
湖南农产品网络销售研究

成莹洁¹

(湖南商务职业技术学院 经济贸易学院, 湖南 长沙 410205)

【摘要】: 湖南省是一个农业大省, 盛产水稻、茶、蔬果等各类农产品, 让农产品走出去是湖南省实施乡村振兴的重要战略举措之一。目前, 该省农产品网络销售途径为通过网络零售商进行销售、自建销售网站和开设网店销售; 销售模式主要有无人售货模式、直播带货销售模式、“公司+农户+电商平台”等八种, 通过分析这些销售模式的各自特点, 从产品、物流和消费者三方面总结出了湖南农产品网络销售存在的问题, 并提出相应的对策。

【关键词】: 湖南 农产品 网络销售

【中图分类号】 F323.7; F713.36 **【文献标识码】** A

据有关统计数据截至 2019 年末, 我国有十四亿多人口, 是传统的农业大国, 农产品是人们的生活必需品, 有巨大的市场需求。而湖南的农业在全国占据了很重要的位置, 自古以来就有“湖广熟, 天下足”的美誉, 但是近年来湖南地区出现了一方面农产品的销售收入不高, 有些地区农产品存在滞销或者无法销售出去的情况, 另一方面城市里的居民购买农产品价高质不一定高的局面。随着电子商务的迅猛发展, 网络销售开始进军农产品市场, 为农产品的销售拓展了市场, 为农民的创收创造了条件, 为农业的发展打开了局面。

1 湖南农产品现状分析

湖南省地处长江中游, 属亚热带季风湿润气候, 省内地貌类型多样, 有平原、丘陵、半高山等, 内有湘江、洞庭湖等水系, 适合水稻、茶、蔬果等农产品的生长, 具有发展农产品的得天独厚的优势。根据湖南省统计局统计, 2019 年湖南省实现农业增加值 2123.97 亿元, 增长 3.6%, 在全省的优势农产品中, 茶叶、油菜、油茶等农产品生产发展较快, 增长速度均超过 10%, 湖南菜即“湘菜”, 是中国八大菜系之一, 比如毛氏红烧肉、永州血鸭等产品享誉全国, 另外湖南的小吃, 如臭豆腐、鸭脖子等深受大家喜欢。

从 2014 年大围山梨申请作为第一批地理标志之一以来, 湖南省不断发展农产品地理标志。来自湖南省农业农村厅官网数据, 截至 2020 年 5 月, 湖南省累计登记农产品地理标志 97 个, 其中果品 24 个、粮油 11 个、蔬菜 23 个、茶叶 10 个、养殖业 22 个、中药材 7 个, 如安化黑茶、南县小龙虾、永丰辣酱等。

湖南农产品特别重视打造“三品一标”品牌, 即无公害农产品、绿色食品、有机食品和具有农产品地理标志。到 2020 年 5 月截止, 湖南省“三品一标”总数达到 4160 个, 居全国前列。

2 农产品网络销售途径分析

2.1 通过网络零售商进行销售

作者简介: 成莹洁(1985-), 女, 湖南长沙人, 讲师, 硕士生, 研究方向: 物流管理、市场营销。

农产品供应商或者农民将农产品直接供应给网络零售商，通过网络零售商在网上进行销售。农产品供应商或者农民不直接参与网络零售活动，或者只承担货物物流任务，由网络零售商掌握主动权。这种销售模式下，农产品供应商或者农民无法知晓销售活动情况，网络零售商无法把控物流情况，可能会导致农产品质价不符、农产品损坏等问题。

2.2 自建销售网站

农产品的销售可以通过自建专门的销售网站进行销售，这样可以很好的管理客户，为客户提供及时、优质的服务，但是这种自建销售网站的销售模式需要专业的网络技术支持、资金支持和人力支持，而且还要考虑农产品配送、资金支付安全、交易方式等比较复杂问题，需要一定经济实力的公司可以完成。

2.3 开设网店销售

在淘宝、京东等各大电商平台上开设网店进行农产品的网络销售，这种方式销售模式比较简单，风险较小。但是开设网店需要店主有较强的经营销售能力，需要时间和精力积累客户资源。

3 农产品网络销售模式分析

3.1 无人售菜模式

通过无人智能生鲜柜销售，打通“最后五十米”，居民可以在自家小区楼栋下进行购买，生鲜柜可以进行温度、湿度控制，里面储存各种蔬菜水果，由蔬菜水果基地直接配送。比如长沙市荣盛花语书苑等部分小区设置了智能生鲜柜。另外因为疫情特殊时期，部分小区推出无人售菜点，放置了一袋袋包装好的蔬菜，由居民自行选择，并扫二维码支付。

