

# Problems and Challenges of Agricultural Products E-commerce Marketing Innovation

Jingjing Lili Husiletu\*

Mongolian University of Life Sciences, Ulaanbaatar, 14241, Mongolia

## Abstract

The innovation of E-commerce marketing for agricultural products faces a series of problems and challenges in promoting the modernization of agriculture. Among them, the lack of standardization and quality control of agricultural products, insufficient brand building and market awareness, and difficulties in logistics distribution and cost control are particularly prominent. These problems not only affect the market competitiveness of agricultural products, but also limit the innovation space of agricultural product E-commerce. In addition, the innovation of E-commerce marketing for agricultural products also faces challenges such as fierce market competition and diversified consumer demands. To address these challenges, agricultural E-commerce needs to actively explore innovative strategies, strengthen agricultural product standardization and quality control, enhance brand influence and market awareness, optimize logistics and distribution systems, reduce costs, better meet consumer needs, and promote the sustainable development of agricultural E-commerce marketing innovation.

## Keywords

agricultural products; E-commerce; marketing innovation

# 农产品电子商务营销创新的问题与挑战

晶晶 丽丽 呼斯乐图\*

蒙古生命科学大学, 蒙古国·乌兰巴托 14241

## 摘要

农产品电子商务营销创新在推动农业现代化进程中面临着一系列问题与挑战。其中,农产品标准化与品控的缺失、品牌建设与市场认知度的不足以及物流配送与成本控制的难题尤为突出,这些问题不仅影响了农产品的市场竞争力,也限制了农产品电商的创新空间。此外,农产品电子商务营销创新还面临着市场竞争激烈、消费者需求多样化等挑战。为应对这些挑战,农产品电商需要积极探索创新策略,加强农产品标准化与品质控制,提升品牌影响力和市场认知度,优化物流配送体系,降低成本,以更好地满足消费者需求,推动农产品电子商务营销创新的持续发展。

## 关键词

农产品; 电子商务; 营销创新

## 1 引言

农产品电子商务营销在当今数字化时代扮演着至关重要的角色,其不仅拓宽了农产品的销售渠道,还提升了农产品的市场竞争力。随着消费者对农产品品质和购物体验要求的提高,农产品电子商务营销创新显得尤为必要。论文旨在深入探讨农产品电子商务营销创新所面临的问题与挑战,分析其产生的原因,并提出相应的解决策略,以期为农产品电商行业的健康发展提供理论支持和实践指导,推动农业产业的现代化进程。

【作者简介】晶晶(1994-),女,蒙古族,中国内蒙古库伦旗人,硕士,助教,从事工商管理、市场营销研究。

【通讯作者】呼斯乐图(1994-),男,蒙古族,中国内蒙古人,硕士,助教,从事工商管理、市场营销研究。

## 2 农产品电子商务营销创新现状分析

### 2.1 农产品电子商务营销创新的主要模式

农产品电子商务营销创新的主要模式呈现出多元化、互动性强的特点。线上平台营销成为农产品电子商务营销的核心模式,通过建立专业的电商平台,农产品生产者可以直接与消费者进行对接,打破传统销售的地域限制,实现农产品的全国乃至全球销售,直播营销等新型模式也异军突起,农产品生产者通过直播形式,向消费者展示农产品的生长环境、采摘过程、品质特点等,以直观、生动的方式吸引消费者的关注和购买欲望,这些模式的综合运用,不仅拓宽了农产品的销售渠道,也提升了农产品的品牌价值和市场竞争力,为农产品电子商务营销创新注入了新的活力。

### 2.2 农产品电子商务营销创新的成效

农产品电子商务营销创新的成效显著且深远。通过实

施创新性的电子商务营销策略,农产品生产者成功突破了传统销售渠道的限制,实现了销售范围的大幅拓展。据统计,电子商务销售额在2023年增长30%,其中农产品网售破5900亿<sup>[1]</sup>。同时,电子商务营销创新也推动了农产品品牌的塑造和市场认知度的提升,以某知名农产品品牌为例,通过某电子商务平台进行品牌推广和市场营销,其品牌知名度和市场份额均实现了翻倍增长。此外,农产品电子商务营销创新还促进了农产品的标准化和品质控制,数据显示,实施标准化生产的农产品在其电子商务平台上的销量和价格均显著高于未实施标准化的农产品,证明了标准化对提升农产品竞争力的关键作用。

