农民的收入，也能有效降低农业农产品的价格，让利消费者。公司实行“农村电子商务”新模式，在农村通过大学生村官入股制，实现农村零散农户抱团取暖；在城市通过居委会入股制，实现居民组团购买，同时在超市、大型餐馆、学校食堂等机构推广业务接受大宗订单。公司注重农产品贸易平台建设，短期目标以江苏省区域目标市场为重心，逐步拓展服务平台业务，乃至形成覆盖全国的模式化经营，形成以农业电子商务平台为核心的发展公司。

二、公司目标

公司将通过“农村电子商务”的新模式，在农村以大学生村官入股制，实现农村零散农户抱团取暖；在城市以居委会入股制，实现居民组团购买，同时在超市、大型餐馆、学校食堂等机构推广业务接受大宗订单，在差异化竞争中开拓民生必需品这个最大的共同市场，加大签约用户开发力度，根据自有独特的商业模型，开发大规模农产品买家和普通小区居民，使本网站发挥双向销售功能。网站将以全面低价、货品齐全、服务优良，支持团购为特色，充分发挥签约用户的优势，保证网站信誉，尽量满足消费者需求。

三、发展战略

由于农产品的网络销售需要以实物配送为基础，为此，本网站根据自身发展的情况，利用大学生村官这一新型人群，为农村提供网络服务点，解决农村硬件设施匮乏的缺陷。为解决城市居民买菜难问题，本公司特联手居委会，采取各小区以团购形式购买，切实服务消费者。同时，实行大学生村官、居委会入股制，提高大学生村官和居委会的积极性。并再这些基础上，本公司不断提升网络的信息管理水平，为今后物流周转、实物配送等提供强大的信息支持平台。

四、业务与盈利模式

（一）业务体系

1.农业电子商务平台构建方案的选择

最初，我们将响应政府有关部门的号召，联合大学生村官，在农村创建基点，发动大学生村官通过网络平台将农业信息及时反映给我公司。公司也将积极联手各大超市酒店和居委会，积极推动农户与商家和普通消费者之间的合作。同时配合网络大力宣传，推广我公司的网站，打响知名度，奠定群众基础。

2.农业电子商务平台的功能设置

当前，不少涉农电子商务平台只有静态的浏览信息，这显然是不够的，我公司还将具备如下功能：产品信息发布、产品信息快速查看、在线客户咨询、订单查询、在线商务谈判、在线交易支付、物流配送、客户反馈、客户服务、投资机会、产品知识、常见问题解答(FAQ)、全球销售网络分布、全球采购、新闻中心、产品中心、人才中心等。只有功能完备的电子商务平台才能赢得更多的商业机会

（二）业务详述

本公司计划在电子贸易的框架下，利用商用 Web 站点的运行机制，建立真正意义上的跨行业的、开放的、服务于商务全过程的电子商务系统，实现为农业生产经营单位提供纵深的业务过程服务。

第三方电子商务模式最基本的功能是为企业间的网上交易提供买卖双方的信息服务。买方或者卖方可以免费在网上发布自己的采购信息，发布自己的产品出售的信息，卖方可根据发布信息来选取潜在的供应商或者是客户。

我网站会提供行业信息、市场近况等附加信息服务，并可以根据客户的需求，定期将客户关心的买卖信息发送给客户。

我公司会提供与交易配套的服务，如提供网上签订合同服务，网上支付服务等实现网上交易的服务。

我公司同时也可提供客户管理功能，即为企业提供网上交易管理，包括企业的合同、交易记录、企业的客户资料等保密资料的托管服务。

（三）业务发展规划

1.增强企业创新意识，整合资源优势，形成自己的核心竞争力。

我公司通过传统企业和网络经济相互融合，商务经验与资源积累整合，根据客户的需要和市场的变化，开拓出独特的商务服务业务。利用村官社区入股分红制度，让利农民抱团取暖，造福群众实惠到家

2.打造自己的品牌，做精做专自己的业务。

我公司应坚持于农产品市场的信息商务服务，并不断开展同类型的品牌业务，打拼出属于自己的一块市场份额。有明确的经营目标，专一于有效率的价值服务。

3.不断完善的信息网络体系。

电子商务赖以生存的基本要素是广泛的社会信息，如果能够建立广泛而完善的社会信息网络体系，那么就能够在及时并且广泛获得有效的信息，形成动态密集的社会信息网络。我公司依托全国十几家的大型农产品批发市场和其母公司属下的连锁超市，每天及时获得遍布全国的农产品价格以及其他的信息，并及时进行分类和公布；汇聚成丰富的市场信息，形成电子商务网站的坚实地基。

