

湖北农产品电商发展探究——以随县香菇为例

柳云

(武汉交通职业学院 湖北武汉 430065)

摘要: 2022年我国二十大精神倡导全面推进乡村振兴,乡村产业振兴是其中一个重要层面。农产品电商可以拓展农产品销售渠道,助力乡村产业振兴。本文首先阐述了随县香菇产业发展现状及特点,进而结合随县香菇企业服务案例探讨随县香菇产业的电商发展路径,在品质监管、线上商城设计、团队建设、营销方面进行了重点论述。最后本文对湖北随县香菇在产业发展、电商发展、人才培养方面提出相关建议。

关键词: 农产品电商;随县香菇;线上商城

一、引言

2022年我国二十大精神倡导全面推进乡村振兴,扎实推进乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴,其中产业振兴是乡村振兴的重要层面之一。近些年我国农产品电商发展迅速,这重塑了农产品供需匹配方式,拓展了农产品销售渠道,助力乡村产业振兴、助推农民增收。本文以湖北随县香菇为

例,对农产品电商发展进行探究,为随县香菇产业电商发展提供相关建设性方案,同时也为促进湖北农产品产销对接提供相关思路。

二、湖北随州市随县香菇产业发展现状

(一)发展模式

表 2-1 随县香菇发展模式^[1]

发展模式	适用条件	优点	缺点
农户+消费者	散小农户,在城市郊区、小城镇、乡村较为常见。	规模小,灵活,方便消费者;流通环节少,农户利润高。	生产力相对较为落后,农产品质量监管薄弱;交易、物流成本大,产品附加值少。
农户+村干部+村集体+合作社+加工企业+消费者	具有一定规模的生产基地或生产合作社,依靠合同与加工企业建立长期合作关系。	农产品产销较为稳定。	农产品标准化程度低;农户履行合同信用较差;不能提供优质、稳定的原料。加工企业深度加工程度较低、管理混乱、加工质量堪忧。
农户+基地+龙头企业+超市+消费者	直接采购园区的农产品与龙头企业合作“农超对接”,龙头企业与农户合作	农产品产销较为稳定。	超市对农产品质量标准、规模标准等门槛把众多散小农户阻挡在外。

资料来源:根据相关文献进行整理

从表 2-1 可以看出,在随县香菇产业发展模式中,除农户外,企业也参与其中。随县已形成产值超百亿元的香菇“生产+加工+科技+营销”完整产业链条,拥有全国最大的菌种生产基地、出口基地、和全国领先的食用菌生产基地。随县主推的“专业大户+村集体+村干部+农户+贫困户”的香菇产业扶贫模式,带动贫困人口脱贫致富,随县还鼓励本土香菇

企业到其他地区拓展香菇产业。

(二)发展特点

1.市场成熟度较高,形成了较完整的产业链

2022年,农业农村部、财政部公布第四批国家现代农业产业园认定名单,其中包含随县现代农业产业园。通过创建国家现代农业产业园,随县重点发展 2 条香菇特色走廊,三

里岗、洪山、殷店、草店四个特色小镇，带动全县香菇产业发展。同时，随县推动建设香菇采摘园、电商服务等，推进香菇发展与健康、文教、休闲旅游等深度融合。

随县香菇产业市场成熟度较高，运用了规模种植，逐步降低生产成本，与加工企业和龙头企业合作^[9]，形成了香菇种植、精深加工、物流等全产业链条，在精深加工、种类延伸、市场营销等方面形成了较为完整的产业链条。

2. 科创水平不断提升

首先，品种不断开发升级。在稳定干香菇产量的基础上，稳步推进鲜销香菇、功能香菇、特种原料香菇的技术创新与示范基地建设。示范推广“菜单型”、“药品型”、“观赏型”等不同类型栽培品种，形成干香菇、鲜销香菇、精深加工产品齐头并进的新格局，丰富产品结构，满足市场需求。

其次，加强相关产品技术研发，加强菌种研发推广。建成了全国首家省级香菇产业技术研究院和湖北省唯一一家食用菌种子检验检测中心，破解“菌林”矛盾。积极研发香菇栽培基质替代物的代料革新技术，重点推进羊肚菌产业发展，培养高附加值、高营养的绿色有机新品种。

