

新型职业农民培养 “农产品电子商务”培训包



河北商贸学校

新型职业农民培养“农产品电子商务” 培训项目组成员

项目主持人 刘林忠 刘合香

项目组成员 张燕琴 李少华 马巍巍 焦艳宁

刘建文 韩明刚 李明晨

前 言

2012 年的中央一号文件首次提出了“大力培育新型职业农民”，“充分利用现代信息技术手段，发展农产品电子商务等现代交易方式……扶持供销合作社、农民专业合作社等发展联通城乡市场的双向流通网络。”这既是中央统筹城乡发展的重大战略举措，也是农民彻底摆脱传统身份束缚，以崭新的姿态在职业化的舞台上全面发展自我的新起点，大力发展农村电子商务也被提上了议事日程。

河北商贸学校作为河北省供销社唯一一所省属职业学校，也是河北省确定的首批“技能型紧缺人才培养培训基地”、“农村劳动力转移培训基地”、省本级“阳光工程”和“就业再就业”培训学校，担负着为新农村建设培养技能型人才的责任和使命。2009 年 10 月，实施“新农村建设双带头人”培养工程；2010 年起，开始举办涉农专业送教下乡教育，开办农产品经纪人、电子商务等培训；2013 年 1 月，学校组织具有培训专业背景和较高教学水平专业教师与河北省农产品电子商务有限公司技术人员共同对“农产品电子商务”培训包项目进行研发，力求用相对科学的培养方案和教学实践大纲来指导培训工作，为我省农村及供销社系统培养电商人才提供“打包式”的培训服务。

“农产品电子商务”培训包是为我省及供销社系统培养新型职业农民电商知识和技能开发的教学文件、教学资源的总称，包括培养方案、培养制度、培训计划及内容、培训教材及培训读本、导学案、课件、微课、微视频、教学实施、师资及实训实践条件、考核标准、培训资料档案等。培训包项目秉承“农民为本、立足系统、注重培养、提升素质”的理念，围绕农村电商岗位的技术、知识、能力三要素进行分析，并根据国家职业标准的要求，将职业技能进行分解，设置培训模块开展培训，内容力求规范完整，通俗易懂。主要包括农村法律基础知识、农产品市场营销知识、农产品电子商

务基础知识、农产品电子商务操作技能等四个模块。其中：农村法律基础知识模块由马巍巍编写；农产品市场营销知识模块由焦艳宁编写；农产品电子商务基础知识模块及农产品电子商务操作技能模块由李少华编写；培训资料档案由张燕琴、刘建文编写；培训方案由刘林忠、刘合香编写；培训包内容由韩明刚编辑排版。最后刘林忠、刘合香审核修改并定稿。

培训包项目开发过程中，遵循“贴近农民，贴近农业生产、贴近生活”的原则，教学设计以促进农业增效、农民增收、农村发展为目标，教学组织坚持任务驱动项目教学为导向，将专业学习同岗位要求相结合，注重对新型农民学员职业技能的培养，突出农产品电子商务培训的特点。培训包采取项目教学体例，安排了大量涉及农产品生产经营的案例资料，增加了可读性和实用性，非常适合现代农民的培训学习，受到了广大农民学员的欢迎和好评，使受训农民“既富了钱袋，也富了脑袋”，为农民脱贫致富，为新农村建设和农村“两个文明”建设做出了应有的贡献。

由于时间和水平的限制，培训包中不足之处在所难免，恳请广大使用者批评指正。

“农产品电子商务”培训项目组

2015年12月20日

目 录

一、农产品电子商务培训方案	1
二、农产品电子商务培训管理制度汇总	9
三、农产品电子商务培训档案要求	24
四、农产品电子商务培训教材	39
模块一 农村法律基础知识	40
项目一 了解宪法法律 争当合格公民	40
项目二 了解农村土地法律制度	47
项目三 农村民商事相关法律规定	59
模块二 农产品市场营销知识	75
项目一 认识农产品市场	75
项目二 认识农产品营销	87
项目三 农产品产品策略	97
项目四 农产品价格策略	106
项目五 农产品渠道与促销策略	117
模块三 农产品电子商务基础知识	128
项目一 认识电子商务与网络营销	128
项目二 熟悉农产品信息发布平台	136
项目三 网络安全与防范	148
模块四 农产品电子商务操作技能	169
项目一 农产品拍摄技术	169
项目二 如何通过村淘渠道发布商品	194
项目三 农产品的网上推广与营销策略	216
五、农产品电子商务培训导学案	233
模块一 农村法律基础知识导学案	234
农村法律基础知识导学案之一	234
农村法律基础知识导学案之二	239
农村法律基础知识导学案之三	245

模块二 农产品市场营销知识导学案	249
农产品市场营销知识导学案之一	249
农产品市场营销知识导学案之二	253
农产品市场营销知识导学案之三	258
农产品市场营销知识导学案之四	264
模块三 农产品电子商务基础知识导学案	269
农产品电子商务基础知识导学案之一	269
农产品电子商务基础知识导学案之二	273
农产品电子商务基础知识导学案之三	278
模块四 农产品电子商务操作技能导学案	286
农产品电子商务操作技能导学案之一	286
农产品电子商务操作技能导学案之二	290
农产品电子商务操作技能导学案之三	294
附：农产品电子商务培训课件、微课、视频光盘	

河北商贸学校

新型职业农民培养“农产品电子商务” 培训方案

为贯彻落实《河北省人民政府关于加快发展现代职业教育的实施意见》和河北省教育厅等5部门《关于推进教育脱贫行动的实施方案》及全省职业教育工作会议精神，更好地开展新型职业农民培养工作，特制定本方案。

一、指导思想

坚持党的十八大、十八届六中全会以及习近平总书记系列重要讲话精神为指导，深入贯彻落实中央和省委关于“三农”工作的一系列部署，以服务现代农业发展和社会主义新农村建设为宗旨，以促进农业增效、农民增收、农村发展脱贫为导向，以全面提升务农农民综合素质、职业技能和农业生产经营能力为目标，深入推进面向农村的职业教育改革，加快培养新型职业农民，稳定和壮大现代农业生产经营队伍，为确保国家粮食安全和重要农产品有效供给，推进农村生态文明和农业可持续发展，加快农村电子商务发展，确保农业后继有人，全面建成小康社会提供人力资源保障和人才支撑。

二、培养目标

培养具有高度社会责任感和职业道德、良好科学文化素养和自我发展能力，较强农业生产经营和社会化服务，适应现代农业发展和新农村建设要求，掌握一定电子商务专业技能的新型职业农民。

三、招生对象

在河北省范围内，对年龄在18—55周岁、有一定的文化知识、在本地有意愿发展农产品电子商务业务的农村务农人员为培训对象。

招生重点是有适度生产经营规模基础的种养大户、家庭农场经营者、农民专业合作社骨干、返乡创业大学生、中职毕业生、返乡农民工和退伍军人等。

四、培训内容与要求

根据河北省教育厅新型职业农民培养试点工作方案的要求，围绕河北省特色产业和农民专业合作社学员对电子商务的具体需求以及农业生产经营管理的需要确定培训方案和教学计划。同时，根据农村产业结构和农村经济社会发展的需要以及河北省农业、农村电子商务人才培养的特点进行动态调整。

培训内容分为四个模块，即法律知识模块、农产品营销知识模块、电子商务基础模块、农产品电子商务操作技能模块。每个模块分理论和实训两部分，其中理论部分重点介绍计



计算机与网络知识、法律法规的基础知识、网上交易和市场营销等方面的知识。实践部分主要是强化学生的专业知识和职业技能,提高学员的职业素质,使学员在新农村建设中能够真正担当起新农村建设的骨干和致富带头人,推动农村电子商务快速发展。

五、教学组织与管理

(一) 培训时间

根据农业生产周期和农时季节,以及成人学习的特点分段安排培训课程。培训时间为每期培训 20 天,其中理论知识培训 10 天,实训实践操作 10 天,每天 8 课时共 160 学时。

(二) 教学形式

本培训的教学形式为课堂讲授、实训室实操、教师辅导、学生自学等。

1、课堂讲授:教师按照教学计划在基层教学点进行现场教学,教师可以利用多媒体技术进行课堂讲授。

2、实训室实操:任课教师按照课程教学要求在教学点实训室进行有关内容的实训,写出合格的实训报告。

3、教师辅导:教师在学员自学多媒体教材及文字教材的基础上进行个别辅导,辅导方式包括当面指导、通信、电话、电子邮件、视频答疑等。

4、学生实训:学员利用多媒体教材、网络辅导资源或教学包进行自主学习,或按照培训计划的要求对文字教材进行自主学习。

(三) 培训管理

1、成立新型职业农民培养组织机构

学校要成立培训工作领导小组,由主管校领导任组长,成员包括教务处、培训处、相关教学系部、校办室等部门负责人组成,该小组全面负责新型职业农民培养工作。

培训工作领导小组下设培训办公室和调研小组,办公室负责培训点的确定、培训方案的制定、任课教师安排、教材供应、培训的组织管理等工作,根据实际需要确定专业的模块培训;调研小组负责了解掌握河北省新型农民培养相关政策、农业改革动态、三农培训需求,研究学校服务新型农民培养的途径、办法、措施等工作。

2、培训及教学管理

按照省教育厅新型职业农民培养试点工作方案的要求组织实施,要有专人负责,做好每个培训环节的管理工作。

各培训单位要建立专业培训教学指导委员会,成员一般由学校领导、专业系主任、骨干教师和行业企业专家组成,行业企业专家比例一般应不低于 40%。专业培训教学指导委员会围绕产业、企业、岗位需求,定期修订培训方案,加强制度建设,逐步建立科学的培训机制,提高培训质量。

教学管理要更新观念，改变传统的教学管理方式。教学管理要有一定的规范性和灵活性，要合理调配专业教师、专业实训室和实训场地等教学资源，为课程的实施创造条件；要加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准，促进教师教学能力的提升，保证教学质量。

3、培训档案管理

按照培训班次，完善文书文件、培训计划、教材教案、师资信息、学员信息、学员满意度测评、考试考核资料、图片影像资料及其他资料，建立真实、完整、规范的培训档案。

六、教学计划

（一）教学要求

本专业培训应紧紧围绕岗位需求，兼顾职业能力和职业素质，结合河北省职业农民培养特点，选择网络营销、网店编辑、客户服务等技能有针对性地培训，系统化设计培训方案。

1、专业基础模块

专业基础模块教学应根据培养目标，本着“实用、够用”的原则，采用行动导向法组织教学，加强与学员生活、专业和社会实践的联系，为学员可持续发展奠定基础。

2、专业技能模块

专业技能模块教学按照理论与实践一体化的要求，采用项目教学法、任务教学法、情境教学法、案例教学法等行动导向教学法组织教学，突出学员的主体作用。结合河北省职业农民培训实际，以职业能力、岗位工作过程为核心，将专业基础模块相关知识与专业技能训练相融合，通过任务驱动、问题引领和全真的模拟训练等强化实践操作和职业道德的培养，使学员在“做中学、学中做”的工作过程体验中完成学习任务，培养学员分析问题、解决问题的能力。

（二）课程设置及要求

农产品电子商务专业技能培养开设课程

教学模块		主要教学内容及要求		参考学时
专业基础	1、法律知识	理论	了解我国宪法、土地法、民事基本法律的基本内容，树立社会主义国家公民意识，树立土地红线意识，强化平等、法治、诚实信用的理念。	16
		实训	能够将所学基本内容按照要求进行小范围的普法宣传，在日常生活中自觉树立知法守法的理念，可以用法律基本常识分析简单的婚姻家庭纠纷，学会订立商品买卖合同	16



模块			同。	
	2、农产品营销知识	理论	了解农产品的市场现状、消费需求、农产品营销存在的问题及转变策略；掌握农产品的购买模式、产品价格、渠道与促销策略；能运用“4P”策略来创新农产品的销售，突出商品卖点，为农产品销售打开新局面。	24
		实训	了解市场供需，把握市场行情；制定农产品市场调研计划，完成调研报告；农产品促销实训绿色农产品研讨活动。	16
	3、电子商务基础知识	理论	了解农产品电子商务含义和作用，能够运用电商平台进行农产品供求信息发布、销售渠道拓展及农产品推广等技术，通过知识讲解和上网操作相结合、课堂教学与典型现场观摩相结合的方式，培养学员实践操作能力，提高培训效果。	16
		实训	在农产品的生产加工及配送销售过程中全面导入电子商务系统,利用信息技术,在网上进行信息的发布和收集,同时依托生产基地与物流配送系统,在网上完成农产品或服务的购买、销售和电子支付等业务。 硬件环境要求：1M 以上宽带互联网、Win7 操作系统。	24
专业技能模块	4、农产品电子商务操作技能	理论	掌握店铺建立、产品拍照、修图美化、网店运营、在线支付、网络安全、物流及售后等电商运营环节的操作技能；能够以农产品供求对接为基础，独立开展农产品信息、交易、结算、运输等全程电子商务服务；熟练运用电子商务平台，使电商平台成为提高农产品销售利润、增加农民收入的有效手段。	24
		实训	掌握网店开设、网店装修、农产品网上发布，农产品拍摄、图片处理与视觉营销，以及网店营销推广渠道、在线客服技巧、订单处理、物流配送等实用操作技能，使学员“会上网、会开店、会营销”，熟练地掌握农产品电商营销技能。 硬件环境要求：1M 以上宽带互联网、Win7 操作系统。	24

七、师资条件

学校应有结构合理、教学经验丰富、老中青相结合的高素质的“双师型”师资队伍。在涉农专业教学中，注重吸纳长期在农业生产一线工作、经验丰富的农业技术服务人员和经验丰富的“土专家”参与教学，积极与农业教育、科研、推广机构建立合作关系，聘请有关



专家做兼职教师，完善专兼职教师队伍建设，打造一支留得下、用得上、扎住根、对农民有感情的“双师型”教师队伍。

专业教师应学历职称结构合理，至少应配备具有相关专业中级专业技术职务的专任教师 4 人以上，建立“双师型”专业教师团队，其中“双师型”教师应不少于 50%。

要有 1 名高级职称的、业务水平较高的专业带头人，专业带头人能及时跟踪电子商务行业动态，在电子商务项目管理、网络营销与客户服务等方面有一定造诣，能有效规划和管理专业教学团队。

专任教师应有良好的师德和扎实的专业理论知识，并且取得与专业密切相关的专业技能证书，一般应具备中级以上职业资格，对本专业课程有较全面的了解，有企业工作经验或实践经历，能把握本专业前沿知识与技术，具备教学设计和实施能力。

八、实训实习条件

电子商务培训要有稳定的互联网教学环境，软硬件配备齐全，要确保不影响培训效果，培训单位应在教学点配备实训室和专业实训基地。

（一）教学点实训室

教学点实训建议电子商务实训室，由电子商务实验教学平台和若干功能模块构成。主要设备包括计算机硬件、软件及相关数码产品、商品拍摄器材、模拟实际工作环境的办公设备与器材、其他相关的教学管理模拟软件及网上实训平台等。主要设施设备及数量见下：

计算机 60 台；电子商务模拟软件 1 套；摄影设备（卡片机、柔光箱）1 套；服务器 1 套；网页设计系列软件 1 套。

实训内容：商品拍摄与图片处理、多媒体信息处理、客户沟通与服务、网站建设与维护、网店装修等实训。指导学员开设独立店铺，完成网店装修、商品分类、商品信息编辑发布、网店推广、客户服务、数据分析任务等流程。

电子商务实训室环境要求

一、摄影棚设备（附效果图）		
产品名称	参考型号	描述
相机	康 D7000	相机类型：中端单反相机 有效像素：1620 万 最高分辨率：4,928 x 3,264 镜头参数：AF-S DX 18-105 f/3.5-5.6G ED VR
反光板	金贝	直径 80CM 五合一反光板（金白色、银白色）
光源套装	400W 摄影灯套装	专业无线引闪器 1 套 专用灯架 3 个 60*90 柔光箱 3 个



		400W 闪光灯 3 个 反光伞 1 个 标准罩 1 个 四叶档光板 3 个
三脚架	专业三脚架	产品类型：专业三脚架+云台 最高工作高度：1503mm 最低工作高度：389mm 收缩高度：389mm 最大负重:4000g 重量：1490g
静物拍摄台		高度：145cm 宽度：100cm 长度：200cm 离地 面高度：80cm
背景架和背景布	影楼背景架	2.6*3m 背景架 3*5m 背景布 3 匹（白、蓝、灰）
投影机	松下 PT-UX300	用于拍摄作品分析与展示
二、计算机机房环境		
计算机	台式机 (60 台)	CPU: Intel 酷睿 2 四核 Q9300 主板：华硕 P5Q 显卡：NVIDIAGTX250 1DDDDR3; 内存：金士顿 4G DDR2
网络	电信宽带	上网速率>=200M
软件		Win7 操作系统、Office2000、PhotoShop CS6

效果图



（二）专业实训基地

选择优质电商企业开展校企合作，建立专业实训基地，实训基地派专人参与对实习学员的辅导与管理，保障短期实践项目教学、顶岗实习等教学活动的实施，对实训学员的成绩予以评定，提供教师企业挂职锻炼岗位，实现教师轮岗实践，提升教师双师素质。

培训学校应加大实训基地建设力度，为实践教学提供必要条件。同时，学校还应不断整合资源，依托教学点附近的农业园区、农业龙头企业、农民合作社和专业大户、家庭农场等，合作建立农产品电子商务有限公司、农村产权交易中心等校外实习和实训基地，保证实践教学的顺利开展。

九、考核与颁证

（一）考核

教学评价体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，教学评价注意吸收电商行业参与，校内校外评价结合，电子商务相关职业技能鉴定与结业考核结合，过程性考核与终结性考核结合。

过程性考核是对学员学习过程的测评，应从对应技能方向岗位能力、职业行为等多方面对学员在整个学习过程中的表现进行综合评测。内容包括：参加培训的课时、培训过程的参与程度、过程成果、技术操作与应用等，一般按优秀、良好、一般、不合格四个等级进行评定，过程性考核占总成绩的 50%；终结性考核为各种培训模块的结业考试，应从专业基础模块掌握程度、专业技能模块完成项目的质量、技能的熟练程度等方面进行评价。内容包括：理论知识成绩、技能课程成果、综合实训成果等，成绩采用百分制，一般占总成绩的 50%。

学员成绩=过程性考核（50%）+终结性考核（50%）

各阶段评价还要重视对学员遵纪守法、规范操作等职业素质的形成，兼顾对节约意识、网络安全意识的考核。

（二）颁证

考试考核合格的颁发学员“技能培训证书”，记载培训班次、培训时间、培训课程、学时数、考试考核结果和培训机构等。

十、培训机构基本要求

培训学校应该是国家承认的涉农中等职业学校，具有连续多年涉农专业办学经验，同时具备相应的基层办学能力，能够进村、入社、到场，把教学班办到乡村、农业企业、农民合作社、农村社区和家庭农场，方便农民就地就近学习；具有相应专业及课程开发的能力以及农民教育培训经验和雄厚的师资力量。

学校及教学点具备开展教学的基本条件，有良好的教学场所，能保证各项教学活动的正常开展；同时还具有满足教学需要的设备仪器和拥有一批高素质的专兼职教师队伍，保



障课堂教学和实践教学的顺利进行。教学管理制度健全，可以保证教学有序规范展开。

新型职业农民培养要有经费保障。主要通过河北省财政补贴和学校自筹解决。做好培养新型职业农民工作，为“三农”服务是省委、省政府及中职学校的重要任务，学校也要拿出一定的资金做好新型职业农民培训工作。

“农产品电子商务”培训项目组

2015年12月20日



新型职业农民培养 “农产品电子商务”培训 管理制度汇总

“农产品电子商务”培训项目组



河北商贸学校

关于成立新型职业农民培养 组织机构的通知

各科室：

根据《河北省人民政府关于加快发展现代职业教育的实施意见》、《关于推进教育脱贫行动的实施方案》、《河北省教育厅新型职业农民培养试点工作方案（试行）》和省供销社综合改革方案中提出的服务“三农”培养新型职业农民的要求，充分发挥我校职教资源优势，积极开展新型职业农民培养、送教入社培训工作，经研究决定，成立河北商贸学校新型职业农民培养工作领导小组，下设调研组、培训办公室。机构组成人员如下：

一、培养工作领导小组

组 长：杨淑敏

副组长：刘林忠 何泽水

成 员：李庆祥 刘强 张燕琴

该小组全面负责新型职业农民培养、送教入社、新型职业农民培训工作。

二、培养工作调研组

组长：候彦国

成员：骆立华 刘合香及相关专业教师

该小组负责了解掌握供销社改革动态、政策、培训需求，研究学校服务供销社改革的途径、办法、措施等工作。

三、培养工作办公室

主 任：张燕琴

副主任：张翠平 秦雯

成 员：杨秀艳 刘和英 韩明刚 谢丽丽 张兴华 王亚娟

四、行业企业专家组

河北省农产品电子商务有限公司专业技术人员、涉农培训点管理人员等

办公室负责培训点的确定、培养方案的制定、任课教师安排、教材供应、培养的组织管理等工作。根据需要及实际，现准备开办会计、法律、市场营销和计算机应用四个专业的模块培训。

附：授课教师名单（首批）

2013 年 1 月 21 日

附：授课教师名单（首批）

财会专业类：何泽水 张兴华 刘伟丽 王艳华 徐惠玲 张术申 皇甫浩春 李苒
市场营销类：候彦国 王亚娟 王颖 李少华 焦艳宁 徐丽华 王宇 王建东 吕荀友
法律类：刘强 马巍巍 田翠萍 安晓艳
计算机类：韩明刚 谢丽丽 杜朝阳 王菊 高显明 赵硕 李辉 谢广辉 禄小颖
冯建华 李佳伟 葛媛媛
其他课程类：刘林忠 刘合香 杨秀艳 张彤华 李霞 杨玲 周恬羽 刘建文 卢倩
冯晓萍 陈洁

教学点管理规定

教学点是学校为开展新型职业农民培养工作，在校本部外设立的教学场所。为保证教学点的建设，提高教学的管理水平，制定教学点管理办法如下。

一、教学点的基本条件

教学点根据上级部门要求及学员的数量分布、生产经营专业化程度、区域产业结构等设置在县城、乡镇或村庄。合作单位可以是县级部门、乡镇政府、村委会、农业产业化龙头企业、农业专业合作经济组织等。要优先利用独立设置的乡镇成人学校作为教学点。

教学点应符合以下基本标准：

- 1、单位重视。当地政府或合作单位重视，为农业、农村、农民服务的意识强，愿意与学校合作开展培养新型职业农民。
- 2、特色明显。当地产业特色明显，并具有开展高品质、规模化生产经营的基本条件。
- 3、保证规模。当地学员相对集中，有一定学员数量，每个专业（或专业方向）招生一般能达到 50 人以上。
- 4、需求迫切。当地农民参与学习的积极性高，对吸收、运用系统化的专业知识和生产技术具有强烈渴求。
- 5、条件良好。有坚固的校舍、良好的教学场所和冬季取暖、暑期降温等设施，以及报纸、电话、网线、摄像头、多媒体设备等，能够较好地开展教学实施与管理活动。
- 6、位置适宜。距离学员家庭住所一般不超过 5 千米。

二、教学点的遴选与确定程序

教学点的遴选与确定，按照以下步骤进行：

- 1、书面申请。有合作意向的单位提出设立教学点的书面申请。
- 2、实地考察。学校对申请单位的条件进行实地考察。
- 3、研究确定。学校根据考察情况研究并确定设立教学点单位名单。



4、签订协议。学校与单位签订教学点合作协议。

5、上报备案。报上级教育行政部门备案。

三、教学点的管理

1、新型职业农民培养工作办公室代表学校全面负责各教学点的管理工作。

2、各教学点的承办单位要指定一名负责人，协助学校做好教学点的管理工作。

3、学校要定期进行教学点负责人的培训，指导其做好工作。

4、教学点负责人要按照学校的管理规定认真做好教学点和学员的日常管理工作。其具体职责如下：

(1) 加强沟通协调，做好后勤保障，不断改善办学条件。

(2) 认真落实学校关于新型职业农民培养工作的一系列规章制度。

(3) 根据学校的招生方案，开展招生宣传和受理报名工作。

(4) 协助任课教师组织实施课堂教学、实践教学及其他教学活动。

(5) 协助学校及教师组织对学员的考核评定，协助学校做好对教师的业务考核。

(6) 协助班主任及任课教师做好学员的考勤、课堂纪律等日常管理工作。

(7) 做好信息反馈工作，及时解决工作中存在的问题。

5、学校新型职业农民培养工作办公室负责检查督导各教学点的工作，指导各教学点做好日常管理工作。

6、学校要定期召开教学点负责人会议，以沟通信息，交流经验，解决存在的问题与不足，提高整体管理水平。

7、学校要定期对各教学点的管理进行检查考核。对于工作业绩优秀的教学点，要给予一定的表彰奖励。对于问题突出、影响较差的教学点，要给予通报批评，直至解除合作关系。

课堂教学管理规定

为保证各教学点的课堂教学秩序，特制定课堂教学管理规定。

一、课堂是进行教学活动的重要场所，必须保持文明、严肃、整洁。学员应衣着干净、整齐，不得穿拖鞋、背心、短裤上课。

二、每次上课前，班主任或任课教师要清点学员人数，做好学员出勤记录。学员要做到不迟到、不早退、不旷课。

三、学员要在课前做好上课准备，如教材、笔记本、文具等。值日生应做好课前准备，如：清理讲台、帮助教师安放教学仪器设备等。

四、学员不得带小孩进入课堂。

五、学员在课堂上不准大声喧哗；不准吸烟。

六、不准他人代替听课。

七、学员因故不能正常上课时，必须在课前将书面请假条交班主任或任课教师。无特殊情况时，打电话请假和捎口信请假无效。

八、学员在课堂上应专心听课，做好笔记，不得随意谈话或做影响他人听课的动作。学员有问题要提出时，须举手示意并经任课教师同意。

九、学员每次上课和下课时都要在学员考勤表中签字。不准他人代替签字。

十、上课期间，师生均应自觉关闭手机，以免影响正常的教学秩序。

十一、任课教师要按照学校制定的实施性教学计划和教学大纲组织教学活动。无特殊情况时，不得自行改变教学内容及其顺序。

十二、任课教师要在学员考核表内如实记载学员迟到、请假和缺课等出勤情况，具体记载当天授课情况及学员学习情况。

十三、教师要做到为人师表，严肃课堂纪律，要根据学员的不同特点，采用合适的教学方式，提高教学效果。

十四、教师要根据课程及学员情况，布置形式多样的作业，并按时检查学员的作业完成情况。

十五、教师要关心尊重学员。对于违反课堂纪律的学员，任课教师应对其批评教育，维护课堂教学的正常进行。

十六、在教师上课时间内，除有关听课及教学督导人员外，其他人员不得擅自进入课堂；未经任课教师同意，学员不可中途擅自出入课堂。

实践教学管理规定

实践课是专业技能课的重要组成部分。实践教学是新型职业农民培养教学过程的重要环节，也是实现培养现代职业农民目标的有效途径和重要保证。为加强各专业学员实践课的教学管理，保证实践课的教学质量，制定实践教学管理规定如下。

一、指导思想

实践课是指以服务“三农”为宗旨、以促进生产为导向、以培养能力为核心的独立设置的综合性生产经营等活动，包括参观考察、科学实验、生产经营、技术推广等，重点是生产实训和顶岗实习。实践课的核心载体，是学员根据学校实施性教学计划和自身专业方向的学习内容所开展的专业化生产经营项目。

学校和教学点要指导学员在掌握本专业基本知识和技能的过程中，建立自己的家庭性生产实训基地，并确定和实施一定的专业化生产经营项目，有计划、有步骤地安排生产经营活动和技术推广活动，使学员的生产规模 and 经济效益、技术推广能力、管理水平有明显提高，达到边学习、边实践、边致富的目的。



二、实践课的教学文件

（一）实践教学任务书

专业技能课程模块的各种课程，任课教师都必须结合课程实际制定相应的实践教学任务书。

实践教学任务书的编制要以项目为主导，根据农事季节及特点，与专业技能课教学内容相结合，按照工作导向、过程导向、行动导向的理念，结合当地推广的新技术，科学设计实践项目。

教学任务书的主要内容应包括：项目名称、目的要求、生产实训内容、方法、场所、过程、成果的具体内容与要求等。

（二）实践教学总结

实践教学结束后，学员和教师应认真总结，写出总结报告，并报学校职能部门备案。实践教学总结内容包括：项目名称、教学实施方式、教学地点、教学目的与要求、教学安排与教学过程总结、完成情况、教学成绩评定方式及结果分析总结，教学设施情况总结、改进建议等。

三、实践教学的实施

（一）实践教学的形式

实践教学分集中教学和分散教学两种。集中教学是指由教学点统一设计和组织的、由全体学员共同参加的参观、考察、实训、实习等活动。分散教学指由教师全面巡回指导、全程跟踪服务，学员分组进行及自主进行的参观、考察、生产经营活动。

（二）实践教学应依托一定的基地进行

学员的生产性实践教学基地应设在由学员自己经营的种植、养殖等现实场所；暂时没有生产经营项目但已准备从事相关产业的学员，由任课教师和教学点负责人共同协调安排。教师要对分散实习学员的实践场地进行实地考察，做好记录，以便对学员进行分类指导。

（三）学校要加强实践教学的全过程管理

学校要在学员实践前明确指导教师，明确任务要求、做好动员工作；在实践过程中，指导教师要通过巡回指导、当面讲解、电话答疑或网络视频答疑等多种形式，解决学员在农业生产实践中遇到的问题和难点；实践结束后，对学员的实践日志、实践报告和总结认真评价，并对实践成果进行测评。

四、考核与评价

学员实践课的成绩根据学员的实践态度、任务完成情况、结合生产经营实际情况撰写

的实践日志、实践报告、实践成果等进行考核，考核结果分优秀（90-100 分）、良好（75-89 分）、及格（60-74 分）、不及格（低于 60 分）四个等级。教师要将实践成绩按一定比例计入该门课程总成绩。

成绩评定管理规定

学员学习考核工作是教学运行过程的重要环节，是教学质量管理与评价的重要手段。既是对学员学风和学习效果的检查，也是对教师教风和教学质量的检验。

学员学习考核工作坚持“客观性、全面性、实践性、严格性”的原则，规范学员行为，形成良好的教风和学风，提高学员自我教育，自我约束，自我管理的意识和能力。为此，规定如下：

1、学员学习考核工作在学校新型职业农民培养工作领导小组的领导下，由学校职能管理部门统一管理，各教学点组织实施。

2、学校要根据每个教学点的实际情况，确定考核内容、考核方式、考核时间、考核要求。

3、学校职能管理部门根据考核方案统筹安排考核过程，负责检查各教学点考核组织情况。考核内容、方式由学校新型职业农民培养工作办公室把关，相关系部主任审核。

4、教学计划中规定的课程及其他教学环节，都要进行成绩考核，学员的学业成绩考核实行过程性考核、终结性考核两种方式。学员的学习应始终在教师的监控之下，学员应始终了解自己每部分课程内容的掌握情况。

5、成绩评定。任课教师根据学员的课堂表现、课堂笔记、作业完成、学习情况总结、实践项目成果验收等过程性考核成绩和终结性考核成绩综合评定。过程性考核成绩占 60%，终结性考核成绩占 40%。

6、课程结束后所进行的终结性考核，可以采用闭卷、开卷、小论文、调查报告、心得体会、口试、辩论、实践操作、产品制作、问题设置和现场能力测试等多种形式。考核内容与标准重点要放在基础知识的掌握与职业能力培养方面。

7、闭卷和开卷考核的时间一般为 90 分钟，原则上由相关系部的教师统一命题。操作技能考核的时间视实际情况确定。

8、按照实施性教学计划采用小论文、调查报告、心得体会、口试、辩论、实践操作、产品制作、问题设置和现场能力测试等其他形式进行课程终结性考核的，由任课教师写出考核方案报学校有关管理部门审批，有关资料要报学校有关管理部门存档。

9、考核记录及考核结果由任课教师填写完成后交学校职能管理部门汇总存档。

10、学员无故缺课达 10 课时者，不允许参加终结性考试，且不颁发结业证书。



培养资料归档管理规定

新型职业农民培养教学档案是在开展新型职业农民培养工作教学实践和教学研究全过程中形成的、应当保存的重要文献。为确保资料完整、准确、系统和安全，规定如下：

1、农民培养教学资料，由学校培养工作办公室负责收集、整理、管理和归档。

2、学校设立专门的档案室，培养工作办公室指定专人负责，对有关资料档案实行集中管理。

3、教学档案资料的汇总整理

（1）每学年开始后，由负责实施新型职业农民培养工作的职能部门负责人在部署新学期工作时，同时布置教学过程管理文件目录。

（2）每学期由专职档案员按文件材料类别进行积累，做到有序规范科学整理归档。

（3）档案室管理人员要经常了解、督促兼职档案员的档案建设情况，指导档案员做好教学管理文件材料的积累、建档工作。

（4）根据教学文件材料的形成规律及各级颁发的法规和规定，每个学年开学后第一个月内进行年度集中收集组卷、装订归档、分类保存等工作。

4、学校要积极为新型职业农民培养档案管理创造优良环境，实现教学档案管理科学化。档案管理要从经验管理向科学管理转变，分散管理向集中管理转变，手工管理向现代化管理转变，建立档案数据库，同时加强档案室安全管理，做好防盗、防水、防火、防雷电等工作，确保档案管理高效、高质。

5、新型职业农民培养教学档案资料归档范围

（1）反映新型职业农民培养工作活动全貌，对学校发展、国家建设和历史研究具有利用价值的文件材料，资料力求完整、准确、系统。

（2）新型职业农民培养需要贯彻执行的上级机关的文件材料、教学点、学员本人上交的重要文献资料。主要有组织机构建设、人员职责、教学目标、教学文件、教学计划、教学大纲、实施性教学计划、教学人员信息、教学点信息、学员影像信息、学员学籍信息、理论教学信息、实践教学信息、学员考核信息、学员结业信息、课程建设资料、教材建设资料、教学设备台帐等方面的文件资料、图表资料、影像信息等。

（3）新型职业农民培养实施单位认为具有查考价值的文件材料、图表资料、影像信息等。

6、归档的文件材料要字迹清楚，图面整洁，不得用易褪色的书写材料书写、绘制。微机内重要信息要留有备份。

任课教师管理规定

教师是履行新型职业农民培养职责的专业人员，承担教书育人，培养新农村事业建设

者，提高民族素质的使命。为了加强师资队伍建设，增强教师的工作责任心，稳定教学秩序，提高教学质量，以培养更多的新型职业农民，特制定本制度。

一、教师主要职责

1、坚持四项基本原则，认真学习马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想，树立正确的世界观、人生观和价值观，努力提高自己的思想政治素质。

2、忠诚人民的教育事业，以良好的职业道德和教学风尚进行教学，对学员既要严格要求，又要关心爱护。做到言传身教，教书育人，为人师表。

3、自觉遵守国家法律和上级教育行政部门、学校各项规章制度，要积极参加学校和教务处、系部组织的政治、业务学习和集体活动，严格执行学校的各项规章制度和各种教学文件，遵守教学纪律，做到治学严谨，教风端正。

4、积极参加学校和教务处组织的教学基本建设工作，特别是专业建设、课程建设工作，并努力在本专业、本课程的研究或教学上有所创新。

5、在工作中服从分配，勇挑重担。教学工作是教师的首要工作，全体教师要把主要精力放在本学科的教学工作上，认真钻研教材，认真备课、讲课，提高教学质量，业余时间应主要用来提高自己的业务水平。每学期在完成额定的教学工作量的同时，要积极开展教学研究，踊跃申报学校及以上的教、科研课题，撰写教、科研论文或调查研究总结报告，努力提高教学水平。在此基础上努力搞好科学研究和社会服务工作。

6、负责课堂教学和维持课堂纪律，保证正常的教学秩序。教师应主动与系部的负责人、学科带头人、富有经验的老教师等交流教学信息，共同解决教学中的有关问题。

7、认真履行与自己职称相应的职责，并按照学校有关规定接受工作考核与教学评价。

二、教师工作基本要求

1、在新型职业农民培养工作领导小组的领导下，接受培养工作办公室和教务处、系部双重管理。学校和教务处、系部要热情支持教师的教学工作，为他们参加培训、备课、授课提供必要的条件；同时教师也要积极配合学校和教务处、系部的管理，履行自己的基本职责和义务。

2、教学基本规范

（1）编制授课计划

教师每期的教学任务，由职能管理部门提请主管教学副校长批准后正式下达执行。任课教师获聘后，必须根据教学计划、教学大纲、教材，结合专业实际，认真编制学期授课计划，对课堂讲授、习题课、实验课、实训、复习、考试等，做精心的安排，制定授课进度，（实训课教师制定实训课授课进度计划），一式三份，报送系部和职能管理部门批准。批准后的授课计划不能随意改变，如需做局部调整时，须经职能管理部门批准后才能执行。

（2）备课与编写导学案



备课是教师的一项重要工作，是上好课的前提。教师备课除研究教学大纲，钻研教材外，还应全面了解学员，选择正确的教学方法。

教师备课必须熟练掌握几个基本环节：熟悉教学大纲和教材，掌握好教学内容；明确教学目的要求和重点难点；全面了解学员选择正确的教学方法；编写导学案，熟悉导学案和教具。

备课以个人钻研为主，教师在自备的基础上，应参加专业系部组织的集体研究活动，明确教学目的和要求，抓住关键讲清重点，突破难点，开展交流经验。

在备课的基础上，教师必须写出导学案才能上课，严禁无导学案上课，导学案要反映教学目的要求、教学重点、难点、课的类型、实施的步骤和方法等。导学案根据教学经验和熟练程度不同可详可略，但要系统、明确、实用。教师要提前写好导学案。教师导学案必须随时接受教学管理部门的检查。实验（实习）、实训课前的准备工作属于备课；任课教师必须参加。中、高级职称教师有责任指导新教师备课，新教师要虚心向有经验的老教师学习。

（3）课堂教学

课堂教学是整个教学工作的中心环节。教师应按下列要求精心组织课堂教学，确保每堂课的教学质量。教师必须按课程表的安排上课，并按时上、下课。因故需要调课时，必须经培养工作办公室、教务处同意，并提前办理调课手续，由教务处下达调课通知单，不得私自通知学员停课或调课。

上课前要求教师熟练地掌握导学案内容，带齐教具及演示实验仪器；并提前做检查工作，准时进入教室。

教师要按预定的导学案授课，保证落实教学内容，完成教学任务。教师上课不得拖堂或提前下课，不应随意变更进度、改变教学内容。遇有特殊情况需要改变教学进度计划时，必须提前向教务处申明理由，经批准方可修改进度计划。

教师上课应做到仪表庄重、教态自然、语言文明。教师应检查学员人数，做好考勤记录，然后才开始讲授，课后应填写课堂教学日志。

课堂教学可采用讲授课、实训课等各种形式。教师要认真组织课堂教学，精心设计好每一堂课，要坚持课堂教学环节即学情预见、课程导入、讲授新课、知识拓展、教学建议等，教师要根据现代教育学的观点，勇于改进和采用新的现代化教学手段进行教学。

教师授课必须力求条理清楚，逻辑严密，语言生动，板书整齐，概念明确，重点突出，不要照本宣科；要深入浅出，通俗易懂，要充分调动学员的思维能力，发挥教师的主导作用和学员的主观能动作用，努力提高讲课效果。要提倡教学相长，教师要虚心听取学员意见，不断改进教学方法，提高教学水平。

（4）实践教学

实践教学是新型职业农民培养办学特色的具体体现，是实现培养目标、培养学员职业

能力和专业动手能力的重要教学过程。教师要注意抓好实践教学四个环节,即:组织教学、入门指导、巡回指导、结束指导等,不断提高学员技术、技能和操作水平。

教师要编制完整清晰的实践教学计划、教学大纲和训练提纲。根据不同的实践项目制定相应的任务书、实践报告等统一化的要求与管理,指导学员按照课程大纲要求,自己动手操作实验仪器设备,运用科学的实验方法验证和巩固所学知识。

课前教师应认真做好实践教学的试验演示和各项准备工作,严格按照实践大纲和实践要求组织教学,应注重培养学员严肃认真的科学态度和严谨细致的工作作风,培养学员正确使用有关仪器、仪表和观察、测量、处理实验数据、分析实验结果、撰写实践报告的能力。

实践教学结束后,教师要认真批阅学员填写实践报告、评分和小结。

(5) 课外作业与辅导

任课教师必须按大纲和教科书的要求,合理、恰当地给学员布置一定数量的课外作业(应在授课计划内注明以便审查),布置作业时应把作业的目的、要求、完成的时间向学员交代清楚。

作业题要注意选择典型性和代表性;份量要适当,难易要适中。任课教师必须认真、准确、及时批改学员作业。一般在下次课前必须发回给学员,并对批改中发现的普遍性问题,进行必要的讲评。没有特殊的理由,应全批全改,评定成绩,作为平时成绩的依据之一。

教师每次批改作业后应填写批改作业记录,并随时接受检查。

任课教师要负起对学员进行课外辅导和答疑的责任,要做到满腔热忱,认真负责;承认差别,区别对待;形式多样,注重实效;耐心启发,积极引导。教师期末要按时上交教学总结和课程考试分析表。教师每学期课程结束后,要妥善保管期末考试试卷。

(6) 情况调查

通过座谈、问卷等形式,调查了解学员的思想状况和学习情况,以加强课程与教学的针对性。每一学年内,每门课程的任课教师进行情况调查应不少于一次,并做好调查记录或原始材料分析报告。

三、奖励与处分

1、对在教书育人、教学质量、教学改革、教材建设、教学管理、学员实践指导等方面做出成绩的教师和教学任务饱满、教学效果好的教师,经评定,给予相应奖励。具体奖励措施见学校的教师奖励制度。

2、教师违反国家法律法规,违反学校规章制度的,将进行严肃处理并记录在教师业务档案中。

(1) 凡在教学过程中违背四项基本原则等违法乱纪、影响教师形象,经教育后不改的,参考学校的相关制度给予相应惩罚。



(2) 经教学检查或学员与同行教师反映教学效果差的任课教师，必须在限期内改进，否则暂停任课资格直至调离教学岗位。

(3) 教师违反教学纪律的行为，擅自停、调课或私自请人代课，上课迟到、提前下课、监考失职，考试成绩逾期不送，作业批改不认真或随意不批改，均以教学事故论处。凡在教学过程中旷教、泄露考题、随意送分，均以严重教学事故论处。

(4) 凡由于主观原因，教师不能按时完成教学工作任务的，相应扣其教学工作量。

3、对教师的鉴定、业务考核、奖励、处分等均归入教师本人业务档案。

班主任管理要求

班主任是班集体的直接领导者、组织者和教育者，是学校对学员进行思想教育和管理骨干力量，也是学校与学员加强联系的桥梁。为了充分调动班主任工作的积极性和主动性，实现班主任管理的科学化、制度化、规范化，促进中等职业教育新型职业农民培养工作的顺利开展，特针对新型职业农民培养的特点，制定班主任管理办法。

一、班主任的任职条件

1、对中等职业教育新型职业农民培养工作认识到位，具有为社会主义新农村建设培养现代职业农民的强烈愿望，忠诚党的教育事业，有较高的政治素质和政治理论水平。

2、具有较强的事业心，思想端正，作风正派，办事公道，积极进取，为人师表，热爱学员，严格要求学员。

3、具有较强的协调、组织和管理能力，胜任班主任工作。

二、班主任的聘任

班主任一般由学校和教学点共同协商确定人选，经学校新型职业农民培养办公室审核，主管副校长批准并签发聘书。

三、班主任的职责

1、负责学员报到、培养教育、结业鉴定等工作。

2、制定班级培训工作计划。根据本教学点的实际情况和学校有关规定，制定班级考核和奖惩细则。

3、负责学员自我管理队伍的组建，选拔、培养、考核和指导优秀学员干部。

4、认真及时填写学校档案和成绩表，做好班级学员的学习和健康状况的记载，做好学员操行考核评定工作。

5、主动听取任课教师的意见，加强与任课教师的业务联系与沟通，引导学员端正学习态度，刻苦钻研专业知识，确立简便高效的学习方法，不断提高专业水平，力争成为新农村建设的带头人。

6、及时了解和向学校汇报学员的思想、学习、生产经营等情况，反馈学员意见，以

便于学校改进工作。

7、每次上课时，班主任必须提前到位，检查学员考勤，监督学员签到，组织好学员上课。

8、安排好任课教师及司机中午的休息。

9、完成学校交办的其他工作。

四、班主任的津贴及其发放

1、各教学点的班主任享受班主任津贴。

2、津贴的发放标准由学校和教学点根据实际情况确定。

五、班主任的考核与评优

班主任的考核与评优工作在学校新型职业农民培养工作领导小组的领导下，由新型职业农民培养办公室负责实施。评选结果由校长办公会研究确定，学校和教学点要对优秀班主任给予一定的物质和精神奖励。优秀班主任的评选条件如下：

1、认真履行班主任职责，完成班主任工作任务，并得到本班学员好评。

2、能及时高效、认真准确的完成学校、教学点安排的各项工作任务，发现问题及时与学校、教学点沟通解决。

3、本班级学员遵纪守法，无重大政治事件、恶性事件和不安全事件发生。

4、能较好地组织本班学员完成教学任务，学员出勤率高。

5、能经常了解学员思想、学习、生产及生活状况，并及时与学校沟通，做好学员与任课教师和教学点的沟通桥梁。

6、所带班级涌现出在农业产业结构调整中敢当排头兵，在当地生产经营中起到较大的示范和辐射作用，在新农村建设中能够担当新型职业农民模范带头人的优秀学员。

学员学习出勤考核规定

1、学员参加课堂学习时应佩戴学校发放的贴有本人近期照片的听课证。

2、学员参加课堂学习需持听课证签到，不准代签。

3、学员参加课堂学习时迟到、早退超过 15 分钟，每次按旷课 1 学时对待。

4、学员参加课堂学习有病或有事不能到达或需要外出时，须提前请假，否则按旷课对待。

5、学员无故缺课且不能在一天之内说明原因和补假的，按旷课一次论处（每次按 2 学时计算）。

6、学员参加课堂学习请假须亲自撰写书面请假条，打电话请假和委托他人捎口信请假无效。

7、学员出勤情况为其参加过程性考核的基本资格。凡某一课程课堂学习旷课 4 课时



以上者，取消其参加该课程过程性考核的资格。每期学习缺课累计达到 10 个课时以上(含 10 个课时)，不得参加该课程的终结性考核，不予颁发结业证书。

学员守则

1、坚持四项基本原则，热爱社会主义祖国，立志成为有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义现代化建设特别是社会主义新农村建设事业的合格人才。

2、模范遵守“爱国守法、明礼诚信、团结友善、勤俭自强、敬业奉献”20 字公民基本道德规范。

3、注重个人品德修养。诚实守信，谦虚谨慎，孝敬父母，尊敬他人，勤俭持家、邻里团结、文明用语，礼貌待人。

4、增强法律意识，自觉遵守宪法和国家各项法律、法规，遵守学校的各项规章制度，具有良好的社会道德，不参与封建迷信活动。

5、树立牢固的质量观念和刻苦学习的思想，勤奋学习，认真思考，努力掌握基础理论与专业技能，自觉培养“严谨、勤奋、求实、创新”的优良学风，按时独立完成作业，考试不作弊，积极主动地将所学知识与应用于农业生产和社会工作实践。

6、尊重老师及教学点工作人员的劳动，爱护教学点公共设施，热爱集体，团结同学，助人为乐，生活习惯文明健康。

7、遵守教学点管理制度，遵守课堂纪律，上课主动关闭手机，不大声喧哗，不带小孩进入课堂，维护良好的教学秩序。

8、保护环境，不随地吐痰，保持教室内清洁，不吸烟，不乱扔纸屑及杂物。

9、仪表庄重，着装大方，不穿拖鞋、背心、超短裙、短裤上课。

10、严格请假制度。不代替他人听课、签到。

学员日常行为规范

1、树立爱国观念，维护国家利益。尊重国旗、国徽。不参与任何有损国家尊严和利益的活动。

2、遵纪守法，诚实守信。自觉维护法律尊严，履行公民义务，努力做遵纪守法的模范。不看、不传播反动淫秽书刊和音像制品。对违法行为勇于揭发检举，敢于批评。与他人相处以诚相待，不说谎话和假话。

3、谈吐有礼，举止得当。尊重他人，孝敬老人，不讲粗话、脏话。不赌博，不酗酒，与邻里和睦相处，不参与封建迷信活动。爱护公物，爱惜花草树木，自觉维护环境卫生，不在公共设施上乱涂乱写乱刻，不随地吐痰，不乱扔果皮纸屑。

4、遵守公共秩序和交通规则。在公共场所注意文明礼仪，提倡使用普通话，不起哄滋事。不将食品、饮料带入教室。不带小孩进入课堂。不在公共场所吸烟。不违反交通规



则。

5、遵守学校纪律。按时到教室，做好课前准备，不迟到、早退、旷课。因病、因事不能上课的，应事先按程序办好请假手续。不代替他人听课、签到。

6、上课时保持良好的精神面貌，专心听讲，积极思考，做好笔记。关闭通讯工具和音乐播放器，不交头接耳，保持教室安静。不穿拖鞋、背心、超短裙、短裤上课。

7、独立完成作业，考试不违规、不作弊。

8、积极参加各项集体活动，维护集体利益。



新型职业农民培养

“农产品电子商务”培训档案要求

新型职业农民培养档案资料是全程反映培养新型职业农民的基础资料，它是学校的教学管理机构及教师个人在从事教学管理、教学实践和教学研究活动中直接形成的，有一定保存价值的文字、图表、声像、电子载体等各种文件体系。国家有关惠农政策、教育行政部门有关文件、教学计划实施及整个教学活动的全部资料、资金的使用情况等，都要求比较完整和真实地保存下来，为日后的工作需要和实际问题提供历史的证明。档案管理是教学管理的重要内容，也是学校教学活动规范性管理的基础与前提。

一、档案资料的主要内容

（一）上级行政部门文件

主要是政府及教育行政部门和上级部门印发的有关文件。就河北省的情况来看，主要是河北省政府、河北省教育厅等部门颁布的各种文件。如《河北省人民政府关于加快发展现代职业教育的实施意见》、河北省教育厅等5部门《关于推进教育脱贫行动的实施方案》等。

（二）教学与管理文件

主要是指学校根据有关文件制定了项目培训计划后，在教学与管理过程中产生的一些有价值的文件。包括以下几方面内容：

1、教学基本建设的有关文件

主要包括专业建设文件、课程与教材建设文件、实践教学基地管理文件、师资队伍建设文件等。

2、教学过程文件

主要包括教学计划、课程大纲、课程授课计划、教案等。

3、教学行政管理文件

主要包括教学工作计划、各教学点的工作计划、教学管理制度、教务常规管理文件等。

4、教学监督检查资料

主要包括电话抽查记录，实地回访记录，培训监管、会议记录，考试考核材料，阶段性检查验收报告，年度检查验收报告等。

5、教学点教学情况



主要包括教学点各种教学资料。

（三）学籍档案资料

主要是指在学籍管理过程中形成的具有保存价值的文字、图表等材料。如学员录取材料及名单，学员入学登记表、学籍表，在籍学员名单，学员学籍变更材料与发文，学员奖惩材料，毕（结）业证书发放表，学籍管理规章等。

（四）财务管理资料

包括培养经费拨款申请表，各类培养费用使用情况表，项目资料使用的会计凭证复印件等。

（五）报道宣传资料

包括在各类媒体、网站发布的宣传报道材料，宣传标语、宣传横幅、公告、招生简章等。领导视察、上级检查、兄弟院校学习、学员开学典礼、毕（结）业典礼、实习现场、教学现场等宣传材料。

二、教学档案建设与管理的要求

要遵循全面完整、真实可靠、及时收集、便于查阅和积累的原则。要求一班一建档，对每期培训班都要建立真实、完整和规范的培训档案资料。各类资料要做到真实、完整、有效，不重复不遗漏。

三、各期培训班建档资料

每期项目培训结束时，建立包含如下资料的档案：

- 1、新型职业农民培养任务分配表（附件 1）
- 2、新型职业农民培养授课进度计划表（附件 2）
- 3、新型职业农民培养课程表（附件 3）
- 4、聘用教师登记表（附件 4）
- 5、新型职业农民培养台账（附件 5）
- 6、新型职业农民培养报名登记表（附件 6）
- 7、新型职业农民培养签到表（附件 7）
- 8、参加新型职业农民培养承诺书（附件 8）
- 9、新型职业农民培养学员满意度调查表（附件 9）
- 10、新型职业农民培养跟踪服务登记表（附件 10）
- 11、新型职业农民培养结业证书发放名册表（附件 11）
- 12、教材、导学案、课件、微课
- 13、实训作业和小测
- 14、教学过程录像和照片（每期培训班不少于 3 张照片）
- 15、每期培训工作总结



四、档案分类与组卷

类别	卷号	主要内容
1、综合文件	1-1 上级发文	1-1-1 政府部门、教育行政部门发文
	1-2 与上级部门往来汇报材料	1-1-2 新型职业农民培养领导小组成立文件 1-1-3 新型职业农民培养实施方案 1-1-4 工作总结、会议纪要、领导讲话 1-1-5 有关培训业务的来函、请示、复函、批复等 1-1-6 向上级单位、领导汇报工作的文件材料等资料。
2、教学与管理文件	2-1 教学基本建设	2-1-1 专业建设文件 2-1-2 课程与教材建设文件 2-1-3 实践教学基地资料 2-1-4 师资队伍建设文件
	2-2 教学过程	2-2-1 教学计划 2-2-2 教学大纲 2-2-3 课程授课计划 2-2-4 教案
	2-3 教学行政管理	2-3-1 教学工作计划 2-3-2 各教学点的工作计划 2-3-3 教学管理制度 2-3-4 教务常规管理文件
	2-4 教学监督	2-4-1 阶段性检查验收报告 2-4-2 年度检查验收报告、资料 2-4-3 培训监管、会议记录 2-4-4 电话抽查记录及实地回访记录
	2-5 培训基地情况	2-5-1 培训机构申请培养任务的有关材料 2-5-2 培训基地情况表 2-5-3 培训基地的批复 2-5-4 培训基地任务分解汇总表 2-5-5 签订任务合同或协议书



3、学籍档案	3-1 学籍管理 资料	3-1-1 培养宣传材料 3-1-2 培训班开班通知 3-1-3 培训教学计划（含课时内容安排） 3-1-4 学员登记表 3-1-5 培训现场照片 3-1-6 考试考核材料 3-1-7 学员身份证复印件 3-1-8 学员结业证书发放名册
4、财务管理	4-1 资金使用 资料	4-1-1 培养经费拨款申请表 4-1-2 各类培养费用使用情况表 4-1-3 项目资金使用的会计凭证复印件
5、宣传报道	5-1 宣传材料	5-1-1 在各种媒体、网站发表的宣传材料 5-1-2 张贴宣传画、宣传标语



附件 1:

____年新型职业农民培养任务分配表

县域	编号	培训承担单位	专业技能型和社会服务型 培训任务（人）	生产经营型培 训任务（人）
合 计				



附件 2

新型职业农民培养授课进度计划表

任课教师: 授课教学点及班级: 课程: 年 月 日

[illegible]

注：1、授课进度计划需统一采用本表格式，用 Word 文档制表；2、教学需经系（部）主任审核签字后执行。

系（部）主任签字：

附件 3:

新型职业农民培养教学日志

教学点: 专业: 培训人数: 培训时间: 年 月 日~ 年 月 日

[illegible]

附件 4

聘用教师登记表

姓名		性别		粘贴近期免冠 小2吋蓝底照片
籍贯		民族		
职称		联系电话		
身份证号		学历		
是否 “双师”		担任课程		
毕业学校		所学专业		
学制		毕业时间		
聘期		自 年 月 日至 年 月 日止		
学 习 工 作 简 历	起止年月	在何地学习或从事何工作		证明人
教学情况				

注：请在本表后附身份证复印件（正、反两面复印到1张纸上）、毕业证书、学位证书、职称证书、“双师”证书复印件顺序附本表后。



附件 5

新型职业农民培养台账

培训机构：（盖章）

培训起止时间:

[illegible]

班主任签字:

培训机构负责人签字:

附件 6

____年新型职业农民培养报名登记表

姓名		性别		出生年月		小 2 寸 蓝底照片
政治面貌		民族		文化程度		
籍贯	省 市 县			身份证号		
家庭住址	省 市 县 乡 村 街道 号					
培养学校		教学点				
手机号码				住宅电话		
培训时间				培训专业		
培训期间表现						
奖励记录						

注：请将身份证正、反两面复印到 1 张纸上，并在下面轻粘 3 张蓝底小 2 吋照片附在本表后面。



附件 7

新型职业农民培养签到表

培训机构（盖章）：

培 训 时 间				专 业		
培 训 地 点				培 训 内 容		
学 员 签 到	序	学员姓名	签到	序	学员姓名	签到
	1			26		
	2			27		
	3			28		
	4			29		
	5			30		
	6			31		
	7			32		
	8			33		
	9			34		
	10			35		
	11			36		
	12			37		
	13			38		
	14			39		
	15			40		
	16			41		
	17			42		
	18			43		
	19			44		
	20			45		
	21			46		
	22			47		
	23			48		
	24			49		
	25			50		



附件 8

参加新型职业农民培养承诺书

本人自愿参加由_____学校组织的_____年
新型职业农民培养,自觉服从培养学校和教学点的日常教学
管理,认真听讲,积极实践,遵守纪律,不迟到,不早退,
不无故缺席;培训结束后,在《新型职业农民培养台账》上
签名。

承诺人(签名):

年 月 日



附件 9

新型职业农民培养学员满意度调查表

培训机构：

培训对象类型：

教学点名称：

填表时间：

参加培训时间	培训起止时间_____, 累计培训时间_____天, 其中: 理论课培训时间____天, 实践课培训时间____天。
对授课教师评价	满意 ☐ 基本满意 ☐ 不满意 ☐
对培训内容评价	满意 ☐ 基本满意 ☐ 不满意 ☐
对培训机构组织 管理和服務情况评价	满意 ☐ 基本满意 ☐ 不满意 ☐
学习收获:	
对新型职业农民培训工作的意见、建议:	
学员签名:	年 月 日
调查人员签名:	调查时间: 年 月 日

注：此表由参训学员本人填写，在相应选项内打“√”。



附件 10

____年新型职业农民跟踪服务登记表
(____年至____年)

____县(市、区) 培训机构: 经办人签名: 填表时间: ____年 ____月 ____日

序号	新型职业农民				专业教师(农技人员)		
	姓名	培训类	家庭住址	联系电话	姓名	工作单位	联系

附件 11

新型职业农民培养结业证书发放名册表

培训地点: 专业: 培训时间: 年 月 日~ 年 月 日

[illegible]

新型职业农民培养 “农产品电子商务”培训教材

“农产品电子商务”培训项目组



模块一 农村法律基础知识

项目一 了解宪法法律 争当合格公民

【要点提示】

- 宪法是国家的根本大法
- 公民的权利和义务

宪法是国家的根本大法，却容易使人认为是国家领导人的事，是人民代表大会的事，不如具体的法规如刑法、民法、诉讼法、消费者权益保护法等人们每天都能接触和使用的法律来得具体。宪法好像离我们很远，与我人的生活没有直接关系。长久以来，我们农民朋友们都爱称自己为“老百姓”，在我国建设法治国家的大背景下，“老百姓”这一称呼其实是不符合现代法治理念的，封建中央集权体制下，“百姓”是相对于皇家的姓来讲的，但随着我国社会的发展，民主法制的不断完善，我们的农民朋友急需树立公民意识，要有权利义务的观念，也就是说，作为有中国特色社会主义国家的公民，我们在宪法的框架下拥有自己的权利，同时也要履行自己的义务。本项目的任务就是通过学习宪法，了解宪法的重要性，从而树立宪法法律至上的理念，在日常生活中自觉遵守法律规定，享有权利、履行义务，不能只从自身利益出发，危害国家社会和他人利益。

任务一 为什么宪法是国家的根本大法

【任务内容】

阅读宪法概述思考回答以下问题：

- 1、我国宪法是确认革命胜利果实的总章程，请问我国宪法中体现出谁当家做主？
- 2、我国现行宪法是哪一部宪法，经过几次修改？
- 3、宪法都规定哪些内容？同一般法律一样么？
- 4、宪法的根本性体现在哪几个方面？

【法律知识】

一、宪法概述

宪法是一个国家的根本大法，是特定社会政治经济和思想文化条件综合作用的产物，集中反映各种政治力量的实际对比关系，确认革命胜利成果和现实的民主政治，规定国家的根本任务和根本制度，即社会制度、国家制度的原则和国家政权的组织以及公民的基本

权利义务等内容。

习近平同志指出，全面贯彻实施宪法，是建设社会主义法治国家的首要任务和基础性工作。宪法是国家的根本法，是治国安邦的总章程，具有最高的法律地位、法律权威、法律效力，具有根本性、全局性、稳定性、长期性。任何组织或者个人，都不得有超越宪法和法律的特权。一切违反宪法和法律的行为，都必须予以追究。

1949年10月中华人民共和国成立后，第一届、第四届和第五届全国人民代表大会分别于1954年9月、1975年1月、1978年3月和1982年12月先后制定、颁布了四部《中华人民共和国宪法》。我国的现行宪法是1982年宪法。为了适应中国经济和社会的发展变化，全国人大分别于1988年4月、1993年3月、1999年3月、2004年3月对这部宪法逐步进行了修改、完善。

1982年宪法明确了建立和发展社会主义市场经济。市场经济健康有序发展迫切需要表与之配套的法律体系，近年来，我国一直把经济立法放在首位，并对一批不适应市场经济要求的法律进行及时修改。如：1982年宪法确认“个体经济”可以合法存在之后，个体经济得到发展，为1988年国家制定和通过私营经济合法化的宪法修正案提供了法律依据。

二、宪法是我国的根本大法

宪法是国家的根本大法主要体现在三个方面：

1、宪法内容的根本性

从内容上看，宪法规定涉及国家生活中带有全局性、根本性的问题，如国家性质、根本制度、根本任务、政治制度、经济制度、公民的基本权利和义务等。具体如下：

（1）国家基本制度

政权组织形式：中华人民共和国的一切权力属于人民。人民行使国家权力的机关是全国人民代表大会和地方各级人民代表大会。国家行政机关、审判机关、检察机关都由人民代表大会产生，对它负责，受它监督。中华人民共和国实行依法治国，建设社会主义法治国家。

（2）公民的基本权利和义务

（3）国家机构

权力机关：中华人民共和国全国人民代表大会是最高国家权力机关。它的常设机关是全国人民代表大会常务委员会。地方各级人民代表大会是地方国家权力机关。

行政机关：中华人民共和国国务院，即中央人民政府，是最高国家权力机关的执行机关，是最高国家行政机关。

地方各级人民政府是地方各级国家权力机关的执行机关，是地方各级国家行政机关。

审判机关：中华人民共和国人民法院是国家的审判机关。人民法院依照法律规定独立行使审判权，不受行政机关、社会团体和个人的干涉。



法律监督机关：中华人民共和国人民检察院是国家的法律监督机关。

人民检察院依照法律规定独立行使检察权，不受行政机关、社会团体和个人的干涉。

（4）人民政府组织法

地方各级人民代表大会每届任期五年。

地方各级人民政府每届任期五年。

2、宪法具有最高的法律效力

法律效力是指法律所具有的约束力和强制力，为什么说宪法具有最高的法律效力呢？

主要有以下原因：

（1）普通法律是根据宪法制定的。依据宪法第 18 条的规定，制定了《中华人民共和国刑法》；依据宪法第 103 条的规定，制定了《中华人民共和国兵役法》；依据宪法第 11 条的规定，制定了《中华人民共和国环境保护法》等等。

我国目前已颁布施行的法律、法令和行政法规共有 4000 多个，我国法律、法规浩如烟海，涉及领域非常广泛，从政治、经济、科学、文化、司法、行政，到军事、外交、民族、教育、体育、卫生，牵涉国计民生的方方面面。但归其大类，主要是政治、经济及与公民权利义务相关的法律。这些法律，都是根据宪法制定，是宪法的具体化体现。

（2）普通法律不能和宪法相抵触，否则要被撤销和宣布无效。

3、宪法制定和修改程序比普通法律更为严格

普通法律：由全国人大或其常委会制定。全国人大主席团、常委会、全国人大各专门委员会、国务院、中央军委、最高人民法院、最高人民检察院，以及全国人大的一个代表团或者 30 名以上的全国人大代表，都可以提出法律修正案，由全国人大以全体代表的过半数通过。

修改宪法：只有全国人大常委会或五分之一以上的全国人大代表才可以提出议案，并由全国人大以全体代表的三分之二以上的多数才能通过。

毛泽东同志说：“一个团体要有一个章程，一个国家也要有一个章程，宪法就是一个总章程，是国家的根本大法。”国家的治理离不开法律，只有依法治国，国家才能长治久安。马克思说：“宪法是法律的法律”，依法治国首是指依宪治国，核心也是依宪治国。

任务二 坚持公民权利与义务的统一

【任务内容】

阅读课文，思考以下观点你觉得哪个正确，并说出自己的经历和想法，在你的心中怎么才算是一个合格公民呢？

1、某村全体村民接到通知，全村年满 18 周岁的村民都到村小学礼堂集合，参加村所属的镇人民代表大会代表的选举活动。对此，有以下三种观点：

小张：这是我有生以来第一次参加人大代表选举，我一定要参加。

小王：我们现在工作这么忙，这么紧张劳累，还参加什么人大代表选举？

小李：村里让我去，我就去，但选举什么样的人当人大代表与我关系不大。

2、公民有言论自由权，村里的老王一直怨恨自己的邻居老李，就利用朋友圈和村里的QQ群编排老李，说老李的儿子长得不像他种种，虽然是开玩笑，但是老李心中很不舒服，也编老王的坏话四处传播，请问他们是在享有言论自由的权利么？

【法律知识】

一、公民意识即是权利义务意识

1、公民意识的含义

公民个人对自己在国家中地位的自我认识，是公民对于自己应享受的权利和应履行的义务的自觉意识。健全的公民意识是现代社会文明的标志之一。

公民意识主要体现在责任意识、参与意识与互助精神等，当面对共同的灾难之时，大家应该彼此共同守望，遥相呼应，同呼吸共命运。

只有当这些精神成为一种普遍的自觉的时候，那么我们的社会才会趋于成熟。对于一个人来说，一种习惯的建立需要一段时间。同样对于一个社会来说，判断问题每个人都有不同的标准和角度，但是在此之外对于一些涉及原则的问题则应该有明确的认知以及明辨是非的能力。只有每个个体意识到了这一点，社会的法制才能更进一步的推动，在自觉的基础上建立公民社会才成为可能。那么树立公民意识就必须首先知道我们拥有哪些权利和必须履行哪些义务。

2、公民权利和义务的含义

所谓权利，是指公民依法享有的权益，它表现为享有权利的公民有权做出一定的行为和要求他人做出相应的行为。

所谓义务，是指公民依法应当履行的职责，它表现为负有义务的公民必须做出一定的行为或禁止做出一定的行为。

公民的基本权利与基本义务共同反映和决定着公民在国家中的政治与法律地位，并构成普通法律规定公民权利和义务的基础与原则。

二、我国公民的基本权利

《宪法》中规定了我国公民的基本权利，具体有以下几方面：

- 1、平等权，即公民在法律面前一律平等；
- 2、政治权利和自由，包括选举权和被选举权，言论、出版、集会、结社、游行、示威的自由；
- 3、宗教信仰自由；
- 4、人身与人格权，包括人身自由不受侵犯，人格尊严不受侵犯，住宅不受侵犯，通信自由和通信秘密受法律保护；



5、监督权，包括对国家机关及其工作人员有批评、建议、申诉、控告、检举并依法取得赔偿的权利；

6、社会经济权利，包括劳动权利，劳动者休息权利，退休人员生活保障权利，因年老、疾病、残疾或丧失劳动能力时从国家和社会获得社会保障与物质帮助的权利；

7、社会文化权利和自由，包括受教育权利，进行科研、文艺创作和其他文化活动的自由；

8、妇女保护权，包括妇女在政治、经济、文化、社会和家庭生活等方面享有同男子同等的权利；

9、婚姻、家庭、母亲和儿童受国家保护；

10、华侨、归侨和侨眷的正当权利和利益受国家保护。

三、我国公民的基本义务

1、公民有劳动的权利和义务；

公民有受教育的权利和义务；

夫妻双方有实行计划生育的义务。父母有抚养教育未成年子女的义务，成年子女有赡养扶助父母的义务。禁止破坏婚姻自由，禁止虐待老人、妇女和儿童；

公民在行使自由和权利的时候，不得损害国家的、社会的、集体的利益和其他公民的合法的自由和权利；

公民有维护国家统一和全国民族团结的义务；

公民必须遵守宪法和法律，保守国家秘密，爱护公共财产，遵守劳动纪律，遵守公共秩序，尊重社会公德；

公民有维护祖国的安全、荣誉和利益的义务，不得有危害祖国的安全、荣誉和利益的行为；

保卫祖国、抵抗侵略是中华人民共和国每一个公民的神圣职责。依照法律服兵役和参加民兵组织是中华人民共和国公民的光荣义务；

9、公民有依照法律纳税的义务。

四、坚持公民权利与义务的统一

1、在我国，公民的权利与义务是统一的，二者不可分离。权利与义务在法律上是相对应而存在的，公民在法律上既是权利的主体，又是义务的主体。权利的实现需要义务的履行，义务的履行确保权利的实现。公民参与政治生活，必须坚持权利与义务统一的原则。

2、根据权利与义务统一的原则，一方面，公民要树立权利意识，珍惜权利；另一方面，要树立义务意识，自觉履行公民的义务。

3、宪法规定，公民既享有权利也必须履行义务，自由是有限度的，必须在法律允许的范围内充分行使自己的权利。

【项目实训】

实训项目一：自觉维护宪法的尊严

实训目标：通过案例并结合本地的村规民约，进一步体会维护宪法尊严的重要性，并能够在实践中自觉尊法守法护法，不让村规民约阻碍法治建设的脚步。

实训步骤：阅读案例导入，回答问题，并调查本地存在的一些村规民约，看是否符合宪法法律的规定。

案例导入：四川达州宣汉县南坝镇村民曹仁成为母亲办 87 岁寿宴，当天就被举报违规办宴席，随后，曹仁成被要求向村委会缴纳 650 元“违规办宴席认识费”，并写了一份检讨书。曹仁成有些疑惑：自己只是一个普通村民，办了十多桌宴席，怎么就违规了呢？南坝镇纪委表示，为了制止当地频繁办酒席的风气，各村此前均出台了村规民约，曹仁成违反了村规民约，故作出上述处理。

请问你认为南坝镇纪委作出的处罚决定违反宪法法律规定么？这项村规民约是否有效？为什么？

作为村民自治的制度化、规范化形式，村规民约是一种存在于乡土社会介于正式制度与非正式制度之间的具有一定权威的民间规范，约束和规范着村民的行为，调整着一系列的社会关系。但在实际操作中，村规民约与国家法律之间的关系应遵循一系列原则。

首先，村规民约不得与国家法律抵触。《村民委员会组织法》第二十七条规定了“村规民约不得与宪法、法律、法规和国家的政策相抵触，不得有侵犯村民的人身权利、民主权利和合法财产权利的内容”。“不抵触”是村规民约制定的一项基本原则。村规民约的订立是农村社区法治建设的一个重要组成部分，它不是在法律之上另设一套行为规则，而是在尊重法律的前提下创设的自治规范。

其次，对于可以通过法律调整的事项，应引导和帮助村民通过法律调整。例如，不赡养老人的问题既属于国家法律调整事项，也属于道德调整事项，应引导或者帮助老人通过诉讼等形式获得法律的支持。虽然法律诉讼等形式会投入一定的时间、诉讼费用等成本，但是可以起到警示作用，相较于村规民约，具有更高的强制力。

参考答案：首先，必须肯定当地制定如此村规民约的初衷。毕竟，在农村的一些地方，互相攀比之风颇为严重，浪费现象也随之不断出现，这种人情账，是每个家庭都头痛万分却又欲罢不能的。为了遏制这一铺张浪费的风气，倡导节约型社会，当地制定出如此厉行节约的村规，是可以理解的，而严格按照村规办事，倒也情有可原。

但是，我们要追究一下，这些村规民约是否与国家相关法律法规有所抵触？是否侵犯了他人的人身权利？这些都是首要考虑的问题，否则，再美好的初衷，再善意的村规民约，也将不能成立。回过头来看，报道中的这种处罚已经明显地超出了村规民约的范畴，因为它已经涉及经济惩罚，在没有法律法规授权之下，明显属于违规，它已经凌驾于法律之上，本身就是违法行为。



虽然初衷美好，但是我们必须认识到，在基层特别是农村地区的管理上，决不能施之以简单粗暴的文件式管理，而更应该采取春风化雨样的政策宣传，以教育为主，促进和谐。同时，制定所谓的村规民约，在不抵触法律的前提下，还要让最广大的村民踊跃发表意见，拥有群众基础的村规民约，才最有说服力，才更能被大家心甘情愿地遵守。

实训项目二：判断对错

实训目标：通过对行为进行判断，进一步加深对宪法所赋予的各项权利的理解。

实训步骤：学习宪法赋予的各项权利这部分内容，判断以下行为是否正确，如果违反宪法，请说出侵犯了宪法规定的哪种权利？

- 1、李老太自己信仰天主教，就强迫家人一起信奉，甚至家中刚上学的小孙子也必须信，不然就发脾气不吃饭。
- 2、老王在镇上开设了一家网吧，写招聘信息时特别标注，某某村的人不招。
- 3、张某经常喝酒，有时喝多了就赖在朋友家里不走，非要在人家里睡。
- 4、刘师傅家中有三个孩子，都在求学年龄，但是为了家中生计，让老大在初二便辍学不上学了。

实训要求：

将答案直接写到教材上即可。

先判断再分析。

实训项目三：自觉维护宪法的尊严

实训目标：通过制作宪法宣传海报，加深对宪法的认知和理解，并锻炼书写和设计宣传等方面的能力。

实训步骤：我们学习了宪法，知道了宪法是我们国家的根本大法，那么如何更好地维护宪法的尊严呢？请大家分组制作宪法宣传海报，内容为宪法的地位，公民权利与义务等，制作好后可以在宪法宣传日进行张贴和传阅。

实训要求：

海报制作使用 8 开纸，材质不限，便于展览。

文字颜色为黑色，可以配图。

内容符合宪法法律的要求。

项目二 了解农村土地法律制度

【要点提示】

- 土地的归属和性质
- 农村土地的基本制度
- 土地流转的基本程序

在我国经济体制改革不断深化，市场经济迅猛发展的新形势下，农村社会正在发生着广泛和深刻的社会变革。正在向现代化社会迈进的我国农村出现了大量新的矛盾和新型纠纷。在这种形势下，依法调整农村的利益关系，使农民朋友了解和掌握法律，自觉维护法律，依法解决利益纠纷和利益冲突，对于巩固改革的成果，确保社会稳定和建设我国社会主义法治国家都具有极其重大的意义。本项目通过设置三个不同的任务，让大家对我国农村土地的基本制度和土地流转的程序有一定的了解，从而能够更好维护自己的切身利益。

任务一 农村土地的归属和性质

【任务内容】

1、阅读课文并回答下列问题：

- (1) 有的农民朋友经常说买地卖地是否符合法律的要求？
- (2) 农民朋友们的承包地的所有权属于谁？
- (3) 我国的土地使用权可不可以转让？

2、熟悉中国土地的分类，画出土地性质和土地权属的分类思维导图。

3、阅读下列相关法律规定，解决实际问题：如果你们村几个农户联合起来要搞农场经营，想划出一块地做养猪场，可以选择哪些性质的地块？绝对不可以选择哪些地来进行建设？

【法律知识】

一、我国土地的归属和性质

我国实行土地的社会主义公有制，即全民所有制和劳动群众集体所有制。全民所有，即国家所有土地的所有权由国务院代表国家行使。任何单位和个人不得侵占、买卖或者以其他形式非法转让土地。土地使用权可以依法转让。

我国的所有城市市区的土地属于国家所有。农村和城市郊区的土地，除由法律规定属于国家所有的以外，属于农民集体所有；宅基地和自留地、自留山，属于农民集体所有。

综上所述，我国的土地是公有制的性质，所有权只能由国家和集体拥有，个人不能拥有土地的所有权，只能有使用权。



二、我国的土地用途管制基本制度

国家编制土地利用总体规划，规定土地用途，将土地分为农用地、建设用地和未利用地。我国严格限制农用地转为建设用地，控制建设用地总量，对耕地实行特殊保护。

我们经常所说的农用地是指直接用于农业生产的土地，包括耕地、林地、草地、农田水利用地、养殖水面等；建设用地是指建造建筑物、构筑物的土地，包括城乡住宅和公共设施用地、工矿用地、交通水利设施用地、旅游用地、军事设施用地等；未利用地是指农用地和建设用地以外的土地。

使用土地的单位和个人必须严格按照土地利用总体规划确定的用途使用土地。也就是说，我国的土地根据分类不能随便使用，要经过规划部门的允许，否则即为违法行为。

三、农业用地相关法律规定

在我国广大农村，农民朋友利用土地进行生产建设需要遵守土地相关法律法规，尤其是农业用地方面各部门都有严格的规定，和基本农田管理相关的规定主要有如下内容：

1、规模化畜禽养殖用地的规划布局和选址，应坚持鼓励利用废弃地和荒山荒坡等未利用地、尽可能不占或少占耕地的原则，禁止占用基本农田。

2、设施建设应尽量利用荒山荒坡、滩涂等未利用地和低效闲置的土地，不占或少占耕地，严禁占用基本农田。

3、设施建设应尽量利用荒山荒坡、滩涂等未利用地和低效闲置的土地，不占或少占耕地。各类畜禽养殖、水产养殖、工厂化作物栽培等设施建设禁止占用基本农田。

4、国家实行基本农田保护制度。

下列耕地应当根据土地利用总体规划划入基本农田保护区，严格管理。

（1）经国务院有关主管部门或者县级以上地方人民政府批准确定的粮、棉、油生产基地内的耕地；

（2）有良好的水利与水土保持设施的耕地，正在实施改造计划以及可以改造的中、低产田；

（3）蔬菜生产基地；

（4）农业科研、教学试验田；

（5）国务院规定应当划入基本农田保护区的其他耕地。各省、自治区、直辖市划定的基本农田应当占本行政区域内耕地的百分之八十以上。

5、禁止任何单位和个人在基本农田保护区内建窑、建房、建坟、挖砂、采石、采矿、取土、堆放固体废弃物或者进行其他破坏基本农田的活动。禁止任何单位和个人占用基本农田发展林果业和挖塘养鱼。

【知识拓展】

土地规划

土地是重要的生产资料，对土地的利用是有各种规定的，不能随意乱用，大家要知道

土地规划的概念,就是在一定区域内,根据国家社会经济可持续发展的要求和当地自然、经济、社会条件,对土地的开发、利用、治理、保护在空间上、时间上所作的总体安排和布局,是国家实行土地用途管制的基础。从国家到地方各级政府都有土地的规划。

任务二 了解《土地承包法》主要法律规定

【任务内容】

阅读课本中的法律知识,学习《中华人民共和国农村土地承包法》(以下简称《土地承包法》)中关于土地承包的一系列问题的法律规定并对案例进行分析。

【案例 1】

小王是一名大学本科生,2010 年考上大学后,户口即签到学校所在城市,大学毕业后,户口迁移到工作单位,农村老家的土地承包权该不该为其保留?

