

吉林省特色农产品电子商务创新模式研究

井爽

长春财经学院, 吉林 长春 130217

摘 要： 吉林省以独特的地理环境和丰富的农业资源而闻名，本文意在提出在吉林省的特殊环境下，把农产品销售与网络电商，直播电商等销售模式相结合，从而形成一种新的创新模式，为农产品的产业发展和销售提供新的机遇，为农业发展注入新的活力，为农民提供更多的销售模式，带动农民增收。

关 键 词： 吉林省特色农产品；电子商务；创新模式

Research On E-commerce Innovation Mode of Characteristic Agricultural Products in Jilin Province

Jing Shuang

Changchun University of Finance and Economics, Changchun, Jilin 130217

Abstract： Jilin province is famous for its unique geographical environment and rich agricultural resources, this paper aims to put forward in the special environment of Jilin province, the agricultural products sales and network electricity, live electricity sales model, thus forming a new innovation mode, for the industrial development of agricultural products and sales to provide new opportunities, inject new vitality for agricultural development, provide farmers with more sales model, drive the farmers' income.

Keywords： characteristic agricultural products of Jilin Province; e-commerce; innovation mode

前言

现阶段，农村经济和城市经济还是有一定的明显代差，主要体现在供应链，供给端，销售端和服务端等方面。农村经济要想快速拉近与城市经济的差距，必须借用互联网，电子商务，直播平台等现代化互联网技术和手段，以减少市场因地域差和信息差带来的发展不均衡和信息不平等。本文主要探讨在供给端方面能够提升农业销售环境和经营环境，给农村经济主体带来实际利润提升的路径，因为只有提高农民收入才能调动出农业从业人员的积极性和创造性，才能发挥好振兴农业，解决“三农问题”。

一、农产品的创新模式一：发展电子商务

电商销售模式对赋能农产品的发展具有重要意义。不仅能够推动农村产业的转型升级，还能促进农民收入增加，打造和谐稳定的农村社会，电子商务的最大作用是调整了农产品和市场之间的供需平衡。

目前，吉林省农产品依靠电子商务带来创新模式的发展主要受制于三个方面。第一是中国农村地区的互联网普及率的问题，全国农村的互联网普及率仅为66.5%^[1]，吉林省高于全国水平，其互联网的普及率比之全国要高一些，但依然不超过全国互联网平均普及率77.5%，要发展电子商务首先要考虑到互联网的普及率和使用率；二是吉林省农村的物流覆盖率问题，根据2024年1月18日吉林省交通运输厅发布的数据，全省34个县级客运站完成“客货邮融合”升级改造，433个乡镇建成乡镇运输服务站，5658

个建制村建成农村物流服务点，分别占全省总数的81%、71%、61%，计划到2025年实现农村物流网点全覆盖^[2]。有物流覆盖率才是完成农产品走出农村的基础。三是则是农村互联网人才的就业率和互联网电商技术的开发率，要发展电子商务，必须向农村引入人才，只有把人才真正的落在农业上，才是农业产业升级的关键因素。

根据吉林省特色农产品电子商务发展现状来看，我省特色农产品具有丰富的资源，吉林省是特色农产品啊多种多样的，例如：长白山的野山参、鹿茸、木耳、大米、杂粮等等。这些特色农产品品质是其他地区不具备，具有较高的市场知名度和商业价值。如果这些特色农产品能结合电子商务发往全国各个地区，农业经济的腾飞指日可待。

借此原因，吉林省各级政府高度重视特色农产品电子商务的发展，出台了一系列扶持政策，包括资金支持、人才培养、基础

课题项目：吉林省电子商务学会“十四五”规划研究项目，项目编号：2022JLDS106。

设施建设等方面。吉林省的电子商务平台也不断涌现出来。目前吉林省已经出现了一批以特色农产品销售为主的电子商务平台，并且获得了很大的成功。例如淘宝特色中的“中国·吉林馆”“京东吉林”特产馆等，另外还有开犁网、新农宝^[3]等可以直接对接农户的电子商务平台等。

我们看到，推进农产品电子商务模式的主力在政府方面，只要让先驱者有一定收获，后进者才能积极推动农村电商服务站建设，社会上的商业组织才能重视农村经济，才能为农民提供好的电商培训和服务。后期才能建设出和电子商务相匹配的物流配送体系。除此之外，在吉林省特色农产品电子商务发展上，也是有一定的问题存在。

（一）虽然有规模，但品牌建设不足

虽然吉林省特色农产品资源的品种和种类虽然丰富，但商业品牌的建设相对滞后。部分农产品缺乏统一的品牌标识和包装，品牌繁多但知名度和美誉度不高，难以在市场上形成竞争优势。

（二）互联网普及率在，但电商人才匮乏

发展特色农产品电子商务的发展需要既懂农业又懂电子商务的复合型人才加入。目前，吉林省在电商人才培养方面还存在不足，缺乏专业的电商人才培训体系和师资力量，导致电商人才外流严重，电商人才多倾向去一线城市发展，而忽略了本土的农村经济的作为。