3. 品牌效应日益彰显，推动乡村振兴

2019年，随县香菇被列为全国首批优质农产品目录，获得国家地理标志证明商标注册，并被列入“2019全国农产品区域公用品牌目录”，影响力指数位居评选的全国100个品牌第12位，居食用菌之首。2022年6月，湖北省人社厅公布了十大省级劳务品牌名单，“随县香菇种植工”这一劳务品牌从全省163个品牌中脱颖而出，这在一定程度上可促进高质量就业、乡村振兴和共同富裕。

三、随县香菇电商发展路径

(一) 品牌塑造与质量监管

企业将香菇按品种或等级进行分类（如高、中、低档系列；如干香菇、湿香菇、有机香菇、香菇脆、香菇酱、香菇饮品等）。通过香菇分级和品牌建设，促进香菇供给与多层次的市场需求融合，满足香菇产品的差异化营销。在线上销售中，企业需要根据市场需求，做好香菇的产品认证和品牌建设，将产品资源优势、产地优势等转化为质量优势和品牌优势。展示农产品“生产有记录、质量有检测、安全有监管、产品有身份”的质控体系优势，减轻消费者线上农产品质量溯源和追责的疑虑。

(二) 企业线上商城的设计

如图3-1所示，企业线上商城的设计^[9]分为前台、中台、后台三个大的部分，前端采用 Bootstrap、HTML5、CSS3、Jquery等相关前端开发技术，采用响应式布局方式，兼容主流的显示终端，包括 PC、手机、平板等，真正实现一套代码，多屏自适应显示。用户可以实现登录与注册、加入购物车、加

入收藏并支持在线支付。中台主要是业务逻辑相关功能，包括商品管理、会员管理、订单管理，涉及到用户和供应商、平台管理等多个视角的主要业务流程管理。后台主要包括供应链、客服、物流、财务统计、消息管理、系统权限设置等功能，后台更多是为中台管理支撑服务的，是中台业务管理的延续和深入。



图 3-1 线上商城各功能模块一览表

线上用户功能设计包括：用户中心，商品列表，商品详情页，购物车，分享/评价，售后等，从用户视角对各功能进行描述，涉及到用户从进入平台首页之后购物的方方面面。购物过程模拟了实体购物过程，用户先浏览商品再加入购物车到最后支付离开，用户可以对已购商品进行评价和分享，若对购买的产品不满意用户可以提出申请退换货或退款。电商客服对用户网购体验起着引领作用。售前，客服人员及时关注客户浏览平台的信息及其提出的相关问题并及时回答；售中，客服人员可以使用营销手段如提供优惠券、赠送小礼品、优先发货等方式减轻客户购货疑惑并促使尽早下单；售后，客服人员及时告知客户物流配送信息，并邀请客户对香菇产品做出评价并提出相关建议。这对企业在产品质量提升、物流配送、探测市场需求动态等方面都有积极的推进作用。

(三) 团队建设

团队包括运营、美工、客服、仓管人员等，如果有做自媒体例如直播、小红书、抖音等的业务需求，企业也需要相关人员负责文案策划、视频剪辑、主播、摄影、内容运营等，一个团队具体需要多少人员需要根据自己团队需求和业务大小来确定。规模较小的企业可以采用电商运营服务外包模式，中大型企业可以组建自己的电商运营团队。

(四) 线上营销

通过线上销售促进香菇产品的差异化营销，满足消费者的不同需求，香菇产品要进行以下划分：

第一,按照香菇产品的不同种类进行划分,干香菇、湿香菇、有机香菇、香菇脆、香菇酱、香菇饮品等。这些产品的保质期、口味、功效等方面有不同,可满足消费者的不同需求。

第二,同一种类的产品按照级别不同进行产品分级,按照不同等级进行产品定价,从不同购货客户信息进行电子商务数据分析,形成客户画像,线上销售进行产品针对性营销和推送。员工可根据画像,为客户提供精准的服务,增加客户的粘性。

第三,对有品牌的香菇产品进行针对性营销。香菇产品有其特殊的产品价值,建立有效的、可信任的菌菇类品牌将成为激励消费者购买的首要任务。对于香菇产品线上营销,除了考虑一般营销话术技巧,还要深入挖掘农业的生产、生活、生态和文化等功能,加强老工艺、老字号、老品种的保护与传承。例如随县香菇,可以讲述“随州四宝”的文化味——香菇文化的锤炼与形成。天时、地利、人和,造就了独特的随州香菇文化:敢为人先的勇气、百折不挠的顽强、富民裕国的担当、不懈追求的志向。

