

信息化时代背景下农产品社区电商发展现状及策略分析

朱佳妮, 杨子强, 陆贝妮*, 张彬*

嘉兴南湖学院信息工程学院, 浙江 嘉兴

收稿日期: 2024年3月2日; 录用日期: 2024年3月27日; 发布日期: 2024年5月17日

摘要

在信息化时代背景下, 大数据、云计算等新技术为农产品流通注入了新的发展动力。随着生活条件的显著改善, 消费者对高质量农产品、便捷性采购方式的要求也不断增加, 本文立足于信息化时代背景下探讨农产品社区电商的发展现状和现存的问题, 并提出强化产品源头标准化管理、推进供应链管理数字化、增强社区电商服务智能化等优化路径, 以期实现数字赋能的农产品社区电商平台, 从而助推农产品流通, 实现乡村振兴。

关键词

社区电商, 农产品, 乡村振兴, 数字赋能

Development Status and Strategy Analysis of Community E-Commerce of Agricultural Products under the Background of Information Age

Jiani Zhu, Ziqiang Yang, Beini Lu*, Bing Zhang*

School of Information Engineering, Jiaxing Nanhu University, Jiaxing Zhejiang

Received: Mar. 2nd, 2024; accepted: Mar. 27th, 2024; published: May 17th, 2024

Abstract

In the context of the information age, new technologies such as big data and cloud computing have

*通讯作者。

文章引用: 朱佳妮, 杨子强, 陆贝妮, 张彬. 信息化时代背景下农产品社区电商发展现状及策略分析[J]. 电子商务评论, 2024, 13(2): 1590-1594. DOI: 10.12677/ecl.2024.132194

injected new development momentum into the circulation of agricultural products. With the significant improvement of living conditions, consumers' requirements for high-quality agricultural products and convenient procurement methods are also increasing. Based on the background of the information age, this paper discusses the development status and existing problems of agricultural products community e-commerce, and proposes optimization paths such as strengthening the standardized management of product sources, promoting the digitalization of supply chain management and enhancing the intelligence of community e-commerce services. It is expected to realize a digital empowered agricultural product community e-commerce platform, so as to boost the circulation of agricultural products and achieve rural revitalization.

Keywords

Community Electricity Supplier, Agricultural Products, Rural Revitalization, Rural Revitalization

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 研究背景

随着生活条件的显著改善，人们对生活品质的追求逐渐提高，消费者对农产品的需求也不断增加。而且在防疫期间，由于短时间内消费环境和条件的急剧变化，人们日常生活中涌现了一大批生鲜农产品电商平台。然而，作为一个新兴行业，它的成长必然不是一帆风顺的。爆火之后，恶性降价，从而制造恶意的价格战、商品存在逻辑混乱问题、“关店潮”和融资并存、售后服务较差等各种问题涌动，对农产品社区电商的发展产生了较大冲击。另一方面，受限于区域的基础设施条件和产品保鲜等问题，我国农村地区虽然拥有大量优质果蔬资源，但物美价廉的优质农产品无法畅通送给更多消费者。那么，如何使农产品社区电商行业持续发展，解决消费的“最后一公里”问题，并使其更能够迎合广阔的市场需求的同时，通过数字赋能电商渠道带动乡村优质农产品流向市场[1]，助力乡村振兴，都是现阶段亟须解决的问题。

二十大报告中指出，要推动现代服务业同先进制造业、现代农业深度融合，加快发展物联网，建设高效顺畅的流通体系，降低物流成本[2]。国家发改委等 12 部门也联合发布了《关于进一步优化发展环境促进农产品流通的实施意见》，把握农产品流通特点和规律，以供给侧结构性改革为主线，以收加储运销一体化建设为引领，进一步激发流通领域市场主体发展活力，提高农产品流通业集中度，助力农民增收致富、实现乡村振兴[3]。

因此，需立足农产品社区电商发展现状，找准制约发展的痛点，进一步优化改进，才能实现行业高质量发展。本项目组以农产品社区电商发展现状为基础，着手研究破解农产品发展困境的社区电商平台。

2. 农产品社区电商发展现状

2.1. 优势分析

(1) 依托低价开拓市场，追求商品高性价比

农产品社区电商是在电商发展到一定程度且城市居民社区化逐渐兴起的过程中出现，它满足了一大部分人群的便捷需求。其所具备的配送成本低和商品性价比高的特点，使消费者更加倾向于使用社区电

商平台。但是社区电商若要持续发展，需要吸引更多的消费者。为了满足消费者低价好物的需求，社区电商售卖的多数商品价格低于其他商家同等商品，高频的营销活动使商品的性价比大大提高[4]。