【案例 2】

1、2014 年 5 月份,老李和全家四口人一同从藁城老家的农村举家迁到藁城县城,请问村里的土地可否为其保留?

2、2015 年 5 月份,老张和一家人举家从农村迁到了省会石家庄,购买了住房并把所有人的户口都迁到了住房内,请问村里的承包地是否应该被村里收回?

【法律知识】

一、农村土地的承包主体和期限

我国《土地承包法》规定:“农村土地承包采取农村集体经济组织内部的家庭承包方式,不宜采取家庭承包方式的荒山、荒沟、荒丘、荒滩等农村土地,可以采取招标、拍卖、公开协商等方式承包。”这项法律规定中所说的承包是家庭承包而不是个人承包,以家庭为单位也就是“户”。

“四荒”地一般采用招标、拍卖、公开协商方式承包,其流转方式与家庭承包有所区别。农村土地承包期限:耕地为 30 年,草地 30 至 50 年,林地为 30 至 70 年。承包法对林地的承包有一些特殊规定。

二、承包方和发包方的权利义务规定

1、承包期内,发包方不得收回承包地。承包期内,承包方全家迁入小城镇落户的,应当按照承包方的意愿,保留其土地承包经营权或者允许其依法进行土地承包经营权流转。

2、承包期内,承包方全家迁入设区的市,转为非农业户口的,应当将承包的耕地和草地交回发包方。承包方不交回的,发包方可以收回承包的耕地和草地。承包期内,发包方不得调整承包地。

3、承包期内,发包方不得单方解除承包合同,不得假借少数服从多数强迫承包方放



弃或者变更土地承包经营权，不得以划分“口粮田”和“责任田”等为由收回承包地搞招标承包，不得将承包地收回抵顶欠款。

4、承包期内，承包方可以自愿将承包地交回发包方。承包方自愿交回承包地的，应当提前半年以书面形式通知发包方。承包方在承包期内交回承包地的，在承包期内不得再要求承包土地。

5、承包方有稳定的非农职业或者有稳定的收入来源的，经发包方同意，可以将全部或部分土地承包经营权转让给其他从事农业生产经营的农户，由该农户与发包方确立新的承包关系，原承包方与发包方在该土地上的承包关系即行终止。

三、承包合同的解除和中止

《土地承包法》规定有下列情形之一的可以解除、中止土地承包合同。

1、经承包及发包方双方协商同意，在不损害国家集体及其他人利益的情况下，承包方自愿放弃承包土地的；

2、承包方家庭成员全部外迁或者主要劳动力外迁，转入城市或其他村，户口也外迁的；

3、由于国家建设需要征用土地，承包方承包的土地全部被征用或者被批准占用的；

4、承包方在承包期内违反法律法规政策的规定，或者违反合同约定，闲置、抛荒耕地2年以上的，发包方有权收回该耕地，解除承包合同；

5、由于洪涝地震等自然灾害的不可抗力的原因使所承包的土地遭到严重破坏，所承包的土地合同已无法履行。

【案例3】

刘家的女儿出嫁后，在婆家村没有分到地，她原来的地娘家的村委会有权收回吗？请问你们村有这样的情况么？

【案例4】

李大爷生前承包村里五亩土地，2015年去世，老人有三个儿子，大儿子已落户到石家庄，另外两个都在本村务农为生，三个儿子都可以继承他的承包权吗？村委会有权收回土地吗？如果老人去世当年土地上有粮食的收益，大儿子可以继承么？

【法律知识】

一、关于妇女承包经营权保护的规定

1、嫁入方所在地应当按照规定优先解决妇女的土地承包经营权问题，在没有解决之前，出嫁女家所在地的发包方不得强行收回其承包地。

2、妇女离婚或丧偶：

（1）农村妇女结婚或者离婚后，户籍迁往其他乡村的，其责任田、口粮田和宅基地应当由其落户的所在地解决；

(2) 如仍在原籍，原户籍所在地不得撤回她的责任田、宅基地；

(3) 不论是丧偶妇女，还是离婚后的妇女，都有选择居住地的自由，只要户口还在原籍，就不能剥夺她的责任田、口粮田和宅基地。

二、关于承包经营权继承的规定

耕地的承包经营权原则上不能继承，承包人应得的收益可以依法继承，林地的承包人死亡后，其继承人可以继续承包。如果承包经营户的户口上还有人就不存在继承的问题，也就是说，最初承包时“户”上的所有人都不在了才有可能发生继承关系。如果继承人的户口已不在本村，同样不能够继承承包经营权。

【案例 4】

张家与本村村委会签订了为期 30 年的土地承包合同。但近几年来张家一直在县城做生意，没有时间管理土地。张家在与邻居李某协商后，签订了土地转包协议，张家将承包土地转包给李某承包经营。村委会得知后，以此事没有征得村委会同意为由，通知张家转包协议无效，并说张家要不承包土地，村委会就要提前收回承包土地。村委会的做法是否正确？

【案例 5】

老王家的饭店经营火爆，无暇顾及承包地，想要包给他人耕种，可以吗？如果老王为了方便想跟同村的李家互换承包地可以吗？

【法律知识】

一、土地转包的相关规定

1、承包关系

承包方可以在一定期限内将部分或全部土地承包经营权转包或出租给第三方，承包方和发包方的承包关系不变。

2、转包与出租的区别

(1) 转包：承包方在一定期限内将部分或者全部土地承包经营权让与本集体经济组织的其他成员。

(2) 出租：承包方在一定期限内将部分或者全部土地承包经营权让与本集体经济组织以外的第三人。在同等条件下，本集体经济组织成员享有优先权。

(3) 承包方将土地交由他人代耕不超过一年的，可以不签订书面合同。

二、土地承包经营权互换

承包方之间为方便耕种或者各自需要，可以对属于同一集体经济组织的土地的土地承包经营权进行互换。注意：

1、互换必须坚持双方自愿，协商一致，集体经济组织可以建议或协调但不能强迫。



- 2、互换限于同一集体经济组织的承包地，即双方当事人都是本集体经济组织的农户。
- 3、承包经营权互换后，当事人要求登记的，可以向县级人民政府申请登记。

三、土地承包经营权的转让

1、承包经营权转让的条件

承包方有稳定的非农职业或者有稳定的收入来源的，经发包方同意，可以将全部或部分土地承包经营权转让给其他从事农业生产经营的农户，由该农户同发包方确立新的承包关系，原承包方与发包方在改土地上的承包关系即行终止。所以，土地承包经营权转让需要以下三个条件：

- (1) 承包方必须有稳定的非农职业或者稳定的收入来源；
- (2) 必须经发包方同意；
- (3) 受让方应当是从事农业生产经营的农户。

2、转让与转包、出租的区别

- (1) 转让时承包户须有稳定的非农职业和稳定的收入来源，而转包和出租没有此限制；
- (2) 转让必须事先提出申请并经发包方同意，而转包和出租只须到发包方备案；
- (3) 转让后新的承包方应当与发包方建立新的承包关系，原承包方与发包方的承包关系终止，而转包和出租继续保持原承包关系。

四、土地承包经营权的入股

承包方之间为发展农业经济，可以自愿联合将土地承包经营权入股，从事农业合作生产。入股的基本特征：

- 1、入股的主体只限于农户，是农户之间的自愿联合。
- 2、土地承包经营权入股的目的是发展农业生产，而不是从事其他工商业经营活动。
- 3、入股的方式是从事合作生产，不是其他企业组织。

五、土地承包经营权流转的原则

- 1、依法、自愿、有偿；
- 2、不得改变土地所有权和农用地用途；
- 3、流转期限应当限制在承包期以内；
- 4、受让方必须有农业经营能力；
- 5、同等条件下本集体经济组织享有优先承包权。

【案例 6】

村民王五因为家庭负担过重而弃耕土地到深圳打工。2004 年以来，中央落实一系列惠农政策，减免了全部农业税。王五听说后，就返回农村向村民小组要求返还土地，但村民



小组以土地已经发包给其他人为由予以拒绝。于是，王五就想到法院通过法律途径要求返回土地，并让村里赔偿他的损失。

【法律知识】

关于审理涉及农村土地承包纠纷案件适用法律的问题，我国相关法律规定，因发包方违法收回、调整承包地，或者因发包方收回承包方弃耕、撂荒的承包地产生的纠纷，按照下列情形，法院应该分别处理。

1、发包方未将承包地另行发包，承包方请求返还承包地的，应予支持。

2、发包方已将承包地另行发包给第三人，承包方以发包方和第三人为共同被告，请求确认其所签订的承包合同无效、返还承包地并赔偿损失的，应予支持。但属于承包方弃耕、撂荒情形的，对其赔偿损失的诉讼请求，不予支持。第三人请求受益方补偿其在承包地上的合理投入的，应予支持。

【知识拓展】

农民的土地承包经营权是否可以用作抵押？

农民承包土地的方式有两种，一种是家庭承包，承包的对象是耕地、林地和草地。不能设定抵押。一种是以其他方式的承包，包括招标、拍卖、公开协商等承包方式，承包的标的是“四荒”土地。可以设定抵押。目前土地政策已经有所调整，经过土地确权后，各地已经开始进行农户承包用地抵押贷款的实践。

任务三 了解农村宅基地的有关规定

【任务内容】

请从课文中找出答案解决案件中的疑难问题，并思考回答下列问题，你家的宅基地能卖么？卖的是房还是地？可以卖给什么样的人？

1、买卖合同的标的是房屋还是宅基地，还是包括二者在内？

注：《土地管理法》第六十二条第四款规定：“农村村民出卖、出租住房后，再申请宅基地的，不予批准。”

2、“房地一并”原则下能否间接导致宅基地流转？

【案例导入】

“宅基地流转”案件——“北京画家村案件”

2002年李玉兰以4.5万元的价格买下马海涛宋庄镇辛店村391.28平方米的小院。2007年，在房价高涨和高额拆迁补偿款传闻下，马海涛将李玉兰告上法庭，请求判决合同无效，归还房产。

北京市通州区法院一审认为，李玉兰系城市居民，依法不得买卖农村集体经济组织成员的住房，判决双方签订的合同无效，判决李玉兰将诉争房屋及院落腾退给马海涛，原房主按照评估价给李玉兰9.3万元补偿款。李玉兰不服，上诉至北京市二中院。



审理法官说，鉴于李玉兰在一审法院审理期间未就其损失提出明确的反诉主张，在本次审理程序中，不宜就损失赔偿问题一并处理，李玉兰可就赔偿问题另行主张。

北京市二中院依据“农村居民不得出售宅基地给城市居民”的有关规定，判定房产买卖无效，马海涛赔偿李玉兰房屋补偿款 93808 元。李玉兰反诉马海涛，要求得到升值土地的区位补偿价。按法庭判决，加上第一次诉讼房屋及添附部分应赔偿的 93808 元，李玉兰最终应得到的房屋赔偿价格为 279098 元。

【法律知识】

一、宅基地的基本特征

- 1、宅基地使用权作为一种用益物权，建立在集体所有的土地权能基础之上。
- 2、宅基地使用权是专门用于农户建造房屋和其他建筑物以用于生活目的的用益物权。与建设用地不同，宅基地不能够用于工商业活动或者旅游开发等，其根本目的就是为了满足农村居民居住用房。
- 3、宅基地使用权是一种特殊的无偿用益物权。
- 4、宅基地使用权是一种无期限的用益物权。
- 5、宅基地使用权的主体是一个集合的，即以农村人口户籍管理中的基本单位“户”作为单元。

二、当前禁止宅基地流转的法律规定

1、明确禁止宅基地流转

1988 年《土地管理法》第 41 条和 1991 年制定的《土地管理法实施条例》第 26 条和第 27 条承认城镇非农业户口居民和回原籍乡村落户的职工、退伍军人和离退体干部以及回家乡定居的华侨、港澳台同胞享有使用集体所有的宅基地的权利。

1998 年修订的《土地管理法》废除了城镇非农业户口居民享有宅基地使用权的规定。

《物权法》第 153 条规定，“宅基地使用权的取得、行使和转让，适用土地管理法等法律和国家有关规定。”

2、例外情况下的合法流转

- (1) 继承；
- (2) 同一个集体经济组织内部成员之间的买卖。

3、小产权房占地类型及合法性存在瑕疵的原因（不能办理房产证）

小产权房占用土地的类型		合法性存在瑕疵的原因
(1) 占用集体建设用地并且对外	① 占用村民原有宅基地并且对外销售的小	主体受到限制，城市居民无法取得农村宅基地使用权。

销售的小产权房,不符合法律规定。	产权房,不符合法律规定。	流转受到限制,不允许农村宅基地使用权进入市场。
	②占用其他集体建设用地并且对外销售的小产权房,不符合法律规定。	流转受到限制,不允许集体建设用地使用权进入市场。
(2) 占用农用地(特别是耕地)并且对外销售的小产权房,不符合法律规定。		严格控制非农业建设占用农用地。

4、物权法的相关规定

《物权法》第 155 条规定:“已经登记的宅基地使用权转让或者消灭的,应当及时办理变更登记或者注销登记。

第一,物权法禁止宅基地通过买卖、抵押或者其他流转方式进入市场,所以,原则上宅基地使用权自身不会主动发生流转。但是,由于宅基地使用权人同时作为宅基地之上的房屋的所有权人,通过继承或者其他方式可能发生因“地随房走”的法律后果,即因房屋所有权变动导致宅基地使用权随之变动。

第二,在宅基地使用权人已经办理了登记,因为房屋毁损、脱离原集体经济组织而丧失宅基地使用权时,如果集体经济组织收回宅基地,并且没有再次分配给其他村民,原宅基地使用权人必须办理注销登记

任务四 了解关于农村土地征收和征用的问题

【任务内容】

- 1、了解土地征收和征用的不同。
- 2、土地被征收的一方是个人还是集体?
- 3、土地征收的补偿费一般分为哪几类?

【法律知识】

一、土地征收与征用的区别

征收的法律后果是土地所有权的改变,土地所有权由农民集体所有变为国家所有。

征用的法律后果只是使用权的改变,土地所有权仍然属于农民集体,征用条件结束需将土地交还给农民集体。

二、土地征收的特征

- 1、土地征收法律关系主体双方是特定的,征收方只能是国家,被征收方只能是所征



土地的所有者，即农民集体；

- 2、征收土地具有强制性；
- 3、征收土地具有补偿性；
- 4、征收土地将发生土地所有权转移。

三、土地征收的补偿费

土地征收的补偿费用分为三种，分别为土地补偿费、安置补助费以及地上附着物和青苗的补偿费。

1、土地征收的土地补偿费，为该耕地被征收前三年平均年产值的六至十倍。

2、土地征收的安置补助费，按照需要安置的农业人口数计算。需要安置的农业人口数，按照被征收的耕地数量除以征地前被征收单位平均每人占有耕地的数量计算。每一个需要安置的农业人口的安置补助费标准，为该耕地被征收前三年平均年产值的四至六倍。但是，每公顷被征收耕地的安置补助费，最高不得超过被征收前三年平均年产值的十五倍。

3、土地征收的地上附着物和青苗的补偿费分为青苗补偿标准和其他附着物的补偿标准。

（1）青苗补偿标准：对刚刚播种的农作物，按季产值的三分之一补偿工本费。对于成长期的农作物，最高按一季度产值补偿。对于粮食、油料和蔬菜青苗，能得到收获的，不予补偿。对于多年生的经济林木，要尽量移植，由用地单位付给移植费；如不能移植必须砍伐的，由用地单位按实际价值补偿。对于成材树木，由树木所有者自行砍伐，不予补偿。

（2）其他附着物的补偿标准：征收土地需要迁移铁路、公路、高压电线、通讯线、广播线等，要根据具体情况和有关部门进行协商，编制投资概算，列入初步设计概算报批。拆迁农田水利设施及其它配套建筑物、水井、人工鱼塘、养殖场、坟墓、厕所、猪圈等的补偿，参照有关标准，付给迁移费或补偿费。用地单位占用耕地建房或者从事其它非农业建设时，应当按照《中华人民共和国耕地占用税暂行条例》的规定，缴纳耕地占用税。

【项目实训】

实训项目一：做土地新政策宣传员

实训目标：学习国家有关土地新政策，把握时代脉搏，向家人朋友进行政策宣传。

实训步骤：阅读资料，在了解内容的基础上编写宣传口号，并及时将政策向身边的人宣传。

农村土地改革政策新方向

改革开放以来，中央关于农村土地制度改革安排，始终遵循着生产关系适应生产力的客观规律，始终坚持尊重农民意愿和维护农民的权利，在推进过程中环环相扣、循序渐进，其过程像一个“三部曲”，不断丰富和完善了中国特色的农村土地制度。

改革开放之初，根据当时农业生产力水平低下、解决吃饭问题是当务之急，在坚持农

村土地集体所有的前提下，把土地承包经营权赋予农户家庭，实行家庭联产承包责任制。实际上是“两权分离”，充分调动了亿万农民群众的生产积极性，解决了温饱问题，也使几亿农村贫困人口脱贫，为国民经济的持续快速发展提供了基础支撑，这是我国农村改革重大成果，是带有根本性、基础性的成果。

经过三十多年的发展，随着社会主义市场经济的不断发展完善，按照归属清晰、权能完整、流转顺畅、保护严格的产权制度要求，中央又部署开展了农村土地集体所有权、农户承包经营权的确权登记颁证，向农民“确实权、颁铁证”，稳定农村土地承包关系并保持长久不变，进一步夯实了制度根基。

十八届三中全会为我国农村改革再出发定了调，而 2014 年中央 1 号文件则对农村改革进行了全面部署。深化农村土地制度改革在今年的中央 1 号文件中十分瞩目。一个是稳定承包权，一个是放活经营权。具体说，就是在落实农村土地集体所有权的基础上，稳定农村土地承包关系并保持长久不变，在坚持和完善最严格的耕地保护制度前提下，赋予农民对承包地占有、使用、收益、流转及承包经营权抵押、担保权能。引导和规范农村集体经营性建设用地入市。完善农村宅基地管理制度。改革农村宅基地制度，完善农村宅基地分配政策，在保障农户宅基地用益物权前提下，选择若干试点，慎重稳妥推进农民住房财产权抵押、担保、转让。农村“三块地”改革在中央全面深化改革领导小组第七次会议得到审议，是 1 号文件关于推动农村土地改革的进一步深化。

改革措施的实行，必须有改革方略来指引。“三权分置”思想，就是农村土地改革方略的核心。2014 年 9 月召开的中央全面深化改革领导小组第五次会议强调，要在坚持农村土地集体所有的前提下，促使承包权和经营权分离，形成所有权、承包权、经营权三权分置，经营权流转的格局。

“三权分置”思想是我国农村土地改革的指针，循着这个方向，新一轮农村土地制度改革试点必然呈现新局面。

实训要求：

编写的口号进行当堂展示。将关于农村土地的三项权利牢记在心。

实训项目二：案例分析

实训目标：在分析案例基础上。逐步理清土地承包经营权的相关知识和流转时的注意事项。

实训步骤：

1、阅读案例：土地承包经营权抵押贷款案例

尽管去年遭受洪灾损失惨重，缺少了实实在在的贷款抵押物，但种粮大户刘津江仍从银行贷了 30 万元。原因是往年需要找熟人、托亲戚的五户联保贷款形式，变成了今年更加方便、快捷的用土地承包经营权抵押贷款。



刘津江是黑龙江省同江市街津口乡种粮大户，去年种了 1000 多亩地，由于洪灾颗粒无收，损失达 70 多万元。春节后他一度担心没钱买农资，种不上地。“种地赔钱了，一些农户也不愿意给担保了，幸好土地承包经营权可以抵押贷款。”同江市农村信用合作联社副主任马超说，通过政府搭台，引进担保公司，将农民土地承包经营权作为抵押，推动了农村金融服务政策的破冰。以往农民找金融部门要贷款，现在政策理顺了，一些金融部门主动上门为农民放贷款。对金融机构来说，利息收益虽然有所减少，但告别了“有钱想放却不敢放”的担忧。马超坦言，与此前每年占贷款总额 10% 的不良贷款金额相比，支付给担保公司的贷款总额 0.2% 的服务费非常划算。

截至 5 月，同江市已有信用社、农行、邮储三家金融部门与同江市农村资源综合服务平台合作，发放农业生产贷款 4.55 亿元，占同江市今年农业生产资金需求的 57.6%，为 6272 户受灾农户解决了春耕生产资金问题。记者了解到，用土地承包经营权抵押贷款已在黑龙江省很多县市启动。在黑龙江省方正县农村产权交易服务中心，一块大屏幕滚动着待流转的土地信息，面积、户主、位置、价格一清二楚。哈尔滨银行、信用社等机构通过方正农村产权交易中心，将土地承包经营权作为抵押物，共放贷涉农资金 6 亿元。方正县农村经济经营管理站站长王忠说，在将土地承包经营权作为抵押贷款的过程中，农村经济与资源管理中心为金融部门和担保公司，出具资源抵押唯一权威证明、资源预期收益评估报告等，解决了证照不实、抵押物不实、权属不清等问题，降低了金融借贷风险纠纷，减轻了担保风险。为打造融资担保平台，克山县筹建齐融、鑫正信贷担保公司两家，为规模经营主体担保贷款 3.5 亿元，帮助经营主体突破担保难瓶颈。克山县有关负责人介绍说，克山还在农村金融创新上搞突破，引导各类信贷资金投向农业。去年克山信用社、村镇银行等多家金融机构，采取土地经营权抵押等方式共为农民贷款 3.1 亿元。

2013 年，国务院确定黑龙江省先行开展现代农业综合配套改革试验。2015 年 6 月中旬，人民银行、财政部、农业部、黑龙江省等部门联合出台了《黑龙江省“两大平原”现代农业综合配套改革试验金融改革方案》，全面拉开了这个省现代农业金融改革大幕。

2、通过阅读案例，回答下列问题：

(1) 请问这个地区的农户在什么机构进行土地抵押贷款？

(2) 种粮大户抵押的是土地经营权还是所有权，为什么？

(3) 你了解本地区的农村金融机构么？请进行调查，并咨询相关抵押贷款业务是否在你家乡能够办理，请写出你调查的结果。

项目三 农村民事相关法律规定

【要点提示】

- 简要介绍婚姻家庭法律制度
- 继承法基础知识
- 合同法基础知识

法是调整平等主体（自然人、法人、其他组织）之间财产关系和人身关系的法律规范的总称。民法对我们日常生活的指导和影响巨大，可以说在我们生活当中民法无处不在，从婚姻家庭到经济交往，存在相当多的民事法律关系，本项目的设置分为三大任务，分别是学习婚姻家庭关系法律、学会订立合同以及了解侵权行为法的部分内容，都是同我们息息相关的法律规定，请大家认真学习并按时完成课后任务。

任务一 深入了解婚姻家庭法律制度

【任务内容】

本任务要求通过简单的法律知识的学习，能够回答下列有关婚姻家庭法律问题。

甲和乙举办了传统的酒席，双方家族都承认了他们的婚姻，但是双方均未满 20 岁，没有领结婚证。问题：

（1）甲和乙的婚姻缔结是否合法？

（2）虽然经过了“明媒正娶”，可是这样“结婚”后“离婚”怎么办？有没有结婚证跟财产有多大关系？

2、订婚有法律效力吗？由此引起的财物纠纷应如何处理？

3、婚后房屋赠与协议能否撤销？

4、结婚前一方付首付，结婚后夫妻共同偿付贷款的房产，离婚时如何分割？

5、以父母名义购买的房该房属于谁？

6、夫妻任何一方未经另一方允许单独处置房产行为有什么样的法律后果？

【法律知识】

一、结婚的条件

结婚是人生大事，我国公民在《宪法》保护下享有婚姻自由自主的权利，但是缔结婚姻不是只有自愿这个条件，我国有专门的《婚姻法》来规定结婚需要的条件，包括实质条件和形式条件，并对禁止结婚的情况做了规定，具体如下：

1、结婚的实质条件

（1）男女双方完全自愿；



- (2) 达到法定结婚年龄：男 22 岁，女 20 岁；
- (3) 符合一夫一妻制。

2、结婚的禁止条件

- (1) 禁止一定范围的血亲结婚；
- (2) 禁止患一定疾病的人结婚；
- (3) 禁止有配偶者结婚（重婚）。

3、结婚的形式条件

登记——领取结婚证。

二、农村彩礼的问题

1、订婚的效力

订婚是在我国民间广泛存在的一种仪式，但是婚约没有法律约束力，不受法律保护，而且订婚不是结婚的必经程序。

最高人民法院关于适用《中华人民共和国婚姻法》若干问题的解释（二）的相关规定，如果双方未办理结婚登记手续的，一方当事人请求另一方返还按照习俗给付的彩礼的，人民法院应当予以支持。该解释在决定彩礼是否返还时，是以当事人是否缔结婚姻关系为主要判断依据的。给付彩礼后未缔结婚姻关系的，原则上收受彩礼一方应当返还彩礼，而不考察原因是什么，也不问是谁的过错造成的。

2、彩礼范围的界定

一般地，男女双方自愿互相赠送的礼物或送给对方父母、近亲属的礼物，属于赠与性质；父母、近亲属送给对方的礼物，也属于赠与性质；一方婚丧嫁娶、生病长灾，对方以及其父母所送的礼物，亦属于赠与性质。此外，男女双方结婚前，一方送给对方家庭的食物和进行的帮工，或双方父母、近亲属为订婚提供、操办的酒席、烟、茶、糖等，一律不得追索。对所诉纠纷的财物，是索取的、不得不给的或是赠与的，因故无法查清的，可推定为赠与。

三、事实婚姻和同居关系解除

1、1994 年 2 月 1 日民政部《婚姻登记管理条例》公布实施以前，男女双方同居生活的，并且符合结婚实质要件的，按事实婚姻处理。

凡是在 1994 年 2 月 1 日民政部《婚姻登记管理条例》公布实施以后，男女双方同居的，如果不符合结婚的实质要件，属于同居关系；如果符合结婚的实质要件，应当补办婚姻登记，不予补办的，属于同居关系。

2、事实婚姻解除的效力同离婚（合法婚姻）的效力一样，受到婚姻等相关法律法规的全面保护。

3、同居关系的解除：一是双方无配偶的同居关系向人民法院单独提出解除时法院不

能受理；二是在同居关系解除时的财产处理及子女抚养问题。

- (1) 当事人所生的子女，适用《婚姻法》有关父母子女的规定；
- (2) 当事人之间的财产关系不适用《婚姻法》有关夫妻财产制的规定；
- (3) 相互之间没有法定的扶养义务；
- (4) 男女双方不能以配偶的身份互为第一顺序的法定继承人；
- (5) 男女双方无补偿请求权和经济帮助请求权。

四、夫妻共同财产的规定

1、夫妻共同财产的范围

(1) 工资、奖金，指在夫妻关系存续期间一方或双方的工资、奖金收入及各种福利性政策性收入、补贴；

(2) 生产、经营的收益，指的是在夫妻关系存续期间，夫妻一方或双方从事生产、经营的收益；

(3) 知识产权的收益，指的是在夫妻关系存续期间，夫妻一方或双方拥有的知识产权的收益；

- (4) 继承或赠与所得的财产；
- (5) 其他应当归共同所有的财产。

2、属于夫妻一方所有的财产

有下列情形之一的，为夫妻一方的财产：

- (1) 一方的婚前财产；
- (2) 一方因身体受到伤害获得的医疗费、残疾人生活补助费等费用；
- (3) 遗嘱或赠与合同中确定只归夫或妻一方的财产；
- (4) 一方专用的生活用品；
- (5) 其他应当归一方的财产。

3、婚姻存续期间房屋赠与的法律规定

我国的《婚姻法解释（三）》规定，婚前或者婚姻关系存续期间，当事人约定将一方所有的房产赠与另一方，赠与方在赠与房产变更登记之前撤销赠与，另一方请求判令继续履行的，人民法院可以按照合同法的规定处理。

而合同法第一百八十六条是这样规定的，赠与人在赠与财产的权利转移之前可以撤销赠与。具有救灾、扶贫等社会公益、道德义务性质的赠与合同或者经过公证的赠与合同，不适用前款规定。也就是说赠与房产没有过户前是可以撤销赠与的。

4、关于婚前购买房产的法律规定

- (1) 婚姻法解释中规定夫妻一方婚前签订不动产买卖合同，以个人财产支付首付款



并在银行贷款，婚后用夫妻共同财产还贷，不动产登记于首付款支付方名下的，离婚时该不动产由双方协议处理。

如果按照上述规定不能达成协议的，人民法院可以判决该不动产归产权登记一方，尚未归还的贷款为产权登记一方的个人债务。双方婚后共同还贷支付的款项及其相对应财产增值部分，离婚时应根据婚姻法有关规定的原则，由产权登记一方对另一方进行补偿。

(2) 婚姻关系存续期间，双方用夫妻共同财产出资购买以一方父母名义参加房改的房屋，产权登记在一方父母名下，离婚时另一方主张按照夫妻共同财产对该房屋进行分割的，人民法院不予支持。购买该房屋时的出资，可以作为债权处理。

5、夫妻一方私自处分房产的法律规定

依照我国法律规定，夫妻中的一方未经另一方同意出售夫妻共同所有的房屋，第三人善意购买、支付合理对价并办理产权登记手续，另一方主张追回该房屋的，人民法院不予支持。

夫妻一方擅自处分共同所有的房屋造成另一方损失，离婚时另一方请求赔偿损失的，人民法院应予支持。

任务二 了解继承法的基础知识

【任务内容】

了解《中华人民共和国继承法》的相关内容并完成综合案例分析题。

王某与李某系夫妻，共有 16 间房屋和 8 万元存款。生有王某军和王某海两个儿子。长子 2005 年死亡，其妻张英带养女王红同公婆一起生活。次子王某海 2010 年因公牺牲，其妻改嫁他人，留下儿子王河和女儿王丽同祖父母一起生活。2015 年 10 月王某因病去世。王某生前没有立遗嘱，请问王某的遗产如何继承？

【法律知识】

一、遗产继承的种类

- 1、法定继承（无遗嘱继承）
- 2、遗嘱继承
- 3、遗赠与遗赠扶养协议

二、法定继承的顺序

我国《继承法》第十条规定了遗产按照下列顺序继承：

第一顺序：配偶、子女、父母；

第二顺序：兄弟姐妹、祖父母、外祖父母。

继承开始后，由第一顺序继承人继承，第二顺序继承人不继承。没有第一顺序继承人继承的，由第二顺序继承人继承。

《继承法》中所说的子女，包括婚生子女、非婚生子女、养子女和有扶养关系的继子女。此法所说的父母，包括生父母、养父母和有扶养关系的继父母。此法所说的兄弟姐妹，包括同父母的兄弟姐妹、同父异母或者同母异父的兄弟姐妹、养兄弟姐妹、有扶养关系的继兄弟姐妹。

【法条链接】

关于继承的相关规定

第十二条 丧偶儿媳对公、婆，丧偶女婿对岳父、岳母，尽了主要赡养义务的，作为第一顺序继承人。

第十三条 同一顺序继承人继承遗产的份额，一般应当均等。

对生活有特殊困难的缺乏劳动能力的继承人，分配遗产时，应当予以照顾。

对被继承人尽了主要扶养义务或者与被继承人共同生活的继承人，分配遗产时，可以多分。

有扶养能力和有扶养条件的继承人，不尽扶养义务的，分配遗产时，应当不分或者少分。

继承人协商同意的，也可以不均等。

第十四条 对继承人以外的依靠被继承人扶养的缺乏劳动能力又没有生活来源的人，或者继承人以外的对被继承人扶养较多的人，可以分给他们适当的遗产。

第十一条 被继承人的子女先于被继承人死亡的，由被继承人的子女的晚辈直系血亲代位继承。代位继承人一般只能继承他的父亲或者母亲有权继承的遗产份额。

四、“过继”子女享有继承权吗？

最高人民法院《关于贯彻执行民事政策法律若干问题的意见》第38条规定：“过继”子女与“过继”父母形成抚养关系的，既为养子女，互有继承权；如系封建性的“过继”、“立嗣”，没有形成抚养关系的，不能享有继承权。根据该条规定，只有形成抚养关系的“过继”子女才享有继承权。

《继承法》第14条规定：对继承人以外的依靠被继承人扶养的缺乏劳动能力又没有生活来源的人，或者继承人以外的对被继承人扶养较多的人，可以分给他们适当的遗产。

最高人民法院《关于贯彻执行〈中华人民共和国继承法〉若干问题的意见》第31条规定：依继承法第十四条规定可以分给适当遗产的人，分给他们遗产时，按具体情况可多于或少于继承人。

任务三 学会利用合同进行民事活动

【任务内容】

民事法律关系当中存在一种非常重要的债权关系即合同法律关系，合同对生产生活都有重大的影响，直接关系到公民的切身经济利益，本任务就是来学习合同的相关法律规定，



树立契约精神，重诺守信。

【案例 1】

甲有一处村改造房，甲将房子租给了乙，合同约定租金每月 1000 元。后乙经甲同意又将房屋转租给丙，合同约定租金每月 1200 元。问：如果丙从甲手中买受该房屋，并办理过户登记。将发生怎样的法律后果？

- 1、甲、乙房屋租赁合同
- 2、乙、丙房屋转租合同
- 3、丙、甲房屋买卖合同

【法律知识】

一、合同是什么

合同是指平等主体的自然人、法人、其他组织之间设立、变更、终止民事权利义务关系的协议。

二、合同的形式和内容

1、《合同法》第十条：当事人订立合同，有书面形式、口头形式、和其他形式。

法律、行政法规规定采用书面形式的，应当采用书面形式。当事人约定采用书面形式的，应当采用书面形式。

（1）口头形式：口头形式就是以谈话的方式订立合同。

（2）书面形式：合同书、信件和数据电文。

（3）其他形式：一般是指推定形式和默示形式。

推定形式是指当事人不直接用书面方式或者口头方式进行意思表示，而是通过某种行为来进行意思表示。

默示形式是指当事人用沉默不语的方式进行意思表示。

2、合同的内容。《合同法》第十二条 合同内容由当事人约定，一般包括以下条款：

当事人的名称或者姓名和住所；标的；数量；质量；价款或者报酬；履行期限、地点和方式；违约责任；解决争议的方法。

【案例 2】

黄先生选定一套城中村改造的商品房，并与开发商签订了《商品房预售合同》，约定其购买本市某处房屋，总价为人民币 185 万元。合同补充条款约定，开发商交付房屋使用时，必须与楼书说明保持一致。如有违反，其有权追究开发商的违约责任。

合同订立后，黄先生按约付清房款，但开发商交付的房屋却与楼书说明相去甚远。购房时，黄先生拿到的彩色印刷品上写明“凯旋门的气度风光、香榭丽舍林荫大道、回旋式丰收女神喷水池、巴黎古典前庭回廊……”等广告词语，并注明交房标准为每户独立水、电、煤气表均出户设置。

实际上水、电、煤气等表都在户内，且彩色印刷品中载明的大部分设施未能兑现。黄先生认为开发商违反合同约定，要求开发商承担违约责任。但开发商认为，黄先生所称的楼书是广告宣传品而非合同，充其量只能是要约邀请，在销售过程中先后印刷过几种不同形式的广告宣传品，从未出过正式楼书，不应承担违约责任。你认为开发商的理由成立吗？

【案例 3】

要求：分析情景中的要约和承诺。

顾客老李来到农产品批发市场，老谢接待的他，对话如下：

1、老李问：这箱烤蘑菇多少钱啊？

老谢答：99 元。

老李：好。

2、老李问：这箱烤蘑菇多少钱啊？

老谢答：99 元。

老李问：80 元卖不卖？

老谢答：好。

3、老李问：这箱烤蘑菇多少钱啊？

老谢答：99 元。

老李问：那再送点小礼品吧。

答：默认可以/不可以。

【法律知识】

一、订立合同的一般过程

每一个合同的订立都可以分为要约和承诺两个阶段，不论是书面的还是口头的合同都会有这样一个过程。

1、要约

要约是希望订立合同的意思表示。

要约的成立有两个条件：

（1）内容具体明确，要约不能含混不清，应当明明白白。也就是说，要约必须有足以使合同成立的必备条款；

（2）表明经对方承诺，本人即接受要约的约束。比如以下表述，“本农场有大量的新鲜樱桃，价格为 20 元/近，保证现货供应，5 月 20 日来电。”这就是要约；但是如果后面有“以签订合同确认为准”；“须以本公司最后确认为准”；“须以货物尚未售出为准”；“仅供参考”等字样，则不构成要约。

2、承诺

承诺是受要约人同意要约的意思表示。承诺的内容应当与要约的内容一致，内容一致



的含义是承诺对要约的内容没有作出实质性变更。

受要约人对要约的内容作出实质性变更的,为新要约。有关合同标的、数量、质量、价款或者报酬、履行期限、履行地点和方式、违约责任和解决争议方法等的变更,是对要约内容的实质性变更。承诺对要约的内容作出非实质性变更的,除要约人及时表示反对或者要约表明承诺不得对要约的内容作出任何变更的以外,该承诺有效,合同的内容以承诺的内容为准。

二、要约邀请

要约邀请是希望他人向自己发出要约的意思表示。寄送的价目表、拍卖公告、招标公告、招股说明书、商业广告等为要约邀请。如果商业广告的内容符合要约规定的,视为要约。

【案例 4】

某山区农民赵某家中有一花瓶,是赵某的爷爷留下。李某通过他人得知赵某家有一清朝花瓶,就上门表示要买下来。赵某不知道该花瓶真实价值,李某用 1 万 5 千元买下,后来赵某才知道这个花瓶值 15 万。问赵某可以退回 1 万 5 千元,向李某要回花瓶吗?

【案例 5】

2014 年,江某某(原告)和黄某某(被告)、证人朱某某、王某某等人在广东省某工程指挥部共同竞争灯具业务。期间,原被告和证人朱某某通过私下协商,达成一致,原告自愿退出竞争,被告和证人朱某某等人补偿原告损失 50000 元后朱某某给付原告 30000 元,被告于 2014 年 11 月 9 日出具 20000 元借条一份给原告,但一直未付款。原告诉称被告因资金短缺,向其借款 20000 元,约定于 2014 年 11 月 13 日支付,但至今未付起诉至法院。被告答辩称其从未向原告借款,借据是一次竞争业务中,原告退出竞争为条件,答应补偿原告部分损失所立,该民事法律行为及补偿合同应为无效,不受法律保护。请问被告的依据是什么?

【案例 6】

1、去海边游玩,急需要租海底摄像机,商家说要 400 多元,还价为 300 元,后来发现当时别家 100 元就能租到。

2、装修时急用,需要买一块装饰板,商家说要 400 多元,还价为 380 元,过了一个月后,又来到该家一看,降价促销,100 元就能买到了。

问:哪种情况是可变更可撤销合同?为什么?

【法律知识】

一、合同的生效

1、合同成立

合同成立是指订约当事人就合同的主要条款达成合意，完成要约和承诺的过程。

2、合同生效

合同生效是指已经成立的合同具有法律约束力。我国《民法通则》规定，民事法律行为应当具备下列条件：

- (1) 行为人具有相应的民事行为能力；
- (2) 意思表示真实；
- (3) 不违反法律或者社会公共利益。

二、无效合同及可撤销合同

1、无效合同

《合同法》第五十二条有下列情形之一的，合同无效：

一方以欺诈、胁迫的手段订立合同，损害国家利益；

恶意串通，损害国家、集体或者第三人利益；

以合法形式掩盖非法目的；

损害社会公共利益；

- (5) 违反法律、行政法规的强制性规定。

2、欺诈、胁迫行为

欺诈：一方当事人故意告知对方虚假情况，或者故意隐瞒真实情况，诱使对方当事人作出错误意思表示的，可以认定为欺诈行为。

胁迫、以给公民及其亲友的生命健康、荣誉、名誉、财产等造成损害或者以给法人的荣誉、名誉、财产等造成损害为要挟，迫使对方作出违背真实的意思表示的，可以认定为胁迫行为。

3、可撤销合同

下列合同，当事人一方有权请求人民法院或者仲裁机构变更或者撤销。

(1) 因重大误解订立的。行为人因为对行为的性质、对方当事人、标的物的品种、质量、规格和数量等的错误认识，使行为的后果与自己的意思相悖，并造成较大损失的，可以认定为重大误解。

(2) 在订立合同时显失公平的。这种情况一般是指在一方缺乏经验或紧迫的情况下订立的。

(3) 一方以欺诈、胁迫的手段或者乘人之危，使对方在违背对方真实意思的情况下订立的合同。损害国家利益的，涉及社会公共秩序，一般规定为无效。如果未损害国家利益，受欺诈、胁迫的一方可以自主决定该合同有效或者撤销。适用可撤销合同制度，已经能够充分保护受损害方的利益，也能适应订立合同时各种复杂的情况。如甲将一头做过变性手术的公奶牛以 9000 元的价格卖给乙，乙饲养一段时间后发现这头牛有问题，不是母



牛。乙可以主张可撤销、可变更权或要求甲承担违约责任，而不仅仅是撤销合同一种途径。

一方以欺诈、胁迫的手段或者乘人之危，使对方在违背真实意思的情况下订立的合同，受损害方有权请求人民法院或者仲裁机构变更或者撤销。

当事人请求变更的，人民法院或者仲裁机构不得撤销。合同双方应承担的权利、义务应当明确，具体切忌含糊笼统。

【案例 7】

我国南方某一城市与港商签订了一个出售矿渣的合同。合同中只明确港商可以每天拉一车，时间一个月。由于没有明确提货车的型号，结果对方拉货的车越来越大，我方明知吃亏，却也无可奈何。

买卖双方订立了一个买卖黄沙的合同，在数量单位上写上了这么一条：“购买三十车黄沙”。后来到了交货期限的时候，黄沙的价格上涨了，卖方就感觉原来的价格不合理，但现改买方肯定不同意，不卖了要交违约金。于是，卖方就找了几辆“130”的车装车送货。货到了以后，买方表示应该用“东风牌”的大卡车，这个“130 车”两车甚至三车的载量才相当“东风牌”大卡车一车的载量，按这样的计算，30 车其实才相当于 10 车，那是不行的，这是违约。卖方则说这怎么可以说是违约呢，合同中明确规定的是 30 车黄沙，“车”这个涵义怎么理解都可以，你理解是东风牌的大卡车，而我理解是“130”的小货车，甚至可以理解是平板车、自行车。所以这个案件到了法院。该案如何解决？

【案例 8】

A 与 B 公司签订价值 100 万元购销合同，双方对质量、价款、交货时间等做了约定，并约定“由 B 向 A 交纳定金 20 万元，如一方违约应支付货款总额 30% 的违约金”。后 A 公司因故不能供货，B 要求双倍返还定金，并要求 A 支付 30 万元违约金。如何处理？

【案例 9】

王先生经营一家网店，出售自制的蔓越莓干果，宣传的时候打出了绿色无污染的招牌，但是王先生并不是自己加工，而且干果中有农药残余，如果消费者贾某在网店购买了这样的干果，一家人都吃坏了肚子，产生了损失，比如住院治疗的费用，是可以向王先生请求赔偿的。这时候就有一个问题，是选择告什么的问题。如果以违约为理由进行起诉，只能要求王先生承担违约金、损害赔偿金等违约责任，如果以侵犯人身权为理由，那么可以请求王先生支付精神损害赔偿；并且侵权责任下，贾某的家人也可以成为原告，如果只是就违约起诉，那么只能贾某自己起诉，因为是贾某和王先生之间的货物买卖合同出了问题。

【法律知识】

《合同法》中有关违约责任的规定：

一、约定不明确的情况

合同生效后，当事人就质量、价款或者报酬、履行地点等内容没有约定或者约定不明

确的，可以协议补充；不能达成补充协议的，按照合同有关条款或者交易习惯确定。

二、理解有争议时的情况

当事人对合同条款的理解有争议的，应当按照合同所使用的词句、合同的有关条款、合同的目的、交易习惯以及诚实信用原则，确定该条款的真实意思。

三、违约责任的约定

1、注意违约金不能和定金同时使用

合同双方当事人在约定违约责任时要注意违约金不能和定金同时使用。

2、注意违约金的性质

合同双方在约定违约金时，注意写明赔偿违约金后保留要求继续履行的权利，不要让违约金变成解约金的性质。

3、确定违约金具体数额

在约定违约责任时，需要特别注意法律没规定具体违约责任赔偿计算方式或者对违约造成的损失难以计算时，在签订合同的事先就要约定好违约金的具体数目。

4、确定赔偿范围

在约定违约责任时，最好列明哪些损失属于违约赔偿的范围，合同法虽然规定了直接损失可以作为赔偿范围。但是，合同法同时也规定可预见损失也属于违约赔偿范围，但什么可预见损失，这个问题就比较复杂诉讼时也难已证明。

四、违约责任和侵权责任的区别

1、违约行为的基础是合同的订立和生效，而侵权行为事先并不需要合同。即，违约的前提是有约在先。

2、违约行为侵犯的是合同当事人对合同的一种可能带来的利益，一般是财产利益；而侵权行为侵犯的既有可能是对方财产权也有可能是人身权。

3、违约责任是合同责任，诉讼时效 2 年；侵权责任的诉讼时效是自当事人知道侵权事由起的一年内。而根据产品质量法不合格产品致人损害的诉讼时效为两年。

【知识拓展】

一、订金和定金的含义、区别

订金：是预付款性质，合同签订后可直接冲抵货款，合同不能签订时退回。

定金：是《担保法》规定的五种担保方式之一。五种担保方式为：保证、抵押、质押、留置、定金。合同法中规定的定金就是这个。它才适用定金罚则。

定金罚则：合同法第 115 条规定：当事人可以依照《担保法》约定一方向对方给付定金作为债权的担保。债务人履行债务后，定金应当抵作价款或者收回。给付定金的一方不履行约定的债务的，无权要求返还定金；收受定金的一方不履行约定的债务的，应当双倍



返还定金。

二、罚款、罚金、违约金的法律含义和区分

罚款不是一个合同法用语，而是行政处罚的一种方式，只有享有行政处罚权的机关，才可行使行政处罚权，罚金是刑事处罚方式，违约金是合同法对违约责任承担的一种方式。

【项目实训】

实训项目一：合同法案例分析

实训目标：本项目主要通过做案例题，加深学员对民事法律关系的理解，从而在商品生产经营活动中逐渐树立公平交易的理念，追求财富的同时不忘遵纪守法。

实训步骤：

案例 1-3 通过进一步学习教材巩固所学知识，自己解决案例，写在题后。

2、案例 4-6 中关于各合同分则的规定自行上网学习《合同法分则》法条，按读通案例并回答相关问题。

实训要求：

1、安排好时间，先查找相关知识再作答。

2、本次实训计入考试成绩。

【实训案例】

1、2015 年某商场举行十周年店庆活动，该商场制作了大量的彩色宣传单，其中有一个宣传单上面有店庆活动期间九阳豆浆机 100 元一台，限购 20 台。王某接到宣传单后，认为该款豆浆机差不多和进货价一样，自己在乡下开店，正好只要在这个商场买，不用到外省进货了。于是，王某手持宣传单找到商场，要求按 100 元一台的价格，购买 20 台豆浆机。商场认为如真按 100 元一台自己吃了大亏，主张自己的宣传单只是要约邀请，合同没有成立，而王某主张宣传单是要约，合同已经成立，商场必须按 100 元一台的价格卖给自己豆浆机。宣传单是要约还是要约邀请？法院该如何处理呢？

2、2011 年 3 月 1 号，某超市想要购进一批毛巾，于是向几家毛巾厂发出电报，称：本超市欲购进毛巾，如果有全棉新款，请附图样与说明，我商场将派人前往洽谈购买事宜。于是有几家毛巾厂都回电，称自己满足该超市的要求并且附上了图样与说明。其中一家毛巾厂甲厂寄送了图样和说明后，又送了 100 条毛巾到该超市，超市看货后不满意，于是决定不够买甲厂的毛巾。甲厂认为超市发出的是要约，他送毛巾的行为是承诺，合同因为承诺而生效。超市拒绝购买是违约行为，应该承担违约责任。而超市认为他的发出电报行为是一种要约邀请而不是要约，超市不受该行为约束。超市发出电报是要约还是要约邀请呢？法院该如何处理呢？

3、一生产耳机公司向一所大学发函，称：“本公司生产的外语听音耳机，每付单价 28 元，共 3000 付，若订购请联系”。大学回函：“其他都一样，只是要附设一个音调调

节器”。因产品已生产，不能改，故发往大学，大学拒收，酿成纠纷。大学承诺是否有效？大学是否可以拒收？

4、甲厂向我们公司来函表示：“本厂生产的 W 型手机，每部单价 900 元。如果贵公司需要，请与我厂联系。”我们公司回函：“公司愿向贵厂订购 W 型手机 500 部，每台单价 850 元。”2 个月后，我们公司收到甲厂发来的 500 部手机，但每部价格仍为 900 元，于是拒收。为此甲厂以我们公司违约为由起诉于法院

(1) 合同是否成立？(2) 为什么？

5、赠与合同的特殊规定

曹某与陈某两人是好朋友，有一天，曹某到陈某家作客，曹某非常喜欢陈某家里的一幅画，陈某就对曹某说过几天我就把这画送给你，你先让我挂家里几天，曹某表示不信，陈某当即写下字据说把这幅画送给曹某，后来曹某与陈某关系恶化，陈某一直也就没有将画给曹某，曹某很生气，拿着陈某所立凭据找陈某索要画不成，曹某就起诉到法院，要求陈某承担违约责任。问陈某可否不将画给曹某？

6、租赁合同相关案例

小周和房东老马签订了一份期限是 10 年的房屋租赁合同，假如租赁期间房屋需要维修，小周要房东维修，房东不答应，小周该怎么办？可不可以自己修了让房东出钱。

实训项目二：学会订立合同

实训目标：能够参照合同样本，并结合所学合同法基础知识，订立简单的民事合同

实训步骤：

- 1、自学合同样本。
- 2、按照如下情景自己订立一份合同。

实训要求：

- 1、你本人要同你的朋友张先生合伙经营农产品网店。
- 2、经营农产品的项目自己设定。
- 3、本着诚信原则订立协议。
- 4、可以根据自愿原则在法律规定范围内增减合同内容。



合伙协议书

合伙人甲：姓名：_____ 身份证号：_____

合伙人乙：姓名：_____ 身份证号：_____

根据《中华人民共和国合同法》的有关规定，合伙人本着公平、平等、互利的原则订立合伙协议如下：

第一条 合伙宗旨

利用合伙人自身积累的经营管理经验和人脉关系，共同经营，使合伙人通过合法的手段，创造劳动成果，分享经济利益。

第二条 合伙经营项目和范围

甲乙双方自愿合伙经营淘宝集市网店及淘宝商城店，主营游戏点卡、Q 币等虚拟电子产品及话费充值等业务。

第三条 合伙期限

本合伙企业经营期限为三年。

自 2014 年 7 月____日至 2015 年____月____日止，如果需要延长期限的，在期满前三个月办理有关手续。

第四条 合伙组织财产份额分配

合伙期间各合伙人的出资为共有财产，不得随意请求分割。各合伙人出资方式、数额及缴付期限如下表所示：

姓名	出资方式	等价出资金额	合伙占比
	非现金		50%
	现 金		50%

第五条 工资、盈余分配与债务承担

工资分配：合伙组织经营期间，各合伙人工资为_____元。随着合伙经营的深入，利润可观后，年底将发放奖金，奖金数额根据收入现状和个人贡献经合伙人会议决定。

盈余分配：除去经营成本、日常开支、工资、奖金、需缴纳的税费等收入为净利润，即合伙创收盈余，此为合伙分配的重点，将以各合伙人占有的合伙组织财产份额为依据，按比例分配。

债务承担：如在合伙经营过程中有债务产生，合伙债务先有合伙财产偿还，合伙财产不足清偿时，以各合伙人占有的合伙组织财产份额为依据，按比例承担。任何一方对外偿



还债务后，另一方应当按比例在十日内向对方清偿自己负担的部分。

第六条 入伙、退伙、出资的转让

入伙：①需承认本合同；②需经全体合伙人同意；③执行合同规定的权利义务。

退伙：①需有正当理由方可退伙；②不得在合伙不利时退伙；③退伙需提前____月告知其他合伙人并经全体合伙人同意；④退伙后以退伙时的财产状况进行结算，不论何种方式出资，均以金钱结算；⑤未经合同人同意而自行退伙给合伙造成损失的，应进行赔偿。

出资的转让：允许合伙人转让自己的出资。转让时合伙人有优先受让权，如转让合伙人以外的第三人，第三人按入伙对待，否则以退伙对待转让人。

第七条 合伙负责人及其他合伙人的权利

为合伙主要负责人，____为合伙人，其职责是：①对外推广、开展业务，出售合伙的产品，订立合同，提升店铺销量；②对合伙事业进行日常管理；③支付合伙债务。

所有合伙人的权利：①参予合伙事业的管理；②听取合伙总负责人开展业务情况的报告；③检查合伙帐册及经营情况；④共同决定合伙重大事项。

第八条 禁止行为

未经全体合伙人同意，禁止任何合伙人私自以合伙名义进行业务活动；如其业务获得利益归合伙，造成损失按实际损失赔偿。

禁止合伙人经营与合伙竞争的业务。

如合伙人违反上述两条应按合伙实际损失赔偿。劝阻不听者可由全体合伙人决定除名。

第九条 合伙终止及终止后的事项：

合伙因以下事由之一可终止：①合伙期届满；②全体合伙人同意终止合伙关系；③合伙事业完成或不能完成；④合伙事业违反法律被撤销；⑤法院根据有关当事人请求判决解散。

合伙终止后的事项：①即全体合伙人参与清算；②清算后如有盈余，则按收取债权、清偿债务、返还出资、按比例分配剩余财产的顺序进行。固定资产和不可分物，可作价卖给合伙人或第三人，其价款参与分配；③清算后如有亏损，不论合伙人出资多少，先以合伙共同财产偿还，合伙财产不足清偿的部分，由合伙人按出资比例承担。

第十条 纠纷的解决

合伙人之间如发生纠纷，应共同协商，本着有利于合伙事业发展的原则予以解决。如协商不成，可以诉诸法院。

第十一条 本协议未尽事宜，双方可以补充规定，补充协议与本协议有同等效力。



第十二条 本协议一式两份，合伙人各一份。本协议自合伙人签字（或盖章）之日起生效。

合伙人：_____（签字）

合伙人：_____（签字）

年 月 日



模块二 农产品市场营销知识

项目一 认识农产品市场

【要点提示】

- 认识农产品市场
- 农产品市场的现状
- 农产品生产存在的问题
- 农产品市场前景分析

农产品销售难的问题基本上是年年有，从徐闻的菠萝滞销、到甘肃西红柿的滞销，豆角滞销、白菜滞销……“丰产不丰收”“菜贱伤农”，一次滞销也许一年的辛苦全部白废。农产品的销售问题成了解决农民收入问题的关键。农产品有哪些特点，如何才能把农产品卖出去，如何才能卖得一个好价钱呢？

任务一 认识农产品及农产品市场

一、农产品市场

农产品：指种植业、养殖业、林业、牧业、水产业生产的各种植物、动物的初级产品。

市场构成要素：市场=人口+购买力+购买欲望。农产品市场是农业商品经济发展的客观产物，它的涵义有狭义和广义之分。狭义的农产品市场是指进行农产品交换的场所。广义的农产品市场是指农产品流通领域交换关系的总和。如农产品流通渠道与流通环节，农产品供给和需求的宏观调控等。

二、农产品市场的特征

农产品市场与其他市场相比，具有如下一些特有的性质：

1、交易的产品具有生活资料和生产资料的双重性质

许多农产品具有生活资料和生产资料的双重性质。如粮食、果品、棉花等，这既是人们日常生活的必需品（生活资料），又分别是食品加工业和棉纺工业所需的原材料（生产资料）。

2、具有供给的季节性和周期性

这主要是由农业生产的季节性和周期性所决定的。因此，农产品市场的货源是随农业生产季节性而变动，其供给在一年中有淡季、旺季。农产品生产在数年之中还有丰产、



平产、欠产之分。农业生产的这些特点要求对鲜活农产品要及时采购和销售，要求在农产品供应中克服生产的季节性和周期性，维持均衡供应。

3、受自然风险和市场风险的双重约束

农业生产是从事有生命的动植物的生长、发育、成熟、收获与储运全过程，因而具有自然与市场的双重风险，农产品受水、旱、风、雹、冻、热和病虫等自然灾害影响，会造成农产品生产的自然风险；在市场经济条件下，农产品还会因供求关系变化而造成市场风险，并与自然风险交织。当自然风险小时，农产品因丰收质优量大，价格相应走低、市场风险变大，反之，自然灾害重时，农产品因欠收量少，价格上扬，此时，市场风险相对变小。

4、有“分散—集中—分散”的流通轨迹

即农户“分散”生产，拿到市场出售时，由经营者收购、贮藏、运输、加工等环节进行“集中”，再经批发、零售等环节，最终“分散”到消费者。我国农业实行家庭承包经营体制，由小农户“分散”生产也将长期存在，即使加入农民专业合作社，生产也是“在农村家庭承包经营基础上”由“分散”农户来完成。

5、应保持供求平衡的基本稳定性

农产品供求平衡且基本稳定是保证社会稳定和经济发展的要求。因此，对农产品市场的营销活动和农产品价格，既要充分发挥市场机制的调节作用，又要加强宏观调控，以实现市场繁荣和社会稳定两个目标，还可以通过全球的余缺来调剂一国农产品的丰欠。

三、我国农产品市场的现状

1、农产品市场建设发展迅速

我国农产品批发市场不断发展，类别多，其中包括粮油市场，蔬菜市场，水产品市场，肉食禽蛋市场，干鲜果品市场，农产品市场，数目基本稳定，交易额稳步上升，这主要是因为我国农产品交易市场在经历了十几年高速增长和规模扩张后，现正逐步实现从数量扩张向质量提升的转变之中，流通规模上台阶，市场硬件设施明显改善，商品档次日益提高，市场运行质量日趋看好。

2、农产品批发市场成为农产品流通的主渠道

覆盖了所有的大、中、小城市和农产品集中产区，基本形成了以城乡集贸市场、农产品批发市场为主导的农产品营销渠道体系，构筑了贯通全国城乡的农产品流通大动脉。目前大、中、小城市消费的生鲜农产品 80-90 是通过批发市场提供的。农产品批发市场的大力发展，对于搞活农产品流通、增加农民收入、满足城镇居民农产品消费需求发挥着积极作用。

3、以配送、超市、大卖场等为主的现代流通方式发展势头迅猛

超市作为一种现代新型营销业态在近几年开始涉足农产品销售领域，成为农产品营销渠道体系里的新成员，与传统的集贸市场在零售终端展开了激烈竞争。传统农贸市场的“我独尊”的销售地位正倍受挤压。另一方面，南京、广州、武汉、上海等地政府也在大力推行“农改超”工程，打造高效安全的农产品营销网络，使之与城市经济社会发展相适应。

4、农产品营销中介发展活跃

各种农产品购销主体：个体户、专业户、联合体不断发展壮大。依托这些活跃在城乡各地的农产品营销中介组织，使得一家一户的小规模生产和大市场实现了对接，改变过去产销脱节的尴尬局面，有效地缓解了农产品卖难的问题。他们的出现带动了上游生产基地的发育壮大，带领农民走向市场，帮助农民致富，对地区农业发展起到了一定的积极作用。

任务二 农产品生产的问题及市场前景分析

一、农产品生产存在的问题

1、农户生产副业化

据统计，“十二五”期间，我国年均新增农业转移劳动力 900 万人左右，“十三五”期间 700 万人左右，2020-2030 年间预计在 500 万人左右。据世界银行模型预测，今后农村劳动力每转移 1%，GDP 可提高 0.7%；转移 5%，GDP 可提高 3.3%；转移 10%，GDP 可提高 6.4%。近 3 年农民工资性收入占农民纯收入已达 45%以上，超过了家庭经营收入，正如农民所说的：一家人一人务工解决温饱，二人务工实现小康，三人务工达到富裕。大部分的农民选择在外打工赚钱养家，只在农忙时候回家务农。农业生产不再作为家庭的主业。

2、劳动力工龄（386170）问题

我国相当多的地区常年在家务农的主要是妇女（三八妇女节）、孩子（六一儿童节）和老人（七十岁以上），群众称为“386170”部队，年轻的劳力大多选择到发达地区打工。加上农业耕种面积小而分散，基础设施落后，形成缺人、缺钱、缺技术和缺装备的局面。

3、农产品生产盲目性

虽然近年来农产品市场价格看涨，但农产品结构性过剩、区域性过剩、暂时性过剩等“丰产不丰收”的危险依旧存在。各地的卷心菜、韭菜、萝卜、香蕉等蔬菜水果烂市的情况年年都有。因为有效的市场饱和度有限，部分农产品尤其是鲜销农产品流通时间短、流通半径小，市场十分有限，因此不能盲目规模生产。所以农民应重点发展特色农业，在农产品种类选择时，应突出错位种养，打造特色。一是错种发展，二是错季发展，三是错地发展，根据市场需求量宏观布局产业，在一定范围内做到不重复，降低竞争度，不能盲目生



产。

4、农产品质量问题突出

我国农产品与发达国家相比，产品外观品质、内在营养、安全卫生质量以及加工包装方面都存在较大差距。我国农产品因农药残留和其他有毒有害物质超标造成的餐桌污染和由此引发的中毒事件每年都有发生，由于农药残留及重金属等有毒有害物质超过国际通行的食品质量安全标准，被拒收、扣留、退货、索赔的现象时有发生，许多传统大宗出口创汇农产品被迫退出国际市场，给国家造成严重的损失。

【案例赏析】

你吃它？OR 它吃你？

许多人喜欢吃水果，不管是在哪个季节中都有喜欢吃的水果，而大家在吃这么一些水果要注意了别把含有毒素的水果吃进肚子中里。我们共同来看看到底一些什么样的水果是有存在着毒素的呢？

芒果：生石灰捂黄。青芒果用生石灰捂黄，使表皮看起来黄澄澄的，但吃起来却没有芒果味，也存在过量使用防腐剂的问题。

桃：用工业柠檬酸浸泡。水蜜桃用工业柠檬酸浸泡，桃色鲜红、不易腐烂。这种化学残留会损害神经系统，诱发过敏性疾病，甚至致癌。半熟脆桃，加入明矾、甜味素、酒精等，使其清脆香甜。明矾的主要成分是硫酸铝，长期食用会导致骨质增生、记忆力减退、痴呆、皮肤弹性下降以及皱纹增多等问题。白桃用硫磺熏制，还会有二氧化硫的残留。

梨：催长素令其早熟。使用膨大素、催长素令其早熟，再用漂白粉、着色剂（柠檬黄）为其漂白染色。处理过的梨汁少味淡，有时还会伴有异味和腐臭味。这种毒梨存放时间短，易腐烂。

大枣：用化学剂染色。用开水泡，不管多青的枣用开水一泡利马变红。还有果贩用化学染色剂染色，用工业石蜡打蜡，使大枣带毒。

西瓜：膨大剂催大。超标使用催熟剂、膨大剂和剧毒农药，这种西瓜皮上的条纹不均匀，切开后瓜瓤新鲜，瓜子呈白色，有异味。

日本无公害“天价”草莓

朝日绿源公司由日本朝日啤酒、住友化学和伊藤忠商事三家公司合资而建。这三家公司均为世界 500 强企业，从事农业生产这还是头一次。

在朝日绿源公司的大门内，竖着一个循环型农业的模式图：奶牛产出牛粪堆肥，肥施在地里改善土质，产出无公害高价农作物；农作物秸秆成为奶牛的饲料，再产出高品质牛奶。

朝日绿源的牛奶每升定价 22 元，是国内牛奶价格的 1.5 倍。他们生产的草莓每公斤定价 120 元。5 年前，朝日绿源的草莓在上海上市，刷新草莓价格纪录。

当地人看不上朝日绿源烧钱的种地模式，不过他们也认同这家公司的农产品品质。“他们的奶牛反正吃得比人好。”6月21日，廉玉胜称，曾有在朝日绿源打工的村民说亲眼看到朝日绿源将不合格牛奶倒掉。

另外，他在其他地里不敢直接摘水果吃，但在朝日绿源就没有这个担心。

“让出”的市场

三聚氰胺事件后，国产乳品受冷落。朝日绿源瞄准的，正是中国企业“让出”的市场。山东莱阳是中国对日出口农产品最大的县级市，素有日本后花园之称。

在朝日绿源对面的龙大集团蔬菜基地，90%的蔬菜出口日本。但朝日绿源瞄准的则是中国市场。

6月22日，前岛啓二说，公司成立伊始即定下只销售中国的方针，合同中也有约定。他说，公司成立时他们做过调查，中国特别是大中城市，对饮食生活方面要求“安全”、“安心”和“高质量”的消费者越来越多。他们定位的是中国的高端市场。

