

农产品滞销平台构建的可行性研究

郭雪睿 高钰婷 李子矜 徐璨
江西财经大学

DOI:10.12238/as.v7i6.2546

[摘要] 随着电子商务的快速发展,互联网+农业成为推动农业现代化的重要力量。然而,由于信息不对称、市场机制不完善等问题,农产品常常出现严重滞销现象,给农户造成严重损失。本研究基于此背景,通过采用SWOT分析法对农产品滞销平台的可能性进行深入探讨。首先,提出了一个农产品滞销平台的概念模型,关注整个供应链管理,确保信息透明和实时更新;再者,针对农产品滞销平台的具体建设,提出以下建议:应借力移动互联网,优化线上线下结合的营销模式,提升农产品市场的效率。最后,研究指出,构建农产品滞销平台将带动农业经济的整体发展,提高农民收入,对于解决农产品滞销问题具有重要的理论和实践意义。

[关键词] 农产品滞销平台; SWOT分析法; 供应链管理; 移动互联网; 农业经济。

中图分类号: F762 **文献标识码:** A

Feasibility study of the construction of unsalable agricultural products platform

Xuerui Guo Yuting Gao Ziguan Li Can Xu

Finance and Economics University Of Jiangxi

[Abstract] With the rapid development of e-commerce, Internet+Agriculture has become an important force to promote agricultural modernization. However, due to the problems of information asymmetry and imperfect market mechanism, agricultural products often suffer from serious marketing stagnation, which causes serious losses to farmers. Based on this background, this research conducts an in-depth discussion on the possibility of a platform for agricultural product stagflation by using SWOT analysis. Firstly, a conceptual model of agricultural products marketing platform is proposed, which focuses on the whole supply chain management and ensures the information transparency and real-time updating; furthermore, for the specific construction of agricultural products marketing platform, the following suggestions are put forward: we should make use of the mobile Internet to optimize the online and offline marketing mode, and improve the efficiency of the agricultural products market. Finally, the study points out that the construction of agricultural products marketing platform will drive the overall development of the agricultural economy, improve farmers' income, and has important theoretical and practical significance for solving the problem of agricultural products marketing.

[Key words] agricultural products marketing platform; SWOT analysis method; supply chain management; mobile Internet; agricultural economy.

引言

针对农产品滞销的问题,本文提出了建立一个新的平台的想法。这个平台可以让大家了解到农产品的信息,使买卖双方都能清楚地了解到市场的情况,从而提高农产品的销售量。并且希望利用手机互联网技术,来推广这个平台,提高市场的效率。总的来说,这个平台的正常运行可以帮助农民增加收入,推动农业经济的发展,并且对于解决农产品滞销问题,有着重要的意义。

1 农产品滞销问题的研究背景与现状

1.1 农产品滞销问题的产生原因分析

农产品滞销问题主要源自信息不对称和市场机制不完善^[1]。农产品供应与需求之间存在信息不对称,导致产地供过于求或供不应求的情况普遍发生。农产品市场缺乏高效的信息传递途径,使得生产者难以准确了解市场需求,市场需求方也难以获取到产品信息,制约了双方的交易。农产品物流与流通环节薄弱,导致产品流通效率低下,滞销问题日益凸显。农产品价格波动

大、市场波动频繁,也使得农产品滞销问题凸显。信息不对称、市场机制不完善、物流环节薄弱、价格波动大等因素共同作用,导致了农产品滞销问题的产生。

1.2对当前电子商务与农产品滞销的现状分析

当前,电子商务的快速发展为农产品滞销问题的解决提供了新的契机。电子商务平台为农产品提供了新的销售渠道,带来了更广阔的市场空间和更高效的信息传递速度^[2]。电子商务在解决农产品滞销问题上仍存在一些挑战。由于农户对电子商务平台的了解不足,参与度不高,导致一些农产品仍然无法有效推广和销售。在农产品质量检验、配送等环节中,电子商务平台还需进一步完善,以确保消费者对产品质量和送达时效的信任。电子商务在解决农产品滞销问题中发挥作用的也需要克服一些现实问题,才能更好地促进农产品市场的发展与农民收入的提升。

1.3农产品滞销问题的解决策略

针对农产品滞销问题,可以从以下几个方面着手解决。首先,建立和完善农产品信息平台,通过政府、行业协会或第三方机构,收集和发布农产品供需信息,减少信息不对称,帮助生产者和消费者更好地了解市场动态。其次,加强农产品物流和流通体系建设,提高产品流通效率,降低流通成本,确保农产品能够快速、新鲜地到达消费者手中。此外,政府和相关机构应出台相应政策,对农产品价格波动进行调控,稳定市场预期,减少因价格波动导致的滞销风险。

