

# 电商模式下农产品销售策略的变革与创新

石翊辰 李婷婷 张振宁

(大连科技学院, 辽宁 大连 116000)

**摘要:** 在农业发展中, 农民的收入是农业发展不可或缺的一环, 随着现代农业的逐步发展, 传统农业的营销方式无法满足当今人们的需求, 同时暴露出较多农民处于弱势的弊端, 使得广大农民收入不理想, 无法脱离贫困。在互联网的影响下和国家助农政策的扶持下, 传统农产品销售方式实现创新升级, 增加农业市场的信息流通性, 推动农业经济发展和农民增收。电商模式让农产品销售方式的焕然一新, 是我国农业转型升级、农民脱贫增收的重要途径之一。

**关键词:** 农业; 电商; 转型升级; 脱贫增收

DOI: 10.12373/xdhjy.2022.05.4800

## 一、我国农业行业现状

### (一) 营销方式不成熟

在我国农业行业中, 农产品生产商由农民组成。在农业市场中, 农民没有自己的消费渠道只能等待中间商前来收购导致农民在农产品销售环节中处于弱势, 农产品本身具有保险时间短、已腐烂等缺陷, 使得农民在销售农产品中存在急于出售的心理且一旦在短时间内无法将农产品销售便会出现农产品售价骤跌、滞销甚至腐烂的现象, 导致农民无法获得良好的收入, 无法脱离贫困。

### (二) 农业市场信息不通畅

在我国农业行业存在市场信息不通畅, 传统的农产品交易为现货交易且批发商收售农产品是由中间商提供, 导致农民所得到的农业市场信息不如中间商全面, 导致农民在农业市场信息、农产品价格都处于不利地位。

### (三) 农产品流通链条过长

我国农产品的产量大, 人口数量也大, 对于农产品的消耗量也大, 因此我国农产品的物流运输成为农民和消费者的桥梁, 并直接影响到农产品的生产、销量和农民的收入。在如今的农产品的流通环节由农户 - 批发商 - 批发市场 - 农贸市场、超市 - 消费者组成, 运输、存储农产品的消耗很大, 农产品质量的检测体系不健全, 对农产品的质量不能得到保障, 在各个环节中农产品都会加价 1-2 成, 最终销售价格加价几倍左右, 使得消费者对农产品的价格、质量不满意, 农民也无法获得良好的收入。

### (四) 我国农民现况

《我国加快发展教育培训助力农民素质提升》报告中提到: 全国近 70% 的高素质农民年龄处于 36 岁 -54 岁之间, 超过 45% 的高素质农民受教育程度为高中及以上, 约 20% 的高素质农民正在接受学历教育, 全国超过 15% 的高素质农民获得农民技术人员职称, 超过 10% 的获得国家职业资格证书。全国九成以上高素质农民从业时间在 5 年以上, 并接受了农业相关培训。我国农民的文化教育水平、农业知识储备正在稳步提升, 但由于市场信息不流通, 大多数农民也跟不上网络的更替变换, 高龄农民不会使用智能手机等新型应用和新型种植农产品技术, 农民无法在种植农产品前了解市场需求, 只能跟着行情走, 无法跟上市场需求, 种植的农产品也得不到良好的价钱导致出现农产品售价骤跌、滞销

甚至腐烂现象。

## 二、电商模式对农产品销售策略的革新

### (一) 创造全新的销售方式

电商作为一种新型的商品交易方式, 且具有利民的特性, 在传统交易方式中人们销售和购买商品主要集中在线下销售场所, 在购买之前的查看和选择商品也需要在线下销售场所进行, 电商创造出的全新销售方式, 将查看、选择、销售、购买等环节转移到了线上, 商家可将自己的商品的信息以照片 + 文字形式公布在电商平台上, 消费者仅仅需要一部智能手机即可在家中完成以上操作环节, 且电商平台也会和各个物流公司进行合作, 运用不同的配送方式将商品运送到消费者手中, 同时电商平台也有全备的售后服务来为人们服务。

### (二) 营销方式更加便捷

在电商模式影响下, 农产品销售策略得到全新的升级, 从原前单一的线下模式逐步升级为线上、线下同时进行模式, 增加了市场信息的流通性, 并运用各个 APP 推送信息进行宣传农产品, 将农产品以图片配文字的方式宣传给消费者, 使得消费者可借助智能手机增加对农产品新鲜程度、价格方面的认知度, 并在家通过智能手机查看各个销售商的农产品的新鲜程度、价格, 进行选择 and 线上付款, 减少了以往需要去线下销售场所了解农产品信息的程序, 做到了便民服务。

### (三) 为消费体系实现升级

电商在发展中, 衍生出了全新的电商模式——电商直播。环境因素对农产品市场和农民带来巨大打击, 全国出现了大量农产品滞销事件。因为助农政策的出台, 为防止农产品滞销, 各个蔬菜大棚、果园成为直播间, 很多农民利用电商直播、短视频的方式等进行销售农产品。盘锦大米、丹东草莓、增城荔枝、烟台苹果等地方特色农产品通过电商直播走向千家万户, 为他们创造了全新的销售方式。这种方式仅仅需要在果园或者大棚中架起一部手机, 不仅易于操作, 而且可以拉近农民和消费者之间的距离, 增加了农民和消费者之间的互动, 让消费者亲自观察到农产品的栽种、收割、打包等流程, 还可以观赏到田园风光。在农产品电商直播所创造的全新销售体系, 不仅让农民拥有了自己的销售渠道, 并减少了途中的环节, 降低了流通成本, 通过农民自身的直