二、农产品市场前景分析

生产角度：工业用粮和饲料作物的需求强劲。粮食由传统的“北粮南调”，逐步调整为“南进北出”和“中粮西用”。

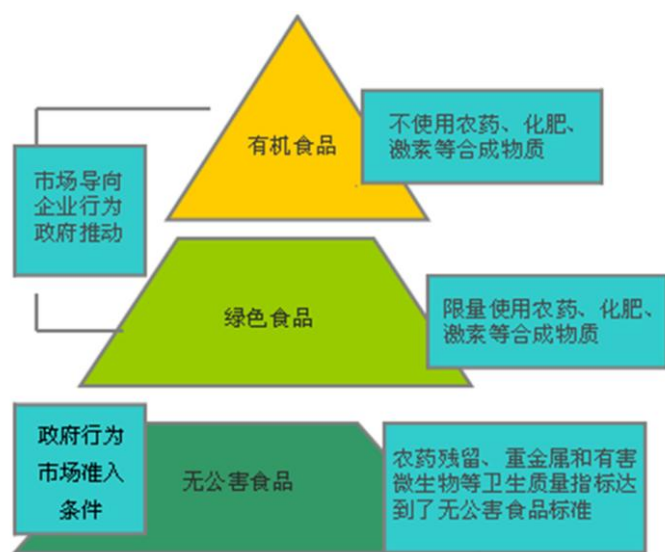
消费角度：市场对优质农产品和强化营养食品需求加大。冷冻食品以及调理食品逐步成为城镇居民动植物产品消费的主要形式。

人口角度：城镇化带来食品需求结构的变化，一个居民从农村转到一个中小城市，其粮食年消费量将减少 58.3 公斤，在特大城市将减少 64.2 公斤，蔬菜减少 23.25 公斤。水果和其他食品的消费也将相应提高。

贸易角度：劳动力密集型产品的出口还会增大。精深加工的优质农产品、有机作物、杂粮产品逐步成为国际贸易的主要商品。

食物结构：经历了细粮化、副食化演变之后，已进入主食优质化。选购食品标准越来越重视食品的特色、营养成分安全卫生和易加工性。选择优质、选择生机，选择有机食品与绿色食品、无公害食品。

统计显示，2013 年我国有机食品销售额达到 238.2 亿元。尽管我国有机食品的



我国安全食品的结构

市场容量很大，但以全国每人每年平均食品消费额计算，有机食品销售额仅占常规食品销售额的 0.1%，与发达国家平均水平 2%相比，相差 20 倍。目前，制约有机食品消费的关键在价格。相对于常规产品，有机产品的生产成本低、产量低，价格自然要高一些。目前国外有机食品的市场比较成熟，有机食品价格一般比常规食品偏高 30%；而我国有机食品市场还不成熟，有机食品价格为常规食品的 3-5 倍，有的甚至达到 10 倍，导致普通大众对有机食品难以接受。对此，专家认为，这主要与有机产品人工投入成本高有关，也与某些不法商贩看准了消费者对有机食品的日益重视心理，乘机赚取高额利润有关。随着中国有机食品市场的发展和完善，价格将逐渐趋于合理，有机食品也将逐渐“飞入寻常百姓家”。

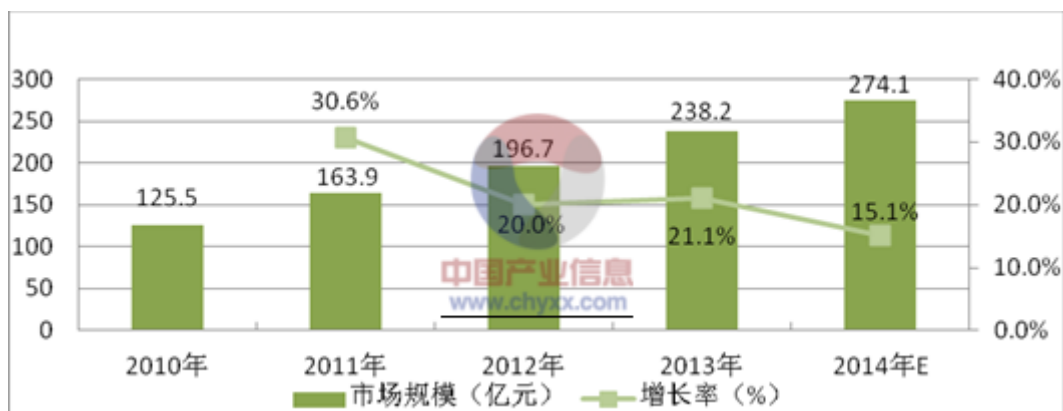


图 1-1 2010-2014 年我国有机农产品行业市场规模及增长趋势（亿元）

根据历年有机农产品市场规模统计数据，利用外推法建立数学模型预测 2015-2020 年我国有机农产品市场规模变化情况。预测 2015 年市场规模为 311.3 亿元，2015-2020 年保持较高增长趋势，2020 年达到 497 亿元，平均复合增长率为 9.8%。

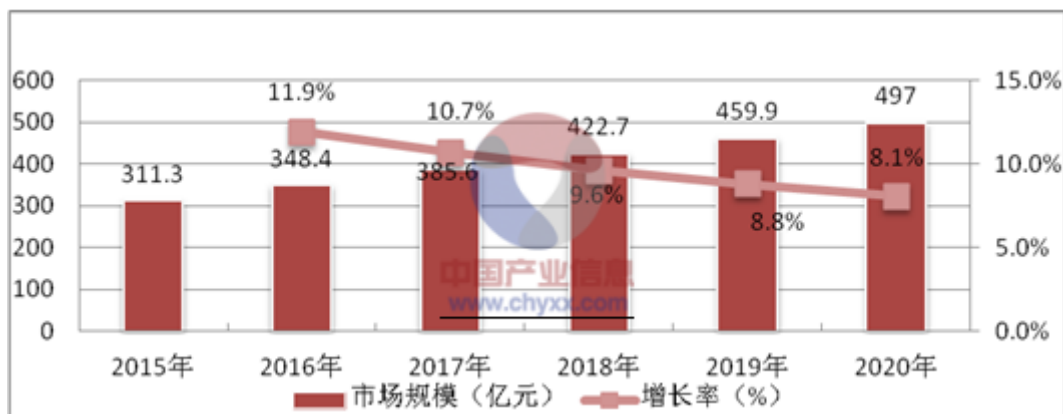


图 1-2 2015-2020 年我国有机农产品市场规模预测及增长趋势（亿元）

据预测，未来 10 年，我国有机食品生产将保持年均 30%—50% 的增长速度，占农产品生产面积及总量的份额将达到 1%—3%，在我国出口农产品中的比重将达到甚至超过 5%，在国际有机食品市场中的份额将达到或超过 5%，我国将成为世界第四大有机食品消费大国，有机食品消费量占食品消费总量的 1%~1.5%。

【知识链接】

“互联网+”时代 大数据应用让农业生产不在盲目

从去年开始，菜贱伤农、果贱伤农的情况就频繁出现，除了呼吁大家去购买一些爱心菜之外，好像没什么办法，至于为何产生这个现象，专家们说得比较多的是种植面积扩大，市场容量有限。如何让农民一开始就知道应该种什么？在“互联网+”时代，这个问题通过大数据就能算出来。

大数据的应用，让农民看到市场的需求在哪里，销量好的产品有哪些，从此种地不再盲目。

在辽宁省，正常年份，黑豆直接播种一般是在5月下旬到6月上中旬，而在东港市马家店镇三道岗村的农田里，本该播种的季节，黑豆苗已经长出了不少，这地的种植户是当地的农产品电商张玉鹏，他为什么要种的这么早呢？

张玉鹏：第一个我选的这个黑豆的品种，生长期比较长，是一个晚熟品种，所以要早点种，第二个呢，我种的黑豆不使用化肥，植株生长的比较慢，所以说也要早一点种。

提前半个月下种，就要冒种被冻死的风险，在别人看来这多少有些疯狂，但还有更疯狂的，张玉鹏种黑豆是为了榨油，不过在春节前，他就通过网络预售，把这些还没种下地的黑豆油全部都卖光了。

张玉鹏：春节之前搞了一个十天的预售，销售额就超过了1000万，所以说现在最大的问题是生产这块有点跟不上节奏了。

预售超过1000万元，如果按照去年的产量来计算，意味着张玉鹏已经卖完了全年的产量，也就是说这边榨油用的黑豆还没有下地，没榨出的油已经卖光了，这下张玉鹏的压力大了，今年他的中心全部迁移到了生产环节。同时为了确保产量，张玉鹏经过一番思考，冒险种下了晚熟品种：

张玉鹏：根据地方气象部门给我们提供的气象数据和农业部门提供的墒情数据，我们进行了一个分析，今年的气温跟往年的差不多，但是低温上升的比較快，所以说我的黑豆种下去的话，能保证出芽率。

记者：要是没有这个数据支持你们敢种吗？

张玉鹏：不敢种的，万一种下去地温不够的话，没有出芽率，那种就白种了。

张玉鹏说，他之所以敢这么疯狂，是因为他采用的是“互联网+”农业的模式，依仗的是对互联网大数据的分析利用，所谓互联网大数据是指全球联网的数亿台计算机每天所产生的海量数据，以前受技术限制，无法分析利用，近些年随着云计算技术的诞生，这些海量数据得以分析和分类整理，应用也就越来越广泛：

张玉鹏：这是近几年电商销售的大数据，可以很明显看到销量好的产品有哪些，再通过消费者喜爱指数和购买趋势大数据，分析这些优势产品，确定黑豆油和冰葡萄酒是我们可以做的，我们再通过数据分析消费者对这两种产品的渴求程度，渴求程度越高，说



明网络预售成功率会越大,最终我们确定采用电商平台进行网络预售,没想到真的成功了。

那么什么是“互联网+”呢?“互联网+”战略就是利用互联网平台和信息通信技术,把包括传统行业在内的各行各业和互联网结合起来,在新的领域创造一种新的生态,比如说传统集市加互联网有了淘宝,传统银行加互联网有了支付宝,传统的红娘加互联网有了各种婚恋网站,传统交通加互联网有了快的、滴滴等,像张玉鹏这样依靠互联网大数据做买卖的并不是个案,据淘宝数据显示,目前已经有超过 30%的农产品电商在购买互联网交易平台的后台交易数据进行分析利用,山西某农业开发有限公司总经理段平安:

段平安:我们过去的决策,许多是凭着经验跟着感觉走,如果用农业大数据来指导,将为生产经营决策提供科学准确的依据。

在山西省平陆县,段平安正忙活着选地种秋葵,他说以前种地靠经验,基本是常年种植一种作物,常常受卖难的影响而赔钱,而今利用互联网大数据,他今年就可以预测出明年可能紧俏的作物,从而及时调整种植计划:

段平安:秋葵种植从国家调研的数据来看,2008 年他的需求量是 5.89 万吨,供应量是 5.20 万吨,到 2014 年的时候它的需求量就到了 10.66 万吨了,它的供应量是 9.38 万吨,照这样的推算,秋葵在今后的市场发展中,它的需求量是远远大于供应量。

张玉鹏和段平安通过参考互联网大数据,及时调整网店的经营品种和种植品种,不仅使自己网店的销售额突破千万元,更有效的帮助农民避开了卖难问题,浙江杭州某农业科技有限公司总经理王安平坦言,以前也不知道什么是“互联网+农业”,在公司刚起步的时候,基本是什么赚钱做什么,而互联网大数据正好满足了这种心理:

王安平:2011 年的时候,我们发现薏仁米的搜索排名很靠前,那么我们会主推这个产品,然后到 2012 年的时候,我们发现黑米这个产品搜索会靠前,我们就会做黑米这个产品,2013 年,2014 年这两年,都是大米搜索靠前。

随着互联网数据更新速度越来越快,他们调整产品的周期也越来越短,而随着公司发展,和对互联网数据分析的深入,他们现在已经不是简单的调整产品,从最初的产品开发,包装设计到宣传推广,再到销售发货,每一个环节都离不开互联网大数据的分析和利用,深度的数据分析,让王安平公司的每一次产品投放都受到消费者的追捧,短短三年时间就在互联网交易平台上脱颖而出,创造了农产品网店年销售额超过 2 亿元的奇迹。

【案例赏析】

台湾农产品“走俏”给我们的启示

台湾农产品好吃好销,在亚洲的名气不小,目前在内地也开始走俏起来。台湾土地面积没有多大,却做出了不少有影响力的品牌产品。我们有必要弄清楚,台湾农产品为啥这样火?

1984 年,台湾提出了发展“精致农业”的口号,即发展以“经营方式的细腻化、生产技

术的科学化以及产品品质的高级化”为特征的农业生产。

1990年，台湾提出“农业零成长”口号，农业发展重点转向发展新的优良农产品，提高农产品品质，如开发与推广优质米，开发多产期与高价值水果等。

据统计，2015年，台湾对内地农产品贸易顺差扩大至1亿美元，不难看出台湾农产品的火爆之处。

1、农产品主打文化创意牌

通过研究台湾农产品的营销过程，我们发现，文化创意在营销中占据了非常重要的位置。他们在推广农产品时，会将创意与中华文化相结合。比如特色甜柿，就通过“柿业发达”（事业发达）的取名，展示独特品质特性，充分开展文化营销。其他诸如南舍难分（难舍难分）的南瓜、一举夺葵（一举夺魁）的山葵干等，名字易记又有好彩头。

此外，他们还善于文化的深层次挖掘，善于讲故事。用故事来包装产品，一个产品一个故事，即是容易记忆点，也是提高产品档次与高度。



不难发现的是，我们在产品的推广过程中，非常容易忽视产品的故事方面的包装，推广方式略显生硬，很少做到以情动人，引起共鸣。

2、在食品安全、概念营销、组织公信力建设上下功夫

好的产品只有得到顾客信任，才能有好的销路。在宣传产品特性时，台湾采用直观的方式——现场展示制作过程，和客户进行了互动。这样的方式，使得台湾农产品迅速从“毒奶粉”、“毒淀粉”等食品安全事件阴影中走出，恢复以往的信誉。

台湾农产品在注重组织性的公信力上主动出击，地区卫生福利部门会定期采用信息披露的方法发布农残检验信息，这在建立公信力上确实很管用。对于超过“农药安全容许量标准”规定或不符合使用规定的农产品，卫生部门将追查来源，依法进行后续处理。较为完善的责任追究制度可以确保组织公信力，同时也保护了消费者的消费意愿。

3、产品的精细加工工艺和产品创新力强

台湾农产品在品种上并不比大陆丰富，但是他们非常注重在有限的品种上进行工艺创新，开发不同的产品系列。

魔法元气酱，就是通过5种原蔬再加入苹果、水梨自然发酵一个月，让它静静地密酿出自然的味道，广受好评。

此外，还有常见的香菇也被他们创造性地做成肉松、饼干、香肠等。

和普通农产品相比，从台湾来的各类商品价格并不便宜，但是做工更加精细，具有更

高的附加值。因此，品牌形象的塑造有着不可低估的作用。

据调查，经济发达国家，农产品的深加工品已经占到原产品的 70% 以上，增值部分一般都是原值的 3—5 倍，而我国只有 0.5—0.8 倍，差距明显，这也是我们农产品收益低的原因之一

4、推动产业融合，创造更多消费价值

为此，台湾大力倡导“卓越农业”和“乐活农业”，推动农业与二三产业融合。比如，在台湾，休闲农业已经成为人们重要的旅游度假选择，

2014 年吸引游客前往乡村休闲旅游 2300 万人次，创造价值 102 亿新台币；渔业休闲旅游 1148 万人次，产值 39 亿新台币；累计开发超过 400 项农业旅游伴手礼。

与单纯的农家乐、休闲度假村相比，台湾休闲农业更加注重细节与情感。

比如台一休闲农场，除了让游客吃好喝好之外，还推出了健康养生、体验学**、舒压疗愈等主题活动，同时还关注弱势群体，安排残障人士在农场工作，让他们体验成功的快乐。



5、市场的及时调研和应变能力强

台湾农产品在经过初期的市场快速拓展以后，也遇到了市场应激疲劳的问题。大陆消费者对于台湾农产品的新鲜感在降低。与此同时，台湾农产品开展了精细营销，走定制路线，帮助农民将产品分级，通过联合经营模式，统一打造台湾农产品大品牌概念，通过与内地市场的深度对接，启动定制营销模式。市场的反馈能力直接体现出品牌的适应力和拓展力，应对市场变化的准确和快速也是台湾农产品取得成功的重要原因之一。

【项目实训】

实训内容：把握市场行情，避开盲目种植

实训目标：

1、通过实训活动，使学员们了解投入与回报不总是成正比，深刻认识市场供需的原理。

2、理论联系实际，在农业生产中加强市场观念

引例 1：

滞销的土豆

一个市的土豆产量超过 77 亿斤，这的确是一个天文数字。根据乌兰察布市农牧业局提供的数字，目前土豆种植是当地农业的绝对支柱产业。很多农民几乎不种粮食，只种土豆。中国“薯都”也因此成名。

种植户们都对去年的景象记忆犹新，（去年土豆产量是 45 亿斤）当时刚开始收土豆，全国各地的采购商们都蜂涌而至，开着车主动到地里来收购，几乎见到土豆就抢，每斤一元到 1.2 元。今年只有很少的商贩来收土豆，价格还压的很低，甚至不到去年价格的三分之一。所以，在乌兰察布，绝大多数的种植户都扛着，想等着土豆价格起来了再卖，但对于土豆价格的未来走势大家又无法预测。眼看着寒冬即将来临，这么扛下去万一价格起不来，而土豆却冻坏了，农民的损失就更加严重。

种植户老王说，他今年种了 17 亩土豆，总产量近 8 万斤。只有每斤 0.45 元以上才能不赔本。如果按照目前平均 0.3 元的收购价卖掉，等于忙活一年不挣钱还要贴进去一万多元的投资。因此，他想等待土豆价格涨起来再卖。在这个村子里，几乎所有的土豆种植户都和老王是一样的想法，全村十户九户都种土豆，在这一片荒地上，全村挖了三百多个地窖，但远远不够储存全部土豆。

引例 2：

廉价的白菜

新发地市场的监测数据显示，本周叶类菜、茄果类蔬菜、根茎类蔬菜价格都有不同程度的下降，其中大白菜价格降三成。

“大白菜降到了两年来的最低价，就是因为种多了。”新发地市场商户说，目前产地的价格已经下降到 0.07 元-0.13 元/500 克。新发地市场的监测数据显示，本周大白菜价格 0.2 元-0.26 元/500 克，下降 30.30%。

新发地市场统计部负责人刘通介绍，现在市场上销售的大白菜主要来自河北唐山玉田县。不久后，保定地区的大白菜即将上市，唐山地区的大白菜要在其上市前尽快销售，因此价格明显下降。后期，河北、山东的白菜还将大量上市，预计大白菜价格很难走高。

实训步骤：

1、读一读：请学员认真阅读引例，并想想大家身边是否也曾出现类似情况。

2、说一说：对老师设定的以下两个话题，分组组织讨论。

A.有的农户说：“今年棉花收购价钱这么高，赚钱这么多，明年咱们也种棉花”，你认为他说的这句话对吗，你是怎么认识的？

B.俗话说：“一分耕耘，一分收获”，在市场经济体制下，农户们除了辛勤耕作，从盈利的角度，我们还应关注些什么？

3、想一想：针对农产品“过剩”的情况，农户应怎样来加强防范，把握市场供求规律，减少种植的盲目性？请大家上网搜集资料，结合讨论内容，写一份心得。

实训要求：

各组学员要积极发言，针对农产品滞销问题发表意见。

讨论心得观点正确，字体清楚规范，不少于 100 字。



实训考核：

项目	评分内容	小组评价	教师加分
态度 2分	上课认真，参与讨论态度认真，积极参与交流		
合作 2分	善于与人合作，虚心听取别人意见		
完成任务 4分	能认真的完成课下布置的任务		
展示 2分	在规定的时间内展示任务完成情况，语言流利，观点正确		
注：评分分为四个档次：优秀（9分以上），良好（8—9分），合格（6—8），不及格。			

项目二 认识农产品营销

【要点提示】

- 农产品营销概述
- 农产品消费需求及变化
- 农产品营销存在的问题及创新
- 农产品购买行为模式

农产品怎么卖？是一个让不少农产品生产者头疼的大问题。将我们熟悉的大枣与核桃混搭，居然做出了个大市场。这个目前广受消费者好评的“混搭”产品枣夹核桃，给我们的产品营销上了生动的一课，实现了产品市场的新突破，产品混搭 1+1 也能>2！

好的产品应该是符合市场的需求的，是基于消费者生活需要的。枣夹核桃的热销既是源于目前养生观念的兴起，对于健康产品需求的增加，也是根据目前快速消费、便捷消费的需求。在当今时代，一个产品要想维持销量高增长和高市场普及率，仅仅靠地域间的口碑推广和传统渠道传播还远远不够，幸运的是，互联网时代下兴起的微博、微信、电商等平台为红枣夹核桃的推广起到了关键性作用。

事实上，这种农产品打出组合拳，由卖特产走向卖营养卖方便的例子屡见不鲜，我们学习农产品营销的意义在于认清消费者需求，掌握营销策略，创新营销渠道为农产品销售打开新的局面。

任务一 认识农产品营销

营销是与市场有关的人类活动，即以满足人类各种需求和欲望为目的，通过市场变潜在交换为现实交换的活动。

一、农产品营销的概念与内涵

农产品市场营销就是指为了满足人们的需求和欲望而实现农产品潜在交换的活动过程。

农产品营销是农产品生产者与经营者，在农产品从农户到消费者流程中，实现产品创造和产品交易的一系列的活动，包括农产品生产、采集、加工、运输、批发、零售和服务等全部营运活动。农产品营销的主体是农产品生产和经营的个人和群体，其最终目标是满足社会和人们的需求和欲望。

二、农产品营销存在的问题

1、农产品营销基础薄弱，观念淡薄



这主要是农产品市场渠道不够，农产品贮存设施、农产品营销冷链建设不足等。

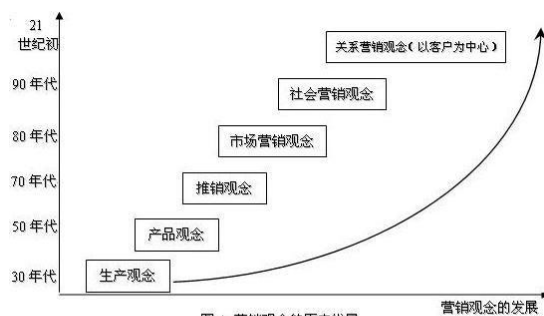


图1 营销观念的历史发展

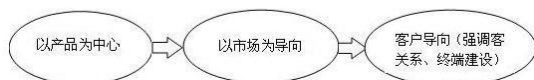


图2 企业经营模式三个阶段的转变

2、农产品专业人才少

3、市场法规制度建设滞后，市场秩序混乱

市场竞争不公平、农民利益得不到保护、流通环节不畅、优质不优价现象普遍存在。

第一、市场交易行为不规范

第二、掺杂使假问题严重假冒伪劣商品充斥市场。

4、农业信息网络建设薄弱

只凭主观判断，往往不能有效进行市场细划，造成大路货居多、同质化严重，往往是人家赚钱后跟着学，结果再出来的产品却不被市场接纳。

5、农产品龙头加工企业不发达

有关农产品贮运保鲜科学技术跟不上，造成农产品浪费严重，农产品营销附加值得不到体现。

发达国家农产品加工业与农业的产值比达到 3.5:1 以上，我国目前还不到 0.5:1。在发达国家农产品以初级产品上市的比例越来越低，农产品的产后加工能力达到 70% 以上。在欧美、日本等地 90% 以上的蔬菜都是经过商品化加工处理后进入流通领域的。

三、怎样做好农产品营销

现阶段，人们重生产轻销售的观念和做法仍是制约农民增收的一个重要因素。尤其是“入世”后，我国农村存在的小生产与大市场、分散经营与规模生产的矛盾更为突出，抓好市场营销比以往任何时候都显得重要和紧迫。树立“以消费者需求为中心”的农产品市场营销意识，把对农业的管理由重田间生产管理转移到重市场营销管理上来，发挥市场机制作用，培育农产品营销主体，搞活农产品流通，是促进农民增收的重要环节。

搞好市场营销，应该要做到以下几点：

1、要不断创新营销思路

为适应市场竞争的需要，农产品营销必须确立新的思路。首先，要树立整体产品营销理念。农产品营销远不是一般意义上的商品“叫卖”，它不仅包括产品的推销和促销，而且还包括产品产前市场需求的调研预测和定位，产中的加工、包装、品牌、质量管理及其售后服务等，贯穿了农产品经营管理的整个过程。其次，要积极实施营销组合策略。一个农产品要想长期在市场上立住脚，获取好效益，须在产品、价格、销售渠道和促销等方面，综合运用多种营销策略和手段。如在产品营销策略上，不但要注重抓好产品的质量，还要注重抓好产品的包装、品牌、特色等。常言道：“俏货也要俏打扮。”品牌如今被誉为是开启农产品市场的“金钥匙”，那些富有个性和特色的品牌，不但让人过目不忘，而且极易激发人们的购买欲望。在此值得一提的是，农产品不同于工业品，在更新换代上并不是越快越好，对一些具有地方传统特色的农产品，只要在包装、品牌等营销上稍加努力，“身价”便会得到很大提升。我市白湖镇农民生产的芹芽，原在市场上只卖几角钱一斤，经清理、包装和获得了安徽省名优农产品的品牌后，在上海等城市每公斤已卖到十多元。不少农民靠种植芹芽盖起了新楼房，走上了富裕路。

2、要精心培育营销主体

培育农产品市场营销主体，应充分依靠农民的自身力量和利用农村现有的资源条件。农民经纪人是现阶段开拓农产品市场最有活力的骨干力量，我们要积极鼓励发展农民经纪人队伍。他们闯市场、跑田头、忙交易，源源不断地把本地农产品推销出去，又把外面最新的需求信息带回来。现在，哪里的农民经纪人队伍有力量，哪里的农产品市场占有率就高，就会出现产销两旺的好势头。在推进农业产业化经营过程中，坚持有计划有重点地发展各种农业营销企业，通过营销企业的运作和带动，促进具有地方特色农产品主业的形成。

3、要大力拓展营销渠道

中央指出，要加快发展农产品连锁、超市、配送经营，鼓励有条件的地方将城市农贸市场改建成超市，支持农业龙头企业到城市开办农产品超市，逐步把网络延伸到城市社区。我们应根据中央的安排部署，积极探索和选择农产品从地头到餐桌的最佳流程，多形式地拓展营销渠道。一些信息不灵、交通闭塞的地区，眼下尤其要注重在拓展信息和网络营销渠道上下功夫。市场营销缺乏信息，就如同聋子瞎子一样，在市场上只能是乱闯乱撞。只有有效地运用现代信息技术和手段，才能在瞬息万变的市场中敏锐地捕捉到消费者的需求信息，避免经营决策上的失误。网络营销在我国农村虽刚起步，但其强大的生命力和发展后劲已经显现。网络营销交易成本低，速度快，覆盖面大。实践证明，大力拓展信息和网络营销渠道，尽快形成覆盖县、乡、村信息网络服务体系，实为当前农村最需要也最易见成效的营销举措。

4、要认真优化营销环境

农村各级党委政府要切实扭转“重生产轻营销”的倾向，真正把农产品营销摆上重要议事日程，组织实施农产品市场营销的新突破。要动员社会方方面面，以实际行动来关心和



支持此项工作，为农产品市场营销营造好的环境。如工商部门对要求登记发照从事农产品营销的经济组织或个人，要及时予以办理；有关金融、财政部门对农民专业合作社建设标准化生产基地、兴办仓储设施和加工企业、购置农产品运销设备等，在资金上要大力支持；税务部门要区别不同情况，对营销组织或个人在上缴税金上应尽可能地给予照顾；要不断改善流通环境，坚持把建立高效率绿色通道作为支农的大事来抓，使鲜活农产品在运销中畅通无阻；要严厉打击强买强卖、欺行霸市等坑农伤农行为，切实加强营销环境治理，保护营销组织和个人的权益。

【案例赏析】

柑普茶——实现 8 个亿大市场

柑普茶，将正宗的广东新会的柑顶部割开一个圆洞，把里面柑肉掏空清洗，然后，将优质普洱茶灌入其中，再经天然生晒或低温烘干，让干茶叶与鲜柑皮相互汲取精华，以增加茶叶的茶味，并使其在互相发酵中形成风味独特的陈皮普洱茶。

柑普茶，广东江门近几年在茶叶市场上新崛起的本土特产茶。具有“千年人参，百年陈皮”之美誉的新会柑皮与被誉为茶中减肥之冠的云南陈年熟普洱经过特殊工艺加工而成。

从某种程度上来讲，柑普茶的大热是必然。将两种优势产品相结合，打造消费者喜欢的口感与功效，符合市场发展的需求。将普洱和新会柑，两个具有‘地理标志产品’地位，又兼有养生收藏价值的产品相结合，实现了‘1+1>2’的效果。

据统计，2015 年广州茶博会上 110 多家普洱茶中有 20 家推出了柑普茶，另外又有 20 余家新会当地柑普茶企参展，本届茶博会上柑普茶总共有 40 余家，达到历年之最。业内保守估计，柑普茶市场至少 8 个亿，各大知名普洱企业齐推这款茶，甚至被称为中国第七大茶类。



农产品打出组合拳，由卖特产走向卖营养卖方便，成为如今特色农产品扩大销售、增加农民收入的品牌规划和市场营销必由之路。无论是枣夹核桃还是柑普茶，都是基于市场需求来开发产品，将两种产品进行优势叠加，实现产品的营养好、便捷化的深加工发展方便，这也为我们农产品开发提供了一个新的方向，各位农友们在农产品开发时，也不妨转换一下思路，也许一个小小的改变，就是一个新的市场。

任务二 农产品消费需求及购买行为模式

一、农产品消费需求

大部分农产品属于生存资料和生产资料，是满足人类基本生活、生产的必需品。其基本特征为：

- 1、购买具有多样性。
- 2、购买人数多，市场分散，
- 3、交易次数频繁，但每次交易数量零星。
- 4、消费者购买具有很大程度的可诱导性。

二、消费需求变化趋势

- 1、情感需要的比重相对物质需要的比重增加，消费者在注重产品或服务质量的同时，更加注重情感、心理方面的需要和满足。
- 2、大众型的标准化产品日渐失势，消费者对个性化的产品或服务需求越来越高。
- 3、消费者从注重产品本身的使用价值，转移到注重产品使用时所产生的感受。
- 4、人们已经不再满足于被动地接受企业制造好的产品或服务，而是要实现自身需求与企业生产的互动，主动参与产品的设计与生产。
- 5、在满足自身需要的同时，开始关注环境保护等公益问题。

三、农产品的购买行为模式（5w1H）

农产品销售要把握选择以什么方式（how），于何时（when）何地（where）将什么产品（what）卖给谁（who）。

【案例赏析】

小本钱“微营销”让客户参与农产品生产

在今年的“北京草莓之星”评选中，“虫乐农庄”参选的草莓样品获得了优秀奖。庄主齐春辉马上将信息整理发到微信朋友圈，他要用微信做次免费宣传，让客户对农庄的农产品品质放心。

今年，“虫乐农庄”种植了10个温室的草莓，22个温室的蔬菜，经营合作基地生产的杂粮、油等农产品。齐春辉介绍，“虫乐农庄”采用会员制的销售理念。目前，农庄的会员有60多人，但农庄仍然达不到满负荷运转，销售难的问题仍然存在。农庄不仅要开辟客源，更要解决客户服务。齐庄主看中了电子商务。最早他也有开网店、做自己的品牌的想法，但与朋友交流后，老齐打消了这个念头。“网店或者网购销售平台现在成了一个比价平台，而且信息量太大，对于本钱小的种植户、农场来说，刷存在感就是一大难题。”齐庄主感叹道：“尤其农庄主打有机品牌，没有价格优势，消费者又缺乏信任，优质不优价，销售很困难。”



如何利用有限的资源拓展销路？齐庄主想到了微信，他注册了一个公众号，加入了两个微信群，做起了“微营销”。齐庄主利用公众号，把每天生产中的信息以图文并茂的方式告诉客户，一周里农庄发生的事、活动预告也会在公众号里贴出，客户能实时了解农产品的生产环节、跟踪农产品流通过程，还能通过公众号解决农产品售后服务，与客户形成良性的交流机制。

草莓是鲜食农产品，成熟了就得卖出去，周末没问题，可平时怎么办？齐庄主另辟蹊径，与汽车、羽毛球俱乐部合作，加入俱乐部微信群。俱乐部平时组织活动，农庄以草莓或蔬菜作为奖品，让俱乐部成员参与活动有收获。“农产品要有差异性、独特性，让人一吃就和市场不一样，增加农产品的存在感，这样会吸引不少客户成为会员。”齐庄主与群主达成协议，周一到周五可以组织团购，农庄送货到一个地点，解决了平时草莓卖难的问题。

齐庄主原来的销售定位是做好品质，供应高端人群。可在实际操作中发现，这部分人群不仅没时间体验、交流，而且基本上不在家吃饭。现在，山庄的有效客户是年轻人，家里有小孩的收入稳定群体，这部分人群要求生活品质，经常上网、经常在家吃饭。“微信是非常好的宣传、交流渠道，尤其我有针对小区或单位点对点销售的想法，把客户拉入微信群方便沟通，投入低、效果好，能让客户有参与农产品生产的体验感。”齐庄主说。

【知识链接】

农产品营销的五大路径

条条大路通罗马，但是我们还是要尽量寻找快捷的、奏效的路。那么，快瞪大眼睛……看看农产品营销的五大路径

1、大单品品牌卖向全国

做大单品概念，以一个高品质的单品用一个品牌卖向全国，甚至走向全世界。像正官庄高丽参、新西兰佳沛奇异果、中国凉茶加多宝、老干妈、褚橙、溜溜梅……都是这样的成功经典案例。

凡是认知广泛，没有消费障碍的食品品类，适合做大单品品牌模式。例如枸杞、虫草、赣南脐橙、大枣、核桃，等等。

大单品卖全国，要高度重视渠道的推动力。传统的农产品营销，渠道力非常单一和分散，企业对渠道没有控制力。农产品要想做大做品牌，渠道工作必须加强，这块短板必须补上。

有企业认为现在传统渠道的销售额还很大，担心网上渠道会对传统渠道形成冲击，但同时又想做电子商务，非常纠结和焦虑，最后，折中的做法是开发不同产品，或者用不同品牌做两块业务，也就是线上线下品牌价格不一样。这不是一种好方法。

互联网或移动互联一定要做线下做不到的事情，比如面对全国市场和消费者，可以在

某个时候开展精准活动，引爆消费；还可以将线下滞销的产品，通过长尾效应销售出去。

互联网不等于低价，你如果不做品牌，当然只能拼低价。要做互联网传播和销售，同样要做品牌，因为只有品牌才是终极的差异化，才是远离价格死拼的最好办法。

2、一线城市建立农产品招牌店

人们对食品安全愈加关注，更追求天然健康的产品，因而，原生态条件下生产的天然营养健康的农副产品及加工食品，显得十分宝贵，容易成功。

国内商业百强企业哈尔滨中央红集团依托黑龙江绿色有机食品资源优势及自身拥有的农业产品基地，投资成立黑龙江哈尔信农产品深加工有限公司，开办“哈尔信”有机绿色食品专营店。

“哈尔信”是英文中——healthy（健康）的音译。在北京望京地区，全国第一家省外哈尔信食品超市样板店已经营业，专营的健康食品共有八大系列二百余种商品。

新疆果业集团的“西域果园”品牌，在全新形象“果叔”的带领下全面进军北京、上海、广州、武汉、成都、无锡等全国主流市场，在各大超市建立品牌桥头堡——“果叔岛”，十几种新疆高品质干果集中亮相京城，市场效果非凡。

3、农产品领域的“英特尔模式”

在移动互联网时代，把分散的农产品行业的供给与更分散的农产品的需求精准对接起来，这是农产品行业革命性的大事，这里蕴含着无限的可能性。农产品（食材）领域的B2B模式，照样可以成就像电子行业的英特尔、食品包装业的利乐一样的行业品牌。

老干妈是典型的终端型品牌，但是许多人不知道，老干妈其实有50%的销量是从餐饮渠道获得的。

老干妈成功之后，一个意想不到的现象出现了，以老干妈辣酱为辅料烹饪出来的各种菜品遍布大小餐饮饭店，这是其巨大销量的又一重要来源。

老干妈口味独特而稳定，许多类似的产品做不到。餐饮店对产品口味稳定性的要求非常高，而老干妈产品恰好满足了餐饮店的需求。

雏鹰农牧集团旗下生态猪肉品牌“雏牧香”猪肉定位“安全、健康、时尚生活”。雏鹰农牧多管齐下，分别与众多知名餐饮企业签订生态猪肉供应的长期协议，还根据各地不同的风俗和消费习惯，有针对性地开发市场，在华南片区，针对广东人喜欢用猪骨煲汤的习俗特点，充分发挥品牌生态猪肉的优势，着力开辟餐饮企业合作渠道。在西南片区，针对川渝人喜欢吃腊肉腊肠的习俗特点，重点开拓与食品加工厂的合作。

事实上，三全速冻食品、爱菊馒头，都在直接对接餐饮、军队、学校、工厂等，这在任何时候都是直接有效b2b式的“英特尔模式”。

4、深加工产品卖全国

进入农产品的深加工领域，其实等于变身为食品企业，进入了快速消费品行业。

食品是市场竞争非常激烈的市场，市场竞争水平远远比传统农业高得多。因此，农业



企业做深加工,必须在战略规划、品牌定位、主打产品、路径步骤和团队建设上做足功课,必须要思想观念、资金财力、人才团队上做好充足的准备。在食品市场要想取胜,每场战役都是硬仗。

做深加工的食品市场,怎样从区域到全国呢?有一条重要的原则就是,试销市场快不得,全国市场慢不得。

5、农产品餐饮化

农产品餐饮化可谓农产品深加工的另一种形式。农产品在店内现场制作,现场售卖,现场体验。

中华著名老字号全聚德始建于 1864 年清朝同治三年,距今已有 140 多年的悠久历史,代表中国美食享誉全球。全聚德就是农产品餐饮化的典型代表。

全聚德第一代掌柜杨全仁老先生初到北京时在前门外的肉市街做生鸡生鸭的买卖,后来有了自己的店面,转向做烤鸭。全聚德烤鸭主要在店内食用的特点与道口烧鸡、文昌鸡、德州扒鸡多为买回家吃,形成鲜明对比。

同样,西贝莜面村餐饮店将西北莜面、黄馍馍等西北美食带到了全国各地;福成肥牛、秦宝肥牛、老乡鸡(肥西老母鸡)把原来一个很小地方的特色产品,以做餐饮店的形式越做越大,有望成为代表一个省及至全中国的中式新快餐。

用做餐饮的形式,为自己的食材原料找到稳定的出口,同时也是打通产业链,通过深加工在产业链上增值,为企业谋取成长空间的好办法。

【项目实训】

【引例】 4800 个有机鸡蛋只换来 20 多个忠实顾客 有机食品难赚钱

一个月前,杭州一家有机食品公司在城西一个小区,用 4800 个鸡蛋换了 250 个会员;一个月经营下来,有意购买有机食品的会员只剩下 20 多个。

发展会员并送货上门,这种销售模式曾经出现在净菜配送上,现在又有人用来销售价高质优的有机食品,但似乎赚钱也有难度。

250 个会员仅 20 多人频繁购物

为在城西世纪新城小区发展会员,这家运作半年多的公司想出了一个办法:用一盒有机鸡蛋(6 个装)换会员资料。他们让物业公司帮忙给小区住户发宣传单,凭单免费领一盒鸡蛋。结果已经入住的 1700 户住户中来了 800 户领走了鸡蛋,但只有 250 户愿意再次尝试有机食品而成为会员。

会员不多,能经常消费有机食品的更少。250 名会员中,仅有 20 多位是真正的铁杆有机食品消费者,这 20 多人差不多每星期都要采购一次,每次采购金额超过 300 元。加上其余销售,一个月下来,这家公司的销售额仅 4 万元左右。会员集中购买的有机食品有大米、禽蛋、肉类和蜂蜜,其余上百个品种的售出率都不高。

这家公司的总经理郑新立说,有机食品虽然单价高,但是利润率与普通食品差不多,约

20%-30%。按现有会员对有机食品的消费能力和频率计算,郑新立认为,会员数量至少再多一倍,公司才能保本。

高价限制有机食品销售

湖州绿叶生态农业发展公司是世纪联华有机蔬菜的供应商。公司负责营销业务的刘经理认为,高价格是影响有机食品销售的主要原因。

与施用化肥的蔬菜地相比,有机蔬菜的收成都不高。但有机蔬菜的价格普遍比普通同类蔬菜贵 5 倍以上。

浙江大学经济学教授叶航认为,有机食品进行会员配送销售,还有另外一个难题,就是消费者对有机食品本身的信任度不高。要做好有机食品的销售,需要一个具有强大社会信誉和商业信誉的企业来推广。

杭州本地超市龙头世纪联华,正在尝试让有机产品为超市带来利润。世纪联华庆春店在三个月前推出精包装的有机蔬菜,到现在每天销售额有 3 万元左右,3 个月累计销售额比去年同期增长了 28.9%。

实训内容：农产品市场调查

- 1、参考引用案例，分析有机农产品销售难的原因。
- 2、加强市场调查意识，避免盲目经营。
- 3、讨论市场调查的方法，内容。
- 4、查阅有关资料。
- 5、小组交评市场调查方案。

实训步骤：

- 1、请学员认真阅读引例，分组探讨有机农产品销售难的原因。
- 2、专业分析：
 - (1) 上述案例中的有机农产品店开业前需不需要进行调查，怎样调查？
 - (2) 市场调查主要的内容应该有哪些，可以借用什么方法。
- 3、自主学习：上网搜集市场调查的主要方法，调查问卷等信息，结合案例做一份有机农产品的调查报告。

实训要求：

- 1、各组学员要积极发言，针对案例店面亏损原因发表意见。
- 2、要合理选用调查方法，并设计具体的调查内容。
- 3、以小组为单位写一份调查方案，不少于 500 字。

实训考核：

- 1、考核活动中的发言积极性，占比 20%。
- 2、考核文字能力，能写出 500 字的调查方案，占比 50%。



- 3、考核表达能力并计分，占比 20%。
- 4、考核组织能力，占比 10%。



项目三 农产品产品策略

【要点提示】

- 开发新产品策略
- 农产品包装及品牌策略
- 农产品加工策略

随着我国农业产业化、商品化的兴起，越来越多的农产品精品摆上了超市柜台，营销手法也开始越来越多应用于农业产品领域。国外先进农产品营销成功的典型案例有新西兰奇异果，其由营养成分和中国猕猴桃差异不大的水果被成功的营销包装，其他还有新奇士橙、美国提子（大葡萄）、泰国香米等。他们大多都是当地政府相关部门通过市场化运作，为农产品建立相应的品牌营销系统而使农产品增值。

可是摆在中国许多农业小产品领域小型创业者面前的现实是：除了当地的农产品资源优势，如当地有好品质的蜂蜜、皮蛋、莲子、猕猴桃、大枣等，创业者们几乎没有多少创业资金，也就没有钱做广告推广、没有钱建立销售队伍，进入入场费很高的大型卖场他们连想都不敢想，这些都制约了大多数农业创业者的积极性。

营销策略学习的意义在于让农户们了解农产品的营销具体手段，借用营销策略让自己的产品成为特色，为产品增值。

任务一 开发新产品策略

农产品和任何事物一样，有着出生、成长、成熟以至衰亡的生命周期。

新产品开发是从营销观念出发所采取的行动，因此首先必须是适应社会经济发展需要，试销对路的产品。没有市场的产品，对企业而言再新也没有意义。消费者对奇形异彩农产品需求，使一个产品多种式样，成了新的消费动向，如乌骨鸡、七彩龟、黑小麦等农产品虽分别属鸡、龟、麦类，但因为其颜色非凡，药用价值较高，不仅市场销路好，而且经济效益高。因此，新产品要有自己的特色适应和满足消费者需求的新变化。

一、 新产品策略

1、开发新产品策略

采用先进科学技术，更换、开发名特优新产品，促使农产品提早和推迟上市就能取得较好的经济效益——人无我有，人有我新。

2、错季节产品

农产品生产的季节性与市场需求的均衡性矛盾日益突出，由此带来的季节性差价蕴藏



着巨大的商机。

3、嫩乳产品

近年来人们的消费习惯正在悄悄发生变化，出现了崇尚鲜嫩食品的新潮流。粮食当蔬菜吃，玉米要吃青玉米，黄豆要吃青毛豆，蚕豆要吃青蚕豆，猪要吃乳猪，鸡要吃仔鸡，市场出现崇尚嫩鲜食品的新潮。农产品产销应适应这一变化趋向，这方面发展潜力很大。



4、高品质产品

人民已不在满足于吃饱，而是更注重吃好，吃出营养和品位，优质农产品的市场前景十分看好。农产品市场营销的基础。

5、多样化产品

农产品消费需求的多样化决定了生产品种的多样化，一个产品不仅要有多种品质，而且要有多种规格。要根据市场需求和客户要求，生产适销对路的各种规格的产品。实行“多品种、多规格、小批量、大规模”策略，满足多层次的消费需求。



6、求新求异产品

人们对蔬菜、水果等农产品不仅要求营养丰富、美味可口、还要具备一定的观赏功能，以满足消费者日益增长的求新、求异心理。

7、净菜化策略

净菜配送流程：新鲜蔬菜——挑选——洗涤——切配——洗涤——消毒——封装——贮藏，适应了现代社会的快节奏。



8、自然化产品绿色化食品

人们的消费需求从盲目崇洋转向崇尚自然野味。热衷土特产品，蔬菜要吃野菜，市场要求搞好地方传统土特产品的开发，发展品质优良。风味独特的土特产品，发展野生动物。野生蔬菜，以特优质产品抢占市场，开拓市场，不断适应变化着的市场需求。



二、农产品加工策略

农产品加工是指以农业生产中植物性产品和动物性产品为原料，通过一定的工程技术处理，使其改变外观形态或内在属性的物理及化学过程；同时也是通过一定的治理技术处理，使其由初级产品转变为制成品，连接农业生产与居民消费的经营过程。目前，农产品中直接能够进入生活消费及工业生产的种类并不多，因此，农产品加工是不可或缺的产业。

目前，中国农产品加工产值仅为农业总产值的 20-30%，而发达国家一般都在 60%以上，美国达到 83%。美国方便食品占食物总量的 60%，中国仅占 30%。

在肉类消费结构中，法国熟肉食品占 40%，美国熟肉制品占 65%，而中国熟肉制品仅占 10%。如玉米，美国可加工 2000 多种产品，加工比例占到 20-25%，中国仅加工 100 种左右，加工比例 9%左右小麦加工，发达国家专用面粉占 80%，品种 110 种，中国专用面粉仅占 30%，品种只有 10 多种。

农产品加工作为农业产业的延伸和农产品价值增值的必要过程，是每一个经济体不可缺少的环节。农产品通过加工增值的例子，比比皆是，农民投资办加工企业不仅获得了农产品的增值部分，同时也获得了加工的收入。80 年代，江苏省兴化市不少乡镇的大葱卖不掉，烂在田里，倒进河里，造成河水污染。近几年，本地农民先后投资办起了十多家大葱加工厂，加工脱水葱、方便面调料出口到韩国和我国台湾等地，全市大葱面积由万把亩猛增到 40 多万亩，每年增收几千万元。可见，农产品的加工也在促进农产品市场的发展，我们不能忽视它。

任务二 农产品品牌和包装策略

一、产品层次

树立整体产品观念，创造更多的产品价值。

1、核心产品：产品基本效用

2、形式产品：包装、品牌、商标等

3、附加产品（延伸产品）：售后服务，送货，安装等。

二、农产品的品牌策略

1、品牌与商标

品牌：是一个名称、词语、标记、符号或图案，或是它们的相互组合，用于识别产品的经营者和区别竞争者的同类产品。牌名：即品牌的名

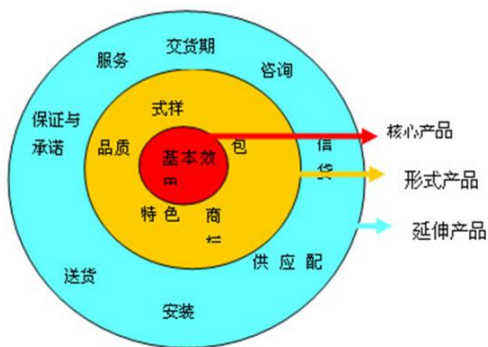
称，是品牌中可用口语称呼的一部分，用于经营者及其产品的商业宣传活动。品牌标记：是品牌中可记认但无法用口语称呼的一部分，它包括符号、图案、独特的色彩或字体。

某一产品的牌名与品牌标记的总和就是该产品的品牌。

商标：是经有关政府机关注册登记受法律保护的整体品牌或该品牌的某一部分。商标具有区域性、时间性和专用性特点。

品牌与商标的区别：品牌是一个商业名称，其主要作用是宣传商品；商标也可以宣传商品，但重要的是，它是一个法律名称，受法律保护。

品牌与商标的联系：品牌的全部或部分作为商标经注册后，这一品牌便具有法律效力；品牌与商标是总体与部分的关系，所有商标都是品牌，但品牌不一定是商标。



2、品牌的作用

- (1) 识别商品出处
- (2) 宣传推广商品
- (3) 承诺产品质量
- (4) 维护专用权利
- (5) 充当竞争工具

品牌在市场竞争中的作用并不仅仅表现在农产品的识别功能上，虽然农产品的质量性能和企业市场信誉能够首先通过品牌传导给消费者，但品牌尤其是品牌的功能，更多的是它的市场影响力，是它带给消费者以信心，它在带给消费者物质享受的同时，还带给消费者一定的精神享受。品牌的这种非凡功能构成了品牌农产品所特有的市场竞争力。任何农产品加工企业都不能忽视品牌战略的重要性。

创驰名品牌是解决农产品卖难和提高农民收入的根本途径品牌是高价格的基础，驰名品牌会给企业带来高额利润；品牌是产品竞争优势的基础，驰名品牌具有强大的竞争力；品牌是吸引新消费者，留住老消费者的有利武器；品牌能够提高企业营销计划的执行效率；品牌是促进产品扩张，促进贸易的有力杠杆。

3、品牌设计的原则

- (1) 选题好
- (2) 不违法
- (3) 有特色
- (4) 能传神
- (5) 易记读

4、品牌命名策略

- 人物命名：如“老扁薯条”
- 产地命名：如“西湖龙井茶”
- 效用命名：如“三九胃泰”
- 制法命名：如“二锅头”
- 外形命名：如“棒棒糖”
- 译音命名：如“百事可乐”
- 数字命名：如“555”牌电池
- 以产品成分命名：如“人参蜂王浆”
- 以动植物命名：如“熊猫”彩电
- 以革命圣地、名胜古迹命名：如“石林”香烟

三、农产品包装策略

1、包装设计的原则和要求

- (1) 产品包装要符合消费者观念的变化。
- (2) 体现消费者个性。
- (3) 产品包装更换时要慎重。
- (4) 产品包装要适度。
- (5) 包装图案的设计必须以吸引顾客注意力为中心。
- (6) 包装设计要考虑文化这一因素。
- (7) 重视防止包装的模仿和“盗版”。

2、包装设计的要求

- (1) 突出产品形象
- (2) 突出产品用途和使用方法
- (3) 展示生产者（产地）形象

3、农产品常用的包装策略



在现代商品社会,包装对商品流通起着极其重要的作用,包装质量直接影响到商品能否以完美的状态传输到消费者手中,包装的设计和装潢水平直接影响到企业形象乃至商品本身的市场竞争。随着人民生活水平的提高,原有消费习惯和生活方式的改变节奏不断加快。为适应这种变化,包装设计的一项重要任务就是更好地符合消费者的生理与心理需要,通过更人性化的包装设计让人们生活更舒适、更富有色彩。因此在农产品的包装上,我们要制定它的策略,因为选择不同的包装策略将得到不同的包装效果。

(1) 突出食品形象的包装策略

突出食品形象,是指在食品包装上通过多种表现方式突出该食品是什么、有什么功能、内部成分、结构如何等形象要素的表现方式。这一策略着重于展示食品的直观形象。

通过在包装上再现产品品质、功用、色彩、美感等,有助于商品充分地传达自身信息,给选购者直观印象,真实可信,以产品本身的魅力吸引消费者,缩短选择的过程。



(2) 突出食品用途和使用方法的包装策略

突出食品用途和用法的策略是通过包装的文字、图形及其组合告诉消费者,该食品是什么样的产品,有什么非凡之处,在何种场合使用,如何使用最佳,使用后的效果是什么。

(3) 展示企业整体形象的包装策略

企业形象对产品营销具有四两拨千斤的作用,因此,很多企业从产品经营之初就注重企业形象的展示与美誉度的积淀。

(4) 突出食品非凡要素的包装策略

任何一种商品化的食品都有一定的非凡背景,如历史、地理背景,人文习俗背景,神话传说或自然景观背景等,包装设计中恰如其分地运用这些非凡要素,能有效地区别同类产品,同时使消费者将产品与背景进行有效链接,迅速建立概念。

4、其他包装策略

- (1) 统一包装策略
- (2) 等级包装策略
- (3) 配套包装策略
- (4) 多用途包装策略
- (5) 附赠品包装策略
- (6) 特殊包装模仿包装

【案例赏析】

变脸的土豆赚得多

九月底，河北省围场满族蒙古族自治县的天气已经转凉，玉米的秋收已经结束。田地里除了枯黄的叶子和杂草之外，很难再看到还有什么东西。可是，从各地赶来的货车却不断围拢到了这里，还竞相抛出高价，非要抢着收购地里东西。车多地少，为了得到所有权，有的车主甚至相互争执了起来。

现场：哎呦，你们俩别打架，拉开，拉开，别打。拉开，拉开，别打。真是我受不起这个气，真是。硬是要把我的货抢了，别的地里有货，就硬是要把我的货抢了，就是不成。别说了，别说了。协调协调不就得了。我们昨天晚上就来了，在旅馆住了一夜。哦，我们都车都走出一站地来了，他非要顶着牛不让过来。

外来的客商争执的不可开交，迫不得已，种植户早早的就插上了已订购的牌子，可即使这样，仍然不起作用，前来排队的大车有增无减。究竟这看似荒凉的地里有什么宝贝，会招来这么多的人在这个时候赶来围场。

马铃薯经销商 赵大明：你看他这土豆都这么粗这么长，大。这个土豆皮还薄，和咱们家正常种出来的土豆皮还不一样。它皮嫩，咱家种出来的皮厚，老，长的还小还黑。

原来这些经销商都是奔着一种长相与众不同的马铃薯而来，这种马铃薯为何会如此抢手，那还要从这片地的主人，王福合说起。如今，他自己不但拥有万亩马铃薯基地，年收益超过千万，而且还让当地马铃薯产业发生了一场巨变。

围场满族蒙古族自治县地处河北最北部，由于邻近内蒙浑善达克沙漠，土地沙化，是马铃薯生长的绝佳环境。但是因为信息闭塞，几十年来始终是自产自销。

围场满族蒙古族自治县龙头山乡龙头山村 村委会主任 康玉琢：过去就是小的喂猪，大的人吃。也没人给引进销路，老百姓说难听的话，真是上炕认这双鞋，下地认灶王爷，他都不知道往哪里销路，也不知道找谁去。

直到洋快餐进入中国大陆的市场，马铃薯作为薯条不可缺少的原料，快餐厅力求在中国直接找到货源。几次考察后，他们看中了围场独特的地理气候，与当地农业局洽谈，希望在这里建立生产基地。可是国内原有的品种却很难符合加工薯条的要求。

围场农业局副局长 王福合：其他品种不是内在质量不行，就是外形不行。你像克新一号是圆的，个也不是很大，这样加工薯条第一长度不够，第二废料太多。你加工薯条边角一去，它出成率就很低。于是他专程从美国引进了一个新品种，它长长的外形和原来传统的马铃薯形成了鲜明的对比。



王福合：夏波蒂是长的，去皮以后，芽眼又浅，出条率非常高，这是从外观质量，从内在质量，夏波蒂的固有物质在 21%左右，19%到 21%，这个正好适合油炸薯条的要求。

王福合经过两年多的种植实验，夏波蒂在围场不但适应了气候环境，还有了较高的产量。本以为向农户推广是水到渠成再简单不过的事情，可他怎么也没想到，种植户却都另有盘算，谁也不肯接受。

龙头山村 村民原凤龙：当时长土豆没人认，人们吃着，过去我们这里的人都说是面，就是淀粉含量高，这个品种好像淀粉含量低似的。

御道口村 村民闫喜坤：市场卖菜这么大一个，回家一顿吃不了，下顿就白瞎了。这个含淀粉含量还不高好像，不一定太好，我认为。

村民固有传统观念，一下很难改变过来。虽然村委会帮忙，召集大家进行宣传。可是不管谁来游说，看不到效益，谁也不愿意冒这个风险来第一个种植。对这个品种满怀信心的王福合眼看着这样的情况，找到了弟弟和妹妹帮忙，要每家凑出 20 万元，和自己率先种植，做个表率。

眼看着王福合信心十足，家里人还是都凑足的钱。2000 年春天，王福合凑齐了 100 万元，承包了 3000 多亩土地，引进了喷灌设施，第一个种植上了夏波蒂。4 个月之后，他把地里的马铃薯都卖给了专门为洋快餐加工薯条的厂商，不但一下就收回了投资，还带来了一笔丰厚利润。

王福合的妹妹王洁：我们第一年赚了将近 100 万元，没想到，太惊讶了，当时真的觉得有点接受不了。可以说对我来说没见过那么多钱。

种植马铃薯在当地，一亩地赚个 500 元已经非常难得，如今，王福合一家种植这个长相怪异的新品种一亩地就能赚到 3000 元，这可是原先的 6 倍。农户的积极性马上就调动了起来。不出一年的功夫，围场马铃薯的种植面积就达到了 45 万亩，成为了中国马铃薯之乡。

围场满族蒙古族自治县人民政府 副县长王文合：我们的产量是 65 万吨。按照人均一斤算，我们中国人是 13 亿，平均合中国人一斤土豆，产值按照平均数，一斤按 5 角钱算，能提供产值 6 个多亿。应该说马铃薯在围场农业产业上是第一大产业，是当值无愧的。

围场马铃薯品种的改变，吸引了大批生产加工厂商来到围场，专门收购这种适于加工的夏波蒂，不少企业为了降低运输成本，索性直接在这里开办了分厂，制定出了一套标准。

加工商 王祥：原则上 3 两以上，长度是 7 公分，太长了我们就要从中切一刀，太短了长度不够，像这样 10 公分左右的就正好合适，擦出条来整齐。

企业的入驻让围场马铃薯的需求量快速增长，2007 年，王福合看准了商机，又一次成为了带头的风云人物，他第一个走出围场，在内蒙承包了万亩土地，并与洋快餐的加工商直接签订了收购协议，开始了订单式生产。很快，围场的马铃薯种植大户都纷纷效仿，签订了收购协议。只有完成合同任务之后，剩余的部分才能对外销售。因此，国内其他一些

加工企业前来收购时很难拉到这种新产品，很多人都不得不寻找关系才能拿到为数不多的一点。

马铃薯经销商 吴盘良：通过朋友的关系才给我一车，太少了，弄不到了是吧，我要的太多了，给不了你那么多，不给我那么多，通过朋友介绍就给我一车。但是我回去不够分，还要找你。还得找你们。

眼看着货源紧俏，今年吃了亏的经销商也都改变了经营策略，从零散收购改成了订单生产。

如今，围场人看准了市场需求的变化，已经在周边几个城市承包了 10 多万亩土地种植上了这个适于加工的马铃薯，这看似最土的投资，也成为了的最热门开发项目。不仅仅为当地的农民开启了致富的门路，也带动了周边地区经济的发展。



项目四 农产品价格策略

【要点提示】

- 农产品价格影响因素
- 农产品定价策略

价格是市场竞争的法宝，恰到好处的农产品价格不仅促进农产品的销售，还能让农产品经营者的盈利得到提高。农产品定价定的好，可以让人赚钱。反之，定不好价格，产品卖不出去不说，还可能会让人做赔本买卖。所以，农产品要盈利，定好价格很重要。

继3月中旬北京出现“十余元仅买两根天价大葱”的现象之后，樱桃也在上市之初被爆出“按两卖”、“一颗樱桃一块五”的“樱谋诡计”。从“蒜你狠”、“豆你玩”、“姜你军”，到“向前葱”和“樱谋诡计”，农产品价格上涨频频引发关注和网友调侃。如何看待最近的农产品价格上涨现象？影响农产品价格的因素有哪些？怎样合理的制定农产品价格？这正是我们本部分要学习的内容。

任务一 了解农产品定价的影响因素

一、影响农产品定价的因素

价格：是购买产品或服务所支付的货币的数量。在制订价格时，一般受如下四大类因素影响：

1、定价目标

农产品定价目标与程序以农产品生产经营者对其产品是否具备定价权力为前提条件。主要包括公司方面、竞争对手方面和顾客方面。

2、成本因素

产品成本是定价的基础，是经济核算的盈亏临界点。也可以这样说，成本决定价格的下限。对企业而言，其总成本由固定成本和变动成本组成。固定成本是不随产量变化而变化的成本，如固定资产折旧、机器设备租金、管理人员费用等。变动成本是指随着产量变化而变化的成本，如原材料、工人工资等。

3、市场因素

在市场经济下，为了刺激顾客的消费行为，通常要对基本价格作适当的调整。如价格折扣与折让，即实行让利。抓住顾客的心理进行促销定价。通常利用节假日和换季时节进行所谓的“大甩卖”、“优惠酬宾大减价”和“买一送一”活动，把部分产品按原价打折扣出售，以促进销售。

4、政府因素

农产品价格的制定可分为两大类：一类是政府定价，农产品生产经营者对所出售的农产品价格没有决策权，如我国曾长期实行过的粮棉油国家统购统销价；另一类是农产品经营者定价，依据农产品质量、市场供求状况等因素决定其价格。

任务二 农产品定价策略

一、农产品定价策略

农产品定价策略是在定价目标的指导下，根据农产品特征和市场条件，综合考虑影响价格的各种不同因素，运用具体的定价方法，对农产品价格进行决策。常用的定价策略有以下几种：

1、渗透定价策略

农产品的同一个品种具有较大的同质性，因此经营者往往采取低价来吸引众多消费者。这种策略的优势在于：低价低利能够有效地阻止竞争者加入，产品能较长时间地占领市场。这种策略主要包括以下3种。

（1）高质中价定位。指企业提供优质的产品和服务，但价格却定在中等水平上，以价格的优势吸引众多的消费者，使消费者感到花中等的价格获得高品质消费。

（2）中质低价定位。指企业以较低的价格，向消费者提供符合一般标准的产品和服务，使顾客以较低的价格，获得信得过的产品。这一目标市场的顾客群对价格敏感，但又不希望质量过于低劣。例如，目前我国正在兴起的仓储式商店的发展就是针对这一顾客群的。

（3）低质低价定位。产品没有质量优势，唯一有的是价格优势。这一策略主要迎合一些低收入阶层。使用低质低价策略的条件是：能够通过销售量的增加使产品的生产成本下降，且目标市场的顾客对价格非常敏感。如果发现竞争加剧，经营者应考虑有更低成本的产品推出。

渗透定价策略的适用范围是：新产品进入市场；产品市场规模大，市场竞争性较强；产品需求弹性较大，消费者对产品价格反应敏感，稍微降价就会刺激需求；大批量生产能显著降低成本；薄利多销的利润总额大于按正常价格销售的利润总额。

2、撇脂定价策略

撇脂的意思是指从牛奶表面逐层撇取奶脂，撇脂定价是指新产品进入市场后经营者有意识地把产品价格定得大大高于成本，使其能在短时间内把开发新产品的投资和预定的利润迅速收回。采用这一策略的经营者在促销时，产品价格定到什么程度不以成本为标准，只要能满足顾客的炫耀心理，能显示出商品的高品质、高附加值即可。这一策略的实施往往配合以强大的宣传攻势，将产品推向市场，使消费者尽快地认识新产品，在短期内形



成强烈的需求欲望和购买动机。当然,采取高价策略要有支持高价的产品特性。比如,高价产品应该能突出显示消费者的地位和财富,意味着产品高品质,高档次等。

3、尾数定价策略

一般消费者往往认为尾数价格是经过精密计算的,因而产生一种真实感,信任感、便宜感。尾数定价策略可以顺应某些地区、民族的风俗习惯,从而有利于扩大销售。如 1000 克鸡蛋标价 5.90 元,比标价 6.00 元更能吸引顾客。现在用得尾数比较多的还有 8,取“发财”中“发”的谐音。

4、整数定价策略

根据消费者自尊心理的需要,对一些高级商品要采取整数定价,因为这种定价能满足顾客的虚荣心。例如一盒人参礼品如果定价为 59 元,就不如定价 60 元为好。因为顾客心理感觉 59 元只是 50 多元,没有超过 60 元,心理上得不到满足,不易引起购买动机。

5、分档定价策略

分档定价就是根据不同顾客、不同时间和不同场所,在经营不同牌号、不同花色和规格的同类产品时,不是一种商品一个价格,而是把商品分为几个档次,每一档次定一个价格。分档定价的形式有以下几种。

(1) 针对不同顾客群体定不同价格。如许多会员商店,对会员顾客实行标明的价格售货,而对非会员顾客购物则要加收价格的 5%—10%。

(2) 同一产品,按不同花色、样式和规格实行分档定价。如把同为红富士品种的苹果按照大小分成不同的等级,每个等级确定一个价格;出售猪肉时,根据不同部位确定不同的价格。

(3) 按位置分档定价。根据销售场所的区位优势,交通便利程度、商服繁华度、消费群体层次等因素确定不同的价格。

(4) 按时间分档定价。比如在日本一些大的超市里鲜鸡蛋早上和晚上的价格不同。再如同样的新鲜蔬菜元旦、春节期间价格要比平时高出一倍,甚至几倍。

分档定价可以使消费者感到商品档次高低的明显差别,为消费者选购提供了方便。但分档不宜太少也不宜太多,因为档次太多,价格差别太小,起不到分档作用;档次太少,价格差别太大,则容易使期望中间价格的顾客失望。

实行分档定价要注意以下几点:市场是可以细分的,且每个细分市场的需求强度不同;商品不可能从低价市场流向高价市场,不可能转手倒卖;高价市场上不存在削价竞争;分档定价不应引起顾客不满等。

6、折扣定价策略

折扣定价策略指经营者在顾客购买商品达到一定数量或金额时予以价格折扣。折扣定价策略包括以下几种:

(1) 数量(金额)折扣。指卖主为了鼓励顾客多购买,达到一定数量(或金额)时给予某种程度的折扣。其形式有累进折扣和非累进折扣两种:累进折扣为买方在一定时期内累计购买达到一定数量或金额时,给予一定折扣,购买越多,折扣比例越高。非累进折扣是当一次购货达到卖主要求的数量或金额时,就会给予折扣优待。

(2) 现金折扣。现金折扣是指消费者在赊销购物时,如果买方以现金付款或者提前付款,可以得到原定价格一定折扣的优惠。主要是销售商为及时回收货款而采取得一种价格促销方式。

(3) 交易折扣。根据各类中间商在市场营销中功能的不同给予不同的折扣。交易折扣的多少,视行业、产品的不同以及中间所承担的责任多少而定。一般来说,批发商折扣较多,零售商折扣较小。按照美国百货业的习惯,是按零售价格 40%和 10%给予同业折扣,例如商品农产品零售价格为 50 元,商业折扣为 40%与 10%,意思是:零售商对批发商付款 30 元 ($50 - 50 \times 40\%$),批发部门对生产者付 27 元 ($30 - 30 \times 10\%$),对不同功能的商业部门给予不同的折扣,使它们在不同的环节上都能得到合理利润,乐意经销生产者产品。交易折扣表现在农产品销售中为产地价、批发价、零售价的差价。

7、地区定价策略

地区定价策略,就是当把产品卖给不同地区的顾客时,决定是否实行地区差价。地区定价策略的关键是如何灵活对待运输、保险等费用,是否将这些费用包含在价格中。因为在农产品定价中运费和保险费是一项很重要的因素,特别是运费和保险费占成本比例较大时更应该重视。具体方法如下:

(1) 产地定价。指顾客在产地按出厂价购买产品,卖主负责将产品运至顾客指定的运输工具上,运输费用和保险费全部由买方承担。这种定价方法对卖方来说是最简单和容易的。对各地区的买主也是适用的。

(2) 统一交货定价。是指不论买主所在地距离远近,都由卖主将货物运送到买主所在地,并收取同样的运费。这种策略类似于邮政服务,因此又被称为“邮票定价法”。该策略适用于重量轻、运费低廉,并占变动成本比重较小的产品。它可以使买方感到免费运送而乐于购买,有利于提高市场占有率。

(3) 分区运送定价。这是卖方将市场划分为几个大的区域,在每个区域内实行统一价格,与邮政包裹和长途电话收费近似。

二、农产品定价技巧

1、利用消费者心理定价

对于大众化、没有经过加工的一般农产品,尤其是自家消费的农产品,消费者一般存在实惠心理,一斤蔬菜定价 0.9 元,远比定价 1 元要吸引人,所以这类农产品定价最好不要超过整数,1.8、1.9 元比定价 2 元要好卖得多。对于粗加工农产品,消费者存在“一分价



钱一分货”心理，消费者认为单价为 2.1 元的商品比单价为 2 元的商品质量要好，这类商品就不要采取薄利多销方法。不过，企业对这类商品一定要把好质量关，让消费者认为多掏一毛钱值得。因为，消费者一般是重复购买，并且是买几种牌子进行比较，因此经营者要搞出质量差异，否则，价格比别人高，质量却不如别人，消费者就不会买账。市场上乌江榨菜价位比其他厂家要高，但仍然卖得好，原因是它确实比其他品牌榨菜好吃。

对于作为送礼用途的农产品价格要适当高一些，因为价格太低，消费者会认为拿不出手，但价格太高，消费者会认为不值得，将寻找其他礼品替代。

2、农产品分档定价

一般来讲，同档次的农产品价格要与竞争对手价格保持一致，定价时以竞争对手价格为主要依据。根据本产品竞争能力，同时推出另外一种规格产品，质量稍微好一些，价位稍高一点，这样消费者选择低价位时，你的农产品可能被选中，当顾客选择高价位时，你的农产品也可能被选中。

3、随行就市定价

一般农产品差别不是很大，价格太高消费者会嫌贵，价格太低消费者会产生怀疑心理，因此经营者可以把农产品价格保持在同行业平均价格水平上，这种定价方法比较保险。

4、先低后高定价

对于刚刚进入市场的新产品，为了在竞争中获得一定市场份额，前期可以低价位进入，但这种产品需求弹性必须较大，消费者对产品价格反应敏感，低价能够刺激需求量增多，当低价赢得消费者、产品已经深入人心时，可适当找机会提价，如物价普遍上涨、遇到国家上调工资时。

5、取脂定价

取脂定价策略是指新产品进入市场后，为能在短时间内把开发新产品的投资和预定利润迅速收回，经营者有意识把产品价格定得远远高于成本。采取高价策略，要有支持高价特性，如营养更丰富、产品食用更安全，符合绿色环保理念。采用这一策略的经营者促销产品，要能显示出商品的高品质、高附加值，同时其实施往往要配合以强大宣传攻势，将产品推向市场，使消费者尽快认识新产品，在短时间内形成强烈需求欲望和购买动机。

6、让顾客自己定价

给予对方信任，对方将给予你更大信任。在可以讨价还价场所，尊重消费者，让顾客给出产品价格，这时消费者一般会客观报价，基本与市场价格持平，有时为报以信任，给出的价格还高于你自己的定价。

7、形象定价

一枝枝鲜花单独销售可能不太值钱，但是把它装进透明好看的花瓶里，视觉上会给人



带来愉悦的享受，因此鲜花伴随着花瓶一起出售，价位就会稍微偏高，顾客购买欲望也愈加强烈。

8、分部位定价

将农产品分拆为几部分分别定价。比如，整鸡价钱较便宜，可将整鸡分部位分别定价，如分成鸡腿、鸡爪、鸡心来卖；把猪肉分等级深加工上市，把猪皮、猪毛、肥膘、猪骨等卖给不同厂家单独加工，如此便能大大增加收入。

