

电商平台网站建设方案模板

电商平台建设方案 1

商务部、财政部确定我市秀山、酉阳、彭水、石柱、城口、巫溪、云阳、忠县等 8 个县纳入全国电子商务进农村综合示范县。为加快推进电子商务进农村综合示范工作，结合实际，特制定本实施方案。

一、总体思路

紧紧围绕五大功能区域发展战略，以电子商务进农村综合示范为抓手，以促进农特产品触网营销、开拓农村电商消费市场为主攻方向，推进电商、流通、邮政、供销等资源整合，构建农村电子商务服务网络，打造一批农产品电子商务平台，支持一批涉农企业开展网上经营，建设一批农村电商服务站，培育一批农村电商带头人(经销户)，组织一批农网对接活动，探索促进农村电子商务发展的体制机制，不断提升农村流通现代化水平。

二、遵循原则

——政府推动，市场主导。政府主要通过创新管理体制、优化政策环境、促进资源整合、搭建公共平台等，为电子商务在农村的应用发展创造良好环境。充分发挥市场机制在农村电子商务发展中的决定性作用，突出企业的主体地位，运用市场机制优化资源配置，推动农村电子商务健康发展。

——优化布局，分类指导。结合各示范县的产业特色和发展定位，坚持因地制宜、发挥优势、探索模式、彰显特色，实现各区域统筹协调、错位发展，及时跟进配套服务措施。

——整体推进，重点突破。充分利用农村现有市场、信息资源，完善支撑服务体系和物流配送体系，加强农村电商人才培养。充分发挥示范县的带动作用，

探索具有地方特色农村电子商务发展的路径和模式，重点在农副加工产品、日用消费品、农业生产资料等领域取得突破。

三、发展目标

到示范县电商进农村“五个一批”得到较好落实，探索出农村电子商务发展模式，农村电子商务应用取得突破并形成示范带动效应，在提高农产品商品化率、促进农村经济发展、推进城镇化进程、方便农民生产生活等方面取得明显成效。

——电商推广应用水平明显提高。大力推进农村流通体系市场信息化建设，用信息指导生产、搞活流通效果明显；组织涉农企业（含加工）和农场主、农民合作组织、种养经销大户等网上销售。

——电商运营服务体系基本建成。建成1个以上县级电子商务服务中心，每个乡镇建设1个电子商务综合服务站，每个村建设1个电子商务服务点，县、乡（镇）、村三级服务体系衔接顺畅。

——物流配送体系逐渐完善。建设1个以上县级快递物流综合公共配送中心，培育2-3家快递物流配送企业，搭建工业品下乡、农产品进城双向流通体系；基本实现快递到乡镇、配送到村，农村商品物流配送能力明显提高，物流成本有所下降，初步形成效率高、损耗低的农村物流配送体系。

——农村电商交易额大幅提升。农产品及加工产品网上销售明显增多，农产品电子商务交易额年均增长30%；网络购物成为农村居民消费的重要渠道，县域网络消费额占当地居民消费总额的比重15%左右。

四、主要任务

（一）选准用好电商平台

电商平台是发展农村电商的基础和前提。重在发展和完善一批综合性或专业化交易平台，培育壮大一批现有涉农电商平台，借助或利用一批第三方电商交

易平台，要在拓展功能、整合信息、扩大服务上下功夫，打造特色商网。一是加强与阿里巴巴、京东、苏宁云商等全国知名电商平台的合作，建设重庆特色产品馆或区县专区，将各地农副土特产品组织进馆、上网销售。二是培育自主品牌，支持并培育本地涉农电商平台，完善服务功能，拓展网上农贸市场、数字农家乐、休闲娱乐旅游等，构建网上购物、在线支付、物流仓储、快递配送等协同发展的农村电商服务体系，做出影响做出品牌。三是积极推进电商平台间合作，鼓励示范县加强与农村淘宝、京东商城、苏宁易购等平台的合作，依托知名电商平台销售本土农特产品，支持本地电商企业以代理商、开设窗口等形式谋求共同发展，开展农网对接活动，促进农产品触网营销，开拓农村电商消费市场。

