

# 乌鲁木齐市农产品电子商务发展现状思考——以干果类为例

乌·吴云 闫博

(新疆天山职业技术大学, 新疆 乌鲁木齐 830000)

**摘要:**新疆幅员辽阔,资源丰富,日照资源丰富,气候干燥,非常适合干果的种植和晾晒。乌鲁木齐作为新疆的首府,在乌鲁木齐地区聚集了多种干果,干果的年产量也比较大。如何在全面实施电子商务经济体系和重点扶贫的双重背景下,寻找农产品市场,是新疆及该地区农业发展亟待解决的问题。本文以乌鲁木齐市干果农产品电子商务发展模式为切入点,分析了当前电子商务背景下乌鲁木齐市干果农产品营销的基本现状和制约因素,探讨电子商务时代乌鲁木齐干果的发展对策。

**关键词:**农产品电商;电商模式;制约因素;发展对策

## 一、乌鲁木齐市干果类农产品电商现状分析

### (一)干果类农产品电商的模式

1.C2C零售模式。根据《新疆电子商务发展研究报告(2021)》,新疆农产品网络零售额约为152.9亿元,同比2020年增速25.9%,干果类产品在农产品网络零售额百分比约为18.0%。且新疆个人网商数为10.7万家,其中乌鲁木齐市个人网商数高居榜首。根据本人实地调查走访乌鲁木齐市干果批发市场:新北园春干鲜果品市场、华凌综合批发市场干果区、海鸿国际农贸批发市场,得到三大批发市场个体商户数量分别是259家、134家、197家,合计共590家个体商户进行干果类农产品销售。

(1)华凌综合批发市场干果区C2C零售模式现状:通过走访调查华凌干鲜果品批发市场个体商户,得知市场内个体商户数量为259家,有70%的商户通过微信、淘宝、天猫等电商平台进行干果类农产品的网络销售,其中80%以上的商户是通过微信与消费者联系,借助微信软件的便利性进行销售。

(2)北园春干鲜果品市场C2C零售模式现状:经过走访调查,北园春市场现有销售新疆特色干果的商户134家。根据本人走访调查,北园春134家商户使用电子商务平台的商家为5家,这五家商户分别通过淘宝、天猫、拼多多三个平台销售干果,并且在这5家商户中只有一位商户学习过相关专业电子商务技能,其余4家商户属于经过淘宝电商平台培训指导下开展的干果网店销售。在134家商户中还有116家商户是通过微信进行干果销售,具体情况见下表1。

表2-1 被调查商户营销渠道分布表 单位:户/%

营销渠道	商户数	所占比例
淘宝	2	1.5%
天猫	1	0.7%
拼多多	2	1.5%
微信	116	86.6%
线下	13	9.7%

2.B2B2C供应链模式。在乌鲁木齐市开展干果类农产品电子商务企业目前使用B2B2C供应链模式较为成熟的企业现有三家,分别为吐鲁番市绿丰电子商务有限公司、疆陶农哥电子商务有限公司、新疆疆甜供应链管理有限公司。这三家企业为乌鲁木齐市干果类农产品电子商务企业提供一件代发、品牌代理等电商服务。

上述三家干果类农产品电商供应链企业还通过自建平台、淘宝、天猫、等电商平台进行干果类农产品的营销活动,因为上述企业在新疆各地都有产品种植以及制造基地,所以可以将产品成本控制最低,再借助电商平台的营销资源扩大收益,这是该类

企业的盈利模式之二。

## 二、干果类农产品电商优势

### (二)内部优势

1.乌鲁木齐市的干果类农产品具有品质上的优势:一方面乌鲁木齐干果色泽鲜艳。因为干果类的烘干以及制法各种各样,大部分都是在阳光下直接暴晒,少数的在室内阴干而成,而且不同种类干果的颜色都有差异,有的时候同一种类的干果也会因晾晒方法的不同,导致颜色的不同。比如,吐鲁番的葡萄干因为不同的方法去除水分,最多可以表现出六种不同的颜色。另一方面,新疆的干果品质更为优良。新疆产区处于中国欧亚大陆的地理中心,各个地区的海拔都比较高,气候方面干旱,并且很少下雨,因为特殊的气候条件、地理环境让乌鲁木齐市的干果具有异于其他地区的优良品质,干果的产量也很高。而且这里的水果在适应环境的同时,也积累了许多的糖分,致使新疆水果甘甜。水果营养丰富,维生素含量高,晾晒出来的干果口感也非常香甜。

2.乌鲁木齐干果品牌建设中形成的网络优势:第一,网民的数量多。直到2021年12月,我国移动宽带网民规模累积已达到了10.11亿,普遍率累计也约达到73.0%。其中,新疆互联网宽带接入用户1064.2万户,比上年末增长20.4%,移动互联网用户2472.6万户。网民的庞大数量也对干果品牌有着极大的传播作用,网民数量增加的同时,购买新疆干果的潜在客户数量也在增加。具体情况见下图1。