【案例赏析】

90 后小伙农产品营销新思路—体验式消费

现在农产品推广的方式不再是传统的在家等着商家来批发，或者自己一家一家推销，电商平台使农民可以在线上推广自家农产品。消费者动动手指就能了解你的产品。但是，电商也有他的弊端，毕竟是在网上，消费者只是听商家的描述和图片来判断。

新疆石河子的王文超大学毕业后，开始创业，主要是销售家乡的特产：和田枣、“玻璃脆”葡萄、石河子蟠桃等，不仅是卖农产品，还要把新疆的文化和风土人情传播到全国各地。

他的营销方式很特别，从消费者的体验出发，先线下体验，后达成购买。

他在武汉的光谷步行街开了一家新疆聚会吧，来这里可以玩桌游、打牌、唱歌、下厨，不同的是，这里处处洋溢着大漠元素。让顾客体验到新疆文化风情，“先有体验后有买卖”。他这里的产品是“卖别人买不到的大漠特产”。直径 6 厘米鸡蛋大的七星级和田枣，每家农户只产一两百斤的石河子蟠桃。



从去年 11 月到今年 2 月份，王文超仅通过网络推广，和田枣和若羌小枣就打开销路，卖出去四五吨，为公司的发展积累了不少铁杆客户。

夏天干果淡季时，果肉透亮、外皮如火焰般红艳的优质葡萄“玻璃脆”正在成熟季，新鲜水果成为主打产品。日前，前期他已与武汉三镇数十家水果店达成合作，这些店铺作为其提货送货点，水果一到武汉，便用冷藏车运送到各配送点。

【项目实训】

实训内容：提升农产品价值

实训目标：

1、通过“老蜂农”这则综合案例，思考讨论，深入认识农产品营销在现实生活中的意义。

2、注意总结案例中用到的各个方面营销知识，学以致用。

【引例】江西老蜂农蜂蜜 小产品狂赚 500 万



老蜂农品牌蜂蜜的创业者，在几乎没有任何自有资金、没有任何广告推广、没有自己建立销售网络的情况下，只是靠产品策划的创造力而产生内在源动力，纯靠自然销售而螺旋上升、自我滚动发展。创业者投入 50 万元银行贷款，5 年来不仅获得了 500 万元纯利润的创业回报，而且创造了一个让竞争对手出价 1000 万收购的中国蜂业知名品牌。

老蜂农案例价值在于，由于它完全不同于充斥市面需要大量资金、以广告推广取得成功，它是农业小产品领域的小型创业者可复制或可借鉴的案例。

以下是通过对话的方式对“老蜂农”案例进行介绍。

一、选择能自然卖货的项目

龚文祥：老蜂农蜂蜜项目的成功一半应该归功于项目选择的成功，你当初是如何考虑进入蜂蜜这个传统农业项目的？

陈泰之：首先是井冈山地区蜂蜜资源丰富，很多农民靠养蜂为生，这里环境没有受到多少污染，井冈山本来就有八百里“绿色银行”的美誉，我便想到就地取材创业。其实江西许多保健品、药品公司的老板都是靠卖蜂蜜起家的，如著名的汇仁集团老总，生产美媛春口服液的江西广恩和制药公司最初也是卖蜂蜜的。蜂蜜行业起点低，适合没有多少资金的人创业，另外这个小产品的行业也不被人注意，竞争也相对其他行业弱很多。与保健品一定要广告推动才能卖货，由于蜂蜜产品的功能已经不需要教育推广，总能自然的卖一些货。

小型创业者不可能进行正规的市场调查，但好的商业直觉与判断成为创业者成功的起点。我与另外几个朋友于 1998 年创业进入蜂蜜市场，主要考虑当时中国保健品行业正处于从顶峰开始下滑的转折期，以三株为代表，整个保健品行业处于信誉危机时期，相当一部分人已经对概念型保健品不再信任，必将有相当部分消费者会回归到传统保健食品，如在中国有千年保健传统的蜂蜜、人参等。另外整个中国蜂蜜市场没有真正的领导品牌，杂牌林立，简单低层次，而中国仅有的几个百年历史蜂蜜品牌如上海冠生园，广州宝生园，其品牌形象做的也不是很到位。这些都给了我们机会。

龚文祥：中国人口多，市场大，市场切入点也很多，很多小型创业者因为资金等原因，相当部分走上了简单模仿与跟风这条路，还有一部分人走上了假冒伪劣这条路，如现在出现的“假奶粉事件”就是例子。有一些有一点资金的创业者，走上了投入的路线，即通过大规模广告推广启动市场获得短期利润。老蜂农没有走以上创业的路线，而以产品源制造作为企业发展的第一推动力而发展壮大，象蜂蜜这样“小产品、大市场”类型的产品，你们是如何切入这块蛋糕的？

陈泰之：我们创业的最初考虑就是，要走一条寻找市场的空白点并进行创新而获得成

功之路。创业项目启动前，我看了许多蜂蜜产品的包装，罐是瘪的，字是歪的，颜色是不讨人喜欢的，甚至可以说整个中国蜂蜜市场没有一个成功的包装，我觉得这是一个非常大的机会，我一定要投入最大的力量做中国蜂蜜行业最好的包装。另外当时我到广州发现大型商场基本很少看到蜂蜜产品进入，还有当时也蜂蜜市场还没有细分的产品，如没有针对白领阶层并为他们接受并喜欢的蜂蜜品牌。我敏锐感到这些都是市场的切入点。

龚文祥：发现了好的商机，那么你们是如何解决启动资金问题的？

陈泰之：一般人创业都是筹措了资金再进行产品策划与生产，而我们是倒过来，有了好的产品策划，有了最好的包装后再找资金。我们将前期仅有的不到十万元资金全部投入到了包装设计中，将我们对于这个产品的策划思想全部凝聚在这个包装中。然后我们拿着包装样品去找银行贷款，谈市场前景，谈当地大量蜂农的蜂蜜销售不出去的艰难处境。因为政府部门十分支持农业产业化项目，加上我们几个股东一贯都是好人的信用，最主要是银行的人一看这个包装也喜欢的不得了，认为一定会好卖，在我们没有任何担保、抵押的情况下破例贷了 50 万给我们。

与那些大谈革命奋斗史的有着奇迹般经历的成功企业不同，我们一切来的顺理成章，很自然，甚至很轻松：我们靠这个能够自然卖货的产品包装，自我滚动发展，从负债 50 万元，发展到现在有了净资产 500 万元，从一个小作坊，发展成为占地 20 亩的现代化的标准厂房。营销就是卖货，卖货就是硬道理。如果一个产品不靠广告促销推动卖货，而是靠产品自身的魅力放在商店就能卖货，就不会出现资金问题，企业就能生存、发展与持续成功。

二、能自然卖货的产品定位

龚文祥：据我调查身边的朋友，发现购买老蜂农的大部分都是白领女性，而且回头客很多，可不可这样说，你们的目标客户就是大中城市的白领女性。

陈泰之：与其说是我们不自觉的把白领女性作为我们主要的消费者，不如说这些白领女性主动的选择了我们的产品，而且成了老蜂农蜂蜜忠诚的顾客群体。与那些商家策划的“热点”、“流行”不同，我们没有策划任何产品概念，也没有大肆宣称蜂蜜的任何功能好处，但我们的产品迎合了这部分人群的根本需求，所以是有市场生命力的，也是能够自然卖货的。

龚文祥：迎合白领女性根本需求的背后因素是老蜂农是中国蜂蜜市场第一个将蜂蜜产品从功能物理层面提升到心理文化层面的品牌。在老蜂农没有出现以前，这部分挑剔的顾客对于蜂蜜消费的心理精神层面是完全没有满足的，她们一看那些土里土气的没有任何审美情趣的包装，就知道这不是她们想要的产品。而当老蜂农一出现，她们会惊喜的感到这才是她们需要的产品，这才是能够满足她们快乐情感与精神体验的品牌。所以老蜂农的成功看似轻松简单，其实是必然：因为它是中国蜂蜜市场第一个满足顾客高层次精神需求的产品。而且这个精神层面的感觉不是通过广告宣传体现，而是通过单一的传播形式体现，



就是老蜂农产品本身精美的包装陈列。老蜂农虽然只是创造了一个新包装，但却是改变了整个蜂蜜产品的格局并确定了老蜂农的市场定位。

我想证实一下，除了产品包装，其他营销手段如渠道、价格、促销是否也基本针对了白领人群的产品定位战略？

陈泰之：老蜂农蜂蜜的主要渠道就是大商场，以前蜂蜜产品只是屈居在小卖部、小超市销售，我们决定开拓大型卖场这个领域。你也许会问，商场那么高的入场费，我们怎么承受的了？由于我们耳目一新的产品定位与包装，经销商都看好我们的销售前景，愿意投资开发大型商场渠道的费用。当然我们价格走最高端的路线，我们的价格比那些百年老牌蜂蜜价格还高出 20% 到 30%，这就给了经销商较高的利润空间。我们基本没有做什么广告推广，产品陈列就是最好的广告宣传。因为我们精美包装陈列在沃尔玛，就有香港的经销商主动找上门来要求开拓香港市场，通过其代理，现在我们每年在香港有 60 万港币的稳定销售；因为精美包装陈列在沃尔玛，国外一些面包品牌与主动找上我们合作推广蜂蜜面包，因为他们觉得在中国只有老蜂农的品牌形象才与他们外资品牌形象相匹配；而在广州，新品牌老蜂农以其“百年蜂蜜”品牌的形象进入了百年老牌凉茶店——黄振龙凉茶店这个渠道。

三、能卖货的形象包装

黑马：当时整个中国蜂业处于品牌意识陈旧、营销手段落后的背景下，我们决心让老蜂农品牌形象的出现成为整个行业的亮点与风景线，并给整个行业带来兴奋点与清新气息，并让设计产生直接的销售力，我们是有这个志向并有这个能力做到。首先“老蜂农”这个品牌名称用于蜂蜜本身就是一个经典，这个名称是陈泰之先生在火车上苦思冥想后睡梦中蹦出来的。品牌包装设计就从老蜂农这个个性化、人性化的名称形象着手。

我们设计背后的策略是体现以下几点，来树立产品魅力与推动销售。

信赖：现有主流的蜂蜜产品，如宝生园的包装形象只是用了一个“宝”字来作为沟通的主要元素，但这种形象认知是有距离感的、表面化的，说明不了历史。就算你在包装上写明牌号成立“1888”字样，也不一定能取得消费者的信任。我们通过一个神态自若的老蜂农的形象，让消费者感受与体验“老蜂农”是来自深山老林的，可信赖的。信赖会产生购买。就像人们去买菜，人们更愿意买那些菜农打扮的人卖的菜，感觉到新鲜、原汁原味、便宜。这是老蜂农能够让消费者产生买货认同的主要原因之一。

人性化：蜂蜜产品是感性产品，消费者习惯看到包装后产生即兴购买的欲望。我们决定用图形形象这种人性化沟通方式，而非用文字语言和消费者沟通。我们遍寻了古代养蜂人的形象，并从水浒传的人物形象中获得灵感，创造了老蜂农这个人性化生动形象。为了体现蜂蜜的直接关联性，我们让这个形象代言人拿了一个蜂巢，而没有象其他众多品牌直接表现蜜蜂的形象。蜂巢的



形象，与“深山藏古寺”中僧人的意境有异曲同工之妙，给消费者留有想象空间，也符合陌生产生惊喜的设计原则。

设计也是销售力，消费者喜欢老蜂农这个人性化形象，他们就会喜欢老蜂农蜂蜜这个产品，就会产生购买欲望。

时尚：古老形象的产品也要体现时代的气息，迎合现代年轻人的审美而变化。我们在设计老蜂农这个标志形象时，摒弃了中国传统白描的手法，而采用了德国版画的表现形式。包装瓶外形设计，我们从一个非常符合老蜂农风格的日本咖啡瓶设计中得到启发，成为中国市场第一个用咖啡瓶来包装蜂蜜的产品。为什么一个看似古老形象的产品会让年轻人喜欢，就是因为时尚的号召力。

事实证明老蜂农形象与包装不仅能够卖货，而且得到设计界广泛认同，获得一系列的荣誉，包括：香港设计双年展铜奖、中国之星设计大赛银奖、第6届中国广告节评委提名奖，98广州日报中国报纸优秀作品奖银奖等。

实训内容：

- 1、参考引用案例，选择本地一种农产品进行营销策略探讨
- 2、了解有关的信息，包括产品信息、社会需求信息、产品特点与定位
- 3、组织学员进行讨论与设计
- 4、撰写设计方案
- 5、小组交评较好的产品方案。

实训步骤：

- 1、请学员认真阅读引例，分组探讨老蜂农成功的原因有哪些；
- 2、专业分析
 - (1) “老蜂农”的品牌成功与生活中常见的电视广告产品品牌成功有何不同？
 - (2) 陈泰之是怎样进行“老蜂农”的产品销售，从“4p”即产品、价格、渠道、促销的角度分别谈谈。
- 3、活学活用：井冈山地区被称为“绿色银行”，蜂蜜资源多，产量高，质量好，但是很少有人创造出高价值的蜂蜜品牌，老蜂农作为低投入，高回报的典型农产品，对你有什么启发？谈谈营销对农产品的影响，以及借用营销知识来销售本地农产品的想法。

实训要求：

- 1、各组学员要积极发言，针对营销提升农产品价值来发表意见。
- 2、详细从“4p”即产品、价格、渠道、促销来整理老蜂农成功的因素，体会营销组合策略对提升农产品价值的意义。
- 3、以小组为单位写一份产品方案。针对本地农产品如何运用营销策略来具体分析，表达自己的想法。



实训考核:

项目	评分内容	小组评价	教师加分
态度 2分	上课认真, 参与讨论态度认真, 积极参与交流		
合作 2分	善于与人合作, 虚心听取别人意见		
完成任务 4分	能认真的完成课下布置的任务		
展示 2分	在规定的时间内展示任务完成情况, 语言流利, 观点正确		
注: 评分分为四个档次: 优秀 (9 分以上), 良好 (8—9 分), 合格 (6—8), 不及格。			

项目五 农产品渠道与促销策略

【要点提示】

- 农产品促销策略
- 农产品直接销售
- 农产品渠道建设与间接销售

农产品在由传统农业到现代农业迈进的过程中,怎么突破销售困局,建立更为有效和完善的渠道并不断创新,这是所有研究农业问题人士关心的重大课题。

现在农产品基本上延续旧的销售办法,以农贸市场为主要源头,向交易集中的菜市场延伸,走的是超市与社区菜市场结合的销售思路,所以农产品的销售本质上思路仍然以政府主导的大市场为主,不断提出要建设大的贸易市场,建设规模型农产品交易市场,这样的销售方式将在很长时间占据主导。

到目前为止,我国的农产品渠道与品牌建设依然存在诸多问题:如生产和销售脱节、市场定位不准、缺乏政府引导,区域性农副产品资源整合缓慢等等,都制约了农产品的市场扩容和消费认可。

任务一 农产品促销策略

农产品促销是指农业生产经营者运用各种方式方法,传递产品信息,帮助与说服顾客购买本企业的产品,或使顾客对企业产生好感和信任,以激发消费者的购买欲望,促进消费者的消费行为,从而有利于扩大农产品的销售。农产品促销有广告推广、人员推销、关系营销、营业推广四种形式。在进行农产品营销的时候要把促销策略灵活运用,与顾客建立长期关系,培养一批忠诚的顾客群。

一、广告促销

通过媒体向用户和消费者传递有关商品和劳务信息,达到促进销售目的的一种促销手段。广告促销的特点是覆盖范围广、传播迅速、形式多样、人均成本低,但广告的信息量有限,需要仔细酝酿,同时制作和发布成本高。

1、广告形式

报纸广告、杂志广告、广播广告、电视广告网络广告。

农产品是人们的生活必需品,需求弹性小,所以,过去很少有农户给自己的产品做广告。而且农产品一般没有品牌,有的话也是地区集体品牌,比如新疆干果、宁夏枸杞,很少有人愿意为整个地区的农产品做广告宣传。综观国内各类广告媒体,除在地方媒体上出现寥寥无几的农产品广告外,全国性媒体上还很少有农产品广告。现在,越来越多的家庭农场开始注意到了广告的作用,自己的产品也有了自己的品牌,也开始利用广告手段来促



销。作为农场主，可以结合农产品个性特征挖掘其独有魅力，做好广告宣传。

2、农产品广告策略

广告信息必须真实，但是手法可以艺术化。以下具体广告策略的分析都以此为基点。

（1）质量证明

消费者不能直观地作出正确判断的时候，往往依靠外部因素来评价产品质量。我们可以通过展示获得的权威机构认证的证书来为产品质量证明，提供有力的说服证据，比如，地理标志农产品，如新疆维吾尔自治区的“库尔勒香梨”、福建的“漳州芦柑”、重庆的“涪陵榨菜”、山东的“章丘大葱”等，地理标志对消费者选购产品提供了很好的色农产品”、“有机农产品”，还有各种级别的评优，如中华名果等。“奉节脐橙”就在广告中展示其获得的各项证书，如农业部优质水果证书、金牛奖杯、第二届中国国际农业博览会金牌，中国国际农业博览会认定为“名牌产品”、“重庆名果”，中国国际农业博览会“名牌产品”等。

（2）情感广告

通过大量使用者的使用情景和消费者证言，建立群体认同感，进而进行安全心理诉求。我国的传统文化是一种伦理文化，特别注重家庭关系、人际关系，依靠亲情来联络成员、稳定秩序、传承家业、教育子弟。在广告中，要多运用“家庭幸福”、“健康长寿”等概念，如银杏酒广告“常饮银杏酒，活到九十九”，因洋溢着对消费者的祝福和深情而更易于被人们所接受。“大红枣儿甜又香，送给亲人保健康”也充分地运用了这一策略。

（3）过程证明

通过展示产品生产环节的过程证明产品的质量，从而进行安全心理诉求。因为一个产品在终端销售之前的环节，消费者是看不到的，通过适当展示这些环节，可以增加消费者对产品的认识而增进信心。统一鲜橙多广告中把冰箱放在了橙子果园里，强调“在橙子摘下的第一时间，即刻被冷藏起来，为的是将最新鲜的营养和美味带给消费者”。广告中把果品的冷链技术展示出来，诉诸消费者的安全需要。

2、营业推广

营业推广又称销售促进，是商家短期用各种方法刺激消费者，销售明显见效的一种促销方法。

（1）对消费者的营业推广

赠品推广、快捷服务、免费品尝、活动竞赛等。

（2）对组织用户的营业推广

农产品交易会、农产品拍卖会。

参加各种农产品展销会是农业生产者和企业促销农产品的好机会。这些展销活动多数是由产地或行业组织在政府支持下举办的。活动之前通过发通知、做广告等进行广泛宣传，活动的组织机构还向有关部门和企业发出参会邀请。展销会一般都有开幕式等仪式，期间邀请各种媒体参与采访报道，声势浩大，参加者踊跃，是促成大批量订货的好机会。有些

展销会在农产品产地举办，邀请众多客商前来并安排现场参观和座谈交流，不但产品促销效果好，而且树立了良好的产地形象，扩大了产地的知名度。如农业部举办全国优质农产品展销周活动就是要向中外客商展示全国各地的优质特色农产品、绿色食品和有机食品，进一步促进农产品贸易流通，丰富农产品市场供应，促进农产品销售。

（3）对推销员的营业推广

农户：折扣鼓励、配套优惠

龙头企业：奖金，提供免费旅游，提供培训学习机会，给予一定比例提成。

【示例】特价菜

今天是周末，早起9点，超市刚刚开门，门前便排起了长队，大多数是中老年人，原来她们是拿着海报宣传单，在排队等候买特价菜。今日推出的是：鸡蛋特价5毛钱1斤，限购5斤；土豆1毛钱1斤两，限购5斤。两种特价，任选其一，数量有限，购完为止。

3、人员推销

农产品的人员推销包括集体组织的产地人员推销和农业企业专职营销员的推销活动。产地人员推销农产品主要是当地政府有关部门组织的农产品推销活动。在一些农产品集中进行商品化生产的产地，如蔬菜产地、瓜果产地等，由于生产量大和销售季节集中，一到收获季节，产地就会出现局部的供大于求，导致价格下降、出现卖难问题。产地政府和农民合作经济组织对此都十分重视，为了帮助农民解决卖难问题，每当农产品快要上市的季节，产地就会组织人员到各地去，通过熟人、老客户等关系开展推销业务。他们主要前往大中城市的农产品批发市场，通过与市场上常年从事批发业务的经销公司或经销大户签订供货合同，为产地的农产品扩大销路。产地组织的人员推销多带有政府对农业的营销支持行为，当地政府部门组织和抽调人员参与推销，并有一定的资金投入。

这种产地人员推销多发生在产地形成的初期，是一种临时采取的促销措施。随着产地规模的扩大和知名度的提高，产地农产品集贸市场随之建立，产地自发形成的营销商队伍也将会不断发展壮大，而且会吸引大量外地的农产品经销商前来购货。这时人员推销的作用就会减弱，逐渐被其他的促销方式所取代。

农业企业专职营销人员推销与产地人员推销不同。企业人员的推销包括两个方面：其一是联系经销商，通过建立自己的经销商网络，形成稳定的销售渠道；其二是向人流大的商场和超市等派出助销信息员，专门向顾客介绍自己企业的产品，引导消费者了解和选择购买本企业的产品。同时，企业的助销信息员还肩负着观察顾客购买行为和听取顾客意见的任务，有利于企业及时了解消费者的需求变化和市场竞争情况，不断调整自己的营销策略。



任务二 农产品渠道策略

一、农产品体验营销——直接销售

体验营销是社会经济从产品经济时代、商品经济时代、服务经济时代发展到体验经济时代的必然产物。

体验营销是指企业从感官、情感、思想、行动和关联诸方面设计营销理念，以产品或服务为道具，激发并满足顾客体验需求，从而达到企业目标的营销模式。

1、消费者需求变化趋势

(1) 情感需要的比重相对物质需要的比重增加，消费者在注重产品或服务质量的同时，更加注重情感、心理方面的需要和满足。

(2) 大众型的标准化产品日渐失势，消费者对个性化的产品或服务需求越来越高。

(3) 消费者从注重产品本身的使用价值，转移到注重产品使用时所产生的感受。

(4) 人们已经不再满足于被动地接受企业制造好的产品或服务，而是要实现自身需求与企业生产的互动，主动参与产品的设计与生产。

(5) 在满足自身需要的同时，开始关注环境保护等公益问题。

2、体验营销的特点

(1) 需要消费者的主动参与

(2) 以消费者体验需求为中心

(3) 认为消费者是理性和感性的结合

如参与农产品的田间生产、产品的采摘

如枇杷节、樱桃节等等

二、农产品间接销售

1、农产品营销渠道模式：

生产者—消费者（直销）

生产者—零售商—消费者

生产者—批发商—零售商—消费者

生产者—收购商—批发商—零售商—消费者

生产者—加工商—批发商—零售商—消费者

生产者—收购商—加工商—批发商—零售商—消费者

生产者—代理商—收购商—加工商—批发商—零售商—消费者

环节越多，损耗越大，加价越多因此应该尽量减少中间环节，与大型零售超市或销地批发商合作。

2、常见的销售渠道类型

（1）专业市场销售

即通过建立影响力大、辐射能力强的农产品专业批发市场来集中销售农产品。

优点：是销售集中和销量大，能够实现快速集中运输、妥善储藏，加工及保鲜。

缺点：第一、农民经纪人在从事购销经营活动中，一手压低收购价，一手抬高销售价。

不仅农民利益受损，而且往往造成当地市场价格信号失真，管理混乱。

第二、专业市场信息传递途径落后、对市场信息分析处理能力差。

第三、市场配套服务设施不健全。

例：举世闻名的长沙城东马王堆专业市场

长沙马王堆农产品股份有限公司。它下辖马王堆果品批发市场、蔬菜种子市场，园艺花卉市场、水产品（包括海鲜、冻制品）市场。

（2）销售公司销售

即通过区域性农产品销售公司，先从农户手中收购产品，然后外销。农户和公司之间的关系可以由契约界定，也可以是单纯的买卖关系。

优点：可以有效缓解“小农户”与“大市场”之间的矛盾。

缺点：第一风险高，特别是就通过契约和合同来确立农户与公司关系的模式而言，由于组织结构相对复杂和契约约束性弱等原因，使得这种模式具有较大风险

第二销售公司和农户之间缺乏有效的法律规范

（3）合作组织销售

即通过综合性或区域性的社区合作组织如流通联合体、贩运合作社专业协会等合作组织销售农产品。购销合作组织和农民是利益共沾，风险共担的关系。

优点：既有利于解决“小生产”和“大市场”的矛盾，又有利于减小风险；购销组织也能够把分散的农产品集中起来，为农产品的再加工和增值提供可能

缺点：合作组织普遍缺乏作为市场主体的有效法律身份，不利于解决销售过程中出现的法律纠纷；合作组织普遍缺乏资金，因而普遍缺乏开拓市场的能力；农民参加合作组织的自愿、自主意识不强，并且其本身的运行缺乏动力，决策风险较高。

（4）贩运大户销售

优点：稳定性好，由于销售大户的收益直接取决于其销量，因而“大户”具有很高的积极性，他们会想尽各种办法，如定点销售与零售商分成等方式来稳定销量。

缺点：贩运大户大多是农民，对市场经济知识缺乏深入了解，销售能力有限，而且他们本人又承担巨大风险，比如对于进行农产品外运的大户来说，会遇到诸多困难，像天气、运输、行情等。

（5）农户直接销售

农产品生产农户通过自家人力、物力把农产品销往周边或其它各地区。



优点：销售灵活；农民的获利大，农户自行销售避免了经纪人、中间商、零售商的盘剥，能使农民获得实实在在的利益。

缺点：销量小，即使是农业生产大户，主要依靠自己的力量销售农产品，毕竟很有限，而且难以形成规模效应；一些农民法律意识、卫生意识淡薄，容易受到城市社区的排斥。

（6）农业企业销售

即农业企业将自己生产的农产品，或加工过的农产品销售给中间商或直接销售给消费者。

优点：一旦有了知名品牌后，企业就可以获得超过产品本身的超额价值。

缺点：一个品牌的创建初期需要投入大量的人力、物力和财力，这也许是很多小的农业企业所不能承受的。

【知识链接】

高端农产品的营销策划

中粮油进口的日本大米 99 元一公斤的，为什么我的大米只卖 2 元一斤，相差四十多倍，很多从事农业生产加工销售的朋友很不服气，也想卖高价，可是苦于找不到出路，下面就介绍一些提升农产品附加值的有效策略，仅供参考：

一、优化完善农产品品质

许多农产品基于气候或地理环境的因素，本身的品质就非常突出，如**吐鲁番的葡萄，东北的盘锦大米、云南的文山的三七等，但是以这样的品质进入高端市场还是远远不够的，须从育种改良、种植工艺、加工标准等方面进一步提升。

比如苹果，一般的果农都知道，需要喷洒 26 种以上的农药，才能保证苹果不受虫害的侵扰，而这样的苹果对特别注重健康的高收入阶层，能够接受吗？内行人都知道，一个苹果出口需要 147 项检测，而内销的苹果几乎没有，现在国内外都对食品安全产生了强烈的关注，尤其媒体纷纷报道因为农药超标、重金属超标，产生的中毒事件，作为农产品的生产经营者来说，要想让自己的有更大的收益，决不能吃祖宗和当地特殊环境的老本，加强对品种的改良，包括外观、口感、营养成分、安全性、加工工艺等，这是提升农产品附加值的基础所在。

比如四川圣迪乐村集团开发的高品质鸡蛋，严格按照有机食品标准，采用树林放养，母鸡都是吃山野间的昆虫，喝山泉水长大的，由于在生产环节中保持着原始生态的环境，使圣迪乐有机鸡蛋的品质、色泽、口感、营销含量有了大幅度提升，在上海市场，一只蛋卖到 4 元钱，是普通鸡蛋的 10 倍，因为品质优异，每天能销售出去数千枚，成为高端人群日常生活的必需品。

因此有至于摆脱低价值的农产品经营者，必须想方设法在品质上做到与众不同、出类拔萃，这样就有可能卖出高于普通产品数十倍的价格，品质体现价值，确实如此。

二、产品结构性包装

一般我们发现，目前大多数的农产品包装相对土气，缺少让人眼前一亮的感觉，很多产品选择塑料袋或者瓦楞纸箱包一下，早早了事，上面标明产地和品牌名称就没有了，事实上这样的包装往往让人感觉档次低，高端的消费群又怎能喜欢上这样的产品呢？产品的包装要和产品的优良品质相匹配，这样才能相得益彰，塑造品牌价值，研究发现，一个产品的价值 60% 来自于包装，因为消费者有时候往往并不了解产品本质，往往借助于包装形象、文字说明、生动展示才能感觉到，这一点却是许多农产品经营者所忽视的。

而我服务的国内领先有机企业——有机农庄，建议他们在有机蔬菜的包装上率先采用中英文双语，说明有机食品不含农药、杀虫剂、施用生物有机肥等说明，让消费者马上就明白什么是有机食品，他的好处在哪里，打消了消费者选购的疑惑，因此获得了很好的效果，仅在上海地区家乐福古北店月销售额达到了 30 多万。而现在，还有大多数的有机食品厂商，到今天也就是在包装上印有各种认证的标志，极少具体说明产品的特色和详细信息，错失了与消费者最直接、成本最低的沟通机会。

事实上对于农产品的包装，我们大致可以分为内包装和外包装，外包装我们除了选择农产品常用的绿色以外，还可以多采用橙黄色、金黄色、红色等象征阳光、档次、生命的色调，尽量在包装的正面设计一个鲜明的形象，消费者能在 5 米之外就能看到，而在外包装的背面可以采用图片配合文字的说明方式，介绍产品的来源、历史、产地、文化、特色、营养成分、食用人群、食用方法等，更关键在于介绍余种不同之处，而相应的生产厂家和联络方式的文字相应小一些，因为这不是消费者关注的主要信息。而外包装的材质可以根据产品的质地大小，大胆的采用一些特别的材质，比如陶罐、牛皮袋、瓷器等，从而突出形象，彰显农产品的价值。

对内包装而言，有必要制作一些精美的折页和手册，或者小的工艺品，介绍产品和产地的人文背景、自然环境，风土人情等，加深消费者对产品的了解、信任与好感，比如生产的苹果的厂商，完全可以在在包装苹果的包装纸上印有一些：“苹果排毒，天天吃苹果不用看医生”科学常识和民间谚语，消费者每天在吃苹果，都会强化他再次使用的行为，进而成为产品的重视消费者打下基础。

当然对高端人群来说，在包装上要特别注明选购的理由，和独特的卖点，这样结合具体产品进行深度发掘。

三、发掘卖高价的亮点

好产品还要会吆喝，现在很多高品质的农产品销路不畅的主要原因，就在于此，一句鲜明的广告诉求可以唤起消费者的注意，引起他们的购买冲动。例如河北恩农出品有机面粉：千斤石磨制成，口感营养不流失。马上与普通面粉划清了界限，其他面粉都是机器磨的，我的面粉是掺用传统的石磨制成的，消费者就会产生好奇，毕竟现在很难吃到这样的面粉，而且突出了这种工艺的好处，口感更好，保全小麦营养的购买利益点，当然获得消费者的高度认同，价格比普通面粉贵五倍，却卖的断货，供不应求。



因此塑造卖高价的理由，我们必须挖掘农产品本身的特色，以及当地的自然环境和文化背景进行诉求，尽量突出人无我有，人有我精，人精我异的特色。如南京一家企业去山上养鸡，名曰“跑山鸡”，消费者听到这样的名字就很新鲜，不仅如此，邀请消费者去山上抓鸡，可是这些鸡和野鸡差不多，不是在树上，就是在山涧，并没有那么好抓，但却有很多人乐此不疲，不抓鸡当作了打猎，企业也获得了很好的经济效益，因为他家的鸡就是和别人不一样。

从事从产品经营企业，要想办法发掘和塑造出产品独特的价值来，并把它传播出去，这样就不怕没有市场了。

四、塑造产品传奇故事

对许多名特优的农产品来说，背后都有一段特别的传奇和故事，作为经营者其实不仅仅在销售农产品本身，也是在销售和推广一种文化、一种理念、一种生活方式。这是很多企业所忽视的地方，那们如何进行塑造呢，我们可以跟戏剧其中的一个原则，进行说明，一件事物的发生，算是一条新闻，新闻在不断传播和深化后，会便成传闻，进而编成传奇、神话，甚至是童话，往往这个境界是人人所向往的，因为每个人不管他身处何方，地位境遇如何，都有回归自我，崇尚自然的渴望，我们就是要营造着这样的一种氛围和体验，尤其是高收入、高档次、高品位的消费者来说。

比如**的野生玫瑰花，从品质和色香味来说，也只有保加利亚玫瑰与之企及，但又有人知道她的美丽和芬芳呢，事实上完全可以通过民间传说和民间故事来进行的传播的，因为**姑娘的名字都叫古丽，而它的意思就是玫瑰的含义，结合**独特的少数民族风情和歌舞，进行塑造，走出**是完全有可能的。

这一点我们可以看到，贵州的一家生产茶叶的厂商就做得非常好，他们每次参加展汇合在终端的销售人员，穿着的都是当地苗族的特色服装，唱着山歌，迎接过往的来宾，获得了很好的传播效果，很多人为了尝尝“三道茶”味道，纷纷解囊购买。这样现场的品牌串起酒杯消费者带到了加利、带到了脑海里，进而通过他们传播四方。

埋头苦干的农产品经营者们，你们想到没有自身的产品串起在哪里呢？失去了传奇的包装和演绎，就如同一句没有灵魂的生命，这样的产品又怎样能打动人呢？

五、开发多样化个性化需求

现在我们发现，绝大多数农产品都是在满足人们的基本需求，难道我们仅仅是为了满足温饱吗？其实在中国很多沿海地区的富裕程度，不亚于发达国家了，他们对农产品有着更多、更高、个性化的需求。因此必须根据自己的产品特点，对应消费者独特需求，满足他们更加苛刻的要求，才能获得更高的收益。

例如曾经建议一家生产高档大米的企业，主攻开发糙米市场，因为糙米是联合国粮农组织推进的最佳营养食品之一，因此对该产品进行多样化包装，针对减肥美容的女性、孕妇、商务人士、中老年人开发，并结合深度的食用方法和调理教育，在北京的高端市场获

得了意想不到的效果，消费者发现突然找到了多年梦寐以求的健康食品，有没有毒副作用，销量获得了持续的攀升。

事实上很多农产品本是含有许多特别的营养成分和生物活性，场上缺少对应市场和消费群的手段，造成了好产品卖不出去，消费者得不到好的农产品的现象出现。

六、高端农产品，渠道创新是出路

现在许多农产品，都希望进现代零售渠道，如卖场、超市、便利店等，事实上，这些渠道因为门槛较高，进场费、促销费不堪重负等对许多农产品来说并不是有效的渠道。

事实上在北京、上海的一些大城市，已经出现了销售高档农产品的专业零售终端，如乐活城、禾心有机等，通过他们分销是比较有效的途径，因为主要的高端人群也集中在这些地区。

当然根据产品线的结构，或者和区域内的其他农场品企业联合起来，自建终端，开设专营连锁店，也是一种非常好的模式，事实上，已经有诸如云南、**特产小店开出来了，生意极好，只是缺少系统的规划和终端零售的完善。这是一些农产品企业进入的机会，例如蜂蜜制品企业，不一定只销售蜂蜜。可以借助自己的专卖店网络销售特色的农产品等。

而对一些高端的农产品，我们不妨选择酒店、商务会所、俱乐部、机场、饭店、美容院登高段场所进行深度推广也是一种途径。

七、打破传统传播方式

采用传统的广告传播模式，对农产品企业来说是烧钱，又见不到多少效益的手段，比较有效的手段是，通过事件营销、新闻营销、公关营销，打开市场，还记得前不久，北京一所大学的教授卖大米的新闻，获得了极高的关注，那家企业的销售压力也得到了缓解，而我们身边有许多发生的事件可以拿来炒作，达到低成本传播的目的。

如农夫山泉品牌的成功，是浙江的千岛湖妇孺皆知，因此有一家企业站在巨人的肩膀上，推出了千岛湖有机鱼头，通过新闻发布会的形式宣传产品，很多高档酒店和水产商人，闻讯竟然把这家公司3年的销售产量都吃了下来，根本不愁卖不出去，价格还在不断攀升。因此农产品企业千万别老老实实的给电视台、报社打工了，找到一个突破点，把它炒作起来，整个局面就盘活了。

八、创造深度的服务模式

怎么，销售农产品，也要做服务吗？是的，因为通过服务，农产品的价值才能进一步放大，获得高端消费者认同，想想看，一只苹果在水果店卖，最多5块钱，但是在美容店拿来排毒，或者做spa，可是几百块，其中增值重要原因就是提供了服务。而对农产品的企业来说如何做自己的服务呢，这样结合自己的实际情况进行摸索。

而上海光明集团，则开出了中国首家蔬菜公园，种植各类特色蔬菜，吸引消费者来参观选购，通过观光旅游的服务模式的引入，了传统农业的活力，蔬菜自然有了更好的销路。作为农业企业来说，我们的眼光一定要放长远，在消费者心目中，种植一亩田，让他们开



花结果，他们丰收之际即是你成功之时。

通过以上一些策略的介绍，作为从事农产品生产经营的您，是否有所启发呢？希望通过你的努力，让我们能看到 99 元一斤的葡萄，99 元一斤的猪肉来……

【项目实训】

实训内容：制定农产品的营销方案

实训目标：

- 1、通过学习食用菌的销售方案，让学习学以致用，为本地特色农产品定制营销方案；
- 2、学习具体的营销元素如何实际运用：选择目标市场、确定目标顾客、营销渠道与促销等。

【示例】

食用菌的营销方案

食用菌有很大的药用和食用价值，所以我们可以从养生这方面着手，并且随着人们生活水平的提高，人们也对养生是越来越重视了。而且现在有很多餐厅，酒楼都有专门的菌类的食品。众所周知，多吃菌类可增强人体的免疫力，菌类食物口感好，健康，进入冬季，新鲜蔬菜缺乏，特别是绿叶菜减少，食用菌类蔬菜自然成为人们养生的首选食品。菌类蔬菜所具有的抗癌作用是其他蔬菜无可比拟的，所以我们可以将食用菌定位在养生食品这个点上。

我们的目标群体主要是周边的一些酒楼，餐厅，火锅店，以及超市。目标人群主要集中在中老年人，同时也兼顾女士和小孩。因为食用菌除了直接食用还可以广泛应用于：1、食品添加剂；2、健康食品；3、营养补充剂；4、肿瘤病人放化疗的辅助用药；5、美容护肤品。同时我们将食用菌做成干货，这样也能在各大超市上架，即增加了一条销售渠道。又起到打广告的作用。产品在上市的初期我们可以采用以下几种方式进入市场：

1、低价销售的方式 2、体验营销 3、网络营销 4、打广告 5、发放传单在一个产品进入市场时，我认为在保证成本的情况下以最低的价格进入市场是一种最简便快捷的方式了，而且人们也很愿意立即尝试。当然最直观，最能让人们印象深刻的，也最能吸引大量人群的方式应该是体验营销，所以我们可以用各种方法做好一些与食用菌相关的食品，请大家试吃。与此同时，我们还可以印刷一些食用菌相关的知识传单，发给大家学习，了解食用菌。

实训步骤：

- 1、阅读上述材料，分组探讨食用菌的营销方案用到哪些营销元素；
- 2、选定本地的某种特色农产品，参考材料，以小组为单位制定一份营销方案。

实训要求：

- 1、完成任务态度认真，最好选择本地最有特色的农产品；

- 2、不能抄袭参考资料，量身定制的营销方案要有一定的可行性；
- 3、内容完整，语言通顺，能表达清楚意思。

实训考核：

项目	评分内容	小组评价	教师加分
态度 2分	上课认真，参与讨论态度认真，积极参与交流		
合作 2分	善于与人合作，虚心听取别人意见		
完成任务 4分	能认真的完成课下布置的任务		
展示 2分	在规定的时间内展示任务完成情况，语言流利，观点正确		
注：评分分为四个档次：优秀（9分以上），良好（8—9分），合格（6—8），不及格。			



模块三 农产品电子商务基础知识

项目一 认识电子商务与网络营销

【要点提示】

- 农村电子商务的商业形式
- 什么是电子商务
- 农村电子商务的主要模式
- 电子商务的发展趋势

“放下镰刀，拿起鼠标”，这是中国很多农村近年来的真实写照。自 2015 年李克强总理在政府工作报告中提出实施“互联网+”行动计划以来，互联网逐渐融合于经济社会的各个领域，农业、农村、农民的生产生活也依靠互联网信息化手段加快转型发展，农村电商也随之迎来爆发期。

从河北商务厅了解，到 2015 年底，河北省农村电商服务站建设完成 47745 个，县级公共服务中心建设完成 162 个，县级公共物流配送中心建设完成 164 个，全省农村电子商务交易额 2819 亿元，占全省电子商务交易额的 15.7%。将从 2016 年起，省财政每年从商贸流通发展资金里拿出不少于 60%，建立省商贸流通发展引导基金，将电子商务作为一个重要的投资支持方向。

发展现代农业呼唤培育新型职业农民，我国正处于传统农业向现代农业转化的关键时期，现代化经营管理理念越来越多被引入到农业生产的各个领域，迫切需要高素质的职业化农民，您还不行动起来吗？

任务一 了解电商巨头农村发展模式——电商进“村”啦

近来，一张流传于网上的照片如图 1-1，更是直观地展现了各大电商在农村的布局：某村庄房屋的外墙上，两幅巨大的墙体广告“针锋相对”，一边是“生活想要好，赶紧上淘宝”，另一边则是“发家致富靠劳动，勤俭持家靠京东”。各大电商发挥各自优势，积极在农业领域大展拳脚，看重的无疑是“农产品网上卖”的巨大市场空间。



一、京东帮服务店

“京东帮服务店”悄然落地乡镇，主要的职能是为县级城市及农村消费者提供大家电配送、安装、维修、保养、置换等全套家电一站式服务解决方案。京东方面透露，其希望“京东帮服务店”在三年内能拓展到千余家，试图从价格上给农村消费带去实惠。

2015年6月份，京东从河北廊坊市开始，举行了“大篷车百城行”的巡展活。打着“购简单、够快乐”的口号，通过邀请网友体验大篷车、现场二维码下单、当地特色表演、互动问答等形式与网友进行交流来加强了村民对京东品牌的认同感。

二、农村淘宝

淘宝上线了一个二级频道——农村淘宝（cun.taobao.com）。农村淘宝从整体布局来看，比淘宝网较简洁和清晰，主要向农村用户提供农用商品、农资农具，此外，农村淘宝也向用户提供服装、居家百货等品类的日常用品。

为了配合农村淘宝业务，阿里巴巴还在农村建设了“村级服务站”。这些村级服务站统一用“农村淘宝”标识，即使不会使用电脑、上网，农民用户也可通过村级服务站完成网上购物、网上售卖、网上缴费、创业培育等业务。



三、淘宝村

“淘宝村”是指大量网商聚集在某个村落，以淘宝为主要交易平台，以淘宝电商系统为依托，形成规模和协同效应的网络商业群聚现象。截至 2015 年 8 月底，在全国共发现 1311 个淘宝村，广泛分布在 18 个省市区。在全国共发现 135 个淘宝镇，其中，浙江、广东和江苏的淘宝村及淘宝镇数量位居全国前三位。河北省共有淘宝村 91 个、淘宝镇 8 个，分别是清河县葛仙庄镇（拥有淘宝村 8 个）平乡县丰州镇（拥有淘宝村 7 个）清河县连庄镇（拥有淘宝村 6 个）肃宁县河北留善寺乡（拥有淘宝村 6 个）白沟新城白沟镇（拥有淘宝村 5 个）南宫市垂杨镇（拥有淘宝村 3 个）南宫市段芦头镇（拥有淘宝村 3 个）深泽县白庄乡（拥有淘宝村 3 个），位居全国第六位。

四、苏宁易购

苏宁在 2015 年 11 月初启动的 O2O 购物节中，对其乡镇服务站进行了改造升级。让苏宁的乡镇服务站成为苏宁渗透农村电商的“毛细血管”，承担着部分销售、最后一公里送货、售后、代客下单等业务功能。苏宁表示除了改造站点的方式外，还将采取加盟方式来拓展乡镇服务站，而这些加盟的经营者均要统一穿上苏宁的工作服，统一标志，最终靠返点方式与苏宁方面分成。

农民朋友们，无论您在“采菊东篱下”还是“带露荷锄归”，都已经被滚滚的电商浪潮所包围，掌握这项技术，把自己打造成新型职业农民，为现代化农业的发展进一份力，从而提高自己的收入和生活水平，又何乐而不为呢？接下来，就让我们开启电商之旅吧。

任务二 认识电子商务

一、电子商务是什么

电子商务可以理解为以“商务”为核心，以“电子”为手段，以交易为目的的一种商业模式。通过互联网平台完成商品的在线交易，辅以物流配送、仓储管理、在线支付、信用评价体系等等。如，淘宝网（www.taobao.com）、京东网（www.jd.com）等。浅层次的电子商务只是通过使用电子工具来完成贸易活动的部分流程和环节，比如：

- 1、在网页上发布电子商情。
- 2、采用电子方式取代纸质凭据来做生意的电子贸易。
- 3、通过电子邮件和电子数据交换来明确合作方之间责权利关系的电子合同等等。

深层次的电子商务在流程和环节上更加完整，可以利用互联网来进行全部的贸易活动，即在互联网上将信息流、商流、资金流和部分的物流环节完整地实现，从寻找客户、在线洽谈、下订单、在线支付和收款，到部分商品的在线发货、甚至电子报关和电子纳税全部贸易环节都通过互联网来完成。

二、电子商务的特点

电子商务作为一种新的商业模式于 20 世纪最后的十年出现在我们的面前，与传统的贸易方式相比，电子商务可以轻松地为企 业寻找到一个新的利润增长点，同一批产品可以采用不同的渠道来进行销售。由于电子商务打破地域限制的特点，商品的流通变得更为广泛和便捷，它的快捷、自由和交换的低成本为企业带去了更多的商业机会和利润，也为创业和就业提供了更为广阔的发展空间。

电子商务有其显著的特点，归纳起来有以上几个方面。1、降低成本，提高效率。2、没有时间和地域的限制。3、公平享用信息资源。4、减少了交易的中间环节。5、增强了买卖双方之间的互动。6、快捷的信息传递速度。

三、电子商务的主要模式

电子商务分为：B2B、B2C、C2C、O2O 为了简便干脆用其谐音 B2B（“2”即“to”）等模式。

1、B2B（Business to Business）

商家（泛指企业）对商家的电子商务，即企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换。通俗的说法是指进行电子商务交易的供需双方都是商家（或企业、公司）成商务交易的过程。这些过程包括：发布供求信息，订货及确认订货，支付过程。

2、B2C（Business to Customer）

B2C 模式是中国最早产生的电子商务模式，以 8848 网上商城正式运营为标志，如今的 B2C 电子商务网站非常的多，比较大型的有京东商城等。

3、C2C（Consumer to Consumer）

C2C 同 B2B、B2C 一样，都是电子商务的几种模式之一。不同的是 C2C 是用户对用户的模式，C2C 商务平台就是通过为买卖双方提供一个在线交易平台，使卖方可以主动提供商品上网拍卖，而买方可以自行选择商品进行竞价。

4、O2O（Online to Offline）

O2O 是新兴起的一种电子商务新商业模式，即将线下商务的机会与互联网结合在了一起，让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以用线上来揽客，消费者可以用线上来筛选服务，还有成交可以在线结算，很快达到规模。该模式最重要的特点是：推广效果可查，每笔交易可跟踪。

四、电子商务的发展趋势

中国互联网产业，从无到有到今天的繁荣，它不再是一个纯粹的新兴技术，已经渗透到了社会生活的方方面面。电子商务未来五年的发展趋势是怎样的呢？



1、移动购物

大家知道 2015 年底时候，手机用户已经达到了五亿，而 PC 用户是 5.9 亿，而手机的渗透率增速是远大于 PC 的渗透率的。也就是说在 2015 年，手机用户将超过 PC 用户，也就是说电子商务将来的主战场不是在 PC，而是在移动设备上。而移动用户有很多的特点，首先购买的频次更高、更零碎，购买的高峰不是在白天，是在晚上和周末、节假日。

2、平台化

大家可以看到大的电商都开始有自己的平台，其实这个道理很清楚，就是因为这是最充分利用自己的流量、自己的商品和服务最大效益化的一个过程，因为有平台，可以利用全社会的资源弥补自己商品的丰富度，增加自己商品的丰富度，增加自己的服务和地理覆盖。

3、电子商务将向三四线城市及农村渗透

随着一、二线城市，网购渗透率接近饱和，电商城镇化布局将成为电商企业们发展的重点，三四线城市、乡镇等地区将成为电商“渠道下沉”的主战场，同时电商在三四线欠发达地区可以更大的发挥其优势，缩小三四线城市、乡镇与一、二线城市的消费差别。阿里在发展菜鸟物流，不断辐射三四线城市；京东 IPO 申请的融资金额大约为 15 亿美元到 19 亿美元之间，但是京东在招股书中表示，将要有 10 到 12 亿美元用于电商基础设施的建设，似乎两大巨头都将重点放在了三四线城市及农村。事实上，谁先抢占了三四线城市及农村市场，谁将在未来的竞争中占据更大的优势。

4、物联网

你可以想象，如果你放一个牛奶放进你的冰箱，进冰箱的时候自动扫描，自动的知道这个保质期，知道什么时候放进去，知道你的用量，当你要完的时候，马上可以自动下订单，这个订单作为商家接到订单马上给你送货，刚好下订单可能又会触发电子商务，从供应商那里下订单，而那个订单触发生产，也就是说所有的零售、物流和最后的生产可以全部结合起来。

5、社交购物

社交购物可以让大家在社交网络上面更加精准的去为顾客营销，更个性化的为顾客服务。

五、农村电商发展方向

农村电子商务，通过网络平台嫁接各种服务于农村的资源，拓展农村信息服务业务，发展方向包含网上农贸市场、数字农家乐、特色旅游、特色经济和招商引资等内容。

1、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。

2、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。

3、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。

4、数字农家乐

为归属地的农家乐（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。

5、招商引资

各级政府部门搭建招商引资平台，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，更好的吸引投资者到各地区进行投资生产经营活动。

【案例赏析】

探访偏僻富裕小村 村民身家千万

从邢台市坐三个小时颠簸的长途汽车，再乘半个小时的摩的才能到清河县东高庄村。这个位置偏僻的小村庄，南北宽 500 米，东西长 1000 米，拥有农田 2020 亩，主要经济作物是小麦、玉米。村民 2000 余人，刘、宋为两大姓氏。

初春的一个下午 2 点左右，小村子里十分安静，偶尔能看到两三位老人坐在门口晒太阳聊天，经常有私家车从身边匆匆驶过，其中不乏奥迪、宝马、奔驰，显示着村里农民的经济实力。东高村村委书记宋进安介绍，仅仅靠种地，农民温饱问题可以解决，但是发家致富绝无可能。

2007 年 11 月，村里有一位叫刘玉国的年轻人率先在淘宝上做起了生意，开网店卖毛衣毛线，仅靠一台电脑起家，三个月就赚了 2 万多元，在这个只有 0.5 平方公里的小村里简直就是个天大的新闻。刚开始大家谁都不相信，但后来发现真的很赚钱，于是在村委会的组织下，村里十几个年轻人跟着刘玉国一起学习网上开店，当淘宝店老板，日进斗金。很多村民将自家几亩田地承包给他人，从此远离了面朝黄土背朝天的日子。





在东高庄村口赫然矗立着一个巨大广告牌——“中国羊绒淘宝第一村”，沿街能看到七八家淘宝专供商店，村民刘连国的淘宝超市就是其中一家，北京青年报记者走进参观的时候发现，所谓的淘宝超市其实包括超市、库房、车间、电商四大部分。



一进门区域是超市部分，大大小小的毛线团按照不同颜色摆放在货架上的纸箱子里，箱子上印有淘宝正品字样。往里面走就是一间上千平方米的厂房，七、八台机器正在不停地转动着，将大团毛线分装成客户需要的小团毛线，刘老板 16 岁的儿子小刘正在机器旁边巡视看守。

据了解，淘宝村的特点就是家族式产业，单打独斗，孩子十几岁就离开学校，帮助家里做生意。除了为淘宝卖家们供货，刘老板也有自己的淘宝店，五、六台电脑就摆在最里面的一个套间里，但是现场没有见到一位客服人员，电脑也都是处于关闭状态。刘老板说，目前正是羊毛制品销售淡季，客服人员上班较晚，平时都是将淘宝客服主页挂在手机上，以便随时与客户交流。

在东高庄村委会院子里，“淘宝开店流程”、“清河县快递物流详情”等信息被制作成宣传板，悬挂在屋外的墙壁上，方便村民随时学习。宋书记说，为了鼓励村民淘宝致富，

村里投资 40 万元接通光纤宽带，号召各家各户都上光纤宽带。到了 2009 年，村里基本上是家家有电脑、户户有网店，淘宝户数量达到 400 多家，很快村里出现了几十家百万富翁。生意做大之后，嫌家里院子小，施展不开了，于是有人就到附近的清河县羊绒制品市场花上一、二百万元买商铺、买厂房，搞电子商务，有的农户一年收入能达到上千万元。

河北省清河县东高庄村的农民早已离开种地老本行，转身在互联网上耕耘，开淘宝店专卖毛衣、毛线，踏上了发家致富的高速路。作为全国首批淘宝村的农民，他们当中不少已身家千万，开豪车、住县城商品房、有羊绒店铺已成为他们的财富标配。互联网已经成为农村经济发展的新引擎。在全国，像东高庄这样的淘宝村越来越多。数据显示，截至 2015 年 10 月，在中国农村地区已形成 1311 个淘宝村，而在 2014 年这个数字只有 200 多个。

资料来源：北京青年报.2015-03-06

【项目实训】

实训名称：了解电商创业

实训目标：实训要求学员在教师指导下，根据本次课所学要点，通过互联网完成实训内容。掌握各大电商平台的惠农措施，进一步了解电商，达到利用电商创业的目的。

实训步骤：

- 1、通过互联网调研，了解我省电子商务发展的概况。
- 2、通过互联网调研，了解淘宝、京东、苏宁三大电商巨头的电商进农村的发展模式。
- 3、通过互联网调研，掌握什么是电子商务及电子商务发展的模式。
- 4、登录淘宝，搜索“清河羊绒”，进一步了解淘宝村的发展模式及方法。
- 5、结合本地产业结构，发掘有潜力的产品，试着思考如何开启电商销售模式，尝试撰写一份电商创业策划书。

实训要求：

- 1、分组讨论当前农村电商的机遇和要求。
- 2、各组撰写的电商创业策划书进行分类汇总，分组展示创业报告。
- 3、通过展示教师与学员确定一到两项切实可行的电商创业项目。

实训考核：根据各小组撰写的电商创业策划书进行本项目的考核。创业项目可行性分析占 30%；经营项目定位与目标分析占 30%；经营策略占 20%；市场调查占 20%。



项目二 熟悉农产品信息发布平台

【要点提示】

- 我省农村电子商务发展现状
- 什么是农村淘宝及信息发布
- 中国惠农网供需信息发布流程
- 河北省自己的电商服务平台

刚过去的这一年，平乡艾村村民史玉发第一次把自家的自行车车筐买到了国外；这一年，河北电商品牌企业移联网信“双 11”单日销量突破 103 亿元；也是在这一年，河北 17 个县入围“全国电商进农村示范县”。艾村的自行车产业、清河的羊绒、白沟的箱包、安平的丝网……河北电商走出了“农村包围城市”的河北模式——通过特色县域的经济打造，县域电商在国内崛起，增速领跑全国。

这一切的实现离不开农产品信息发布平台，农产品信息发平台能很好地解决农产品交易中因信息不对称、交易成本高而导致的效率低、受区域限制等种种问题，为解决农产品交易中产生的问题提供了重要的思路。

河北是一个物产丰富的农业大省，果品蔬菜、肉类、奶类，以及禽蛋类等农产品产量居于全国前列。但是长期以来受重生产、轻销售的传统保守思想，农民对农产品市场行情了解较少，农产品流通不畅已经成为阻碍农村和农业发展，影响农民收入的重要因素之一。而构建农村电子商务交易平台，能够有效地解决农产品流通问题。因此，全省大力发展农村电子商务势在必行，我省农村电子商务发展现状：

1、初步建立了农村电子商务平台系统

河北省相继建设并整合了 12 个涉农部门，11 个设区市，138 个县的农业信息网络，形成以河北省农业信息网络平台为龙头，以市县网络为骨干，以乡村信息服务站为基础，连接省内 34 个大中型农产品批发市场，1450 个龙头企业，4500 个中介组织，10 万余农业生产大户和农村经纪人的农村信息体系。已有 80% 的乡镇建立了农业信息服务站。近年来，河北省加快了农村电子商务网站的建设，先后建成了河北农业信息网、河北省农业技术推广网、河北民营经济网、燕赵粮网、农村信息户联网、农村经济信息村村通网，六大农业信息服务网络，建成农业网站 850 多个。这些网站的使用取得了比较明显的经济效益和社会效益。

2、特色农产品电子商务网站有了较快发展

如河北省鸡泽县的“中国辣椒网”使鸡泽县的辣椒在全国的知名度迅速提高，价格得到了提升，已经成为国内辣椒行业影响最大、最权威的网站。此外河北省安平县的“中国

丝网网”、沧州的“中国管件信息网”。

任务一 认识村淘与信息发布

一、农村淘宝（cun.taobao.com）是什么

为了服务农民，创新农业，让农村变得更美好，阿里巴巴集团希望和各地政府合作，通过农村淘宝项目，推出“千县万村计划”，计划在三至五年内投资 100 亿元，建立 1000 个县级运营中心和 10 万个村级服务站，普及村民对电子商务的认知和理解，突破信息，物流，金融的瓶颈，解决农村买难卖难问题，加快实现“网货下乡”和“农产品进城”的双向流通功能。

二、农村淘宝的运营模式

先看看这张图 2-1，关于买和卖。咱们用一个简单的实例来说明：比如你在屏幕上看中了一件 100 块的衣服，可以直接找到“农村淘宝”店主，让他帮你下单填地址。而你收到货后，也不必急着付款，先穿了再说。如果觉得满意，那就去店里付款，如果不喜欢，也没问题，直接把衣服交给农村淘宝退货即可。

至于卖就更方便了，地里的板栗熟了，只要给店里来个电话，技术人员就会上门拍照议价，然后你的土产品就上了淘宝网。得到订单后，发货即可。买家确认后，村民还可以选择现金或汇款两种方式收钱。

三、如何加盟农村淘宝？（千县万村加盟）

阿里巴巴农村电商项目，是结合各省市县各级政府扶持农业电商化的政策及基础资源投入。阿里巴巴派驻人员到合适的县级城市，开立县级服务中心站。由县级服务中心



站来带动镇村的电子商务业务开展。在行政村，协助本地村民开设村级服务站，以一村一站方式，展开本地化代购业务。现阶段，未开启第三方加盟的业务。

加入阿里巴巴千村万县淘宝网，这个流程其实不难懂，你首先要有自己的地址，用来做服务站的，当然位置要好的，然后就要有自己的团队，也不用说很多人，但是这些人人都要懂这方面的知识；具备了这些条件，你就要做资料了，然后把做好的资料交到所在县的阿里农村项目组人员那里，等待审批，一般他们会过来看看地点，看看人员配备之类的，你最好有自己比较好的条件，成功之后你就可以成为农村淘宝合伙人之一。

四、农村淘宝村级服务站

为村民提供网上代购、网上代卖、服务民生等将成为农村淘宝村级服务站点主要运营内容。“村淘合伙人”不是简单的农村代购，还要能完成网上代卖、缴费、本地生活等服务，申请也有门槛。

五、淘宝农村合伙人招募

农村合伙人将分6步进行筛选：报名、培训、考试、面试、查看场地、试用，最后通过考核成为农村合伙人。成为“农村淘宝”合伙人后，阿里巴巴将为其提供电脑、电视、店铺招牌，以及人才成长培训；农村合伙人负责做市场宣传推广，为村民做代购服务，获取佣金报酬。

任务二 熟悉中国惠农网供需信息发布流程

中国惠农网作为专业的线上农产品批发交易市场，用户可以在平台上免费发布农产品供求信息，了解中国农产品价格行情，进行农产品批发和农产品交易，农产品加盟，买卖农产品。

一、如何注册惠农网会员账号

想要进行产品发布、采购发布、采购报价就必须登录惠农网才可以。在惠农网想要进行产品发布、采购发布、采购报价就必须登录惠农网才可以，所以您就需要注册一个惠农网会员账号。那么，如何注册呢？

1、进入中国惠农网首页，点击如下图所示两处“免费注册”均可进入注册页面



2、点击进去，跳入注册页面

* 手机号：

* 短信验证码： [点击获取短信验证码](#)

* 我要： ☐ 我要卖货 ☐ 我要买货

* 联系人：

* 登录密码： 

[同意服务协议，完成注册](#)

[《中国惠农网服务条款》](#)

填写所有信息后，点击“同意服务协议，完成注册”（点击此按钮则视为您同意我们的服务条款）备注：

（1）如果长时间收不到短信验证码，建议您点击“获取语音验证码”，我们会通过电话的形式语音告知，请注意接听；

（2）请根据您的需求选择“我要卖货”或“我要买货”，以便我们给您提供有针对性的服务；

* 我要： ☐ 我要卖货 ☐ 我要买货

（3）密码由 6—16 个字符组成，可使用数字和字母，字母区分大小写，不可以使用特殊字符。

3、注册成功



注册成功后建议您立即去“完善资料”，可提升您在网站的可信度。您也可以去发布供应或采购信息。

二、产品图片如何上传

产品图片是在发布产品或者是修改产品时上传图片，产品发布/修改页面，最下方有货品图片。



点击灰色的图标就可以选择是拍照还是从相册中找图片。



选择拍照，您的手机摄像头将会自动开启，您就可以拍摄照片上传到产品页面。



选择相册，将会打开手机相册，从您之前拍摄过的照片中找您想上传的产品照片。



选择完成后，您就可以点击发布上传产品图片了。



发布产品之后，您的产品图片将会在产品页面中展示。



任务三 熟悉河北省电商服务平台

一、河北省农村电子商务服务中心 (<http://www.hbecsc.com>)

河北省农村电子商务服务中心是河北省商务厅根据国家财政部和商务部的有关指示精神，会同河北省财政厅组织专家评审，并经厅长办公会研究确定成立的河北省农村电商公共服务机构和运营机构，隶属于省商务厅管理，以“开展公益性农村电商服务、为政府提供决策依据、构建农村电商服务体系，规范指导县级政府开展电商工作等”为主要业务。



省服务中心自成立以来，着力实施从业主体培育、电商孵化支撑、品牌网络营销等服务体系建设，并为各示范县（市）对接渠道、溯源、金融、旅游等各类第三方资源；编写了全国首部《县域电商服务标准化工作体系执行手册》，指导监督国家级电子商务进农村综合示范县（市）按照《工作体系》要求实施运营；构建了线上、线下一体化的省级农村电商服务平台。线上管理运营“河北省农村电子商务数据管理系统”、“河北省农村电子商务服务中心官网”、“河北助农众创孵化平台”三大网络平台，线下建设运营互动体验馆——“味道河北馆”，以展销孵化全省各地的名优农特产为主，形成了“工业品下乡、农产品进城”双向流通渠道。省服务中心计划利用 2-5 年时间，将“味道河北馆”打造成凝聚地域文化、饮食文化、现代农业文化的“河北名片”，进而依托区位优势，抓住崇礼冬奥会孕育的巨大商机，为河北农特产品赢得市场奠定基础。

二、河北农业信息网 (<http://old.heagri.gov.cn/hbagri/>)

河北农业信息网为您提供大量河北农业信息，您可以免费查询农业，农业网，农林牧渔，农业信息，农业网站，农业信息网，农产品等信息，同时您可以免费发布河北农业信息。



其中的“供求一站通”栏目，可以免费发布产品供需信息。



通过及时浏览电商服务平台，能够让农民朋友们及时掌握国家政策，及产品的供需情况，大大提高了产品交易的透明度，缩短了产品的流通环节，节约了成本，提高了收益。

任务四 电商平台的选择及农产品经营知识

农民创业开网店现在已经越来越普遍，随着拥有电脑的人越来越多，网络的普及和网上支付系统的安全和完善，网络交易逐渐成为一种趋势，昔日很少在网上出现的农产品也赶上时代潮流，开始出现在网店上，农产品网络销售成功的实例也越来越多。

农民创业开网店现在已经越来越普遍，随着拥有电脑的人越来越多，网络的普及和网上支付系统的安全和完善，网络交易逐渐成为一种趋势，昔日很少在网上出现的农产品也赶上时代潮流，开始出现在网店上，农产品网络销售成功的实例也越来越多。

但普通百姓想要在网络上做生意，比如在网上开一家具有农家特色的店铺并经营好它，还应该掌握一些基本的网络交易知识，像应该选择什么样的网络交易平台，怎样包装自己的产品等等。

一、选择好网上电子商务贸易平台

在网上开店首先需要有一个电子商务贸易平台，目前的电子商务贸易平台基本上可以分成两种，一种是公共性贸易平台（如易趣、淘宝、阿里巴巴等），另一种就是私人贸易平台（如个人创建或借助网商创建的贸易信息网站网页）。对于初学网络创业的人（像农民朋友）或对独立开店和运作独立商城不太熟悉的人，以及农家蔬菜、水果、土特产等小本收益的商品，建议先选择公共性贸易平台，因为那里的人气比较旺，成交率也比较高。先从公共性交易平台起步，慢慢地做大，到最后，可以尝试自己独立创建网店。下面就公共性贸易平台的选择和开店程序作具体介绍。

1、首先要选定公共性电子商务贸易平台，一般选择较多的有：易趣网，淘宝网，阿里巴巴网。

2、接下来，就是要为自己的店铺取名，取名很关键，要做到有特点，好记，能吸引人，一个网店名字取得好，在一定程度上会提高自己店铺被关注的程度。农家特色网店，可以结合产品的特色、店铺的风格等进行取名，例如农家蔬菜屋、乡村特产盛宴、七里香等名字。

二、注册网店

以淘宝网注册网络商店为例。进入淘宝网主页后，要注意仔细阅读服务条款，根据网络提示和要求注册商店，注册成功后需要通过实名认证才能卖东西，一般要卖东西的人都需要登记身份证号码，然后带上身份证、手机号码到银行开卡和验证，这个过程比较简单，通过验证后，网店就注册完成了。

三、网店上农产品图片须知

要让顾客了解你的产品，提供高质量的产品图片是很重要的，如果能够在网上找到现成的、画面质量较高的农家产品图片，当然好；如果不能找到理想的图片，也可以自己拍摄，再经专业处理后放到自己的网店里。

把你的产品图片处理得更漂亮、美观，如果有包装，应该认真设计，选择包装色彩搭配、样式等，这样会更吸引客户的眼球。

四、添加农产品描述

将农产品的产地、名称、重量、保质期、卫生许可证、产品认证等基本特征详细地传达给顾客，尤其要突出农家产品的特色，除此之外还应该有联系方式、邮购方式、价格、运费、支付方式、质量担保等相关说明。描述字体适中（建议用四号字体）。定价前，应考察市场行情，看看相同商品或类似商品的价位，并考虑当前的市场价格，并将交易费用和邮寄费用都算进去才行，定价太低，利润较少；定价太高，顾客可能被吓跑，因此，价格一定要适中，只有物美价廉才能站稳脚跟。

五、网上农产品开店注意事项

1、准备好不同银行的卡等买家汇款，像建设银行、农业银行、工商银行、招商银行、邮政储蓄银行等银行的卡，建议开通网上银行，为拥有不同银行卡号的顾客提供方便。当顾客汇款后应该及时查收货款，并在短时间把货物发给买家，顾客一般会对送货时间短的产品较满意，当产品出售后，你需要主动给顾客发邮件通知交易信息。

2、多检查你的农产品介绍有没有错别字，错别字在一定程度上会降低顾客对你的信任度；再多看看图片在店铺中的整体效果；多借鉴学习好的网络产品店的店铺设计、产品介绍、服务方式、经营理念等，不断提高自己对网络农产品店的经营水平。

3、及时、耐心地解答客户的咨询，同样的产品可能很多网站和店铺都会有。因此，网上生意还求一个“快”字，顾客咨询后，建议半分钟内回复，这样顾客才不会跑掉，如果实在有事，就直接设置淘宝网聊天工具旺旺或 QQ 自动回复，留下能直接联系到自己的电话。

4、寻找服务态度好、送货速度快的送货公司，推荐使用 EMS 或者比较稳定的快递公司。物流直接关系到顾客的满意度，想增加回头客，及时发货非常重要。邮寄前一定要把商品包装好，尤其是容易压碎的产品，如米花糖、玻璃瓶装食品、某些干杂货等，多备些防震或抗压的泡沫、牢固的盒子之类。一旦产品在邮寄过程中出现损坏，对买卖双方都有损失，很不划算。

5、做一个守法网商，遵守国家的法规政策，不要经营国家法律法规明文禁止经营的商鼎。要诚信为本，不要欺骗消费者，谋取不义之财

【案例赏析】

河北平乡 10 万农民忙电商 网上挣钱奔小康

在有着“中国童车生产基地”之称的河北省平乡县采访了解到，随着网络普及和消费者网购热情不断提升，以童车淘宝为代表的电子商务在这个县悄然兴起，特色产业带动电商井喷式扩充，电商促进特色产业迅猛升级，形成了农民“网上网下”两头忙，脱贫致富奔小康的良性循环。

平乡县丰州镇左冯马村是一个只有 1400 多口人的村庄，电子商务经营户达 200 多户，电商配套企业 60 多家，从业人员 1000 多人。据平乡县商务局统计，去年这个村网络销售额达 1 亿元，其中年物流快递费用就达 800 万元。

据了解，左冯马村电子商务已经形成了“店小二式”服务模式：每天 15 时—17 时，各物流快递公司车辆都到左冯马村边的路上，派出专门人员收集电商经营户当天销售的产品，统一代发。这样既节省电商经营户的时间，又减少经营成本，为农村电子商务的发展创造有利条件。

平乡县商务局局长黄雪栋介绍说，平乡县从 2010 年首批网商出现至今，全县已有各



类电子商务（企业）网店 1 万多家，直接参与网上创业人员约 2 万人，从事与农村电子商务相关的自行车、童车产业、物流配送、餐饮服务等行业的人员约 8 万人，2014 年网络直接交易额超过 10 亿元。

平乡县扶贫办主任池庆瑞说，县里因势利导，先后制定出台一系列优惠政策，鼓励农民拉线开网店，网上挣钱、网络脱贫。同时还陆续发展了童车组装、儿童玩具组装、童车座套加工、编圈、点簍、注塑等系列项目，吸引了大量的贫困户参与进来。特别是对于“80 后”“90 后”的年轻人来说，一台电脑就能开店，吸引了众多年轻人竞相参与，形成“千家万户忙电商”的创业热潮。

“目前，平乡县通过扶贫专项资金扶持、扶贫小额贷款支持、扶贫贴息补助等形式，共投入财政扶贫资金 540 多万元，重点扶持童车制造、布套加工、鞍座生产、车簍生产等 40 多个手工业扶贫片区，已带动 19000 多个贫困户脱贫，户均年增收 2 万多元。”池庆瑞说。

据平乡县自行车协会秘书长陈山介绍，目前平乡县有自行车生产加工企业 6000 多家，成规模企业有 700 多家；年产童车及整车 2000 万辆，零配件组装能力 1000 万辆、打气筒 5000 万支。2014 年，中国玩具和婴童用品协会授予平乡县“中国童车生产基地”称号。

