

黑龙江省绿色食品电子商务模式选择的 影响因素研究

李建军, 侯跃, 杨玉, 汪校玲

(哈尔滨商业大学 计算机与信息工程学院, 黑龙江 哈尔滨 150028)

摘要:黑龙江省是农业大省,作为国家重要的商品粮基地,绿色食品生产率极高。但是种强销弱问题一直是困扰黑龙江省绿色食品产业发展的关键问题。该研究在分析黑龙江地域特点及借鉴国内绿色食品电子商务发展经验基础上,对黑龙江省绿色食品电子商务模式选择的影响因素进行研究。构建出适合黑龙江省绿色食品发展的2种新型模式:展销中心模式和产品溯源直销模式。结合发展实际,提出创新绿色食品电子商务交易模式、加强交易平台的品牌推广、加快农民经纪人队伍建设、加强绿色食品标准化品牌化体系建设、加强绿色食品物流体系建设5点对策建议。

关键词:黑龙江省;绿色食品;电子商务;影响因素

中图分类号:F 327 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-0009(2019)18-0146-06

电子商务的兴起为我国各行业提供了新型的销售方式,由最初的服装行业逐渐扩展,如今也为农村经济开辟了一条新的道路。黑龙江省作为农业大省,应着重发展农产品的网络销售。黑龙江省制定了“十三五”规划,计划到2020年要保障农产品网络销售额达到1 000亿元。因此,黑龙江省不仅会按照农村电商的实际需求,建立起相应的电商中转机构,同时还会在农村成立电商物流试点运营,加快对各地预冷以及冷冻运输等冷链物流的建设步伐,以确保农村生鲜产品可以真正融入到电商产业之中。

黑龙江省深入实施“互联网+流通”行动计

划,推动电子商务高质量发展。2017年,全省电子商务交易额、网络零售额分别达到2 387.2亿、225.9亿元,同比分别增长22.7%、52.6%。2018年,黑龙江省确定商务发展目标为全省社会消费品零售总额增长8%左右,外贸进出口增长10%以上,实际利用外资增长5%。其中,电子商务交易额和网络零售额分别增长20%和30%以上,自建电子商务平台达到350个。为推进黑龙江省绿色食品电子商务发展,应先强化产品的自身属性,例如绿色食品加工精细,包装引入时尚、文化元素等,其次利用平台的优势扩大宣传,销售的过程中,保障服务态度,出台政策措施,加大监管力度,快速推进绿色食品电子商务发展。

李霞^[1]以网络销售的销售特点为依据,对农副产品的销售特点及范围进行分析。李彩彩等^[2]构建了农村电子商务发展影响因素指标体系,运用层次分析法对各层次因素进行层次单排序和层次总排序。张涓靖^[3]构建了生鲜农产品电子商务消费者行为模型,针对4个方面因素设计问题选项,构建量表。王倩南^[4]运用因子分析方法对河北省农村电子商务发展的影响因素进行研究。陈

第一作者简介:李建军(1973-),男,黑龙江佳木斯人,博士,副教授,硕士生导师,研究方向为电子商务与商务智能。E-mail:517718768@qq.com.

基金项目:国家社会科学基金资助项目(16BJY125);黑龙江省新型智库研究资助项目(18ZK015);黑龙江省哲学社会科学规划资助项目(17GLE298,16EDE16);哈尔滨商业大学校级资助项目(18XN065);哈尔滨商业大学博士科研启动基金资助项目(2019DS029)。

收稿日期:2019-03-07

火全等^[5]从生态系统的角度分析,电子商务园区商业模式的影响因素可分为三大类,深入分析每一类影响因素的子因素的类型及其影响机理。毕静等^[6]指出农产品电子商务模式的应用有助于推动农产品销售速度,从而提高农户的经济效益。夏青松^[7]总结了宿州市特色农产品电子商务在发展过程中存在的问题,提出了以消费者为中心的特色农产品电子商务模式,通过整合农户资源、社会资源、创新营销方式和营销理念等,不断满足消费者的需求。李亚子^[8]指出农产品企业要结合自身实际,紧紧抓住发展的机遇,全力以赴创新农产品网络营销模式,建立更加健全的新型网上商业模式。

