

基于电子商务模式的花卉物流发展对策研究

徐琳娜

昆明工业职业技术学院 云南昆明 650300

摘要: 花卉产业是经济, 社会及生态效益“三效合一”的绿色朝阳产业。花卉属于特殊的一种鲜活植物产品, 保质期比较短, 易腐烂等特征决定了花卉物流需要具有准时性、低耗性、高效性等特点, 花卉物流的发展有助于带动我国花卉产业的蓬勃发展, 物流成为花卉流通的重要环节。而近年来电子商务在各行业中取得了巨大突破, 未来花卉产业发展必然趋势将会是电子商务与物流结合。本文将实体经济与电子商务相结合, 介绍了电子商务与花卉物流的相关理论, 然后分析了电子商务模式下花卉物流的发展现状及趋势, 进而给出花卉物流的发展建议。

关键词: 花卉物流; 电子商务; 商业模式; 发展趋势

Research on the development countermeasures of flower logistics based on e-commerce mode

Linna Xu

Kunming Industrial Vocational and Technical College, Yunnan Kunming 650300

Abstract: Flower industry is a green sunrise industry with economic, social and ecological benefits. Flowers are a special kind of fresh plant products, with short shelf life, perishable and other characteristics that determine the characteristics of punctuality, low consumption and high efficiency. The development of flower logistics is helpful to drive the vigorous development of China's flower industry, and logistics has become an important link of flower circulation. In recent years, e-commerce has made great breakthroughs in various industries, and the inevitable trend of the flower industry in the future will be the combination of e-commerce and logistics. This paper combines the real economy and e-commerce, introduces the related theories of e-commerce and flower logistics, and then analyzes the development status and trend of flower logistics under the e-commerce mode, and then gives the development suggestions of flower logistics.

Keywords: flower logistics; e-commerce; business model; and development trend

随着人们生活水平提高, 网络的普及, 人们为了节约逛街的时间成本, 通过互联网进行花卉交易所占比例增多, 这对于物流配送的要求就十分严格, 而电子商务兴起无疑对于今后花卉物流的发展有着积极的推动作用。我国花卉行业目前还是一种新兴产业, 相比国外起步较晚, 花卉物流技术及物流设备相对落后, 物流系统不完善等, 制约了花卉产品的流通。目前花卉物流领域发展不够成熟, 还有较大成长空间, 花卉产业发展速度虽然很快, 但是对于电商花卉物流系统的建设工作任然艰巨。

1 花卉物流及电子商务模式概述

1.1 花卉物流定义及特点

花卉广义上指具备一定的观赏价值, 能美化环境, 通过人类悉心栽培的草本或者木本植物。本文主要指的是狭义的花卉, 鲜切花和盆花。花卉物流是指以花卉产

品为主体, 进行生产、加工、储藏、运输、销售等环节的一种物流方式。花卉逐渐走入人们的日常生活, 受到大众的关注和喜爱, 如何保障花卉在运输途中完好无损成为了重点, 因此对花卉物流也产生了相对严格的要求。主要特点如下: (1) 注重物流效率, 要求配送时间尽量短。在长途运输中, 如果物流效率较低会缩短鲜花的可观赏期, 鲜花的价值将大打折扣。(2) 花卉娇贵, 对物流条件要求也比较严格。需要在低温恒温的条件下, 这样条件下收割的鲜花的生理活动正是旺盛时期, 呼吸作用比较强。如果过度高温或者低温, 抑制了呼吸作用又可能导致花卉无氧呼吸而腐烂。所以在进行长距离运输时, 应该使用冷藏集装箱等, 因此涉及到冷链物流。(3) 花卉包装的条件要求较高。在整个运输途中, 保障一次性包装好, 尽量避免花卉的拆卸和重新包装, 因为

在零售之前对花卉产品的任何包装行为都会对花卉的质量造成损坏。(4) 运输的费用成本较高。花卉生产的区域具有局限性, 个别分布在云南等偏远地区, 而花卉消费区域存在广泛性, 在全国各地都有需求。如: 中国较大的花卉生产基地在云南, 而需求地遍布全国, 这就使得花卉运输占了很高的比重。过高的成本抑制花卉产销量。

2 花卉行业电子商务模式

云南是重要的花卉生产基地, 每年在全国的出口鲜切花比例较大, 是我国的花卉出口大省。以云南花卉为例, 云花主要有四种电子商务模式: ①以淘宝店为主的“C2C”电子商务模式②以阿里巴巴代理商合作的天猫商城, 国内站和国外站为主的“B2B”和“C2C”模式③花店自主运营, 完全由自身解决网店宣传, 订单管理等活动④有单独经营的实体店在网上处理订单客户完成支付的线上线下“O2O”电商模式。