资料来源：创业青年网

【项目实训】

实训名称：电商平台发布供求信息

实训目标：本实训要求学员在教师指导下，结合本次课学习内容，了解各大电商运营平台，及在平台发布信息的流程，熟练掌握如何发布信息，拓展销售渠道。

实训步骤：

1、登录 <http://www.hbecsc.com/> 河北省电子商务公共服务中心，学习我省电子商务示范县是如何发展电子商务的，对你有何启示？

2、通过互联网搜索，了解河北省农村电子商务发展现状是怎样的？

3、通过互联网搜索，了解河北省农村电子商务发展存在哪些问题？

4、通过互联网搜索，了解河北省已经建立的电子商务网站有哪些？您会使用这些资源致富吗？

5、您认为做电子商务最重要的是什么？

6、简要写出惠农网上开店的流程？

7、登录农村中国 <http://ncp.9191.cn> 了解如何发布供求信息发布。

8、登录 www.baidu.com 搜索河北农业信息网，查找供求一站通，注册账户，发布农产品供求信息。

9、登录农村淘宝，注册发布信息。

实训要求：

- 1、分组讨论并展示如何利用电商平台发布供求信息，如何利用这些资源致富。
- 2、分组讨论并展示如何在惠农网上发布产品销售信息。
- 3、通过展示教师与学员确定一个切实可行的电商创业平台，并做出在该平台的创业计划。

实训考核：

- 1、根据“实训步骤 1-6”的网络调研结果，写创业计划书（评分标准 60 分）。内容包括河北省已建立的服务农业信息电子商务网站有哪些，各有何利弊；如何选择电商创业平台；如何利用电商平台创业。
- 2、根据“实训步骤 7-9”完成账户注册，信息发布（评分标准 40 分）。



项目三 网络安全与防范

【要点提示】

- 防治计算机病毒与木马
- 升级淘宝账户安全服务
- 提高支付宝账户安全等级
- 识别与防范各种常见骗术

随着城镇化进程的加快,农村高学历和青壮年人群持续向城镇转移,农村地区上网群体低龄化、低学历化的趋势明显。据统计,2015年农村地区网民中,10至19岁的青少年占总数的29.6%,初中以下学历占62.2%。网络世界中的负面、有害信息及各类谣言极易侵蚀青少年的思想。此外,农村网民网络安全意识薄弱。2015年问卷调查显示,27%的被攻击者不了解木马病毒的来源和危害性,21%的人无法识别电脑中毒症状。个人信息安全防范意识的薄弱、安全防护能力水平的低下,使农村地区成为信息安全领域的盲点和“洼地”,影响整个互联网的安全稳定。

任务一 认识网络安全的重要性

截至2015年12月,我国网民规模达7.49亿,互联网普及率为47.9%。手机网民规模达5.57亿。不仅规模在持续扩大,网民的互联网生活也越来越丰富,若羌的枣农在家里就可以把红枣销售到内地,奇台的农民在网上点几下,需要的农资就能送货上门……不论职业、不论年龄,越来越多的人依赖上“互联网+”时代的便捷。

然而,互联网既有高效强大的一面,也有脆弱的一面,那就是其安全性。去年5月底,支付宝因“光纤被挖断”中断服务数小时,“携程网”因员工“错误操作”,导致系统瘫痪近12小时,各大券商网站也因“一时拥堵”造成集体登陆失败,被坊间戏称为网络“黑色五月”。此外,病毒的兴起、黑客的盛行、虚假信息的泛滥,都给网络安全带来了极大的隐患,并给社会带来了一系列新的问题。从另一个角度看,现在的互联网已经成为各种利益诉求的集散地,甚至是一些境外敌对势力对我渗透破坏的主渠道。因此说,网络安全绝不仅仅是个人信息的安全或网络本身的安全,而关乎国家安全。既然将网络安全提升到这样的高度,那么,维护网络安全就不再是你会不会或情不情愿,而是每一个网民的责任和义务。

由于农村地区特殊的经济、文化背景和地理环境,全国多地先后形成了以特定地区为核心的网络犯罪集中地。例如我国某地已经形成木马制作、销售、诈骗、洗钱一条龙的黑客产业链,影响恶劣。让网络安全意识深入人心,就需要将其作为网络强国建设的基础工

程,突出培养“三种意识”。

一、网络安全意识

让“没有网络安全就没有国家安全”的意识深入人心,让“网络信息人人共享、网络安全人人有责”的意识落地生根,这是举行国家网络安全宣传周的目的所在。我们既要学会用老百姓听得懂的语言讲述网络安全风险,也要善于用群众看得清的實力化解网络安全风险,让网络安全的成果真正惠及你我他。

二、网络文化意识

互通互联的网络空间,每一条网线都是网上“新丝路”,每一个声音都是网上“驼铃声”。网络空间为我们提供了宣扬中华文化,借鉴世界文明前所未有的新平台,但同时,网上意识形态斗争也日趋激烈,急需树立正确的网络文化意识。

三、网络法制意识

让网络空间晴朗起来,不仅要大力宣传上网、用网行为规范,引导人们增强法治意识,做到依法办网、依法上网,更要利用法律武器,塑造国际网络秩序。为此,必须尽快完善网络空间法制体系,让国家网络空间治理走向法制化的快车道,让人人成为网络秩序的维护者,让国家网络治理成为世界网络治理的典范。

谁动了我的奶酪?几乎每天都有无数上当受骗者在愤怒地呐喊。虽然网络已成为我们生活中不可或缺的一部分,但目前网络安全机制并不健全。

任务二 防治计算机病毒与木马

计算机病毒是指人为编写的能够破坏计算机系统,影响计算机工作并能实现自我复制的一段程序或指令代码。它具有传染性、潜伏性、隐藏性、破坏性、传播性等基本特性,一般不能独立存在,通常将自身写入其他文件中,尤其是一些可执行文件和文档文件等。如果用户不小心执行了带病毒文件,病毒就被激活。它根据病毒制作者的意图伺机进行传播和危害。电脑病毒发作后,就可能进行破坏活动,轻者占用系统资源,降低电脑运行速度,重者使文件、数据被肆意篡改或全部丢失,甚至使整个电脑系统或网络瘫痪。

木马是人为编写的具备破坏和删除文件、发送密码、记录键盘和攻击等特殊功能的后门程序。一般的木马程序都包括客户端和服务端两个程序,其中客户端是攻击者用于远程控制植入木马的计算机。服务端即木马程序被植入、受攻击的计算机(俗称“肉鸡”)。当服务端程序安装在某台连接到网络的电脑后,就能使用客户端程序对其进行登录,一旦登录成功,就可以获得对方电脑的控制权。他和病毒不同,一般不具有自我复制能力。

一、计算机病毒与木马的危害

近几年,电脑病毒异常活跃,木马、蠕虫等轮番攻击互联网。从早期的熊猫烧香、灰鸽子到艾妮、AV 终结者到近期的呜呜祖拉、支付宝大盗,重大恶性病毒频繁发作,危害



程度也在逐步加强，互联网安全面临的威胁更加严峻，其中木马威胁占 68%以上。

央视 315 晚会曝光一名叫“顶狐”的黑客，通过自己制造木马程序，盗取大量用户的网上银行信息，并对盗取回来的信息分类整理，将密码等信息以 400 元每 G 的价格打包廉价出售，危及大量网银用户的安全，导致大量的网银用户存款被盗。据悉，沦为“肉鸡”的电脑，除了央视 315 晚会曝光的网银账号受到威胁外，黑客还可以轻易获得用户的炒股账号、网游账号密码等信息。此外，远程控制用户的摄像头，曝光隐私。窃取“肉鸡”电脑里的虚拟财产以及商业机密，“肉鸡”已经成为黑客牟利的重要工具。

二、预防与查杀计算机病毒与木马

预防与查杀计算机病毒与木马常采取的措施：

- 1、安装杀毒软件，开启防火墙并及时升级。杀毒软件和防火墙可以有效地对病毒、木马进行预防与查杀。
- 2、及时对系统进行安全扫描，安装系统补丁，修补操作系统和应用软件漏洞。
- 3、不要打开来路不明的邮件附件，也不要执行从 Internet 下载后未经病毒扫描的软件或者访问可疑的网页。
- 4、对于移动硬盘、U 盘等，需要先进行病毒扫描后再打开。同时，禁用 U 盘的自动播放功能。事实上，局域网内的第一台受感染的电脑往往是通过这些渠道感染病毒的。
- 5、尽量关闭不需要的文件共享及系统共享。
- 6、强制执行密码策略。检查本机所使用的账户，删除不需要的账户。对于必需的账户使用复杂的密码，不要使用与他人相同的密码。
- 7、对于已经受到感染，并确认是感染源的电脑，有必要把他从网络中隔离，以防止其进一步感染其他电脑。进行杀毒以后，再放到局域网中。
- 8、对于一些比较重要的电脑，有必要经常作一些维护工作。例如定期检查服务、进程、注册表中是否有可疑项，并关闭或删除不需要的服务或者启动项。默认情况下，许多操作系统会安装不常用的辅助服务，如 FTP 客户端、Telnet 和 Web 服务器。这些服务为攻击提供了方便之门。如果删除他们，就减少了蠕虫用于攻击的途径，并且在补丁程序更新时也减少了需要维护的服务。
- 9、针对主机和关键的应用系统，提供深层次的保护。例如主机入侵检测和关键系统的实时防护。
- 10、对重要的数据进行备份，以便发生数据损坏时，能够恢复。

任务三 提高淘宝与支付宝账户安全等级

刚注册成功的淘宝账户与支付宝账户安全等级是非常低的，如图 3-1 和 3-2 所示，我们应该采取各种措施来提高它们的安全等级。

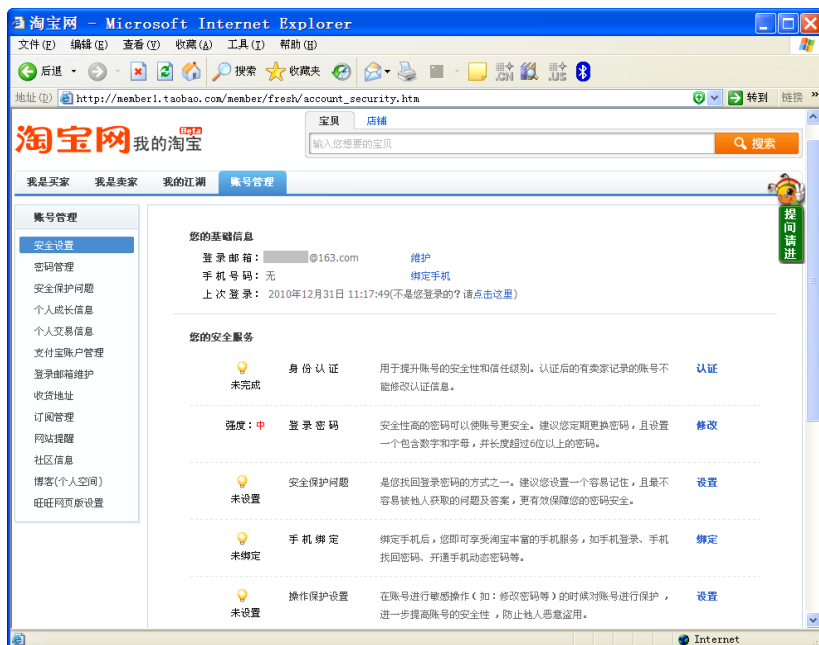


图 3-1 淘宝账户安全状态



图 3-2 支付宝账户安全状态

一、升级淘宝账户安全服务

1、设置安全保护问题

通过设置安全保护问题可以保护你的密码安全，防止密码被随意修改，使用回答安全保护问题来找回密码，申请证书，同时也是关键操作的验证方式之一。安全保护问题将作为你通用的身份校验，一定要个性化设置，不要很容易被人猜出答案。

实训步骤：

步骤一：登录淘宝网，打开“我的淘宝”→“账号管理”→“安全设置”页面，单击安全保护问题项右边的“设置”按钮，如图 3-3 所示。

此外，也可以通过打开“我的淘宝”→“账号管理”→“安全保护问题”页面，单击“立即设置”按钮，如图 3-4 所示。

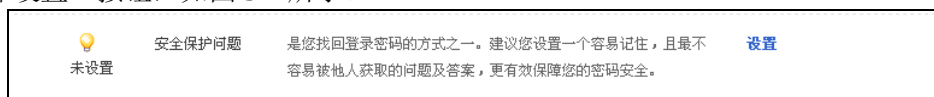


图 3-3 设置安全保护问题入口一

步骤二：为了保护账号安全，要先进行安全验证。单击“发送校验码”，将电子邮箱收到的验证码输入，单击“确定”按钮，如图 3-5 所示。

友情提示：如你的账户已经绑定了手机，只能通过手机的安全验证才能继续设置安全保护问题。

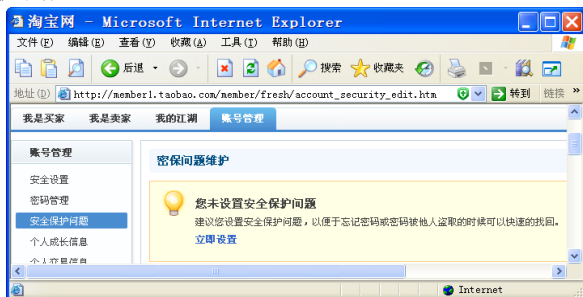


图 3-4 设置安全保护问题入口二



图 3-5 登录邮箱验证页面

步骤三：通过安全验证后，进入安全保护问题设置页面。选择问题并输入相应问题的答案后单击“确认”按钮，如图 3-6 所示。

步骤四：设置成功，如图 3-7 所示。

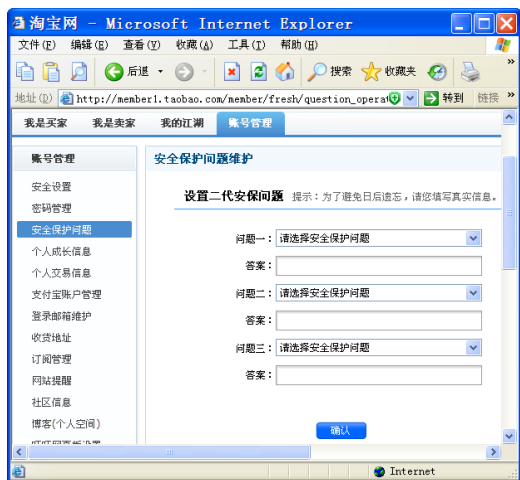


图 3-6 设置安全保护问题

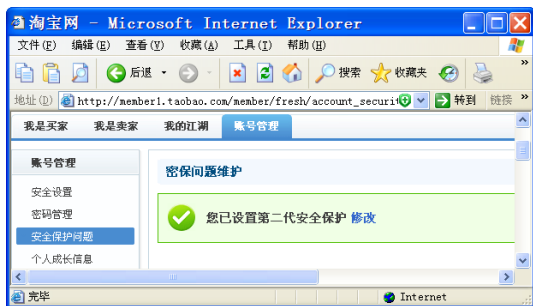


图 3-7 安全保护问题设置成功

2、淘宝账户绑定手机

淘宝账户绑定手机后，可享受淘宝丰富的手机服务，如手机登录、手机找回密码、开通手机动态密码等功能。

实训步骤：

步骤一：打开“我的淘宝”→“账号管理”→“安全设置”页面，单击手机绑定项右边的“绑定”链接，如图 3-8 所示。



图 3-8 淘宝账户绑定手机入口

步骤二：要先进行安全验证。单击“发送校验码”，将电子邮箱收到的验证码输入，单击“确定”按钮，如图 3-9 所示。

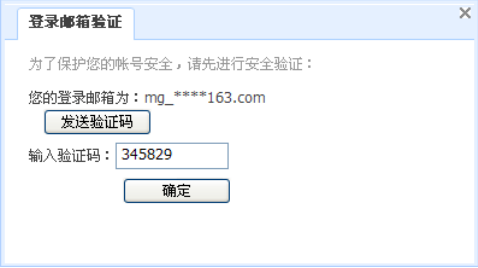


图 3-9 使用邮箱进行安全验证

步骤三：输入手机号码及验证码，点击“确定”按钮，如图 3-10 所示。



图 3-10 输入待绑定手机信息

步骤四：输入手机校验码，单击“确定”按钮，如图 3-11 所示。

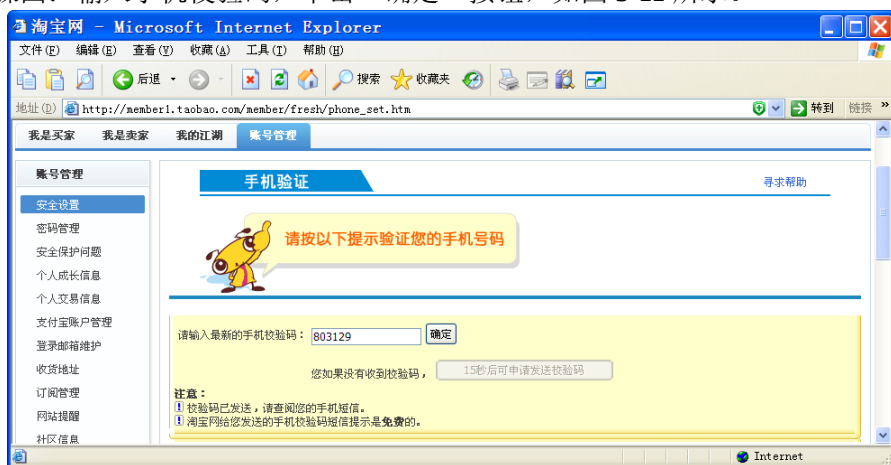


图 3-11 输入手机校验码

步骤五：完成手机绑定，如图 3-12 所示。

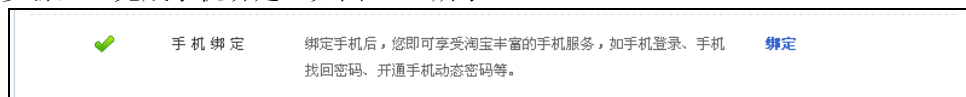


图 3-12 手机绑定成功

二、使用支付宝账户安全服务与产品

支付宝拥有实名认证、安全保护问题、安全证书、手机动态口令、系统消息定制等安全产品。登录支付宝账户后你可以查看此账户已拥有和适合你账户的安全产品，还可以体验支付宝为你量身定制的安全策略。

1、更改密码

支付宝账户有两个密码，分别是登录密码和支付密码。登录密码和支付密码一定要分别设置，不能为了方便设置成同一个密码，这是不安全的。

登录支付宝，选择“安全中心”→“安全管家”，单击“更改支付密码”或支付密码右边的“修改”按钮，如图 3-13 所示，在打开的页面中输入原密码和新密码后单击“确认”

按钮，如图 3-14 所示，密码即修改成功。



图 3-13 更改支付密码入口



图 3-14 更改支付密码

2、手机动态口令

手机动态口令是支付宝提供的免费增值服务，是基于手机绑定的更高级别的安全保护产品。你申请手机动态口令服务后，修改支付宝账户关键信息或交易时，如超过预设额度，将需要增加手机短信校验这一步骤，以提高客户支付宝账户及交易的安全性。

使用手机动态口令前支付宝账户须先绑定手机。

实训步骤：

步骤一：登录支付宝，选择“安全中心”→“安全管家”，单击手机动态口令右边的“开通”按钮，如图 3-15 所示。

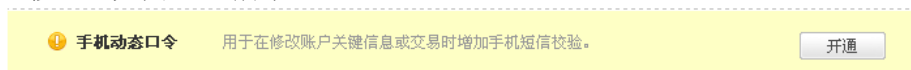


图 3-15 开通手机动态口令入口

步骤二：输入支付密码和支付限额后，单击“同意协议并立刻开通”按钮，如图 3-16 所示。



图 3-16 开通手机动态口令页面

步骤三：成功开通手机动态口令服务，如图 3-17 所示。



图 3-17 手机动态口令开通成功

3、支付宝其他安全服务与产品

实名认证、数字证书和安全保护问题前面已经讲过，在此不再赘述。

(1) 支付盾

支付盾是一个类似于 U 盘的实体安全工具，它内置的微型智能卡处理器能阻挡各种风险，它具有电子签名和数字认证的功能，保证了客户在网上信息传递时的保密性、唯一性、真实性和完整性，让你的账户始终处于安全的环境下。

支付盾的三大特点：

安全性：在支付宝网站处理任何资金业务时，不需要担心木马、钓鱼网站、黑客等各种安全风险，支付盾将可以保障你在网上交易资金和你的支付宝账户安全。

唯一性：支付盾是和支付宝账户对应绑定的关系，从而保障了支付宝账户资金安全。申请使用支付盾后，如果在没有插入支付盾的情况下登录支付宝，只能进行查询账户操作，而不能进行其他任何对于资金变动的操作。只有插入匹配账户的支付盾才能进行操作。这样就相当于支付盾就是客户拥有的一把“钥匙”，增强支付宝账户使用安全。

方便性：可以在任何电脑上进行操作，免除了数字证书的备份烦恼。拥有了支付盾，将可以拥有更高的支付额度来进行资金交易。不需要使用者掌握任何数字证书相关知识，也能轻松掌握。

(2) 宝令

宝令是支付宝和联通联合推出的一款采用动态密码的安全产品，屏幕上显示 6 位动态密码，每分钟生成一个新的，付款等操作时需要输入。保护你付款、确认收货等操作时的资金安全。

(3) 第三方证书

如果已经拥有了一张银行数字证书（文件或 USB Key），可申请绑定使用该证书进行支付宝系统登录，方便管理。

第三方证书特点：

安全性：在支付宝网站处理任何资金业务时，不需要担心木马、钓鱼网站、黑客等各种安全风险。绑定第三方证书将可以保障你在网上交易资金和支付宝账户安全。

唯一性：绑定第三方证书后，它和支付宝账户就成了对应绑定的关系，从而保障了支付宝账户资金安全。绑定后，如果在没有插入/安装第三方证书的情况下登录支付宝，只能进行查询账户操作，而不能进行其他任何对于资金变动的操作。

方便性：网上银行和支付宝都使用同一个证书，付款即刻一气呵成，不需要再分多个证书造成管理困难。目前支付宝只支持中国工商银行的U盾。

任务四 识别与防范常见骗术

某淘宝买家账号被盗，支付宝上的钱全部被洗劫一空。某淘宝卖家账号被盗，不仅钱没了，更可气的是骗子用盗来的账号发布一些价格极低，极有诱惑力的欺诈商品信息，守株待兔，钓更多的买家上钩，致使卖家辛苦挣来的信誉毁于一旦。随便一搜上当受骗的例子比比皆是。

一、使用木马盗取用户密码

1、骗术揭密

钱已经打到支付宝，为什么卖家一直坚称没有收到钱呢？

已经在网上下了订单，可最后不仅货没收到，交易记录也不翼而飞，网友张女士最近就遇到了这样的怪事。两周前，她在网上看中了一件毛衣，可付款后卖家却坚称没有收到钱。小张赶紧再次查看自己的交易页面，发现根本找不到自己已经付款的那条信息，这时，她才意识到自己被骗了。随后，从互联网安全专家方面了解到，小张遇到的其实不是骗子，而是中了木马病毒——“支付宝大盗”，支付宝大盗一旦运行，黑客就能够截获感染者的网上交易信息并对其实施自由控制，当选定某一目标，便可向正在进行网上付款的该用户发送伪造的支付页面信息，使用户将钱打到黑客账户中，目前几十种的变种已经让上百网友中了招。

反病毒专家称，这个伪造的页面几乎跟正规支付页面相同，用户很难辨别。同时，在盗取金额时，黑客一般会选择百元左右这种“不大不小”的支付额度，不少用户被骗之后只是自认倒霉。

2、防骗支招

(1) 天下没免费的午餐，低于正常价格的商品要注意，不要贪图便宜，不打开陌生人发送的文件和链接。

(2) 安装杀毒软件和防火墙，及时更新操作系统漏洞和第三方软件，避免病毒通过软件漏洞入侵电脑。

(3) 付款的时候一定要看清收款方的名字。当提示付款失败的时候要提高警惕了，



先看下自己账户的钱有没有少。

(4) 马上下载安装淘宝网专版最为安全的傲游浏览器。

专版特殊功能:

实时对接淘宝网钓鱼网站黑名单库,可第一时间拦截钓鱼网站。

傲游特有的沙箱安全功能,防止木马侵袭及劫持。

用户可第一时间获取最新的安全资讯。

特有的安全网址认证功能,凡是淘宝网官方页面地址栏均呈现绿色,帮助用户识别真假网站。

浏览器保护功能,防止病毒木马篡改。

网速加速功能,提高打开页面速度。

同步在线收藏功能。

其他秘密安全武器。

二、使用截图或邮件冒充“买家已付款”

1、骗术揭密

骗子发来“买家已付款”的截图或邮件,这个招数比较老套了,这个所谓的“买家已付款”不过是骗子提前用 Photoshop 处理好的图片,许多新手往往忽略了,只看到截图或邮件就不去检查交易状态直接发货,发货以后才发现上当了!

2、防骗支招

一定要认真查看已卖宝贝的交易状态!

登录淘宝网,打开“我的淘宝”→“我是卖家”→“交易管理”→“已卖出的宝贝”→“等待发货”页面,如果显示“买家已付款”,如图 3-18 所示,此时可以发货。



图 3-18 “等待发货”页面

打开“我的淘宝”→“我是卖家”→“交易管理”→“已卖出的宝贝”→“等待买家付款”页面,如果显示“等待买家付款”,如图 3-19 所示,此时无论如何不能先发货,否则可能会人财两空!



图 3-19 “等待买家付款”页面

三、三角骗术（或类似 ID）

1、骗术揭密

一般多出现在点卡类买家，此类骗术比较隐蔽，甚至钻石卖家也会上当！骗子用 A 名字与你聊天，用另一个名字 B 拍下并付款。A 和你谈好了，说“那我去拍下了啊”，你的旺旺这时候会有提示“你的宝贝卖出”，紧接着，旺旺会有另一个提示“买家已付款”，然后 A 说：“我付款了，马上发卡密!!! 快!!! 速度!!! 我着急要!!!”。如果这个时候，你直接提取卡密在旺旺上面发给 A，那么你就中招了！

2、防骗支招

无论对方如何催促，你先关闭与 A 的旺旺对话框，进入“等待发货”页面，单击买家旺旺打开聊天窗口，马上单击旺旺窗口上面的“历史纪录”，就可以看到这个拍下商品的 B 是否与你有关交谈记录，也就可以确认这个拍下商品的 B 和与你聊天的 A 是不是同一个 ID。

与拍下商品的 ID 洽谈无误后，切记：发货时候，所有的卡密复制粘贴到虚拟物品的“发货备注”里面，确认发货。用户要求一定要通过旺旺发送的话，一定要核对清楚是否是同一个旺旺 ID！

有些类似 ID，一眼看去，很难分辨出来，比如（下面是放大的，如果字体很小，就难以分辨）：

Look2008↔Look2OO8

123456↔l24356

l00kt ↔100kt

四、汇款骗术

1、骗术揭密

通过旺旺询问卖家银行卡号，声称直接通过银行付款，卖家登陆不了银行账户（此时骗子已经登陆过 N 次导致当日登陆限制），然后发给卖家一张银行汇款截图，让其发货，粗心的卖家以为真的汇进了自己的账户，导致受骗。

2、防骗支招

坚持使用支付宝交易，款到发货。自己银行卡设置成个性化用户名登陆！（就是非银行卡账号登陆，用自己设置的用户名才能登陆！）

五、利用同城交易骗取钱款

1、骗术揭密

骗子先用支付宝付款，然后提出和卖家见面交易。当你在同城交易，将货交给他后，买家立刻申请退款，理由是“没有收到货”，这时卖家无法向淘宝提交发货凭证，骗子得以行骗成功。

2、防骗支招

对付这种买家骗子的最佳方法就是在同城交易时，一定要对方写下收据。

任务五 加强自身修炼，提高安全观念

“长在江湖飘，哪能不挨刀”，这是如今在网络上比较流行的一句话，表达了受骗者的豁达？还是受骗后的无奈？我看更多的是阿 Q 的精神胜利法。别管是什么，加强自身修炼，达到南帝北丐般的武功造诣，那不仅不挨刀了，还可以带出成千上万的徒子徒孙，受到敬仰。

骗子固然可恨，不让骗子得逞才是硬道理。怎么办，只有加强自身修炼，打造一副钢筋铁骨，行走江湖才能立于不败之地。

一、确保账号和密码的安全

要注意账号和密码的安全，首先要弄清楚账号和密码是如何被盗的，这样才能做到知己知彼，防患于未然。

1、了解账号和密码如何被盗

当前黑客主要是通过三种途径盗取账号和密码：

(1) 比较原始的窃密技术是暴力破解，也叫密码穷举。如果黑客事先知道了账户号码，如网上银行账号，而恰巧你的密码又十分简单，比如用简单的数字组合，黑客使用暴力破解工具很快就可以破译出密码来。

(2) 在大部分用户意识到简单的密码在黑客面前形同虚设后，人们开始把密码设置的尽可能复杂一些，这就使得暴力破解工具开始无计可施。这时候，黑客开始在木马病毒身上做文章，他们在木马程序里设计了钩子程序，一旦用户的电脑感染了这种特制的病毒，系统就被种下了“钩子”，黑客通过“钩子”程序监听和记录用户的击键动作，然后通过自身的邮件发送模块把记录下的密码发送到黑客的指定邮箱。

(3) 软键盘输入使得使用击键记录技术的木马失去了作用。这时候，黑客仍不甘心，又开始琢磨出通过屏幕快照的方法来破解软键盘输入。病毒作者已考虑到软键盘输入这种密码保护技术，病毒在运行后，会通过屏幕快照将用户的登陆界面连续保存为图片，然后通过自带的发信模块发向指定的邮件接受者。黑客通过对照图片中鼠标的点击位置，就很有可能破译出用户的登陆账号和密码，从而突破软键盘密码保护技术，严重威胁网上交易

安全。

2、密码设置的注意事项

(1) 密码最好是数字加上字母以及符号的组合, 设法设置便于记忆的长密码, 如单词或短语。但你需要在单词中插入符号或者变为谐音符号, 如: “justforyou” 可以改善为 “just4y_o_u”。尽量避免选择用你的生日、身份证号、手机号、昵称等作为登录密码或支付密码。

(2) 请不要使用与其他的在线服务, 比如易趣、QQ、MSN、Yahoo 或网上银行等一样的密码。在多个网站中使用一样的密码会增加其他人获取你的密码并访问你的账户的可能性。

(3) 不要在任何时候以任何方式向别人泄露自己的密码和手机验证码。支付宝绝对不会以任何名义、任何方式向用户索取密码和手机验证码, 支付宝联系用户一律使用公司固定电话, 对外电话显示区号为 0571, 任何时候都不会使用手机联系用户, 并且工作人员都会主动向用户报上花名。

3、输入密码的一些有用技巧

(1) 输入密码时建议用复制+粘贴的方式, 这样可以防止被记键木马程序跟踪。

(2) 混乱输入密码, 例如你的密码是: gsgas56, 你先敲 gfgs56, 然后鼠标移到第 3 位输入 s 成为 gfsgs56, 然后倒数第 4 位输入 a, 成为 gfsgas56, 再把第 2 位的 f 取消掉。那样你键盘输入的就是 gfgs56sa, 能有效防止中招。

(3) 通过软键盘输入密码。软键盘也叫虚拟键盘, 用户在输入密码时, 先打开软键盘, 然后用鼠标选择相应的字母输入, 这样就可以避免木马记录击键。

二、清除上网记录

网友的浏览记录、登录各大购物网站时的登录名和密码, 都会被浏览器一一记录下来, 以便下次更快使用。可如果是在网吧这类公共场所或使用别人的电脑时, 就要小心了, 这些浏览记录随时可能泄露你的个人信息。因此, 应当选择隐私模式, 做到上网无痕。每次上网尽量做到不留痕迹, 登录网站后及时清除 Cookie 和密码等。

1、清空 Internet 临时文件夹

别人查看 “Internet 临时文件夹” 下的图片、Flash 等文件便能大体知道你曾到过的网站。要清除它们, 可依次单击 IE 菜单栏中的 “工具” → “Internet 选项”, 如图 3-20 所示, 打开 “Internet 选项” 对话框, 在 “常规” 标签中单击 “删除文件” 按钮, 在弹出的 “删除文件” 窗口中勾选 “删除所有脱机内容”, 最后点击 “确定” 按钮, 如图 3-21 所示。



图 3-20 选择“Internet 选项”命令

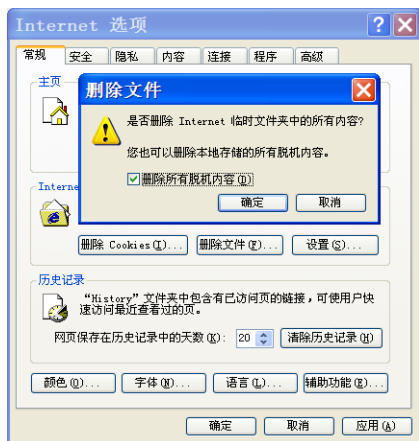


图 3-21 删除所有脱机内容

2、删除 Cookies

Cookie（俗称“小甜饼”）也可能是泄密的一个“罪魁祸首”，在“常规”标签中单击“删除 Cookies”按钮，在弹出窗口后单击“确定”按钮，可删除它们，如图 3-22 所示。

友情提示：一种保险的办法是在上网后，进入 Internet 临时文件夹（该文件夹可在 Internet 选项对话框的“常规”选项下点“设置”来查看具体位置），删除其下所有内容，这样，临时文件及 Cookie 等都会被清除。

3、消除访问网页的历史记录

IE 会将最近三周的访问历史记下，要“踏网无痕”可得清除它们，可在“常规”标签下单击“清除历史纪录”按钮（删除“C:\Documents and Settings\用户名\Local Settings\History”文件夹中的所有内容也可）。要让 IE 不记录访问历史，可在“常规”标签下将网页保存在历史记录中的天数从默认的 20 改成 0 即可，如图 3-23 所示。



图 3-22 删除 Cookies



图 3-23 清除历史纪录

4、清除 IE 记住的表单、网址、用户名和密码

当访问网站时，一些网页会要求输入信息，例如，搜索时会要求输入搜索内容、登录邮箱则要填用户名、密码，这些东西会被 IE 自动记录。要删除它们，可在“Internet 选项”对话框的“内容”标签下单击“自动完成”按钮，在弹出的“自动完成设置”对话框中再单击“清除表单”、“清除密码”按钮，当询问时单击“确定”按钮即可。如果以后不想让 IE 记录这些内容，只要将“表单”、“表单上的用户名和密码”和“提示我保存密码”前的钩去掉即可，如图 3-24 所示。

若安装了“中文网址”软件，采用以上方法不能将地址栏列表中的“网络实名”清除，此时要在“Internet 选项”对话框的“高级”选项卡下，选中“网络实名”中的“清除地址栏下拉列表中显示的网络实名”项，单击“确定”按钮。

友情提示：当完成上述操作后，千万别忘了清空回收站。

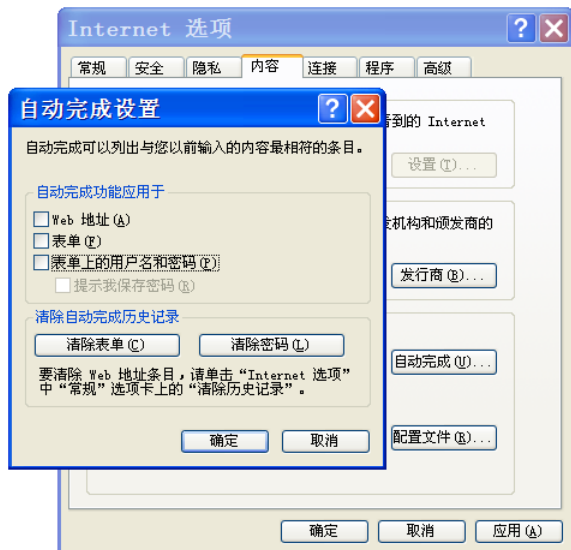


图 3-24 清除 IE 表单、网址、用户名和密码

四、其他安全注意事项

1、提高安全观念。从真正意义上来讲，还没有一种系统或者软件可以称得上能达到百分之百的安全可靠，可还是有许多在线买卖双方对安全抱着无所谓的态度。很自信地认为自己的电脑中安装了什么加密软件或是防火墙，相信无人能攻得进来。其实这样的想法是错误的，应该尽早做好安全防范的多项准备工作才好。也不想想，网络安全了，黑客去做什么了！

2、如果你是虚拟新手卖家，第一笔生意如果是大订单，不要接，并且，除非特别情况外，凡叫你手动帮他充的且要求多的一律不接，并且告诉他，我们是自动充值的。

3、这是针对买家的。人们往往都是在贪小便宜时吃大亏的。所以，不要有贪小便宜的心态，骗子就是利用买家这一心理下手的。还有，充值送话费，真假说不准，只是一点，

如果有卡密，不要把卡密发给别人，即使他说要帮你代充，因为卡密给别人知道了，用一次就报废了，所以不要輕易地给别人。

4、不接陌生人的莫名文件，即使是卖家的，如果是宝贝图片就叫他截图，或用视频，因为骗子会把挂木马的文件传给你接收。不要打开不安全的链接，即在网址链接前面有个问号，还有格式是“亲，宝贝拍不下来，然后一个网址链接 http://*****”即使是打钩的也不要点。即使点了，出现要输账号密码的，也不要输，因为这是钓鱼网站。即便是网银，他给你的链接只要是要输账号密码都不输，要输就在真正的网银或淘宝网上输入。

5、如果有两个相似 ID，一个和你交流，一个没问就拍你的宝贝，为了区别他们，先关掉所有聊天框，再到卖出宝贝页面加买宝贝的买家为好友，这样，等会发货时才好识别。

6、坚持用支付宝付款，如果用网银支付，而你又上不了网银查账，那就要小心，骗子已经用假密码登陆多次，导致你无法登陆查账。坚持用旺旺交流，旺旺记录是淘宝处理纠纷的惟一证据，如用别的通讯工具需谨慎。

7、支付宝及淘宝工作人员绝对不会向你索要你的账户密码等私人信息，不要将账户信息告知他人。淘宝客服电话：0571-88157858（卖家），0571-88158198（买家）。记住，自己找客服。客服找你并有意偏袒买家的，大多都是假客服，如果不放心，可以亲自打电话询问客服。

8、网店买卖双方会经常利用网络工具交流沟通，但要注意交流限制，不可轻信任何人并透露自己的姓名、性别、职业、住址和其他信息等。

9、个人的证件图片以及数字证书勿放在网络空间（如邮箱）中。

10、在登录账户时不要选择保存密码和自动登录。

【案例赏析】

“我”是怎样被骗的

一、虚假中奖信息

小孙是一个好奇心极强的人，尤其是进入了网络这个虚拟浩大的世界后，接触了很多的事情，学习到了很多东西，也懂得了很多东西。

一天，小孙在旺旺上收到了一条群发消息，内容是移动手机充值卡优惠活动，小孙想到自己的话费需要充值了，于是单击了旺旺上那个3钻卖家给的链接，单击了链接以后，网页上就跳出了登录淘宝的页面，小孙输入了账户和密码后，就按照平常一样进行了购买。

没过几分钟，小孙的电脑就变的很缓慢，然后就死机了，小孙以为是系统出现了什么问题，于是重启了电脑以后照旧上网了。再次登录支付宝的时候，发现里面的钱没有了，自己的QQ也登录不上了。

原来事情是这样的：那个3钻卖家旺旺群发消息中的链接是一个带有病毒的假网站，而这个3钻的卖家的淘宝旺旺被人盗取了，然后被利用传播不法消息。

小孙希望通过自己的亲身经历告诫支付宝的用户和其他人：

1、不要随意接收聊天工具中的传输文件，不要打开陌生邮件和邮件中的附件，及时更新杀毒软件。

2、对于旺旺上收到的链接，可以查看链接前是否有打个绿色勾的标志，若没有，那么请登录其官方网站进行核实或者操作。

3、加强支付宝账户的安全系数，绑定手机，申请数字证书，开通手机动态口令服务，这些服务都是完全免费的。

二、盗号病毒

湘湘是一个忠实的网购者，尤其中意淘宝网，把女性爱逛街的天性转变为了逛淘宝，一有时间就到淘宝上逛或者是学习上面的潮流打扮。

一天湘湘登录了淘宝网站，收到一封站内信，说是淘宝网周年庆，举办一个幸运有奖活动，湘湘成为四名幸运者之一，有奖金 35000 元和一台三星笔记本电脑，但是要交 1200 元的手续费。该信息提供了较为详细的中奖通知和中奖公证书，还有工商号及收费许可证，乍看起来好象确有其事，甚至还有具体的地址和领奖方式。湘湘早就在淘宝网帮助中心的淘宝大学荣誉毕业了，这种小伎俩，一看就是假的，随即把骗子的旺旺名向淘宝举报。

湘湘还收到类似的中奖信息，不法分子首先注册一个跟淘宝网域名相似的域名，例如：www.taobao*.**.，然后从真实的淘宝网站拷贝部分页面，把主页内容进行简单的修改，放置上虚假信息，网站完成后利用淘宝旺旺、E-mail 群发引诱广大网友上当。群发的消息示例如下：“恭喜你，你已被随机选为获奖用户！请立即登陆此页面获取你的礼品：http://www.taobao*.**.你的核实码：[****]，工作时间：上午 08：30——下午 17：30（此消息淘宝所发，无需回复）淘宝信息部：*****。”单击链接后进入骗子网站，输入其核实码，会提示中大奖了，然后单击下一步会提示中奖详细信息，进而，不法分子要求填写包括真实姓名、身份证号、银行账号的基本信息，提交后会转到最终目的页面，显示骗子的银行账号以及需要受骗者进行汇款的信息。湘湘从淘宝大学知道，骗子是为了套取填写者的信息后做不法行为，或者这个网站本身有木马，一登录就使电脑感染病毒。

湘湘希望通过自己的亲身经历告诫支付宝的用户和其他人：

1、不要拨打中奖信息上留下的咨询电话，那对核实信息的真实性无任何帮助，只会增加你上当受骗的机率。

2、淘宝网的任何官方消息会通过站内信发给用户，发信人为“淘宝网”，而且淘宝的任何活动也不可能让你用 QQ 联系！淘宝的官方网站是 www.taobao.com，淘宝的客服电话是 0571-88157858。别相信天上会掉馅饼!!!

3、若核实信息是诈骗的，请立即投诉、举报加报警。

三、眼见为实，耳听为虚

阳阳是一个充满了活力、青春帅气、气质极佳的单眼皮帅哥，现实中很是受人欢迎，尤其是女生，而且是漂亮的女生，在网上也有很多聊的来的网友，是男是女就没有全部辨



认了。

一天,QQ 上发来一个消息,是他在网上认识的一位美女,这位是可以确认的,因为给阳阳发过图片而且视频过,阳阳还认了她做干姐姐。消息的大致内容是这位干姐姐急于要到网上买东西,但是网上银行不能用了,于是找自己的干弟弟借点钱。由于以前这位干姐姐从来没有这样的需求,阳阳还是存在一些戒心的,但是干姐姐只是要借 200 块,而且说话的语气一如既往,就通过支付宝付款过去了,期间阳阳问为什么姐姐的支付宝账户名字不是她的,姐姐说自己的支付宝账户密码忘记了,就用朋友的来买的。

一天过去了……

两天过去了……

三天过去了……

很多天过去了……

姐姐好久没有联系阳阳了,终于有一天姐姐通过 QQ 找上了阳阳。本来时间是忘记一件事情的特效药,但是阳阳是一位记忆力很好的人,尤其是钱方面。阳阳一联系上姐姐,就问姐姐几天前借的钱什么时候可以还,姐姐打了一个问号过来,说自己没有借过钱呀,于是阳阳就把那天的聊天记录给了姐姐看,发过去以后,姐姐久久没有回消息。突然,一大段字发了过来,描述的大致内容是自己的 QQ 被盗了,已经有好几个人说姐姐向他们借钱了,一定是别人冒充她的,而且也不认识阳阳说的付款过去的那个支付宝账户上的姓名,这时阳阳才知道,自己是被骗了……

阳阳希望通过自己的亲身经历告诫支付宝的用户:

网上或者现实中的朋友,如果通过一些虚拟的工具联系你,让你帮助他买一下东西,借点钱给他呀等等,如果是网上不熟的人,可以以自己没钱呀,网上银行不能用啦等理由搪塞过去,最好在语气中表露出自己是不会借钱的。如果是很熟的朋友,那么你一定有他其他的联系方式,最好是他的电话,这样就可以通过其他方式先确认一下,或者和这个人聊聊只有两个人知道的事情来确定。

四、钓鱼网站

小铁是个大学生,暑假刚开始,在老家无所事事,只能在家里用着破旧的电脑上网,游戏不能玩,只能看看网页,和网友用 QQ 聊天。

闲来无聊,在 QQ 空间的商城上闲逛着,看到好几个道具蛮称心的,于是单击购买,但是系统提示 Q 币不够,出于爱美之心,到网上寻觅出售 Q 币的信息。

到百度上搜索了一下,好多出售信息,单击一个链接,到了百度贴吧上,一个出售 Q 币的广告映入眼帘“50=80Q 币、100=180Q 币、200=350Q 币,信的就加,不信也无所谓!本人可以留手机号码,可以长期合作!(我不会为了几十块钱 Q 币换手机卡吧)”,这个折扣不错,于是联系了卖家留下的 QQ 号。

卖家要求通过银行卡汇款或者支付宝即时到账付款,小铁问“我可以用支付宝,但是

为什么你不要建立一个担保交易呢？”卖家表示就这么点钱不会骗你的，建立支付宝担保交易麻烦，而且你收到货物了以后不确认收货怎么办，相信我吧，你付款后我马上发货的。小铁第一次使用即时到账交易，以为和担保交易差不多，于是就在卖家指导下，“顺利”地付款成功了，小铁满心欢喜的表示已经付款成功了，让卖家快点充值到和他聊天的 QQ 账户中，但是发过去的消息如同掉入了无底深渊，毫无回应……

小铁希望通过自己的亲身经历告诫支付宝的用户：

1、网上交易要使用支付宝，可以通过淘宝购买或者让卖家在“我要收款”中建立担保交易。

2、即时到账付款功能如同银行转账，款项是马上到对方的账户，主要是用于亲朋好友间的 AA 付款或者在一些可靠的电子商务网站支付，比如淘宝商城、卓越亚马逊等。而在 C2C 交易中，不管是否认识卖家，支付宝都建议买家使用有担保交易的服务。

3、做任何事情都要相信自己，不要被别人牵着鼻子走，如果自己也不清楚，那么就找专业的人咨询，使用支付宝，可以找支付宝专业的满意中心小二咨询，他们会给你专业，简洁，安全的回复。

资料来源：阿里巴巴论坛

【项目实训】

实训名称：网络安全

实训目标：本实训要求学员在教师指导下，结合本次课学习内容，认识到网络安全的重要性，加强网络安全意识，及熟悉网络安全的设置的流程，熟练掌握如何防范网络诈骗，实现网络安全交易。

实训步骤：

1、小组成员通过网络和现实生活中调查，把你发现的骗术写下来，如果是你碰到这种情况，你会如何做？

网络骗术调查表

小组成员	骗术	发生地	支招

2、“顶狐”通过木马程序，盗取个人的网银信息，将密码等信息廉价出售，而网上银行用户信息则以 400 元每 G 的价格打包售出。看了这种骇人听闻的消息，谈谈网络安全的重要性，你是如何保证个人信息安全的？

3、如何预防与查杀计算机病毒与木马？

4、面对网络骗子的种种骗术谈谈你如何加强自身修炼，防患于未然的。



- 5、安装淘宝专用浏览器傲游。
- 6、升级淘宝账户为安全级别较高的账户。
- 7、使用支付宝账户安全服务与商品的更改密码、手机动态口令提升支付宝账户的安全级别。
- 8、清除所有上网记录包括：清空 Internet 临时文件夹、删除 Cookies、消除访问网页的历史记录、清除 IE 记住的表单、网址、用户名和密码。

实训要求：

- 1、各小组详细写出你是如何提升账户安全级别，保护信息安全的。
- 2、在教师的指导下，制定出一套交易安全与防骗的措施。

实训考核：安装淘宝专用浏览器傲游（评分标准 30%）；升级淘宝账户为安全级别较高的账户（评分标准 20%）；使用支付宝账户安全服务，更改密码、手机动态口令提升支付宝账户的安全级别（评分标准 20%）；清除所有上网记录包括：清空 Internet 临时文件夹、删除 Cookies、消除访问网页的历史记录、清除 IE 记住的表单、网址、用户名和密码（评分标准 30%）。

模块四 农产品电子商务操作技能

项目一 农产品拍摄技术

【要点提示】

- 了解基本的拍摄技术
- 了解农产品拍摄时的布光方式
- 掌握农产品商品的构图方式
- 掌握农产品商品图片的美化

产品好不好，“图”很重要，众所周知，农产品是个非常庞大的概念，其涵盖范围非常之广，我泱泱华夏亦是农业大国，所以想要将农产品拍摄好不是易事。本次课内容分享拍摄的案例主要以水果、蔬菜为主。

任务一 了解基本的拍摄技术

一、拍摄环境的选择

图片是商品的灵魂，一张漂亮的商品照片可以直接刺激顾客的视觉感官，让他们产生了解的兴趣和购买的欲望，而一张成功的商品照片又与拍摄时的环境选择和布置密不可分。

1、拍摄小件商品的环境选择

一般来说，拍摄小件商品，放到房间窗户边有自然光的地方就可以了。小件商品适合在单纯的环境空间里进行拍摄，由于这类商品本身体积就很小，因此在拍摄时也不必占用很大的空间和面积，如图 4-1 所示的微型摄影棚就能有效地解决小件商品的拍摄环境问题，免去了布景的麻烦，还能拍摄出漂亮的、主题突出的商品照片。如果没有准备摄影棚，尽量使用白色或者纯色的背景来替代，例如白色和颜色单纯、清洁的桌面等。



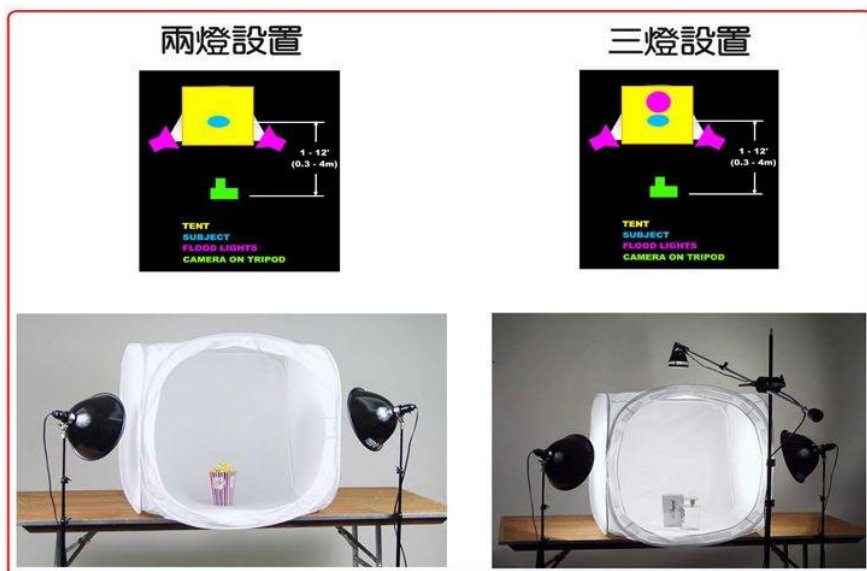


图 4-1 微型摄影棚

2、拍摄大件商品的环境选择

拍摄大件商品可以选在一个空旷的场地，室内室外都可以，在室内拍摄时要尽量选择整洁和单色的背景，照片里不宜出现其他不相关的物体和内容，除非是为了衬托商品而使用的参照物或配饰。如图 4-2 所示是室内拍摄大件商品的环境布置，室内拍摄对拍摄场地面积、背景布置、灯光环境等都有一定的要求，准备这样的拍摄条件才能拍摄出具有专业感的照片。外景拍摄主要是选择风景优美的环境作为背景。采用自然光加反光板补光的方式进行拍摄，这样的照片风格感更加明显，比较容易形成独有的个性特色和营造商业化的购物氛围。



图 4-2

如图 4-3 所示的这家店铺将拍摄的外景选在了巴厘岛、香港、马尔代夫、南非、日本

等一些风景优美的旅游城市，这些商品图片形成了专属于店铺的一种前卫时尚和潮流风格，这人耳目一新的商品图片可以有效地对顾客产生心理暗示与影响作用。



图 4-3 服装类大件商品的外景拍摄环境

二、拍摄时的布光方式

拍摄静止的物体是一种造型行为，布光是让塑造的形象更具有表现力的关键，但在拍摄照片时必须面对无数不可预知的外在环境因素，如灯光、布置、清晰范围、拍摄时刻等，而在室内环境里拍摄商品照片则可以完全排除这些影响，在这个特殊的领域，可以完全控制周围的状况，在拍摄中运用不同的布光来表现出商品的软硬、粗细、轻重、薄厚甚至冷热的视觉感受，使消费者直观地看到商品的不同形态，由此去联想他们在享受商品时可能获得的感受。

1、室内拍摄常见的五种布光方式

如图 4-4 所示是常见的几种布光方式，有正面两侧布光、两侧 45 度角的不均衡不光、前后交叉布光、后方布光这五种布光方式，下面来简单介绍一下这五种布光方式的特点。

(1) 正面两侧布光：这是商品拍摄中最常用的布光方式，正面投射出来的光线全面而均衡，商品表现全面，不会有暗角。

(2) 两侧 45 度角布光：使商品的顶部受光，正面没有完全受光，适合拍摄外形扁平的小商品，不适合拍摄立体感较强且有一定高度的商品。

(3) 单侧 45 度角的不均衡布光：商品的一侧出现严重的阴影，底部的投影也很深，商品表面的很多细节无法得以呈现，同时，由于减少了环境光线，反而增加了拍摄的难度。

(4) 前后交叉布光：从商品后侧打光可以表现出表面的层次感，如果两侧的光线还有明暗的差别，那么，就能表现出商品的层次又保全了所有的细节，比单纯关掉一侧灯光的效果更好。

(5) 后方布光：从背后打光，商品的正面因没有光线而产生大片的阴影，无法看出商品的全貌，因此，除拍摄需要表现如琉璃、镂空雕刻等具有通透性的商品外，最好不要轻易尝试这种布光方式。同样的道理，如果是采用平摊摆放的方式来拍摄，可以增加底部的灯光，也是通过从商品的后方打光来表现出这种通透的质感。

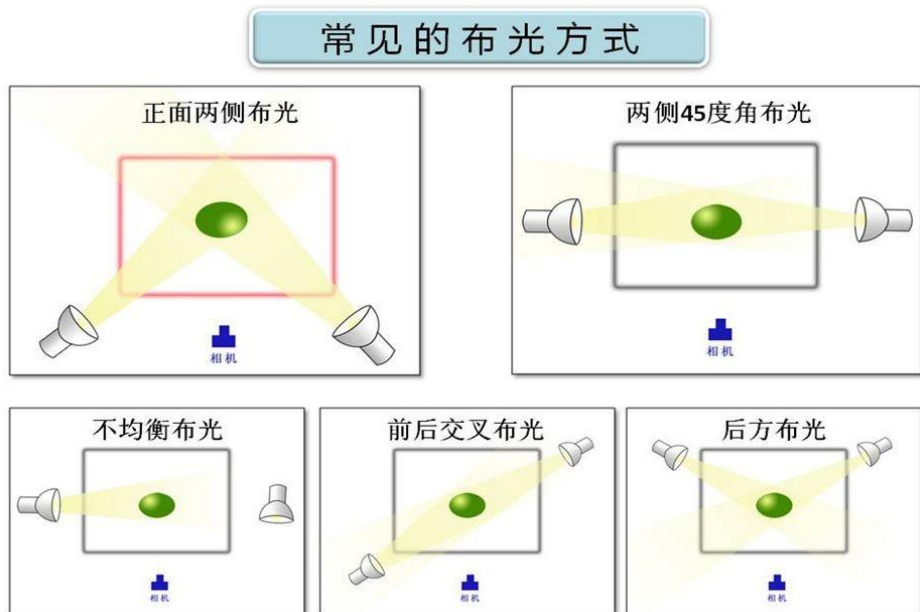


图 4-4 常见的布光方式

2、吸光体、反光体、透明体的布光方式

以上是静物拍摄时常见的布光方式，但由于要拍摄的商品在结构、质地和表面肌理上各不相同，所以吸收光和反射光的能力也不同，因此，根据不同商品表面质感对光线做出的反映，可以将它们大致分为吸光体、反光体和透明体这三种类型，针对不同类型的商品有不同的布光方式。

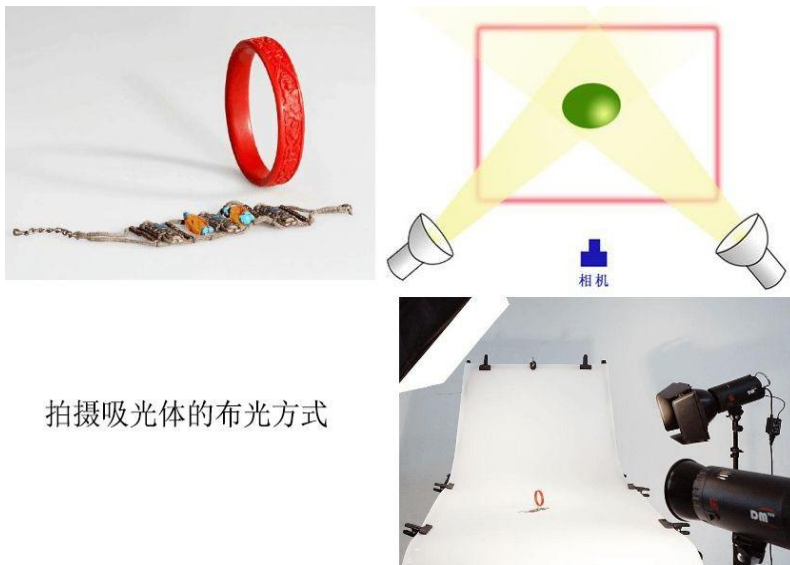
(1) 吸光体的布光方式：表面吸光的商品包括皮毛、衣服、布料、食品、水果、粗陶、橡胶、亚光塑料等，他们的表面通常是不光滑的，因此对光的反射比较稳定，即物体的固有色比较稳定统一，而且这类商品通常本身的视觉层次就比较丰富，为了再现吸光体表面的层次质感，布光的灯位通常以侧光、顺光、侧顺光为主，这样可以使其层次和色彩都表现的更加丰富。

如图 4-5 所示是在拍摄一个具有吸光表面的木质雕漆手镯时采用的布光方式，拍摄这类商品时，布光的灯位要以侧光、顺光、侧顺光为主，而且光比较小，这样可以使层次和色彩都表现的更加丰富。

主灯位于手镯的右前方，闪光灯上加装伞用反光罩，这样做的目的是让照射面积相对比使用标准反光罩更小、更集中，其作用在于完整勾勒出商品的形状，使其更具有立体感。

顶灯位于手镯的左上方，这时，如果在闪光灯上加装一个柔光箱，可以使该商品均匀受光，并且能够有效地减弱主灯照明使商品产生的投射阴影。

背景灯位于手镯的右后方，最好是给闪光灯加装标准反光罩、挡光板和蜂巢，其作用在于通过标准反光罩上加装的挡光板和蜂巢来控制背景的照射面积及亮度。



拍摄吸光体的布光方式

图 4-5 拍摄吸光体的布光方式

(2) 反光体的布光方式：反光体的表面非常光滑，对光的反射能力也比较强，犹如一面镜子，所以，拍摄反光体一般都是让其出现“黑白分明”的反差视觉效果。反光体多是一些表面光滑的金属饰品，或是没有花纹的瓷器，要表现出表面的光滑质感，就不能是一个立体面中出现多个不统一的光斑或黑斑，因此最好的方法就是采用大面积照射的光或利用反光板照明，光源的面积越大越好。

大多数情况下，反射在反光表面上的白色线条可能并不均匀，但必须保持统一性和渐变效果，这样才会显得真实，如果反光面上出现高光，则可以通过很弱的直射光源降低高光效果。反光体布光关键在于反光效果的处理，特别是一些有圆弧形表面的柱状和球型商品，所以，我们在实际拍摄中通常会使用黑色或白色卡纸来打反光，以加强他们表面的立体感。

如图 4-6 所示，拍摄的商品里既有反光又有吸光体，手机链和鲜花的制作材质是纺织品，属于典型的吸光表面，化妆镜和手机虽然表面都做了磨砂处理，但还是具有反光的特点，当然，和表面光洁度更高的金属饰品比起来，它们的反光度就小了很多。拍摄这类商品时，要注意相机和拍摄者的倒影不要反射到商品的反光面上，否则就会出现黑斑，用大面积的柔光光源来降低商品表面反射的锐度，是商品的色调和层次更加丰富，准确地表

现出光滑的表面质感。

主灯位于被拍摄商品的右前方，灯光照射角度为 45 度左右，闪光灯安装了柔光箱，布光时要特别注意闪光灯照射的角度对手机金属边和化妆盒表面带来的反光影响。

辅助灯位于被拍摄商品的左侧，是一盏带有柔光箱的闪光灯，这个位置布光的作用在于对暗面进行补光处理，同时减弱由主灯照射带来的商品阴影。

背景灯位于被拍摄商品的右后方，闪光灯上需要加上标准的发光罩、挡光板和蜂巢，其作用在于勾勒商品轮廓的同时又照亮背景，在拍摄时需要注意挡光板位置的调整，以此来控制副灯的光照范围。



拍摄反光体的布光方式

图 4-6 拍摄反光体的布光方式

(3) 透明体的布光方式：透明体表面非常光滑，这种清澈、透明的材质，能够自由地传导光线而不改变其特征，使其产生玲珑剔透的艺术效果，体现质感，透明体大多是香水、化妆品等液体或者是玻璃制品。

如图 4-7 所示，拍摄的香水不管是里面盛放的液体还是做外包装的玻璃瓶，都属于典型的透明体，由于光线能轻松地穿过这类透明材质，所以，我们在拍摄这类商品时，一般都采用折射光照明，让逆光、侧逆光的光源可以穿过透明体，表现出他们精致和玲珑剔透的质感。

主灯位于香水瓶的侧前方，用一盏带有柔光箱的闪光灯来照亮香水瓶身正面的立体雕刻和 LOGO。

辅助灯位于香水瓶的左侧，利用这一盏柔光闪光灯来对香水瓶的暗面进行补光，同时减弱由主灯和轮廓灯的照射而产生的阴影。



拍摄透明体的布光方式

图 4-7 透明体的布光方式

拍摄时并非每次都能把主灯、辅助灯和背景灯派上用场，我们不妨把每种布光方式在脑子里过一遍，预想一下想要取得的拍摄效果，再用每盏灯逐个进行实验，同时不断变换灯位，最终确定产生最佳效果的布光方案。

任务二 掌握农产品拍摄技巧

农产品放到电商平台上就是商品了，要想销路好，卖个好价钱，我们需要客户和浏览者一眼就看到我们的产品，并且被产品所吸引，将其所有的注意力集中在产品上，那怎样才能做到这一点呢？

一、农产品拍摄技巧一 ——背景的选择

无论我们拍摄什么样的图片，在拍摄的时候一定要提醒自己：

- 1、自己将要拍什么；
- 2、自己想要表达什么；
- 3、主题一定要突出，让人一目了然。

我们先看图：



图 4-8



图 4-9

如上两幅作品所示，拍摄的都是蔬菜，但感觉很不一样，对比一下可以发现，右图是



不是好一点呢？那么好在哪里呢？

1、右图整体感觉干净。蔬菜属食物，产品拍出来要给人眼前一亮并有食欲。

2、主题更加突出。客户一看一目了然，没有左图的背景那么杂乱而影响观看效果分散注意力。

3、简单。物品多了反而会影像主题，让受众感觉杂乱。摄影行业有句话说：少即是多、大道至简其原理是一样的。

建议：我们在拍摄产品的时候应该多选择右图的背景色（纯白色），这样不会影像我们的主体，且白色反光好，使我们拍摄的产品更加靓丽、清晰、生动。

我们在拍摄可以自己取白纸或者纯色（纯黑、蓝等）的背景，把产品放在上面进行拍摄，室内拍摄大部分光线较暗，建议拿到户外拍摄，不要在中午大太阳时候，那时候太阳光太强且光线非常硬，最好在上午或者下午光线比较柔和的时候拿出去拍摄，你会得到不一样的效果。

二、农产品拍摄技巧二——创意、想法、idea

很多时候，我们的产品跟其他商家的产品其实都是一样的，这样就导致我们的产品图片有很多的雷同，没有新意，客户浏览的时候就抓不住他们的兴趣点，那么当我们在拍摄自己产品的时候融入了自己的想法、创意等这些别人没有且模仿不来的东西的时候，是不是会给客户印象深刻且眼前一亮呢？看下图 4-10：

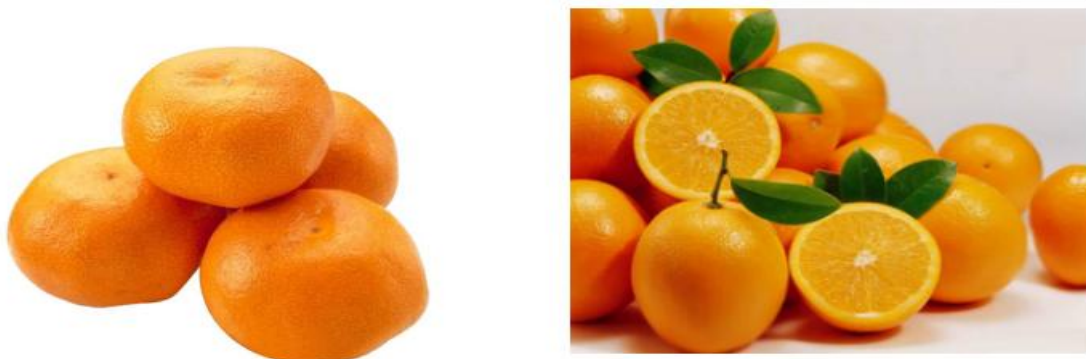


图 4-10

如图：左右两张图都还算是比较好的产品图了，但是我们还是会发现有差距。两张图都用到了我之前讲的第一个技巧——纯白背景，干净而且主题突出。但大多数人还是会选择右图，为什么？因为拍摄者融入了自己的想法。摄影师将一个橘子切开，切开后的橘子与没切开的有了鲜明的对比，且可以让观看者清晰的看见橘子里面的橘肉甚至橘肉的纹理。

建议：我们拍摄产品的时候可以多做尝试，加入自己的想法，去尝试改变，就能拍出不一样的产品让客户眼前一亮。水果的拍摄创意还有很多，例如雕花、切出不一样的形状、在水果上面喷洒小水珠等等。

三、农产品拍摄技巧三——搭配

有时候我们在拍摄产品的时候会发现产品单一，全图没有亮点，最终吸引不了客户的眼球，这个时候不妨尝试一下搭配的技巧，哪些搭配呢？

- 1、色彩的搭配；
- 2、道具搭配；
- 3、形状的搭配。

四幅作品都比较优秀且好看的产品图了，看了不仅会吸引眼球并且会使客户印象深刻。原因在哪里呢？其实四副作品都非常巧妙的运用了搭配的技巧：



图 4-11



图 4-12

1、图 4-11 构图分析

(1) 我们可以看到黄瓜、辣椒、萝卜等蔬菜有规律的排列着，可见摄影师花了不少心思。

(2) 摄影师还运用了色彩搭配的原理，RGB 三原色原理，搭配色彩。

(3) 不同形状的搭配，黄瓜、辣椒、萝卜等的形状不一搭配对比进行拍摄。

2、图 4-12 构图分析

(1) 摄影的角度选择的非常合理，采用高角度俯拍原理。

(2) 摄影师非常花心思把食材排列，并且搭配了色彩。

(3) 也是亮点，抓拍夫妻俩买菜的瞬间。

(4) 各种不同形状的蔬菜进行搭配。



图 4-13



图 4-14



3、图 4-13 构图分析：

搭配一个好看的篮子把苹果装起来，且以绿色为背景，给人感觉绿色、健康、安全。

4、图 4-14 构图分析：

- (1) 非常聪明的把苹果切开来，产生对比。
- (2) 苹果上面洒上了小水珠，给人干净有食欲的感觉。
- (3) 搭配了好看的果盘。
- (4) 搭配绿色健康的背景。

小结：以上三个技巧都能非常有效的提高产品图的质量，最关键是大家怎样去灵活的运用这些技巧且融入自己的想法进行拍摄，耐心搭配、大胆尝试、合理布局就一定能拍出好的照片。

任务三 如何拍摄主图

消费者搜索你的商品时，第一眼看到的的就是主图，主图是你无声的推广员，常言道好图胜千言，优化主图的目的就是为了吸引消费者的眼球，让消费者点击图片进入店铺，从而引入流量提高销量。如何吸引眼球呢？可以总结以下三点：图片清晰、突出产品、突出卖点。

一、图片清晰

图片拍摄尽量拍清晰，如下图：



图一



图二

图一和图二都是橘子的主图，图一明显比图二清晰，效果自然比图二好。

二、突出产品

主图上需要把你的产品突显出来：



上图是个反面教材，三张图片都没有把产品突出，产品是主体，只有把产品展现出来，消费者才知道你卖什么。如何突出主图呢，看下图：



三、突出卖点

什么是卖点？卖点可以是产品的优势特点，也可以是促销信息等。如何打动用户点击进入你的页面，就需要你的一些卖点的表达了。对于自己的产品的卖点，自己应该最清楚，因为你的详情页里为了勾起用户的购买欲。



上图的第二张图（从左到右）就充分挖掘出卖点，总结成两点：新鲜、速度。

任务四 如何制作主图

主图在拍摄的过程中受技术因素，环境因素，硬件条件等影响，难免会有一些不尽人意的地方，那么后期修图就显得尤为重要。本次任务就以美图秀秀为例，教会你制作出一张美美的符合主图设计三原则的主图作品来。