### 2.3 农产品电子商务营销创新的问题与挑战

农产品电子商务营销创新在推动农业产业现代化进程中,尽管取得了显著成效,但也面临着诸多问题和挑战。一方面,农产品标准化与品质控制的问题凸显。由于农产品种类繁多,生长环境和处理工艺各异,导致农产品品质参差不齐,缺乏统一的标准体系,这在一定程度上制约了农产品在电子商务平台上的销售和推广。另一方面,农产品品牌建设与市场认知度不足也是一大挑战,许多农产品生产者缺乏品牌意识和品牌管理经验,难以在竞争激烈的市场中脱颖而出,消费者对农产品的认知度和信任度也相对较低。此外,农产品具有易腐、易损等特点,对物流配送的要求较高,而物流成本往往成为制约农产品电子商务营销创新的重要因素,是农产品电子商务营销创新需要解决的问题。

## 3 农产品电子商务营销创新主要问题

### 3.1 农产品标准化与品控

农产品电子商务营销创新在推动农业产业现代化进程中,农产品标准化与品控问题日益凸显,成为制约其进一步发展的关键因素当前,农产品标准化程度相对较低,品质控制也面临诸多挑战,如生长环境的不稳定性、处理工艺的差异以及人为因素等,都可能影响农产品的最终品质。因此,农产品电子商务营销创新亟需加强农产品标准化与品控工作,通过制定统一的标准体系、加强品质监管与追溯等手段,提升农产品品质和消费者信任度,推动农产品电子商务营销的持续发展。

### 3.2 农产品品牌建设与市场认知度

农产品电子商务营销创新在推进农业产业现代化的过程中,农产品品牌建设与市场认知度问题日益凸显,成为制约其进一步发展的关键因素<sup>[1]</sup>。当前,许多农产品生产者缺乏品牌意识和品牌建设经验,导致农产品在市场上缺乏辨识度和竞争力。同时,消费者对农产品的认知度也普遍偏低,他们往往难以区分不同品牌、不同品质的农产品,这也使得农产品在市场竞争中处于不利地位。农产品品牌建设的缺失不仅削弱了农产品的市场竞争力,也影响了消费者对农产品的信任和忠诚度。因此,农产品电子商务营销创新需要注意

农产品品牌建设和市场认知度的提升,通过加强品牌宣传、优化营销策略、提升产品质量等手段,打造具有市场竞争力的农产品品牌,提高消费者对农产品的认知度和信任度,从而推动农产品电子商务营销的创新发展。

### 3.3 农产品物流配送与成本控制问题

农产品电子商务营销创新过程中,农产品物流配送与成本控制问题成为制约其进一步发展的关键挑战。农产品因其独特的易腐性和季节性特点,对物流配送的要求远高于普通商品,然而,当前农产品物流体系尚不完善,配送网络覆盖不全、效率低下,导致农产品在运输过程中损耗率居高不下,成本显著增加<sup>[2]</sup>。据统计,农产品在物流环节的损耗率平均高达25%~30%,这无疑加大了农产品电子商务的成本压力,同时农产品价格的波动性和市场需求的不确定性也增加了成本控制的难度。因此,解决农产品物流配送与成本控制问题成为农产品电子商务营销创新的重要课题。

## 4 农产品电子商务营销创新的策略

### 4.1 提升农产品标准化与品质控制

农产品电子商务营销创新的策略中,提升农产品标准化与品质控制是至关重要的一环。由于农产品种类繁多、生长环境各异,标准化与品质控制成为制约其电子商务营销发展的关键因素<sup>[3]</sup>。因此,必须建立起一套完善的农产品质量标准体系,明确农产品的品质要求和生产规范,确保农产品从种植、养殖到加工、销售的每一个环节都符合标准,建议可以制定详细的种植、养殖、加工和包装等环节的规范和标准,确保每一个环节都能达到预设的品质要求。例如,可以对农产品的外观、口感、营养成分等进行量化指标设定,并通过检测手段确保农产品符合这些标准;加强农产品品质监管与追溯,利用现代技术手段对农产品生产过程进行全程监控,通过引入物联网、大数据、人工智能等技术,对农产品的生长、加工、运输等全过程进行实时监控和数据采集,确保农产品品质的安全可靠;还可以建立农产品质量安全追溯系统,让消费者可以通过扫描二维码等方式了解到农产品的生产信息,提高消费者对农产品的信任度;加强与农产品生产者的合作,推动农业生产方式的转型升级;通过引入先进的农业生产技术和管理经验,提升农产品的产量和品质。

### 4.2 强化农产品品牌建设与市场推广

在农产品电子商务营销创新策略中,强化农产品品牌建设与市场推广显得尤为重要,农产品品牌建设是提升农产品附加值和市场占有率的关键所在。据调查数据显示,消费者在购买农产品时,品牌知名度与美誉度往往成为其决策的重要因素,据统计,中国农产品销售从2015年的1.28%增长至2022年的4.54%。因此,农产品生产者应深入挖掘农产品的地域特色和文化内涵,通过精准的品牌定位和形象塑造,打造独具特色的农产品品牌<sup>[4]</sup>,如图1所示。