播宣传减少了以往的宣传费用,进一步降低了农产品的价格,让农民、消费者成为最大受益者。

### 三、电商农产品销售策略与传统农产品销售策略的不同

#### (一) 销售策略内容

在传统农产品销售策略中,市场信息不畅通,农民对市场的了解存在局限性且没有自己的销售渠道,消费者购买农产品需要前往线下销售场所。农业电商将销售模式升级为线上+线下同时进行的形式,并运用推送信息为人们提供农产品及农业市场信息,消费者在家中便可查看、选择、购买农产品并有配送到家的服务。农业电商其中直播电商形式不仅为农民提供了销售渠道,而且农产品流通环节较少,所产生的成本费用、农产品的损耗量也随之减少,农产品的价格会较为便宜。

#### (二) 便捷性

在传统的农产品销售策略中,各个环节均需要在线下进行实地考察进行,农民需要等待中间商考察农产品进行收售,消费者购买农产品需要前往线下销售场所。电商农产品销售策略中,消费者可以根据手机APP的推送信息来了解农产品,还可以进入农产品电商直播间查看农产品的信息并在线上完成付款等待配送服务;农民可根据平台提供的市场行情进行种植农产品,通过电商直播拥有了自己的消费渠道,仅仅一部手机就可以为消费者展示各个农产品的信息,将自己收获的农产品卖出去,从根源上提升农产品的销售量,做到了便民服务。

#### (三) 信任度

在传统农产品销售策略中,由于市场信息不畅通,农民没有自己的销售渠道且急于出售农产品的心理导致在出售农产品时处于被动,消费者需要前往线下销售场所实地查看、选择、购买农产品。在农产品电商销售策略中,市场信息流通,消费者可在电商平台查看各个销售商的商品评价来初步了解商品信息,也可以进入农产品电商的直播间,通过与农民进行互动交流拉近彼此的距离,农民也会为消费者提供农产品的样貌和价格,增加了双方的信任度。

### 四、优化销售策略建议

基于电商模式改善农产品销售策略,帮助农民增收、消费者得到优质的消费体验以及电商平台运营发展,针对优化农产品销售策略提出建议:

#### (一) 培养农民熟练使用电商APP

现如今电商与传统农业相结合,农业逐步迈向智能化,农民仅仅只需用一部手机用于电商直播和提供农产品信息给消费者,但我国大多数农民跟不上网络的更替换代,我国高龄农民无法熟练使用智能手机和电商APP。应向乡村积极开展使用智能手机、电商APP培训,帮助广大农民熟练使用智能手机、电商APP,帮助广大农民更加便捷地使用电商APP销售农产品,实现农民增收,落实助农政策。

#### (二) 培养专业电商运营人才

电商平台的稳步运营依靠良好的客户和良好的专业运营人才,在平台建设时期应组建运营团队时应明确电商平台目的,合理分

配团队人员工作,为平台的客户建立完整的服务链条。为毕业大学生提供良好的政策待遇,鼓励毕业大学生加入农业电商平台建设,为服务农民加入可靠的中坚力量。同时也应培养规划运输农产品路线、电商平台管理、电商平台功能更新等方面的人才,使电商平台不断完善,完成规模化、规范化建设,能够更好地服务于大众。

#### (三) 打造良好的品牌

电商市场为传统农业带来新颖的销售方式和消费体验,但电商平台仅仅是为农产品提供了新方式,想要增大农产品销售量关键在于打造良好的口碑,增强消费者的信任度,让消费者可以放心买,如:运用推送信息和直播宣传当地的特色农田,为消费者展示农产品生产过程和当地农田的原生态,建立起消费者对当地生产的农产品的信任程度,在消费者购买后保障良好的物流流通,快速将农产品运送给消费者手中,建立起完善的售后服务,打造良好的品牌,实现农产品销售量增大,进而促进农民增收。

### 四、结语

通过分析得知:电商为传统农业的营销策略带来创新升级,从满足农民的销售渠道再到减少流通环节,为农产品销售策略带来翻天覆地的变化。电商成为农业发展的催化剂,电商行业的发展离不开农民对电商平台的熟练度和行情的掌握度,应积极将行情信息提供给客户,为农民开展使用智能手机、电商APP的培训,在为传统农业排忧解难的同时也应逐步完成规范化、规模化的建设,健全相关的法律监管体系,保证客户的合法权益不受侵害,促进“互联网+农业”的新局面,帮助农民增收达到脱贫的目的。

#### 参考文献:

- [1] 毛玉洁, 杨娅可. 电商助推农业转型及其发展前景 [J]. 中国农业会计, 2021(06): 78-80.
- [2] 汪学军. 《2020年全国高素质农民发展报告》发布词 [J]. 农民科技培训, 2021(01): 17-19.
- [3] 胡晨曦. “互联网+”背景下我国农业电商发展对策研究 [J]. 上海农业科技, 2020(03): 26-28.
- [4] 王晓雨, 刘冀琼, 孙英, 陶薇. 我国农产品销售的问题及对策建议 [J]. 物流工程与管理, 2019, 41(09): 41-43.
- [5] 牛文博. 电商对农业经济发展的促进作用 [J]. 农业工程, 2018, 8(11): 148-150.

基金项目: 2021年省级大学生创新创业训练计划项目, 项目编号: S202113207002X, 项目名称: 《果香园App》。

#### 作者简介:

李婷婷(1990-)女, 汉族, 辽宁大连人, 大连科技学院经济管理学院教师, 研究方向: 农业经济管理;

张振宁(1990-)男, 汉族, 辽宁抚顺人, 大连科技学院经济管理学院教师, 研究方向: 智能财务共享、应用统计学;

石翊辰(2000-)男, 汉族, 山西晋中市, 大连科技学院学生。