

互联网技术的新型水果销售模式研究

——以砀山梨为例

张静怡, 温栩悦, 梁嘉鑫, 苏冬娜*

东北石油大学人文科学学院, 黑龙江 大庆

收稿日期: 2024年3月12日; 录用日期: 2024年3月30日; 发布日期: 2024年4月22日

摘要

互联网技术的飞速发展, 改变了人们的生活方式和消费习惯, 给传统农业带来了一次巨大的变革。本论文以中国砀山梨为例, 探讨了基于互联网技术的新型水果销售模式, 并分析了这种模式在促进农业发展和提升农民收入等方面的优势和挑战。通过调研和分析, 本论文提出了一些建议, 以推动新型水果销售模式在砀山梨以及其他农业地区的应用和发展。

关键词

销售模式, 砀山梨, 互联网技术

Research on New Fruit Sales Models Based on Internet Technology

—Taking Dangshan Pear as an Example

Jingyi Zhang, Xuyue Wen, Jiabin Liang, Dongna Su*

School of Human Sciences, Northeast Petroleum University, Daqing Heilongjiang

Received: Mar. 12th, 2024; accepted: Mar. 30th, 2024; published: Apr. 22nd, 2024

Abstract

The rapid development of Internet technology has changed people's lifestyles and consumption habits, and has brought a huge change to traditional agriculture. This paper takes China's Dangshan pear as an example to explore a new fruit sales model based on Internet technology, and analyzes the advantages and challenges of this model in promoting agricultural development and

*通讯作者。

increasing farmers' income. Through research and analysis, this paper puts forward some suggestions to promote the application and development of new fruit sales models in Dangshan pear and other agricultural areas.

Keywords

Sales Model, Dangshan Pear, Internet Technology

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. 引言

1.1. 研究背景

水果作为人们日常饮食中不可或缺的一部分，其销售模式对于农业产业的发展和消费者体验至关重要[1]，以满足消费者对更便捷、高效的服务需求。因此，研究基于互联网技术的新型水果销售模式不仅具有重要的理论价值，还具有重要的实践意义。宿州砀山地处皖北，现有连片果园近百万亩，年产各类水果 30 亿斤，其中，梨产量占全国梨总产量的八分之一，素有“梨都”之称[2]。

1.2. 研究意义

我国作为一个农业大国，农业在国民经济中所占比重很大，地位举足轻重。安徽省砀山县在农业生产方面可以说是历史悠久，独特的气候条件和优越的地理位置为砀山酥梨的生产提供了得天独厚的生长环境。首先砀山酥梨作为我国非常重要的水果资源，其生产地更被称为“中国梨都”。其次砀山酥梨还对外出口并广受好评。但是随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，消费者在酥梨的品质、绿色无公害等方面的期待也越来越高。然而砀山酥梨在国内外赢得良好声誉的同时，也存在诸多有待解决的难题。比如梨农收入不稳定大量梨农被迫外出务工，导致梨农背井离乡且乡镇出现大量留守儿童；政府支持力度欠缺；市场供需不均衡；销售模式过于老化等[3]。

1.3. 研究目的和方法

本论文旨在通过对水果销售模式的研究，探索基于互联网技术的新型水果销售模式的发展趋势、优势和挑战，并以砀山梨为案例进行实证分析。主要研究方法包括文献综述、实地调研和数据分析。2020 年安徽省政府工作报告中指出，要促进县域经济的振兴。而砀山县虽然作为皖北地区贫困县之一，但是却凭借独特的地理优势拥有着特色的经济模式。为促进县域经济的转型发展[4]，开展一些具有砀山本土特色的活动，来吸引外来观光客，促进经济发展。此外，还应加快“互联网+”的发展速度，充分利用各种电商平台，扩大销售范围，将砀山酥梨销往全国各地，打开品牌知名度。2020 年安徽省政府工作报告中指出，要促进县域经济的振兴[5]。为促进县域经济的转型发展，当地政府更要格外重视砀山酥梨产业的良好发展。应该大力发展砀山酥梨产业这个特色的经济产业，鼓励创建当地特色旅游区，开展一些具有砀山本土特色的活动，来吸引外来观光客，促进经济发展。此外，还应加快“互联网+”的发展速度，充分利用各种电商平台，扩大销售范围，将砀山酥梨销往全国各地，打开品牌知名度。