(二) 构建电商运营服务体系

1. 在县建设电商服务中心。示范县要结合实际建设县级农村电商运营中心，构建农产品网络销售体系和农村网络消费服务体系。一是引进知名电商企业建设县级电商服务中心，挖掘本地特色优势产品，建设线上线下特色产品馆，销售本地产品，开展网销商品的集采统储、互采分销、加工分拣、统配统送、售后服务，为从事网络创业和服务人员提供技术支持、信息服务、营销推广、管理咨询及其他增值业务等服务。二是有条件的县可利用现有电子商务园区、企业和行业协会等在知名平台建馆，共同改造和新建电商服务网点设施。

2. 在乡镇建设电商综合服务站。县级电商运营服务中心牵头，依托已建乡镇超市(直营店)、邮政所、供销社等合作建设乡镇电商服务站，完善充实功能，使其具备网络销售购物{代购代销、网订店取(送)}、信息采集、缴费支付、创业等生活服务。

3. 在村建设电商综合服务点。选择农产品特色村和交通便利、人口集聚的村，依托已建农家店、村级服务中心、涉农企业等建设电商服务点，销售购物(代购代销、网订店取)、农产品信息采集、农村生活服务、缴费支付等。

(三) 着力促进农特产品网上销售

1. 支持涉农企业开展网上营销。鼓励传统企业利用产品优势上网触电，组织涉农及加工、流通企业包括农民合作组织、农场主、种养大户、经销大户、农家乐等触电，利用第三方电商平台特别是国内知名电商平台、有实力有经验的第三方代运营电商企业开设网上旗舰店或专卖店或特色农产品展销厅或开展网上营销，推销农特产品和农村生活服务，拓展网上市场，实现线上线下融合发展。

2. 提高适销对路产品上网销售能力。示范县要认真梳理汇总当地农特产品，引导和推动农特产品生产市场化、标准化、组织化、规模化、规范化，形成适合网上销售的系列产品，挖掘产品的特色、卖点，集中力量，着力打造2-3个地域特色的农产品知名电商品牌。培育引进熟悉电商营销、具备产品设计改造能力的创意企业，按照有特色、可包装、易保存以及方便快捷等电商要求对农特产品进行包装推销。通过县域整体、企业自主等宣传推广方式，充分利用微信、微博、报刊、电视等媒体，通过季节、时段、事件、热点等各种营销手段，打造具有高识别度的区域特色产品。按照“安全可预警、源头可追溯、流向可跟踪、信息可查询、责任可认定、产品可召回”的要求，完善农特产品质量追溯、检测等保障体系建设，实现“从田间到餐桌”的质量安全全程追溯管理。

3. 广泛开展农网对接。发挥好电商平台、区县电商服务中心、乡村电商服务站(点)和农村电商带头人(代理商、经纪人)作用，通过举办网商采购大会等农网对接活动，有效组织一批农特产品与电商企业或代理商对接，使更多农特产品在网上交易。鼓励京东、苏宁易购等自建自营平台与涉农企业合作，将农特产品纳入自采渠道并网上销售。积极举办特产网购节(网上行)、乡村体验季等一批季节性、固定式的农网促销活动。继续做好新农村商网农产品网上购销对接，并利用云计算、大数据技术为企业和农户提供网上交易数据分析指导，帮助他们实现农产品按需种植、定制化生产，解决农户市场信息不对称造成的“卖难”问题。

(四) 推进电商配送体系建设

建设市级物流分拨中心、县公共配送中心、末端配送网点三级配送体系，开展城乡物流共同配送，推广网订店取、末端整合等物流配送经营模式，发展第三方物流，实现销售配送同步，打造高效、快捷、顺畅的城乡物流配送体系。

1. 推进县级电商公共配送中心建设。采取政府支持、企业主导、市场化运作的模式，推进资源整合，从商贸、供销等农村商品流通企业和电商、邮政快递、仓储物流、电商运营企业中选择有意愿、有条件的企业，建设县级公共配送中心。鼓励各类主体通过公共配送中心开展统一配送，提升县域快递物流配送能力。