四、湖北随县香菇产业电商发展建议

(一) 产业发展

1. 增强产品业态创新和深加工发展

在企业线上商城和相关电商平台,宣传香菇产品的多样化业态,例如菌菇面馆、菌菇咖啡馆、菌菇火锅店、菌菇饮品店等,促进随县香菇生产企业与其他类型企业的战略联盟,激发消费者对香菇产品的多样化需求。基于大数据对消费者的深刻了解进行相关产品研发改良,开发菌菇精深产品,创新加工技术,提高加工效率、扩大加工品类等。

2. 促进消费模式多样化

鼓励香菇产品DIY制作,在企业线上商城和相关电商平台引入香菇烹饪短视频或直播,帮助消费者知晓如何用菌菇做出家常美食,例如菌菇养生餐、菌菇养颜餐、菌菇减肥餐、儿童营养餐、健身餐等;增强香菇产品的消费体验,例如建立菌菇博物馆、生态园等,开展菌菇日、植菌节等品牌特色活动。

3. 推进品种培优、品质提升、质量监管

在质量方面,要推进品种培优,不断满足公众对高品质农产品在数量、多样化、质量方面的消费新需求。在产品安全方面,要加强质量安全监管,完善质量追溯标准,建立农产品生产者经营者诚信档案,提高监管能力。

(二) 电商发展

1. 精细化客户画像,助力精准转化

在企业线上商城设立客户详情、客户画像、订单详情、浏览轨迹等栏目,对客户开展精准营销,加强沟通效率,提

升成单转化;运用大数据分析消费者行为,对客户进行分层化管理,为实现农产品精准生产和精准营销提供思路。

2. 加强获客能力、留存能力和转化能力

利用企业线上商城和相关电商平台数据记录客户的基本信息,自动为客户打聊天标签、内容标签与渠道标签,数字化管理客户。在推荐商品时,企业员工要随时查看客户信息,推荐需求度高的商品,提供贴心的个性化服务。通过对客户数据的收集、整理与留存,精准挖掘并了解客户的个性化需求,促进复购。利用线上功能加强私域运营,增强与客户间的情感联系,加强对客户的精细化维护与管理。

(三) 人才培育

1. 政府

通过网店运营、摄影美工等专题培训,为农村电商人才培育提供技术、培训、设备支持。积极推进电子商务进农村示范县项目,培育人才培养、物流服务等为依托的电商孵化中心,培育农村电商带头人,例如“乡村振兴官”、“幸福乡村带头人”等,从用户、流量、资金等方面吸引更多年轻人返乡就业,为香菇电商发展提供更多人才支持。

2. 企业

强化技能培训,提供电商实践平台,开设定期的精品公开课,提供进阶培训;与高校进行电商人才培育合作,开着双选会、企业委培服务、就业推荐服务等,企业提供充足货源,企业导师辅导创业开店,对高校电商人才进行辅助创业支持。

3. 高校

电商人才的培育需要通过企业专家直接参与课程设计,引入企业真实项目让学生进行电商平台操作;与企业专家形成电商的教学小组,形成一个较为稳定的教学团队,为促进校企合作建立沟通桥梁;建立校内实训基地或校内工厂,通过企业考核选拔优秀学生、结合企业真实项目在校内工厂实施电商操作,提高学生的学习主体意识和职业适应能力,培育符合市场需求的电商人才。

参考文献:

- [1].郭金勇.湖北省“农超对接”发展问题研究[D].华中师范大学,2015.
- [2].邹晶晶.随县香菇产业典型案例研究[D].浙江海洋大学,2021
- [3].刘晓鹏.农产品电商平台的搭建与产品推荐系统研究[D].山西农业大学,2020.

作者简介:柳云(1981.2-),女,汉,湖北武汉人,硕士,副教授,研究方向:经济贸易、职业教育。

本文系2023年度湖北省中华职业教育社课题研究项目《电子商务服务湖北乡村振兴的路径研究》(项目编号:HBZJ2023428)的研究成果。