1 影响黑龙江省绿色食品电子商务模式选择的因素

黑龙江省绿色食品电子商务模式选择的影响因素分别是:交易主体因素、交易平台因素、交易对象因素、交易环境因素,见图 1。

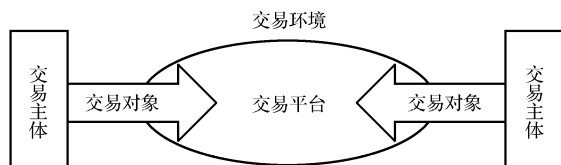


图 1 绿色食品电商组成结构

Fig. 1 Schematic of the composition of green food e-commerce

1.1 交易主体因素

交易主体的影响主要表现在 2 个方面:一是交易主体缺乏对绿色食品电子商务的认知。二是交易主体信息技术水平较低,影响黑龙江绿色食品产业的发展^[9]。

1.2 交易对象因素

交易对象是进行交易的商品,即绿色食品。交易对象中很多都是具有季节性的绿色食品,不易存储、运输难、保鲜难和后期处理困难,都阻碍了电商模式的选择。

1.3 交易平台因素

绿色食品电子商务离不开先进实用的交易平台。黑龙江省虽然已经建立了许多网站和信息服

务站,但仍不能满足绿色食品电子商务交易的需要,主要表现在 3 个方面:一是交易的规范化程度低,农业网站数量少,缺乏专业标准^[10]。二是交易平台的设计能力,电商平台的设计能力直接影响绿色食品信息的呈现效果。三是交易平台的知名度,交易平台的普及程度会直接影响到交易主体的参与程度。

1.4 交易环境因素

一是绿色食品物流配送体系不完善,黑龙江省的物流运输依旧以自营物流为主,第三方物流和物流联盟发展相对缓慢。二是交易的电子支付体系不够健全。三是绿色食品电子商务交易过程中的信任问题。

2 黑龙江省绿色食品电子商务模式选择存在的问题

2.1 电子商务模式创新问题

黑龙江省绿色食品电子商务的发展模式也受到了诸多因素的制约,其目前的发展模式还存在一些不足,制约了绿色食品电子商务产业的发展,主要体现在以下 3 个方面。

2.1.1 时效性差

许多农业网站信息更新缓慢、内容枯燥、利用率较低、无法博得关注,无法充分显示网络的便利性和及时性,页面编排不合理,分类不规范;与用户的互动差,用户和浏览者反馈和咨询的信息不能第一时间被发现,不能立即处理用户的问题,不能满足他们的需要,实时获得市场第一手销售信息的能力欠缺,从而影响交易量^[11]。

2.1.2 缺失黑龙江省绿色食品的特色

由于黑龙江省独特的地理条件和适宜的气候,为特色绿色食品的品牌化生产打下了扎实的基础。黑龙江省绿色食品品种多、数量大、产品丰富,富含天然山野土特产,然而黑龙江省的绿色食品电子商务平台匮乏,没有抓住机遇。

2.1.3 供应链体系建设不完善

黑龙江省绿色食品电子商务中间环节混乱而繁多。生产商、供应商、分销商之间的衔接有待牢固、整合;与此同时,缺少一个完整的供应链体系,大量的绿色食品难以实现准确的质量追溯,消费者并不知晓绿色食品产地,对绿色食品的生产环

境、包装加工环节不了解,很难对产品质量完全信任,这样容易造成电子商务平台丢失老客户,难以保持稳定的客流量^[12]。

2.2 交易平台宣传问题

2.2.1 交易平台知名度低

目前黑龙江省知名的绿色食品电子商务平台很少,并且大多数绿色食品电子商务平台规模比较小,使得交易量提升困难,绿色食品电子商务平台的功能不能发挥出来,限制了黑龙江省绿色食品产业电子商务的发展。