因此基于“互联网+”的发展结合砀山梨农收益现状，我们提出此新型销售模式来确保梨农收益和促

进砀山当地发展相较于之前的销售模式，本次利用所具备的互联网技术、远程遥控技术、程序设计、自动化控制等专业知识和团队良好的专业能力，设计基于“互联网+”的网上云种植平台，且这种新型的网上云种植平台据实时监控和远程遥控等功能，可以为顾客提供一种接近真实的种植体验。

2. 砀山梨市场现状及问题分析

2.1. 互联网技术在农业领域的应用

在互联网的兴起和普及的背景下，互联网技术得到了飞速发展。互联网技术的快速发展为各行各业带来了巨大的变革和影响，农业领域也不例外。互联网技术的普及和应用改变了传统农业生产和销售的方式，极大提升了农业生产效率和产品质量。互联网技术在农业领域的应用已经逐渐得到推广和应用[6]，农业大数据的应用则可以通过分析和处理大量的农业数据，为农业生产提供科学依据和决策支持。农产品溯源则利用互联网技术，通过对农产品的生产、加工和流通环节进行追溯，保障农产品的质量和安全[7]。

互联网技术在水果销售中发挥着重要作用。首先，互联网技术可以拓展销售渠道，推动农产品从传统的农贸市场和超市走向电商平台，使农产品可以更便捷地进入消费者的家庭。其次，互联网技术可以提升销售效率和服务质量，通过在线购物、物流配送等方式，消费者可以方便地购买水果，并享受到快捷、高效的配送服务。此外，互联网技术还可以提供丰富的信息和资讯，消费者可以通过互联网获取到水果的种植、加工、营养等相关知识，增加对水果的了解和信任，从而促进水果销售。

互联网技术在农业领域的应用已经取得了突破性的进展，对提升农业效益和保障农产品质量具有重要意义。在水果销售领域，互联网技术也带来了诸多机遇和挑战。通过进一步加大互联网技术的研发和应用，加强农产品的品牌建设和推广，完善物流配送系统，提供优质的服务和便利的购买体验，可以进一步推动水果销售的发展，满足消费者对于优质水果的需求。然而，同时也需要克服安全、信任、物流等方面的问题和困难，推动互联网技术在水果销售中的持续创新和应用。

2.2. 砀山梨面临的挑战和问题

砀山梨产区位于中国的河北省，具有得天独厚的地理条件，包括富饶的土壤、适宜的气候和丰富的水源。这些优势为砀山梨的种植提供了有利条件。此外，砀山梨的品种多样，口感独特，被广大消费者喜爱，因此具有较高的市场竞争力[8]。目前，砀山梨的销售主要通过传统的农贸市场、超市和电商平台进行。农贸市场是农民与消费者直接交流的重要渠道，但受限于场地和运输条件，销售规模有限。超市作为主要的销售平台，为砀山梨提供了更广阔的市场，但由于价格竞争激烈，产品定位相对一般。电商平台在近年来的快速发展中，成为推动砀山梨销售的新渠道，但由于物流等问题，仍需进一步完善。

尽管砀山梨具有诸多优势，但仍面临一些挑战和问题。首先，市场竞争激烈，优质梨果的价格相对较高，竞争对手也多。其次，砀山梨的品牌知名度相对较低，缺乏市场宣传和推广。此外，物流问题也是制约砀山梨发展的因素之一，运输成本较高，影响了产品的销售和利润。最后，砀山梨种植的规模相对较小，农业现代化程度仍有提升空间，对于高效管理和技术支持的需求较大。

