

Feasibility Study of Baise Mango Sales Innovation Based on the Background of “Internet +”

Ting Wei Yiqing Wen Dan Su Hanzhou Huang Lijia Ban

Guangxi University of Science and Technology, Liuzhou, Guangxi, 545006, China

Abstract

Baise City is located in Guangxi Zhuang Autonomous Region, China, is a subtropical monsoon climate, with rich geographical location advantages, suitable for sweet and refreshing mango growth. In recent years, with the help of the “Internet +” mango mode of continuous development, Baise mango popularity increased year by year, but for there are still some problems in Baise mango sales, such as Baise mango and other mango distinction is not high, Baise mango logistics delivery business charge is not benign competition, and mango quality and service is not good specification, etc. In order to make Baise mango to a higher level, we need to further innovate and detail the sales, create the characteristics, differentiation and high-end products, Baise mango Internet sales optimization, logistics after-sales and service, and innovate the sales of Baise mango.

Keywords

Baise mango; sales innovation; “Internet +”

基于“互联网+”背景下百色芒果销售创新可行性研究

韦婷 文义清 苏丹 黄汉周 班丽佳

广西科技大学, 中国·广西柳州 545006

摘要

百色市地处中国广西壮族自治区, 属亚热带季风气候, 拥有丰厚地理位置优势, 适合口感清甜爽口的芒果生长。近些年, 借助“互联网+”芒果模式不断发展, 百色芒果的知名度逐年提高, 但对于百色芒果销售来说依然存在一些问题, 如百色芒果与其他芒果区分度不高, 百色芒果物流寄递业务收费存在不良性竞争以及芒果品质以及服务没有规范好等。为了让百色芒果更上一层, 我们需要在销售上进一步创新和细节化, 打造百色芒果的特色性、差异化与高端产品、百色芒果互联网销售优化、物流售后与服务来展开, 创新百色芒果销售。

关键词

百色芒果; 销售创新; “互联网+”

1 引言

“互联网+”是近几年来依托互网络为构架、以互联网信息为媒介而产生的。随着现代网络科技的迅速发展, “互联网+”农业的发展理念正得到越来越多人的关注与深入讨论, 在此背景下, 农村电子商务应运而生, “互联网+”芒果模式迅速发展, 拓宽了销售芒果的渠道。虽然, 百色芒果口碑好知名度高, 但是在“互联网+”模式下, 还是存在着一些问题, 百色芒果没有辨识度, 与其他芒果区分不出来, 百色芒果物流寄递业务收费存在不太良性竞争, 还有芒果的品质以及服务没有规范好。为促进百色芒果销售的进一步发展, 迫切需要深入研究和分析, 寻找对策, 为

【基金项目】广西高校大学生创新创业计划项目(项目编号: S202110594218)。

【作者简介】韦婷(2000-), 女, 壮族, 中国广西隆林人, 在读本科生, 从事经济学研究。

百色芒果销售提供思路^[1]。

2 销售创新解决对策

中国芒果产地很多, 如何让百色芒果在众多的芒果销售里脱颖而出, 使它成为大众购买芒果时的第一选择, 这需要百色芒果去打造出属于自己的特色性、差异性, 让百色芒果品牌更加出众。

2.1 打造百色芒果的特色性

2.1.1 口感特色

据调查了解海南芒果起步较早。因此, 其知名度更广为人知, 但其口感并非是最好的, 因为中国海南常年遭受台风侵袭, 导致降水不稳定并不满足芒果苛刻的环境要求, 这绝大部分会影响到口感。而百色地处热带气候干湿, 雨热同期, 降水充足, 无霜期达 350~356 天, 相比其他芒果产地百色芒果的生长环境要更胜一筹, 其果实口感更佳。故我们可以打造口感特色, 利用百色芒果优点去宣传, 让消费者青睐其口感^[2]。