2. 建设乡镇和村级电子商务物流配送站(点)。依托商贸流通、供销、快递物流等各类企业，强化乡镇政府支持作用，建设与乡镇电商服务站融合的电子商物流配送站，作为电子商务农村共同配送主体和快递包裹下乡进村承接主体，实现快递包裹仓储、自提、进村分拨的功能。以村级服务中心、农家店和农村电商带头人为依托，建设村级电商配送点。鼓励乡镇超市、村农家店等参与，为其提供仓储、自提和送货上门等服务。

3. 培育县域配送龙头企业。支持电子商务与物流快递协同发展，鼓励电商、商贸、物流企业积极参与城乡供应链、物流链整合，优势互补，每个县组建 2-3 家快递物流配送骨干企业，构建工业品下乡、农产品进城的网上通道，提高农村商品物流配送能力。

(五) 加强技能培训

各示范县要制定电子商务进农村培训计划，重点培训网上开店技巧、网购操作和特色产品信息采集发布、创意设计、包装、营销等技能，提高农村电商运营能力。合理安排培训经费，适时培训农村电商带头人和相关人员。鼓励支持电商企业、院校、行业协会等开展针对性案例教学和体验式实训相结合的电子商务实战培训。每个乡镇全市培养 4 名市级农村电商带头人，村村都有县级农村电商带头人。

四、推进步骤

(一) 启动阶段(5月-6月)

5月启动电子商务进农村综合示范申报工作，各县提出申请上报，市商委、财政局组织评审，报商务部、财政部评审确定示范县名单。

(二) 实施阶段(7月-6月)

1. 细化推进措施。各示范县抓紧制定电子商务进农村实施推进工作方案，并于7月底报市商委。各示范县依照工作方案，科学确定思路，探索发展模式，确定实施主体，分解任务责任，细化工作措施。

2. 全力推进实施。各示范县要围绕破解制约农村电商发展难题，大胆探索适合本地特色的电子商务发展的路径和模式，整合各种资源，落实工作措施、扎实推进，确保各项工作落实到位。

3. 加强检查交流。对示范县工作情况加强检查调研，督促进度，发现问题，提出改进措施；适时开展交流，推广先进经验，发挥示范带动作用。

4. 适时中期评估。各示范县对实施情况及时开展中期评估，结合实际调整建设项目，完善推进措施。市商委、市财政组织开展对项目实施和资金使用的绩效评价工作。

(三) 深化阶段(6月后)

全面检查和验收电子商务进农村示范项目建设完成情况，并接受绩效评价。总结全市电子商务进农村示范县的工作经验，逐步在全市推广，整体推动农村电子商务发展。

五、保障措施

(一) 精心组织。按照“属地推进、条块结合、以块为主”的原则推进，各示范县政府是推进实施的责任主体，要建立工作协调机制，定期研究推进措施，着力推动电子商务服务体系建设，推进现有流通企业整合并完善网络体系。各乡

镇政府要主动跟进，协调解决推进过程中场地、产品等问题，负责收集农产品和生产生活资料需求信息的上报、购销对接等服务。各示范县商务、农业、经信、供销社等要各司其职，确保规定时限内保质保量完成，共同推进电商进农村各项工作。

(二)加大支持。各县政府要结合实际，适时出台支持农村电子商务发展的各项政策，包括促进电子商务与商贸、通信、快递物流、金融协同发展的措施；注重整合各类专项资金，加大政府投入，建立多元化的投融资机制，支持电商、涉农、商贸、快递物流企业的融合，共同改造完善农村信息化及电子商务服务及配送网络设施等；筛选一批具有较强竞争力、彰显地域特色的本土农特产品，支持打造适合网上销售的品牌，促进农产品上网营销；支持开展技能培训。

(三)宣传推广。各县要利用电视台、广播、报纸、微信、微博、QQ群等宣传推广，营造全社会关心、服务农村电商发展的良好氛围。要及时总结，发现典型，示范引导，广泛宣传在推动农村电商发展、促进农产品网上营销的经验，扩大社会影响。