2.3. 国内水果市场现状及问题分析

2.3.1. 传统销售模式

在互联网大量普及之前国内水果的销售方式主要是三种方式。

第一种是直接销售，比如说梨，梨熟了，开着车拉到集市上卖，价格参照的是市场行情，要使劲地吆喝我的梨很甜，还得切开几个去证明，碰上大丰收年面临着无人问津的风险。这种方式好处就是价格

自己定，只要卖出去了钱就赚到手了。

第二种是中间商赚差价，收获季节少不了中间商来转悠，中间商购买能力强，运气好所有的西瓜都会被收走，缺点是价格自己说了不算，中间商为了获得高额利润，往往会压低收购价格，从而降低了农民的经济利润。

第三种是以“加工+销售”为主的农产品销售模式，自己种梨，附近有加工厂，将梨卖给他们获得较为稳定的销售渠道，这种模式的前提是附近要有加工企业，自己要有获得订单的能力[9]。

这三种模式都摆脱不了传统营销模式的约束。近些年，一些现代的营销模式逐渐被提出，如网络营销，但由于受传统观念、农村基础网络设施不健全、小散经营等因素的影响，现代农产品销售方式在实际操作中仍然实施得较少。

2005年易果网成立，其是国内最早做生鲜的电商网站。创立易果网之前创始人茅庐做的是水果进出口业务，他觉得水果也可以在网上进行售卖，之后辞职创办了易果网。不久后，拥有互联网背景的金光磊加入了易果网。他们把易果网打造成了国内最早把水果按箱卖的电商，这样就可以定量并且标准化，和蔬菜相比，水果算是一个相对标准化的品类，只要保存得当，消耗远比蔬菜小。线下卖水果都是按斤卖的，但互联网却不能，最后易果网采取了按箱卖的方式。他们改变了以往的线下售卖方式，为水果提供了全新的售卖方式[10]。

拼多多水果自由，2018年五月拼多多基于互联网上线了一款工艺游戏应用“多多果园”，用户通过社交、互动的游戏方式种植虚拟果树，果树成熟之后，多多果园会免费给用户送出真实的水果。拼多多创始人兼CEO黄峥曾经在致股东信中表示，拼多多致力于打造一个网络虚拟空间和现实世界相融合的新“空间”，在这里用户可以用最划算的价钱买到想要的东西，同时也会在里面收获很多快乐。“自水果大幅涨价以来，多多果园流量大涨，日活人数超过5000万。不仅老用户种树收果频次明显增多，新注册用户更是进入了一个新的加速期。”拼多多相关负责人表示。他们的成功向我们展示了互联网客户群体的庞大，也让我们了解到了互联网客户的需求。

2.3.2. 国内果农现状

(1) 果农年龄偏大

果树种植业是一种劳动型和技术型密集的行业，对从业人员的数量和素质要求较高。然而，这些年由于城镇化的迅速发展，使得农村青壮年劳动力大量转移，导致农村果树种植业人口老龄化严重。经调查发现，礼泉县当地果树种植人员在50~70岁之间的占80%以上，新生代果农力量缺乏，果树种植面临断层风险。

(2) 果农受教育水平偏低

果农的文化程度在初中及以下的占86.4%，由于知识结构的限制，先进的农业技术得不到应用，制约了果业经济的增长。许多农民仍习惯于“承父兄之教，少而习焉”的小农耕作方式，学习或引进新技术的较少，无法满足消费者的品种多样化需求。

(3) 果农抗风险能力差

果农中80%为家庭式经营，单纯依靠“单打独斗”，果农个体必须要抵御可能存在的市场风险和自然风险，不易做大做强。多数果农“靠天”吃饭，一遇霜冻、干旱、冰雹等自然灾害便使其净收入为零甚至亏本。

(4) 果农技术引进不足

由于分散式的经营方式，果业无公害生产技术覆盖率较低，与专业化管理水平相差甚远；专业的果品采摘工以及从事运输营销的个体户较少；果农与企业缺乏联系，自我服务能力较弱，难以适应发