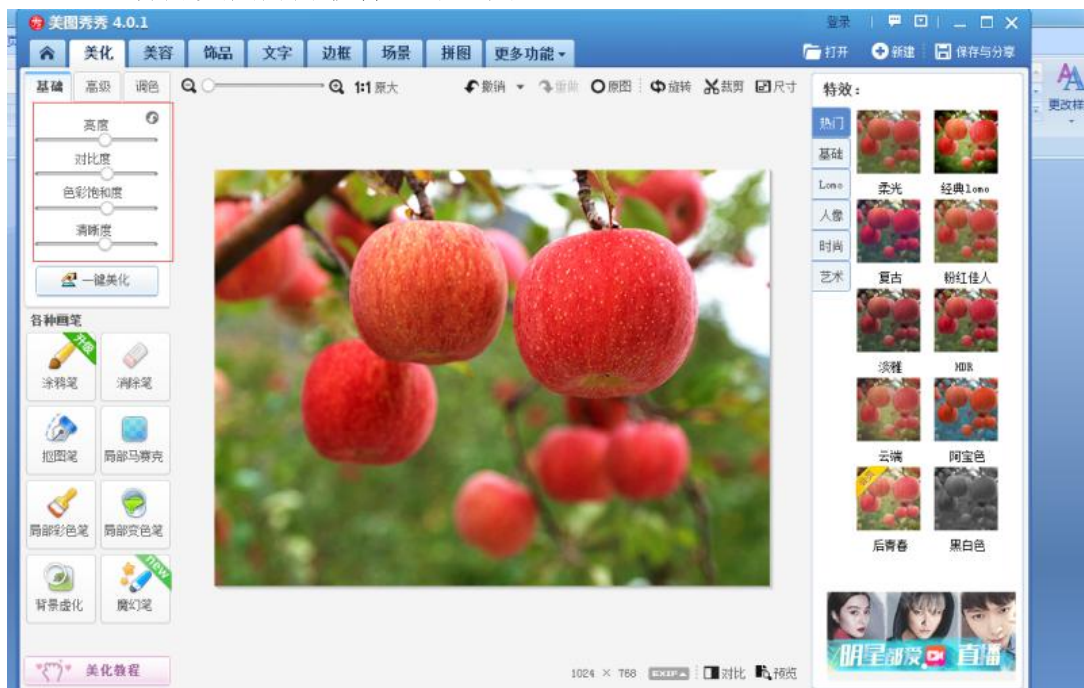
图 4-15



图 4-16

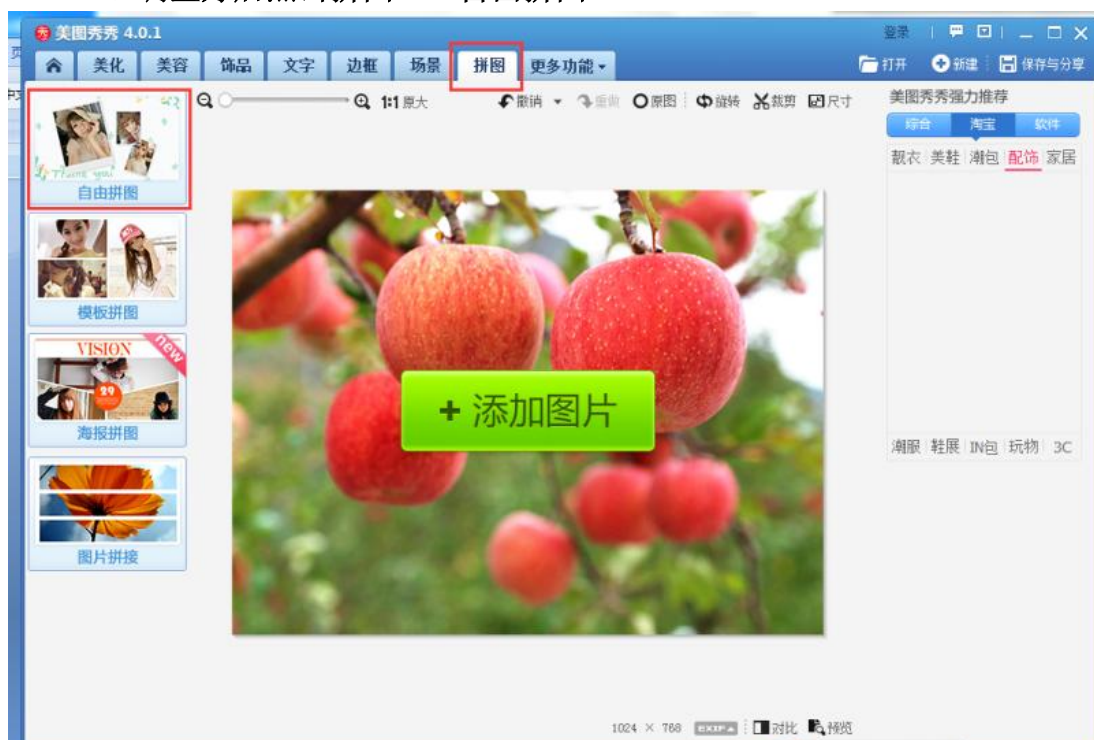
如何从图 4-15 到图 4-16，只需几步就可以了。

一、打开美图秀秀软件，导入图 4-15



如上图所示，调节亮度和对比度和色彩饱和度（将滑块往右边稍微调整）。

二、调整好后点击拼图——自由拼图



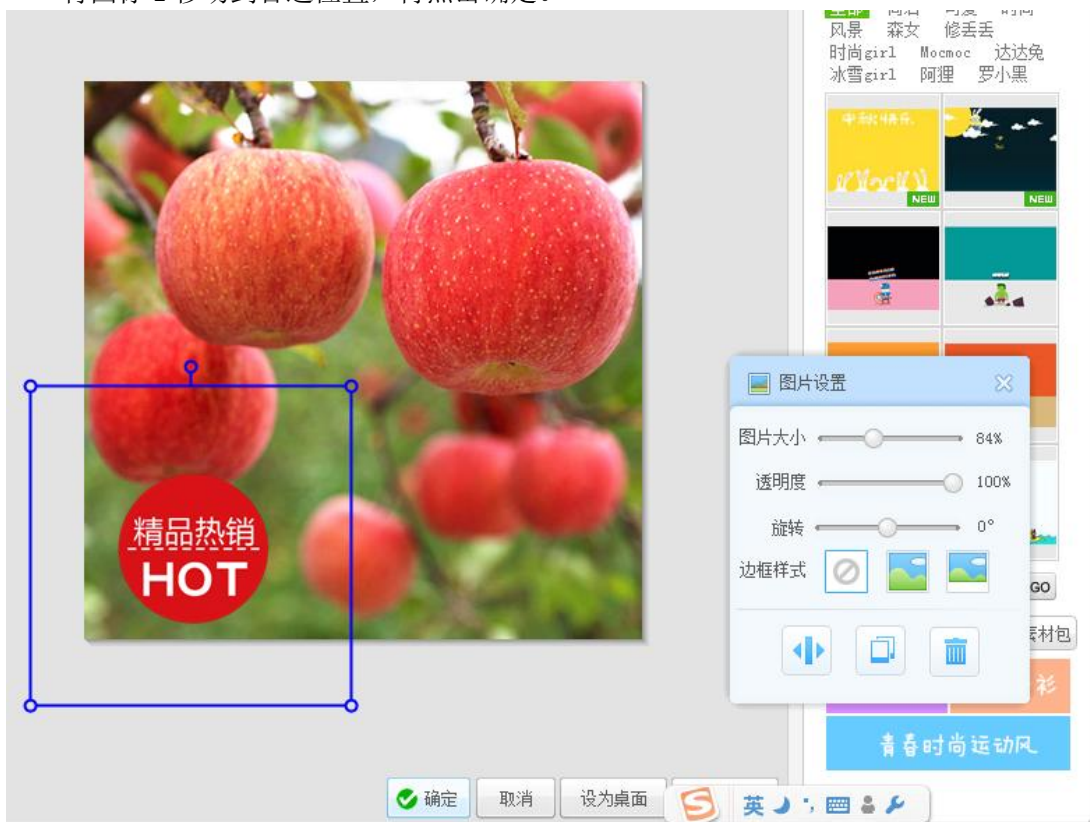
点击尺寸，将尺寸设置为 400*400 像素，让后将图片放大到合适位置。



三、如下图点击添加多张图片，导入图标 1



将图标 1 移动到合适位置，再点击确定。



四、确定后点击文字输入——在文字编辑框中输入你需要的文字

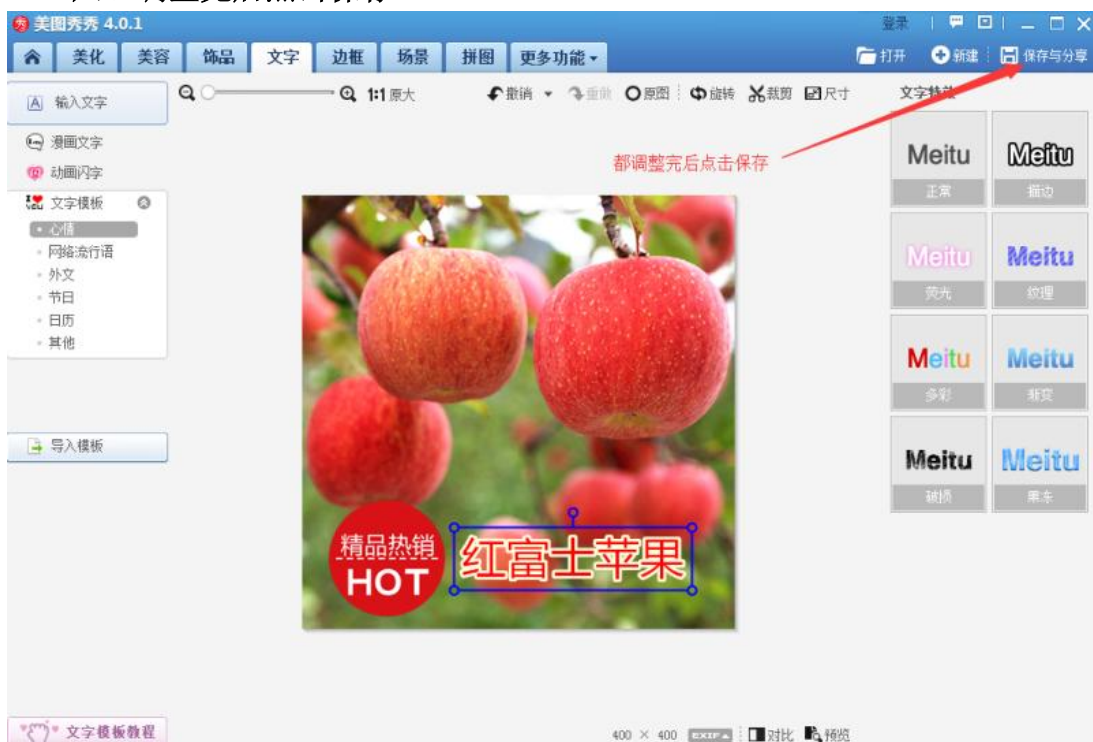


五、改变文字颜色和添加白色描边



根据自己的需要选择颜色。

六、调整完后点击保存



这样就制作完毕了，你学会了么？

任务五 商品图片的高级美化技术

美图秀秀因其操作简单，容易上手，深受广大初学者的喜爱。但是对于一些较为复杂的图片，或者对图片有较高的要求时，就显得力不从心了，专业的 Photoshop 软件能够满足对图片更高层次的处理需求，Photoshop 听起来很高大上，不过你也不要被它吓倒，按照操作步骤也只需几步你就能得到一张商品展示效果更上一层的美图。

如图 4-17 所示为赞皇红枣的原始拍摄的图片，从图片的拍摄效果来看，亮度和曝光度都不足，使得拍出来的照片模糊，而且没有光泽效果。接下来，打开 Photoshop 软件，利用 Photoshop 软件的功能对拍摄出来的照片进行美化处理，使得图片效果焕然一新。



图 4-17 赞皇红枣相机拍摄出来的原始照片

首先，编辑将已经下载好的 Photoshop 软件打开，选择菜单中的“图像”→“调整”→“色阶”命令，如图 4-18 所示。

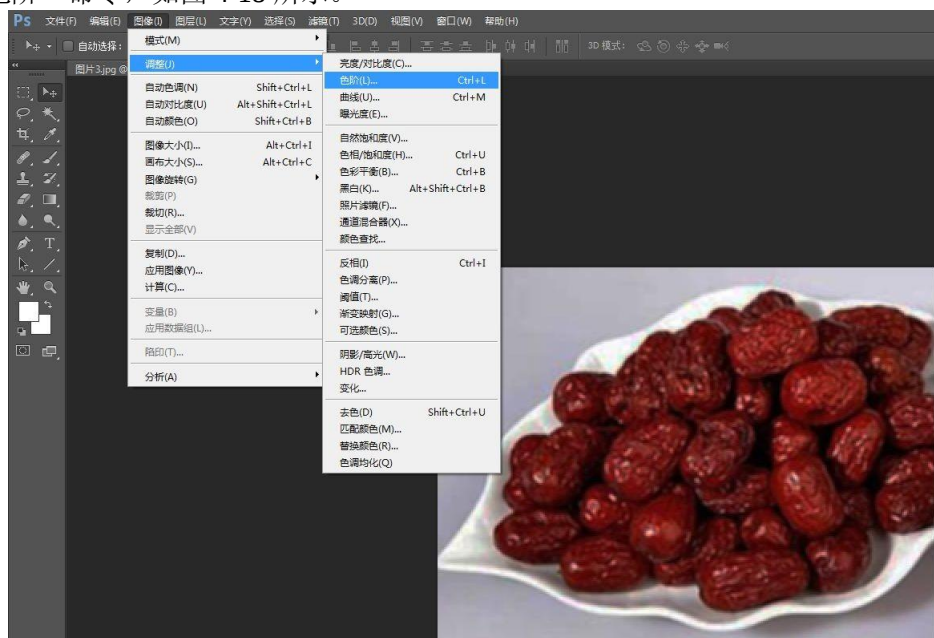


图 4-18 “图像”→“调整”→“色阶”命令

在弹出的如图 4-19 所示的对话框中选择“自动”，然后观察图片的效果预览，在调整好色阶之后，单击“确定”按钮保存校正效果。



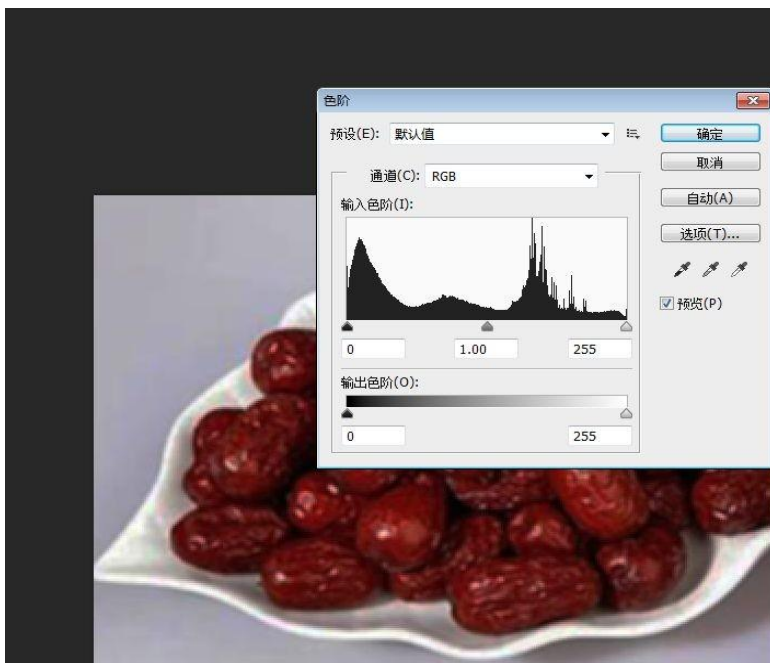


图 4-19 色阶自动调整

在色阶调整以后照片的亮点强弱较之前有所改变，但还是比较暗，接下来还需要对照片做提亮处理，编辑点击“图像”→“调整”→“曲线”命令，如图 4-20 所示。

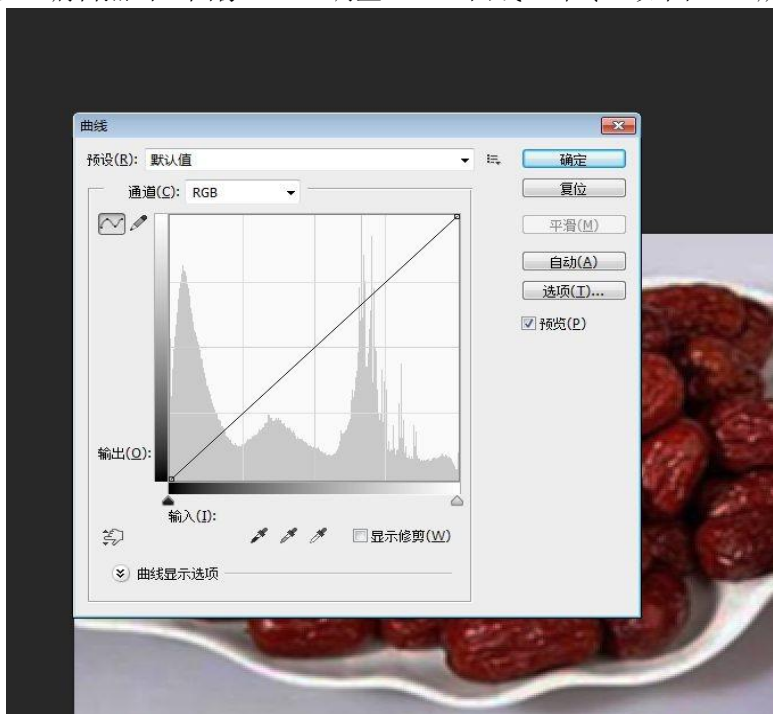


图 4-20 曲线命令

选择“曲线”命令以后进入如图 4-21 所示的操作界面，可以使用鼠标按住曲线上的那个小黑点，可以上下左右移动，此时图片亮度和对比度随着小黑点的移动也在发生变化，

小黑点越往上,亮点越高,小黑点越往左,对比度越弱,反之,往右边移动时,亮度变暗,对比度也将加强。同时也可以点击自动按钮来执行命令,在调整好亮度之后,点击“确定”按钮保存亮度结果。



图 4-21 经过色阶和曲线调整之后的图片

为了更进一步地提升图片的特点,在提升了图片的亮度和色彩之后,选择在图片上再添加一点文字,使得图片效果更佳突出,也可以提升商品的曝光率。

在添加文字之前,首先将已经完成了亮度调整的图片在 Photoshop 里打开,点击左边“T”字标志命令,然后输入文字。吊杆红枣出自新疆,而且该商品在国内屡次获得好评及嘉奖,因此编辑在文字内容上采用了突出地方特色彰显商品特色的内容。

在输入文字之后,为了使文字大小和商品的效果主次分明,编辑在此处将文字大小调整为 18 号,字体样式采用了文鼎体。这种字体可以直接展现出文字的特效,而且使得消费者可以一目了然的看到商品的介绍。而由于字体的颜色和背景图片的颜色均为白色,因此在选择了字体的样式之后,还需要添加字体投影,只有这样才能让文字特效展示的更全面。投影的添加在 Photoshop 软件操作栏中点击“图层”→“图层样式”→“投影”命令,根据弹出来的界面进行投影结构调整,调整完成之后点击“确定”保存图片效果。经过这一系列的操作,简单的几个功能的使用就可以让原本偏色、灰暗的图片变成如图 4-22 所示的样子,虽然对于原本图片的形貌而言变化并不大,但是在给消费者的视觉冲击上是十分明显的,因此对于淘宝卖家来说,图片的拍摄和美化就显得尤为重要。





图 4-22 图片的美化效果图

怎么样，学会了吧？一张高大上的图片就这样诞生啦！

【案例赏析】

具有视觉秒杀力的摄影作品赏析

农村电商全面爆发的时代，大家都知道把产品放到网上，但是说着容易，做起来却千差万别，有的好产品放到网上为何卖不上价，你把农产品美的一面展现出来了吗？下面告诉大家一些构图及拍摄的技巧，让你的农产品大放光彩。

一、单个农产品

构图要求简洁，一般采用对角线构图，比如：



也可以和其他饰品进行搭配，比如：



拍摄的时候，要记得使用素色的背景。素色背景的优点是能让被摄体非常清晰并突出。它不仅减弱了背景的距离感，还增大了画面的景深。而且，如果想要突出被摄体的颜色，那么可以选择白色或淡色的背景（一大张白纸就可以搞定啦）。如果使用艳色背景，就要注意被摄体与纸的颜色是否搭配。选择的技巧是要么反差特别大，要么属于同一色系，避免违和感。

二、农产品组合

如果要出售的农产品比较多，摆放在一起会很乱，一定要组成一个形状，这样才有整体感。弧形比较有创意，这个构图可以加入自己的品牌。



三、农产品细节

蔬菜和瓜果的好坏，是买家非常关心的。只有切开后才能看见，有很多卖农产品的朋友没有单反，用手机拍摄时一定要记得把微距模式打开，或者把镜头拉的足够近。这样既能展现农产品细节，又能营造浅景深的效果，增加美感。





四、产品与水组合会显得纯净

不是单反用手机拍摄有一定难度，但也不是不可以，一定把农产品洗干净，这样才有水灵灵的感觉，除此之外光线要充足。示例：



五、有创意的拍摄

有创意的拍摄能为农业企业和商家吸引来消费者的注意，说不定会有意想不到的收获哦！示例：





六、艺术照片

艺术图片的摄影方式比较独特，非常抓眼球，可以用于企业商业海报，农业展会招贴等。

摄影师 Cristina Otero 来自西班牙，现居马德里。Cristina Otero 自学成才，在摄影艺术上有着惊人的天赋。画面充满情感张力，我们看到了一种近乎热切的渴望，十分的令人震撼。



接下来也是国外摄影大师的一组作品，黑色背景，给人以神秘感。



当然了，技巧虽多，但一口也吃不成胖子，还需我们每一个卖家在平时的生活中多多实践，大胆尝试，相信大家都能挖掘出自家产品的独特美感。没准，下一个爆款就是你的！

【项目实训】

实训名称：商品图片的拍摄与美化

实训目标：本实训要求学员在教师指导下，根据本次课所学要点，通过动手搭建简易摄影棚，完成实训内容。掌握各类农产品的拍摄技巧及农产品图片的后期制作美化。

- 1、掌握商品图片的格式及尺寸。
- 2、熟练运用图片美化工具软件。
- 3、合理进行商品图片二次设计。
- 4、设计出精美的商品主图。

实训步骤：

- 1、拍摄静物时怎样选择拍摄角度。
- 2、你经营的是什么类型的商品，哪个色系适合你呢。
- 3、怎样合理运用构图方法，表现商品的特色，突出卖点。
- 4、摄影棚拍摄反光体、吸光体及透明体时应如何布光。
- 5、本模块的案例赏析，对你有何启发。
- 6、运用拍摄技巧，分别对静态商品选择拍摄环境。
- 7、娴熟地使用美化软件进行图片的处理。
- 8、完成商品的二次设计，要求有设计感，美感。

实训要求：

1、商品的拍摄。学员根据提供的目标商品（种类不同），通过学习及互联网查看商品拍摄的相关知识和技巧，总结得出商品的拍摄技巧及心得。

2、商品的美化。利用图片美化软件对商品图片进行美化，并写出美化软件的使用技巧及心得体会。。

3、设计主图的过程中有何创意与不足，写下来与小组成员进行讨论。

4、展示自己拍摄的商品图片及美化后的效果等。

实训考核：

1、商品的拍摄（评分标准 50%）。学员根据提供的目标商品，通过学习及互联网查看商品拍摄的相关知识和技巧，拍摄出有创意的商品图片。

2、商品的美化（评分标准 40%）。利用图片美化软件对商品图片进行美化，并写出美化软件的使用技巧及心得体会。

3、展示自己拍摄的商品图片及美化后的效果等（评分标准 10%）。



项目二 如何通过村淘渠道发布商品

——网上店铺的建立

【要点提示】

- 开通淘宝、支付宝账户
- 支付宝实名认证
- 支付宝数字证书的安装
- 开通店铺
- 村淘发布农产品

随着中国农村市场需求的不断增加，阿里巴巴农村淘宝服务站，站点也逐渐覆盖在各村各县。截至目前为止，农村淘宝，已经深入 300 万农村家庭，惠及 1200 万农民。与此同时，也有很多在外务工人员，逐渐意识到农村淘宝，将会成为一个创业发家致富的机遇，于是纷纷返回家乡开始参与农村淘宝活动。那么怎么样在村淘发布商品呢？首先要建立淘宝网上店铺。

淘宝网是亚太地区较大的网络零售商圈，由阿里巴巴集团在 2003 年 5 月 10 日投资创立。淘宝网的现在业务跨越 C2C（个人对个人）B2C（商家对个人）两大部分。截止 2015 年 12 月 1 日，淘宝网注册会员超 8 亿人，领跑中国电商市场，在 2015 年 11 月 11 日一天就产生了 912.17 亿元，在 2015 年 11 月 11 日更是以 1207 亿元完美收关。本单元之所以选择在淘宝网上建立店铺为例，一是淘宝网已经渗透到我们生活的方方面面，二是淘宝有庞大的用户群，三是各大平台建立店铺的方法大同小异，学会了如何在淘宝上建立店铺，其它的就容易了。下面就带让我们开启淘宝之旅吧。

单击鼠标，扫描照片、寻找客户……网店如雨后春笋般兴起。越来越多的大中专院校的学生也加入了网上从商大军。校园也成为网购的主要阵地。据某网购网调查数据显示，目前，由在校生开设的网上店铺，占其网店总量的 40% 左右。网上创业因为其便捷特殊的优越条件，博得众多大中专院校学生青睐，一些人还把网上开店作为职业的新选择。这些网店淘金者，正以先行者的姿态，规划着美好的蓝图。

您做好准备了吗，让我们现在就开始吧。

任务一 注册成为淘宝会员

要想在淘宝网上开店，首先要注册成为淘宝会员。

实训步骤：

步骤一：打开淘宝网，单击“免费注册”，如图 5-1 所示。

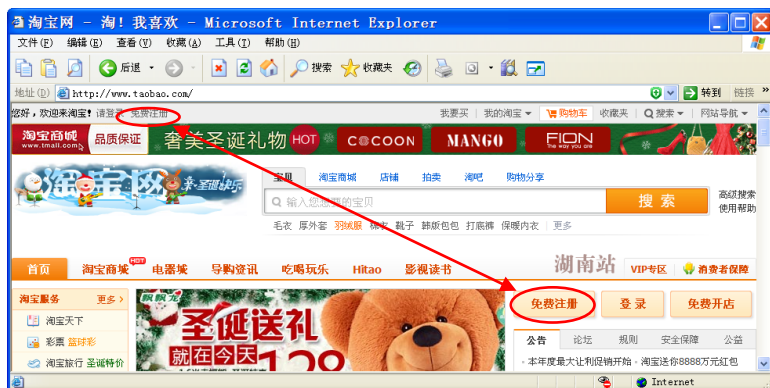


图 5-1 淘宝网首页

步骤二：进入注册页面后，填写基本注册信息。

会员名：5~20 个字符，一个汉字为两个字符，推荐使用中文会员名。一旦注册成功会员名不能修改。

密码：6~16 个字符，请使用字母加数字或符号的组合密码，不能单独使用字母、数字或符号。

填写完成后，单击“同意以下协议并注册”按钮，如图 5-2 所示。

步骤三：验证账户信息。验证账户信息可以使用两种方法：

- 1.手机验证（绑定手机作为联系方式）。
- 2.邮箱验证（绑定电子邮箱作为联系方式）。

使用手机验证时必须为未被注册使用的手机号。需要输入手机收到的校验码进行激活。因为使用手机验证方式较简单，下面就以邮箱验证为例讲解。

选中“同意《支付宝协议》，并同步创建支付宝账户”后单击“使用邮箱验证”，如图 5-3 所示。



图 5-2 填写基本注册信息



图 5-3 选择“使用邮箱验证”

步骤四：在图 5-4 中填写电子邮箱，该邮箱必须是未被注册使用的电子邮箱，填写完成后单击“提交”按钮。

步骤五：绑定邮箱作为联系方式时，需要通过一个手机号来收取动态校验码。在图 5-5 中填写手机号码，该手机号可以是任意手机号，包括已在淘宝注册过的手机号，填写完成后单击“发送”按钮。



图 5-4 填写电子邮箱



图 5-5 填写手机号码

步骤六：在图 5-6 中输入手机收到的校验码后，然后单击“验证”按钮。

步骤七：校验成功后，淘宝将立即发送激活邮件到该电子邮箱，并提示前往电子邮箱收取激活邮件。单击“去邮箱激活账户”按钮，如图 5-7 所示。



图 5-6 输入校验码

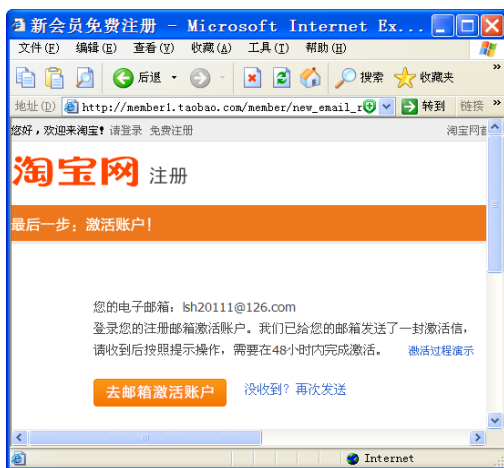


图 5-7 提示去邮箱激活账户

步骤八：在弹出的登录邮箱界面中，输入注册时用的邮箱信息后单击“登录”按钮，如图 5-8 所示。



图 5-8 登录邮箱

步骤九：阅读激活邮件内的提示信息，单击“完成注册”按钮来激活账户，如图 5-9 所示。

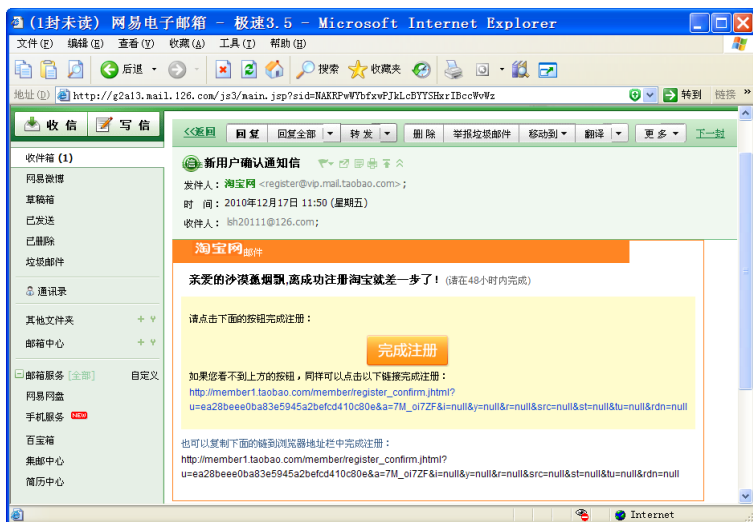


图 5-9 阅读激活邮件

步骤十：至此，淘宝账户注册并激活成功，如图 5-10 所示。

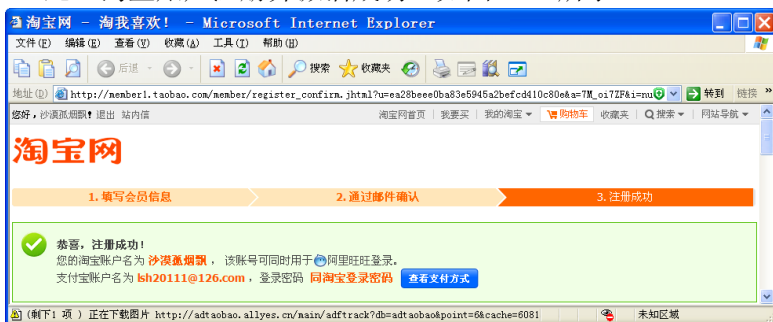


图 5-10 淘宝账户注册成功

任务二 开通支付宝账户

支付宝是淘宝交易中的资金流动平台，在淘宝网上的所有商务活动都是需要通过它来进行协商和管理的。买家看中商品后，把钱打到支付宝，然后淘宝会通知卖家发货，买家收到货后会通知淘宝，淘宝再把钱转给卖家，如图 5-11 所示。用支付宝进行交易，用户就可以更放心地在网络中进行商务活动。支付宝以其在电子商务支付领域中先进的技术、风险管理与控制等能力赢得银行等合作伙伴的认可，目前支付宝已经和国内的工商银行、农业银行、建设银行、招商银行、交通银行等各大商业银行以及中国邮政、VISA 国际组织等各大机构建立了战略合作，成为金融机构在网上支付领域中极为信任的合作伙伴。

支付宝庞大的用户群吸引了越来越多的互联网商家主动选择集成支付宝商品和服务，目前除了淘宝外，支持使用支付宝交易服务的商家已经超过 20 万家，涵盖了虚拟游戏、数码通讯、商业服务、机票等行业。

在成功注册淘宝会员后，我们还需要注册一个支付宝账户。



图 5-11 支付宝支付流程

对于没有淘宝账户的用户，可以直接在支付宝网站注册支付宝账户，这样就可以在其他支持使用支付宝支付的商业网站进行交易。对于成功注册了淘宝账户的用户，也就同时拥有了支付宝账户，支付宝账户的账户名为注册淘宝账户时的电子邮箱（采用邮箱验证方式）或手机号（采用手机验证方式），支付宝账户的登录密码同淘宝账户登录密码。当然，支付宝账户和淘宝账户一样，也需要先激活然后才能使用。支付宝账户的激活方式有多种，可以登录淘宝账户对其进行激活，也可以直接登录支付宝进行激活等。下面我们通过登录淘宝账户对其进行激活。

实训步骤：（以激活邮箱账户为例）

步骤一：打开淘宝网，单击页面上的“登录”链接，如图 5-12 所示。

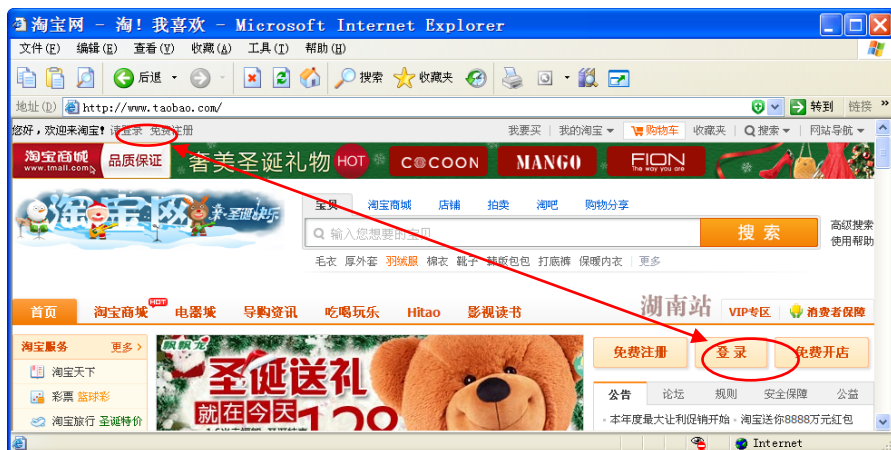


图 5-12 淘宝网首页上的“登录”链接

步骤二：进入会员登录页面后，系统一般会弹出安装“安全控件”提示，并且如果我们登录时选中“安全控件登录”选项，系统也会自动弹出“安装控件提示”框，如图 5-13 所示。选择“安装 ActiveX 控件”或“立即安装控件”按钮后，系统自动下载控件并弹出控件安装界面，如图 5-14 所示，单击“安装”按钮即可。

友情提示：为了提升支付宝账户的安全性，防止账户密码被木马程序或病毒窃取，支付宝公司精心设计并推出安全控件，该安全控件实现了在 SSL 加密传输基础上对用户的关键信息进行再次的多重加密，能够有效防止木马程序截取键盘记录。

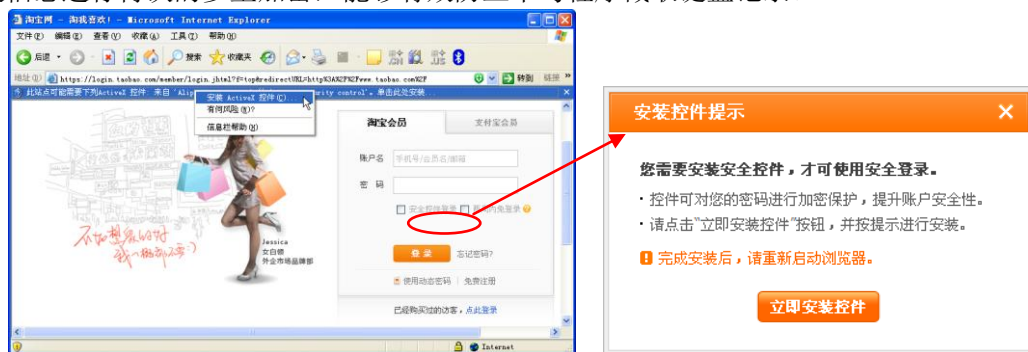


图 5-13 安装“安全控件”提示



图 5-14 安全控件安装界面

步骤三：按系统要求成功安装安全控件后，在淘宝会员登录页面中输入账户名和密码，单击“登录”按钮，实现登录操作，如图 5-15 所示。



图 5-15 淘宝会员登录

步骤四：登录成功后，首先进入的是淘宝网首页，单击“我的淘宝”或“进我的淘宝查看更多”，如图 5-16 所示。



图 5-16 登录淘宝网

步骤五：进入“我的淘宝”页面，单击“账号管理”→“支付宝账户管理”，也可单击“支付宝账户”名或“账户管理”链接，如图 5-17 所示，都能进入“支付宝账户管理”页面。

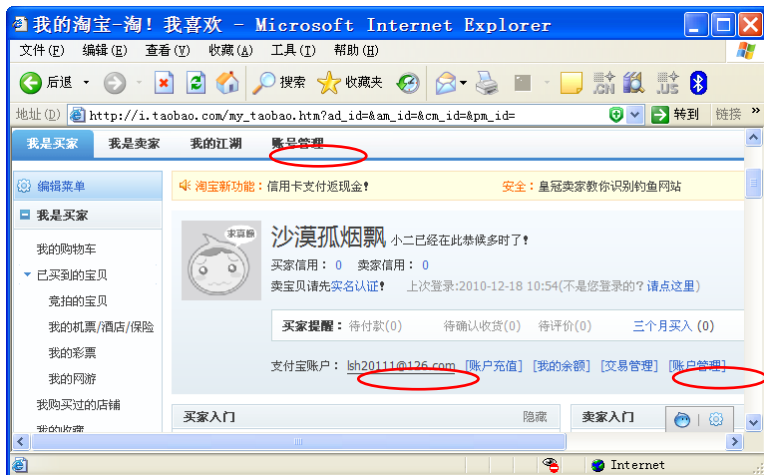


图 5-17 “我的淘宝”页面

步骤六：单击页面中的“点此激活”链接，如图 5-18 所示。

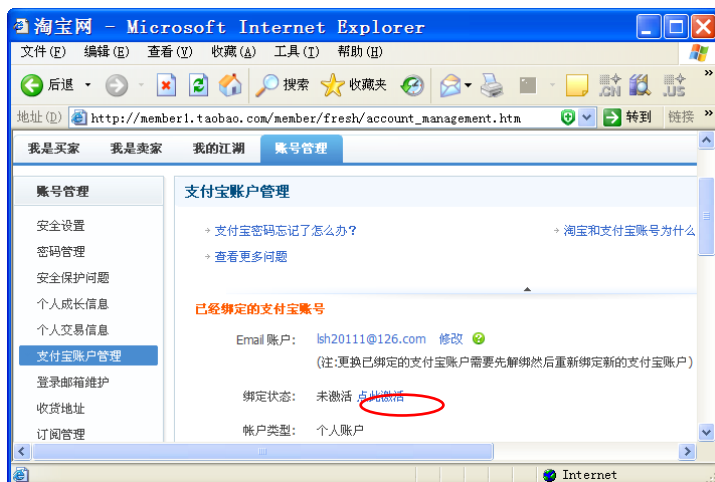


图 5-18 “支付宝账户管理”页面

步骤七：进入支付宝补全信息页面，填写姓名、身份证号等相关信息后，单击“确定”按钮，如图 5-19 所示。

在本页面中，单击“点此修改登录密码”和“点此修改支付密码”可修改密码（系统默认支付密码与登录密码相同），建议用户将登录密码与支付密码设置为不同，以增加安全性。

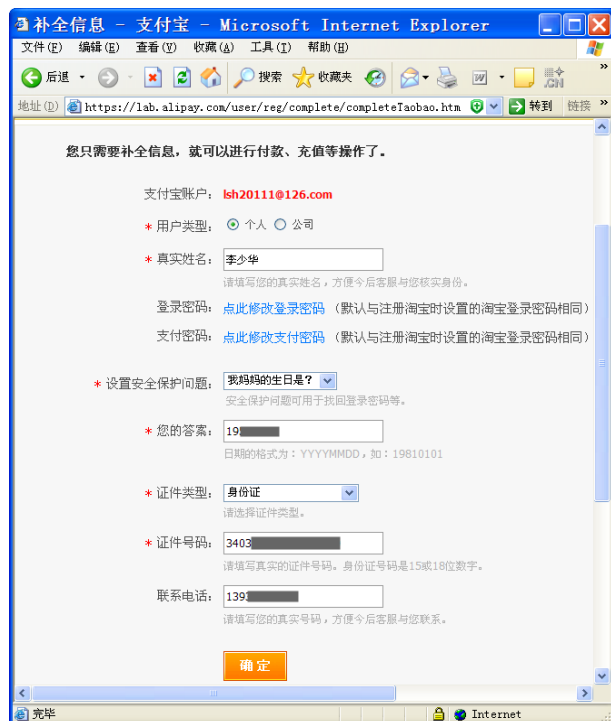


图 5-19 支付宝补全信息页面

步骤八：至此，支付宝账户就成功激活了，如图 5-20 所示。

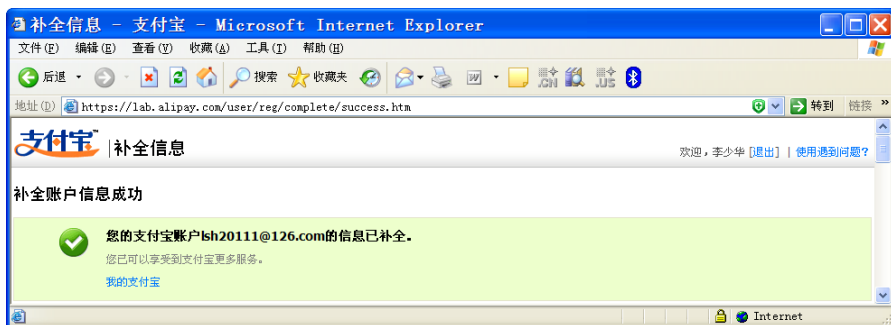


图 5-20 支付宝账户成功激活

任务三 进行支付宝实名认证

“支付宝实名认证”服务是由支付宝（中国）网络技术有限公司提供的一项身份识别服务。支付宝实名认证同时核实会员身份信息和银行账户信息。通过支付宝实名认证后，相当于拥有了一张互联网身份证，可以在淘宝网等众多电子商务网站开店、出售商品。增加支付宝账户拥有者的信用度。

支付宝实名认证的类型：个人类型和公司类型，无论是个人类型还是公司类型通过支付宝实名认证后都会带有相应的标志。

个人支付宝实名认证的基本条件：必须年满 18 周岁才能申请实名认证。

实训步骤：

步骤一：登录支付宝，进入“我的支付宝”首面，单击“我的账户”→“申请实名认证”，如图 5-21 所示。



图 5-21 申请实名认证

步骤二：在打开的支付宝实名认证提示信息页面，选中同意服务协议，单击“立即申请”按钮，如图 5-22 所示。

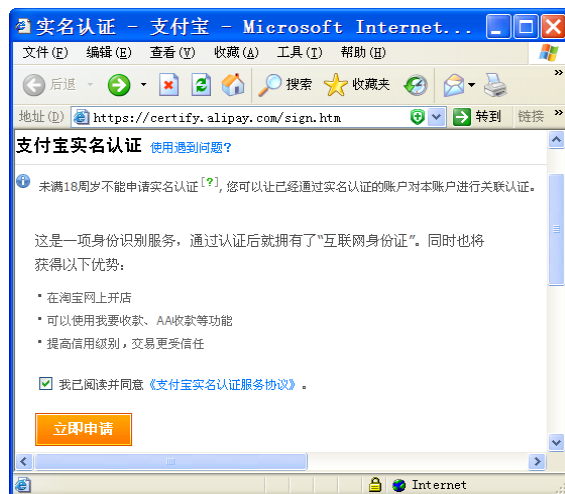


图 5-22 支付宝实名认证提示信息

步骤三：选择认证方式。有两种进行实名认证的方式。

方式一：开通支付宝卡通，同时可完成实名认证。操作步骤前面已经讲过，在此不再赘述。

方式二：通过确认银行汇款金额来进行认证。你先提供一张开户名和认证使用的姓名一致的银行卡，支付宝会往该银行卡里打一笔 1 元以下的金额，你收到金额后将数字填入支付宝对应页面中即可。

在此选择方式二，单击“立即申请”按钮，如图 5-23 所示。

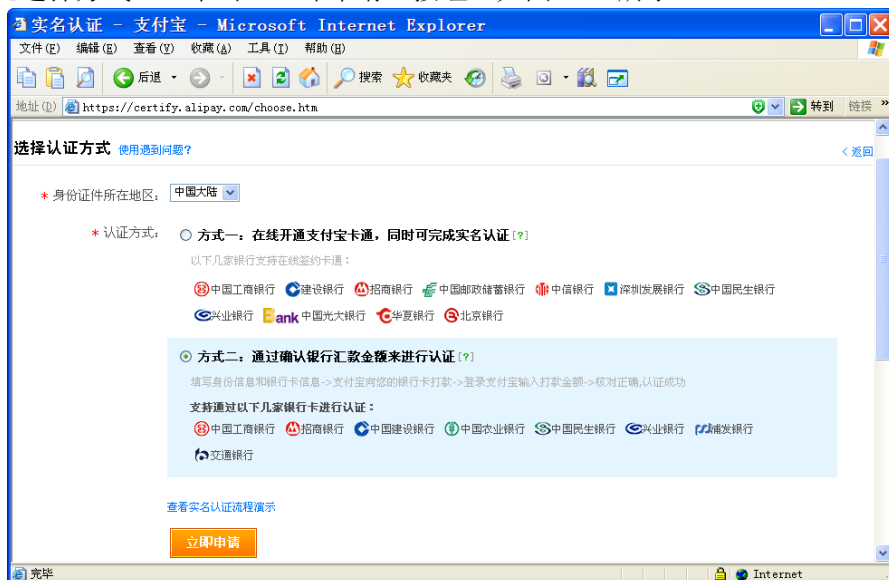


图 5-23 选择认证方式

步骤四：填写个人身份信息、联系方式等内容，并单击“若你想开店或大额收付款，请填写更全的认证信息”选项，以便上传身份证图片。接着单击“下一步”，如图 5-24 所示。

实名认证 - 支付宝 - Microsoft Internet Explorer

地址: https://certify.alipay.com/mainland/personalInfo.htm

大陆会员实名认证 [返回选择其他方式](#) | [使用遇到问题](#)

1. 填写个人信息 2. 填写银行卡信息 3. 确认信息 4. 填写打入卡内的金额 认证成功

账户名: lsh20111@126.com

* 真实姓名: 李少华
若您的姓名带有生僻字, 请点击[打开生僻字库](#)进行选择。

* 身份证号码: 3403...
请填写真实的身份证号码, 身份证号码是15或18位数字。

* 联系方式: 固定电话与手机号码至少填写1项。
联系电话: 139...
如: 0571-88156688-0571, 分机号码可不填写。
推荐填写, 我们会将重要进度以短信形式通知您。

[取消填写更全信息](#)

* 身份证类型: ☒ 二代身份证 ☐ 一代身份证 ☐ 临时身份证

* 身份证图片正面: [点击上传](#)

* 身份证图片反面: [点击上传](#)

证件必须是彩色原件电子版, 可以是扫描件或者数码相机照片。[?]
仅支持.jpg .jpeg .png .bmp .gif 的图片格式。图片大小不超过2M。[?]

* 身份证到期时间: 20260420 ☐ 长期[?]
日期的格式为:YYYYMMDD, 如:20101209。若证件有效期为长期, 请勿勾选长期。

* 联系地址: 河北省石家庄市

* 校验码: acdn
请输入右侧图中的内容。

[下一步](#)

图 5-24 填写个人信息

步骤五: 单击“更换城市”选择银行所在城市, 填写银行卡信息, 单击“下一步”, 如图 5-25 所示。

实名认证 - 支付宝 - Microsoft Internet Explorer

地址: https://certify.alipay.com/mainland/bankInfo.htm

大陆会员实名认证 [返回选择其他方式](#) | [使用遇到问题](#)

1. 填写个人信息 2. 填写银行卡信息 3. 确认信息 4. 填写打入卡内的金额 认证成功

请填写您的银行卡信息, 该银行卡仅用于认证您的身份。

* 银行开户名: 李少华 [修改](#)
必须使用以李少华为开户名的银行卡进行认证。[?]

* 开户银行: 中国农业银行
不支持信用卡和存折进行认证。

* 银行所在城市: 河北省石家庄市
如果找不到所在城市, 可以选择所在地区或者上级城市。

* 银行卡号: C...410

支付宝会给您银行卡打入一笔1元以下的确认金额, 您需要查询银行卡的收支明细账单, 正确输入这笔金额才能通过认证。

[下一步](#) [上一步](#)

图 5-25 填写银行卡信息

步骤六：确认信息后，单击“确认信息并提交”，如图 5-26 所示。

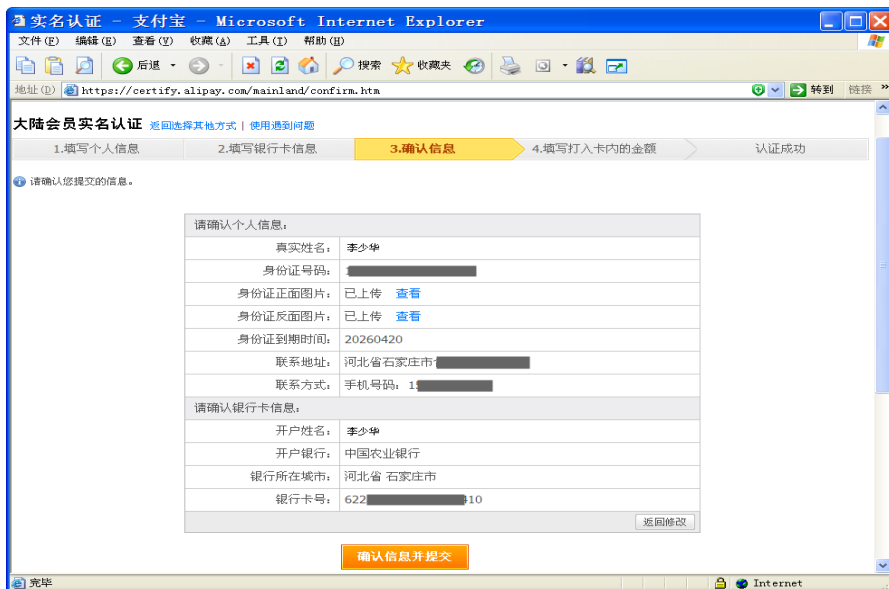


图 5-26 显示确认信息

步骤七：提示认证提交成功，支付宝会在几个小时或 1~2 天内给银行卡打入一笔 1 元以下的确认金额，并用短信通知，如图 5-27 所示。

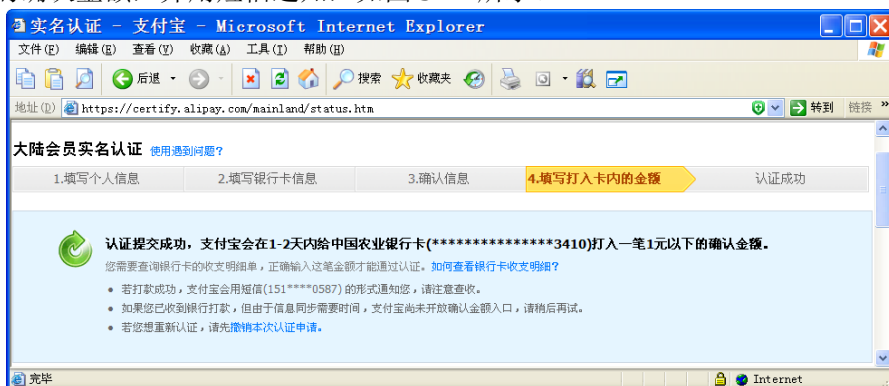


图 5-27 认证提交成功

步骤八：当收到金额之后，再次登陆支付宝账户并单击“申请实名认证”，将直接进入打款成功提示页面，单击“输入打款金额”按钮，如图 5-28 所示。

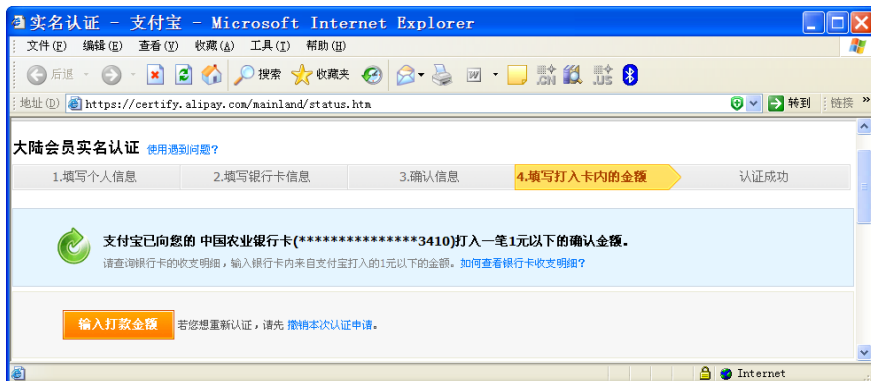


图 5-28 打款成功提示页面

步骤九：输入收到的准确金额，单击“确认”按钮完成确认，如图 5-29 所示。用户有两次输入的机会，两次失败后需要更换银行卡重新进行认证。

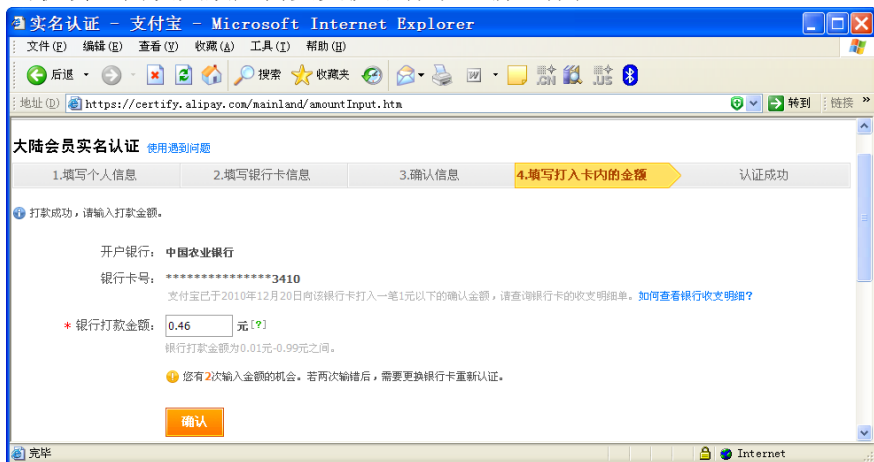


图 5-29 输入银行打款金额

步骤十：审核通过后，即通过支付宝实名认证，如图 5-30 所示。同时在“我的支付宝”→“我的账户”页面显示通过支付宝实名认证的标志，如图 5-31 所示。

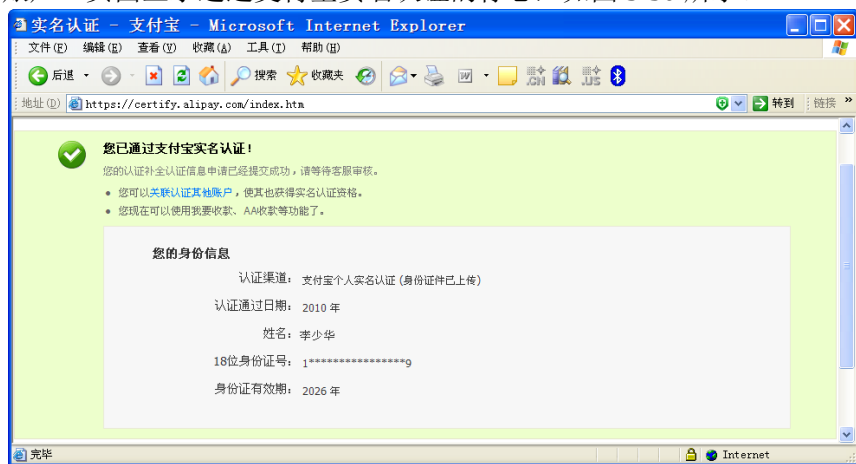


图 5-30 实名认证成功

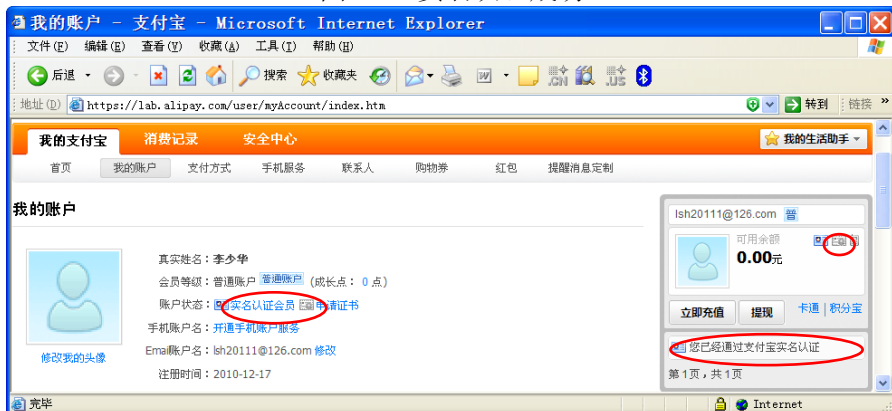


图 5-31 实名认证通过标志

步骤十一：安装支付宝数字证书。在现实生活中，开启保险箱可以使用密码和钥匙。而在网络的世界里，人们所面对和处理的都是数字化的信息或数据，也需要一种类似钥匙一样的数字凭证，用以增强账户使用安全，这就是数字证书。

支付宝数字证书是由支付宝通过与公安部、信息产业部、国家密码管理局等机构认证的权威机构合作，采用数字签名技术，颁发给支付宝客户用以增强支付宝客户账户使用安全的一种数字凭证，并根据支付宝客户身份给予相应的网络资源访问权限。

数字证书相当于开启网上保险箱的钥匙，它以网络数字加密传输电子凭证的方式有效地对账户使用者进行确认，帮助支付宝确认使用者是否合法，增强账户使用的安全。与物理钥匙不同的是，数字证书还具有安全、保密、防篡改的特性，可对网上传输的信息进行有效保护，增强传递的安全。

任务四 完成淘宝开店认证

淘宝开店认证是淘宝对于卖家提供的一项身份识别服务。淘宝开店认证需要卖家上传手持身份证与头部合影照、身份证反面照、本人半身照三张照片来完成。在这其中需要注意的是照片需原始照片，不能使用任何软件编辑修改，图片清晰，字体和头像可辨认，身份证证件号码完整，清晰。其次在拍摄过程中照片需要同 一场景，着装与背景统一。如图 5-32 所示，为淘宝开店认证照片上传页面。在照片上传完成后，淘宝网会在 48 个小时之内给予通过邮件的形式通知审核结果。

淘宝开店认证（中国大陆地区）

请按照提示填写本人真实的资料

* 姓名

* 身份证号码

* 身份证到期时间

☒ 有效期截止日

☐ 长期-仅针对身份证为长期的用户

* 手持身份证照片

示例：

1. 五官可见

2. 证件全部信息清晰

3. 完整露出双手手臂

上传并预览

查看详细要求

* 身份证正面

示例：

证件上文字清晰可识别

上传

查看详细要求

图 5-32 淘宝开店认证照片上传

任务五 开通店铺

开通了支付宝账户并通过个人实名认证和淘宝开店认证后,在淘宝网上开店要做的前期工作就基本完成了,接下来就是申请店铺的操作了。在没申请到店铺前,发布的商品都在仓库中并且不能发布全新商品。申请到店铺后,你就可以把他们放置到店铺中进行出售了。

一、店铺命名原则

店铺的命名很重要,一个好的店名往往会给人好的联想。有特色的名字更能让别人注意你,记住你。怎样才算是特色,这就见仁见智了,比较忌讳的是超长的英文名或者完全没有意义的一串数字,这些不易让人记住。在申请开通店铺前,我们先来学习一下店铺的命名原则,给小店取名一般要遵循以下几个原则:

1、易记、易读原则

易记、易读原则是对店铺命名最基本的要求。店铺名只有易记、易读,才能高效地发挥它的识别功能和传播功能。一个好记的店铺名称会让一个在你店买过宝贝的买家永远的记住,无形中也会对你的店铺进行免费的宣传。比如有朋友问她,你这衣服在哪买的,她会把你的店名脱口而出。同时名称应是“音、形、意”的完美结合,从而达到好认、好读、好记、好看、好听的目的,让自己的店铺名称易于广泛传播。如卖红豆内衣的店铺名称为“相思红豆”、卖水晶玉石的店铺名称为“晶玉满堂”,卖帽子的店铺名称为“帽魅如花”,卖女装的店铺名称为“红袖添香”等。如何使店铺名易记、易读呢?这要求店铺经营者在为店铺取名时,要做到以下几点:

(1) 简洁。名字单纯、简洁明快,易于和消费者进行信息交流,而且名字越短就越有可能引起顾客的遐想,含义更加丰富。绝大多数知名店铺名都是非常简洁的。

(2) 独特。名称应具有独特的个性,力戒雷同,避免与其他店铺名混淆。“SONY”(索尼),为什么成为消费者爱不释手的品牌呢?名字可能也算其中的原因之一吧。

(3) 新颖。新颖是指名称要有新鲜感,符合时代潮流,具有创新精神。“Kodak”(柯达)一词在英文字典里根本查不到,本身也没有任何含意。但从语言学来说,“K”音能给消费者留下深刻的印象,同时“K”字的图案标志新颖独特,消费者第一次看到,精神为之一振,这更进一步加深了消费者的记忆。

(4) 响亮有气魄。响亮是指店铺名要易于上口,难发音或音节不响亮的字都不宜用作名称。有气魄指店铺名起点要高,具有冲击力与浓厚的感情色彩,能给人以震撼。

2、暗示店铺经营商品属性原则

店铺名还应该暗示经营商品某种功能和用途。但是名称越是描述某一类商品,那么这个名称就越难向其他商品上延伸。因此,店铺经营者在为店铺取名时,不要使店铺名过分暗示经营商品的种类或属性,否则将不利于店铺的进一步发展。

3、启发店铺联想原则

启发店铺联想原则是指要有一定的寓意，让消费者能从中得到愉快的联想，而不是消极的店铺联想。

在命名学中非常讲究品牌的格调，从这一方面也可以反映出店主的素质和经营头脑。店铺命名高雅者，顾客往往因心理的附加价值产生“相乘”效果，自然财源滚滚来。相反，一旦店铺名落入低俗，后果就很难想象了。

在此我们选择了淘宝网、易趣网部分卖家的店铺名，希望能给你一些启示。

店铺名隐含店主名字的，如：

杰杰形象工作室，店主：杰杰

淘宝虫虫相思红豆专卖，店主：虫虫

精工坊，店主：Carrilover

【北京商盟】脸盆手绘，店主：脸盆妹妹

【舒南@休闲包袋】，店主：舒南

这样的好处是，给顾客亲切的感觉，当店主活跃在网上论坛时，他们本身就是一个品牌，自然，他们的店铺也是品牌。例如我们熟悉的戴尔电脑。

店铺名隐含出售商品的种类的，如：

×唯一×首饰吧×

石头记漳州店

【晶玉满堂】

腾冲翡翠坊

纸质收藏品淘宝店

民间手工艺品

易博不动产

这样的好处是，买家一看到店铺名字就很清楚具体是卖什么的，非常便于记忆。在淘宝、易趣网注册的时候，允许会员使用中文、英文和数字来命名，这个名字是不能修改的（除非你重新注册一个），但是店铺的名字是可以根据自己的想法随时更换的。拥有一个好听、简单、易记的店名很重要。

二、申请开通店铺

在通过个人实名认证和安装了数字证书后，我们就可以去申请开通自己的淘宝店铺了。以个人名义注册的会员可以申请个人店铺，以公司名义注册的用户可以申请企业店铺。个人店铺与企业店铺虽然名称不同，但是在操作步骤方面都是大同小异。下面为大家介绍个人店铺申请方法。



实训步骤:

步骤一：登录淘宝网，进入“我的淘宝”页面，在页面上方单击“我是卖家”→“我要开店”按钮，如图 5-33 所示。

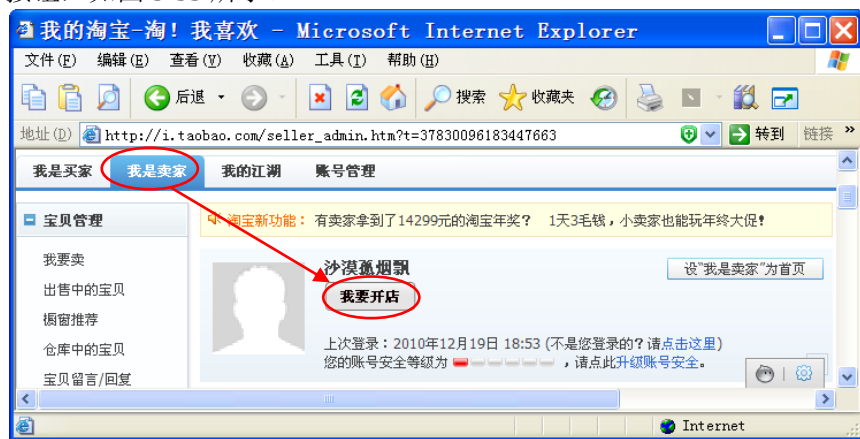


图 5-33 申请开店

步骤二：淘宝网最新规定，为了确保店铺符合淘宝商品发布规则及店铺规则，要求开店前必须先进行考试，熟悉各项规则，通过后才能开店。单击“参加考试”按钮进行考试，如图 5-34 所示。

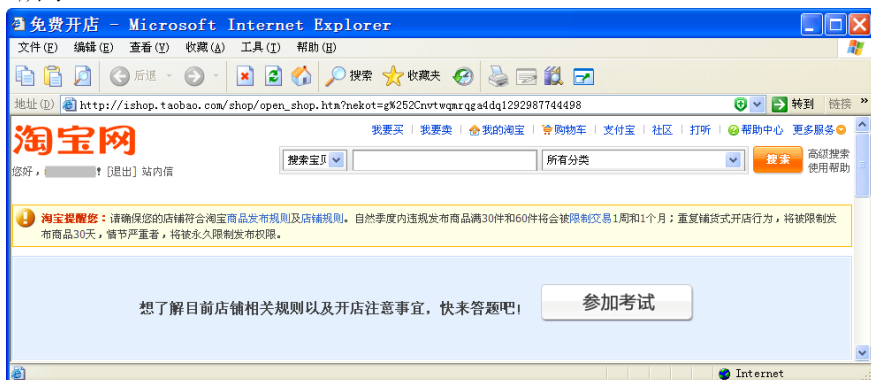


图 5-34 考试入口

步骤三：答完所有题目后单击“提交”按钮，如图 5-35 所示。

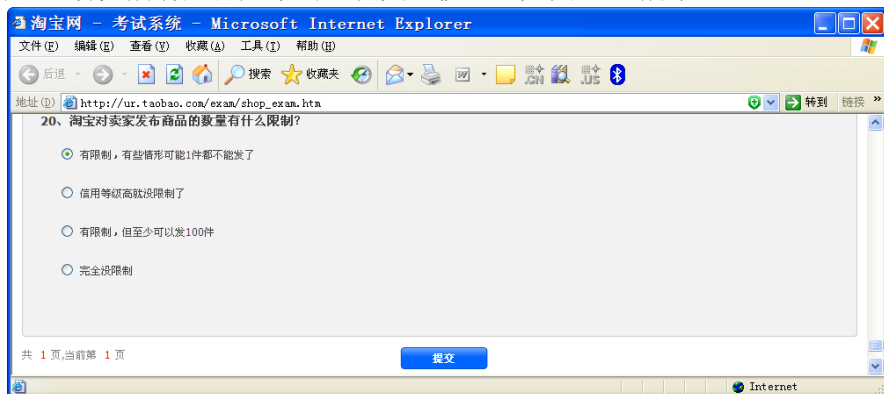


图 5-35 考试试题

步骤四：考试通过后，单击“请点击这里填写店铺信息，创建店铺吧！”，如图 5-36 所示。

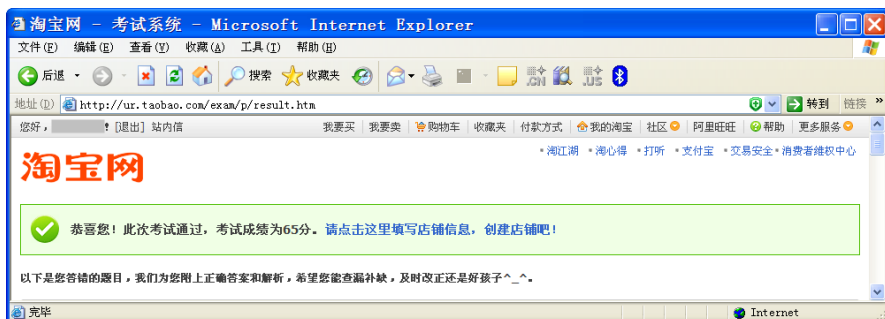


图 5-36 考试通过提示页面

步骤五：接着弹出协议对话框，单击“同意”按钮，如图 5-37 所示。

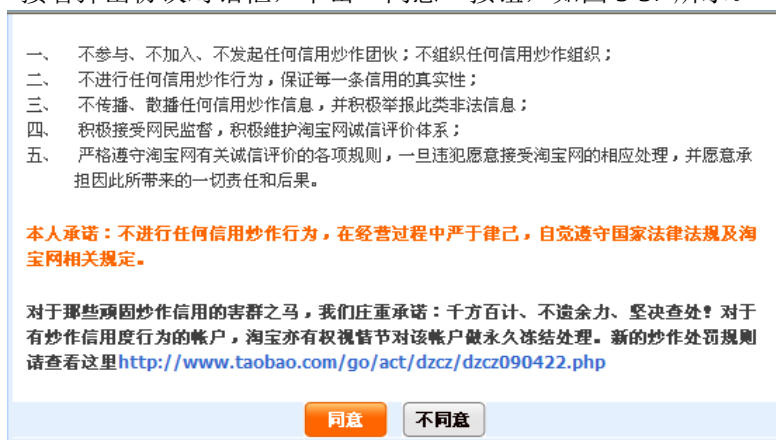


图 5-37 协议对话框

步骤六：进入“填写店铺基本信息”页面，我们依次填写“店铺名称”，在下拉列表中选择“店铺类目”，填写“店铺介绍”，注意在店铺介绍中还可以设置字体、字号、颜色以及文字段落等格式，甚至还可以插入图片等等。

填完以上内容后，选中页面底部两个复选框，单击“确定”按钮，如图 5-38 所示。

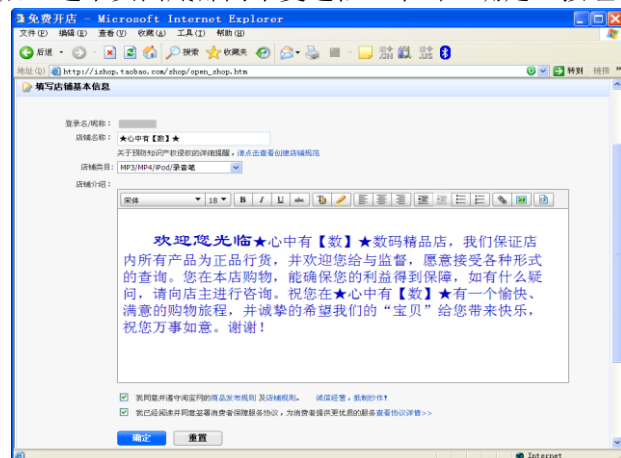


图 5-38 填写店铺基本信息

步骤七：店铺开设成功，请及时记录店铺地址，如图 5-39 所示。除了通过店铺地址访问店铺外，自己还可以单击“我的淘宝”页面上的“查看我的店铺”链接进入店铺首页。

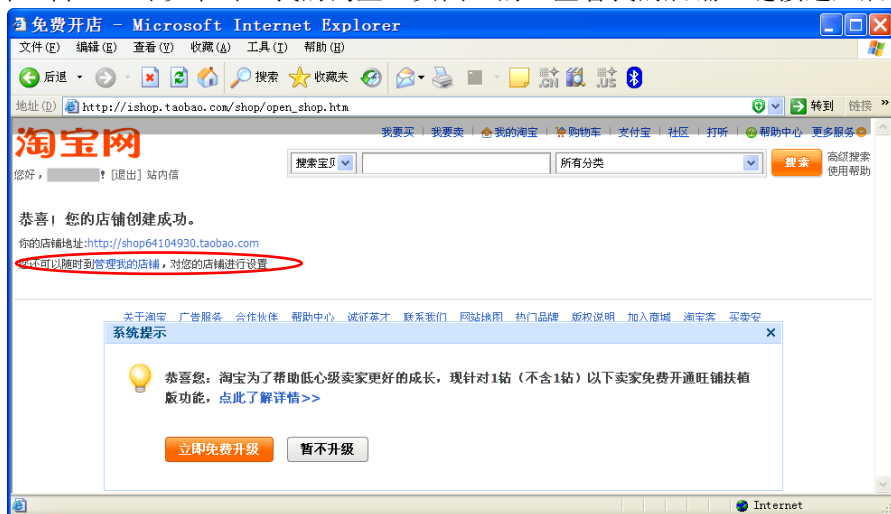


图 5-39 店铺开设成功

步骤八：在村淘平台发布商品信息。

1、登录卖家中心——宝贝管理——出售中的宝贝——村淘宝贝，如图 5-40 所示。



图 5-40 村淘发布商品

2、根据自己的成本情况，填写佣金比例。

发布之后，产品就成为村淘渠道的商品了

【案例赏析】

王小帮淘宝创业卖土货 从月赚 5000 到年售百万

红枣、核桃、黄豆、小米、苦菜、土豆粉条……农家土特产，绿色无污染，农家货成了网店新宠！把这些土特产拿到网上去卖的人名叫王小帮，他在淘宝网上开了一家名叫“山里旺农家店”的店铺，“坐山吃山”卖山里货赚钱。