2.1 花卉行业“C2C”模式

“C2C”主要指消费者与消费者之间进行的电子商务, 花卉市场目前也有这样的商业运营模式。这种模式的受众群体范围较小, 这种交易的数额相比“B2B”等模式来说, 收益较小, 适合花卉爱好者之间进行交流, 而并非通过花卉交易赚钱。有的模式是消费者与消费者之间通过花卉网站平台进行交易, 卖家把花卉信息发布到平台上, 买家通过平台看到卖家发布信息进行下单付款的操作。有的平台运营起来费用相对较低, 规模具有“小, 散, 多”的特点。这类模式主要是针对当前比较流行的花卉品种, 或者商户本人是养花爱好者, 在网站交易中萌生了交易的想法。针对区域范围较小, 可能直接就是花卉生产养殖基地附近的人群进行交易, 属于同城配送, 这类商户的抗风险能力较差, 互相交流的目的大于盈利。

2.2 花卉行业“B2B”模式

“B2B”主要指企业之间进行交易的电子商务, “B2B”模式的电商平台目前有缤纷园艺, 吉宏园艺等, 这种模式的企业相对发展较好, 认知度高, 客户销量平稳, 这种模式的公司拥有支持花卉“B2B”模式的信息系统, 近十万家如绿色园艺等店铺集中借助天猫, 淘宝等平台运营, 且发展比较迅速, 独立营业的网站较少。他们大多以大企业为后备力量, 投资上百万, 请专业的团队进行网店的策划推广营销, 物流配送的工作。在“B2B”业务模式中, 爱尚鲜花有微信商场和众花app软件, 与上游的上千家花卉种植基地合作, 下游与上万家鲜花实体店对接, 并自己建立工厂, 冷藏库等设施, 爱尚鲜花的老板的目的在于打造一体化的花卉物流产业链。

2.3 网络花店自主经营模式

网络花店属于自给自足, 如缤纷园艺有自己的花卉生产种植基地, 客户资源多, 依靠自己的网站宣传, 进

行自主的订单管理和客户服务等。物流环节等要求专业的公司进行配送, 依托知名网店现成的交易体系, 进行交易结算。这种模式除了配送, 其他完全靠自己进行经营的方式, 有利于打造自己专属品牌, 留住老顾客, 拥有比较稳定的销售对象。但是这种经营方式需要花费不少成本, 完善的配套设施和完整的供应链需要有经济实力的大公司支撑。

2.4 花卉行业“O2O”模式

“O2O”是指一种将线下的实体经济与互联网结合电子商务。如今当下比较流行的为“O2O”模式, 线上支付订单, 线下接受实体店的送花服务。“O2O”模式的花卉企业不完全依赖第三方网络平台, 不单独运作自己的网站, 而是选择与阿里巴巴进行合作, 有自己的电子商务团队和平台, 把自己的花卉产品推向国内外市场。以云南特色花卉“O2O”商业模式为例, 将线上体验和线下交易结合, 在线上顾客进行支付, 线下顾客在预定时间内收到鲜花。其模式主要通过四个核心流程; 线上选购→在线付款→线下消费→体验反馈。这种模式使顾客通过网络下单, 顾客能获得完整的花卉信息(从原产地的种植到出产的品种), 减少了中间转运环节, 降低了运输成本, 并通过快速在网上下单获得自己想要的花卉品种。是一种高效的运营模式, 实现了资金流和信息流双向传递。

3 花卉物流发展现状及存在问题

3.1 花卉物流发展现状

3.1.1 花卉市场发展现状

通过店铺量和网上花卉经营情况来看, 目前还存在一些特点: ①花卉网店目前规模小, 市场份额比较低。②店铺的经营质量低, 缺乏专业大型的花卉网店。③店铺的运营结构也比较单一, 现在比较常见的为同城配送等, 传统的花店销量不多, 部分花卉产品还处于弱势阶段。纵观电商花卉市场, 随着“O2O”行业的发展, 部分小的花卉电商还采用微信公众平台的方式, 花卉材料主要通过云南鲜花原产地送出, 顺丰速递完成物流配送。

3.1.2 花卉物流运输配送现状

目前花卉行业的物流运输模式主要分为三种: 冷链物流, 同城配送, 第三方物流企业。所谓鲜花冷链物流是指在产地和销售地建立冷链物流中心, 鲜花在全程低温的环境下进行收购, 运输和销售等环节。但是目前很多鲜花的配送都是在常温下运送的, 包装鲜花水平也较差, 应该实施条形码, 使用RFID技术[RFID(Radio Frequency Identification)]。冷链物流效果好, 但是运输路线受到限制, 且运输费用较高。同城配送对企业的要求较高, 存货量的多少影响了企业的投资, 只能由专业的物流公司配送。

3.2 鲜花配送呈现的问题

3.2.1 包装水平及冷链技术差

包装水平差,如:常见的“挤压式”包装。这种包装严重影响了花卉产品的质量,我们看到的包装方式普遍采用添加冰块的塑料瓶子,塑料泡沫板及塑料布简单对花卉保鲜保温,包装较简单。鲜花的品质在花卉生产环节只占三分之一,一般来说花卉采摘下应该立即放入保鲜剂,置于阴湿环境下,防止暴晒,但是一般的花农在采摘以后直接放如水中保存,省略部分工序,大大降低鲜花品质。冷链技术比较差,大部分花卉运输公司不能提供全程的冷链物流来满足花卉运输的要求,现实生活中我们常见到花卉运输的过程中是常温的运输环境,花卉进入机场占时存放等待转运的过程中,没有花卉专业冷藏的条件,常常是露天摆放。