图1 2018—2021年全国网民数量情况 单位:亿/年

第二,移动银行网络支付规模方面的优势。中国大陆各类移动支付用户规模不断扩大,用户使用习惯进一步巩固。互联网用户规模的持续快速扩张,以及消费群体在庞大的线下实体零售渠道中所占比例的持续高比例增长,无疑是新疆干果品牌网络渠道建设的又一潜在巨大市场优势。

### (二)外部优势

1.电商平台带来的购物便利:在电子商务发达的社会环境下,为个体消费者与市场经营者提供了诸多便利,构建了一个社会消费桥梁体系。使乌鲁木齐特色的干果农产品既可以更有效地依靠于此互联网平台直接的远销全国各地,一方面还可切实地解决目前各地农户产品的滞销,价格高甩卖难的市场实际与现状需求难题;另一方面,因中国新疆基地处在沿古大丝路黄金经济发展带,国家重点发展地区的黄金经济核心区,乌鲁木齐又是新疆的首府,可长期紧紧依靠服务于国家政策,扶持建设与稳定发展建设好基地乌鲁木齐的干果经济,利用互联网平台快速地解决干果加工出口。经营者目前主要就是通过搭建网络电子商务平台,将企业自家相关产品购买或对外售卖渠道等各种信息数据直接快速发回传至网上,消费者也利用移动互联网平台来方便自己获取这些信息,

可轻松快速的选择出相应的产品。

2. 电商环境条件下的农产品物流行业实现的持续高速和良性的高效健康发展: 国内一些较知名的农产品的专业上门配送和销售一条龙服务模式的快递公司也已经开始在乌鲁木齐市场上得到快速地发展, 经营者通过上门配送销售的新鲜的干果农产品也就可以完全放心, 不用再去过多考虑顾及到外界气候环境因素变化等所造成带来的其他诸多影响。快递服务提供的这种快捷而有效地送货上门服务, 使我们一般的消费者也能轻松实现在网上以最短的配送时间范围内迅速获得的满意商品。借助国际航空, 路运快递物流等各种现代交通运输的组合方式筛选最优质迅速地快递物流给合作物流伙伴, 实现优质干果农产品从基地生产运输到家庭消费物流配送的全过程准时性。

3. 依托当地电商平台可以开展干果类农产品直接外销: 电商平台一般不用消耗过多额外的劳动人力以及物力, 在新疆的南疆地区等农牧地区, 这些地区以前主要还是以种植农牧业生产资料为主要生产收入途径, 电子商务可以为农民创造另一条致富的发展渠道。在当地国家政策支持的政策支持和条件下, 依托地方大型农业合作配送机构平台, 可以快速销售更多多元化的农产品。借助电子商务平台, 企业信息直接发布, 并及时传递到销售网络。依托电子物流, 生产者和用户可以直接、真实地感受到电子商务平台带来的新变化, 产品直接销往全国各地。

### 三、制约乌鲁木齐市干果类农产品电商发展的因素

1. 电商模式单一: 由于中国互联网技术, 现代互联网电子商务应运而生, 而且被应用于全行业, 推动了中国经济社会机构调整, 改变了中国经济发展模式, 乌鲁木齐市干果类农业生产经济社会蓬勃发展加快, 尤其是新型农业社会现代化建设和发展产品推动了乡村特点优势农产品出口量增长、品质提升, 为农户增产就业打下了基石。电商与干果产品销售相结合, 不仅拓宽了乌鲁木齐市干果农产品的销售渠道, 而且增加了销量, 促进了种植户增产增收。因为农产品自身的特点以及不同地区消费者对产品供求需求的不同要求, 农产品的销售状况在农产品电商运营模式的选择上得到了综合体现。所以, 农户和企业选择贴合自己的电子商务模式来减少成本。然而, 乌鲁木齐市的电子商务模式还比较单一。个体商户大多通过微信销售干果, 中小企业大多通过 B2C 平台销售干果。因此, 需要更多的模式来推动乌鲁木齐市干果农产品的发展。

2. 品牌化程度较低: 从乌鲁木齐市干果产品的营销现状来看, 在当前的市场环境下, 乌鲁木齐市干果产品的营销活动存在着明显的不足。具体而言, 目前中国公众对乌鲁木齐市干果产品和品牌的认知不足。大多数人只知道核桃和巴旦木, 对新疆干果产品和品牌的了解不够。事实上, 基于此, 乌鲁木齐市干果在互联网环境难以形成良好的口碑和知名度, 不利于乌鲁木齐市农产品电子商务企业营销活动的有效开展。