电商平台建设方案 2

一. 建设前的市场分析

1. 目前行业的市场分析

(1) 目前市场的情况调查分析

“家里堆放的物品，好久没有再用过，扔了可惜，除了捐助，还有别的办法处理吗？有些物品，手头急需，又不想花钱买新的，除了向好友借用，有没有其他的渠道获得？”某换客的广告生动地说明了这一点。

一份调研报告显示，截止到3月25日，仅去年成立的专门交换物品的易物网注册用户就突破28万人，换品达到128万件，已成功交换商品24万件，占换

品总数的 18.75%。除了专门的交换类，一些年轻人常去的论坛也都纷纷开设了类似的二手交换版。

以物易物并不一定遵循等价交换的原则，换客们不是商人，换自己想要的东西，从交换中得到乐趣才是换客们心中的“王道”。况且，“这种交换方式很有趣，我们不再需要的东西说不定在别人那里就成了宝贝，而我们也能从别人那里淘来我们需要的东西，这不失为一种废物利用的新方式。”

(2) 市场有什么样的特定变化

当前的换客们大都是都市中的年轻人。作为与互联网同时成长起来的一代人，网络已经成为他们的一种生活方式。年轻人也最容易接受新鲜的事物，在网上购物，交换物品好像已成为他们生活中不可缺少的部分，现目前网络市场开放度高，辐射范围广，需求量大。因此网络市场的变化越来越有利于我们建。

(3) 目前是否能够并适合在因特网上开展业务

在当今社会，随着经济的发展，物物交换已慢慢的被人们所接受。建立物物交换的，我们的盈利的就是提取他们差价的百分比，利润收入可观。所以我们能够并合适在因特网上建立物物交换，开展交换业务。

2. 市场的主要竞争者分析

我们主要列举舍得网的上网情况及规划、功能作用等。

作个换客很容易：你只要把各种闲置的东西整理出来，将其拍照，发布在上，并说明希望换回的意向，找到相中的物品，跟对方约好交货时间地点，一次换货交易就完成了。

在舍得上，数码产品、服饰和化妆品是最热门的交换商品，其中移动硬盘、数码相机、U盘、MP3 笔记本电脑和各类手机是换进换出频率最高的物品。其次是各种名牌化妆品和服装。除此以外，健身卡、运动器材、书本、玩具、家饰等各类商品都不断有人在“换出”或“求购”。

在舍得网的首页上，明确打出了“需要决定价值”的换客口号。从这个角度看，换客的流行不仅仅是因为能够体验到以物易物的乐趣，也是因为它暗合一种全新的消费理念——需求决定价值。水在平时并不值钱，对沙漠上饥渴的人来说，却比黄金还要宝贵。这意味着我们愿意为对自己有特别意义、特别需要的东西支付超常的价钱。

规划明确、交换物品种类涉及各个方面，物品齐全，给人们交换带来了很大的便利，满足人们需求，同时也给自己带来了盈利！

3. 公司自身条件分析

(1) 公司概况

我们公司都是由当今大学生毕业后自主创业的，同时我们还应聘了一些有经验的从事建设的技术人才，。我们公司主要开展物物交换业务，盈利点是从中提取他们差价的百分比。我们公司的提供交换的品种种类很多，其中包括手机、家电、衣服、鞋子等等。我们公司的硬件设施很到位，员工都会有自己的办公桌，独立的空间办公。我们公司的管理水平比较高，聘请了有经验的领导人员，和具有独特管理能力的人共同来管理我们的公司。我们公司的职工都是具有高学历的人员组成，具有很强的团队意识，电脑技术高超。

(2) 我们建设的能力

由于有一大部分是当今的大学生，我们有丰富的创新思想跟能力，通过我们的创新(如首页的创新，功能作用的创新等等)这样就会大大增加我们的市场竞争力。同时，我们大学里的人际关系广，而很多年轻人都是以物物交换得到乐趣，勇于尝试新鲜的东西，所以通过人际关系的传播，可以给我们带来更多的客户，这就是我们的市场优势之一，同时也可以增加我们的竞争力！我们有强有力的赞助商，资金雄厚，能够支持的正常运转。我们的员工都是大学本科学历，电脑技术高超，都有很强的责任感。就这些我们足以创建的能力。

