

西部生鲜类农产品电商运营的影响因素分析

杨桂明 王晓燕 仲麟

(甘肃建筑职业技术学院 甘肃兰州 730050)

【摘要】现阶段,我国生鲜电商市场还处于高度发展的时期,但由于生鲜农产品有其自身的特点,对电商的运营也提出了一定的要求,例如,对中端物流链的时间和运输环境都提出了非常高的要求。而我国西部生鲜农产品的发展受物流链的影响,对上游供给端的要求也比较高,本文从生鲜类农产品电商运营的现状出发分析影响甘肃电商运营的相关因素。

【关键词】西部;生鲜类;农产品;电商运营;甘肃

DOI: 10.18686/jyfzyj.v3i4.40608

我国作为发展传统农业的大国,农产品可以说是非常丰富,但是我国的传统农业发展具有一定的地域限制,例如,集中化生产程度不高,无法形成一定量的规模等。但是,随着科学技术的发展,伴随而来的就是生产越来越规模化,并且随着科技的发展种植技术不断地提高,农作物产量也大大提高。在农作物产量大大提升的背景下,由于流通渠道不畅,市场供给和需求信息不对称,农产品的滞销问题一直存在。而现如今互联网的出现大大提升了沟通的效率和速度,让供需市场的信息更加清楚的显示,供给方和需求方可以直接进行沟通解决农产品滞销的问题。不仅如此,在生鲜农产品电商的不断发展和促进下,一些西部地区的农产品也逐渐地打开了销量,尤其像生鲜类的农产品,由于其对物流的要求非常高,也成为西部地区电商运营的影响因素之一,但是无论如何,在电商的建立下,给予了农产品更多的销售机会,而且也大大降低了中间农户的成本,对于农户和消费者都是双赢的局面。

1 生鲜类农产品电商发展现状

1.1 生鲜类农产品的特点

生鲜类农产品对于其自身的销售有着非常鲜明的特点,首先,生鲜类农产品对物流和时间的要求非常严格,这是因为食物、食品都尤其特殊的保存期限,并且生鲜类的产品在长时间运输过程中可能会存在霉变、腐烂等问题,因此对长时间运输的环境都有特定的要求;其次,任何农作物的生长都有一定的周期性,在生长的过程中需要一定的时间,并且还有一定季节性的要求,虽然现在大棚种植技术越来越普及,但是有些农产品或是一些地域特殊的农产品在生长的过程中还是具有一定的季节性;最后,生鲜类农产品是社会稳定和经济发展的基本保证,是人民生活的基本需求,所以对于生鲜类农产品来说需要保证其供需的稳定性。正是因为生鲜类农产品有着以上的一些特点,也使得生鲜类农产品在进行电商运营的时候不仅需要考虑上端供给链农产品供应的稳定性和规模化,还有确保终端物流链的及时性和时效性,只有做好以上几点,生鲜类农产品的电商运营才能达到很好的收益。其实农业+互联网这样的电商模式一直处于高速发展的时期,很多的店家都依靠电商平台进行自身的发展。但是需要指出的是,如果

只是单纯个人进行的农产品电商的运营,其对电商平台和整个物流链的依赖性很强,这样直接导致的就是成本增加,自己也只能从中赚取差额,这样的发展其实并无法满足真正的市场需求,只有拥有自己的核心产品,才能更加有效地进行电商运营。

1.2 生鲜类农产品电商市场概述

目前生鲜类电商整体处于初步发展的时期,对于整个盈利模式还处于不断探索的阶段,但是已经出现的前置仓模式和新零售即连接线上和线下的模式,已经成为目前生鲜农产品电商运营的两个方向。不仅如此,更多新的电商模式和盈利模式也在不断地发展中。对于目前生鲜类农产品的电商市场来说,对下游客户端的运营和终端物流链的把控是非常重视的,更多的商家平台对上游的供给链存在一定忽略的问题,许多商家在进行电商运营的时候都是以水果为切入点的,这是因为相比较与其他农产品,水果的保存期限相对更长,并且更容易进行运输,所以许多电商平台都选择水果作为切入点。但是农产品的种类非常多,蔬菜、水产还有其他有特色的生鲜农产品其实都需要电商平台进行运营,不仅如此,电商平台不仅要中对端物流链进行把控,减少一定的成本,对上游的供给链也需要进行把握,需要有具有自身特色的产品,特色农产品的衍生品等,这样才有了属于自身的特色,才具有核心的市场竞争力。

2 生鲜类农产品电商发展现状

2.1 生鲜产品标准化程度低

其实与国外相比,国内生鲜产品的标准化程度普遍偏低,因为从种植(养殖)源头开始就缺乏合理的规划。比如,在国内一开始水果种植所需要的种子就各有差异,这样长出来的水果自然很难标准化;在水果生长周期内,阳光、温度、病除害等因素都会影响最终的品质,而在这方面国内的生产从业者并没有一套标准合理的规划。因此,国内同一颗果树上长出来的水果可能在大小、外观、口感等方面都相差很大。

2.2 生产集中化程度较低

对于上游供给端来说,目前很多生鲜农产品电商的上游供给端多是以家庭为单位或是中小企业为单位的情况。

这也是由于目前电商在我国飞速发展的原因,因为飞速发展,所以导致集中化程度偏低。而生鲜类农产品具有季节性的特点,如果没有办法进行生产集中化,则农产品的销量等都无法保证。