（四）盈利模式

1.广告费

向申请发布广告信息的单位收取一定比例的广告费用

2.中间服务费

在买家卖家之间，我们以担保人的角色受托保管企业的保证金。交易成功后，按交易额的一定比例，收取服务费，并退还余下保证金。

3.物流服务费

与物流公司长期合作，平台上提供物流链接服务。向物流公司收取占交易额一定比例的服务费用。

4.信息服务费

同时我们还能够把这些完善，及时的市场信息与政府分享，与政府达成协议，可以向政府收取一定的信息采集费用。

第六章 网站项目的实施

在国内现有的农业类网站中，信息提供类网站占据着绝大多数，在农业信息网站中，信息内容虽然基本上已经涉及到农业的多个主要方面。而多数网站的内容无法吸引访客。“严选农场”将会提供高质量数字化的农业信息资源，加快农业从业者对政策信息、供求信息和科技信息的获取速度，把线下交易流程完全搬到网上。

一、网站总体设计

（一）网页设计

“严选农场”是针对农业产品进行销售的，为了显示网站的诚信度和农民的朴实纯真，因此网站的装饰将从美观、朴实等方面着手。避免网业装饰的过于华丽，给人一种华而不实的感觉，降低网站的可信度。

（二）站点导航

“严选农场”开设多项服务，主要由农贸展区，促销平台，联盟团,农贸通,服务社等几大板块组成。

名称	功能
农贸展区	展示最新的农贸产品
促销平台	吸引更多顾客，扩大销量
联盟团	发布农贸供求信息 and 社区之间交流
农贸通	网页上的一款在线即时通讯工具，给交易双方提供即时交流的平台
企业展台	为各个供应商和需求商提供展示产品和公司的平台

服务社	交易双方进行意见反馈
联系我们	用于本公司和村官及居委会进行交流，同时对他们进行审核

三、售后服务

商品销售出去以后，姑苏农业网将会重视售后服务，维护客户资源，打造知名品牌；根据客户反馈的信息以及客户的留言和建议，苏果农业网将加强和完善售后服务，提高网站竞争力，创造跟好的社会和经济利益。

四、总结

为了找到一个适合传统行业模式的电子商务之路，而农产品在网络上的运行势必会与其他新兴行业有着很多差别。在全球经济下我国农产品市场遇到前所未有的机遇和挑战,如果农民仍旧个体销售的话以及对农产品市场信息不能完全了解,造成信息不对称,势必会导致产销不平衡、收益难保证。

所以首先,对于信息不对称,我们将会利用行业网的强大发布功能,对用户和果农产品在平台上进行信息发布,让求购者及时了解农产品的信息动态。同时,发布农产品行业内的相关时下行业新闻和产品的历史价格指数,了解农产品行情,彻底解决了因信息闭塞给产品带来损失的问题。接着,将各个农业市场上的商户的农产品价格进行统一,所有商户的产品在网上都有其单品和批发量的报价,在农业交易平台的在线服务帮助下,买卖双方可以寻找相互需要的信息,并提供他们的价格。

在整个过程中不但网上客户对需购品一目了然,帮助业内经营商做出更好、更周全的决定。最后,收集注册用户的销售数据,统计每日平台上的用户的销售业绩,并将其在平台上展示,以吸引更多的用户进来注册,从而为当地商户和注册会员进一步拓展了采购渠道,并成功降低了各类商品的采购成本,缩短农产品交易时间,积极推动农业交易的快速发展,农产品批发市场信息化,促进农业经济发展,提高人民生活水平。

第七章 网络推广方案

“严选农场”主要是基于网络开展的农产品交易及信息查询网站,提高服务质量和增加流量,做好自身的用户体验即口碑,把扩大网站知名度和注册量作为网站存活下去的动力。因此,我们需要联合大学生村官,与社区居委会进行联系、组织社区居民组团购买利用好网络平台,针对广大农户和企业部门以及社区进行网络推广,推荐大家社区团购,获得供应商与消费者的共赢。

一、目标市场分析

有“大学生村官”作为技术人员,我们网上农业的交流和交易都有了有利的硬件基础,发展前景良好。同时经过调查发现社区居委会很乐意帮忙组织社区居民集体购买,居民零购也能获得批发价格,节省居民采购成本和时间; 一但产生产品质量问题和纠纷,有利于发挥集体维权优势,确保居民消费权益。拓宽产品流通渠道,使我们拥有大量的消费者,有助于