展需要。

3. 基于互联网技术的新型水果销售模式

3.1. 基于互联网技术的新型水果销售模式的理论基础

互联网技术的发展与应用互联网技术的快速发展为传统产业带来了新的机遇和挑战,包括电子商务、移动支付和大数据等技术在水果销售领域的应用,可以提高水果销售的效率和质量。

消费者需求对新型水果销售模式的影响消费者对水果的健康和安全要求越来越高,对水果的品质、口感、产地等信息也更加关注。新型水果销售模式应该通过互联网技术提供更加准确和全面的信息,满足消费者的需求。

农业资源与供应链优化新型水果销售模式应该通过优化农业资源和供应链,提高农业生产效率、降低成本,并确保水果的质量和新鲜度。互联网技术可以在供应链管理、物流配送以及信息共享等方面发挥重要作用。

3.2. 基于互联网技术的新型水果销售模式在砀山梨的应用

砀山梨生产现状与市场潜力砀山梨是我国重要的梨产区之一,拥有丰富的梨果资源和优质的种植环境。然而,由于传统水果销售模式的限制,砀山梨的市场开发和销售存在一定的困难。新型水果销售模式在砀山梨的实际应用研究团队在砀山梨开展了基于互联网技术的新型水果销售模式的实证研究。通过建立电子商务平台、配合物流配送和数据分析等手段,实现了农产品的线上销售,提高了销售效率和用户体验。

3.2.1. 研究设计

本研究设计了基于互联网技术的新型水果销售模式,在砀山梨应用并进行了实施。该模式包括以下几个关键要素:电商平台建设、农产品溯源系统、物流配送和售后服务。

建设一个专门的电商平台,提供给农民和消费者一个便捷的交流和交易的平台。该平台应具备拍摄商品照片、展示商品详细信息、在线购买以及在线支付等功能。建设农产品溯源系统,通过互联网技术实现对砀山梨生产环节的实时监控和追溯。农民在种植过程中,可以通过该系统记录和上传种植信息,包括化肥施用情况、水源情况、病虫害防治措施等,从而提高农产品的安全和质量。建立可靠的物流配送网络,保证水果的准时送达和保鲜。通过与物流公司合作,建立起高效、专业的物流配送系统,能够使消费者在购买水果后能够迅速收到新鲜的水果。提供优质的售后服务。通过电话、在线客服等方式,解答。

3.2.2. 新型水果销售模式的优势与效果评估

销售效率的提高基于互联网技术的新型水果销售模式可以提高销售效率,通过电子商务平台实现线上销售,满足消费者的随时随地购买需求。供应链优化新型水果销售模式可以优化农业资源和供应链[11],减少中间环节和仓储环节的损耗,并通过物流配送和数据分析等手段提高供应链的效率和可靠性。用户体验的改善新型水果销售模式通过提供更准确和全面的产品信息,使消费者能够更好地了解水果的来源、品质和价格,从而提高购买的信心和满意度。

基于互联网技术的新型水果销售模式对砀山梨产业的影响新型水果销售模式的应用对砀山梨产业产生了积极的影响,包括增加了产品曝光度、提高了销售额和收益、优化了供应链管理方面。

本研究设计了基于互联网技术的新型水果销售模式,在砀山梨应用并进行了实施。该模式包括以下几个关键要素:电商平台建设、农产品溯源系统、物流配送和售后。

4. 新型水果销售模式的局限和挑战

互联网销售水果模式在砀山梨应用中面临一些局限和挑战,包括以下几个方面:

供应链管理: 互联网销售水果需要建立完善的供应链管理体系,包括农产品采购、仓储和物流配送等环节的协调和管理。对于某些水果种类来说,保鲜和运输是一个关键问题,需要解决水果在运输过程中的损耗和质量保障的挑战。

产品质量控制: 互联网销售水果模式需要准确地传达水果的品质和成分信息给消费者,确保消费者购买到的产品与描述一致。这需要建立可靠的农产品溯源系统,并且严格把控水果的质量标准,从源头到终端保证水果的质量和安

