

浅析互联网助农销售平台的可行性研究

陈文强 郭乃菁 指导老师：尹甜

四川轻化工大学 643002

摘要：随着移动互联网时代的不断发展，各行各业面临着创新和改变。我国作为传统农业大国，农业对我国经济发展有着非常重要的影响。本文浅析其他平台存在的问题以及互联网助农销售平台在与其他平台竞争中的优势，在运行中能够带来的社会效益，经济效益。分析互联网助农销售平台的可行性。

关键词：互联网助农；电商销售平台；助农增收

Preliminary analysis of the feasibility study of the Internet-aided agricultural sales platform

Chen Wenqiang Guo Naijing Instructor: Yin Tian

Sichuan University of Light Chemical Industry 643002

Abstract: With the continuous development of the mobile Internet era, all walks of life are facing innovation and change. As a traditional agricultural country, my country's agriculture has a very important impact on my country's economic development. This paper analyzes the problems existing in other platforms and the advantages of the Internet agricultural sales platform in the competition with other platforms, as well as the social and economic benefits that can be brought during operation. Analyze the feasibility of the Internet agricultural sales platform.

Keywords: Internet to help farmers; e-commerce sales platform; help farmers to increase income

在“互联网+”时代的高速发展下，互联网电商平台销售成为当下销售模式中最有力的手段。将助农销售与“互联网+”模式相结合也是一次不小的尝试，虽然目前市面上有许多相似的销售平台以及直播带货平台，但是随着项目的深入发展与完善，该项目的可行性以及带来的社会和经济效益正逐步体现出来。我们认为该项目在与其他相似项目的对比中有着一定的优势，推进和发展该项目能够带来十分可观的收益，同时也能在一定程度上推动互联网助农的发展，提高精准助农的效率，帮助农民更快脱贫致富。

一、特点

(一) 普及性

新媒体的发展与互联网的覆盖有密切的联系，在信息时代的影响下，人们与互联网技术的关系日渐密切，在互联网广泛普及的情况下，新媒体也扩大了应用范围。新媒体营销的媒介以计算机、手机为主，在互联网覆盖的情况下，借助于新媒体营销手段进行产品营销，可以使人们更加了解产品，同时促进新媒体营销的发展。

(二) 智能化

在互联网时代，新媒体营销是基于大数据实现营销智能化。很多企业通过大数据的分析、收集与储存，获得与产品相关的消费群体特征，并通过多次的数据分析，对这些消费群体做进一步的精准定位。在后期的运营中，不仅能利用所获得的数据针对不同层次、不同需求的消费群体适时推送营销信息，还可根据消费者的喜好及时调整营销信息，使营销更加具有针对性与专业性，改善消费群体的体验，实现双赢。所以，大数据下的新媒体营销具有很强的智能化特征，它能使企业及时把控营销方向，实现高质量的营销。

二、电商销售平台及直播带货存在的问题

在我们调查市面上正在使用的电商销售平台以及直播带货时，我们发它们都还存在许多的问题：

第一，消费者只能通过卖家的描述进行农产品的了解和挑选，根本无法保证购买的农产品质量，消费者难以辨别商家的谎言，容易受到欺骗，影响消费者的消费意愿，难以达到助农的目的。

第二，农产品的运输十分困难，保质期较短难以进行长时间的运输，并且无法保证运输过程中农产品的损耗问题。同时存在部分地区交通十分不便，甚至有的村庄仍在大山深处，大规模运输不便，农产品运出村问题严重。