3.2 直播带货销售模式

随着各种网络平台的兴起和发展，直播带货销售模式在农产品销售中越来越广泛受到关注，直播借助消费者因名人效应对产品产生信任，促使消费者购买。另外在生产地直播，可以实现卖家和买家进行实时的沟通，让卖家更好的了解生产源头，更好的了解农产品的真实情况，打消农产品安全顾虑。比如2020年8月4日，湖南德宇农林发展有限公司黄桃种植基地举行了一场黄桃网络直播带货活动，由湖南广播电视台广播传媒中心主持人与麻阳县网红进行直播，通过附送感谢明信片、技术专家讲解等形式，累计观看人数达到二十多万次，销售黄桃两万多斤，销售额达到十五万元，取得了可喜的成绩。但是直播需要人流量，而且要诚信经营，售后服务也要跟上。

3.3 公司+农户+电商平台进行销售

公司或者合作社与农户合作，建立生产基地，并和电商平台合作，销售农产品。比如澧县惠民特种水产养殖专业合作社和农民进行合作，建立藕带生产基地，天猫电商平台从该合作社采购藕带，然后自行销售。

3.4 农产品专业公司网站或者微信平台销售

有些农产品专业销售公司通过自己的官方网站或者借助微信等平台直销。比如常德柳叶湖生态渔业有限公司通过公司微信公众号平台销售柳叶湖鳊鱼、鲫鱼等。

3.5 平台网店直销模式

农民或者生产企业在淘宝、京东等平台上开设网店，直接面对终端消费者，进行销售。

3.6 专门农产品销售平台模式

由专业的公司提供农产品移动平台、PC 或者微信平台，比如全球农产品网，该移动平台汇集了多种农产品，为卖家和买家提供交易的服务平台。

3.7 线上线下相结合模式

通过线上线下相结合模式进行销售，消费者从线上下单，第二天从线下取货，线下参与者有生鲜实体店或者自提店。例如“钱大妈”生鲜实体店，可以保证商品的新鲜程度，可以调换商品，让人放心，但是距离相对较远。例如长沙的“兴盛优选”自提运营店，40%的货物是生鲜，采取“预售+自提”的模式，自提店门店店主可以直接提供售后服务，提高消费者体验感。自提店以快递驿站居多，生鲜商品和快递合作经营，快递点一般在小区内，距离相对较近，而且比较方便，可以取完快递直接取农产品。

3.8 与大型电商企业建立合作项目

大型电商企业与当地政府建立合作项目，促进农产品的销售。阿里巴巴淘宝项目于 2014 年启动了“千县万村电商发展计划”，京东选择地区运行商，建立县级运营中心和村级服务站，实现农产品销售功能。

4 湖南农产品网络销售存在的问题

4.1 产品质量问题

农产品质量事关居民生命健康，而农产品是比较特殊的商品，特别是生鲜产品，具有明显的季节性特点，不能标准化，而且易腐烂，不易保存，产品价格不稳定，同类农产品品种较多，而且地区分散，不能集中，不能形成品牌效应，假冒优质品的较多，容易欺骗消费者，同时也损害真正优质品的名誉，使优质产品的优质优价销售无法得到保证。。

随着人们生活水平的提高，大家对于农产品有了更高的要求，比如选择有机农产品。但是我国大部分农产品还是分散的农户个人种植生产为主，还没有实现农场式的生产经营，许多农产品并没有得到专业机构的专业检测，有些农产品存在农药残留超标的现象等。网络销售模式下，公众无法感知农产品的真实情况，仅凭电商平台出具专门的检验报告购买，消费者无法相信，无法做出真假优劣的正确判断，存在农产品以次充好的现象。

表 1 湖南农产品网络销售模式对比表

序号	模式	代表	到货时间	消费者提货方式	价格	品种	新鲜程度	备注
1	无人售菜模式	自助生鲜柜	方便、快捷	直接购买，可实现无接触	价格会偏高	目前涉及蔬菜水果，品种较少	新鲜	晚上固定时间打折销售完蔬菜
2	直播带货销售模式	淘宝直播	1~3 天	快递运送	团购价格优惠	商品丰富	不能完全保证	名人效应，售后服务跟不上

3	公司+农户+电商平台	专业合作社+农户+天猫电商平台	1~3天	快递运送	电商平台优惠活动时价格优惠	商品丰富	不能完全保证	通过电商平台的影响力和优惠活动促进销售
4	农产品专业公司网站或者微信平台等销售	“柳叶湖水产”微信公众号	1~5天	市区内免费配送，其余通过快递运送	正常	单一	不能完全保证	打折促销
5	平台直销模式	农民淘宝开店、社区拼团	1~3天	快递运送	价格优惠	商品丰富	不能完全保证	配合平台打折促销
6	专门农产品销售平台模式	全球农产品网，B2B	1~3天	专业物流运输	团购价格	商品丰富	可以保证	提供买卖双方信息交流平台
7	线上线下相结合模式	钱大妈	第二天	直接线下实体店提货	有特价商品	品种较少	到货当天取货可以保证	定时打折，不卖隔夜肉，售后服务时间响应短
8	与大型电商企业建立合作项目	永州市各县区阿里农村淘宝项目	1~3天	快递运送	价格优惠	商品丰富	不能完全保证	配合电商平台进行活动

