

基于 Axure 工具的农产品电商平台经营模式研究与设计

王巧云

(山东理工大学, 山东 淄博 255000)

摘要: 本文对当下农产品电商的经营模式进行了分析。抽取国内外“头部农产品电商平台”的竞品案例进行剖析演化进程与发展趋势。基于 Axure 快速原型法, 得出用户对平台的功能偏好, 以此为基础指导设计农产品电商平台。

关键词: 农产品电商平台; Axure; 需求分析; 竞品分析

农产品电商是指用电子商务的手段在互联网上售卖生鲜类产品, 如新鲜水果、蔬菜、生鲜肉类等。农产品电商随着电子商务的发展趋势而发展强大。2019 年, 中国农产品电商市场交易规模约为 1620.0 亿元, 保持 29.2% 稳定增长。

中国农产品电商行业经历了多年的演变。虽在 2019 年还遭遇了发展“寒冬”, 但未曾想到 2020 年初, 买菜这一日常需求, 成为了全国市民的关注重点。民众为了响应政策号召, 避免去菜场等人口密集的公共场合与人群接触, 相继选择“线上买菜”的购物方式。在江浙沪一带, “叮咚买菜”“美团买菜”“盒马鲜生”“微信快团团”等农产品的订单需求呈现了不同幅度的激增。如今, “线上买菜”的消费习惯, 对农产品电商来说有着更为深远的意义。

一、对农产品电商平台的认识

生鲜 O2O 是当下市场的重要发展方向。传统企业正面临着发展转型与线上挑战。据相关数据显示, 目前我国农产品电商的消费主力人群是年龄在 23-38 岁的都市年轻白领, 此类用户群体熟练使用移动端消费。企业开发农产品电商平台, 不仅能扩宽企业的营销模式满足用户移动端的消费习惯, 同时还能依托自身线下的店铺资源累积优势, 依托电商软件来提升运营推广效果。

二、国内外农产品电商平台的运营问题

通过调查, 对大量资料的分析, 我们发现国内农产品电商平台在运营中主要存在以下几个方面的问题。第一, 生鲜农产品具有季节性、易损耗等显著特点, 对于物流配送要求极高。冷链物流比一般常温物流系统的要求更高, 是一个庞大的系统工程。另外国内一线城市交通严重拥堵, 冷链物流的成本让人望而却步。第二, 生鲜类食品采用的都是独特的气泡膜包裹, 加上冷链配送这两大成本投入, 使得客单价比例增高。因此农产品电商需要稳定的种子用户, 例如农贸市场、超市、饭店等大客户群体。第三, 订单频率。下单量与收益率很大程度上受到推广运营的制约, 因此需要做出精准的市场营销。

国外以美国为例, 农产品电商的消费者行为正发生巨大变化, 美国互联网用户的总体渗透率从 2018 年的 38% 跃升至 2019 年的 56%, 物流配送的优化让购买生鲜的用户比例从 17% 激增至 37%。例如亚马逊提供 Prime 次日达, 沃尔玛和美国各地的生鲜连锁店建立的“线上下单、线下提货”的模式。2019 年线上生鲜零售商的订单量从 3 月 12 日至 15 日激增 210%。美国农产品电商注重会员制度, 提供在线订单管理、会员管理、配送管理和财务管理服务, 极大地提升了农场的管理效率。人们被“强制”成为会员, 会员制度的不友好却又在友好的会员福利中持平, 这是国外农产品电商值得学习的地方。

三、基于 Axure 工具的农产品电商平台经营模式研究与设计策略

快速原型法, 为企业实施精准农产品电商平台搭建提供了支持。通过收集用户需求, 设计一个目标产品的工作模型。

(一) 竞品分析

借助 SWOT 和 PEST 工具手段, 分析得出各大竞品的优劣势。基于当下的用户使用数据情况, 得出用户对平台的功能偏好。

(二) SWOT 法

综合电商平台: 淘宝、京东、亚马逊。优势: 预先培养了用户良好的购物习惯; 用户黏性高; 完善的支付系统; 品牌优势; 不足: 平台模式下产品质量无法把控; 物流无法把控; 农产品电商客单价高。

物流电商: 顺丰优选。优势: 物流时间到位; 由于生鲜对仓储要求高, 建立了大量仓储中心; 社区 O2O 结合: 全国 70 个城市拥有超过 500 家顺丰嘿客店农户合作; 不足: 快递转农产品电商挑战大; 农业是电子商务唯一一个没有完全电商化的行业。

食品供应商: 中粮我买网、光明菜管家。优势: 食品供应链优势; 仓储中心建立; 品牌效应; 价格优势; 不足: 物流无法把控; 运营推广待完善。

垂直电商: 莆田网、优菜网、本来生活网。优势: 领域细分; 不足: 创业的垂直电商实力较弱, 无食品供应链保证; 物流无法把控; 缺乏品牌和知名度; 仓储条件无法把控。

农场直销: 多利农庄、沱沱公社。优势: 农场自产自销, 供应链优势; 食品安全; 近距离配送优势; 不足: 远距离配送劣势; 自产自销无法满足多样化需求; 自产自销需要承担因季节、技术等环境因素导致的收成不好, 导致供货量不足。

线下超市: 华润万家、永辉超市、麦德龙、山姆会员店、开市客。优势: 直观的产品陈列; 会员制打折; 近距离配送; 冷仓储; 供应链管理正规; 不足: 远距离配送劣势; 人力配送成本; 线下超市缺少网络运营。

社区 O2O: 淘宝、京东、顺丰优选、垂直电商等都有在涉及。不过, 最具代表的还是“微商”“快团团”, 大量的创业者做起了社区生鲜配送。优势: 送货上门; 货到付款; 微信下单渠道便利; 不足: 运营推广成本高。