王小帮本名王志强，33 岁，1978 年生，初中文化，山西吕梁临县木瓜坪乡张家沟村一位普通农民。2008 年开办自己的第一家网店，销售自家种植的红枣、小米、核桃等原生

态绿色农产品。现任山西王小帮电子商务有限公司总经理。2013年，他的网店年销售额达600万元。

打开“山里旺农家店”的页面，王小帮骑摩托送货的照片映衬着沟壑重重的黄土地，散发出浓郁的乡土气息。王小帮的店铺运营不到1年，已经累积到3颗钻的信誉，买家好评率达100%。

在这交通不便、通讯不畅的山沟沟里，王小帮怎会想到在网上开店的呢？

2000年时，王小帮和妻子远离家乡，到北京打工。2006年春节，王小帮夫妇回到家乡，他竟用自己在北京攒下的4900元钱，买回一台电脑。王小帮回忆说：“在北京看到别人在网上打游戏、购物。我就想，没准在网上卖东西还真是条致富的路子。”

吕梁山虽然是穷乡僻壤，但是农作物都是自家种的，用的是农家肥。王小帮在淘宝网上注册了店铺之后，准备“坐山吃山”。“很多城里人现在提倡吃粗粮，我就卖这些城里少有的东西。”于是，他把家里的花生、小米、红枣、核桃都拍成照片放到网上。

这些颗粒饱满、绿色天然的山货很快就引起了人们注意。没几天，第一笔生意来了。紧接着，第二笔、第三笔……王小帮来劲儿了。他开始背个袋子，走家串户，收购新鲜的小米、红枣等农产品。

店铺走上正轨后，曾经认为上网就是不务正业的父母终于认可了儿子的创业方向。很快，王小帮一人忙不过来了。于是全家人齐上阵：父亲帮忙打包送货，母亲和妻子在家拣黄豆、核桃，一家人忙得不亦乐乎。

然而问题也存在，问题出在送货上。王小帮所在的临县位于吕梁山西侧，属国家级贫困县。由于交通不便，整个县城除邮局，就没有别的快递公司。而邮局发送的EMS特快专递价格又比较高，王小帮只好给顾客发平邮。

“平邮1斤到上海，五六块钱就行，EMS得20多块钱，这个差别就大了。”王小帮说，一般货物都有五六斤，平邮的续重也相对便宜。但通过平邮发货不方便，最不方便的是顾客必须上邮局取货。“网购大家图的就是方便、节约时间。”王小帮无奈地说，有的顾客下订单后，一看是发平邮，立马就取消订货。除不方便外，邮局还很慢，一般要7-15天才能到货。

送货的问题一时解决不了，好在寄出的货品从没出过差错。如果对方没去邮局领货，退了回来，王小帮总会耐心地在网上询问：您还需要我重新给您寄吗……就这样，顾客的抱怨慢慢减少。

他在自己的网店首页写了一首打油诗：“淘宝我最牛，就我发平邮。淘宝我最穷，就我在山村。平邮最慢，山货我最鲜。”尽管如此，还是有个别买家没有看清物流说明就下了订单，三四天没收到货就提交了退款申请。针对这种情况，王小帮一律先点击同意，把钱退给买家，然后再通过旺旺说明情况，请对方在收到货后再补款。他说：“别人买我的东西是相信我，我更得相信他们。”



王小帮这种真诚负责的态度赢得了不少买家的称赞，回头客也越来越多。

就这样，王小帮在保证货物质量的情况下坚持了下来。

2009年2月，王小帮打开电脑上网浏览，发现自己的照片被人在网上恶搞了。事情起源于2009年春节，王小帮参加了淘宝网举办的“网络创业先锋大奖赛”。参赛的帖子叫“电脑、相机、铁驴子、山货，一根网线串起来，我就是网商。”帖子里上传了他的大量生活照片，没想到这个帖子迅速在各大论坛流传开来。王小帮憨厚纯朴的形象引来了各路PS高手的兴趣，一时间，“大肚哥王小帮”系列搞怪模样蹿红网络。

看到各种搞怪图片，王小帮的妻子刘林梅感叹说，咱普通人也过了把“明星瘾”。恶搞图片流传不久，王小帮惊讶发现，自己店铺的浏览量开始大幅度上升。“店铺原来的浏览量有100左右吧，有恶搞图片以后，每天都有三五百，还促成很多成交量。”这个意外收获让全家人都很兴奋。

王小帮成了淘宝明星，网友们纷纷找到王小帮，有人跟他聊天，也有人要买他东西，王小帮有问必答。很快，一个月就能赚到近5000元。他的“山里旺农家店”也被评为2009年度淘宝网十佳创业先锋奖。

不久后，王小帮还和圆通快递达成协议：起价1公斤10元，续重1公斤6元；先把山货托运到太原市，再以快递寄出。如今，王小帮家里增加了两台电脑，有4人打包货物。

说到未来的目标和期望，王小帮认为，最重要的是要树立起山西特产的品牌形象。这个目标需要全行业的创业者达成统一共识，不要一味打价格战，而要从保证质量、做好服务方面入手，只有这样，才能让山西特产真正走出去，赢得广大消费者的信任与青睐！

王小帮表示，开网店让他尝到了网络销售带来的无穷乐趣，更重要的是，让他找到了更好的、完全可以养家糊口的新型的赚钱方式。王小帮把最先进的互联网和最原始的土特产连接起来，打开了一扇财富之门。

资料来源：创业故事会

【项目实训】

实训名称：淘宝网建立店铺

实训目标：本实训要求学员在教师指导下，根据本次课所学要点，通过互联网完成实训内容。

- 1、掌握支付宝实名认证流程。
- 2、掌握在淘宝网上开设个人店铺的基本流程。
- 3、进一步了解和熟悉淘宝网的网上交易流程。
- 4、掌握宝贝发布页面的填写规则、店铺的基本设置。

实训步骤：

- 1、注册淘宝、支付宝账户。

- 2、完成支付宝实名认证。
- 3、建立自己的店铺。
- 4、成功发布 10 件商品，要求标题编写恰当，有创意，易搜索。商品描述图文并茂，增加一些买家关心的细节图片。
- 5、给自己的网店取一个易搜、易记的名字，完善网店资料。
- 6、进行店铺的基本设置。
- 7、小王一心想帮助乡亲们改变现状，但是当地交通不发达，他思来想去决定开个网店，卖家乡的山货和农产品。但是自己对网上开店的知识比较匮乏，请你帮助他，给他写一封信，教会小王如何在淘宝网上注册、支付宝实名认证、发布商品及建立店铺，根据你所学习的知识带领小王一起遨游淘宝网，实现创业的梦想吧！
- 8、小王开了个卖农产品的网店，请你为它的店铺取个名字。
- 9、你的店铺名称是什么？说出来听听大家的建议。
- 10、小王家的核桃丰收了，准备发到网店去卖，请你帮助设计商品标题，商品描述。使之能激起浏览者的购买欲望。说出来，听听小组成员的建议。

实训要求：

- 1、写出开店流程图，开店心得。
- 2、实验中存在的问题及解决方法，实验体会。
- 3、使用支付宝网上购物的基本流程（流程图）。
- 4、使用支付宝有什么好处？
- 5、如何在 C2C 平台中购买和销售物品？

实训考核：在淘宝网上注册账户（评分标准 10%）；支付宝实名认证（评分标准 40%）；发布商品及建立店铺（评分标准 20%）；店铺取名（评分标准 10%）；设计商品标题（评分标准 10%）；商品描述（评分标准 10%）



项目三 农产品的网上推广与营销策略

【要点提示】

- 认识农产品的营销策略
- 学会运用现代营销工具推广
- 如何在电商平台推广农产品

在传统农业营销模式中，鲜活的农产品从田间地头到市民餐桌，要经过多级渠道运转，这其中产生了人工、运输、存储等多项附加费用，导致流通过程中始终存在“生产者没有获得多少收益，而消费者支出居高不下”的现象。而通过互联网销售产品，可以实现买家与生产方的直接对话，不仅可以减少中间环节，降低附加费用，同时也可以直接反应市场需求，实现产销信息的对称。那么，如何利用互联网来推广农产品，很多人却是一筹莫展，不知从何下手。农产品到底怎样才能通过互联网卖出去呢？

任务一 认识农产品的营销策略

一、创造深度的服务模式

怎么，销售农产品也要做服务吗？是的，因为通过服务，农产品的价值才能进一步放大，获得高端消费者认同，想想看，一只苹果在水果店卖，最多5块钱，但是在美容店拿来排毒，或者做spa，可是几百块，其中增值重要原因就是提供了服务。而对农产品的企业来说如何做自己的服务呢，这样结合自己的实际情况进行摸索。

比如北京的一家有机农场，把农场变成了户外的培训基地，招徕那些培训公司的人员来参观，培训公司的人员又把他们的学员带到这里培训，不断获得了很好的知识信息熏陶，而且品尝到了各色新鲜无污染的农产品，而这些参加培训的人士，大多数都是职业经理人，从而使他们成为了这家农场的忠实消费者，因为该农场通过场地服务，放大了价值，获得了新的发展。

而上海光明集团，则开出了中国首家蔬菜公园，种植各类特色蔬菜，吸引消费者来参观选购，通过光管旅游的服务模式的引入，进货了传统农业的活力，蔬菜自然有了更好的销路。

作为农业企业来说，在农产品营销策略中，我们的眼光一定要放长远，在消费者心目中，种植一亩田，让他们开花结果，他们丰收之际（头脑中充满对产品的信任和好感），即是你成功之时。

二、走品牌化道路

在同质化产品的竞争当中，脱颖而出，最有效的方法就是走品牌化道路，在互联网中



的品牌化运作，则涉及到产品包装、企业形象包装以及在互联网中推广渠道与方式。

1、产品本身的包装

高质量产品是前提——做品牌化产品，必须有过硬的产品质量。同时，产品也必须有特色，与众不同。品牌名称要便于记忆与传播——根据产品特点、目标客户群体和价格取一个易记型的方便传播的名称，比如做干果的“三只松鼠”，卖橙子的“褚橙”，卖螃蟹的“俞三男”状元蟹，卖草莓的“四大美莓”。

包装设计要有艺术感——包装的设计不仅要美，关键要在营销学的基础上去展现它的美，从产品整体的包装设计中充分表达产品的定位取向，只有这样，才更易被消费者接受，产品才会在市场上脱颖而出。

产品故事让产品更有文化内涵——品牌需要故事，就象一个有魅力的人需要传奇经历一样。一个适当合理的品牌故事被一而再再而三地传播时，无疑增加了消费者对品牌的正面认知，增加了品牌的说服力和亲和力。比如褚橙的产品故事。

品牌故事是“讲”出来的，因为大部分品牌故事是经过品牌管理者精心编辑和设计，对曾经发生过或编写的故事进行重新寻找切入角度、安排更合理的情节、渲染气氛等加工后，将它们传播给广大受众，从而给受众带来的鼓舞或者是激起受众的兴趣，使得包括其目标消费群体在内的受众加深对品牌的印象，对企业倍加关注和重视，达到良好的品牌传播效果。

2、创始人的包装

就和马云是阿里巴巴的代言人，雷军是小米的代言人一样，每个互联网企业的创始人就是企业的最好代言人，某大学生村官网上卖农产品，或者高级知识份子辞职回家种田等就是很好地标签，然后根据一系列的包装，让创始人显得更加高大上，更加传奇一些。这样可以：

1、显得更加专业；2、方便传播；3、给产品融入更多色彩。人们吃的不仅是产品，还吃的情怀。

三、运用现代营销工具推广

1、微信、微博、博客等社交媒体驱动

阿里投资新浪微博，京东接入微信平台，媒体平台和电商平台的无缝融合，由统一的用户 ID，数据系统和营销平台支撑，正在为企业带来前所未有的价值，他们直通终端消费者，进一步提升自身平台上的销售额。

在京东去年的 618 期间，来自微信购物和手机 QQ 购物的新用户数量是去年同期的 2.6 倍，充分显示了移动社交与电商购物亲密融合的巨大威力和潜力。

2、通过电商平台预售农产品

在电商平台提前一段时间发布产品信息，可以实现提前备货，并在短时间内迅速完成



发货。这种新模式彻底解决了余量库存难消化、多流量环节带来高损耗、长时间存放带来高额的冷储费用和损耗等诸多传统线上或线下渠道难以解决的问题。

3、走品牌化道路进行农产品众筹

电商不只是单纯利用网络平台进行产品售卖，还可以发行农业众筹。在产品形成之前通过完整的创意，为用户提供的是个性化定制服务，是新农业生产革新有力手段。既帮助了农民解决资金问题，为之提供销售渠道。同时也让那些想吃到健康又安全食品的人得偿所愿。

比如一块 50 亩小米田，有机小米 600 斤*50=30000 斤小米，分作 300 份众筹，每份 100 斤，每人 2000 元认购一份未来的小米。100 斤分为 5 份袋装，5 份礼品装，小米成熟后送到家里。投资人还可以随时监测小米的生长情况等。

4、产品放入其他地域的农产品电商平台销售

利用其电商平台原有的客流量，宣传自己的品牌。对于一般的农户农产品而言，建议选择微信、微博等平台来发布信息进行宣传。原因在于，通过微信微博宣传，成本小、作用大，直接面向消费者，他们对产品更加有信心，而且容易培养客户的忠诚度。

任务二 学习借鉴农产品电商经营成功的例子

当前我国农产品生产流通中存在生产规模小、质量难追溯、流通环节多、物流成本高、信息不畅通等问题，农产品经营服务体系的市场载体应兼具公益性、中介性、盈利性、系统性和根植农村性等特征。以下是精心为大家整理的关于农产品电商经营成功的例子，欢迎阅读，借鉴。

一、微信直销草鸡蛋，线上交易线下送达

在办公室做了 4 年文员的尤达，2013 年毅然辞职回到老家承包一片山地，养起草鸡。此前，尤达的姐姐一直从事草鸡蛋销售工作，通过农业合作社收养殖户的鸡蛋，再卖给消费者，但“二传手”不但增加了鸡蛋销售成本，而且没有稳定的蛋源供应，于是尤达和姐姐共同投资建起养殖场。一方面姐姐负责老渠道销售，另一方面尤达负责微信、微博直销的新渠道开发。

通过线上直销，尤达的账户“互粉”了很多好友，在线养殖场、饲养过程的展示吸引不少市民线上订购，尤达收到订单后，直接配送上门。目前，尤达已经积累了 2000 多名稳定粉丝。尤达卖的鸡蛋定价 1.5 元一个，线上交易 9 个月以来，先后卖了 3 万只草鸡蛋，实现了他最初预设给自己的目标。

二、“水果哥”凭借微信月入 4 万

许熠是石家庄经济学院的一名大学生，过去 3 个月里，他和他的微信水果店“优鲜果妮”在石经院火了一把。作为一名大学生，许熠的创业灵感来源于为女友送早餐的偶然经

历。“石经院共有学生 1.7 万名，其中女生 6000 多名。”许熠强调：女生几乎每天都要吃水果，如果按每个女生一个月 50 元消费来估算，微信卖水果大有赚头。

开业之初，许熠的“优鲜果妮”生意并不好做，常常等上一天才有一笔几元的订单。正如本文上面提到的，微信营销的基本条件之一是有足够多的好友，许熠和他的同学采用“扫楼”的方式来增加好友：将印制的市场宣传单、广告册发到学校的教学楼、食堂、宿舍楼；利用课间 10 分钟在各个教室播放“优鲜果妮”宣传短片……三个月时间的“扫楼”，优鲜果妮关注人数达到 4920 个，这些用户多为许熠的同学，针对这点，许熠经常推出个性产品，各类水果组成的“考研套餐”、“情侣套餐”、“土豪套餐”频频吸引同学眼球，此外，许熠的公众平台还会不时推送天气预报或失物招领信息来吸引粉丝。到目前为止，“水果哥”已经实现了 4 万/月的收入。

三、微信卖粟米，三个月进账 200 万

2013 年 12 月 1 日，上海国际马拉松现场一只“愤怒的小鸟”吸引了众多眼球，这只“小鸟”的真身是在微信上卖粟米卖火了的富军。富军在 2013 年和老婆开玩笑说要卖米，之后开始向微信好友赠送大米，为他的大米营销创造基础口碑。

任何微信营销，都需要两个基础条件，一个是足够多的好友数量，另一个则是与微信好友之间拥有较为紧密的关系。富军通过各种活动，增加自己的微信好友，为了与这些好友保持紧密关系，富军平均每周在朋友圈更新 6 条消息，并策划过一次效果不错的线下活动。

尽管没策划过品牌营销，但富军很了解互联网的属性，一次事件营销会带来爆炸式的效应，于是背着米袋子、贴满二维码的“愤怒小鸟”在上海马拉松上闪亮登场了。

富军粟米的微信营销是成功的，到 2013 年 11 月底，他统计全年订户 200 个，销售大米 200 万，而这些，都源自于他的微信好友。

任务三 如何在电商平台推广农产品

在电商平台推广农产品，具有信息发布及时、准确的特点，图文并茂，及时刷新。任何新登商品和促销、广告信息都可以在第一时间呈现在消费者面前。消费者与商家之间可以实现及时互动，商家可以了解到市场的最新需求。在这里为大家介绍两个操作简单，推广效果很好的电商平台。



一、乡甜让原产地长出互联网翅膀

乡甜(xt.taobao.com)是农村淘宝旗下优质农产品推广平台,频道致力于整合农村淘宝独有的地方政府和村淘合伙人资源,从产地源头寻找有品质、可溯源的优特农产品。精挑严选、原产直供、优质安心的全国各地好农产。于2015年11月18日上线,目前已经开始全面招商。成为乡甜供应商即可参加乡甜多个热门活动。

淘乡甜,让消费者足不出户淘出原产地土货来。在2015年阿里年货节的“寻味中国,土货进城”的活动中,来自陕西眉县的猕猴桃正是通过淘乡甜在全国范围内打爆——在不到3天的时间内卖出了3万箱。淘宝店“大别山原生态庄园”在年货节卖出2万多只土鸡、3万多斤黑猪肉,“淘乡甜”主打的陕西眉县猕猴桃、吉林舒兰大米、福建古田鲜银耳等产品的交易量均刷新了历史记录。数据显示,三天时间里,眉县猕猴桃卖出56万枚、福建古田鲜银耳销出3.5万朵,吉林舒兰大米售出32吨。

长顺绿壳鸡蛋、舒兰大米、眉县猕猴桃、古田银耳、惠州新鲜玉米、礼县花牛苹果,在今年的阿里年货节,这些来自全国各个县域的品质好货,正通过农村淘宝的官方自营品牌店“淘乡甜”在全国范围内打爆。在刚刚过去不久的阿里年货节,农村淘宝的近200种品质土货年货顺利走入了全国31个省的城市家庭。

乡甜不仅让原本小众的好农产卖到全国,让更多的消费者了解知晓并认可这些产品,更重要的是,给予了原产地企业及农民电商方面的锻炼,让他们生长出了互联网的基因。

1、入驻乡甜流程(xt.taobao.com)

淘宝卖家入驻乡甜的商家资质要求:

- (1) 符合《淘宝网营销活动规则》标准;
- (2) 本地店铺,主营食品类目;
- (3) 若经营预包装食品,须通过淘宝网食品流通许可证审核;
- (4) 开店时间:90天及以上;
- (5) 卖家信用等级:一钻及以上;
- (6) 店铺本年度内无淘宝网严重违规行为扣分6分(含)以上的处罚;
- (7) 店铺本年度内无出售假冒商品违规处罚;
- (8) 店铺本年度内无扰乱市场秩序违规处罚;

天猫卖家入驻乡甜的商家资质要求:

- (1) 符合《天猫营销活动基准规则》;
- (2) 本地店铺,主营食品类目;
- (3) 开店时间:90天及以上;

2、入驻乡甜报名入口

诚邀优质农产品商家入驻乡甜,报名入口:

https://yingxiao.taobao.com/content/n_content_detail.htm?contentId=229520020582



二、中国惠农网推广平台推广

想让自己的产品也在惠农网火一把么？2015年4月重点农产品“推广活动”商家招募。商品分类有伦晚脐橙、小龙虾、玉米粒、辣椒、黄鳝、泥鳅、鸡蛋、果树、甜瓜、土豆、包装仓储等农产品，现全国招募供应商。

完成之后，请填写以下资料进行专题报名。

活动福利：

- 1、活动将在手机惠农网首页获得当月**优质热门推荐**（包括首页最大广告位）；
- 2、活动上线后参与“推广活动”品类将获得惠农网本月在全网**重点投放的品类广告曝光**；
- 3、被选中参与活动的商家，将有机会获得惠农网买家专业团队**一对一的订单撮合服务**；
- 4、采购商**委托采购**，可咨询全国服务对接热线：400-008-8688；



招募要求须知：

- 1、参与活动的商家，当月有该类目产品上市或即将上市，品质靠谱；
- 2、惠农网的实名认证商家（个人认证、企业认证）；
- 3、发布货品要求：价格真实、品种信息完整、图片接地气、介绍货品不吹牛。
- 4、诚信商家：无违规违法行为（包括：惠农网平台规则、国家法律法规）；
- 5、全国产地合伙人，如有同类产品可报名参加；
- 6、每位商家如有多个对应活动的产品，最多只限2个品类同时参与。

按照活动要求优化好自己的产品展示页面，如价格、品种、规格、图片、介绍，发布



供应时勾选添加完善。

提示：

1、工作人员会在上线前根据商家提供的信息，认真核实发布货品的质量，商家有无违规记录，择优选取商家，被选入商家将以的短信通知为准；

2、在活动上线之后，报名可在 7—10 内继续进行，工作人员会对活动商家进行二次更新；活动期间如产品下架将自动取消本次活动资格。

每月都有产品推广，供应商要及时关注报名哦！

任务四 微营销——增加产品知名度

惠农网这个平台在百度搜索中都是有优化的，能够导流农产品交易的人群来惠农网。但是，除了依赖惠农网本身的推广，您能做的还有很多。大家一定在朋友圈看到过您好友发过的广告，也许还有微商团队正在您的朋友圈里面运作，同样的，您也可以尝试在朋友圈、在 QQ 群、在微博、在贴吧、在论坛发发您的产品、您的店铺。不要觉得不好意思，因为这是当代最潮流的营销推广方式——微营销。

一、二维码

如果您在电商平台上店铺，那么就可以直接将店铺的二维码发送到微信、微博等平台。



要分享产品二维码怎么办呢？告诉你一个方法，直接百度搜索“二维码生成器”。



找一个生成二维码的网站（例如：草料二维码生成器）。

草料二维码生成器

官网



草料二维码是国内最大的二维码在线服务网站。我们用心制作了简单、便捷、功能强大的免费工具,还提供功能强大的商用二维码解决方案,帮助你轻松搞定二维码。

cli.im/ - 百度快照 - 158条评价

进去之后,把你所转化成二维码的网页地址填入——再点击生成。



等右侧出现二维码之后,点击下载,选择您需要的下载位置即可(怕找不到就直接下载保存到桌面)。



这样您就可以分享产品的二维码了。

二、分享店铺、分享产品

点击查看您的产品,或者您的店铺,然后选择屏幕右上角的分享按钮。

之后手机屏幕下方会出现三个分享渠道:微信、朋友圈、微博,选择您想要分享地方。

三、分享到微信

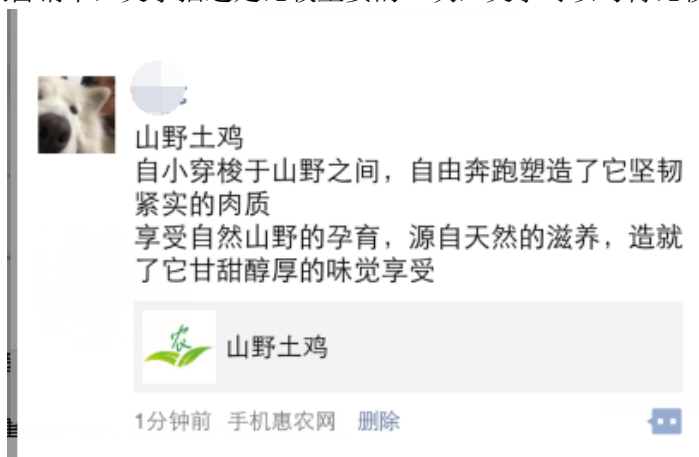
分享到微信主要就是分享到和客户聊天的对话中,或者是分享到微信群里。





四、分享到朋友圈

顾名思义，就是分享到你的微信朋友圈，相比于分享到对话中，您可以增加更多的描述。在目前的微营销中，文字描述是比较重要的一块，文字可以写得比较有趣。



五、分享到微博

如果您在微博上也有做营销推广，那么您可以分享到微博里去。相比于微信、微信朋友圈，微博的展现可以更多样化。能够编辑问题，还可以添加图片（添加产品图片、生长环境图片、运输包装图片等）。只要不修改链接，其他内容都可以修改。



六、分享链接

直接用电脑登录您的店铺，在浏览器复制您产品链接（网络地址）。



您可以直接把这个链接发送给您的 QQ 好友、QQ 群、微信好友、微信群、微信朋友圈、微博、贴吧等……

目前各类聊天交互软件基本都能支持链接的跳转，惠农网的网页能根据不同的客户端来适配，同一个链接（网址）在手机上也能成功展示。

新媒体（也就是指微信、QQ 这样的手机端聊天分享软件），现在已经是营销推广最主流的方式，各位可以开始尝试一下通过微信、QQ、微博等方式收集客户资料，创建自己的会员客户群体（也就是微营销里的粉丝效应），最终实现长期合作乃至客户发展客户的效果。

任务五 H5 营销推广，让农产品火一把

H5 页面作为目前微信上最常见的推广宣传工具之一，有着极高的营销价值，无论是企业还是个人，都可以自主制作和利用 H5 页面来实现自己的各种目的。

一、什么是 H5 页面

H5 代表的是第 5 代 HTML（超文本标记语言），即 HTML5，它可以用来创建网页。特别地，当它应用于手机网页时，能让手机网页看上去更加炫酷，具备的功能也更加丰富、强大。通常，我们将这种手机网页叫做 H5 页面，或者微信 H5、微海报等。



二、H5 页面的作用

1、令信息碎片化：现在用户的时间倾向碎片化，因此只有碎片化的信息才更能吸引用户的注意，方便用户的阅读。H5 页面追求内容的简洁和高质，这非常符合用户的碎片化特点。

2、令体验更完美：H5 页面中的各种炫酷创新的场景模拟、动画效果、互动方式，都能给用户带来新鲜独特的完美体验，这是传统手机页面所不能媲美的。

3、令企业发展更开阔：H5 页面作为新兴的微信推广工具，可以应用各种各样的场景，比如产品展示、活动邀请等等，没有你做不到，只有你想不到，令企业和个人在极大的程度上得到了扩展。

三、H5 微信页面制作工具

企业营销应该如何选择更适合的工具呢？给大家介绍四大在线 HTML5 微信页面制作工具。

1、易企秀：www.eqshow.cn

优点：易企秀口号是移动场景自营销管家。是针对移动互联网营销的在线 H5 场景制作工具，有 ios，安卓移动客户端，在手机上也可创建场景应用，动态模板丰富，可以简单、轻松制作基于 HTML5 的精美手机幻灯片页面。易企秀模板数量大约有 1100 多个，且用户可以自行上传模板，模板分类标签详细，但精美度一般。

2、we+：www.weplus.me

优点：we+口号是三分钟制作互动展示。相较于其他平台，we+编辑页面功能按钮设计简洁明了，是 Apple 苹果风格，功能强大。行业首发的功能，如地图导航、事件、艺术字体、预约调研等。模板方面 we+模板更加精致，动效丰富。同时 We+是业内首家支持 PC 端、手机端、iPad 端多终端适配的平台。同时提供 H5 定制，包括方案策划和新媒体传播。

3、MAKA：www.maka.im

优点：MAKA 口号是简单、强大的 HTML5 创作工具。编辑界面有新手（有模板）和高阶（无模板）两种编辑模式，提供一些特效模板，都是设置好的效果。模板美观，大约 60 个。

4、兔展：www.rabbitpre.com

优点：兔展口号是像 PPT 一样制作移动 H5 页面。分为免费版、体验版、VIP 版，相对于其他平台而言，兔展的编辑页面简单易上手，DIY 程度较高，动画实现方便。模板多样，大约 130 个，精美度一般。同时兔展还提供 H5 定制，包括方案策划和新媒体传播。

四、H5 页面的制作方法

1、模板制作：直接使用 H5 模板，只需通过简单的元素更改就可以完成，比如文字、图片、背景音乐。这种制作方法简单直接，但创新度不高。

2、空白制作：完全靠个人思路和想法去设计页面，制作自由度更高，但是设计者要具备一定的审美能力和构图能力，保证页面的可读性。

五、H5 页面制作要求

- 1、背景图片尺寸：640*1010 像素；
- 2、图片格式：JPG、GIF、PNG 都可以；
- 3、背景音乐：格式为 MP3，大小控制在 2M 以内；
- 4、页面数量：最多可设置 50 页，但建议控制在 10 页面左右；
- 5、视频来源：一般只支持优酷视频和腾讯视频。

六、H5 页面的分享技巧

1、想好标题

标题是吸引用户浏览的第一扇门，一个独特、有悬念的标题往往更能吸引用户的注意。

2、生成企业 LOGO 二维码

在二维码中插入企业 LOGO，在将二维码分享出去，可以达到双重的宣传效果。

3、多平台互推

数据表明，互推产生的推广效果远远大于单独推广，所以，企业除了可以将 H5 页面分享到自身的公众平台之外，还可以联合其他公众号或其他平台进行推广。

一个人不管学到多少，如果不真正去实践、去制作的话，都是白学，因此，最后给大家的建议就是实践，亲手制作一个自己的 H5 页面，去检索自己的学习成果，不断积累经验，才能不断制作出更好的作品。

【案例赏析】

怎么把普通大米卖得“高端大气”

农产品电商的基础是“农”字，核心也是“农”字。不懂农业，没有品质过硬的农产品，再好的营销，也是昙花一现。扎根“农”字才可以让我们的电子商务成为有源之水、有根之木，同时也让我们的传播更接地气、更富有生命力。让农民增收致富、让农业科学发展、让农村繁荣美丽。这是所有新农人肩负的神圣使命，问题在于这个“农”字如何在营销推广中体现出来？

这是一个北京的白领，她在南京种植几百亩的水稻。针对北京的白领消费人群，她是这样展示她用心到了“矫情”程度的生产加工过程。





一、选择种植地非常矫情，一定是选择山泉水流过的田地，没有任何污染。



二、选择种子非常矫情，不仅是要非转基因的口感最棒的老品种，而且还要做水土检测，是最适合当地水土的老品种。





三、肥料和杀虫更加矫情，全部都是接地气的专家把关。



四、耕作管理必须是全部人工，因为机械烧汽油，也有污染。

通过以上的良田、良种、良法的展示，让消费者初步了解了她的认真。但是，这些要素大部分生产者都可以做到，她需要进一步展示她的亮点。





五、针对她的消费人群主要是北京的白领，很多人没有亲自到过水稻田，所以她通过水稻田里的青蛙、水蛇、野猪的脚印等等来展示水稻田的良好生态，让所有的听众都“哇”声一片，哇，有水蛇！哇，还有野猪的脚印，生态环境太棒了！

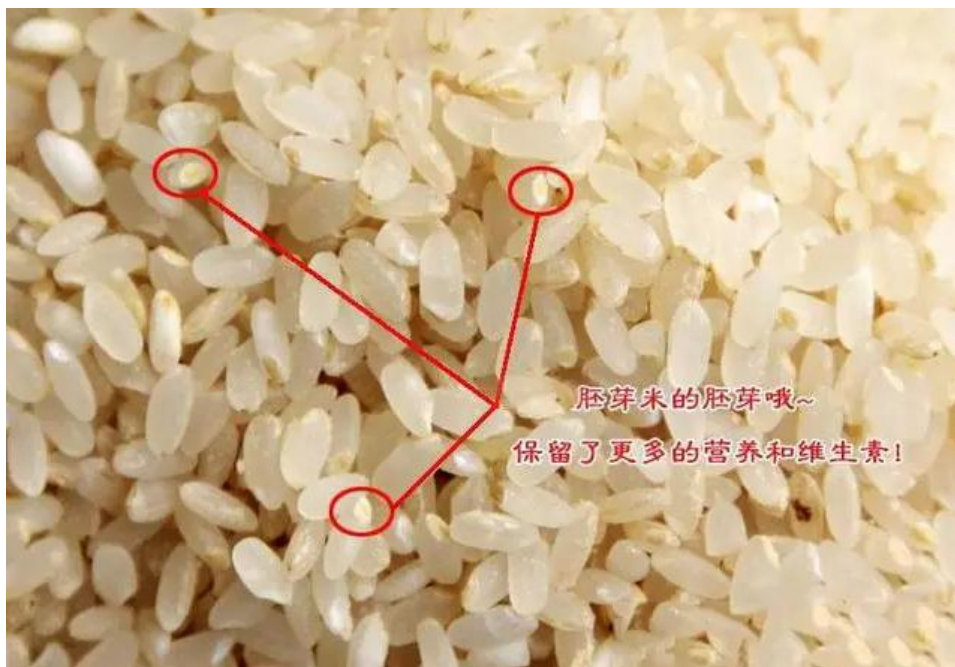
消费者被吸引与马上购买，还是有一段距离的，所以还要展示她的用心。



六、人工收割、很精心的晾晒……，她进一步演绎，哦，她装米的口袋都是全棉布的，这还不算矫情，最矫情的是：要用无患子洗过的全棉布来装大米……，所有的人都被震撼。一个如此矫情的女人做出来的大米，还有什么可挑剔的呢？

每个人都想马上品尝。这位郝女士是在南京种植的大米，无论她如何矫情，能跟东北五常大米直接比口感吗？客观的说，一定是有差距的。北京的白领消费者一定是常年吃五常大米的，直接品尝南京大米一定不会点赞的。怎么办？她想到了田忌赛马，比优势。





七、她对自己的优势太了解了，所以有备而来。她的糙米已经浸泡了 12 个小时，肉眼能够直接看到小胚芽了，她把已经长出小胚芽的米先给大家看，面对可爱的生命，所有的人心头一软。这个时候，她再做成米饭给大家品尝，所有的人都觉得太香了，太有味道了！买，买，买！



真是矫情到家了，我要一百斤，她不卖。为什么？因为活的胚芽米，最佳时间是 15 天，15 天你家能吃多少米，就买多少吧，吃完再买。

所有人都成为忠实用户。

农业并不神秘，农业也不需要忽悠。把农业生产过程的元素真实展示出来，把你的用心通过细节展示出来，消费者一定会用购买投票的。



用心把农业生产过程的元素通过有效的方法展示给消费者，也是极致单品小而美的农产品营销的好姿势。

文章来源：创业故事会

实训名称：学会推广农产品

实训目标：本实训要求学员在教师指导下，根据本次课所学要点，通过互联网完成实训内容。

- 1、明确推广的核心就是利用一切可推广的机会进行推广。
- 2、掌握电商平台推广方法。
- 3、利用论坛和 QQ 用户群推广店铺。
- 4、学会使用推广工具进行推广。

实训步骤：

- 1、新手卖家有哪些销售技巧，请结合自己的推广情况，说说你是如何实际运用的。
- 2、利用论坛和 QQ 群、旺旺推广自己的店铺？要求用语巧妙，不要上来就做广告。
- 3、在淘宝的“乡甜”频道，做产品推广。
- 4、通过生成二维码推广自己的店铺。
- 5、制作 h5 宣传页，推广农产品。
- 6、本章案例赏析，对你有什么启发，你如何保障产品质量来达到推广目的。

实训要求：总结以上几种推广方法，写出你做推广的心得体会，你觉得哪种推广方法更适合你，为什么？以演讲或思维导图的形式展示自己的推广计划。

实训考核：利用论坛和 QQ 群、旺旺推广自己的店铺（评分标准 20%）；在淘宝的“乡甜”频道，做产品推广（评分标准 30%）；通过生成二维码推广自己的店铺（评分标准 20%）；制作 h5 宣传页，推广农产品（评分标准 30%）。

新型职业农民培养 “农产品电子商务”培训导学案

“农产品电子商务”培训项目组



农村法律基础知识导学案

农村法律基础知识导学案之一

一、教学专题	项目一 了解宪法法律 争当合格公民			
学时	4+2	授课教师		第 1 次课
二、教学方法	案例教学法 项目教学法			
三、教学任务	1、帮助学员树立宪法权威 2、增强学员公民意识			
四、教学目标	知识目标：了解宪法规定的基本内容，知道宪法的地位 能力目标：能够运用宪法知识知道自己的权利和义务 情感目标：增强公民意识，树立权利和义务对等的观念			
五、教学重难点	教学重点：什么说宪法是根本大法，帮助树立宪法至上的观念 教学难点：树立公民意识，知道社会主义国家公民既有权利，也需承担义务			
六、教学实施过程	见后			
教学环节	教师活动			
课程导入	微课《宪法与我们如此亲近》3 分钟			
讲授新课	任务一 知道为什么宪法是国家的根本大法 任务二 坚持公民权利与义务的统一			
重难点详解	宪法根本性的原因 30 分钟 权利义务观念 60 分钟			
达标评测	任务一 10 分钟 任务二 10 分钟			
知识拓展	课后实践任务需用时 2 小时左右（案例分析加调查研究）			
七、教学建议	宪法教育是公民教育最重要的环节，我们面对的是最基层的农民学员，对宪法和法律的模糊认识是普遍情况，在安排课程的过程中要着重强调公民意识和法律至上的理念，让学员在追求权利的同时懂得要承担相应的义务是教学的关键。			
八、教学跟踪服务	留微信号或建立班级微信群			

一、教学设计流程

新课导入——布置任务——教师讲解——知识拓展——实践环节

二、教学设计内容

教学安排	教师教学内容	学生学习环节	设计思路
一、新课导入 (10 分钟)	播放微课 《宪法与我们如此亲近》并提出问题引发学员的思考。 微课中所说的事情你是否也曾经碰到过?	学习微课内容,并在观看过程中带入自己的生活,从而对宪法产生熟悉和亲近的感觉。	微课贴近生活通俗易懂,可以迅速引起学员的注意展开教学活动。
二、展开教学,教师按顺序布置任务,进行讲解。 (150 分钟)	任务一阅读教材、回答下列问题(20 分钟) 1、我国宪法是确认革命胜利果实的总章程,请问我国宪法中体现出谁当家做主? 2、我国现行宪法是哪一部宪法,经过几次修改? 3、宪法都规定哪些内容?同一般法律一样么? 深入探究(10 分钟) 为什么说宪法是我国的根本大法	可以由一名同学朗读,其他学员迅速在教材上找出答案,由于题目难度较小,统一回答为宜。 深入探究的问题由学员派出代表回答。	宪法的一些基本情况学员可以通过阅读材料自主完成答案,简单明了,教材和问题想匹配,加深印象。
	任务二 坚持公民权利与义务的统一安排任务如下: 1、阅读知识链接和法律链接,思考以下观点你觉得哪个正确,并说出自己的经历和想法,在你的心中怎么才算是一个合格公民呢?(20 分钟) 2、举言论自由的案例让学员判断(5 分钟)3、通过ppt 逐个讲解我国公民的权利和义务问题,并通过图片图画来加深学生的印象。(90	1、学员根据下列几种想法对比自身看法做出判断一小张:这是我有生以来第一次参加人大代表选举,我一定要参加。 小王:我们现在工作这么忙,这么紧张劳累,还参加什么人大代表选举? 小李:村里让我去,我就去,但选举什么样的人当人大代表与我关系不大。 2、思考编坏话这个案	通过身边简单案例引入公民意识的概念,进一步引导学员学习公民的权利和义务两方面的内容,不能忽视或割裂两方面。



	分钟)	例, 并做出理性的判断, 随意诋毁他人是否属于行使言论自由权, 为什么? 3、每个权利和义务的内容配有图片和问题, 学员根据教师引导进行思考得出自己的答案。	
三、实践作业的安排 (90分钟)	1、阅读课后资料, 回答问题, 并调查本地存在的一些村规民约, 看是否符合宪法法律的规定。(调查研究型作业, 参考南坝村的案例) 2、安排学生学习学习宪法赋予的各项权利这部分内容, 判断以下行为是否正确, 如果违反宪法, 请说出侵犯了宪法规定的哪种权利?	1、调查自己村里的乡规民约, 可以列举, 可以只说一条并判断是否符合宪法规定, 按要求写清楚原因。 2、分析以下实例 (1)李老太自己信仰天主教, 就强迫家人一起信奉, 甚至家中刚上学的小孙子也必须信, 不然就发脾气不吃饭。 (2)老王在镇上开设了一家网吧, 写招聘信息时特别标注, 某某村的人不招。 (3) 张某经常喝酒, 有时喝多了就赖在朋友家里不走, 非要在人家里睡。 (4)刘师傅家中有三个孩子, 都在求学年龄, 但是为了家中生计, 让老大在初二便辍学不上学了。 3、制作宪法宣传海报, 编写宪法宣传口号。	实践作业需要花费时间去学习体会, 从知识到实践是一个演绎归纳演绎的过程, 从而提高农民学员认法、尚法的意识, 并同时提高分析问题的能力。
四、课堂小结	教师将本项目结构及主要内容进行复述, 强调重点难点。	按照教师要求对重点难点内容进行复习, 查漏补缺。	
五、成绩考核	教师参考小组成绩给出单人成绩。	根据组内组员完成作业情况记录后上交作业。	



导学内容

项目一 了解宪法法律 争当合格公民

本项目的任务就是通过学习宪法，了解宪法的重要性，从而树立宪法法律至上的理念，在日常生活中自觉遵守法律规定，享有权利、履行义务，不能只从自身利益出发，危害国家社会 and 他人利益。

任务一 知道为什么宪法是国家的根本大法

一、宪法规定的内容和普通法律的不同

宪法规定涉及国家生活中带有全局性、根本性的问题，如国家性质、根本制度、根本任务、政治制度、经济制度、公民的基本权利和义务等。

二、为什么宪法是我国的根本大法

- 1、普通法律是根据宪法制定的。
- 2、普通法律不能和宪法相抵触，否则要被撤销和宣布无效。
- 3、宪法制定和修改程序比普通法律更为严格

三、自觉维护宪法尊严

任务二 坚持公民权利和义务的统一

一、掌握公民意识的含义

公民个人对自己在国家中地位的自我认识，是公民对于自己应享受的权利和应履行的义务的自觉意识。健全的公民意识是现代社会文明的标志之一。

二、知道权利和义务的统一性

公民的基本权利与基本义务共同反映和决定着公民在国家中的政治与法律地位，并构成普通法律规定公民权利和义务的基础与原则。

三、了解我国宪法规定的公民的基本权利和义务

（一）基本权利

- 1、法律面前一律平等；
- 2、政治权利和自由，包括选举权和被选举权，言论、出版、集会、结社、游行、示威的自由；
- 3、宗教信仰自由；
- 4、人身与人格权；
- 5、监督权；



- 6、社会经济权利；
- 7、社会文化权利和自由，包括受教育权利，进行科研、文艺创作和其他文化活动的自由；
- 8、妇女保护权，包括妇女在政治、经济、文化、社会和家庭生活等方面享有同男子同等的权利；
- 9、婚姻、家庭、母亲和儿童受国家保护；
- 10、华侨、归侨和侨眷的正当权利和利益受国家保护。

（二）基本义务维护国家的统一和各民族的团结

- 1、遵守宪法和法律，保守国家秘密，爱护公共财产，遵守劳动纪律，遵守公共秩序，遵守社会公德；
- 2、维护国家的安全、荣誉和利益；
- 3、保卫祖国，依照法律服兵役和参加民兵组织；
- 4、依照法律纳税；
- 5、计划生育等。

农村法律基础知识导学案之二

一、教学专题	项目二 了解农村土地法律制度			
学时	4+2	授课教师		第 2 次课
二、教学方法	讲授法、项目教学法、案例分析法			
三、教学任务	任务一 了解土地所有制内容 任务二 熟悉土地流转相关法律规定 任务三 了解宅基地有关规定			
四、教学目标	知识目标：知晓我国土地的性质，熟知土地利用的规定，了解土地新政 能力目标：可以根据国家政策的变化合理利用土地 情感目标：树立不滥用耕地的观念			
五、教学重难点	教学重点：农村土地性质和农村土地流转问题 教学难点：如何盘活土地			
六、教学实施过程				
教学环节	教师活动			
课程导入	5 分钟课前交流关于生活中的土地问题			
讲授新课	任务一 农村土地性质（30 分钟） 任务二 《土地承包法》主要内容（90 分钟） 任务三 农村宅基地法律制度（30 分钟） 任务四 土地征收和补偿（30 分钟）			
重难点详解	农村土地利用问题（10 分钟） 土地流转问题（20 分钟） 宅基地转让问题（20 分钟）			
达标评测	案例分析（10 分钟）			
知识拓展	两项任务用时 2 课时			
七、教学建议	土地是农民赖以生存的最基本的生活资料，课程的设计以宣传农村新土地政策为主，让农民跟上时代的脚步，想办法合理利用土地、盘活土地，用合法程序进行土地的流转，讲课过程中对于农民提出的问题要及时正确引导，使农民在知法懂法			



	前提下维护自己的利益。
八、教学跟踪服务	建立微信群

一、教学流程

新课导入——布置任务——教师讲解——小结——知识拓展——实训项目

二、教学设计内容

教学安排	教师教学内容	学生学习环节	设计思路
一、新课导入（15分钟）	向农民请教： 请问您知道自己耕种的土地是属于谁的么？ 1、您家中的承包用地使用情况。2、您家宅基地的使用情况。	展开讨论后，由个别同学进行回答。	反主为客，让学员自己思考自己回答引出课题。
二、教师按顺序布置任务，进行讲解。（150分钟）	任务一 农村土地的归属和性质 （一）请大家阅读法条回答中国的土地归谁所有这个问题？ 如：第二条 中华人民共和国实行土地的社会主义公有制，即全民所有制和劳动群众集体所有制。 （二）要求熟悉中国土地的分类有哪些，并画出土地性质和土地权属的分类图。（教师可以补充说明怎样画） （三）共同解决一个问题：如果你们村几个农户联合起来要搞农场经营，想划出一块地做养猪场，可以选择哪些性质的地块？（给出答案）	学生必须回答出国有或集体所有才算正确，任务二完成后和教师的 ppt 答案进行对比。 （一）（二）子任务学员自学资料内容并得出答案，写在课本上即可。根据教师答案自纠自查。	土地所有制是根本的严肃的问题，很多农民朋友并不清楚集体所有制的含义，需要通过讲解和布置任务使学员深入了解，维权的基础是知道权利。
	任务二 了解《土地承包法》的主要内容，教师通过案例教学法帮助学员解决实际问题：（ppt 演示） 1、户籍变动带来的土地问题。	每个案例学员要先思考再对比教师答案和法条内容，最后可以回答教师随机提出的问题。	土地问题纷繁复杂，实际上这个任务的设置是为了更好地了解土地承包法的方方面面，重点也在本任务，难点在土地流转问题，

	2、变更或者解除土地承包合同案例库。 3、保护妇女承包经营权。 4、承包经营权流转涉及的重要问题。		案例对照法律链接，使学员能够自己解决小案例分析，实践作业也是安排的此部分内容，以完成教学任务。
	任务三 了解农村宅基地的有关规定 教师引入关于宅基地纠纷的案例，给出相应法条并布置出以下任务：思考回答下列问题，你家的宅基地能卖么？卖的是房还是地？可以卖给什么样的人？	学员讨论后委派代表回答，小组给答对者适当得分奖励。	宅基地是农民安身立命之所，通过案例的讲解使农民进一步了解农村宅基地政策，确保自身利益不受损害。
三、实践作业的安 排(120分 钟)	1、做土地新政策宣传员(教材中已附) 2、阅读案例，回答这一典型土地抵押流转案例中的若干问题。	先自己学习资料，然后把土地新政宣传给自己的家人和朋友。	进一步自学，围绕国家新政策和土地流转问题突出本章重点和难点。
四、总结 本课	土地的性质 地流转注意的问题	土地使用权的抵押问题自己总结	
五、实践 作业评价	参考小组评价给予评定，未完成者不予参加最后测评。	小组评价完后小组长在下次课前交给教师。	

导学内容

项目二 了解农村土地法律制度

任务一 我国土地的基本制度

一、我国土地的归属和性质

我国的土地是公有制的性质，所有权只能由国家和集体拥有，个人不能拥有土地的所有权，只能有使用权。

二、我国的土地用途管制基本制度

使用土地的单位和个人必须严格按照土地利用总体规划确定的用途使用土地。也就是说，我国的土地根据分类不能随便使用，要经过规划部门的允许，否则即为违法行为。



三、农业用地相关法律规定

在我国广大农村，农民朋友利用土地进行生产建设需要遵守土地相关法律法规，尤其是农业用地方面各部门都有严格的规定，对基本农田采取保护。

四、土地规划

土地是重要的生产资料，对土地的利用是有各种规定的，不能随意乱用，大家要知道土地规划的概念，就是在一定区域内，根据国家社会经济可持续发展的要求和当地自然、经济、社会条件，对土地的开发、利用、治理、保护在空间上、时间上所作的总体安排和布局，是国家实行土地用途管制的基础。从国家到地方各级政府都有土地的规划。

任务二 了解《土地承包法》主要法律规定

一、农村土地的承包主体和期限

农村土地承包采取农村集体经济组织内部的家庭承包方式,不宜采取家庭承包方式的荒山、荒沟、荒丘、荒滩等农村土地,可以采取招标、拍卖、公开协商等方式承包。农村土地承包期限:耕地为 30 年,草地 30 至 50 年,林地为 30 至 70 年。承包法对林地的承包有一些特殊规定。

二、承包方和发包方的权利义务规定

承包期内，发包方不得收回承包地。承包方全家迁入小城镇落户的，应当按照承包方的意愿，保留其土地承包经营权或者允许其依法进行土地承包经营权流转。发包方不得单方解除承包合同，不得假借少数服从多数强迫承包方放弃或者变更土地承包经营权，不得以划分“口粮田”和“责任田”等为由收回承包地搞招标承包，不得将承包地收回抵顶欠款。

三、承包合同的解除和中止

《土地承包法》规定可以解除、中止土地承包合同的几种情形

四、关于妇女承包经营权保护的规定

嫁入方所在地应当按照规定优先解决妇女的土地承包经营权问题，在没有解决之前，出嫁女家所在地的发包方不得强行收回其承包地。

五、关于承包经营权继承的规定

耕地的承包经营权原则上不能继承，承包人应得的收益可以依法继承，林地的承包人死亡后，其继承人可以继续承包。如果承包经营户的户口上还有人就不存在继承的问题，也就是说，最初承包时“户”上的所有人都不在了才有可能发生继承关系。如果继承人的户口已不在本村，同样不能够继承承包经营权。



六、土地转包的相关规定

承包方可以在一定期限内将部分或全部土地承包经营权转包或出租给第三方，承包方和发包方的承包关系不变。

七、土地承包经营权互换

承包方之间为方便耕种或者各自需要，可以对属于同一集体经济组织的土地的土地承包经营权进行互换。

八、土地承包经营权的转让

承包经营权转让的条件

- (1) 承包方必须有稳定的非农职业或者稳定的收入来源；
- (2) 必须经发包方同意；
- (3) 受让方应当是从事农业生产经营的农户。

九、土地承包经营权的入股

承包方之间为发展农业经济，可以自愿联合将土地承包经营权入股，从事农业合作生产。入股的基本特征：

- (1) 入股的主体只限于农户，是农户之间的自愿联合。
- (2) 土地承包经营权入股的目的是发展农业生产，而不是从事其他工商业经营活动。
- (3) 入股的方式是从事合作生产，不是其他企业组织。

十、土地承包经营权流转的原则

任务三 了解农村宅基地的有关规定

一、宅基地的基本特征

- 1、宅基地使用权作为一种用益物权，建立在集体所有的土地权能基础之上。
- 2、宅基地使用权是专门用于农户建造房屋和其他建筑物以用于生活目的的用益物权。与建设用地不同，宅基地不能够用于工商业活动或者旅游开发等，其根本目的就是为了满足农村居民居住用房。
- 3、宅基地使用权是一种特殊的无偿用益物权。
- 4、宅基地使用权是一种无期限的用益物权。
- 5、宅基地使用权的主体是一个集合的，即以农村人口户籍管理中的基本单位“户”作为单元。

二、当前禁止宅基地流转的法律规定

- 1、明确禁止宅基地流转
- 2、例外情况下的合法流转
 - (1) 继承；



- (2) 同一个集体经济组织内部成员之间的买卖。
- 3、小产权房占地类型及合法性存在瑕疵的原因（不能办理房产证）
- 4、物权法的相关规定

任务四 了解关于农村土地征收和征用的问题

一、土地征收与征用的区别

征收的法律后果是土地所有权的改变，土地所有权由农民集体所有变为国家所有。

征用的法律后果只是使用权的改变，土地所有权仍然属于农民集体，征用条件结束需将土地交还给农民集体。

二、土地征收的特征

- 1、土地征收法律关系主体双方是特定的，征收方只能是国家，被征收方只能是所征土地的所有者，即农民集体。
- 2、征收土地具有强制性。
- 3、征收土地具有补偿性。
- 4、征收土地将发生土地所有权转移。

三、土地征收的补偿费

土地征收的补偿费用分为三种，分别为土地补偿费、安置补助费以及地上附着物和青苗的补偿费。



农村法律基础知识导学案之三

一、教学专题	项目三 农村民事法律			
学时	8+4	授课教师		第 3 次课
二、教学方法	讲授法、项目教学法、案例分析法			
三、教学任务	任务一 了解婚姻法律制度 任务二 了解继承法相关知识 任务三 学会运用合同从事生产经营活动			
四、教学目标	知识目标：婚姻家庭法律一般常识、合同法的基本内容 能力目标：可以分析婚姻法和继承法的简单案例、会写一般买卖合同 情感目标：树立诚实信用观念，树立家庭和谐观念，树立平等观念			
五、教学重难点	教学重点：婚姻法常识规定、合同的订立 教学难点：合同的效力订立合同、合同履行			
六、教学实施过程				
教学环节	教师活动			
课程导入	每次新课利用五分钟时间导入，共需要 10 分钟			
讲授新课	前两个大的任务分别讲授 2 节课，合同法需用 4 课时			
重难点详解	婚姻的实质要件、夫妻共同财产（20 分钟） 法定继承顺序（10 分钟） 合同的主要内容（30 分钟） 合同的效力（20 分钟） 合同的订立过程（30 分钟）			
达标评测	订立合同分析案例等内容（30 分钟）			
知识拓展				
七、教学建议	农民对于婚姻和财产重视程度很高，授课过程中有关婚姻家庭财产继承的问题非常多，可以适当的收集授课过程中的真实案例，以案说法，加深学员的印象，并应在授课中强调民事法律的平等原则以及诚信原则，以增强农民学员的法律意识。			
八、教学跟踪服务	建立微信群			



一、教学设计流程

民事法律框架介绍——布置四大任务——教师讲解——知识拓展——实践环节

二、教学设计内容

教学安排	教师教学内容	学生学习环节	设计思路
一、新课导入 (5 分钟)	让学员们举例说明我们生活中遇到的民事法律关系，提问一个问题，如叫醒下车属不属于民事法律关系问题。	列举事例的过程中会出现一些知识的混淆，在教师的指引下得出对民事法律关系的初步认知。	需要用到贴近生活的案例，到饭店吃饭，超市购物、乘车。
二、展开教学，教师按顺序布置任务，进行讲解。	任务一学习婚姻法相关内容，采用案例引导的方式讲有关婚姻法的基本知识。 1、结婚的要件 2、农村彩礼问题 3、同居关系解除 4、夫妻共同财产 (45 分钟)	可以分析简单的案例，如彩礼在什么情况下可以要求返还，并能够结合生活实际，通过学习摒弃以往的旧观念，树立平等自由的法律观念。	婚姻法的一些基本情况学员可以通过阅读材料自主完成答案，简单明了，教材和问题想匹配，加深印象。
	任务二继承法相关知识：(45 分钟) 教师采用问答形式提问简单案例，使学员水平安排讲解或做案例。 继承顺序 代位继承 继承法一般规定 过继子女问题	学员回答教师提出的关于继承法的一般问题，并用最快的速度记住法定继承顺序。	通过身边简单案例引入公民意识的概念，进一步引导学员学习公民的权利和义务两方面的内容，不能忽视或割裂两方面。
	任务三 学会利用合同进行民事活动(2 课时) 教师安排知识层层递进：(采用案例分析引出知识法条链接进行讲授的方式) 合同基本知识	学生先熟悉案例，根据教师的讲解逐步认识合同的基本知识和订立合同应注意的问题，最后学会订立简单的民	合同是生活中非常重要的，本任务的设置主要通过小任务的层层递进让学员明白契约的重要，从而养成信

	熟悉合同订立的过程 避免签订无效合同及可撤销合同 四、合同不成立与合同无效的区别 五、无效合同情形	事合同。	守承诺的良好商业习惯。
三、实践作业的安排	课外实践任务：学习导致合同无效的一些情形。 什么是欺诈、胁迫行为？ 根据合同样板，学会订立简单的商品买卖合同。	利用课余时间对所学合同知识进行总结，按照格式写一份购销合同书。	通过实践检验知识的掌握情况。
四课堂小结	教师将本项目结构及主要内容进行复述，强调重点难点。	按照教师要求对重点难点内容进行复习，查漏补缺。	
五、成绩考核	教师根据合同书完成情况给出单人成绩。	根据组内组员完成作业情况记录后上交作业。	

导学内容

项目三 农村民商事法律

任务一 了解婚姻继承法律制度

本任务要求通过简单的法律知识的学习，能够回答一定难度的婚姻家庭法律问题。

一、结婚的条件

二、农村彩礼的问题

三、事实婚姻和同居关系解除

四、夫妻共同财产

1、工资、奖金，指在夫妻关系存续期间一方或双方的工资、奖金收入及各种福利性政策性收入、补贴。

2、生产、经营的收益，指的是在夫妻关系存续期间，夫妻一方或双方从事生产、经营的收益。

3、知识产权的收益，指的是在夫妻关系存续期间，夫妻一方或双方拥有的知识产权的收益。



- 4、继承或赠与所得的财产。
- 5、其他应当归共同所有的财产。
- 五、关于婚房的一些基本问题

任务二 了解继承法的基础知识

一、遗产继承的种类

- (1) 法定继承（无遗嘱继承）
- (2) 遗嘱继承
- (3) 遗赠与遗赠扶养协议

二、法定继承的顺序

《继承法》第十条 遗产按照下列顺序继承：

第一顺序：配偶、子女、父母。

第二顺序：兄弟姐妹、祖父母、外祖父母。

三、关于继承的相关规定

四、“过继”子女享有继承权吗？

任务三 学会利用合同进行民事活动

学习合同的基本知识

二、进一步熟悉签订合同的过程：要约和承诺

三、避免签订无效合同及可撤销合同 关于合同效力的几种情形

四、合同不成立与合同无效的区别

五、违约责任的约定



农产品市场营销知识导学案

农产品市场营销知识导学案之一

一、教学专题	项目一 认识农产品市场		
学时	6	授课教师	第 1 次课
二、教学方法	案例教学, 讲授法, 讨论		
三、教学任务	任务一 了解农产品现状 任务二 农产品的消费需求 任务三 农产品市场前景分析		
四、教学目标	知识目标: 通过本次课的学习使学员了解农产品市场现状及存在的问题, 深切意识农产品的质量问题和绿色农产品的发展趋势。 能力目标: 通过本次任务的学习, 学员能认识农产品的盲目生产弊端, 了解市场的供求规律, 不跟风种植销售产品, 并把握农产品的销售趋势。 情感目标: 通过本次任务的学习, 激发学员对农产品营销课程及实践的兴趣。		
五、教学重难点	教学重点: 农产品营销存在的问题 教学难点: 农产品的消费需求, 及营销存在的问题		
六、教学实施过程			
教学环节	教师活动		
学情预见	本课程的教学对象是 18-55 岁的农村务农人员, 学员对农产品非常了解, 对产品的销售有浓厚兴趣。只是学员知识层次不同, 理解接受新知识会有一定的差异。在教学中授课知识, 案例的选取上都注意选用老百姓能听懂, 有用且较为感兴趣的内容。		
课程导入	现实情景———辣椒的销售启示 1、提出案例中的营销问题, 组织课堂讨论。 2、讨论的问题: 面对顾客的询问, 在现实生活中你有没有遇到过这种情景? 这几个商贩的回答你觉得哪个更好? 大家是如何		



	回复的?
讲授新课	通过“辣椒的销售启示”、“财神爷”的馈赠等案例的分析及讲解,使学员意识到农产品的盲目生产与市场的矛盾。从大家日常所食用的农产品入手谈农产品的生产现状,让学员能意识到绿色,有机农产品的市场需求。并通过长白山“皇晒米”打入市场的案例分析使学员初步意识到精准的市场定位对于农产品销售的重要作用,意识到学习农产品销售的意义。
交流分享	丰产=丰收吗?为什么? 案例——财神爷的“馈赠,通过老百姓熟悉的“财神爷”吃年夜饭的故事和大量图片及视频资料,对这个讨论的问题进行引导,引发农民学员的思考。认识到盲目种植农产品的弊端,认清农产品销售的发展规律。
知识拓展	长白山“皇晒米”打入市场---农产品的差异化营销
七、教学建议	1、教学中应当对学员们普遍困惑的农产品滞销问题进行深入分析,帮助农民学员建立绿色营销的理念,发展有机绿色农产品来迎合现代的消费需求。 2、针对具体的农产品销售,提供可供大家借鉴农产品销售的几个不同路径,使学员们能借鉴并尝试转变销售思路。 3、理论教学内容比较多,图片案例较为丰富,由于时间有限,没有办法进行实际销售训练,学员只有在理解的基础上反复思考并实践才能真正提高。
八、教学跟踪服务	
通过 QQ、微信群与学员保持联系,在线解答学员的疑义和不解的问题。	

导学内容

项目一 认识农产品市场

农产品销售难的问题基本上是年年有,从徐闻的菠萝滞销、到甘肃西红柿的滞销,豆角滞销、白菜滞销……“丰产不丰收”“菜贱伤农”,一次滞销也许一年的辛苦全部白废。农产品的销售问题成了解决农民收入问题的关键。农产品有哪些特点,如何才能把农产品卖出去,如何才能卖得一个好价钱呢?

