

徐州市农产品电商平台发展状况调查分析

戴君 王皓 宋思瑜 汪辉 刘宁宁¹

(徐州工程学院, 江苏 徐州 221008)

【摘要】当前, 三农电商平台建设是社会最为关注的一个方面。根据我国农产品电商平台与徐州农产品电商平台发展的现状, 分析了徐州在积极构建农村电子商务体系中存在的问题, 并进行了较为详细的分析和有针对性的思考, 为农产品的电商平台发展提出了建议和对策。

【关键词】农产品; 电商平台; 冷链物流

【中图分类号】F323.7 **【文献标识码】**A

1 我国农产品电商平台发展概况

农产品电子商务具有重要的战略意义, 具体表现在对乡村振兴战略的实施和农业供给侧结构性改革方面的深化, 以及现代农产品供应链的构建等方面。目前, 我国农产品电子商务发展较为繁荣。

农产品电商呈不稳定的高增长态势。2018 年中国农村电商进入发展高潮期, 中国农村电商零售额不断增长。典型农村电商平台持续发展, 其中农村淘宝 2018 年农产品销售额超过 1000 亿元, 拥有活跃网购用户超过 2800 万个, 截至 2018 年 10 月, 淘宝村数量不断增长, 达 3202 个。据统计, 2018 年上半年, 农村地区通过网络零售的规模不断扩大, 全国农村网络零售额不断增长, 且达到 6322.8 亿元, 同比增长 34.4%, 占全国网上零售额的 15.5%。农产品电商行业结构正处于动态调整期。产品结构在迅速转变, 电商平台格局变化迅速, 竞争激烈, 逐步形成了“两超一多强一小众”的寡头竞争格局, 且各区域农产品电商分化发展, 中西部地区与东部地区差距缩小。与此同时, 多样化的电商模式和业态雨后春笋般出现, 农产品物流配送瓶颈约束有所减缓, 农产品电商产业生态逐步改善。

2 徐州市农产品电商平台发展现状

近年来徐州市农村电商蓬勃发展。经过政府的不断支持、引导和培育, 全市逐步发展并初步形成了睢宁县板式家具、丰县、沛县、邳州市和贾汪区农副产品、新沂市皮草及化妆品及铜山区玻璃制品等农村电商产业集聚区。并且, 睢宁县的“沙集模式”在全国有一定影响, 铜山区马坡镇玻璃制品的销售, 也逐步走出了“互联网+工业”融合发展之路。徐州市结合各处平台、特色地方馆的建设及农村电商发展的“镇村通”试点逐步推进电商发展工作, 全市农村地区电商框架初步搭建, 并且点、线、面相结合, 呈现一派良好发展态势。

新沂市电子商务产业园园区占地 3.33hm², 总建筑面积 5 万 m², 投资 1 亿多元。产业园自 2014 年 10 月开园以来, 已集聚电商服务企业 31 家, 已与宿迁、邳州、江西九江等 6 家城市签约, 电子商务发展要素呈现一定的集聚趋势。邳州市银杏成片园面

¹收稿日期: 2019-04-15

基金项目: 2018 年大学生创新创业训练计划项目(xcx2018194)。

作者简介: 戴君(1994—), 女, 江苏徐州人, 本科在读。

通讯作者: 刘宁宁(1979—), 男, 江苏邳州人, 副教授, 研究方向: 城市与区域经济发展战略。

积 2 万 hm^2 ，年产银杏果 3500t，银杏干青叶垄断国内 50% 市场，还销往德国、法国等国家。银杏果年储存能力在 2000t 左右，年出口量在 1000t 左右。古银杏资源十分丰富，邳州的银杏健康商务特色产业园，已入驻企业 76 家、电商从业人数 860 人、培训总人数 3652 人，线上主营银杏苗木、银杏果、银杏茶及相关银杏制品，快递日发单量达到 1860 多件，积极促进了当地电商的发展，当地农民陆续进入淘宝、天猫、阿里巴巴，通过线上推销自己的特色产品。