(三) PEST 法

政治因素: 近年来政府对农业生产和流通领域高度重视, 据不完全统计, 2019 年政府层面出台与农业农产品、冷链物流相关的政策超过 40 项, 政府层面促进生鲜行业的基础设施得到优化和改善。如: 《关于发展流通促进商业消费的意见》《关于推动农商互联完善农产品供应链的通知》等。而相关政策的出台, 成为了推动农产品电商发展的重要外部因素。经济因素: 线上消费早已成为了中国消费者的日常消费的一部分。截至 2019 年 6 月, 我国网民规模数达到 8.54 亿元, 其中网购用户规模为 6.39 亿元, 占比高达 75%, 交易金额方面, 2019 年实物商品网上零售额 85239 亿元, 增长 19.5%, 占社会消费品零售总额的比重为 20.7%。国内的电商平台用近 20 年时间的发展完成了国内消费者教育: 一方面, 主力消费人群对于线上产品及服务的品质信赖度大幅提升, 另一

方面，线上支付系统全面应用也使得线上交易的便利性得到极大提升；以外卖为主流的即时配送的兴起也进一步教育了用户到家的消费习惯。社会因素：新时代消费人群的崛起为农产品电商发展带来需求客群增量，95后和00后消费力快速增长，他们是随着互联网长大的一代，互联网渗透率高，购买生鲜看重便利性、品种的丰富性。随着他们消费能力的增强，农产品电商正好契合了他们的消费需求。居家办公、假期延长、居家上课等因素正进一步催热了民众对于线上消费乃至到家消费习惯的养成。科技因素：科技的不断进步也是农产品电商行业得到不断发展的因素之一。从技术层面看，电子支付、人工智能、大数据、物流技术、智能手机的普及等都是推动因素。比如通过人工智能和大数据，可以预测用户偏好，通过用户数据深度挖掘分析助力洞察消费者需求，为企业的决策和体验提供支持；冷链和物流技术的成熟进一步降低了生鲜产品的损耗。

（四）构建产品架构、功能思维导图、业务架构

产品架构：用户端 APP（C 端）、商家端 APP（C 端）、后台管理系统（B 端）

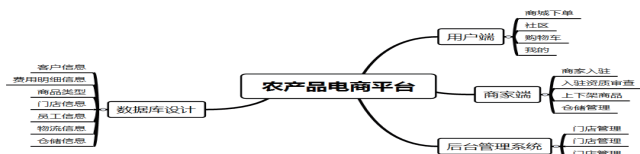


图 1 农产品电商平台业务架构

业务架构：后台管理系统同步商品信息，由商家端同步门店信息。一、门店管理：审核要货申请，选择门店类型，审核通过后同步后台门店信息。二、商品管理：商品列表、编辑商品、补充商品信息、设置商品订货价、按门店类型定价、上架商品。三、库存管理：后台同步库存到商家端，商家端更新商品库存到用户端。四、订单与退单管理：商家端同步订货与退货信息，交由后台进行订单审核，审核通过后更新订单状态，同步至用户端。五、注册：用户端进行门店或用户注册，登录后提交要货申请，浏览商品并下单。六、下单、收货与退货：用户端加购下单，确认收货，提交退货申请。

（五）数据结构建模

表 1 组织数据结构示例

模块	字段名称	是否必填
总部	总部	Y
运营中心	运营中心 code	Y
	运营中心名称	Y
	运营范围：省市区	Y
	联系人姓名	Y
	联系人电话	Y
	门店联系电话	Y
	创建时间	Y
	创建人	Y
	注册日期	Y
仓库	仓库 code	Y
	仓库名称	Y
	上级运营中心 code	Y
	上级运营中心名称	Y
	仓库地址	Y

仓库	仓库联系人	Y
	仓库联系电话	Y
	创建时间	Y
	创建人	Y
	品牌 ID	Y
	品牌名称	Y
岗位	岗位 ID	Y
	岗位名称	Y
	岗位下辖角色 ID	Y
角色	角色 ID	Y
	角色名称	Y
	角色关联权限	Y
账号	账号 ID	Y
	用户名	Y
	密码	Y
	姓名	Y
	手机号	Y
	对应组织 code	Y
	对应岗位 ID	Y
	创建时间	Y

表 2 类目数据结构示例

字段	是否必填	字段	是否必填
类目等级	Y	商品名称	Y
类目名称	Y	商品图片	N
类目 code	Y	商品编码	Y
下级类目名称	Y	商品规格	Y
下级类目 code	Y	仓库	Y
上级类目名称	Y	可售库存	Y
上级类目 code	Y	实际库存	Y
单位	Y	单价	Y

总之，对传统的生鲜企业来说，开发农产品软件能为企业带来更多的机会，让更多的人从而成为企业的忠实消费者。Axure 工具是一个专业的快速原型设计工具，让负责定义需求和规格、设计功能和界面的专家能够快速创建应用软件或 Web 网站的线框图、流程图、原型和规格说明文档。在清晰的收到市场的需求，明确的知晓用户的功能偏好后，通过不断的渐进式开发方法，构建一个农产品电商平台。

参考文献:

[1] 张诗语, 何琪, 陈淑楠, 等. 我国生鲜电商物流运营问题分析与探讨 [J]. 中国市场, 2018 (25).

[2] 董诗连. 推进农业集约经营加快现代农业发展——加快推进尤溪县现代农业集约化经营的几点思考 [J]. 福建农业科技, 2013 (08).

[3] 吴传淑. 国外生鲜电商发展模式探析 [J]. 世界农业, 2015 (05).