

# 新媒体时代农产品电商发展现状、 问题及对策研究

张静茹, 殷童

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年2月29日; 录用日期: 2024年3月13日; 发布日期: 2024年5月24日

## 摘要

各行各业在新媒体时代下都在积极变革, 实现创新发展。在这样的大背景下, 农产品电商的变化发展尤为明显。与传统的农产品销售相比, 农产品电商更加的方便、快捷, 其线上模式方便消费者更直接的表达自己的消费需求, 电商主体根据消费群体的需求及时调整销售的产品, 以更好的满足消费者需求, 同时获得一定的收益。但是, 当前在农产品电商发展过程中, 在质量把控、物流运输等方面仍然有很多问题存在, 本文立足其所面临的发展问题, 提出加强品牌建设、完善物流系统等建议, 以期对农产品电商的进一步发展起到一定的推动作用。

## 关键词

新媒体时代, 农产品电商, 信息服务, 电子商务, 发展

# Research on the Development Status, Problems and Countermeasures of Agricultural Products E-Commerce in the New Media Era

Jingru Zhang, Tong Yin

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Feb. 29<sup>th</sup>, 2024; accepted: Mar. 13<sup>th</sup>, 2024; published: May 24<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

All walks of life are actively changing in the new media era to achieve innovative development. In

**this context, the change and development of agricultural products e-commerce is particularly obvious. Compared with the traditional sales of agricultural products, the e-commerce of agricultural products is more convenient and fast, and its online mode is convenient for consumers to express their consumption needs more directly. E-commerce entities timely adjust the sales of products according to the needs of consumer groups, so as to better meet the needs of consumers and obtain certain benefits. However, in the current development process of agricultural product e-commerce, there are still many problems in quality control, logistics and transportation. Based on the development problems it faces, this paper puts forward suggestions such as strengthening brand building and improving logistics system, so as to play a certain role in promoting the further development of agricultural product e-commerce.**

## Keywords

**New Media Era, Agricultural Products E-Commerce, Information Services, Electronic Commerce, Development**

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

农产品电商一般是指利用现代信息技术,在互联网上销售各类农产品的商务活动,这种模式既可以让产自不同地区的农产品被更多人熟知,又可以满足消费者多样化的需求,在某种程度上促进了农产品行业的发展。和传统农产品销售模式相比,新兴的农产品电商模式让信息的传播和处理更加的高效,这样的销售方式极大地改变了过去直接在农贸市场进行销售的模式。在这样的模式下,农民可以及时了解最新的消息,掌握市场需求变动,对农产品种类做出及时的调整。

## 2. 农产品电商的发展现状

### 2.1. 农产品电商规模不断扩大

《2022年中国电子商务报告》显示,2022年我国农村地区的网络销售总额达到2.17万亿元,较2021年同期增长3.6%。其中,农村实物商品的零售额为1.99亿万元,较2021年同期增长4.9%;全国农产品网络零售额为5313.8亿元,较2021年同期增长9.2%。此外,阿里巴巴、抖音、快手、拼多多、京东等各类电商规模越来越大,具有非常大的市场潜力。随着规模的不断扩大,农产品电商所扮演的角色也越来越重要[1]。

### 2.2. 农产品电商发展体系不断完善

新媒体的发展给农产品的销售开辟了新的道路。自1995年启,我国就运用互联网发展农产品。从参与主体少、影响范围小,到如今多主体广泛参与、规模化发展,农产品电商的发展取得了很大的进步。当前,我国已经建立起由大型农业企业、主要电商平台等构成的电子商务系统。现存的农产品电商平台已经不再局限于基础的农产品销售,而是慢慢的向期货交易和农产品批发等规模经营方向转变。根据农产品电商提供服务的种类,可以将其分为两类:一类是专门提供信息服务的系统,另一类是侧重于销售农产品的商务服务系统。提供信息服务的系统主要是服务于规模较大的农业合作社、农业企业,帮助其

及时了解信息, 以提高生产效率和经济效益; 商务服务系统则主要是以满足人们的日常生活购物为主[2]。

### 2.3. 发展环境日益改善

新媒体背景下, 我国农村地区的发展环境得到明显的改善。《2022 全国县域数字农业农村电子商务发展报告》显示, 新型农业经营主体发展迅速, 并在生产、加工等环节为小农户提供了优质的服务。除此之外, 我国目前已经创建了 250 多个国家现代农业产业园、140 多个优质特色产业集群、1300 多个农业产业强镇等, 一系列改变农村环境的举措都大大促进了农产品电商的发展。

### 2.4. 相关政策扶持力度日益加大

农产品电商的迅速发展, 离不开国家的重视和政策的扶持。习近平总书记在 2020 年在陕西省的金米村考察时指出: “电子商务是具有潜力的新型业态, 是大有可为的。它不仅是老百姓销售农产品的主要渠道, 还是助力乡村振兴的强劲推力。” 2023 年的中央一号文件指出, “要鼓励发展农产品电商直采、定制生产等模式, 要建设更高层次的电商基地销售农副产品, 深入推进‘数商兴农’战略等”。2024 年的中央一号文件中首次“实施农村电商高质量发展工程, 推进县域电商直播基地建设, 发展农村土特产网络销售”。由此可见, 我国农产品电商的发展, 经历了从最初的快递下乡到农产品上行, 再到数字化发展, 如今已经迈入高质量发展的新阶段。农产品电商的发展模式日渐多元, 同时政策指导也在日益完善。