（三）大宗农产品供应充足，但经济作物的物流成本较高，导致发展不足

吉林省地处东北地区，不缺乏大宗农产品的物流运输，但农副产品因距离较长，保鲜等困难，导致物流成本相对较高。特别是对于一些生鲜农产品来说，物流成本更是成为制约其电子商务发展的重要因素。这一点南方地区，尤其是江浙沪地区已经完全解决类似问题。

二、农产品的创新模式二：直播平台建设

要想解决特色农产品和副产品的物流和电子商务销售问题，就要另辟蹊径，加强农产品中的特色产品和互联网经济的全面接触，再次，我们可以考虑在互联网直播营销模式解决这样一些问题，尤其是生鲜，水果，特色农产品等，直播带货就是一种天然的解决生鲜在物流和电商解决不了所做的一种创新模式开发。要想打造这个直播营销的创新模式，吉林省目前还需要重视以下三大问题关键：

（一）特色农产品的优质问题

产品品质是直播成功的基础。吉林省特色农产品如松茸、人参、鹿茸、野菜、木耳、大米、杂粮谷物等应具有良好的品质，包括外观、口感、营养价值等方面。例如，大米颗粒饱满、色泽光亮、口感软糯；木耳肉质厚实、口感爽滑；人参品质纯正、功效显著等。只有提供优质的产品，才能赢得消费者的信任和好评^[4]。

特色鲜明是吸引消费者的关键。吉林省的特色农产品应具有独特的地域特色和文化内涵，能够与其他地区的农产品区分开

来。例如，长白山人参具有独特的药用价值和文化底蕴；延边大米因生长环境独特而口感独特等。

（二）稳定的供应能力问题

只有稳定的供应链才会给直播销售带来大量的订单，吉林省各个农产品产业需要有稳定的供应能力来满足市场需求。农产品的稳定生产应具有一定的规模和稳定性，确保在直播期间能够持续供应产品。例如，与农户或合作社建立长期稳定的合作关系，确保农产品的供应渠道畅通；建立库存管理系统，合理安排库存，避免缺货断货的现象发生。

（三）需要铺设稳定的直播条件

主播应了解农产品知识，并且熟悉吉林省特色农产品的特点、种植过程、营养价值等方面的知识，能够在直播中准确地向消费者介绍产品。例如，了解人参的种类、功效、食用方法；知道大米的品种、产地特色、烹饪技巧等。这样可以增加消费者对产品的了解和信任，提高购买意愿。

同时，主播还需要了解农产品的市场行情，包括价格走势、竞争情况等，以便在直播中为消费者提供合理的购买建议。良好的沟通能力和销售技巧，主播需要能够与观众进行互动，回答观众的问题，引导观众购买产品。在直播中，主播应语言表达清晰、流畅，态度亲切、热情，营造良好的直播氛围。

同时，主播还应掌握一定的销售技巧，如产品推荐、促销活动设计等，能够有效地激发消费者的购买欲望。例如，通过限时折扣，吸引消费者购买；采用比较法，突出吉林省特色农产品的优势等。

铺设直播赛道的关键在于，能有一个有较高的知名度和影响力的主播，可以吸引更多的观众关注，提高直播的收视率和销售效果。可以邀请一些知名的网红、明星、专家等担任主播，或者培养自己的品牌主播，通过长期的直播积累粉丝和影响力。

（四）技术条件稳定的网络环境

特色农产品的直播需要稳定的网络环境，确保直播画面流畅、清晰，不出现卡顿、掉线等情况。考验农村网络基建的是在直播前就有准备，应测试农村网速和稳定性，选择合适的网络设备和直播平台。如果网络条件较差，可以考虑使用专业的直播设备和网络服务提供商，以提高直播质量。同时需要选择合适的直播平台也是农产品直播成功的关键^[5]。

（五）创新营销条件

要想带动直播平台的销量，需要制定专门的农产品直播营销策略，在直播前，应制定详细的营销策略，包括直播时间、直播内容、促销活动等方面。直播时间应选择在线人数较多的时间段，如晚上、周末等；直播内容应丰富多样，包括产品介绍、种植过程展示、农产品的烹饪示范等；主编适时的推出一下促销活动应具有吸引力，如限时折扣、赠品、抽奖等。

同时，要结合其他营销渠道，如社交媒体、微信公众号、线下活动等，进行全方位的宣传推广，提高直播的知名度和影响力。

（六）建立客户关系管理系统

在农产品直播销售之后，不仅要关注前次性的销售，还要注重后期建立长期的客户关系。可以通过建立客户关系管理系统，收集

客户信息,了解客户需求,为客户提供个性化的服务和产品推荐。

例如,在直播后,对客户进行回访,了解客户对产品的满意度和意见建议;定期向客户发送产品信息和促销活动通知,保持客户的关注度和购买欲望。通过建立良好的客户关系,可以提高客户的忠诚度和复购率,促进企业的长期发展。