2.3 生鲜产品季节性与区域性较为明显

由于我国是农业大国,地域辽阔,气候丰富多样,所以对消费者来说只能购买到当地的一些农产品。也因为气候等方面的影响,购买的农产品也是当季的。而且由于之前的交通运输等非常的落后,所以跨地区的生鲜农产品的运输是无法实现的。也正是因为以上原因的影响,生鲜类农产品在各地的价格也是不一样的,有些地区因为是当地产的所以产量较大,有些地区相同品类的农产品价格却非常高。

2.4 冷链仓储物流占比较低

对于生鲜产品运输端来说,要很好地保持食物的新鲜,需要对物流链的温度进行调控,这样来达到保持食物新鲜度的目的。但是一旦采用冷链仓物流其成本也会相应提升许多,对于电商商家来说负担较重,所以在我国冷链仓的物流占比其实是非常低的,从相关调查数据来看我国低于发达国家一半以上。所以我国的生鲜类电商需要考虑冷链仓物流在运输中端的占比。

2.5 损耗率较大

生鲜产品与其他标准化非生鲜产品有一个很大的区别就是从产地到终端的物流运输环节会出现很大的损耗,比如,蔬菜在每次搬运的过程中都会有一部分菜叶掉落,含水量高的水产、果蔬等生鲜会蒸发掉部分水分等,其损耗率是非常大的,且大大高于发达国家。

3 甘肃省生鲜类农产品电商运营的影响因素分析

3.1 甘肃省生鲜类农产品电商发展现状

对于甘肃省来说,其独特的地理位置和地区之间的气候差异造就了甘肃省生鲜农产品的多品类和高质量,但也因为地区之间的气候差异大,所以不同地区的农产类型普遍单一,而且规模比较小,对于物流和运输情况要求比较高,也造成成本有一定程度的增加。因为其产品种类丰富,具有特色的农产质量非常高,所以对于甘肃省的生鲜农产品来说在农产品市场上是具备一定的竞争优势的。这是目前甘肃生鲜农产品的优势,但同时不足之处也非常明显,这其实相当影响电商的运营,甘肃省农产品的劣势表现在:一是规模比较小,标准化不够,小家庭作坊过多;二是由于家庭作坊,所以产业化和专业化生产都处于较低的一个状态;三是由于没有产业化作为支持,标准化没有达到,所以具有特色的农产品其实无法达到很好的深加工,对农产品优势和开发关联产品并没有做到位,不具备营销力量;四是由于没有形成产业化所以规模化的种植也无法达到应有的效果。以上的这些因素都是目前甘肃生鲜类农

产品电商运营所面临的问题,只有有效地解决这些问题才能提升电商对甘肃农产品的帮助。

3.2 甘肃省生鲜类农产品电商运营的有效策略

3.2.1 培养生鲜类农产品电商运营的人才

由于甘肃地区的地理位置和经济环境,要想通过电商发展生鲜类农产品就需要有专业的电商人员进行平台的对接、物流以及仓储模式的构建,形成具有甘肃特色的电商运营模式。只有吸引和培养电商运营的人才才能有效地提升电商运营的效率。对于人才的引进和培养可以从以下三类人才开展,一是高管类人才,这样的人才可以根据目前甘肃生鲜类农产品的特殊情况制定相关对策和运营的方案,优化整个甘肃省的生鲜类农产品的运营系统;二是终极管理类人才,对于经营政策和相关方案进行下发和细化,确保实施层面的完成;三是技术类人才,有效地确保技术层面的实施完成。

3.2.2 整合市场进行中小企业的联盟

由于目前甘肃省农业现状是地域较广阔,以家庭作坊为主,产业化和规模化都受到了一定的限制,要想能够优化整个生鲜类农产品的电商运营就要使中小企业进行联盟,进行产业化发展,只有这样才能有效地缓解产业化的情况。中小企业的联盟有助于提升产品的标准化,并且可以有效地对产品进行深化和发展,提升农产品的利润。对市场进行整合可以有效地缓解农产品在物流方面的压力,提升产品的价值。在中小企业进行整合的过程中要建立完善的标准化流程,并且对质量进行严格的把关,真正将农产品当作是商品在进行生产和推广。坚决杜绝小农思想意识,要将获利方式从赚取中间差额,变为赚取核心产品、特色产品赢得口碑和市场从而赚取利润的思想。并且坚决做到以小看大,因为是中小企业进行联盟,势必会存在各个企业对于标准和流程规范操作的不统一,这时需要政府出面,对联盟的中小企业进行行业标准的相关培训,建立和完善统一的标准化制度,帮助中小联盟企业更加成熟的进行电商运作。

4 结语

对于西部地区来说,生鲜电商的瓶颈依然是物流仓储,怎样把快递成本优势发挥到极致就是电商运营的突破口,只有牢牢将快递成本进行减少到最低,上有供应链形成产业化和集中化,深挖自己的农产品特色,在全国乃至全世界范围内打响知名度,那么西部地区的农产品才能真正地做到“走出来”。

作者简介:杨桂明(1981.11—),女,甘肃天水,副教授,研究方向:计算机应用。

课题:大学生创新创业训练计划创业实践项目《梅花香自苦寒来,特色农业展宏图》课题编号:S202012511014S。

【参考文献】

- [1] 任玉琪,乐家华,消费者网购生鲜农产品意愿影响因素的研究[J].上海农业学报, 2018, 34(2): 138-144.
- [2] 盛海召,生鲜农产品电子商务中复购率影响因素分析[J].江西农业, 2018(4): 15.
- [3] 林家宝,万俊毅,鲁耀斌.生鲜农产品电子商务消费者信任影响因素分析:以水果为例[J].商业经济与管理, 2019(5): 5-15.