企业扩大市场份额。并且国家对于三农问题十分关注，提出了很多的优惠政策，给姑苏农业网提供了有利的外部环境。

二、目标群体分析

（一）社区、企业等中大型农贸产品需求方

由于农贸产品本身地域性强，难贮藏，保鲜期有限等特点，对于需求量很大的社区和一些长期收购农产品的中大型企业来说，找到优质、统一、价钱又合适的长期供应商也比较困难。姑苏农业网则提供了各种农贸产品供应信息，为农贸产品需求商提供了更多的选择和更便捷的服务。“严选农场”将提供社区团购，支持顾客团购，网站将提供足够的优惠；同时，由于最近食品安全问题，大家对购买的东西都不放心，尤其是网上的产品，而严选农场将会给予视频展播，在播种和培育，收成的整个过程都会提供播放，让大家能放心购买严选农场上的农贸产品，获得实惠同时吃得放心。

（二）村官联合农户，以村为单位的供应方

由于我国农业的生产的分散性，种植过程“跟风”，农产品品质水平高低不一，出售渠道很单一，农产品出售价格很被动等之系列现状，严选农场将联合大学生村官，将散落的农户组织起来集体销售；在农产品供求信息方面，严选农场会及时更新信息，以便供应方做好安排；同时在农产品流通环节，通过减免冗杂的中间手续，减少流通时间，降低营销成本等，大大加强了农民的收益和能动性。

（三）农贸类电子商务网站的竞争者

各个网站所拥有的资源不尽相同，往往是各有所长、各有所短，严选农场和竞争对手和睦相处，多向竞争对手学习，提高本公司的服务质量，扩大网站影响力，形成自己的核心竞争力。

（四）政府机构、新闻媒体等的影响者

各种新闻媒体、金融机构、政府机构等，对严选农场的营销活动也会产生重要的影响，姑苏农业网将会对它们发布的信息进行关注，进行分析，转化为对自身有利的信息，促进网站发展。

三、网络营销战略目标

第一阶段：联系村官，合作社区、企业，进行线下交易（发展时期）

首先本公司将和村官联系，让他们组织农民集体销售农贸产品，给予公司的股份，如果做得好的村官将有年终分红奖励；同时，本公司也和社区居委会联系，把城市居民联合起来集体购买农贸产品，按组织情况，给予年终分红奖励；在宣传上，本公司将及时发布和更新农业供给和需求信息，同时做好积极地宣传工作，为满足人们对农贸供求信息的需求，并且提供简单的交易平台，逐实现农产品的线下交易；同时要提高服务质量，注重售后服务以及信息的反馈与收集，为网站积聚更多的人气和回头客，同时为网站的完善提供宝贵的资料。

第二阶段：实现农产品的在线交易（稳定时期）

经过了发展时期和过渡时期，此时的严选农场已经日趋成熟，各种农业供求信息和农产品销售信息越来越完善，网站的人流量和注册量都已经达到一定要求，由此进入稳定时期。我们将升级交易平台，由简单的网上信息发布到线下交易发展到信息服务和网上交易一条龙服务，完全实现农产品的网上交易，将大大降低交易成本，让利于农民。

第三阶段：信息的反馈与品牌网站建设（完善时期）

通过大量反馈的信息，针对收集的客户与村委会的意见和常见问题，做出建设性的修改和完善，完成对网站诊断、优化，增强网站用户体验、方便运营推广；同时对消费者提供会员优惠服务，对诚信、优秀供应者将提供某些服务的优先权，提高网站的服务质量和信誉度，增加客户量和满意度，树立自己的品牌。

四、网络营销

1、宣传企业形象

通过网络传播信息，山东众嘉思电子商务有限公司可以随企业的发展不断地实时进行更新，应用虚拟现实等多媒体手段吸引受众与访问者实时双向交流，及时有效地进行传递，提升网站的知名度。

2、发布供求信息

进行营销最重要的就是拥有第一手资料，从而发现消费者的需求动向，从而为企业发展提供必要的条件。至今农贸产品在网上很少有商务活动的主要原因就是信息的不畅通，所以，导致菜贵伤民，菜贱伤农的局面。因特网是一个信息网，网上的信息交流为企业开展网上市场提供了条件，在高效且低成本的同时还能起到扩大网站和企业知名度的作用。

3、网络交易

目前中国的农户多是散户，不像美国的大的农场那样，所以很多是自给自足，有小部分是通过小商小贩流入市场，即是通过二级或三级以上的中间商，在这个过程中必然会导致农户信息不畅，自己的利益不断地被剥削，而消费者呢，必然要在购买时支付中间费，使得消费者也得不到实惠。而网络销售可以直接在网上从事销售活动，最大限度地免除中间商的盘剥，降低销售成本，也使企业在竞争中创造机遇，保持在竞争中的领先地位。

