

新零售下生鲜农产品电子商务物流服务创新

——以江苏省为例

田丽丽

(江苏农林职业技术学院 江苏南京 210000)

【摘要】在新零售的背景之下,只有不断创新销售理念,才能够在这个竞争力极强的市场上占据一席之地。而生鲜农产品由于其纯利润高,顾客回头购买力强,市场需求力大等特点,在新零售的背景之下占有极高的地位。基于此,本文探究了新零售下生鲜农产品电子商务的物流服务创新研究。

【关键词】新零售;生鲜农产品;电子商务;物流服务;创新

DOI: 10.18686/jyyxx.v4i1.70605

伴随国家信息技术的持续发展,传统售卖生鲜农产品所用的方法已经不能符合时代拓展的条件以及变化,在目前新零售的背景之下,生鲜农产品的售卖者们不能墨守成规,务必要依照时代的发展去主动地接受一些新型理念,对于电子商务在经营模式上的优势做出探究,随后适当地对营销模式施行优化,同时还要对互联网技术进行一定的了解,对生鲜农产品电子商务的物流服务工作实行合理的引导,对于适合的经营模式要积极的做出决策,并寻找更有效的发展途径。

1 网络信息平台下生鲜农产品销售的特点

1.1 生鲜农产品信息系统支撑物流一体化

整个生鲜农业生产营销工作的调度都是极其琐碎而重复的。生鲜农产品销售信息系统需要人们对多变复杂的物流配送与运输体系的特性有所认识,并在现代化物流与配送运营管理体系的前提下,形成了相应的信息系统理论,其信息系统的设计方案还必须具备相应的标准化与灵活性,以及吸纳了多个环节优点所构成的一体化信息运输模式。总体上实现了在销售与物流中的每一环节都可以实现及时的数据共享。

1.2 企业供需链中一环则是销售信息系统

生鲜农产品销售公司为了使他们可以更好地对付日益变化的市场竞争,可对他们中的生产运营过程展开一些完善和更新,特别重要的是在战略规划之中,他们可以通过形成一个全新的供需链,吸纳整个供应商、客户,以及进行分销。而生鲜农产品销售机构的工作原理是在生鲜农产品公司自己创建的产品供需链中扮演着关键的连接角色,将生鲜农产品公司企业与市场的供求有效地联系起来,它的主要功能之一就是向最终的生鲜农产品客户推荐产品及服务,同时也给他们创造了良好的后期业务,并以此实现了对公司收益的直接转化。不仅让他们可以将生鲜农产品公司的自我生存以及对社会的价值赋予给完整地表达了出来,而且让他们还可以更充分地促进了生鲜农产品公司在未来的发展。

2 提升物流配送水平和产品保存能力

2.1 利用智慧物流

生鲜农产品的自然属性、供给需求特点使得其物流有别于其他线上销售商品的物流。而且它的物流成本较高,由于它易腐败的特点,又给物流运输带来了难题。对于生鲜电商,充分利用智慧物流,加强物流服务创新,向顾客提供满足其价值生成的服务十分重要。而且,对于果蔬农产品的零售而言,最为关键的环节就是物流的运输了。因为如果在物流运输的过程当中,出现产品的破损或者是腐败的话,除了会给顾客们带去不好的体验之外,还会让农产品的零售者们造成巨大的损失。尤其是在新鲜水果和蔬菜的运输过程当中,由于新鲜农产品的水分含量较大,微生物活动较为频繁,非常容易在运输过程当中由于山路崎岖等原因造成产品的碰撞破损,从而加剧了农产品的腐烂程度。基于此,在产品销售的过程当中,确保物流运输的安全性以及稳定性是非常必要的。以无锡著名的特产阳山水蜜桃为例,其产于著名桃乡无锡阳山,以其形美、色艳、肉细、皮韧易剥、汁多甘厚等特点驰名中外。在销售模式上,阳山电商销售主要为三种模式:一是与第三方平台合作,如天猫、淘宝等;二是自建电商,如果多多水蜜桃专业合作社;三是与快递物流企业合作,如顺丰、邮政等。而在物流发展上,以顺丰速运为例,尽管其运费最高,一箱价值60元的水蜜桃,江浙沪地区运费约22元,而偏远地方运费已超60元,但它仍颇受欢迎。因其智慧物流发展较为完善,它针对水蜜桃皮薄柔软的特点,推出十字网格、针织棉包装;采用先进的冷链运输,最大限度保存其新鲜度;还开通水蜜桃货运航线,启用波音767宽体自有全货机,确保消费者最快拿到水蜜桃。

2.2 融入“互联网+”技术

首先,“互联网+”技术可以打破时间的限制。随着计算机科学技术被用于现代农产品的配送领域,它们随着时间的流逝和科技的进步而出现。利用这种技术,可以批量存储和计算果树农产品的信息,以便将来可以在任何时候进行检索和使用,从而有助于高效进行各类农产品的搜索和整理。另外,“互联网+”技术还可以突破空间的限制。将计算机和网络通信技术应用于农产品的物流运输当中,这样人们可以实时进行信息的搜索和掌握来自不同互联网平台关于物流配送的最新动态。将此类技术使用到果蔬农产品的销售当中,可以增强各种信息的互动交流,从