3.2.2 货代公司小而散,缺乏运输专业指导

花卉物流发展不成熟,目前主要存在一些重点问题在于花卉物流专业性公司少,且由于花卉销售季节性强,运输行业管理不规范,缺乏专业的指导,运输途中损伤大等问题。花卉产业处于初期阶段,花卉行业缺乏国家政策及地方的保险等政府政策支撑。货代公司比较零散,没有配备相应的运输专业指导。物流技术比较落后,鲜花在运输过程中缺乏全程的冷链运输,大部分公司只提供单一的运输服务而缺乏综合专业的一体化服务。目前来看,部分电商花卉物流公司没有配备专业的花卉运输公司,都是通过顺丰等快递公司完成配送,对于花卉这种娇贵的特殊产品,不能够保证花卉送达到的完好无损,鲜花的质量就不能完全保障。

3.2.3 机场缺乏专业花卉运输平台

机场缺乏专业花卉运输平台。等待装机的时间较长,但是机场不能提供一个冷藏环境或者恒温环境,只能露天环境下等待,这无疑对花卉产生了极大的损坏。基础设施简陋,在搬运的过程比较粗暴,造成搬运过程中花卉的大量损毁。

3.2.4 物流成本较高,缺乏核心竞争力

物流成本较高,本国花卉产品与国外发达国家相比缺乏核心竞争力。花农在采摘鲜花后不会做出相应的分类,加工,包装等产后处理,像部分偏远西南地区的许多花农任然使用自行车,拖拉机等比较简易的工具运送花卉到市场,鲜花没有得到有效保护,在运输途中鲜花的损毁或腐败及运输成本较高,且从种植,花卉拍卖,购货商信息系统不完备的问题使得流通速度较慢,缺乏专业花卉运输公司,这些促使物流成本增加。

4 花卉物流发展建议

4.1 打造专业花卉物流企业,扶植第三方物流企业

从目前的花卉市场来看,缺乏专业的花卉物流第三方配送公司,市场上一些花卉电商任然通过如顺丰等快递公司配送,只是进行普通的包装进行运送,难以保障

运送到的品质,且据数据显示,在网上盆花的销量明显大于鲜切花,鲜切花相比盆花更容易受到损坏,由此看来,还是缺乏专业的花卉物流公司,物流制约了花卉产品的流通。打造专业的花卉物流企业,扶植第三方物流企业,提高物流公司物流技术,完善公司花卉保鲜运输设备显得尤为重要,节约时间成本的关键在于减少中间环节和搬运装卸的频率。与此同时,政府和企业等要联合行业协会共同合作,扶植花卉产品物流公司的空缺,以此提高物流服务水平。

4.2 完善鲜花全程冷链运输系统

部分机场在转运的过程中缺乏冷藏环境,使得花卉大量受损。在长途运送的完善过程中,如果不能保障花卉恒温环境,花卉容送达目的地的质量就不能达到保障。因此完善鲜花全程冷链运输系统是目前当务之急。科研机构要加强对冷链保鲜技术的研究力度,不断完善冷链运输设备,物流从业人员的教育和实际操作水平需要物流企业不断加强。完善机场冷链设施服务,简化关检程序。冷链环境机械化,缩短处理时间,鲜花采摘后要预先冷,为了完善冷链物流系统,分级后冷却和运输过程,大量建造冷藏车和冷藏库及保鲜库,上级部门应加大对这方面的资金投入。

4.3 优化物流设备,规范物流程序

优化物流设备,推广台车的使用。台车为整车装卸,减少了花卉的装卸次数,较少磨损,提高了效率。并节省了大量的包装和装卸的成本,建立台车交换电子信息平台,有利于促进花卉物流信息交流和电子商务的发展。除此之外,需要规范物流程序,和第三方物流企业,建立花卉物流行业标准,改造传统物流企业,制裁一些不符合规定的企业。根据花卉行业花卉产品特点,建立统一规范的运作程序及行业标准。

5 结束语

总之,电子商务的出现给花卉行业带来了新机遇,同时花卉行业的物流配送迎来了新挑战。完善花卉物流系统,建立专业化的花卉物流电子商务运作平台,打造更专业化的花卉物流运作体系是我们现阶段和未来需要持续努力的目标。我国作为发展中国家,花卉物流起步比较晚,花卉物流系统及物流技术有很大的提高空间,但是只要能结合我国的国情进行实践,一定能缩短与发达国家花卉物流业之间的差距,相信不久的将来我们的花卉物流将更加高效,专业化和国际化。

参考文献:

- [1]张择.云南省花卉产业物流发展研究[D].云南:云南大学出版社,2010.
- [2]牛海平.我国花卉物流发展现状剖析[J].中国证券期货,2013(1):160-161.