(七) 建立及时的物流条件。可以做快速的物流配送

直播销售的特色农产品需要快速的物流配送,确保消费者能够及时收到产品。应选择可靠的物流合作伙伴,确保物流配送的速度和质量。可以与快递公司签订合作协议,争取优惠的价格和更好的服务。要建立良好的物流跟踪系统,让所有消费者能够随时了解产品的物流状态。

三、农产品的创新模式三:技术升级和人才培养

农产品的任何发展和创新,都要和吉林省的特色相结合才能有未来。吉林省特色农产品上的破局和创新在于,农产品销售的创新模式除了电子商务和直播营销以外,我们还能否利用更多的互联网技术,来开发农村、农业、农产品的可持续发展。在农产品开发中我们还可以利用互联网的信息技术,包括物联网、大数据分析、人工智能等,这些技术升级可以帮助提高农产品在吉林省的可持续发展。

利用人工智能等技术手段,可以让电子商务和农产品给消费者定制化服务,根据用户的个性化需求,如特定的农产品品种、规格、包装、配送时间等,提供定制化的农产品生产和销售服务。人工智能可以帮助商家高效地管理和协调定制化生产过程,确保满足用户的个性化需求^[9]。

例如:吉林省某水果种植基地,通过开设线下体验店,让消费者品尝新鲜水果,了解种植过程,同时引导消费者在线上平台下单购买,享受送货上门服务。

吉林省某水果种植基地,通过开设线下体验店,让消费者品尝新鲜水果,了解种植过程,同时引导消费者在线上平台下单购买,享受送货上门服务。

吉林省某杂粮企业推出定制化服务,消费者可以根据自己的需求选择不同种类的杂粮组合,企业按照订单进行包装和配送。这种模式受到了注重健康饮食的消费者的欢迎,企业也通过定制化服务提高了产品的附加值和市场竞争力^[7]。

关于人才培养方面,可以考察农产品电商平台+合作社模式来走农村可持续发展道路。这种创新模式特点在于由农产品电商平台与当地的农民专业合作社紧密结合。合作社负责组织农民进行生产,保证农产品的供应稳定 and 产品质量;电商平台则负责提供销售渠道、技术支持、物流配送等服务,共同打造特色农产品的品牌^[8]。

吉林省的一些人参、鹿茸等特色农产品企业,通过跨境电商平台+合作社模式已经将产品销售到韩国、日本、欧美等国家和地区。通过人工智能,大数据等技术捕捉不同国家和地区的市场需求和消费习惯,制定了相应的营销策略和产品包装,取得了较好的销售业绩^[9]。

四、总结

吉林省地处中国东北地区中部,是重要的商品粮基地和特色农产品产区。近年来,随着互联网技术的普及和电子商务的快速发展,吉林省特色农产品电子商务也呈现出蓬勃发展的态势。各级政府在农村的电子商务发展上,为特色农产品的销售提供了大力的支持和可靠的平台,极大的提高农产品的流通效率、降低交易成本、拓展市场空间。对于推动吉林省农业现代化和乡村振兴具有重要意义^[10]。当前电子商务是农业产业化发展趋势,推动吉林省农产品的创新发展和转型升级。

参考文献

- [1] 欧阳春风. 福建省南安市农产品电子商务创新模式实践[J]. 沈阳农业大学学报(社会科学版), 2018,20(04):407-412.
- [2] 夏青松. 宿州市特色农产品电子商务的现状 & 模式[J]. 陇东学院学报, 2017,28(05):135-139.
- [3] 侯振兴. 区域特色农产品电子商务可持续发展研究[D]. 南京大学, 2017.
- [4] 魏霖静, 张金文, 樊学诚. 农产品电子商务产业创新及绿色发展策略研究[C]// 中国大健康产业创新绿色发展研究报告(2016). 甘肃农业大学作物学博士后流动站; 甘肃农业大学信息科学技术学院; 2016:13.
- [5] 王倩. 县城农产品电子商务主体创新研究[D]. 河北经贸大学, 2016.
- [6] 欧阳春风. 福建省南安市农产品电子商务创新模式实践[J]. 沈阳农业大学学报(社会科学版), 2018,20(04):407-412.
- [7] 申斌, 刘阳. 智慧物流——“互联网+”构建农产品产销联盟[J]. 湖南农业, 2023(1):50-51.
- [8] 杨媛媛, 刘慧婵, 赵雨濛, 等. “互联网+”背景下少数民族地区电子商务经济发展的新形势——以新疆特产网络推送经营为例[J]. 新商务周刊, 2020.
- [9] 张强. 互联网金融背景下小微企业融资问题研究[J]. 现代商业研究, 2023,(01):50-52.
- [10] 张胜楠. 电商助农背景下的农产品“网红”营销现状问题及对策[J]. 现代营销(上), 2023(12):164-166.