4、网络服务

传统模式中，企业在销售前、销售中和销售后的大量服务牵制了企业的大量时间、精力和财力。采取网络导航模式十届省企业和用户双方的时间和精力的最好办法，同时也可使企业的营销目标得以达成，获得竞争主动。

5、网络传播和沟通

网络促销有比传统促销意想不到的功能，而网络公共关系在沟通方面具有独特的功效。广告、公共关系、促销等传播活动是网络营销的重点。网络广告已经成为第五媒体，起作用毋庸置疑的。

第八章 投资分析

一、投资环境特点

（一）总体网民规模扩大

随着网络的普及，现在全国人民用网规模不断扩大，甚至几岁的小孩子，都会玩智能手机。

（二）学历结构的变化

互联网继续向低端学历群体渗透。

（三）职业结构

网民中学生群体占比最高，达到 29.9%。党政机关事业单位中，领导干部占整体网民的 1.7%，一般职员占 2.4%。企业/公司中，高层管理人员占整体网民的 0.8%，中层管理人员占 4%，一般职员为 10.9%。另外，专业技术人员占 8.7%；制造业/生产性企业工人和商业/服务业职工分别占 4.8%和 3.6%；农民占 5.3%；个体户/自由职业者占 14.6%。

（四）综述

农民正在一步一步的向网络进军，他们对于网络资源的利用将一步一步的扩大。农民们对于网络资源利用的重视进一步说明了三农电子商务发展的潜力。我们的项目就是在帮助农民们更好的利用网络的同时，充分运用电子商务的优势来服务人民，可见我们的项目的发展前途的明朗。

第九章 风险分析与规避

一、政策风险

我国政府对农业的现代化实行积极倡导的政策，农产品销售服务为国家重点支持行业，不存在产业发展政策上的障碍。大学生村官的出现，可以让我们的卖方政策更好的落实到村。我们也可以通过居委会。组团购买农产品，落实到社区。但是，如果地方政府缺乏商业发展的总体规划，使该业态盲目发展，将会造成恶性竞争；此外，农民对网络知识知之甚少，我们的农产品第三方服务能否切实给老百姓带来利益也是难解决的问题。

网站将充分利用政策资源优势，加强与资源收集环节与所在城市政府的沟通协调，争取宽松的经营环境和发展政策，对可能影响网站经营的政策性风险，进行动态跟踪分析，并及早制定相应对策，尽量避免由于政策变化所带来的经营风险。另外，我们将采取更加细心周到的上门服务，为农民解决力所能及的问题。

二、行业风险

（一）销售方式变化

科技进步所带来的销售方式的变化（如电子商务、网络经济），必然对农产品销售网络的存在方式带来一定的冲击，并造成市场格局和销售方式的变化。

为此，本网站将根据自身发展的情况，利用大学生村官这一新型人群，为农村提供网络服务点，解决农村硬件设施匮乏的缺陷，再次基础上，不断提升网络的信息管理水平，为今后物流周转、实物配送等提供强大的信息支持平台。

（二）同类网站竞争

农产品贸易网站在此之前已经有了模型，只是一直没有突破直接让利农民这道坎，我们网站的服务起点就是农民，在解决农村硬件设施基础上，再实行网络交易，从某种程度上，加大了创业的难度，何况，有些农产品贸易网站属于官方网站，无论在技术上和信誉上都远远超过我们。

本网站将在差异化竞争中开拓民生必需品这个最大的共同市场，加大签约用户开发力度，根据自有独特的商业模式，开发大规模农产品买家，使本网站发挥双向销售功能。网站将以全面低价、货品齐全、服务优良为特色，充分发挥签约用户的优势，保证网站信誉，为农产品会员购买企业以最快的速度完成产品到位。

三、 市场风险

（一）市场产品风险

农产品网站主要是为农民和企业家直接交易建立一个第三方信誉网络体系，增加农民的收入，也能有效降低农产品的价格。

本网站将建立起较为完善的市场研究和市场监控体系，力求把握市场脉搏，体现消费时尚，根据市场潮流和目标客层的消费取向，适时调整网站提供的商品结构、经营服务方式和营销策略，以化解市场变化可能给网站盈利能力带来的消极影响。

（二）市场季节风险

农产品的销售具有一定的季节性和周期性，销售旺季一般在一、四季度，而销售淡季在二、三季度，这给网站的经营带来一定的波动性。

根据农产品销售季节性的特点，本网站将加强市场调查，及时掌握顾客的需求和货源供给情况，制定合理的销售策略和组织适销对路的商品；同时，利用“假日经济”给商品零售企业带来的机遇，扩大宣传，做好节假日的销售工作，以减少季节性波动带来的影响。