2.1.2 绿色健康美味芒果

百色芒果具有晚熟、无污染、品质好、色泽鲜艳的特点。晚熟特征是百色芒果一个最佳的优势，晚熟的芒果相比于正常的芒果接受的光照更加长久，从而芒果的糖分较充足，芒果也更加香甜。百色市科研单位和生产单位邀请了许多专家和顶尖人才，引进了新品种和新技术，高起点和高标准开发建设芒果园区，制定了一系列芒果无公害生产技术操作标准，取得了一系列芒果生产的科研成果。同时，加强无病毒苗木繁育基地建设，育苗逐步向企业化、专业化、基地化转变，为下一步推动结构调整，打造优势果业群提供了保障。有机种植的产品是消费者选择的首位，晚熟带来的竞争时机还有更佳的品质，都可以成为打造特色性的一点——绿色有机、更健康、更美味的芒果。

2.1.3 包装独特性

中国广西是一个以壮族为主的多民族聚集地，具有较强的民族文化特征，除了从芒果自身特性去打造，还可以结合独特的地域文化打造百色芒果特色性。很多水果销售的包装形式单一，档次偏低，包装标识也不能突出其产业特色。故若在包装上融入广西百色特有的图案或者线条色彩，都会大大增加人们对它的辨识度，也会形成一种品牌认知。将芒果地域文化联系起来，售卖的不只是芒果还有一种地域风情，因此打磨好包装的独特性是提高竞争力的重要手段。

2.2 使百色芒果差异化，打造高端产品

消费者对产品的需求量通常会随着产品价格变动呈现出一定的典型特征。商品的价格越高，消费者愿意购买并且能够购买的该商品数量就会越少；反之，价格越低，消费者愿意并且能够购买的该商品数量就越多。当然不是所有消费者都只对价格产生影响，还有价格之外的因素，如消费者的个人爱好、消费者的收入水平、其他相关商品的价格、消费者的预期等。所以，我们要针对不同的消费者去提供不同定位的产品，实现出我们销售最大化以及利润最大化，让百色芒果差异化。

芒果只是一个普普通通的农产品，但也有人去追求其更高品质和口感，可以从需求的角度去打造不一样的产品体验。既满足多数人的性价比，又可以满足高端的极致追求。还可以根据不同需求进行差异化包装，如经济实惠的就可以用简易包装去打包，而有些消费者会选择送礼或者追求高颜值，我们可以推出礼盒包装满足不同人群的需求^[3]。

除了打造品质和包装差异化，还可以打造芒果服务差异化。我们可以做出高端的芒果，可以去提升芒果需求，但是怎么去吸引追求消费者进行购买呢？答案是，为买家提供高端的附带服务。现在的市场奶牛可以认养，由牛奶厂家饲养长大在提供牛奶给消费者；相对应的芒果也实施小树苗认领计划，对芒果树实名认证助资培养，培育长大后，对实名认领的消费者免费提供限量芒果。

现如今，中国国民经济不断提高，人们追求的已

不是简单的温饱问题，还会想去融入生产制造的体验，社会上也有很多工厂选择开发透明的生产流水线去让消费者参观和研学。所以我们百色芒果可以开放更多的果园给消费者及旅客，让全国各地来到百色的消费者亲自体验采摘芒果以及品尝（限量）。百色政府也可以大力联动百色芒果打造新的百色芒果旅游业^[4]。

这就形成了芒果差异性，让消费者有更多选择，这不仅可以让实惠的芒果好吃好玩，还可以让增加芒果卖点吸引消费者眼球。让芒果这个普通农产品变得不一般，还可以让全国各地的人们了解到百色，吸引旅游爱好者前往百色游玩，进一步带动百色的经济发展，实现互利多赢局面。百色芒果差异化带动销售，打造高端芒果进一步去满足不同人群。