(2) 物流配送体系日趋完善，提高消费者购物体验

在调查过程中发现，消费者在节假日和下班后更多选择社区电商情况，这说明消费者选择社区电商更多的是期待其供应链带来的高效的特质。社区电商商品中，农产品的复购率占比达到70% [5]，但由于各平台物流配送能力有所差距，农产品的质量又受到物流基础设施的先进性，以及运输过程中的控温方式等因素的影响，这些都制约着社区电商发展。

(3) 策略创新，科技融入社区电商

随着国家对社区电商不正当行为监管力度的加大，为获得更好的发展，社区电商应商家进行策略创新，期望通过科技推动长期发展。其中，社区电商可以依靠粉丝积累流量变现和推荐算法下的精准营销，绑定客户，实现了社区生态的商业闭环[6]。同时，现有社区电商依靠算法等科技建立与区域消费者偏好相匹配的商品，并综合消费者多样的需求，从而使其获得更加舒适的消费体验。

2.2. 劣势分析

(1) 产品来源品质不稳定

农产品本身具有易腐坏、易损耗特性，所以来源渠道多元且品质难以保证，质量把控非常困难。而且农产品的成熟期相对集中，不同农产品收割方式不一致，其运输物流又没有统一的操作模式，把生鲜农产品由田间运送到公路货车上有一定的难度。但品质稳定才能持续吸引用户，一旦出现产品质量问题，会给消费者留下较差的印象，导致用户对平台的信任度下降。因此，品控成为农产品社区电商可持续发展要解决的首要任务。

(2) 农产品仓储及配送体系不完善

由于消费者对农产品的配送时效性要求越来越高，所以社区电商采购通常是“次日达”，这需要农产品电商平台拥有完善的仓配系统。但现实却受到诸多因素制约。第一，农产品一般含水量高、保鲜期限短，在物流过程中极易导致产品的货损货差变质。但由于仓储成本较高，许多农产品社区电商难以提供良好的仓储条件和运输条件，就很容易造成物流中的商品损耗。第二，农产品本身保质期短、易变质腐蚀，到达消费者手中时新鲜度严重打折，且生鲜农产品的生产以小规模为主，分布零散、产量不大，不利于规模物流，严重阻碍了农产品电商业务的拓展。

(3) 综合服务质量不高

消费者选择某一平台采购农产品，大多取决于消费全过程的服务体验感。首先消费者的满意度作为用户在使用农产品社区电商进行购买后所产生的愉悦感，很明显的是，当消费者满意度上升的时候，其购买意愿也随之增加。然而，受服务过程中的信息反馈机制等方面因素的影响，使得社区电商采购流程综合服务质量不高。例如，提货柜不含温度调节和产品分区存放等功能，造成产品质损；产品批次混杂，保质期不一，造成客户拿到过期产品；信息反馈机制不健全，无法预判甚至及时发现销售和配送过程中客户遇到的各种问题，严重影响了农产品交易的可持续性与消费者的满意度[7]。

3. 农产品社区电商模式的发展优化策略

随着农产品社区电商的快速发展，该行业同样也面临着各种机遇和挑战。为了应对这些挑战和抓住这些机遇，需要采取相应的策略建议。其中，农产品社区电商的各个环节都发挥着重要的作用，特别是在农产品源头换季、供应链管理以及服务智能化等方面。因此，为了推进农产品社区电商的发展，可以从以下几方面着手。

3.1. 强化产品源头标准化管理

作为主要销售物的农产品，由于其保质期相对较短，所以就在运输和存储方面提出了较高的要求，如果在这两方面无法满足农产品运输的要求，很容易出现浪费的现象。为了更好地解决此问题，最主要的方式就是生鲜产品发货上要快，最好的方式就是在厂家发货。

首先，筛选优质的供应商，全面实现产品源头管理标准化，才真正有利于提升产品质量。

除了要求合作供应商需要提供原材料成分检测、产品质量检测报告、产品等级评定结果、生产加工资质证明，及完备的生产管理制度等材料之外，自身也要尽量完善农产品的质量监管和标准化建设，对农产品的生产、加工和销售等全过程进行严格的监督，并在注重发展质量和提升品牌影响的基础上，扩大生产规模，推动产业升级。

其次，对农产品的产地有具体的保证，使得发货能够做到直发并开展检验工作。积极与快递企业沟通，并努力在沟通的过程中建立良好的合作关系，针对发货点的地理位置设置相对应的检验点。农产品在寄送到消费者手中之前，必须送货到检验点进行检验，经检验合格后再对农产品进行打包并发货，由此以来，才能为农产品质量提供重要的保障，使得其质量得到监控。也就是完善农产品产品质量安全全过程管理，实现产品可全程追溯[8]。