（三）市场饱和风险

一定时期内，某地区的市场购买能力具备一定的稳定性和局限性，如果当地会员店数量过多，超过当地的购买能力，就可能导致出现市场过度竞争，从而给公司经营带来不利影响。

为了避免这一风险，本网站将注重差异化市场竞争，力争尽早占领农村这一广阔市场。在硬件设施装备前，进行详细、科学的市场调查，避免进入即将饱和的市场；同时采用各种措施，降低公司成本，提供优质服务，增强网站竞争实力。

四、财务风险

农产品的来源,是通过整合一个地区的零点农产品实现的,企业为货到付款,很难完成“一手交钱,一手交货”。农民的经济收入主要来自农产品,自给自足,如果不能及时付款给农民,将引起不满。

企业将采取更多的股权融资模式,以有效降低本网站资产负债率,同时募股资金的一部分用于补充流动资金将提高网站的流动比率和速动比率。网站通过提高资金使用效率,制定合理的融资计划,保持合理的财务结构,以降低本公司财务风险。

五、经营管理风险

(一) 商品结构

企业收购的农产品品种少、数量大,农产品品种、价格是否符合农民的心意,能否根据企业需求的变化及时调整商品结构,将直接关系到网络的盈利水平及经营成败。

本网站“订单+收购+交易”的商业模式中,网站交易结构的风险在一定程度上得以释放。在收购,本网站一方面将通过自行组织的周密调查,确保商品定位准确,另一方面,将这个交给大学生村官,尽力满足商圈内不断变化的顾客需求。

(二) 运营管理水平

各农户手中的农产品种类繁多,数量较小。其规模化经营却严格要求厂商标准统一、管理科学、经营规范。因此,本行业存在系统化的成熟管理技术能否在连锁运营的各个环节实现标准化、流程化的风险。

针对运营管理水平的风险,本网站服务将建立运营和管理标准,各个服务流程都已实行规范化操作、科学化管理。本网站将制订各种运营管理手册,例如《客服人员手册》、《理货手册》、《信息管理手册》等,使各个管理层次和经营环节均有章可循,网站设在网页的各种服务均严格按照规章制度进行规范管理和操作,既极大地提高了管理水平,又为大规模开设新网站提供了成套的经营管理规范 and 人才储备。

(三) 人力资源

本网站选择的求购公司与农民交易,对经营管理创新要求高。本网站处于初创期,如果人才的选用、培养和管理不能适应事业的发展,将给未来的有效经营和健康发展带来隐患。

针对人力资源的风险,本网站将在用人体制上采取公开、公平、竞争的选人机制,使网站产生了强大的凝聚力,网站经营管理队伍的人员素质不断提高。

(四) 网站控制

网站公司依法建立健全的财务管理体系和制度,制订包括人事、财务、内部审计等多项内部约束制度,形成完整有效的管理体系,建立了运营管理标准,实行规范化操作、科学化管理。使各个管理层次和经营环节均有章可循,网站所有服务均按制度规范进行管理和操作。

（一）人事控制：网站设计总部对所有网站经理以上职位统一考核、任命并定期轮岗，同时利用培训基地对客服人员进行统一培训，制定统一的考评、奖惩制度。

1、**财务控制：**网站页面由网站总部进行人、财、物的集中统一管理、监控。

2、**财务做到收支两条线，**各地当日实现的现金收入全部汇入网站总部在指定的银行账户，支出由总部根据预算统一拨付，网站总部对各门店的资金实时监控。

3、**信息管理：**网站每天收集整理各地村官汇报上来资料，第一时间放在网上，供农产品收购者浏览，还有，以滚动方式公布公司的求购信息。

（二）网站形象：专业人员对网站信息定期修护，对其页面设计、产品信息、交易流程、在线客服人员培训，以实现品牌战略。

结束语：

虽然农村电子商务能够带给农民和居民的双重利益，但是必须看到农村电子商务的开展也存在重重困难和阻力。这是一条任重道远的路途，需要不断完善农村的信息化建设、不断提高农民的网络应用素质；需要各级政府的大力支持；需要企业对农民蔬菜瓜果源的充分掌握、对蔬菜瓜果的统一加工和包装；需要建立合理完善的蔬菜瓜果运输体系确保蔬果运输的质量、完善居民小区的蔬果信息系统、建立互信互利的平台。当然，大学生村官和居委会是本项目的坚实后盾，利用大学生村官和居委会共同抱团取暖，解决农民和城市居民实际问题。在所有人的共同努力下，相信农业电子商务的明天会更加美好！