任务一 了解农产品市场

农产品：指种植业、养殖业、林业、牧业、水产业生产的各种植物、动物的初级产品。狭义的农产品市场是指进行农产品交换的场所。广义的农产品市场是指农产品流通领域交换关系的总和。如农产品流通渠道与流通环节，农产品供给和需求的宏观调控等。

一、农产品市场的性质

1、交易的产品具有生活资料和生产资料的双重性质

2、具有供给的季节性和周期性

农产品市场的货源是随农业生产的季节性而变动，其供给在一年中有淡季、旺季。农产品生产在数年之中还有丰产、平产、欠产之分。农业生产的这些特点要求对鲜活农产品要及时采购和销售，要求在农产品供应中克服生产的季节性和周期性，维持均衡供应。

3、受自然风险和市场风险的双重约束

在市场经济条件下，农产品还会因供求关系变化而造成市场风险，并与自然风险交织。当自然风险小时，农产品因丰收质优量大，价格相应走低、市场风险变大，反之，自然灾害重时，农产品因欠收量少，价格上扬，此时，市场风险相对变小。

4、有“分散—集中—分散”的流通轨迹

即农户“分散”生产，拿到市场出售时，由经营者收购、贮藏、运输、加工等环节进行“集中”，再经批发、零售等环节，最终“分散”到消费者。

5、应保持供求平衡的基本稳定性

对农产品市场的营销活动和农产品价格，既要充分发挥市场机制的调节作用，又要加强宏观调控。

二、我国农产品市场的现状

1. 农产品市场建设发展迅速

我国农产品批发市场不断发展，类别多，其中包括粮油市场，蔬菜市场，水产品市场，肉食禽蛋市场，干鲜果品市场，农产品市场，数目基本稳定，交易额稳步上升。

2、农产品批发市场成为农产品流通的主渠道

覆盖了所有的大、中、小城市和农产品集中产区，基本形成了以城乡集贸市场、农产品批发市场为主导的农产品营销渠道体系，构筑了贯通全国城乡的农产品流通大动脉。

3、以配送、超市、大卖场等为主的现代流通方式发展势头迅猛

超市作为一种现代新型营销业态在近几年开始涉足农产品销售领域，成为农产品营销渠道体系里的新成员，与传统的集贸市场在零售终端展开了激烈竞争。传统农贸市场的“我独尊”的销售地位正倍受挤压。



4、农产品营销中介发展活跃

各种农产品购销主体：个体户、专业户、联合体不断发展壮大。

任务二 农产品市场前景分析

一、农产品生产存在的问题

1、农户生产副业化（外出务工）

近3年农民工资性收入占农民纯收入已达45%以上，超过了家庭经营收入，正如农民所说的：一家人一人务工解决温饱，二人务工实现小康，三人务工达到富裕。大部分的农民选择在外打工赚钱养家，只在农忙时候回家务农。农业生产不再作为家庭的主业。

2、劳动力工龄（386170）问题

我国相当多的地区常年在家务农的主要是妇女（三八妇女节）、孩子（六一儿童节）和老人（七十岁以上），群众称为“386170”部队，年轻的劳力大多选择到发达地区打工。加上农业耕种面积小而分散，基础设施落后，形成缺人、缺钱、缺技术和缺装备的局面。

3、农产品生产盲目性

因为有效的市场饱和度有限，部分农产品尤其是鲜销农产品流通时间短、流通半径小，市场十分有限，因此不能盲目规模生产。

4、农产品质量问题突出

我国农产品因农药残留和其他有毒有害物质超标造成的餐桌污染和由此引发的中毒事件每年都有发生，由于农药残留及重金属等有毒有害物质超过国际通行的食品质量安全标准，

二、农产品市场前景分析

生产角度：工业用粮和饲料作物的需求强劲。粮食由传统的“北粮南调”，逐步调整为“南进北出”和“中粮西用”。

消费角度：市场对优质农产品和强化营养食品需求加大。冷冻食品以及调理食品逐步成为城镇居民动植物产品消费的主要形式。

人口角度：城镇化带来食品需求结构的变化，一个居民从农村转到一个中小城市，其粮食年消费量将减少58.3公斤，在特大城市将减少64.2公斤，蔬菜减少23.25公斤。水果和其他食品的消费也将相应提高。

贸易角度：劳动力密集型产品的出口还会增大。精深加工的优质农产品、有机作物、杂粮产品逐步成为国际贸易的主要商品。

食物结构——经历了细粮化、副食化演变之后，已进入主食优质化。

选购食品标准——越来越重视食品的特色、营养成分安全卫生和易加工性。

农产品市场营销知识导学案之二

一、教学专题	项目二 农产品购买行为分析			
学时	6	授课教师		第 2 次课
二、教学方法	案例教学，讲授法，讨论			
三、教学任务	任务一 农产品营销概述 任务二 农产品营销存在的问题 任务三 农产品购买行为类型			
四、教学目标				
知识目标：掌握农产品的购买行为模式，把握消费者对农产品需要的发展趋势以及购买行为和决策过程，了解农产品营销及存在的问题。 能力目标：熟悉消费者购买行为类型的特点及企业的对策，能用营销的思维来思考农产品的销售，提高农产品的营销效果。 情感目标：激发学生对农产品营销课程及实践的兴趣，形成主动学习的自觉意识。				
五、教学重难点				
教学重点：农产品购买行为模式，农产品营销存在的问题 教学难点：农产品营销观念的变化，及购买行为模式				
六、教学实施过程				
教学环节	教师活动			
学情预见	本次课内容为农产品的消费需求，具有较强的实践性，学员能够根据自己对日常生活的观察和了解来思考并参与课堂的讨论，能较好的调动学员的学习积极性，并希望学完本次课大家在遇到农产品的销售问题时能够用理论来武装自己的头脑，不盲目跟风。			
课程导入	现实情景：菜市场里的围巾店 我家附近有一个大型的菜市场，有天我意外的发现市场里新开了一个粗布围巾店。小门店里面简单的刷了白墙，有两个简单货架，和前面展示架。展示架上放着几条粗布围巾样品。经过询问，店主说围巾是***品牌的粗布围巾，价位在 50-200 元不等。因为刚开业，厂家搞活动打八折销售，平时都原价。看得出店主是年轻小两口，新创业的，在座的各位你们觉得这小两口能赚钱吗？这家店的命运如何？			



	1、粗布围巾店的命运如何？ 2、开门做生意都希望稳赚不赔，赚的盆满钵满，重要的是同学们要学会用营销的视角去看问题，分析问题。借助本次现实案例，大家共同感受学习营销专业知识的实用性。
讲授新课	引导案例：农产品营销的购买行为模式分析 <pre> graph TD A[引导案例：农产品营销的购买行为模式分析] --> B[讲解需求心理知识点 归纳购买行为的5W1H模式及动机] A --> C[影响购买行为的四因素分析 案例分析] A --> D[农产品购买决策分析 提炼过程 案例讨论] A --> E[农产品营销现状及转变 案例分析] B --> F[模拟实践，掌握方法和技巧] C --> F D --> F E --> F </pre>
交流分享	1、菜市场中的围巾店命运如何？“5W1H”的方法来进行分析 2、“皇帝的女儿不愁嫁”“酒香不怕巷子深”分别是哪种营销观念的写照？为什么？
知识拓展	产品销售的目标顾客——月薪过万的乞丐
七、教学建议	1、本次课通过亲眼所见的实景案例——“菜市场中的围巾店”展开，让学员在参与讨论的过程中，逐步接受新的学习内容，传递给他们学习营销知识的实用性，提高学员的学习热情。 2、通过营销观念的演变分析，帮助农民学员建立现代的营销观念，适应新形势下的农产品销售。 3、盲目生产，盲目创业是很多学员存在的问题，希望通过学习，学员在以后的务农或者创业时，能用营销中的实用知识，来指导自己。
八、教学跟踪服务	通过QQ、微信群与学员保持联系，在线解答学员的疑义和不解的问题。

导学内容

项目二 认识农产品营销

农产品怎么卖？是一个让不少农产品生产者头疼的大问题。将我们熟悉的大枣与核桃混搭，居然做出了个大市场。这个目前广受消费者好评的“混搭”产品枣夹核桃，给我们的产品营销上了生动的一课，实现了产品市场的新突破，产品混搭 1+1 也能 >2！

事实上，这种农产品打出组合拳，由卖特产走向卖营养卖方便的例子屡见不鲜，我们学习农产品营销的意义在于认清消费者需求，掌握营销策略，创新营销渠道为农产品销售打开新的局面。

任务一 认识农产品营销

营销是与市场有关的人类活动，即以满人类各种需求和欲望为目的，通过市场变潜在交换为现实交换的活动。

一、农产品营销现状

农产品市场营销是指为了满足人们的需求和欲望而实现农产品潜在交换的活动过程。农产品营销的主体是农产品生产和经营的个人和群体。

1. 农产品营销基础薄弱，观念淡薄

这主要是农产品市场渠道不够，农产品贮存设施、农产品营销冷链建设不足。

2、农产品专业人才少

3、市场法规制度建设滞后，市场秩序混乱

市场竞争不公平、农民利益得不到保护、流通环节不畅、优质不优价现象普遍存在。第一，市场交易行为不规范 第二、掺杂使假问题严重假冒伪劣商品充斥市场。

4、农业信息网络建设薄弱

只凭主观判断，往往不能有效进行市场细划，造成大路货居多、同质化严重，往往是人家赚钱后跟着学，结果再出来的产品却不被市场接纳。

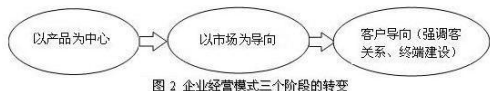
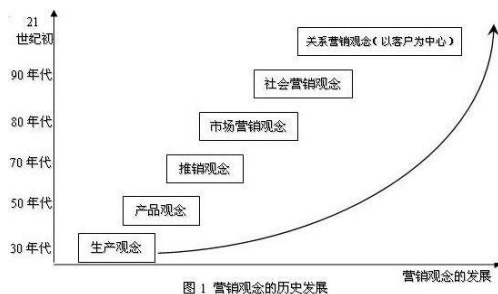
5、农产品龙头加工企业不发达

二、农产品营销的转变

1、农产品市场经营观念的创新

2、即营销组合的创新

第一，应该充分重视战略性营销，用好“市场探查”、“市场优先”、“市场定位”等战



略性 4 组合。农业产业化经营必须源于对农产品消费需求的深入探查和仔细研究，通过市场研究，寻找潜在需求，捕捉市场机会。

第二，充分利用好“产品策略”、“价格策略”、“渠道策略”、“促销策略”等战术性“4”组合。如产品策略中就包括诸如产品组合策略、新产品开发策略、包装策略、品牌策略以及产品生命周期策略等。

任务二 农产品消费需求及购买行为模式

一、农产品消费需求

大部分农产品属于生存资料和生产资料，是满足人类基本生活、生产的必需品。其基本特征为：

- 1、购买具有多样性
- 2、购买人数多，市场分散
- 3、交易次数频繁，但每次交易数量零星
- 4、消费者购买具有很大程度的可诱导性

二、消费需求变化趋势

- 1、情感需要的比重相对物质需要的比重增加，消费者在注重产品或服务质量的同时，更加注重情感、心理方面的需要和满足。
- 2、大众型的标准化产品日渐失势，消费者对个性化的产品或服务需求越来越高。
- 3、消费者从注重产品本身的使用价值，转移到注重产品使用时所产生的感受。
- 4、人们已经不再满足于被动地接受企业制造好的产品或服务，而是要实现自身需求与企业生产的互动，主动参与产品的设计与生产。
- 5、在满足自身需要的同时，开始关注环境保护等公益问题。

三、农产品的购买行为模式（5w1H）

农产品销售要把握选择以什么方式（how），于何时（when）何地（where）将什么产品（what）卖给谁（who）

实例分析：围巾店的命运最终是“转让”，原因：

WHEN： 时间①围巾属于季节性产品，开店 365 天生意会受影响②菜市场 8 点到 19 点营业，但有效营业时间短暂，因为人流高峰在早中晚特定时段

WHAT： 围巾——粗布，颜色靓丽，价位偏高

WHO： 谁买——因价格在 50 到 200 元之间，且颜色亮丽，基本锁定与青年消费者，但他们的特点是愿意花钱买乐意，跟随潮流

WHERE: 菜市场——青年人光顾的较少，所以销售不乐观
菜市场油烟，鱼虾，蔬菜等味道充斥适合价位偏高的围巾吗？

WHY: 购买原因，服务态度、店面形象、价格优惠都不存在。而且一般买菜的顾客随身携带零钱买菜，钱不见得够买围巾，回头购买的几率会降低。

HOW: 怎样 不要忽略网购对青年人的吸引

如此分析，你认为围巾店将来还会红红火火吗？同学们有的认为菜市场人多，意味着销售点机会多，但是我们忽略了一点——“目标顾客”。



农产品市场营销知识导学案之三

一、教学专题	项目三 农产品营销策略			
学时	8	授课教师		第 3 次课
二、教学方法	案例教学, 讲授法, 讨论			
三、教学任务	任务一 农产品产品策略 任务二 农产品价格策略			
四、教学目标	知识目标: 掌握农产品的产品策略和价格策略, 了解定价的常用方法。 能力目标: 培养学生对农产品销售操作的意识, 能用营销的思维来思考农产品的销售。 情感目标: 激发学生对农产品营销课程及实践的兴趣, 形成主动学习的自觉意识。			
五、教学重难点	教学重点: 产品的品牌策略, 新产品策略及价格策略 教学难点: 产品的品牌与商标, 产品的竞价方法与策略			
六、教学实施过程				
教学环节	教师活动			
学情预见	从本章开始进入农产品营销实务内容, 教学目标是使学生在短短的教学时间里掌握一定的操作技能, 难度很大。因此必须调动学生的已有的经验, 平时生活中的观察素材, 并加以整理, 使其系统化, 并在次基础上给以知识和操作的训练。才能达到教学目标。			
课程导入	案例: 老蜂农蜂蜜成功的秘诀分析 请总结: 1、他遇到的问题是什么? 2、他做了哪些事, 最后如何解决的? 3、在这个案例中反映出的“4P”营销策略各包括什么? 4、你从中获得启示是什么?			
讲授新课	4P 策略是本课程的核心内容。本次课主要讲授农产品的产品及价格策略, 从日常生活中令人耳目一新的“新”产品入手, 学习新产品策略, 农产品的品牌与商标, 农产品的包装策略, 想要将农产品卖好价格, 拓宽销售渠道, 学好产品策略非常重要, 从开篇案例---“老蜂农蜂蜜的成功”中就可可见一斑。其次学习农产品的价格策			

	略,主要包括定价方法与常用的价格策略。知识多用学员能听懂、感兴趣的案例素材来详细讲解,穿插丰富的图片及视频资料,希望学员能在听懂的基础上增强自身实践。
交流分享	产品和价格策略中的哪些部分可以供我们借鉴?怎样能把知识实际运用的我们的农产品销售中?
知识拓展	农产品超市的商品定价奥秘
七、教学建议	1、本次课围绕农产品讲授八大实用的产品策略,并将品牌与商标联系与不同,包装策略等进行了具体分析,课程素材的选取有很强的实用性,引导学员们理论联系实际,将知识用于农产品销售的各个环节。 2、教学中教师应引导学员认识到当下消费者的多样化需求,并能想法设法在自己的农产品上找特色,在理解品牌与包装的重要意义后,认真思考当地的农产品品牌化经营之路。 3、根据学员们的具体情况,品牌化最好是结合大家的力量,以合作社或其他形式,创驰名商标,打出当地的特色农产品品牌。
八、教学跟踪服务	
通过 QQ、微信群与学员保持联系,在线解答学员的疑义和不解的问题。	

导学内容

项目三 农产品营销策略

任务一 产品策略

农产品和任何事物一样,有着出生、成长、成熟以至衰亡的生命周期。

一、开发新产品策略

首先要适应社会经济发展需要,试销对路的产品。消费者对奇形异彩农产品需求,使一个产品多种式样,成了新的消费动向,如乌骨鸡、七彩龟、黑小麦等,但因为其颜色非凡,药用价值较高,不仅市场销路好,而且经济效益高。因此,新产品要有自己的特色适应和满足消费者需求的新变化。

1、错季节产品

农产品生产的季节性与市场需求的均衡性矛盾日益突出,由此带来的季节性差价蕴藏着巨大的商机。



2、嫩乳产品

近年来人们的消费习惯正在悄悄发生变化，出现了崇尚鲜嫩食品的新潮流。

3、高品质产品

人民已不在满足于吃饱，而是更注重吃好，吃出营养和品位，优质农产品的市场前景十分看好。农产品市场营销的基础。

4、多样化产品 适应消费需求的异质化

5、求新求异产品

人们对蔬菜、水果等农产品不仅要求其新度高、营养丰富、美味可口、还要具备一定的观赏功能，以满足消费者日益增长的求新、求异心理。

6、净菜化策略 适应了现代社会的快节奏

7、自然化产品绿色化食品

二、农产品品牌策略

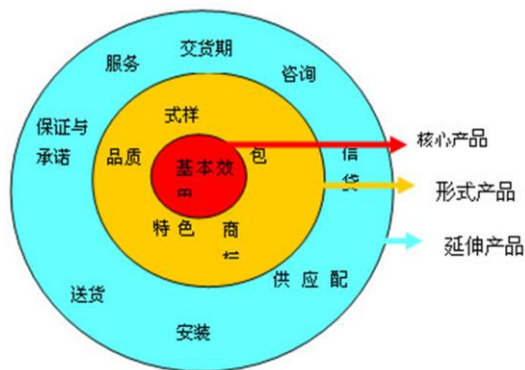
产品层次：

树立整体产品观念，创造更多的产品价值。

核心产品：产品基本效用。

形式产品：包装、品牌、商标等附加产品

（延伸产品）：售后服务，送货，安装等。



1、品牌与商标

品牌：是一个名称、词语、标记、符号或图案，或是它们的相互组合，用于识别产品的经营者和区别竞争者的同类产品。某一产品的牌名与品牌标记的总和就是该产品的品牌。

商标：是经有关政府机关注册登记受法律保护的整体品牌或该品牌的某一部分。商标具有区域性、时间性和专用性特点。

品牌与商标的区别

品牌与商标的联系

2、品牌的作用

识别商品出处

宣传推广商品

承诺产品质量

维护专用权利

充当竞争工具

创驰名商标是解决农产品卖难和提高农民收入的根本途径品牌是高价格的基础，驰名

品牌会给企业带来高额利润；品牌是产品竞争优势的基础，驰名品牌具有强大的竞争力；品牌是吸引新消费者，留住老消费者的有利武器；品牌能够提高企业营销计划的执行效率；品牌是促进产品扩张，促进贸易的有力杠杆。

3、品牌设计的原则

选题好、不违法、有特色、能传神、易记读

4、品牌命名策略

人物命名：	如“老扁薯条”
产地命名：	如“西湖龙井茶”
效用命名：	如“三九胃泰”
以产品生产厂家命名：	如“美菱冰箱”
制法命名：	如“二锅头”
数字命名：	如“555”牌电池
以产品成分命名：	如“人参蜂王浆”
以动植物命名：	如“熊猫”彩电
以革命圣地、名胜古迹命名：	如“石林”牌香烟

三、农产品包装策略

1、包装设计的原则和要求

突出产品形象

突出产品用途和使用方法

展示生产者（产地）形象



2、农产品常用的包装策略

统一包装策略

等级包装策略

配套包装策略

多用途包装策略

附赠品包装策略

特殊包装模仿包装

任务二 农产品价格策略

一、影响农产品定价的因素

价格：是购买产品或服务所支付的货币的数量。在制订价格时，一般受如下四大类因素影响：

1、定价目标



- 2、成本因素
- 3、市场因素
- 4、政府因素

二、农产品定价策略

1、渗透定价策略

农产品的同一个品种具有较大的同质性，因此经营者往往采取低价来吸引众多消费者。这种策略的优势在于：低价低利能够有效地阻止竞争者加入，产品能较长时间地占领市场。这种策略主要包括以下 3 种。

高质中价定位

中质低价定位

（3）低质低价定位

2、撇脂定价策略

撇脂的意思是指从牛奶表面逐层撇取奶脂，撇脂定价是指新产品进入市场后经营者有意识地把产品价格定得大大高于成本，使其能在短时间内把开发新产品的投资和预定的利润迅速收回。比如，高价产品应该能突出显示消费者的地位和财富，意味着产品高品质，高档次等。

3、尾数定价策略

一般消费者往往认为尾数价格是经过精密计算的，因而产生一种真实感，信任感、便宜感。尾数定价策略可以顺应某些地区、民族的风俗习惯，从而有利于扩大销售。如 1000 克鸡蛋标价 5.90 元，比标价 6.00 元更能吸引顾客。现在用得尾数比较多的还有 8，取“发财”中“发”的谐音。

4、整数定价策略

根据消费者自尊心理的需要，对一些高级商品要采取整数定价，因为这种定价能满足顾客的虚荣心。例如一盒人参礼品如果定价为 59 元，就不如定价 60 元为好。因为顾客心理感觉 59 元只是 50 多元，没有超过 60 元，心理上得不到满足，不易引起购买动机。

5、分档定价策略

分档定价就是根据不同顾客、不同时间和不同场所，在经营不同牌号、不同花色和规格的同类产品时，不是一种商品一个价格，而是把商品分为几个档次，每一档次定一个价格。分档定价的形式有以下几种。

- （1）针对不同顾客群体定不同价格
- （2）同一产品，按不同花色、样式和规格实行分档定价
- （3）按位置分档定价



(4) 按时间分档定价

6、折扣定价策略

折扣定价策略指经营者在顾客购买商品达到一定数量或金额时予以价格折扣。折扣定价策略包括以下几种：

数量（金额）折扣

现金折扣

交易折扣

7、地区定价策略

地区定价策略的关键是如何灵活对待运输、保险等费用，是否将这些费用包含在价格中。因为在农产品定价中运费和保险费是一项很重要的因素，特别是运费和保险费占成本比例较大时更应该重视。具体方法如下：

产地定价

统一交货定价

分区运送定价



农产品市场营销知识导学案之四

一、教学专题	项目四 农产品营销			
学时	8	授课教师		第 4 次课
二、教学方法	案例教学，讲授法，讨论			
三、教学任务	任务一 农产品直接销售 任务二 农产品间接销售 任务三 农产品促销策略			
四、教学目标				
知识目标：通过把握农产品各种直接与间接营销方式，形成对农产品市场操作的基本认识，并培养利用中间环节操作好农产品市场的意识 能力目标：掌握直接与间接营销方式的技巧；并通过实际训练，获得销售的经验提高其销售的能力。 情感目标：激发学生对农产品营销课程及实践的兴趣，形成主动学习的意识。				
五、教学重难点				
教学重点：农产品直接与间接销售，农产品促销策略 教学难点：农产品的销售渠道与促销				
六、教学实施过程				
教学环节	教师活动			
学情预见	本课程的教学对象是 18-55 岁的农村务农人员，学员对营销渠道并不熟悉，理论基础较为薄弱，实践操作能力有限，要使学生掌握这写技能，必须进行必要的实践操练，让学员亲身体验，形成经验。			
课程导入	视频：田头超市—农产品销售的新形式 讨论：1、视频里的田头超市运行有什么前提？ 2、你觉得这种超市在本地适行吗？为什么？ 3、这属于哪种销售渠道？直接还是间接销售？这种形式的还有哪些？			
讲授新课	对于农民来说，生产农产品并非难事，难就难在不知道如何将产品卖出去，卖个好价钱。本次课主要学习渠道与促销策略，其中渠道策略包括直接渠道与间接渠道两种。不同种类的农产品可根据产品特点选择合适的营销渠道，授课过程中引用了大量成功案例，鼓励农民学员大胆去尝试。			

	促销策略主要从广告、营业推广与人员推销三个方面来分析，选用适用于农产品的促销方法，合适的促销技巧，增加消费者的购买欲望。学好营销策略，用营销的知识来武装自己，来创新产品销售，提高创收。
交流分享	你觉得哪种促销方法和渠道适用于本地的农产品销售，请说明具体理由。
知识拓展	农产品销售的五大奇招
七、教学建议	1、本次课内容贴近农民学员实际需求，实操性较强，学员可以根据各自的情况，借鉴案例中讲授的各种不同的渠道与促销方法，希望学员们能学以致用。 2、课程内容较多，对于初次接触渠道与促销的学员来说，理解接受起来有一定的困难。所以，教师在上课时应该提前询问清楚学员们，重点讲解他们最适用的某一种或者两种渠道类型，以免影响学员们的学习积极性。
八、教学跟踪服务	
通过 QQ、微信群与学员保持联系，在线解答学员的疑义和不解的问题。	

导学内容

项目四 农产品渠道与促销策略

任务一 农产品渠道策略

一、农产品直接销售

1、直销的定义与特点

提出问题：平时有多少种农产品的直接的销售方式。要求学生开动脑筋搜索平时记忆，启发学生的观察和理解的潜力。

2、选择采用直销方式的条件

案例分析：直销的优势与局限

二、农产品订单直销

案例：广西壮族自治区田阳县订单直销效果

分析：订单直销的效果

1、订单直销涵义

2、订单直销运行状况的分析



3、订单直销操作中注意的问题

三、农产品观光采摘直销

1、观光采摘直销的运行状况分析

- (1) 单纯模仿，缺乏生命力。
- (2) 季节性是发展观光农业的制约因素。
- (3) 缺乏合理的规划与布局。
- (4) 缺乏有力的政策手段

2、观光采摘直销的操作方法

案例：枣园采摘“胖妞与苗条女”

四、农产品零售直销

1、农产品零售直销的基本情况

- (1) 集贸市场上农民自己出售农产品
- (2) 农民把自己的农产品直接送到用户手中
- (3) 邮售直销或晚上零售直销

2、农产品零售直销的基本情况

3、农产品直销人员应具备的素质

农产品经纪人：为生产者和市场经营或销售的人建立联系，并从中获取佣金的人。

案例：大棚种植的新产品如何推向市场

4、农产品零售直销操作中的相关问题

五、农产品间接销售

1、农产品营销的中间环节

小贩

经纪人

专业合作组织

收购代销店

批发市场

商场、超市

电子网站

2、农产品的中间商

农产品批发商

农产品零售商

农产品代理商

任务二 农产品促销策略

农产品促销是指农业生产经营者运用各种方式方法,传递产品信息,帮助与说服顾客购买本企业的产品,或使顾客对企业产生好感和信任,以激发消费者的购买欲望,促进消费者的消费行为,从而有利于扩大农产品的销售。农产品促销有广告推广、人员推销、关系营销、营业推广四种形式。在进行农产品营销的时候要把促销策略灵活运用,与顾客建立长期关系,培养一批忠诚的顾客群。

一、广告促销

1、广告的种类

通过媒体向用户和消费者传递有关商品和劳务信息,达到促进销售目的的一种促销手段。

报纸广告、杂志广告、广播广告、电视广告网络广告。

2、农产品广告策略

广告信息必须真实,但是手法可以艺术化。以下具体广告策略的分析都以此为基点。

(1) 质量证明

消费者不能直观地作出正确判断的时候,往往依靠外部因素来评价产品质量。我们可以通过展示获得的权威机构认证的证书来为产品质量证明,提供有力的说服证据。

(2) 情感广告

在广告中要多运用“家庭幸福”、“健康长寿”等概念,如银杏酒广告“常饮银杏酒,活到九十九”,因洋溢着对消费者的祝福和深情而更易于被人们所接受。

(3) 过程证明

通过展示产品生产环节的过程证明产品的质量,从而进行安全心理诉求。因为一个产品在终端销售之前的环节,消费者是看不到的,通过适当展示这些环节,可以增加消费者对产品的认识而增进信心。

二、营业推广

营业推广又称销售促进,是商家短期用各种方法刺激消费者,销售明显见效的一种促销方法。

1、对消费者的营业推广

赠品推广、快捷服务、免费品尝、活动竞赛等。

2、对组织用户的营业推广

农产品交易会、农产品拍卖会。



3、对推销员的营业推广

农户：折扣鼓励、配套优惠

龙头企业：奖金，提供免费旅游，提供培训学习机会，给予一定比例提成。

三、人员推销

企业通过派出销售人员与一个或一个以上可能成为购买者的人交谈，作口头陈述，以推销商品，促进和扩大销售。

除了人员推销、广告和公共关系之外的，在短期内用以刺激顾客或其他中间机构（如零售商）迅速和大量地购买某种特定产品或服务的活动。



农产品电子商务基础知识导学案

农产品电子商务基础知识导学案之一

一、教学专题	项目一 认识电子商务与网络营销			
学时	8	授课教师		第 1 次课
二、教学方法	行动导向教学、案例教学			
三、教学任务	任务一 了解电商巨头农村发展模式 任务二 认识电子商务 任务三 分析案例“探访偏僻富裕小村 村民身家千万”			
四、教学目标				
知识目标：认识电子商务；了解电子农村商务的商业形式；探索农村电子商务的主要模式；分析农村电子商务的发展趋势。 能力目标：通过本次任务的学习，能够认识电子商务发展业态；能够认识各大电商巨头是如何带动农村电商发展的；能够抓住机遇发展县域电商。 情感目标：通过本次任务的学习，激发学员创业热情，树立创业自信心，从“我不懂、我不行”到“我愿意尝试”的转变。				
五、教学重难点				
教学重点：农村电子商务的商业形式；电子商务的概念、本质；农村电子商务的主要模式。 教学难点：如何抓住各大电商巨头发展农村电商的机遇，结合所在区域的经济特点发展电子商务。				
六、教学实施过程				
教学环节	教师活动			
学情预见	本次课教学对象为年龄在 18-55 周岁的农村务农人员，文化程度普度较低，在教学过程中尽量避免使用专业术语，用学员能听得懂、感兴趣的语言进行教学；案例选用上，找学员身边的人和事进行分析，本次课就以清河农民创业成功的案例，激发大家的创业热情。			



课程导入	通过案例“清河农民电商创业”的视频及资料，让学员认识到电商创业并不是遥不可及的，自己经过培训也能掌握这项技能，从而提高学员的学习兴趣。引出问题： 1、什么是电子商务？ 2、您身边有哪些人在从事电子商务？以什么样的方式从事电子商务？ 3、您有没有想过利用自己周围的资源从事电子商务呢？ 引导学员思考，层层推进，进一步激发学员的学习兴趣。
讲授新课	通过师生互动，播放电商创业先行地域的图片和视频资料，引导学员思考“电商时代已经来临”，仅靠传统模式创业已经落伍了。通过进一步倾听学员在创业过程中遇到的技术难题，鼓励学员大胆说出来，全班进行讨论，教师指导找到解决的方法。
知识拓展	通过互联网调研农产品网络市场，探讨如何发展特色农业。
七、教学建议	农村电商人才缺乏，农民老龄化、农村服务业落后、农业主体引进人才难，加上宣传、培训力度不强，农民上网操作水平低。建议加强培训力度，多带学员去外面看一看，学习一些电商发展先进地区的经验。
八、教学跟踪服务	
通过建立微信群、QQ群、手机通信方式等与学员保持联系，及时解决他们在创业过程中出现的问题。	

导学内容

项目一 认识电子商务与网络营销

任务一 了解电商巨头农村发展模式

“农产品网上卖”的巨大市场空间吸引着各大电商巨头发挥各自优势，积极在农业领域大展拳脚，了解这些电商巨头的农村发展模式，利用其提供的信息平台，为农村电子商务的发展插上快速腾飞的翅膀。

一、京东帮服务店

“京东帮服务店”悄然落地乡镇，主要的职能是为县级城市及农村消费者提供家电配送、安装、维修、保养、置换等全套家电一站式服务解决方案。京东方面透露，其希望“京



东帮服务店”在三年内能拓展到千余家，试图从价格上给农村消费带去实惠。

二、农村淘宝

淘宝上线了一个二级频道——农村淘宝(cun.taobao.com)。农村淘宝从整体布局来看，比淘宝网较简洁和清晰，主要向农村用户提供农用商品、农资、农具。此外，农村淘宝也向用户提供服装、居家百货等品类的日常用品。

三、淘宝村

“淘宝村”是指大量网商聚集在某个村落，以淘宝为主要交易平台，以淘宝电商生态系统为依托，形成规模和协同效应的网络商业群聚现象。

四、苏宁易购

苏宁在 2015 年 11 月初启动的 O2O 购物节中，对其乡镇服务站进行了改造升级，让苏宁的乡镇服务站成为苏宁渗透农村电商的“毛细血管”，承担着部分销售、最后一公里送货、售后、代客下单等业务功能。

任务二 认识电子商务

一、电子商务的含义

电子商务可以理解为以“商务”为核心，以“电子”为手段，以交易为目的的一种商业模式。通过互联网平台完成商品的在线交易，辅以物流配送、仓储管理、在线支付、信用评价体系等等。

二、电子商务的特点

电子商务作为一种新的商业模式于 20 世纪最后的十年出现在我们的面前，与传统的贸易方式相比，电子商务可以轻松地为企业寻找到一个新的利润增长点，同一批产品可以采用不同的渠道来进行销售。

三、电子商务的主要模式

电子商务分为：B2B、B2C、C2C、O2O 等模式，为了简便直接用其谐音 B2B（“2”即“to”）。

四、电子商务的发展趋势

中国互联网产业，从无到有再到今天的繁荣，它不再是一个纯粹的新兴技术，已经渗透到了社会生活的方方面面，电子商务未来五年的发展形势表现在以下几个方面：

- 1、移动购物；
- 2、平台化；
- 3、电子商务将向三四五线城市及农村渗透；
- 4、物联网；



5、社交购物。

五、农村电商发展方向

- 1、网上农贸市场；
- 2、特色旅游；
- 3、特色经济；
- 4、数字农家乐；
- 5、招商引资。



农产品电子商务基础知识导学案之二

一、教学专题	项目二 熟悉农产品信息发布平台			
学时	8	授课教师		第 2 次课
二、教学方法	行动导向教学、案例教学			
三、教学任务	任务一 认识村淘与信息发布 任务二 熟悉中国惠农网供需信息发布流程 任务三 熟悉河北省电商服务平台 任务四 电商平台的选择及农产品经营知识 任务五 案例分析“河北平乡 10 万农民忙电商 网上挣钱奔小康”			
四、教学目标				
知识目标：了解河北省农村电子商务发展现状；掌握农村淘宝及信息发布流程；熟悉并能使用中国惠农网发布供需信息；了解河北省自己的电商服务平台，并能够发布供需信息。 能力目标：通过本次任务的学习，能够认识电子商务发布平台；能够在各大电商平台发布供需信息；能够抓住机遇，发展县域电商。 情感目标：通过本次任务的学习，进一步激发学员学习兴趣和创业热情，树立创业自信心，从“我不懂，我不行”到“我愿意尝试”的转变。				
五、教学重难点				
教学重点：农村电子商务的信息发布平台的认识与使用；能够合理地选择电商平台。 教学难点：如何根据产品特点选择电商平台及电商平台的个人信息认证；抓住各大电商巨头发展农村电商的机遇，结合所在区域的经济特点，发展电子商务。				
六、教学实施过程				
教学环节	教师活动			
学情预见	本次课教学对象为年龄在 18-55 周岁的农村务农人员，文化程度普度较低，在教学过程中尽量避免使用专业术语，用学员能听得懂、感兴趣的语言进行教学；案例选用上，找学员身边的人和事进行分析，本次课就以“河北平乡 10 万农民忙电商 网上挣钱奔小康”为案例，调动学员学习电商知识的兴趣。			
课程导入	情景导入：借助多媒体，采用图片展示、视频插播等形式，展			



	示近年来农村“蒜你狠”、“将你军”、农民丰产不丰收等现象，引起学员共鸣，进而提出问题：“电子商务在迈向农村、走入农户的最后一公里处遇到了困难，农民文化低、农村物流发展缓慢等因素制约了农村电子商务的发展。如何让网货下乡和农产品进城，实现双向流通，已成为农村发展电子商务面临的主要问题，迫切需要一种解决这种困境的方案和方法。本次课向学员介绍能够解决这种困境的方法。”激发学员的学习兴趣，从而导入新课。
讲授新课	通过案例“河北平乡 10 万农民忙电商 网上挣钱奔小康”的视频及资料，让学员认识到电商创业并不是遥不可及的，学员经过培训也能掌握这项技能，从而提高学员的学习兴趣。提出问题： 1、如何让世界知道我呢？ 2、信息化时代酒香也怕巷子深，如何让酒香飘出去呢？ 3、电商信息发布平台在生活中又是起到了什么样的作用呢？ 引导学员思考，层层推进，采用图片展示，视频插播、提问、讲解、边讲边练等方法激发兴趣，实现教学目标。通过师生互动，电商创业先行地域的图片和视频的播放，引导学员思考“电商时代已经来临”，靠传统模式创业已经落伍了。通过进一步倾听学员在创业过程中有哪些技术难题，鼓励学员大胆说出来，全班进行讨论，教师指导找到解决的方法。
知识拓展	调研所在地域有没有“农村淘宝”服务网点，农村淘宝合伙人是靠什么盈利的？
七、教学建议	农民学员对电子商务的认识不够到位，学员惧“网”和盲目“触网”同时存在，建议加大网络安全教育，正确引导学员在法律范围内利用网络。
八、教学跟踪服务	
通过建立微信群、QQ 群、手机通信方式与学员保持联系，及时解决他们在创业过程中出现的问题。	

导学内容

项目二 熟悉农产品信息发布平台

任务一 认识村淘与信息发

一、农村淘宝(cun.taobao.com)

为了服务农民、创新农业，让农村变得更美好，阿里巴巴集团希望和各地政府合作，通过农村淘宝项目，推出“千县万村计划”，计划在三至五年内投资 100 亿元，建立 1000 个县级运营中心和 10 万个村级服务站，普及村民对电子商务的认知和理解，突破信息、物流、金融的瓶颈，解决农村买难卖难问题，加快实现“网货下乡”和“农产品进城”的双向流通功能。

二、农村淘宝运营模式

用一个简单的实例来说明：比如某村民在屏幕上看中了一件 100 块的衣服，可以直接找到“农村淘宝”店主，让他帮该村民下单填地址。而村民收到货后，也不必急着付款，先穿了再说。如果觉得满意，那就去店里付款，如果不喜欢，也没问题，直接把衣服交给农村淘宝退货即可。

至于卖就更方便了，地里的板栗熟了，只要给店里来个电话，技术人员就会上门拍照议价，然后村民的土产品就上了淘宝网。得到订单后，发货即可。买家确认后，村民还可以选择现金或汇款两种方式收钱。

三、如何加盟农村淘宝？（千县万村加盟）

为了服务农民，创新农业，让农村变得更美好，阿里巴巴通过农村淘宝项目，推出“千县万村计划”，计划在三至五年内投资 100 亿元，建立 1000 个县级服务中心和 10 万个村级服务站。阿里巴巴集团通过与各地政府的深度合作，以电子商务平台为基础，通过搭建县、村两级服务网络，充分发挥电子商务优势，普及村民对电子商务的认知和理解，突破信息和物流的瓶颈，解决农村买难、卖难问题，实现“网货下乡”和“农产品进城”的双向流通功能，促进全县农村农副产品的销售和各产业协调快速发展。

四、农村淘宝村级服务站

为村民提供网上代购、网上代卖、服务民生等将成为农村淘宝村级服务站点主要运营内容。“村淘合伙人”不是简单的农村代购，还要能完成网上代卖、缴费、本地生活等服务，申请也有门槛。

五、淘宝农村合伙人招募

农村合伙人将分 6 步进行筛选：报名—培训—考试—面试—查看场地—试用，最后通过考核成为农村合伙人。成为“农村淘宝”合伙人后，阿里巴巴将为其提供电脑、电视、



店铺招牌，以及人才成长培训；农村合伙人负责做市场宣传推广，为村民做代购服务，获取佣金报酬。

任务二 熟悉中国惠农网供需信息发布流程

一、如何注册惠农网会员账号

想要进行产品发布、采购发布、采购报价就必须登录惠农网才可以，所以您就需要注册一个惠农网会员账号。

二、产品图片如何上传

任务三 熟悉河北省电商服务平台

一、河北省农村电子商务服务中心（<http://www.hbecsc.com>）

河北省农村电子商务服务中心，是河北省商务厅根据国家财政部和商务部的有关指示精神，会同河北省财政厅组织专家评审，并经厅长办公会研究确定成立的河北省农村电商公共服务机构和运营机构，隶属于省商务厅管理，以“开展公益性农村电商服务、为政府提供决策依据、构建农村电商服务体系，规范指导县级政府开展电商工作等”为主要业务。

二、河北农业信息网（<http://old.heagri.gov.cn/hbagri/>）

河北农业信息网为您提供大量河北农业信息，您可以免费查询农、林、牧、渔等产品信息，是免费的农产品信息发布、交流平台。致力于为河北的农民朋友解决农产品销售难的问题，架起农产品供需双方的桥梁，做最好的河北农业网站。

任务四 电商平台的选择及农产品经营知识

一、选择好网上电子商务贸易平台

在网上开店首先需要一个电子商务贸易平台，目前的电子商务贸易平台基本上可以分成两种，一种是公共性贸易平台（如易趣、淘宝、阿里巴巴等），另一种就是私人贸易平台（如个人创建或借助网商创建的贸易信息网站网页）。

二、注册网店

以淘宝网注册网络商店为例。进入淘宝网主页后，要注意仔细阅读服务条款，根据网络提示和要求注册商店，注册成功后需要通过实名认证才能销售农产品，一般要实名认证，需要用身份证和手机号码到银行开卡和验证，这个过程比较简单，通过验证后，网店就注册完成了。

三、网店上农产品图片须知

要让顾客了解你的产品，提供高质量的产品图片是很重要的，如果能够在网上找到现成的、画面质量较高的农家产品图片当然好；如果不能找到理想的图片，也可以自己拍摄，再经专业处理后放到自己的网店里。

四、添加农产品描述

将农产品的产地、名称、重量、保质期限、卫生许可证、产品认证等基本特征详细地传达给顾客，尤其要突出农家产品的特色，除此之外还应该有联系方式、邮购方式、价格、运费、支付方式、质量担保等相关说明。

五、网上农产品店注意事项

- 1、准备好不同银行的卡等买家汇款；
- 2、多检查你的农产品介绍有没有错别字；
- 3、及时、耐心地解答客户的咨询；
- 4、寻找服务态度好、送货速度快的送货公司；
- 5、做一个守法网商，遵守国家的法规政策。



农产品电子商务基础知识导学案之三

一、教学专题	项目三 网络安全与防范			
学时	8	授课教师		第 3 次课
二、教学方法	行动导向教学、案例教学			
三、教学任务	任务一 认识网络安全的重要性 任务二 防治计算机病毒与木马程序 任务三 提高淘宝与支付宝账户安全等级 任务四 识别与防范常见骗术 任务五 加强自身修炼，提高安全观念 任务六 案例分析“‘我’是怎样被骗的”			
四、教学目标				
知识目标：通过本次课的学习能够认识网络安全的重要性；学会如何防治计算机病毒与木马程序；掌握如何操作提高淘宝与支付宝账户安全等级。 能力目标：通过本次任务的学习，能够识别与防范常见骗术；能够加强自身修炼，提高安全观念。 情感目标：通过本次任务的学习，让学员树立安全防范的意识，能够认识到网络 and 现实生活一样，不是阳春白雪，也有暗河涌动。不仅要有防范意识，还要有法律规范意识，不是看不到就不存在，不去触碰法律的红线。				
五、教学重难点				
教学重点：认识网络安全的重要性；学会如何防治计算机病毒与木马程序；掌握如何操作提高淘宝与支付宝账户安全等级。 教学难点：如何操作提高淘宝与支付宝账户安全等级；能够识别与防范常见骗术；能够加强自身修炼，提高安全观念。				
六、教学实施过程				
教学环节	教师活动			
学情预见	本次课教学对象为年龄在 18-55 周岁的农村务农人员，文化程度普度较低，在教学过程中尽量避免使用专业术语，用学员能听得懂、感兴趣的语言进行教学；案例选用上，找学员身边的人和事进行分析，本次课就以“‘我’是怎样被骗的”带领学员认识网络安全。			

课程导入	情景导入： 借助多媒体，采用图片展示、视频插播等形式，展示最近在网络上发生的一些网络诈骗案例，受骗者因为知识匮乏，意识缺失，造成严重的损失。让学员谈谈自己曾经被骗的经历，引起学员的广泛的共鸣。因此，必须增强自身修炼，树立安全意识，提高专业知识，安全使用网络，才能识破骗局。
讲授新课	通过案例“‘我’是怎样被骗的”的视频及资料，采用图片展示、视频插播、提问、讲解、边讲边练等方法，激发兴趣，实现教学目标。通过师生互动，指导学员动手安装杀毒软件，安全控件等操作，设置信息防火墙，进一步科学掌握网络安全操作流程，达到正确理智使用网络的目的。通过进一步倾听学员在创业过程中有哪些技术难题，鼓励学员大胆说出来，全班进行讨论，教师指导找到解决的方法。
知识拓展	讨论调研如何打造行走网络的“火眼金睛”？
七、教学建议	农村网络安全的基础还很薄弱，需要大量的人才，建议创办农村青年电商创业孵化基地，引导农业主体、返乡青年、大学生“村官”、转业转岗农民开展电商创业。
八、教学跟踪服务	
通过建立微信群、QQ 群、手机通信方式与学员保持联系，及时解决他们在创业过程中出现的问题。	

导学内容

项目三 网络安全与防范

任务一 认识网络安全的重要性

由于农村地区特殊的经济、文化背景和地理环境，全国多地先后形成了以特定地区为核心的网络犯罪集中地。例如我国某地已经形成木马制作、销售、诈骗、洗钱一条龙的黑客产业链，影响恶劣。让网络安全意识深入人心，就需要将其作为网络强国建设的基础工程，突出培养“三种意识”。

一、网络安全意识

让“没有网络安全就没有国家安全”的意识深入人心，让“网络信息人人共享、网络安全人人有责”的意识落地生根，这是举行国家网络安全宣传周的目的所在。我们既要学



会用老百姓听得懂的语言讲述网络安全风险，也要善于用群众看得清的實力化解网络安全风险，让网络安全的成果真正惠及你我他。

二、网络文化意识

互通互联的网络空间，每一条网线都是网上“新丝路”，每一个声音都是网上“驼铃声”。网络空间为我们提供了宣扬中华文化，借鉴世界文明前所未有的新平台，但同时，网上意识形态斗争也日趋激烈，急需树立正确的网络文化意识。

三、网络法制意识

让网络空间晴朗起来，不仅要大力宣传上网、用网行为规范，引导人们增强法治意识，做到依法办网、依法上网，更要利用法律武器，塑造国际网络秩序。为此，必须尽快完善网络空间法制体系，让国家网络空间治理走向法制化的快车道，让人人成为网络秩序的维护者，让国家网络治理成为世界网络治理的典范。

任务二 防治计算机病毒与木马

一、计算机病毒与木马的危害

近几年，电脑病毒异常活跃，木马、蠕虫等轮番攻击互联网。从早期的熊猫烧香、灰鸽子到艾妮、AV 终结者再到近期的呜呜祖拉、支付宝大盗，重大恶性病毒频繁发作，危害程度也在逐步加强，互联网安全面临的威胁更加严峻，其中木马威胁占 68% 以上。

二、预防与查杀计算机病毒与木马

预防与查杀计算机病毒与木马常采取的措施：

- 1、安装杀毒软件，开启防火墙并及时升级。杀毒软件和防火墙可以有效地对病毒、木马进行预防与查杀。
- 2、及时对系统进行安全扫描，安装系统补丁，修补操作系统和应用软件漏洞。
- 3、不要打开来路不明的邮件附件，也不要执行从 Internet 下载后未经病毒扫描的软件或者访问可疑的网页。
- 4、对于移动硬盘、U 盘等，需要先进行病毒扫描后再打开。同时，禁用 U 盘的自动播放功能。事实上，局域网内的第一台受感染的电脑往往是通过这些渠道感染病毒的。
- 5、尽量关闭不需要的文件共享及系统共享。
- 6、强制执行密码策略。检查本机所使用的账户，删除不需要的账户。对于必需的账户使用复杂的密码，不要使用与他人相同的密码。
- 7、对于已经受到感染，并确认是感染源的电脑，有必要把他从网络中隔离，以防止其进一步感染其他电脑。进行杀毒以后，再放到局域网中。
- 8、对于一些比较重要的电脑，有必要经常做一些维护工作。例如定期检查服务、进程、注册表中是否有可疑项，并关闭或删除不需要的服务或者启动项。默认情况下，许多

操作系统会安装不常用的辅助服务,如 FTP 客户端、Telnet 和 Web 服务器。这些服务为攻击提供了方便之门。如果删除他们,就减少了蠕虫用于攻击的途径,并且在补丁程序更新时也减少了需要维护的服务。

9、针对主机和关键的应用系统,提供深层次的保护。例如主机入侵检测和关键系统的实时防护。

10、对重要的数据进行备份,以便发生数据损坏时能够恢复。

任务三 提高淘宝与支付宝账户安全等级

刚注册成功的淘宝账户与支付宝账户安全等级是非常低的,我们应该采取各种措施来提高它们的安全等级。

一、升级淘宝账户安全服务

1、设置安全保护问题

通过设置安全保护问题可以保护你的密码安全,防止密码被随意修改,使用回答安全保护问题来找回密码,申请证书,同时也是关键操作的验证方式之一。安全保护问题将作为你通用的身份校验,一定要个性化设置,不要很容易被人猜出答案。

2、淘宝账户绑定手机

淘宝账户绑定手机后,可享受淘宝丰富的手机服务,如手机登录、手机找回密码、开通手机动态密码等功能。

二、使用支付宝账户安全服务与产品

支付宝拥有实名认证、安全保护问题、安全证书、手机动态口令、系统消息定制等安全产品。登录支付宝账户后你可以查看此账户已拥有和适合你账户的安全产品,还可以体验支付宝为你量身定制的安全策略。

1、更改密码

支付宝账户有两个密码,分别是登录密码和支付密码。登录密码和支付密码一定要分别设置,不能为了方便设置成同一个密码,这是不安全的。

2、手机动态口令

手机动态口令是支付宝提供的免费增值服务,是基于手机绑定的更高级别的安全保护产品。你申请手机动态口令服务后,修改支付宝账户关键信息或交易时,如超过预设额度,将需要增加手机短信校验这一步骤,以提高客户支付宝账户及交易的安全性。

3、支付宝其他安全服务与产品



任务四 识别与防范常见骗术

一、使用木马盗取用户密码

1、骗术揭密

钱已经打到支付宝，为什么卖家一直坚称没有收到钱呢？

2、防骗支招

(1) 天下没免费的午餐，低于正常价格的商品要注意，不要贪图便宜，不打开陌生人发送的文件和链接。

(2) 安装杀毒软件和防火墙，及时更新操作系统漏洞和第三方软件，避免病毒通过软件漏洞入侵电脑。

(3) 付款的时候一定要看清收款方的名字。当提示付款失败的时候要提高警惕了，先看下自己账户的钱有没有少。

(4) 马上下载安装淘宝网专版最为安全的傲游浏览器。

二、使用截图或邮件冒充“买家已付款”

1、骗术揭密

只看到截图或邮件就不去检查交易状态直接发货，发货以后才发现上当了！

2、防骗支招

骗子发来“买家已付款”的截图或邮件，这个招数比较老套了，这个所谓的“买家已付款”不过是骗子提前用 Photoshop 处理好的图片，许多新手往往忽略，

一定要认真查看已卖宝贝的交易状态！

三、三角骗术（或类似 ID）

1、骗术揭密

一般多出现在点卡类买家，此类骗术比较隐蔽，甚至钻石卖家也会上当！

2、防骗支招

无论对方如何催促，你先关闭与 A 的旺旺对话框，进入“等待发货”页面，单击买家旺旺打开聊天窗口，马上单击旺旺窗口上面的“历史纪录”，就可以看到这个拍下商品的 B 是否与你有关交谈记录，也就可以确认这个拍下商品的 B 和与你聊天的 A 是不是同一个 ID。

四、汇款骗术

1、骗术揭密

通过旺旺询问卖家银行卡号，声称直接通过银行付款，卖家登陆不了银行账户（此时骗子已经登陆过 N 次导致当日登陆限制），然后发给卖家一张银行汇款截图，让其发货，粗心的卖家以为真的汇进了自己的账户，导致受骗。

2、防骗支招

坚持使用支付宝交易，做到款到发货。将自己银行卡设置成个性化用户名登陆！（就是非银行卡账号登陆，用自己设置的用户名才能登陆。）

五、利用同城交易骗取钱款

1、骗术揭密

骗子先用支付宝付款，然后提出和卖家见面交易。当你在同城交易，将货交给他后，买家立刻申请退款，理由是“没有收到货”，这时卖家无法向淘宝提交发货凭证，骗子得以行骗成功。

2、防骗支招

对付这种买家骗子的最佳方法就是在同城交易时，一定要对方写下收据。

任务五 加强自身修炼，提高安全观念

一、确保账号和密码的安全

要注意账号和密码的安全，首先要弄清楚账号和密码是如何被盗的，这样才能做到知己知彼，防患于未然。

1、了解账号和密码如何被盗

当前黑客主要是通过以下三种途径盗取账号和密码：

- （1）比较原始的窃密技术是暴力破解，也叫密码穷举；
- （2）设置木马程序盗号；
- （3）软键盘输入使得使用击键记录技术的木马失去了作用。

2、密码设置的注意事项

（1）密码最好是数字加上字母以及符号的组合，设法设置便于记忆的长密码，如单词或短语。

（2）请不要使用与其他的在线服务，比如易趣、QQ、MSN、Yahoo 或网上银行等一样的密码。

（3）不要在任何时候以任何方式向别人泄露自己的密码和手机验证码。

3、输入密码的一些有用技巧

- （1）输入密码时建议用复制+粘贴的方式；
- （2）混乱输入密码；
- （3）通过软键盘输入密码。

二、清除上网记录

网友的浏览记录、登录各大购物网站时的登录名和密码，都会被浏览器一一记录下来，



以便下次更快使用。可如果是在网吧这类公共场所或使用别人的电脑时，就要小心了，这些浏览记录随时可能泄露你的个人信息。因此，应当选择隐私模式，做到上网无痕。每次上网尽量做到不留痕迹，登录网站后及时清除 Cookie 和密码等。

1、清空 Internet 临时文件夹

别人查看“Internet 临时文件夹”下的图片、Flash 等文件便能大体知道你曾到过的网站。

2、删除 Cookies

Cookie（俗称“小甜饼”）也可能是泄密的一个“罪魁祸首”，在“常规”标签中单击“删除 Cookies”按钮，在弹出窗口后单击“确定”按钮，可删除它们。

3、消除访问网页的历史记录

IE 会将最近三周的访问历史记下，要“踏网无痕”可得清除它们，可在“常规”标签下单击“清除历史纪录”按钮。

4、清除 IE 记住的表单、网址、用户名和密码

当访问网站时，一些网页会要求输入信息，例如，搜索时会要求输入搜索内容、登录邮箱则要填用户名、密码，这些东西会被 IE 自动记录。

三、其他安全注意事项

1、提高安全观念

从真正意义上来讲，还没有一种系统或者软件可以称得上能达到百分之百的安全可靠，可还是有许多在线买卖双方对安全抱着无所谓的态度。很自信地认为自己的电脑中安装了什么加密软件或是防火墙，相信无人能攻得进来。其实这样的想法是错误的，应该尽早做好安全防范的多项准备工作才好。

2、如果你是虚拟新手卖家，第一笔生意如果是大订单，不要接，除非特殊情况外，凡叫你手动帮他充值且要求多充的一律不接，并且告诉他，我们是自动充值的。

3、这是针对买家的。人们往往都是在贪小便宜时吃大亏的。所以，不要有贪小便宜的心态，骗子就是利用买家这一心理下手的。一些充值送话费，真假说不准，如果有卡密，不要把卡密发给别人，即使他说要帮你代充，因为卡密给别人知道了，用一次就报废了，所以不要輕易地给别人。

4、不接陌生人的莫名文件，即使是卖家的，如果是宝贝图片就叫他截图，或用视频，因为骗子会把挂木马的文件传给你接收。不要打开不安全的链接，即在网址链接前面有个问号，还有格式是“亲，宝贝拍不下来，然后一个网址链接 http://*****”即使是打钩的也不要点。即使点了，出现要输账号密码的，也不要输，因为这是钓鱼网站。即便是网银，他给你的链接只要是要输账号密码都不输，要输就在真正的网银或淘宝网上输入。

5、如果有两个相似 ID，一个和你交流，一个没问就拍你的宝贝，为了区别他们，先

关掉所有聊天框，再到卖出宝贝页面加买宝贝的买家为好友，这样，等会发货时才好识别。

6、坚持用支付宝付款，如果用网银支付，而你又上不了网银查账，那就要小心，骗子已经用假密码登陆多次，导致你无法登陆查账。坚持用旺旺交流，旺旺记录是淘宝处理纠纷的惟一证据，如用别的通讯工具需谨慎。

7、支付宝及淘宝工作人员绝对不会向你索要你的账户密码等私人信息，不要将账户信息告知他人。淘宝客服电话：0571-88157858（卖家），0571-88158198（买家）。记住，自己找客服。客服找你并有意偏袒买家的，大多都是假客服，如果不放心，可以亲自打电话询问客服。

8、网店买卖双方会经常利用网络工具交流沟通，但要注意交流限制，不可轻信任何人并透露自己的姓名、性别、职业、住址和其他信息等。

9、个人的证件图片以及数字证书勿放在网络空间（如邮箱）中。

10、在登录账户时不要选择保存密码和自动登录。



农产品电子商务操作技能导学案

农产品电子商务操作技能导学案之一

一、教学专题	项目四 农产品拍摄技术			
学时	8	授课教师		第 4 次课
二、教学方法	行动导向教学、案例教学			
三、教学任务	任务一 了解基本的拍摄技术 任务二 掌握农产品拍摄技巧 任务三 如何拍摄主图 任务四 如何制作主图 任务五 商品图片的高级美化技术 任务六 案例赏析“具有视觉秒杀力的摄影作品赏析”			
四、教学目标				
知识目标：通过本次课的学习了解基本的拍摄技术，及农产品拍摄时的布光方式掌握农产品商品的构图方式，掌握农产品商品图片的美化 能力目标：通过本次任务的学习，能够拍摄出突出商品卖点的商品图片，能够合理的美化，修饰图片，吸引消费者的注意，达到商品推广的目的。 情感目标：通过本次任务的学习，进一步激发学员学习兴趣和创业热情，树立创业自信心，勇于尝试，敢于动手的目的。				
五、教学重难点				
教学重点：掌握农产品拍摄技巧，如何拍摄主图，如何制作主图 教学难点：如何根据产品特点对商品图片的进行高级美化，加工				
六、教学实施过程				
教学环节	教师活动			
学情预见	本次课教学对象为年龄在 18-55 周岁的农村务农人员，文化程度普度较低，在教学过程中尽量避免使用专业术语，用老百姓能听得懂，感兴趣的语言进行教学；案例选用上，找大家身边的人和事进行分析。			

课程导入	情景导入：借助多媒体，采用图片展示，视频插播、展示淘宝等电商平台吸引消费者眼球，点击量高的农产品图片，引导学员分析讨论，什么样的图片更能引起消费者的注意。从而激发学员的学习兴趣，导入新课。
讲授新课	通过案例赏析“具有视觉秒杀力的摄影作品赏析”的视频及资料，让学员认识到电商平台创业好图胜千言的道理。 准备一些农产品如苹果，青椒等，让学员用手机拍摄，通过分析学员的拍摄照片，详解本次课的重难点。 用相机拍摄出的产品文件很大，有时不小心拍到了一些杂的背景，拍摄完后是不能马上上传的，还必须经过后期处理，今天我们就一起研究一下如何将拍摄出来的商品图片进行美化和后期处理。另外对于网上图片大小要求也比较高，大图片打的慢，小图片快，所以我们一定要把图片进行大小处理。通过进一步倾听学员在创业过程中有哪些技术难题，鼓励学员大胆说出来，全班进行讨论，老师指导找到解决的方法。
知识拓展	调研淘宝网等电商平台，农产品图片拍摄的摆放，场景，怎样的图片是让人信任的？
七、教学建议	拍摄技巧不是一两次课就能提高的，所以要注意积累。图片处理也需要多练习，只有在实际练习和商品实际发布需要的训练中才能提高。
八、教学跟踪服务	
通过建立微信群，QQ群，手机通信方式与学员保持联系，及时解决他们在创业过程中出现的问题。	

导学内容

项目四 农产品拍摄技术

产品好不好，“图”很重要，众所周知，我国是农业大国，农产品种类繁多，所以想要将农产品拍摄好不是易事。本次课内容分享拍摄的案例主要以水果、蔬菜为主。

任务一 了解基本的拍摄技术

一、拍摄环境的选择

图片是商品的灵魂，一张漂亮的商品照片可以直接刺激顾客的视觉感官，让他们产生



了解的兴趣和购买的欲望，而一张成功的商品照片又与拍摄时的环境选择和布置密不可分。

1、拍摄小件商品的环境选择

一般来说，拍摄小件商品，放到房间窗户边有自然光的地方就可以了。

2、拍摄大件商品的环境选择

拍摄大件商品可以选在一个空旷的场地，室内室外都可以，在室内拍摄时要尽量选择整洁和单色的背景，照片里不宜出现其他不相关的物体和内容，除非是为了衬托商品而使用的参照物或配饰。

二、拍摄时的布光方式

拍摄静止的物体是一种造型行为，布光是让塑造的形象更具有表现力的关键。

1、室内拍摄常见的布光方式

有正面两侧布光、两侧 45 度角的不均衡布光、前后交叉布光、后方布光等布光方式。

2、吸光体、反光体、透明体的布光方式

由于要拍摄的商品在结构、质地和表面肌理上各不相同，所以吸收光和反射光的能力也不同，因此，根据不同商品表面质感对光线作出的反映，可以将它们大致分为吸光体、反光体和透明体这三种类型，针对不同类型的商品有不同的布光方式。

任务二 掌握农产品拍摄技巧

一、农产品拍摄技巧一：背景的选择

无论我们拍摄什么样的图片，在拍摄的时候一定要提醒自己：

- 1、自己将要拍什么；
- 2、自己想要表达什么；
- 3、主题一定要突出，让人一目了然。

二、农产品拍摄技巧二：创意、想法、idea

很多时候，我们的产品跟其他商家的产品其实都是一样的，这样就导致我们的产品图很多的雷同，没有新意，客户浏览的时候就抓不住他们的兴趣点。

三、农产品拍摄技巧三：搭配

有时候我们在拍摄产品的时候会发现产品很单一，全图没有亮点，最终吸引不了客户的眼球，这个时候不妨尝试一下搭配的技巧。

任务三 如何拍摄主图

消费者搜索你的商品时，第一眼看到的的就是主图，主图是你无声的推广员，常言道好图胜千言，优化主图的目的就是为了吸引消费者的眼球，让消费者点击图片进入店铺，从而引入流量提高销量。如何吸引眼球呢？可以总结以下三点：图片清晰、突出产品、突出卖点。

任务四 如何制作主图

主图在拍摄的过程中受技术因素、环境因素、硬件条件等影响，难免会有一些不尽人意的地方，那么后期修图就显得尤为重要。本次任务就以美图秀秀为例，教会你制作出一张美美的符合主图设计三原则的主图作品来。

- 1、打开美图秀秀软件；
- 2、调整好后点击拼图—自由拼图；
- 3、点击添加多张图片；
- 4、确定后点击文字输入—在文字编辑框中输入你需要的文字；
- 5、改变文字颜色和添加白色描边；
- 6、调整完后点击保存。

任务五 商品图片的高级美化技术

美图秀秀因其操作简单，容易上手，深受广大初学者的喜爱。但是对于一些较为复杂的图片，或者对图片有较高的要求时，就显得力不从心了，专业的 Photoshop 软件能够满足对图片更高层次的处理需求，Photoshop 按照操作步骤也只需几步你就能得到一张商品展示效果更上一层的美图。



农产品电子商务操作技能导学案之二

一、教学专题	项目五 如何通过村淘渠道发布商品——网上店铺的建立			
学时	8	授课教师		第 5 次课
二、教学方法	行动导向教学、案例教学			
三、教学任务	任务一 注册成为淘宝会员 任务二 开通支付宝账户 任务三 进行支付宝实名认证 任务四 完成淘宝开店认证 任务五 开通店铺 任务六 案例赏析：王小帮淘宝创业卖土货 从月赚 5000 到年售百万			
四、教学目标				
知识目标：通过本次课的学习了解村淘商品的发布前提是在淘宝开通店铺。掌握淘宝开店流程，掌握支付宝的实名认证方式。 能力目标：通过本次任务的学习，学员能够通过行业背景，在调研与分析的基础上，依据网店商品销售类别进行正确决策。 情感目标：通过本次任务的学习，提高学员的专业素质和学习兴趣，培养学员动手实践和思考问题的能力，进一步激发学员学习兴趣和创业热情，树立创业自信心。				
五、教学重难点				
教学重点：网店定位，卖给谁，卖什么；网店的开店流程。 教学难点：网络用户群体特征分析；网购零售交易市场规模及增长率分析。				
六、教学实施过程				
教学环节	教师活动			
学情预见	本次课教学对象为年龄在 18-55 周岁的农村务农人员，文化程度普度较低，在教学过程中尽量避免使用专业术语，用学员能听得懂、感兴趣的语言进行教学；案例选用上，找大家身边的人和事进行分析。本次课以“王小帮淘宝创业卖土货 从月赚 5000 到年售百万”为例。			
课程导入	情景导入：借助多媒体，采用图片展示、视频插播展示王小帮淘宝店铺，让学员认识淘宝店铺及盈利模式，导入新课。			

讲授新课	通过案例赏析“王小帮淘宝创业卖土货 从月赚 5000 到年售百万”的视频及资料，引发学员思考： 1、资金：要开一家店，你的资金能够承载的网店类型。 2、资源：你有多少时间来打理网店（全职/兼职）；你可预见多大的团队；你有靠谱的货源渠道与相应的资质；你是否注册了自己的企业。 3、网络用户群体特征分析：针对国内还是针对老外。有钱、有人、有资质、有靠谱货源，开 B 店；钱不多，就自己一个，开 C 店。 4、卖什么：网购零售交易市场规模及增长率分析。 5、卖哪种：通过对进货渠道优势、兴趣爱好特点、地域特点、预期成本及利润、自身特点等情况进行分析，最终确定互联网创业模式。 通过进一步倾听学员在创业过程中遇到的技术难题，鼓励学员交流，全班进行讨论，教师指导找到解决的方法。
知识拓展	调研淘宝网等电商平台，进一步了解淘宝开店工具，货源渠道，每个渠道各自的优缺点。
七、教学建议	（一）在学员的店铺建设运营中的问题 1、商品价格安排地不合理 网店少了实体店很多成本，所以价格应低于实体店的价格，但同时要保证店铺盈利。 2、商品的照片存在问题 图片有的长短不一、有的灰暗阴沉、有的背景杂乱、有的仅此一张没有其它细节介绍、 3、商品“功能”文字介绍过于敷衍 （二）改进措施 1、合理的安排价格 2、做好图片的美化工作 3、商品功能介绍部分详细化。 4、注意店铺的装饰和布置，需要我们发挥想象和审美能力，体现店主的专业、诚信，突出店铺的优质服务。 5、不断学习与商品相关的专业知识。开店的同时首先熟悉产品的种类、特点，专业的服务会让顾客亲身感受到产品的品位，感受到购买商品的快乐。



八、教学跟踪服务

通过建立微信群、QQ 群、手机通信方式与学员保持联系，及时解决他们在创业过程中出现的问题。

导学内容

项目五 如何通过村淘渠道发布商品 ——网上店铺的建立

随着中国农村市场需求的不断增加，阿里巴巴农村淘宝服务站站点也逐渐覆盖到各村各县。截至目前为止，农村淘宝已经深入 300 万农村家庭，惠及 1200 万农民。与此同时，也有很多在外务工人员，逐渐意识到农村淘宝将会成为一个创业发家致富的机遇，于是纷纷返回家乡开始参与农村淘宝活动。那么怎么样在村淘渠道发布商品呢？

任务一 注册成为淘宝会员

要想在淘宝网上开店，首先要注册成为淘宝会员。

任务二 开通支付宝账户

支付宝是淘宝交易中的资金流动平台，在淘宝网上的所有商务活动都是需要通过它来进行协商和管理的。买家看中商品后，把钱打到支付宝，然后淘宝会通知卖家发货，买家收到货后会通知淘宝，淘宝再把钱转给卖家，用支付宝进行交易，用户就可以更放心地在网络中进行商务活动。支付宝以其在电子商务支付领域中先进的技术、风险管理与控制等能力赢得银行等合作伙伴的认可，目前支付宝已经和国内的中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、招商银行、交通银行等各大商业银行以及中国邮政、VISA 国际组织等各大机构建立了战略合作关系，成为金融机构在网上支付领域中极为信任的合作伙伴。

任务三 进行支付宝实名认证

“支付宝实名认证”服务是由支付宝（中国）网络技术有限公司提供的一项身份识别服务。支付宝实名认证同时核实会员身份信息和银行账户信息。通过支付宝实名认证后，相当于拥有了一张互联网身份证，可以在淘宝网等众多电子商务网站开店、出售商品，增加支付宝账户拥有者的信用度。

任务四 完成淘宝开店认证

淘宝开店认证是淘宝对于卖家提供的一项身份识别服务。淘宝开店认证需要卖家上传手持身份证与头部合影照、身份证反面照、本人半身照三张照片来完成。在这其中需要注意的是照片需原始照片，不能使用任何软件编辑修改，图片清晰，字体和头像可辨认，身份证证件号码完整，清晰。其次，在拍摄过程中照片需要同一场景，着装与背景统一。

任务五 开通店铺

一、店铺命名原则

店铺的命名很重要，一个好的店名往往会给人好的联想。有特色的名字更能让别人注意你、记住你。怎样才算是特色，这就见仁见智了，比较忌讳的是超长的英文名或者完全没有意义的一串数字，这些不易让人记住。在申请开通店铺前，我们先来学习一下店铺的命名原则，给小店取名一般要遵循以下几个原则：

- 1、易记、易读原则；
- 2、暗示店铺经营商品属性原则；
- 3、启发店铺联想原则。

二、申请开通店铺

在通过个人实名认证和安装了数字证书后，我们就可以去申请开通自己的淘宝店铺了。以个人名义注册的会员可以申请个人店铺，以公司名义注册的用户可以申请企业店铺。个人店铺与企业店铺虽然名称不同，但是在操作步骤方面都是大同小异。



农产品电子商务操作技能导学案之三

一、教学专题	项目六 农产品的网上推广与营销策略			
学时	8	授课教师		第 6 次课
二、教学方法	行动导向教学、案例教学			
三、教学任务	任务一 认识农产品的营销策略 任务二 学习借鉴农产品电商经营成功的案例 任务三 如何在电商平台推广农产品 任务四 微营销——增加产品知名度 任务五 H5 营销推广，让农产品火一把 任务六 案例赏析“怎样把普通大米卖得‘高端大气’？”			
四、教学目标				
知识目标：通过本次课的学习，了解农产品常用的推广方法，通过制定营销推广计划，合理使用推广方案，节约推广成本，学会微营销和 H5 的制作。 能力目标：通过本次任务的学习，学员能够结合产品特点制定营销推广计划。 情感目标：通过本次任务的学习，提高学员的专业素质和学习兴趣，培养学员动手实践和思考问题的能力，进一步激发学员学习兴趣和创业热情，树立创业自信心。				
五、教学重难点				
教学重点：h5 的制作，营销策略的综合运用。 教学难点：营销策略的综合运用。				
六、教学实施过程				
教学环节	教师活动			
学情预见	本次课教学对象为年龄在 18-55 周岁的农村务农人员，文化程度普度较低，在教学过程中尽量避免使用专业术语，用学员能听得懂、感兴趣的语言进行教学；案例选用上，找大家身边的人和事进行分析。本次课以“怎样把普通大米卖得‘高端大气’”为例。			
课程导入	情景导入：借助多媒体，采用图片展示、视频插播展示怎样把普通大米卖得“高端大气”，让学员认识到营销策略能够带来很大的收益，同样的产品通过合理推广，就能产生不同的效益。			

讲授新课	通过案例赏析“怎样把普通大米卖得‘高端大气售百万’”的视频及资料，引发学员思考： 1、农产品怎样卖？ 2、怎样包装使自己的产品收益更高？ 3、消费者的需求是什么？能不能找到消费者的需求点？ 4、如何使我的产品让别人都知道。通过销售货渠道优势、营销策略分析，最终确定互联网创业模式。 通过进一步倾听学员在创业过程中有哪些技术难题，鼓励学员大胆说出来，全班进行讨论，教师指导找到解决的方法。
知识拓展	调研淘宝网等电商平台，进一步了解有哪些电商推广平台和推广模式。
七、教学建议	学员初步形成了营销策略意识和营销观念，在以后的营销推广中要遵循以下几点： 1、网店推广要敢于投入，敢于赔本 没有付出就不可能有收获，天上不会掉馅饼的。新手卖家初期要打开市场，必须要敢于投入，不怕亏本，这些都是必须付出的一部分，那种期待买家自动找上门来的想法是天真和不现实的。 2、推广你自己 网店推广的最低境界是推广店铺和商品，最高境界是推广自己。 网上交易，最大的瓶颈是什么？是诚信！一个诚信的、充满人格魅力的店主，是最终的决定因素，也是留住回头客的关键。 3、网店推广，贵在创新和策略 有了创新的思维再加上正确的推广方法，相信你很快会用勤劳的双手，打开局面。
八、教学跟踪服务	
通过建立微信群、QQ 群、手机通信方式与学员保持联系，及时解决他们在创业过程中出现的问题。	



导学内容

项目六 农产品的网上推广与营销策略

在传统农业营销模式中,鲜活的农产品从田间地头到市民餐桌,要经过多级渠道运转,这其中产生了人工、运输、存储等多项附加费用,导致流通过程中始终存在“生产者没有获得多少收益,而消费者支出居高不下”的现象。而通过互联网销售产品,可以实现买家与生产方的直接对话,不仅可以减少中间环节,降低附加费用,同时也可以直接反应市场需求,实现产销信息的对称。

任务一 认识农产品的营销策略

一、创造深度的服务模式

销售农产品也要做服务。因为通过服务,农产品的价值才能进一步放大,获得高端消费者认同。

二、走品牌化道路

在同质化产品的竞争当中脱颖而出,最有效的方法就是走品牌化道路,在互联网中的品牌化运作,则涉及到产品包装、企业形象包装以及在互联网中推广渠道与方式。

三、运用现代营销工具推广

- 1、微信、微博、博客等社交媒体驱动;
- 2、通过电商平台预售农产品;
- 3、走品牌化道路进行农产品众筹;
- 4、产品放入其他地域的农产品电商平台销售。

任务二 学习借鉴农产品电商经营成功的案例

一、微信直销草鸡蛋,线上交易线下送达

在办公室做了4年文员的尤达,2013年毅然辞职回到老家承包一片山地,养起草鸡。此前,尤达的姐姐一直从事草鸡蛋销售工作,通过农业合作社收养殖户的鸡蛋,再卖给消费者,但“二传手”不但增加了鸡蛋销售成本,而且没有稳定的蛋源供应,于是尤达和姐姐共同投资建起养殖场。一方面姐姐负责老渠道销售,另一方面尤达负责微信、微博直销的新渠道开发。

二、“水果哥”凭借微信月入4万

许熠是石家庄经济学院的一名大学生,过去3个月里,他和他的微信水果店“优鲜果妮”在石经院火了一把。作为一名大学生,许熠的创业灵感来源于为女友送早餐的偶然经历。“石经院共有学生1.7万名,其中女生6000多名。”许熠强调:女生几乎每天都要吃水

果，如果按每个女生一个月 50 元消费来估算，微信卖水果大有赚头。

三、微信卖粟米，三个月进账 200 万

2013 年 12 月 1 日，上海国际马拉松现场一只“愤怒的小鸟”吸引了众多眼球，这只“小鸟”的真身是在微信上卖粟米卖火了的富军。富军在 2013 年和老婆开玩笑说要卖米，之后开始向微信好友赠送大米，为他的米营销创造基础口碑。

任务三 如何在电商平台推广农产品

在电商平台推广农产品，具有信息发布及时、准确的特点，图文并茂，及时刷新。任何新登商品和促销、广告信息都可以在第一时间呈现在消费者面前。消费者与商家之间可以实现及时互动，商家可以了解到市场的最新需求。在这里为大家介绍两个操作简单，推广效果很好的电商平台。

一、乡甜让原产地长出互联网翅膀

乡甜（xt.taobao.com）是农村淘宝旗下优质农产品推广平台，频道致力于整合农村淘宝独有的地方政府和村淘合伙人资源，从产地源头寻找有品质、可溯源的优特农产品，于 2015 年 11 月 18 日上线，目前已经开始全面招商。成为乡甜供应商即可参加乡甜多个热门活动。

二、中国惠农网推广平台推广

想让自己的产品也在惠农网火一把么？2015 年 4 月重点农产品“推广活动”商家招募。商品分类有伦晚脐橙、小龙虾、玉米粒、辣椒、黄鳝、泥鳅、鸡蛋、果树、甜瓜、土豆、包装仓储等农产品，现全国招募供应商。

任务四 微营销——增加产品知名度

惠农网这个平台在百度搜索中都是有优化的，能够导流农产品交易的人群来惠农网。但是，除了依赖惠农网本身的推广，您能做的还有很多。大家一定在朋友圈看到过您好友发过的广告，也许还有微商团队正在您的朋友圈里面运作，同样的，您也可以尝试在朋友圈、在 QQ 群、在微博、在贴吧、在论坛发发您的产品、您的店铺。不要觉得不好意思，因为这是当代最潮流的营销推广方式——微营销。

一、二维码

如果您在电商平台上店铺，那么就可以直接将店铺的二维码发送到微信微博等平台。

二、分享店铺、分享产品

点击查看您的产品，或者您的店铺，然后选择屏幕右上角的分享按钮。



三、分享到微信

分享到微信主要就是分享到和客户聊天的对话中，或者是分享到微信群里。

四、分享到朋友圈

顾名思义，就是分享到你的微信朋友圈，相比于分享到对话中，您可以增加更多的描述。在目前的微营销中，文字描述是比较重要的一块，文字可以写得比较有趣。

五、分享到微博

如果您在微博上也有做营销推广，那么您可以分享到微博里去。

六、分享链接

直接用电脑登录您的店铺，在浏览器复制您产品链接（网络地址）。

任务五 H5 营销推广，让农产品火一把

H5 页面作为目前微信上最常见的推广宣传工具之一，有着极高的营销价值，无论是企业还是个人，都可以自主制作和利用 H5 页面来实现自己的各种目的。

一、什么是 H5 页面

H5 代表的是第 5 代 HTML（超文本标记语言），即 HTML5，它可以用来创建网页。特别是当它应用于手机网页时，能让手机网页看上去更加炫酷，具备的功能也更加丰富、强大。通常，我们将这种手机网页叫做 H5 页面，或者微信 H5、微海报等。

二、H5 页面的作用

1、令信息碎片化。现在用户的时间倾向碎片化，因此只有碎片化的信息才更能吸引用户的注意，方便用户的阅读。H5 页面追求内容的简洁和高质，这非常符合用户的碎片化特点。

2、令体验更完美。H5 页面中的各种炫酷创新的场景模拟、动画效果、互动方式，都能给用户带来新鲜独特的完美体验，这是传统手机页面所不能媲美的。

3、令企业发展更开阔。H5 页面作为新兴的微信推广工具，可以应用各种各样的场景，比如产品展示、活动邀请等等，没有你做不到，只有你想不到，令企业和个人业务得到了极大的扩展。

三、H5 微信页面制作工具

企业营销应该如何选择更适合的工具呢？给大家介绍四大在线 HTML5 微信页面制作工具：

- 1、易企秀：www.eqshow.cn；
- 2、we+：www.weplus.me；
- 3、MAKA：www.maka.im；
- 4、兔展：www.rabbitpre.com。

四、H5 页面的制作方法

1、模板制作。直接使用 H5 模板，只需通过简单的元素更改就可以完成，比如文字、图片、背景音乐。这种制作方法简单直接，但创新度不高。

2、空白制作。完全靠个人思路和想法去设计页面，制作自由度更高，但是设计者要具备一定的审美能力和构图能力，保证页面的可读性。

五、H5 页面制作要求

- 1、背景图片尺寸：640*1010 像素；
- 2、图片格式：JPG、GIF、PNG 都可以；
- 3、背景音乐：格式为 MP3，大小控制在 2M 以内；
- 4、页面数量：最多可设置 50 页，但建议控制在 10 页面左右；
- 5、视频来源：一般只支持优酷视频和腾讯视频。

六、H5 页面的分享技巧

1、想好标题。标题是吸引用户浏览的第一扇门，一个独特、有悬念的标题往往更能吸引用户的注意。

2、生成企业 LOGO 二维码。在二维码中插入企业 LOGO，在将二维码分享出去，可以达到双重的宣传效果。

3、多平台互推。数据表明，互推产生的推广效果远远大于单独推广，所以，企业除了可以将 H5 页面分享到自身的公众平台之外，还可以联合其他公众号或其他平台进行推广。

一个人不管学到多少，如果不真正去实践、去制作的话，都是白学，因此，最后给大家的建议就是实践，亲手制作一个自己的 H5 页面，去检索自己的学习成果，不断积累经验，才能不断制作出更好的作品。