1.4电子商务在农产品滞销问题中的应用前景

随着互联网技术的不断进步,电子商务在农产品滞销问题中的应用前景十分广阔。未来,电子商务平台可以进一步整合资源,提供一站式的农产品销售解决方案,包括产品展示、在线交易、物流配送、质量追溯等服务。同时,通过大数据分析和人工智能技术,电子商务平台可以更精准地预测市场需求,帮助农户科学种植,减少盲目生产带来的滞销风险。此外,政府和行业协会应加强对电子商务平台的监管,确保交易的公平性和产品的质量安全,从而提升消费者对电子商务平台的信任度,促进农产品市场的健康发展。

2 农产品滞销平台的可能性分析

2.1采用SWOT分析法对农产品滞销平台进行分析

农产品滞销平台的SWOT分析如下:对于机会方面,互联网发展为农产品滞销平台提供了广阔的发展空间,移动互联网的普及使得农产品销售更加便捷;市场需求旺盛也为平台提供了持续的市场动力。在弱势方面,平台可能面临着激烈的竞争压力,诸如传统市场与其他电子商务平台的竞争;存在信息不对称和农产品质量监管等问题,需要加以解决。农产品滞销平台的优势在于可以实现农产品的快速销售和全面透明化,能够整合供应链资源提升市场效率。而劣势则在于平台建设和运营成本较高,并且需要克服农户对新平台的接受度和使用障碍^[3]。通过合理利用机会,有效应对挑战,发挥优势,克服劣势,农产品滞销平台有望构建起来,发挥重要作用^[4]。

2.2提出针对农产品滞销平台的构建策略

在构建农产品滞销平台时,需要建立完善的产品信息数据库,确保信息透明与实时更新。应建立多元化的营销策略,包括利用移动互联网技术,拓展线上线下渠道,提高产品曝光度和市场覆盖面。建议引入物流配送系统,保证产品及时送达消费者手中。另外,需要关注平台的用户体验,提供方便快捷的交易流程和多样化的支付方式。在平台建设过程中,重视与各相关方的合作,如与农户、批发商、零售商等建立良好关系,共同推动平台的发展和壮大。

2.3强化农产品滞销平台的监管与质量控制

为了确保农产品滞销平台的可持续发展,必须强化监管与质量控制。首先,平台应建立一套完善的农产品质量标准体系,确保所有上架产品均符合国家食品安全标准。其次,引入第三方质量检测机构,对农产品进行定期抽检,确保产品品质。此外,平台应设立专门的监管团队,对农户和商家的经营行为进行监督,及时处理消费者的投诉和反馈,维护消费者权益。

2.4推广农产品滞销平台,提高公众认知度

为了让更多消费者了解并使用农产品滞销平台,需要加大宣传推广力度。可以通过线上社交媒体、搜索引擎广告、合作媒体等方式进行宣传,提高平台的知名度。同时,举办线下推广活动,如农产品展销会、品鉴会等,让消费者亲身体验平台提供的农产品,增强消费者对平台的信任和依赖。此外,与政府相关部门合作,参与农产品滞销解决方案的公共项目,提升平台的社会影响力。

2.5持续优化平台功能,提升用户体验

农产品滞销平台应不断优化自身功能,以满足用户需求。例如,开发智能推荐系统,根据用户的购买历史和偏好,推荐适合的农产品;引入用户评价系统,让消费者能够对购买的农产品进行评价,帮助其他用户做出购买决策;优化搜索功能,使用户能够快速找到所需产品。此外,平台应定期收集用户反馈,及时调整和改进服务,确保用户在使用过程中获得最佳体验。

通过上述策略的实施,农产品滞销平台将能够更好地发挥其优势,应对市场挑战,为农户和消费者提供一个高效、便捷、安全的农产品交易环境。

3 农产品滞销平台实施与农业经济的影响分析

3.1农产品滞销平台的建设及其落地实践探讨

在农产品滞销平台的建设中,需要搭建一个基于移动互联网的平台,实现农产品信息的在线展示和交易。平台需要整合农产品供应链的各个环节,确保信息的实时更新和透明度。建议平台引入第三方支付平台,提高交易的便捷性和安全性。在平台的落地实践中,需要充分考虑农民的实际情况,提供相关培训和技术支持,帮助他们更好地利用平台进行农产品销售。通过这些措施,农产品滞销平台将更好地发挥作用,促进农业经济的发展,提高农民的收入水平。