2.2.2 宣传效果不明显

黑龙江省虽然投入大量人力、物力、财力,开展电子商务平台宣传,但成效仍然有待加强。这个问题的主要原因是宣传方式仍然以电视广告、海报、传单和展览宣传为主。宣传成本较高,宣传方式落后,没有充分利用网络营销^[13]。其次是绿色食品宣传没有充分突出产品特点,认知度不高,缺少品牌意识,没有在激烈的市场竞争中形成自己的优势,顾客对其缺乏兴趣,阻碍了黑龙江省绿色食品电商平台的长远发展。

2.3 人才供给问题

绿色食品电子商务的发展对员工的知识背景提出了更高的要求。它不仅需要基本的绿色食品知识,还需要基本的电子商务知识和计算机操作技能。目前,满足这种就业需求的复合型人才供给不足,后备人才少,市场缺口大。

2.3.1 农民电商转型难

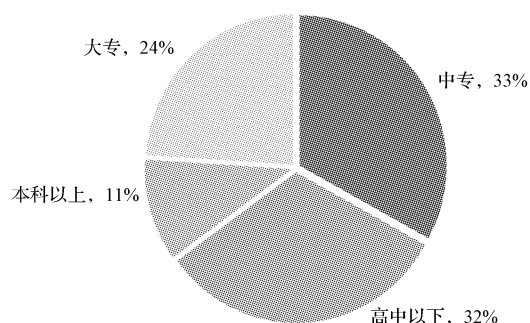
农民文化素质作为绿色食品生产和销售的主体,对电子商务的发展有一定的影响。农民现今的知识水平已略有提高,但对于电商知识还依旧比较匮乏,距离电商专业人才还有较大的差距,这就对电商的发展造成了直接的影响^[14]。因此,农民转型将是一个长期的过程。

2.3.2 专业人才缺乏

黑龙江省农村电商发展缓慢其中一个比较重要的因素就是电商人才缺乏。农村农业专业技术人员在乡镇从事农业信息化建设相对落后,见图2。

2.4 绿色食品的标准化和品牌化建设不完善

近年来,黑龙江省在绿色食品标准这一方面着重处理,取得了很大的成绩。建设了标准化生



注:数据来源于2017年黑龙江省统计局。

Note: The data come from the 2017 Heilongjiang Provincial Bureau of Statistics.

图2 农业技术人员文化程度分布

Fig. 2 Distribution of education level of agricultural technicians

产基地、实施了强化品牌战略,建设了全省性规范化的销售平台,但仍然要加以完善^[15]。

2.4.1 农业标准化体系不够完善

黑龙江省农民和多数农业合作社农业标准化生产加工意识薄弱,预算不够,绿色食品从种植到销售的整个过程中不能保证时刻都做到万无一失,只凭借着经验,而缺少专业的指导,管理不严格,绿色食品分类整理技术标准不完善。

2.4.2 检测系统功能不完善

目前黑龙江省绿色食品质量检测系统还存在许多不容忽视的问题。未能充分发挥绿色食品质量检验的作用,产品质量不理想,降低了消费者对绿色食品电子商务平台的信任。

2.4.3 品牌意识薄弱

由于黑龙江省尚未建立完善的绿色食品品牌推广体系,没有基于绿色食品和特色绿色食品的良好品牌培育模式,因此黑龙江省绿色食品品牌竞争力不足。

2.5 电子商务的物流配送体系不完善

2.5.1 产地绿色食品运输成本过高

由于绿色食品农产品种类繁多,生产加工企业大多规模小而分散,自己运营的运输方式仍旧是农村绿色食品的主要运输方式,配送成本高,损失大。此外,由于绿色食品生产的季节性和地域性特点,秋收季节绿色食品物流设施不能满足强大的需求量,播种季节绿色食品物流设施闲置。