(3) 利于提升竞争力

通过建立物物交换的，对于刚从大学毕业的我们有很大的帮助，我们可以从中学习到很多的经验，把我们的越办越好，以提升我们的的竞争力。

二. 建设的目的

1. 建设的目的

(1) 公司的需要

建设的目的是因为公司的需要。

本公司是一家刚成立电子商务网络公司，建设是公司发展的需要。现在许多公司都开始进行电子商务交易，建立自己的，从而为公司获得更多的利益。而本公司既然是网络公司，建设是必不可少的。

(2) 市场开拓的延伸

建设的目的是市场开拓的延伸。

当今世界计算机已家喻户晓，而网络更为人们的喜爱。无论是七八十岁的老人，还是六七岁的小孩，对网络都非常了解。而近年来，电子商务迅速发展，许多公司、企业都开展了电子商务，取得了不错的成果。而人们也逐渐习惯在网上交易，这样既节约时间又减少了费用，对买卖双方均有利。

根据对目前行业的市场分析，电子商务这一行业前景广阔。因此，决定成立一家电子商务网络公司。而现代物物交换这一行业市场前景更是广阔，于是便做了这个物物交换的。

2. 功能

的功能类型是电子商务型。

在这里，你可以了解现代物物交换，知道最新的物物交换信息，找到你想要交换的物品，并把它换回家。为那些有物物交换意愿的人们提供一个平台，使他们能够相互交换，得到自己想要的物品。

3. 目标

(1) 目标

建设的短期目标是建设能够成功，为公司盈利，使公司不至于因为亏损而倒闭，顺利地发展下去。长期目标是能够成为物物交换这一领域中数一数二的大型，使公司成为一家家喻户晓的电子商务网络公司。

(2) 作用

建设的作用是以它为平台，为公司盈利。

建立本可以让人们详细了解本公司的情况，对公司有十分深刻的认识。顾客对公司有了深一成的了解之后，就会对公司产生信心，从而把本作为一个交易平台进行交易，换得自己想要的物品。而本公司就会从交易双方物品差价中抽取百分之五作为报酬，进而为公司盈利。

4. 的经营模式分析

(1) 的运营模式

的运营模式是安全的、便宜的。

本为交易双方提供了一个交易平台，使不可能的交易变为可能，这是十分便捷的。对于交易双方来说，本也是十分安全的，交易双方的物品并没有经过他人之手，所以安全问题是不用担心的。

本公司每天二十四小时都有人在上为顾客服务，随时为顾客解答疑难问题。每月定时对进行维护、管理(每月需 100-200 元)，每季度对进行宣传、推广(每

300-500 元)，每年对所出现的问题进行分析、解决(每年需 1000-1200 元)，并对的管理等提供新方案，讨论其可行性。

(2) 的盈利模式

的盈利模式是收取交易双方物品差价的百分之五。

由于本不同于其他，它只是为交易双方提供一个交易平台，没有实际的商品，所以，无论是靠买卖商品、提供信息服务，还是靠点击率、注册费等手段来盈利都是行不通的。只有收取交易双方物品差价的百分之五之一盈利手段是可取的。

三. 技术解决方案

1. 服务器

(1) 自建服务器

自己组建服务器，相比较租用的服务器，自己组建的托管服务器在安全性和稳定性方面都更为理想。

(2) 服务器的维护

为了更好确保服务器的稳定和安全性能，我们建议请专业人员维护。由于现在主要 ISP 分为南北电信，之间的访问速度不很乐观，为了我们的能够面向全国的访问，速度是需要考虑的。

(3) 租用和自建服务器比较

现在很多 IDC 提供多种业务，有服务器出租也有共享带宽的虚拟主机。相比之下，租用服务器或空间没有那么大的硬件投入和技术投入。况且，IDC 机房通常会有双线接入，还有安全保障，短期来讲，和自己购置硬件设施相比，租用会划算些；因为我们服务器是长期的，而且又是经营性，还是自己建立划算。自建进行托管能够保证服务器的维护、保养及安全得到充分的`保证。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/135042020221011112>