4.2 物流问题

农产品特别是生鲜农产品具有鲜活性、易耗性的特点，在运输、储存、搬运等过程中存在温度、气调等特殊的要求，配送生鲜农产品需要一些冷链设备，投入较大，配送成本较高。大部分农产品都是通过专业第三方物流公司或者快递公司实现配送的。目前，除长沙这样大城市的物流配送体系比较完善外，湖南其他很多地区物流配送体系不太完善，配送效率较低，无法有效保证冷链运输。

4.3 消费者忠诚度不高

虽然网络购物已经发展很多年了，消费者也习惯从网上购买各种商品，但是对于农产品的消费，很多人还是普遍习惯从传统的渠道购买，虽然疫情导致很多人开始在网上购买农产品，但还是以年轻人网上购买较多，年纪较大的消费者还是习惯线下购买，消费者在采购生鲜产品时不仅重视产品的质量，更重视产品的价格，他们会进行货比三家，忠诚度不高。

5 湖南农产品网络销售对策研究

5.1 建立农产品品牌

农产品销售要有统一专门的网络销售渠道，加大“三品一标”的相关认证工作的力度，由相关质检部门制定农产品标准规范，当地政府设置监督管理部门，由专业农产品销售企业操作，对农户生产的农产品的标准的统一和规范性进行监督和管理，打造农产品品牌，比如注册相关农产品商标，避免假冒。

5.2 建立农产品供应链

联合上下游企业，建立农产品供应链，形成产业链、供应链、价值链和区块链为主的网链结构，保证冷链环节的衔接，降低物流成本，降低优质农产品价格，提升网络销售服务水平。加强冷链运输基础设施建设，确保整条供应链中任何环节都能冷链运输，即整个供应链中都具备冷藏车、冷库、保温盒等其中之一设备，保证农产品的生鲜质量，推进数字化建设，打造农产品数字化供应链。

5.3 培养和吸引农村网络销售人才

当地政府提供土地、税收等优惠政策，吸引外出打工人员回乡和优秀的专业技术人才创业、投资，加强农民进行技能培训，使他们掌握相关网络销售的知识，提升他们网络销售的技能，使其成为新型农民。要求和鼓励当地农业科技人员下乡进行农业技术推广和指导，提高指导频率，改进指导方式，根据实际需求进行有针对性的指导，不断改进农产品的质量水平，提高农产品的竞争力。

5.4 加大农产品地理标志宣传力度

湖南虽然有大家都知晓的农产品，也有 97 个农产品地理标志，但是还有很多农产品不为广大消费者熟知，另外拥有地理标志的农产品，知名度也不很高。宣传推广农产品，除了政府宣传外，企业也应该作为主体，承担宣传推广工作，实施跨区域、跨品牌联盟，发挥优势区域和品牌的带动作用。

5.5 采取多样化的网络销售模式

网络销售模式较多，可以根据具体情况选择多个销售模式相结合的形式，拓宽农产品的销售渠道。可以采用传统的电商平台直销或者合作销售，也可以同时采取网络直播的形式，加大农产品的销售和推广力度。创新电商平台销售模式，可以同时在这多家电商平台进行销售或者与多家电商企业进行合作经营。

5.6 拓展跨境网络销售渠道

对于部分特色农产品，比如安化黑茶，可以通过跨境电商平台或者其他国家地区的新媒体平台，拓宽产品销售渠道，开拓东盟及“一带一路”沿线国家和地区的销售渠道，拓展国际市场。

参考文献:

[1]李慧.以“三品一标”促进湖南农产品高质量发展[J].甘肃农业,2019(08):102-103.

[2]胡学斌.生鲜农产品网上销售存在的问题与解决对策[J].现代营销(下旬刊),2018(12):85.

[3]洪涛.2020 中国农产品电商发展报告(三)[J].农业工程技术,2020,40(21):63-70.

[4]王丹,李艳军,李林竹.中部地区农产品地理标志发展现状、问题及建议对策——基于湖北、湖南、江西三省调研数据的分析[J].湖北农业科学,2020,59(04):152-156.

[5]马安佳.乡村振兴背景下果蔬销售渠道分析[J].农村经济与科技,2020,31(16):84-85.

[6]洪涛.2020 中国农产品电商发展报告(二)[J].农业工程技术,2020,40(18):64-68.

[7]洪涛. 2020 中国农产品电商发展报告(一)[J]. 农业工程技术, 2020, 40(15):61-63.

[8]王海娥, 何征. 疫情背景下湖南特色农产品电商销售模式探究[J]. 商场现代化, 2020(03):52-53.