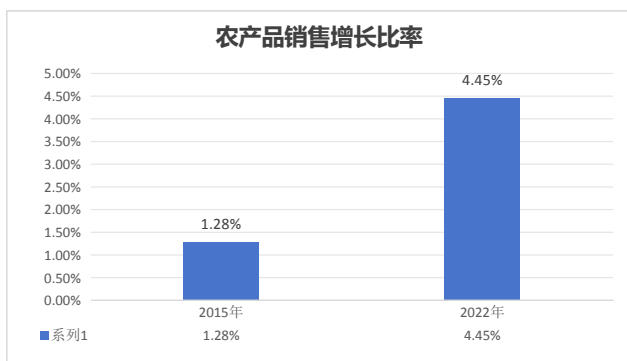


图1 农产品品牌建设与推广对销售率的提升

①利用电商平台和社交媒体等渠道，利用微信、微博、抖音、快手等社交媒体平台，通过发布相关内容吸引用户关注，扩大品牌知名度。例如，可以通过微信公众号发布农产品信息、活动促销等内容，吸引粉丝关注和转发。②利用抖音、快手等短视频平台制作农产品相关的短视频，展示产品的生长、加工、包装等过程，增加用户对产品的信任度，进行广泛的市场推广。③通过精准营销、内容营销等手段，如利用社交媒体、短视频、直播等新媒体平台，开展线上促销活动、互动问答、农产品知识普及等活动，吸引消费者的关注和参与；线下举办农产品展销会、品鉴会等活动，通过线上线下结合的方式，让消费者更直观地了解农产品的品质和特点。④也可以与京东、天猫、拼多多等电商平台合作，开设农产品旗舰店或参与平台的促销活动，借助平台流量提升农产品的曝光度和销量，通过与电商平台合作，可以利用平台的用户资源和数据分析能力，更精准地定位目标用户，提升市场推广效果。⑤更可以通过提供优质的产品和服务，让消费者农产品产生好感，进而自发地进行口碑传播，口碑营销具有传播速度快、影响力大等特点，可以有效提升农产品的市场推广效果，大幅提高农产品品牌的曝光度和认知度<sup>[4]</sup>。

#### 4.3 优化农产品物流配送与成本控制

农产品电子商务营销创新中，农产品物流配送的优化策略是提升竞争力、实现可持续发展的关键，由于农产品具

有易腐、易损等特性，其物流配送相较于其他商品更为复杂和特殊，优化农产品物流配送显得尤为重要。农产品电商应建立高效的物流网络体系，包括合理规划配送中心、仓储设施等物流节点，确保农产品在运输过程中的质量和安全，同时利用现代信息技术，如物联网、大数据等，实现物流信息的实时共享和监控，提高物流运作的透明度和效率。再有，农产品电商应引入先进的物流技术和管理手段。例如，采用冷链物流技术确保农产品在运输和储存过程中的温度控制，降低损耗率<sup>[5]</sup>。同时，运用智能调度系统，优化配送路线和车辆调度，提高配送效率。此外，通过精准预测市场需求和合理规划库存，农产品电商可以降低库存成本，减少不必要的浪费；农产品电商应加强与物流企业的合作，通过与专业的物流企业建立长期稳定的合作关系，农产品电商可以获得更优质、更高效的物流服务。

## 5 结语

农产品电子商务营销创新之路充满挑战与问题，从品牌建设到物流配送，从标准化与品控到市场推广，每一个环节都考验着行业的智慧与决心。然而，正是这些挑战与问题，推动着农产品电商不断创新与突破，寻求更加高效、精准的营销策略，随着技术的不断进步和市场需求的日益多元化，农产品电商将继续探索新的商业模式和营销策略，为消费者带来更加优质、丰富的农产品体验，也为农业产业的现代化发展注入新的活力。

## 参考文献

- [1] 钟长秀.电子商务时代农产品网络营销渠道创新分析[J].营销界,2023(21):86-88.
- [2] 王海晴.电子商务背景下农产品营销创新策略研究[J].老字号品牌营销,2023(12):22-24.
- [3] 杨琳.电子商务环境下农产品网络营销策略浅析[J].科技经济市场,2023(3):158-160.
- [4] 周英煌.电子商务时代农产品网络营销体系构建模式研究[J].中国市场,2022(34):112-114.
- [5] 樊宝洪,孙任洁,陆建珍,等.江苏农产品数字化营销模式创新与探索[J].江苏农村经济,2022(6):48-50.