2.3 “互联网+”销售优化

随着网络技术的普及，越来越多的人们都去选择网络购物，而也有越来越多的商家选择加入互联网，使得现在互联网销售日益扩大。如今，我们所看到的农村电子商务营销模式多为C2B、C2C，其中C2B模式是消费者对商家模式，是电商企业、农村经济人、电商创业者等向农户或一级批发市场采购农产品；C2C模式是种植户直接通过网上平台将农产品销售给消费者，其渠道基本上以微商和淘宝为主，没有电商基础的种植户会通过朋友圈、社群等方式尝试微商销售，有电商基础的种植户会选择开淘宝店，尝试着拓展网上零售渠道。

2.3.1 优化网络销售百色芒果的品质

我们要如何抓住这个大数据时代，利用好互联网优势去售卖百色芒果。现在网上销售百色芒果的农户，很多都选择直播带货，而这种直播带货可以给消费者更直接地与农户建立联系，但是也会让消费者，购买到没有品质保障的百色芒果，所以我们要如何去最大可能销售出百色的优质果，提高我们的百色芒果口碑。这里建议百色市建立一个百色芒果品质资格认证许可，全面检测百色芒果激素含量，化肥农药的残留范围是否合格，然后在各大直播平台可以标识该果农的该季度该批次的农产品已经通过许可认证，这样既可以让消费者更加肯定所购买的百色芒果品质，也会让芒果购买得更加放心。同时，通过认证的百色芒果标签打着百色芒果的名号，这样既可以打造属于百色芒果的品牌，又可以最大程度改善消费者所购买到百色芒果的品质，所以需要去优化互联网百色芒果销售的品质保证。

2.3.2 优化百色芒果快递

由于是互联网销售百色芒果，所以就会涉及物流、人工以及包装。物流成本高，一直以来都是农产品电商无法解决的痛点及难题，可以占到销售额的40%甚至50%。以果园直销为例，2018年7月上市的百色桂七芒，一件5kg装（含净果4.5kg）的零售价仅为45元，其中包含人工计件包装费用2元，网套、纸板等内包装和外包装成本6元，快递费10元。物流等成本占到40%，如果发货到中国宁夏、甘肃、东北

三省等偏远地区，物流等成本则高达50%。如果按10%算上场地、收果的人工、运输、售后等成本，销售一件9斤的芒果，农民只得到22.5元的收入，相当于1斤芒果的售价仅为2.5元，果农直呼连农肥钱都收不回来。这种算法还是基于C2C模式零售，要是批发给下一级分销，售价还更低，物流等成本的比例还会更高。所以，寄递快递业务在百色的竞争十分激烈，据中商产业研究院数据显示2019年芒果季内全区共收寄百色芒果快件量1601.4万件，与去年同期相比下降37.5%，而百色市2019年寄递业务量比2018年增长10.1%，但收入下降21.7%。2018年的芒果快件均价是11.45元/件，2019年为8.13元/件，价格的降低导致企业利润空间被压缩，寄递企业要是没有资金的扶持就意味着收更多的快件损失越大，百色申通也明确表明2019年不会降低价格参加芒果寄递业务的竞争，各企业大部分也坚守底线价格。快递运费价格下去，快递业务公司的利润就会被压缩，从而损失更多；快递运费价格坚持不变，电商们的利润空间也会被压缩，没有了可观的利润收入就会导致电商们出逃^[5]。

所以，百色市需要权衡好寄递业务与农户电商的平衡，让双方的寄递关系业务中不紧张，所以需要百色市政府争对这一方面出台“快递一农业”的扶持政策，也可以去打造一条全新的绿色芒果快递通道。我们可以扶持快递业务在收揽农业快递的费用，使得农户电商寄件时候的货物运费成本降低，可以大幅提升农户电商的收入，增加在百色市带动芒果售卖的决心。

2.4 物流售后保障，更诚心地服务

为了能在互联网时代去宣传好和发展好我们的百色芒果产业，我们必须去拥有一个最诚心，最诚信以及耐心的服务好每一个消费者，不仅是在消费者购买前热情的答复，也得面对售后消费者各种疑难问题以及不理解时保持耐心的态度，用心服务好每一个消费者。我们要确保我们的产品安全且健康和品质优，让消费者买的是放心和舒心，放心购买就成为我们百色芒果最大的成功。