第三，部分农村地区互联网仍不发达，无法加入互联网销售网络中，同时信息流通慢，无法快速处理订单，对目前市场需求的商品不敏感，导致农产品滞销。

第四，部分收购商存在低价收购，高价售卖的问题，导致部分农民成本都没有收回，出现入不敷出的现象。

三、互联网助农销售平台的优势

在项目推进发展时我们不断改进和完善项目实施方案，注意其他平台中存在的问题，形成我们的竞争优势。

第一，我们在手机小程序中加入了农产品地图模式，用户点击图片即可观看农产品实时照片以及其他消费者评价，拒绝虚假宣传，诚信是第一要义。

第二，对于产品运输问题，我们互联网助农销售平台采用定位同城形式，农产品次日达，现摘现发，保证新鲜度，在偏远地区设立集中收货点我们统一运输解决运输问题。

第三，平台用户提前预约，根据用户的需求来收购小中大型种植农户产品，解决乡村地区信息不发达问题，更加准确的了解市场动向，准备相应的农产品，防止过度囤积，滞销难卖。

第四，平台农产品收购以低于市场平均价格的80%收购。并以市场平均价的95%出售，价格实惠，没有其他中间商压低农产品收购价格，实现更好的助农增收，带来更加丰厚的利润。

第五,我们对收购点的员工进行了食品安全与质量的相关培训,保证我们收购的农产品的品质更高,产品质量好,市场口碑好了,才能使我们的平台被更多人了解,帮助更多的农户,销售滞销农产品。

四、互联网助农销售平台能够带来的社会效益

我国人口众多,贫富差异大,农村地区和城市地区的发展极其不平衡,部分农民生活贫苦,助农脱贫迫在眉睫。而我们项目的建设目标就是为了使农村地区的脱贫政策能够得到更加有效的实施,同时为其提供一个更好的销售平台,帮助农民增收,实现脱贫致富。

在项目的实施过程中,我们与当地的许多农村建立了良好的合作关系,我们不仅帮助他们销售滞销的农产品,同时也为他们提供目前市场需要的农产品的信息,使其能够精准迎合市场需求,有效减少滞销难卖现象。特别是在疫情期间,农民手里的农作物无法流入市场,有的都烂在地里,损失严重。在我们项目投入使用后,我们第一时间与这一部分农户取得联系,帮助其农产品销售,有效减少了在特殊时期出现的滞销问题。通过项目长久以来的实施,我们认为该项目能够有效的帮助农村地区的发展,实现助农增收这一目的,为缩减贫富差距带来一定的帮助,在社会的发展也能起到一些作用,带来较高的社会效益。

五、互联网助农销售平台能够带来的经济效益

互联网助农销售平台作为一个同城电商销售平台,在带动同城经济发展中也有不小的成效。由于我们前期宣传的到位,在我们目前两个多月的试运行期间与186家农户取得了合作关系,两个多月的时间共完成订单3745单,平均每个月能为每家农户带来近千元的增收,部分农户由原先的亏损转变为现在每个月能获得好几百的利润。虽然平台目前仍是在实验阶段并非最终版本,但我们仍在对在试运行出现的问题积极寻找解决对策,争取问题出现后在最快时间内解决,不耽误平台运行,农产品销售,将风险降低,争取实现收益最大化。

我们收集了最近两个月的交易销售数据,对其进行了系统的分析,得出的结论认为:互联网助农销售平台的发展前景十分好,随着投入使用的增长,带来的收益也会增长,能够有效的实现助农增收,带动当地的经济增长。同时,我们也在考虑未来将旅游与我们的销售平台进行结合,在外地的游客也能在我们的平台上订购当地有特色的农家乐,实现多种模式增收。在项目的后续发展中我们会制定更多的保证平台活力和效率的方案,为助农提供一个长期的,稳定的互联网销售平台,使当地的经济增长更上一层。

六、主要网络营销方式

随着我国互联网技术的不断发展,越来越多的领域开始运用互联网技术。在“互联网+”背景下,把互联网技术作为发展的重点,将互联网技术与农业发展相结合,通过网络营销方式将农村的产品和服务推广到全国甚至全世界。“互联网+”背景下农产品的营销方式主要有以下几种。

(一) 电商营销

随着互联网时代的到来,很多电商平台借此迅速发展,其中淘宝、京东、亚马逊等电商平台在此期间迅速发展。在电商模式下,消费越来越便捷,农产品作为生活必需品,也可通过电商模式进行销售。