3.2. 推进供应链管理数字化

物流方面，可以建立现代智能物流仓储，加强物流点间交流，实现智能运输分拣、自动包装等环节[9]。利用物联网和大数据技术，实现物流信息的实时跟踪和可视化的同时，提高物流效率和准确性，并根据不同用户区域地址优化物流路径和运输方式，降低物流成本。此外，建立数字化供应链，数字化供应链可以实现对供应链的实时监控和预测，提高供应链的效率和灵活性。通过数字化供应链，社区电商可以更好地了解市场需求和消费者行为，从而将生产和配送调整得更加适应消费者心理。

科技方面，运用云计算和大数据等现代信息技术，搭建供应链管理数字化平台，集成供应链各环节的数据信息，实现供应链信息的实时共享和协同。通过供应链管理数字化平台，供应商可以迅速了解到生产计划的变动，制造商可以实时获取原材料的供应情况。这种高效的信息传递促进了各方合作工作的顺畅进行，共同促进问题的解决以及生产计划的调整。这改进了供应链中企业间的交互模式，保证企业间的高质量沟通，从而推动资源和合作需求等信息资源的流动。更重要的是，数字化供应链的出现使得协同创新不再受地理位置等因素的限制，供应链各方可以分布在不同的地点，通过供应链管理数字化平台实现实时协作。这有利于形成更广泛的创新，从而共同推动产品和服务的创新。

3.3. 增强社区电商服务智能化

随着农产品消费方式的改变，电商物流业务量不断增加，对电商物流配送系统及设备的要求也随之提高。尤其是农产品需要极速配速的高要求，这要求必须构建智慧服务平台，打造智能化社区电商服务。一方面，要求加强对社区智能配送系统与设备的普及，并实现全链条信息可溯[10]。对每批次产品实行“一物一码”，方便客户对产地信息、质检报告、物流追踪等关键信息进行查询，也方便企业进行过程监管，对受损产品及时进行追责和赔付。通过以上来逐步使用户提高对于所提供的产品与服务的满意度[11]。另一方面，可以借助平台大数据分析，实现对客户的精准定位，对客户的消费偏好进行准确的识别，把握消费需求和变化进行产品推荐和调整。认真对待用户的反馈内容，及时处理，稳固客户资源。

4. 结语

农产品消费具有广阔的市场空间，社区电商模式具有一定的产业基础、特色优势和市场竞争力，但

同时也存在一些发展困境。面对产业发展的新形势、新变化和新需求，需把握先进信息技术带来的发展契机，以数字赋能来优化农产品社区电商服务模式，突破现存的困境。基于此，本项目组致力于创造数字赋能的农产品社区电商平台实现，并深化供给侧结构性改革和扩大内需的有效结合，从而促进农产品社区电商行业可持续发展，助力乡村振兴。

参考文献

- [1] 陈伟蔚. 社区电商模式下生鲜农产品消费者权益保护问题研究[J]. 物流科技, 2024, 47(2): 34-36+40.
- [2] 薛景梅, 王昂. 社区电商生鲜品类供应链风险控制研究——以“美团优选”为例[J]. 价格理论与实践, 2023(2): 156-160.
- [3] 张晓林. 乡村振兴战略下数字赋能农村流通创新发展机理与路径[J]. 当代经济管理, 2024, 46(4): 47-53.
- [4] 王强, 刘玉奇. 新型社区电商促进城乡居民消费机制研究[J]. 商业经济研究, 2022(15): 74-78.
- [5] 沈敏霞, 向永胜, 汪惠芳, 等. 社区电商高质量增长的影响因素及策略研究[J]. 经营与管理, 2023(4): 63-68.
- [6] 周南, 高艺轩. 基于 O2O 模式下的苏州市社区农产品销售模式 II [J]. 现代营销(下旬刊), 2016(2): 135.
- [7] 聂有亮, 叶国伟, 杨坤, 李玲玲, 胡川江, 李若宇. 成都市农产品电商社区配送建设模式探析[J]. 中国农业文摘—农业工程, 2018, 30(6): 59-60+72.
- [8] 沈洁. 新零售背景下农产品社区营销模式研究 I [J]. 信阳农林学院学报, 2019, 29(2): 36-39.
- [9] 周利星. 电商平台背景下商贸物流企业市场营销模式创新研究[J]. 商业经济研究, 2024(1): 105-107.
- [10] 向思诺. 城市社区电商物流终端配送模式选择研究[D]. [硕士学位论文]. 武汉: 武汉科技大学, 2018.
- [11] 刘燕. 生鲜农产品社区电商供应链运作模式研究[J]. 商业经济研究, 2021(4): 102-105.