3. 缺乏电子商务人才: 乌鲁木齐电子商务人才培养途径目前只有通过高等院校培养, 但是高等院校的电子商务专业人才缺乏实践经验, 对于电商企业目前的运营流程、运营软件不了解、不熟悉以及不会操作, 随着乌鲁木齐农产品电子商务的发展, 相关技术的不断更新, 农产品电商人才缺口也在日益扩大, 其中最缺乏的有运营、电商创新、技术性等方面人才。

4. 物流运输效率较低: 国内各物流公司在疆境内都有布局, 国家统计局对乌鲁木齐物流业调查结果中, 国营、团体物流业占比到达了 60% 左右, 民营占比到达了 30% 左右, 合资物流业占比到达了 5% 左右。新疆公司物流服务交通运输一般以高速公路运输居多, 航空运输较少, 但近年来航空运输蓬勃发展。乌鲁木齐本土的物流业由于运送时间距离长, 站点少, 收费相对而言较高,

相比外地公司如申通、中通、汇通、圆通、顺丰等产品价格较低, 所以大部分乌鲁木齐干果经营者一般不选择本土的物流业。

### 四、乌鲁木齐市干果类农产品电商发展对策

1. 线上线下融合发展: 电子商务需要创新模式。干果类电商企业可以与个人户合作, 利用个体户的客户资源, 缩短与消费者的距离, 增强消费者的体验感。同时, 社区消费者的需求将集中在互联网上, 实现统一集中采购和社区配送, 这将大大降低农产品的快递成本。干果类电商企业利用大数据联合个体户, 精准分析以及实时把握用户需求和趋势, 满足消费者多元化的消费需求, 最终完成线上线下的融合发展。近年来抖音及其他短视频社交软件的发展成为农产品销售的新渠道, 让消费者更直观地看到产品的实际情况。社交电商在运营、渠道、用户、获客成本等方面的优势, 直接将农产品变成了“网红”。乌鲁木齐干果类农产品电商企业可以通过直播、短视频等新媒体, 将农村原始产品资源和旅游资源还原给消费者, 直接变现资源, 让“粉丝”变成消费者。

2. 强化品牌建设: 通过对乌鲁木齐市干果市场的走访调查以及对干果类农产品电子商务企业的调查, 发现乌鲁木齐干果类农产品品牌竞争力较低, 没有形成类似三只松鼠的品牌, 现阶段的干果品牌乌鲁木齐本地民众认知也不足, 并且品牌的知名度也较低, 大多数的干果还是以散货的形式, 通过无品牌的制式包装进行销售, 在目前的市场环境下, 大多消费者只知道新疆大枣和新疆葡萄干, 且没有知名品牌, 导致产品在其他知名干果类农产品品牌企业的市场地位下市场份额越来越小。所以可以通过对产品外包装的设计, 以此来加强乌鲁木齐市干果类农产品的品牌化建设。品牌是企业无形的宝贵财富, 知名品牌是无价之宝。一个企业想在市场竞争中占有一席之地, 第一要建立品牌意识, 然后打造自己的品牌。要从市场竞争战略的高度来理解品牌, 要有对品牌含义、品牌战略、品牌效应的理解, 这是加强企业品牌建设的关键。

3. 加强电商人才的培养: 乌鲁木齐今后一定要更加充分和重视广大电子商务人才的培训教育以及他们的综合能力与培养。发展经营好本地农产品电商, 电子商务人才无疑是最关键且重要的, 为此新疆维吾尔自治区强调全国各级地方农业政府部门必须要继续认真谋划制定培育好本地电商人才战略, 加强相关人员电商技术和培训技能的理论调查和研究实践。要进一步加强培养和大力扶持鼓励乌鲁木齐市优势农产品企业, 积极加快开发引进新型专业技术人才。

4. 提高物流运输效率: 在当前电子商务环境下, 仓储配送战略必须与营销战略相配合, 利用企业共同的资源来实现利润最大化的目标等长期战略规划。乌鲁木齐市干果类农产品电子商务企业的产品仓储配送模式改进, 应该适合当前电子商务环境下的以顾客购物体验为中心的服务理念。我国当下对于消费者的权益保护日益全面, 各项法律法规陆续出台, 促使消费者的正当权益不受企业的损害, 所以仓储模式改进需以顾客为中心, 为顾客减少麻烦, 才能赢得顾客的信赖。例如对顾客群体分布占比最多的省份、市, 建设仓储配送站点, 保证顾客的良好购物体验, 后续可向周边地区辐射, 努力使乌鲁木齐市的干果能以最优的状态、最初的口感送到顾客的手中。

### 参考文献:

- [1] 杨雅麟, 陈蕊, 胡锐峰. 我国西部电子商务发展与经济增长关系研究——基于省级面板数据的分析[J]. 现代商业, 2022(11): 53-55.
- [2] 马龙梅. 提升电子商务发展环境下的综合物流运输能力[J]. 商场现代化, 2022(06): 31-33.
- [3] 陈妙香. 生鲜农产品电子商务发展问题研究[J]. 商业经济, 2022(03): 132-134.