(二) 微商营销

微商主要以微信公众号和微信朋友圈为平台,通过分享农产品的图片和视频来吸引潜在农产品消费者的关注,同时还可通过共享农业工作者日常的图片、视频,让消费者更加直观地了解农产品的整个生长过程,从而拉近农产品生产者与消费者的距离,增加农产品的销量。

(三) 网红带货

随着抖音、快手短视频的不断发展,短视频的传播和推广速度不断加快。智能手机的普及和推广,短视频真正走向了大街小巷,走进了千家万户。在此背景下,越来越多的人通过网红带货的方式进行产品营销,这一营销手段也随着现

代互联网技术的迅速发展受到广大消费者的青睐。

七、互联网助农销售平台的策略

(一) 加强农村互联网基础设施建设

农村的信息化基础设施建设需要较高投入,仅依靠农村自身的发展难以实现,还需要通过政府完善农村互联网基础设施的建设。

一方面,政府需要加大农业信息化建设投入力度,对现有信息资源进行全面整合,并制订科学的鼓励政策,引入社会资金、相应的优惠与扶持政策,并鼓励社会企业以第三方形式进入农产品网络营销体系中,降低农村、农民通过互联网销售农产品的门槛,解决农村信息化基础设施落后的问题。另一方面,政府应该加大投入力度,建立农业技术、天气气候、病虫害预测预报等农业相关信息公布网站,为现代农产品网络营销提供更大的信息支持。

网络运营商需要加大对农村互联网建设的投入力度,适当提高农村互联网宽带覆盖率,降低农村互联网接入和使用费用,提高网络通信速率,降低现代农产品网络营销成本。

(二) 完善农产品物流配送体系

完善的物流配送系统是“互联网+”背景下现代农产品营销的基础。“要想富先修路”的理念在农村发展初期深入人心,同时也取得了良好的效果。在互联网时代,要想发展现代农产品营销,就需要完善农村农产品物流体系。但是,由于物流体系建设具有前期投入大、见效缓慢而持久的特点,应该由政府部门在提供人、财、物与政策的支持下,进行科学部署与合理布局,完善农产品配送服务体系。

针对当前农村物流产业存在的不足与问题,可以从物流设施设备和覆盖度两个方面完善农产品物流配送体系。

一方面,从政策角度来说,政府应该重视物流在农产品网络营销中的重要性,在农产品产区周边铺设完善的物流网络,从而进一步保障收获季节的物流运输通畅。

另一方面,物流企业应该不断推动自身物流产业的发展与完善,例如通过发展冷链物流运输保障农产品在运输过程中的质量。

八、总结

互联网助农销售平台有着目前市面其他的电商销售平台做参考,能够有效的避免已经出现的问题,制定更加完善的对策。同时我们也制定了我们平台专属的创新点,在使用时给用户带来眼前一亮的感觉,吸引更多用户。在目前的试运行期间,互联网助农销售平台的表现十分出彩,带来了相当不错的社会效益和经济效益,我们认为继续发展必然能够带来更多的收获,实现更大的效益,项目的可行性是十分巨大的,应当继续发展。

本文系2020年度“互联网+”大学生创新创业训练计划项目研究成果。项目名称为《互联网助农销售平台系统》项目编号:S202010622083

参考文献:

- [1] 苗孟,李铜山.互联网赋能农产品销售存在的问题及对策[J].乡村科技,2021,12(12):32-33.
- [2] 苏宁.“互联网+”视角下电商助农创新模式探索[J].中国储运,2021(09):152-153.
- [3] 王文艺,吴志鹏,王礼霞.“互联网+助农”典型模式及其影响分析[J].山东农业工程学院学报,2021,38(09):27-31.
- [4] 丛智超,潘忠翠,蔡紫薇.大学生“互联网+”助农扶贫新趋势与改进方向[J].南方农机,2021,52(18):87-89.
- [5] 张洪彬.浅谈“互联网+”时代下乡镇农业经济发展的形势和存在的问题[J].财经界,2019(24):12.
- [6] 蒋一清,陶丽.“互联网+”背景下江苏农产品电子商务网络营销策略研究[J].劳动保障世界,2017(4):51.