2.5.2 绿色食品流通环节耗损严重

黑龙江省冷链物流的制冷设备过于老旧,虽然有所改善,但仍不足以满足需求。尤其是绿色食品要保证新鲜不腐败,通常的物流主要是常温运输,缺乏绿色食品所需的冷藏、保鲜等存储条件。与此同时,运输过程中需要经过很多环节,增加了其运输成本,延长了不必要的时间,还提高了绿色食品的损坏率。

3 黑龙江省绿色食品电子商务模式选择的对策建议

3.1 创新绿色食品电子商务交易模式

3.1.1 展销中心模式

展销中心模式是指政府牵头,以线上和线下、传统和新型营销模式为基础,建立线上的电子商务平台的电子商务模式。其实质是 B to B+C 模式。首先,农业合作社和涉农企业购买农民手中的农产品,通过加工和包装作为绿色食品产品出售,并在电子商务平台上发布产品信息。其次,交易对象分为商家和顾客,他们分别以批发和零售的形式出售。再次,买方在购买时通过绿色食品电子商务平台进行支付。卖方收到订单信息后,应根据情况选择第三方物流或自营物流发货。

3.1.2 产品溯源直销模式

产品溯源直销模式实质是 B to C 模式。首先,该模式强调直销。经过原产地电子商务协会和省级电子商务协会的双重筛选,农民可以直接在中国特色黑龙江博物馆销售自己的绿色食品。其次,政府将率先与专业电子商务经营者合作,成立电商协会,主要负责组织和培训涉农员工,开展产品初步筛选,重点做好绿色食品的地理标志工作,整合地方小规模企业,统一管理,汇聚品牌,为充分发挥品牌效应奠定基础。再次,政府和电子商务协会将推动建立品牌联盟,打破长期以来的独立局面,整合具有地域特色的绿色食品品牌,提升市场竞争力,做大做强黑龙江绿色食品品牌。第四,每个产品的外包装上粘贴二维码身份证。顾客收货后,手机可扫描二维码身份证追踪产品的源地,为原产地直销提供了依据,大大增加了顾客对绿色食品的信赖。

3.2 加强交易平台的品牌推广

作为绿色食品交易的“微观环境”,交易平台

的普及程度对参与者的数量和交易量有重要影响。因此,加强绿色食品交易平台的品牌推广,是促进绿色食品电子商务发展的一种重要方式。

3.2.1 优化交易平台性能

加强交易平台设计的使用性和交互性。在设计对绿色食品电子商务交易平台前,开发商应深入调查其平台的重点用户,进行可行性和需求分析,让交易双方更容易使用平台。交互功能主要是为了能够了解用户的需求。

3.2.2 加强对交易平台的宣传和指导

采取多渠道、各种各样的宣传推广。充分利用传统媒体、新媒体、网络平台等有效宣传形式,加强电子商务行业信息宣传,支持政策、商业模式、示范企业等宣传工作,营造良好的发展氛围。

3.2.3 做精做深自身产品

一是创新产品:求新求异,吸引眼球。二是细分产品:针对受众需求,将产品细分,以满足消费者多层次的需求。三是产品深加工,不受季节和地域的限制,增大了销售半径,提升了绿色食品附加值。

3.2.4 注重绿色食品销售渠道与包装

目前,绿色食品销售渠道越来越受到用户的关注。营销主体应该根据产品的定位、目标用户购买习惯,确定线上和线下的销售渠道,考虑到线下的农贸市场、超市、专卖店、电子商务平台代销、平台旗舰店、微商营销,形成融合线上线下的立体渠道战略。渠道不应被分散,可以集中在一个地区突破,积累信誉,然后作为向外辐射的中心基地。在现代营销中,包装的作用不仅是保护产品和方便运输,营销手段的作用也日益凸显,显示品牌价值、产品质量、经营理念,通过精美的包装得到了消费者的认可。消费者的需求越来越个性化,而精美、独特的包装往往更吸引人购买产品。