而革新过去人们只是被动的收获信息而不能主动进行信息挑选的不良状况。通过与多元化的现代通信技术相联合,可以达到信息的传递和接收的目的,能够及时进行信息交换。将多媒体信息技术应用于果蔬农产品的销售当中,售卖者可在线实现自由选择发布各种信息,该流程也为此类信息进入各家各户创造了条件。而对于顾客们来说,他们也可以通过关键字词的搜索,了解到更多关于产品的信息,这为他们的商品挑选大大提供了便利。而且,如果他们在购买过程中有不了解的内容,还可以利用互联网技术直接与农产品的销售者或者是电商客服进行交流和讨论,其可以为不同地区的人们提供所需了解的产品图文信息和指导服务。可见“互联网+”技术的普及可以在最大程度上消除传统零售的空间局限性,并从整体上为现代化的销售提供更多帮助,呈现更加开放的姿态。

2.3 政府扶持,企业改革

农产品的业主们也可向政府部门寻求支持,现如今国家和政府部门支持农民产业,积极帮农,精准帮扶。在这个大环境之下,地方政府将会充分推动本地农产品配送与运输工作的发展,开展投资修建道路,以及帮助企业拓宽市场空间,等等。除了政府和国家的扶持与补助之外,企业也应该积极采取策略,来提升自己产品的新鲜度,并以此来提高企业的销售额度。例如,企业可以根据农作物品牌竞争力的实际特点和不同区域的实际状况,合理配置发展相应的冷链运输,以做到有效控制细菌和酶的生长活力,由此来有效地延缓氧化作用的产生,帮助提高农业品牌竞争力的储存期限,减少养分的损失。让最后农产品在抵达目的地以后还能保障其品质,从而达到与当地公司和特色农产品企业以及村民们三方间的合作共赢目标。为加速推动江苏农产品物流业的发展,江苏交通厅运管局已经在全国开展并实施了农业交通运输物流试点工作,将通过试点工作研究农业运输基础设施、农业运输组织方式、有关优惠政策以及运营管理机制等的发展路径,培育一批面向农村物流服务的物流市场主体。

3 形成销售网络信息中心

当今是互联网的时代,在新媒体普及的背景之下,新闻的传播大多数都是以互联网网络的技术为支撑,主要的形式为构建属于新闻传播的自媒体平台,通过这个平台来发布各种新闻消息。所以,当今的生鲜农产品的售卖者可以有效地利用这样的自媒体网络平台,来逐渐地增强自有的产品的影响力度。产品的营销可以充分地利用网络媒体这样的媒介来推广自己的产品内容,这样可以帮助产品的销售得到更有利的推广与传播,且其自有的新闻传播方式也有所变化,能够增强新闻的时效性与方便性。

此外,通过其构建的国家内部生鲜农产品产品和行业移动网络,可以凭此实现由管理部门对各个生鲜农产品企业统一发送信息,分布视频会议等目的,各个生鲜农产品企业还可以直接或者间接地运用其所构建的内部互联网接收和下载与煤矿企业相关的数据、指令。

除此之外,利用现代计算机和多媒体技术,对大数据进行全面、系统、深度的展示、处理,实现了一个网络化的多功能服务系统。它的发展是为产品的信息服务提供了一种结合经济组织结构、市场和社会需要,结合产品基础资料和事实数据资源的新方法。江苏苏果超市投资 20 亿马群物流配送中心已投入商业使用,该物流配送中心面积二百五十余亩,仓库内建有近三万个国际标准托盘存货位,最大商品仓储量可超过一百五十箱。可同时满足二百零五千米半径内六百余家连锁店的需求。而对于这样巨大的数据,如果不依靠计算机技术的有效运用,那任务量还真是无法想像了。计算机多媒体技术在我国生产经营中的广泛运用,将会给苏果超市的销售运输带来根本性的改变。由于其还在一定程度上具备良好的视听材料搜集和管理的应用前景,使得其在企业的运营管理和宣传中起到了巨大的作用。计算机主要是将图案示例、文本内容、视听图像、示例等不同种类的资源组织起来进行概括性的显现,使复杂而深刻的信息形象生动、直观明了,能够不言自明。同时,视听资源的数目的快速增加,提高了其在数据处理、存储和动态流动服务中的比例。将计算机多媒体技术运用到销售网络信息中心的管理,需要了解该新鲜果蔬农产品的独特特点和广大民众的购买习惯,从而在极大程度上发挥计算机多媒体技术的作用。在进行网络销售信息系统的设计制作时,考虑人们的需求,消除常规设计短板,将其设计为便于销售和物流传输运用的智能型软件。

4 结语

通过利用智慧物流,创新物流服务,可降低物流成本、提高服务质量,通过优质的物流服务改进消费体验,使得价值增值。因此,结合分析,拟提出以下建议:第一,生鲜电商的物流服务应更关注顾客的价值创造;第二,通过物流服务创新打造差异化的生鲜电商供应链;第三,以服务创新促进生鲜电商物流资源的整合和高效利用。

作者简介: 田丽丽(1982.6—),女,江苏句容人,硕士,讲师,研究方向:市场营销。

基金项目: 江苏高校哲学社会科学一般项目:后疫情时代江苏省生鲜农产品电子商务的物流服务创新研究,项目批准号:2020SJA2115。

【参考文献】

- [1] 周群杰.新零售下生鲜农产品电子商务的物流服务创新研究——以无锡阳山水蜜桃为例[J].时代金融(中旬),2018(4):64.
- [2] 汤巧玲.基于消费者偏好的生鲜农产品网络销售策略研究[D].福建:福建农林大学,2018.
- [3] 徐荃子.基于 CPFR 的生鲜农产品供应链模式及其信息共享机制研究[D].北京:中国人民大学,2010.
- [4] 张倩.我国生鲜电商平台消费者持续购买意愿的实证研究[D].湖北:武汉工程大学,2017.