消费者信任和体验: 互联网销售水果模式需要建立消费者对平台和卖家的信任,以及提供良好的购物体验。由于无法直接触摸和品尝水果,消费者更加注重产品的信息透明度、退换货政策等。电商平台需要加强对产品信息的展示,提供多角度的图片和详细的描述,同时建立完善的售后服务机制。

市场竞争和定价: 互联网销售水果模式面临激烈的市场竞争,包括传统市场和其他电商平台的竞争。不同品牌和产地的水果也存在差异化竞争,如何在竞争中找到自身的定位和优势,以及在价格定价上的平衡,是互联网销售水果模式面临的挑战。

电商平台服务费用和佣金: 互联网销售水果模式需要支付一定的平台服务费用和佣金,这会对农民和卖家的利润带来一定的压力。同时,平台的确保水果质量的承诺和售后服务的支持也需投入相应的经费和人力成本,对电商平台而言也是一项挑战。

互联网销售水果模式在砀山梨应用中面临着供应链管理、产品质量控制、消费者信任和体验、市场竞争和定价、以及电商平台的服务费用等多方面的局限和挑战。克服这些挑战需要电商平台、政府和农民共同努力,不断改进和创新,提升模式的可行性和可持续性。技术和设施的限制新型水果销售模式的应用受到技术和设施的限制,包括农业信息化程度、物流设施和支付方式等方面的限制。

消费者信任和安全问题在线购物存在一定的风险,包括产品质量、售后服务和数据安全等问题。消费者对新型水果销售模式的信任度需要通过各种措施来提高。法律法规与监管问题新型水果销售模式涉及到在线支付、物流配送等方面,需要遵守相关的法律法规和监管要求,保障交易的公平和安全。

5. 结论

本论文主要通过对互联网技术在水果销售领域的应用进行研究,发现基于互联网技术的新型水果销售模式能够提高销售效率、优化供应链、改善用户体验。

存在的不足和展望: 虽然新型水果销售模式具有许多优势,但仍面临技术和设施的限制、消费者信任和安全问题以及法律法规与监管问题。未来研究应重点解决这些问题,提高新型水果销售模式的可行性和效果。

参考文献

- [1] 黄海龙. 基于以电商平台为核心的互联网金融研究[J]. 上海金融, 2013(8): 18-23+116.
- [2] 陆雨桐, 宋倩雯. 基于互联网的水果销售模式创新研究[J]. 老字号品牌营销, 2023(7): 13-15.
- [3] 赵琪, 赵子晴, 刘诗琪. 生鲜电商的困境及发展——以水果产品的销售为例[J]. 中小企业管理与科技, 2023(3): 135-137+141.
- [4] 陆兆洁, 陆金请, 粟冬连, 等. “互联网+”视域下水果类农产品网络销售模式创新研究[J]. 投资与创业, 2021, 32(7): 47-49.
- [5] 徐一凡. “互联网+”背景下水果营销策略研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 武汉轻工大学, 2017.
- [6] 程慧. 找到可盈利的移动互联网商业模式[J]. 通信企业管理, 2012(3): 43-45.

-
- [7] 秦虹蕙, 韦广平, 韦淞文, 等. 崇左市水果销售市场现状及对策[J]. 商业文化, 2020(11): 67-71.
- [8] 罗珉, 李亮宇. 互联网时代的商业模式创新: 价值创造视角[J]. 中国工业经济, 2015(1): 95-107.
- [9] 董朝阳, 赵俊华, 文福拴, 等. 从智能电网到能源互联网: 基本概念与研究框架[J]. 电力系统自动化, 2014, 38(15): 1-11.
- [10] 赵树梅, 徐晓红. “新零售”的含义、模式及发展路径[J]. 中国流通经济, 2017, 31(5): 12-20.
- [11] 韩先锋, 宋文飞, 李勃昕. 互联网能成为中国区域创新效率提升的新动能吗[J]. 中国工业经济, 2019(7): 119-136.