3.3 加快电子商务人才建设

3.3.1 培养电子商务复合型人才

农民要将传统的交易方式向新型的网络无纸化交易转变,熟悉了解电商的整个流程,能够利用交易平台进行双方交易,积极投入到电商运营学习之中;其次,要建立起专业的培训机构,加强农民防骗防欺诈的能力,对全部村民普及电商知识,以保障农村电商的长效发展。第三,要定期开展电商答疑小课堂,农民在使用电商平台过程中遇

到的问题能够及时提出,由专家进行统一解答,教授电商运营课程,结合自己生产的绿色食品的特性,探索出适合自身的电商之路,积极成为电子商务复合型人才。

3.3.2 引进专业知识丰富的人才

要优化人才环境,建立明确的电子商务专业人才认定标准,采取“引进+培养”模式,制定健全扶持政策,提供儿童就学、人才住房优惠政策等扶持服务,大力引进电子商务领域优秀技术人员和管理专家,对签订长期劳动合同的人员给予一定奖励。把电子商务创业者纳入到实用人才培养中,对为地方电子商务发展作出突出贡献的高级人才予以奖励。鼓励各高校建立大学生电子商务创业孵化器,培养电子商务专业人才。

3.4 加强绿色食品标准化、品牌化体系建设

3.4.1 标准化体系建设

黑龙江省应当从绿色食品的生产率和卫生2个方面着重帮助农村,例如建立标准化的绿色食品生产流水线和绿色食品检验系统,可以减少生产过程中不必要的人力物力,并且还能提高其生产效率。严格把控绿色食品的卫生问题,保证农产品以高标准进入市场,进入每一个家庭,提升农产品的认知度,保证农村电商的长效发展。

3.4.2 品牌化体系建设

黑龙江省政府应当给予农民合作社以及绿色食品加工厂优惠保障,支持企业自建品牌,产品认证,并且培育销售量高、口碑良好的绿色食品,鼓励这种企业成为龙头企业,吸收接纳更多的绿色食品,扩充自身领域,以一点带动全面发展。

3.5 加强绿色食品物流体系建设

3.5.1 完善物流基础设施和布局建设

黑龙江省各级政府要积极引导物流企业布局和物流中心建设。由于绿色食品装卸多,需要大量人力物力,因此除了合理布局黑龙江省绿色食品储运中心外,还需要对绿色食品物流系统的运行进行规划,避免出现迂回、回流、对流等不合理的运输现象。

3.5.2 积极引导第三方物流发展

第三方物流具有独立于农业生产者和绿色食品经营者的特点,可以提供专业化物流服务、信息

服务、专业化管理和集中配送。服务模式具有动态性,可以节省大部分的物流成本。

4 结论

该研究通过对黑龙江省绿色食品电子商务模式选择影响因素的研究,总结了黑龙江绿色食品电子商务发展的问题,并提出了黑龙江省绿色食品电子商务对策。根据黑龙江省不同地区的优势和各地区的特点,建立合理的绿色食品电子商务制度。借助现有平台,构建绿色食品电子商务新型模式,完善现有电子商务平台存在的不足,贴合黑龙江省特色,为黑龙江省绿色食品产业提供完善的政策体系和良好的市场环境。