## 3. 新媒体时代农产品电商发展存在的问题

### 3.1. 农产品品牌影响力较小

提高农产品品牌的影响力, 既有利于提高农产品的市场竞争力, 又能够激发农户的生产热情。虽然我国的农产品种类非常多, 但是非常具有特色的农产品并不多。这种现象出现的主要原因是农户对于农产品品牌的打造和保护意识不强。新媒体时代, 消息传播速度快, 群体效应明显, 消费者多着眼于购买销量高、评价好的产品。因此, 在这样的环境下, 一个好的品牌对于农产品在市场中地位的稳定及销路是否畅通具有重要的影响。然而, 大多数农户并没有认识到一个好的品牌的重要性, 这便导致农产品的推广力度不够, 同时在一定程度上影响了农产品的销售价格及农户参与电商的收入。

### 3.2. 物流体系不够完善

电商的发展大大扩大了农产品的销售范围, 很多农产品从原来的集中在乡镇销售扩大至县城销售甚至到全国。然而, 受经济结构的长期影响, 我国仍有些农村地区基础设施不够完善, 交通不够发达, 基础硬件设施不够健全。尤其是在我国中西部的农村地区, 对于新媒体的运用和规划还不够系统完整, 相关的政策等仍不完善, 这导致农产品在供应、运输等方面受到限制[3]。此外, 完善的物流运输系统是确保农产品可以长距离运输的关键, 不健全的物流运输体系将会延长商品到达顾客手中的时间, 这会使得农产品的破损率提高, 这不仅使得消费者的购买体验受到影响, 也会导致农户的利润降低, 不利于品牌的建设。

### 3.3. 农产品的质量难以保证

新鲜、健康、安全是消费者是否购买的首要判断标准, 因此农产品的质量和其自身的发展紧密相关。虽然农产品的销售营销模式在不断的创新, 但农产品的质量还需进一步把控。目前, 我国大部分农产品的供货源头还是处于零散分布的状态, 因此很难实现生产质量稳定的商品, 实现标准化的生产。我国幅员辽阔, 散布在各处的供货源头受不同的气候的影响, 生产的农产品质量不一, 无法达到统一的标准。

同时, 关于网络交易的机制不够完善, 这也是产品质量难以把控的一个重要原因, 利用电商平台的漏洞, 卖家在线上销售交易时会优先将品质高的产品向消费者展示, 而在实际运输中放入次等质量的产品, 消费者收到的产品与线上看到的不同, 这导致消费者对于卖家的信任下降, 并不再购买。农产品的销路会因此受到影响。

## 4. 新媒体时代农产品电商发展的对策建议

### 4.1. 重视品牌建设并加强宣传

农产品若想提高市场竞争力, 就必须打造具有特色的品牌。打造具有特色且有影响力的品牌, 首先需要树立品牌形象, 然后多加宣传。所以, 各农业生产主体和农产品经营者应该结合自身情况, 联合当地优秀的农产品企业, 通过区域内各主体的合作, 因地制宜, 通过商标注册、文化和科技创新等方式, 进行品牌培育, 不断提高产品的质量, 做好服务, 提高市场竞争力[4]。此外, 各农业生产主体和农产品经营者还要注重对产品的包装, 好的产品需要好的包装衬托, 在产品的质量相同的情况下, 好的包装更容易激起消费者的购买欲望。同时, 还要做好品牌的推广工作, 品牌的推广是品牌建设中至关重要的一环。如果品牌推广的工作做不好, 再好的产品也只能被限定在一个小的区域内, 无法真正走进国内大市场, 何谈走向国际。

### 4.2. 完善物流系统, 提高物流配送的效率

完善的物流系统是农产品电商持续发展的重要基础。买卖双方进行线上交易, 虽然很方便, 但这意味着买卖双方相距很远。怎样才能使农产品尽快送到消费者手中, 这取决于物流系统是否完善。建立完善的物流系统, 从电商平台的角度来看, 平台可以与物流公司相互合作, 提高物流配送的效率和服务质量, 在运送过程中, 平台要全过程监督, 以确保整个过程不出现问题[5]; 其次, 政府层面要加强对物流基础设施建设的扶持力度, 加强相关的物流园区建设, 扩大相关配套设施的规模等, 为农产品电商打造更优质的配送环境[6]。

### 4.3. 加强农产品质量监管

农产品的质量是决定农产品电商行业是否能实现长期发展的关键因素之一。农产品电商赢得消费者的青睐, 实现可持续发展需要销售高质量的农产品, 因此在农产品的营销中, 需要严格把控产品的质量。首先, 可以建立农产品追踪体系, 确保产品的质量可以溯源追踪。生产者可以对农产品的生产、加工至销售的整个环节进行完整的记录, 以实现农产品质量的追溯。其次, 要完善建立相关的监管机制, 明确监管各监管主体的责任。入驻电商平台的商家要加强对产品质量的监管, 确保产品可以符合国家的安全质量标准, 满足消费者的实际需求; 电商平台要加强对入驻商家的监管, 建立的一定的入驻标准, 对于商家的违纪违规行为要立即处理, 以保障消费者的正当权益。

## 参考文献

- [1] 解新华. “互联网+”环境下我国农产品电子商务模式研究[J]. 商业经济研究, 2016(18): 84-86.
- [2] 王楠, 岳会媛, 管福泉. 互联网背景下我国农产品电商发展研究[J]. 中国商论, 2023(8): 44-46.
- [3] 蔡苹. 乡村振兴背景下农村电商发展存在的问题与解决对策[J]. 中国农业会计, 2023, 33(14): 94-96.
- [4] 李剑芳, 李鲁. “互联网+”背景下农产品电商发展的路径选择[J]. 新疆社科论坛, 2022(5): 107-112.
- [5] 高见, 刘松. 新零售背景下农产品物流运输创新模式构建[J]. 商业经济研究, 2019(8): 104-106.
- [6] 公茂刚, 王浩东. 大食物观粮食安全下我国种子企业研发能力现状及问题分析[J]. 宁夏社会科学, 2023(1): 125-133.