2.4.1 诚心服务

我们要怎么做到合规的服务，怎么把销售散户的综合素质提高，做到诚信服务？首先百色市政府，可以统计所有在互联网销售百色芒果的农户以及电商，创立一个属于百色芒果电商合作社，同时派专业人员和种植专家统一培训，发挥出社区合作的优点，可以逐步使得更多散户、农户加入电商行业。除此之外，在互联网各大平台销售的都会带有合作社的标识，百色市政府还可以定期对合作社的各位成员进行排名，以受欢迎度以及好评和销售量进行排名评优并给予一定的奖励。

对于那些不加入百色芒果合作社的农户等，我们需要扩大宣传以及以合作社成员为中心去拉动周边成员加入，必要可以上门去咨询意见，毕竟有些农户不是不想加入，是觉得麻烦或者不懂如何加入以及不信任。也可以搞福利政策，

加入百色芒果社区合作可以领取芒果苗或者定期会有生活用品的补给以及一次性奖励现金等。为了让百色芒果的销售规范以及打好百色芒果的口碑，增加消费者的回购率，必须下足功夫。

2.4.2 物流保障

接下来就是做好物流的保障，据了解到芒果是呼吸跃变型水果，采摘后果实会迅速后熟，所以采后芒果需逐步降温，再储存冷库。贮运时应保持80%~90%的相对湿度，防止果实皱皮。而一般果农们采摘下来的百色芒果都不能很好地去做到降温保湿，更不能说物流运输可以做到这一点直到消费者的手里，所以这也是一大创新难题。

这里给到一些建议，对于采摘芒果逐步降温，我们可以通过以上提到的百色芒果社区合作去逐步建立完善。我们可以开始推广和提供技术，可以为种植面积比较广采摘比较多的芒果农户提供冷藏技术扶持，如可以建立一个微中型的冷藏库。对于运输途中的冷藏，由于目前绝大部分物理运输都缺乏保湿冷藏抑制芒果呼吸作用的条件，除非专门运输生鲜产品的车辆，而要是确保每个快递都动用这种设备的车快递服务必然成本高昂，所以咱们只能通过建立全国多仓库进行就近发货，我们实现百色芒果采摘，然后用统一的车辆指定运输到厂库进行封存，从而减少运输到消费者手中芒果的时间，大幅度可以保障百色芒果到消费者时候的品质以及品相。

3 结语

百色芒果的创新销售，不是单一方面的改变，需要一条服务生产链的优化。从芒果自身的优点去宣传：口感、绿色健康、包装地域化；到去打造百色芒果它的产品特性，高端化和差异化，还能去结合百色芒果之外的东西去销售，推出百色芒果旅游系列；再到从互联网售卖百色芒果的各种问题中去优化，站在消费者的角度以及各大电商还有寄递业务公司方面去思考，怎么去让消费者买得更加放心，让种植户们的利润再提高一点，最后也得让寄递业务公司能做下去；最后从物流和售后售前的服务去提升改变，让好产品好芒果更好地到消费者手里以及能让消费者一次愉快的购物体验。最后，我们都是要根据实地基础和芒果本质出发，目的都是解决百色芒果的售卖，提高销售量。

参考文献

- [1] 罗胜,李明圆.产业互联网趋势下广西农村电商发展模式研究——以百色芒果产业为例[J].南方农机,2020,51(19):2.
- [2] 黄翠崇.广西壮族民族文化元素在水果包装设计中的应用[J].中国文艺家,2019(12):2.
- [3] 何嘉扬.生鲜水果电子商务营销模式优化与创新研究——以广西百色芒果营销为例[J].无线互联科技,2018,15(20):2.
- [4] 刘雪儿,郭田雨,黄莹媛,等.“互联网+”背景下广西百色芒果网络营销策略优化研究[J].农村经济与科技,2018,29(15):4.
- [5] 乔雪,谢绍伟.基于要素分析的芒果物流发展对策研究——以广西百色为例[J].物流技术,2016,35(12):3.