丰县大沙河镇全镇新发展宽行密植现代果业 66.67 hm^2 ，建设 SOD、富硒特色果业 20 hm^2 ，新建优质果品自摘园 33.33 hm^2 。大沙河镇电子商务产业园占地 2.67 hm^2 ，建筑面积 7 万 m^2 ，2015 年 3 月开园，已经有 28 家批发零售类电子商务公司入驻。除了邮政速递外，还有申通、圆通、天天、汇通、百世等快递物流企业进驻。建立大沙河电商园，通过网络进行销售。推动“互联网+果业”行动，实现电商与经纪人、经济合作组织有效对接，建立“电商+合作社+农户”的生产营销新体系。大沙河电商园采取入驻模式，果品主要以弘前富士、皇冠梨，白酥梨和黄金冠为主，还有樱桃、猕猴桃、西瓜等应季水果，百分之七十销往省外，年销量达到 600 万 kg，销售额更是超过 3600 万元。电商平台为果农解决了售果难问题，从上门收果子变上门送果子，解决了运输环节从繁重人力搬运变高效机器传输，节省了大量人力物力，也为周围百姓提供创业就业机会，让农民感受到实实在在的利益。

3 徐州市农产品电商平台发展存在的问题

由于徐州电商平台起步较晚，与先进成熟的地区差距较大。从农民生产到采购运输再到仓储储存，以及平台后方的运营宣传、产品的派送和消费者的接纳都或多或少存在着一些问题。

3.1 产品质量难以保证，运输保鲜亟待解决

农户提供的农产品往往会有一些残次品，而且不同的农产品会有不同的保存区间。同时农产品每年的产量供给受外界气候的影响较大，电商平台与农户的预约数量会有不确定性，如何检验和处理，以保证顾客拿到的农产品是最新鲜的是亟需解决的问题。

与其他产业相比，农产品供应的风险性和不确定性更大。农户很大一部分生鲜蔬菜是运往平台所在仓库集点地区然后进行统一地配送，其中必然涉及到从农户家中运往仓库以及从仓库运往顾客所要求地点的运输成本、损耗成本以及保鲜问题。仓库保存会涉及到农产品保管保鲜、冷藏保存方面的技术及冷链物流技术的应用问题。农产品多样，且每种农产品都有自己本身的特性，保管保鲜就存在较大问题。

冷链物流是农产品保管保鲜的关键，但是农产品中间商在生产、运输、销售等各个方面的连接之间存在着成本。农产品生产到消费者的整个生产链过程都属于在电子商务环境下冷链物流组成，但冷链专业化程度较高，生鲜农产品物流会出现“断链”的情况，很难做到无缝对接。

3.2 平台专业技术不够，网络信息安全性无法保证

搭建一个网络平台，高质量、高标准的基础设施是前提，而产品包装技术水平、作业流程规范化程度都是要考虑的问题。徐州市农产品电商往往缺乏完整性，功能比较单一，服务范围比较狭窄，平台管理比较匮乏。

实体店农产品的新鲜程度一目了然。在平台上建立农产品销售的渠道，就必须做到有新意，才能在保证农产品在新鲜的同时突出线上平台的优势，吸引消费者，增加销量，而这恰恰是徐州市农产品电商平台的短板。此外，徐州市农产品电商平台库存难以规划，电商平台的用户较为零散，很难掌握库存并制定预算。农户的库存管理较为困难。

徐州市农产品供应链较为松散，平台各环节以及不同平台之间产生信息独立，达不到交流，很难做到对农产品冷链物流的无缝对接，平台成本升高。目前，徐州市农产品电商平台普遍使用支付宝、微信支付，网上支付存在一定危险性。

3.3 农产品销路困难，未形成规模化

徐州市农产品平台寻找销路较为困难。目前，平台很难吸引到广大商家。平台首先得有广大商家的入驻，与平台合作，才会有更多的顾客前往平台购买东西，进而产生更大的收益。例如大沙河镇近几年苹果价格低，销售缓慢，销量下降，销路困难丰产不丰收。

规模化取决于集点数量、顾客流量、商家入驻规模、服务范围以及资金成交量等因素。有了规模，才会更好地产生规模经济，从而给平台带来更大的经济效益。但是目前徐州市农产品电商远还没有形成规模化。邳州大蒜核心的种植面积高达 2.67 万 hm^2 ，是我国第三大优质白蒜生产基地。在惠农网上邳州大蒜的销售目前还主要是成批量销售，没有直接面对消费者个体的，更多的是面对批发商或者其他的电商平台，没有解决农产品的最后一公里问题，而且大蒜的利润薄弱，就算加工黑蒜，但是加工成本过高消费群体也较少。

3.4 配送不及时，受众有局限

目前徐州市农产品电商缺乏规范化的配送机制，质量安全方面也很难达到保障。目前徐州市农产品物流方面并没有完全建立起规范化的操作流程，对于不同种类农产品储藏、加工、运输等环节缺乏明确标准。农产品包装不当，有害物质滋生，容易导致农产品不新鲜，威胁消费者的消费安全。配送企业专业水平参差不齐，缺乏品牌化农产品配送企业。由于从事配送服务的包括农产品批发个体户，对如何配送缺乏明确的安全意识。实时配送方面，也很难做到及时送达。