3.2农产品滞销平台对农业经济及农民收入的影响分析

农产品滞销平台的建设将对农业经济产生积极影响^[5]。通过农产品滞销平台,农产品的交易更加便捷高效,可以有效减少

农产品的损耗和资源浪费,提高农产品的流通效率。农产品滞销平台的建设将促进农产品价格的透明化,减少价格波动,提高市场的稳定性,有利于农民稳定增收。农产品滞销平台的建设将拓展农产品的销售渠道,带动相关行业的发展,增加就业机会,促进农村经济的多元化发展。综合来看,农产品滞销平台对农业经济和农民收入的影响将是全方位的,为农业现代化和农民生活水平的提高提供有力支持。

4 农产品滞销平台的建设建议与推广建议

4.1 提出农产品滞销平台的建设建议

农产品滞销平台的建设应该注重信息的及时更新和透明性,确保生产者和消费者能够充分了解市场需求和价格变动。应该加强对供应链各环节的管理和监控,确保农产品能够高效流通,减少中间环节损耗。再者,建议平台提供在线支付和物流配送服务,提升交易的便捷性和效率,降低交易成本。农产品滞销平台还应该搭建农产品品牌推广平台,提升农产品的知名度和美誉度,吸引更多消费者关注和购买。建议平台应该加强与政府部门和相关机构的合作,制定政策支持农产品滞销解决方案,促进平台的可持续发展。

关于前景展望,随着农产品滞销平台的建设完善和运营,将有助于优化农产品市场的供给结构,提高农业产值和农民收入水平。农产品滞销平台的发展还将推动农业现代化进程,促进农业供给侧结构性改革,提升农产品质量和品牌竞争力。在未来,农产品滞销平台有望成为农业产业链的重要环节,带动农业经济的持续增长,实现农村经济的可持续发展。

4.2 实施农产品滞销平台的推广策略

为了确保农产品滞销平台的成功推广和广泛应用,需要采取一系列有效的市场推广策略。首先,应通过多种渠道进行宣传,包括线上社交媒体、电视广告、户外广告等,以提高公众对平台的认知度。其次,可以举办农产品展示会和交易会,邀请农产品生产者、采购商、消费者等多方参与,增强平台的影响力和吸引力。此外,平台应与农业科研机构合作,定期发布农产品市场分

析报告和趋势预测,为用户提供有价值的参考信息。

为了进一步激发用户的参与热情,平台可以设立积分奖励机制,鼓励用户积极发布信息、参与讨论和分享经验。同时,平台可以与农业院校合作,开展农产品滞销解决方案的竞赛活动,吸引年轻一代的农业人才参与,为平台注入新鲜血液。通过这些策略的实施,农产品滞销平台将逐渐成为连接生产者和消费者的桥梁,为解决农产品滞销问题提供有力支持。

5 结束语

本研究深入分析了农产品滞销平台可能性,通过SWOT分析方法,提出了农产品滞销平台的概念模型和营销策略。虽然在某些方面仍存在一些困难和挑战,如信息不对称和市场机制的不完善,但是,通过借力移动互联网和优化线上线下结合的营销模式,可以显著提升农产品市场的效率,解决农产品滞销问题。对于农业经济的总体发展和农民收入的提高,农产品滞销平台的构建具有深远的理论和实践意义。尽管还有许多工作需要进一步研究,但是基于本研究的结果,相信农产品滞销平台的构建是可行的,并且在将来的研究和实践中具有重要的参考价值。

[参考文献]

- [1]刘志成.农产品滞销因素判别研究[J].市场周刊,2019,0(01):11.
- [2]李正军,赵凤,宾厚.“互联网+”农产品供应链模式优化研究[J].吉林工商学院学报,2019,35(01):11.
- [3]贵婷.生鲜农产品供应链管理研究——评《农产品供应链管理研究》[J].食品工业,2020,41(03):14.
- [4]耿文叶,张晓岚,赵琪.基于农产品滞销问题的物流供应链优化研究[J].数码设计(上),2020,9(10):17.
- [5]隋秀勇.多地蔬菜滞销暴露农产品供应链问题[J].中国物流与采购,2022,(24):18.

作者简介:

郭雪睿(2004--),女,汉族,四川成都人,江西财经大学,研究方向:金融学。