参考文献

- [1] 李霞. 电子商务环境下农产品流通效率影响因素及路径研究[J]. 农业经济, 2018(11): 133-134.
- [2] 李彩彩, 王英. 精准扶贫背景下农村电商发展影响因素及对策研究[J]. 安徽农业科学, 2018, 46(29): 209-211, 214.
- [3] 张涓靖. 我国生鲜农产品电子商务消费者行为影响因素研究[D]. 长春: 吉林大学, 2018.
- [4] 王倩南. 河北省农村电子商务发展的影响因素研究[D]. 石家庄: 河北经贸大学, 2018.
- [5] 陈火全, 胡日东. 我国电子商务园区商业模式的影响因素分析: 基于生态系统观[J]. 开封大学学报, 2017, 31(4): 14-20.
- [6] 毕静, 田汉岗, 刘轶. 农产品电子商务运营模式探讨[J]. 智能城市, 2017(3): 26-33.
- [7] 夏青松. 宿州市特色农产品电子商务现状分析及模式探讨[J]. 德州学院学报, 2017(4): 51-56.
- [8] 李亚子. 我国农产品的网络营销创新模式研究[J]. 中外企业家, 2017(19): 66-72.
- [9] 孙百鸣, 张明明, 肖伟民. 黑龙江农产品电子商务发展的现状与对策[J]. 北方经贸, 2012(4): 60-61.
- [10] 陈亮. 从阿里平台看农产品电子商务发展趋势[J]. 中国流通经济, 2015(6): 58-64.
- [11] 刘阳, 修长柏. 内蒙古农产品电子商务发展模式的研究[J]. 科学管理研究, 2017(4): 26-34.
- [12] 孙百鸣, 王春平. 黑龙江省农产品电子商务模式选择[J]. 商业研究, 2014(8): 58-62.
- [13] 杜相革. 绿色农产品生产与食品安全技术[M]. 北京: 中国农业科学技术出版社, 2017: 9-11.
- [14] 徐睿. 农产品移动电子商务对农业经济的影响及对策[J]. 价格月刊, 2014(6): 17-21.
- [15] 石鲁达, 张晓梅. 黑龙江省农产品电子商务发展的影响因素分析[J]. 黑龙江农业科学, 2013(8): 117-121.

Research on the Factors Affecting the Choice of Green Food E-commerce Model in Heilongjiang Province

LI Jianjun, HOU Yue, YANG Yu, WANG Xiaoling

(School of Computer and Information Engineering, Harbin University of Commerce, Harbin, Heilongjiang 150028)

Abstract: Heilongjiang Province is a large agricultural province. As an important commodity grain base of the country, green food productivity is extremely high. However, the problem of weak sales has always been a key issue that has plagued the development of the green food industry in Heilongjiang Province. The regional characteristics of Heilongjiang was analyzed and the experience of domestic green food e-commerce development was drew on to study the influencing factors of green food e-commerce model selection in Heilongjiang Province. And to construct two new models suitable for the development of green food in Heilongjiang Province: the exhibition center model and the product traceability direct sales model. In combination with the actual development, the paper proposes an innovative green food e-commerce transaction model, strengthens the brand promotion of trading platform, accelerates the construction of farmer broker team, strengthens the construction of green food standardization branding system, and strengthens the green food logistics system construction.

Keywords: Heilongjiang Province; green food; e-commerce; influencing factors

欢迎订阅 2020 年《河北果树》

《河北果树》是河北省果树学会主办的果树专业技术期刊,中国核心期刊(遴选)数据库、中国学术期刊综合评价数据库统计源期刊、中国期刊全文数据库、中文科技期刊数据库收录期刊、河北省优秀科技期刊。主要刊登落叶果树的品种资源、栽培管理、病虫害防治、储藏加工等方面的新成果、新技术、新知识和新信息,开设栏目有专题论述、试验研究、经验交流、百花园、工作历、广告与信息。本刊特色是通俗易懂、科学实用、技术先进、内容丰富、信息量大、可读性强、发行面广。读者对象为果树科研和推广人员、农林院校师生、各级涉农领导和广大果农。

本刊国内外公开发行,季刊,每季首月 15 日出版,国际标准大 16 开 64 页,彩色四封,每期定价 5.00 元,全年 4 期共 20.00 元。欢迎广大果农和果树科技工作者到当地邮局(所)订阅,邮发代号 18-247。未能从邮局订上本刊的读者,全年都可随时直接汇款至编辑部订阅,免费邮寄。编辑部尚有 2004—2019 年期刊可邮购。同时真诚欢迎投稿和发布广告。

地 址:河北省昌黎果树研究所《河北果树》编辑部

邮 编:066600

联系电话:0335—2987632(兼传真)

QQ:2567147533

电子邮箱:hbgshjb@sohu.com; 2567147533@qq.com。