4 对策与建议

4.1 适当补贴农民，保证产品质量

平台从农民手中采购农产品时，采取必要的采购政策。农民将农产品送至电商平台所属的仓库，平台给予一定的路费补贴，从而减少向下收购农产品的不必要支出，降低获取产品的时间成本以及劳动力成本。对于产品质量严格把关，做到保质保量。

4.2 采取分类保存，完善冷链物流

首先，农产品的保存要依种类而定，这样可以大大降低保存的风险性和不稳定性。如粮食类的储藏采用一般库房存储；冬储大白菜、萝卜、马铃薯、大葱等农产品可以采取地窖储存。抑制微生物和害虫活动的同时，免受外界温度、气压的影响。其次，要完善农产品的冷链物流。为此，需要不断完善冷链配送行业的标准，努力建设配套的冷链物流基础设施。从而降低成本，形成核心竞争力。配套的冷链物流运输可以大大降低运输途中仓库保存的人力、财力以及冷藏保存所需要耗费的后续费用。

4.3 吸纳电商人才，提高专业化素养

网络的发展以及技术的进步，给平台带来机遇的同时也存在很多安全隐患，特别是一些支付安全等问题。平台需要吸纳一些电子商务人才，管理平台的运行以及网络安全问题。且充分发挥专业人才的优势，尽量建立健全平台的各项功能，删除平台的 bug，提高使用质量。从而保障消费者的使用安全，增加平台的信任度。

同时，提高电商平台的专业化水平，创造更加有效率的平台沟通，使平台与平台之间不会产生信息的独立，达到交流的效

果。将农产品生产基地、农产品批发市场、电商平台及所属的配送物流中心，与消费者联成一个整体，达到信息的资源共享。从而及时了解消费者们的消费动向，第一时间从数据了解消费者的偏好与需求。不断实现创新，积极地适应电商时代，用工作人员的专业水准和专业化素养，响应平台的各项需求。

4.4 明确推广人群，加大宣传力度

农产品平台寻找销路困难，主要是因为没有找到受众主体。在前期通过试点测验、观察和分析，找到受众人群。在之后的推广中，充分发掘这一类人的消费潜力。对于不愿意在平台上消费的人群，分析原因，完善销售模式，扩大受众面积。

例如丰县大沙河的苹果销售应该加大“互联网+销售模式”的宣传，加强新型果农培训引导，让广大果农改变传统的销售模式，调动在外务工、代销人员等积极参与进来，做到“线上线下”联动。

4.5 产品规模化，建立品牌意识

小规模的经营不能够为农户带来规模效益，在电商体系中可以引入大型企业，为农户增加订单量。在发展中，逐步建立二级分销。通过二级分销体系，农户的库存将进一步减少。

品牌意识即知名度。农产品是一种非标准化的商品，要想建立农产品电商平台并且长久的发展下去，就必须建立自己的品牌，打响自己的品牌，创建属于自己的标准。在质量上严格把关，对农产品进行筛选，间接促使产业升级，吸引更多的消费者。

新沂市在葡萄、水蜜桃两大农产品上具有优势，应该大力发展，并且与平台紧密合作，尝试聚力打造葡萄、水蜜桃两大产业集聚，从而打造特色品牌，而睢宁沙集从最初的家具淘宝店，后来随着网店生意越做越红火，供货常出现问题，于是办厂，开启了最初“农户+网络+公司”的“沙集模式”，针对当时因点击率一出就有相同产品出现。竞争非常激烈，而且严重相互砸价的现象，平台应该建立公共品牌意识，没有品牌的意识，一哄而上的发展势必带来问题。同时，可以定期举办不同主题的沙龙，分享各自的新创意。

参考文献:

- [1]张佑林.我国构建农产品电子商务平台现状、问题及对策[J].北方经贸,2014(3).
- [2]龙朝辉农产品电子商务平台模式浅析[J].农业经济,2014(8).
- [3]韩伟伟袁建兵王坤农产品零售电商平台发展的现状、问题和对策[J].物流技术与应用,2018(1).
- [4]周志胜李彬区域农产品电商平台交易模式的发展路径[J]企业改革与管理,2018(10).
- [5]吴洁“互联网+”时代下涉农电子商务的网络营销发展策略[J].中国商论,2018(3).