

Research on the Existing Problems and Countermeasures of the E-commerce Platform Based on the Industrial Chain Design — Taking the Manual Industry as an Example

Xiangqian Lu Yijing Lin Hong Chen Jie Luo*

Hunan Applied Technology University, Changde, Hunan, 415000, China

Abstract

Handmade products are not only an object, it also symbolizes people's pursuit of beauty, personality, as well as nostalgia complex and cultural identity, people in the production, the use of handmade products, as well as a variety of decorative objects, there is a memory, emotion and the pursuit of beautiful things, unique personality. And manual electricity industry in today's Internet electricity era there is still a class is not completely solve the problem, no special operating manual products platform brand effect, lead to the manual industry social attention, innovation is not high, many craftsmen skills are facing lost, lack of new craftsmen and market positive interaction, lead to product lack of era innovation, many young people like elements without manual products, manual products factors such as personalized design, lead to the manual industry depression, development is seriously affected. In this regard, this paper explores the new development mode of e-commerce platform from the development mode of e-commerce platform and the current situation and problems of manual e-commerce industry.

Keywords

manual E-commerce operation mode; capital chain finance; craftsman; platform

电商平台基于产业链设计存在的问题与对策研究——以手工行业为例

陆湘黔 林依静 陈红 罗杰*

湖南应用技术学院, 中国·湖南 常德 415000

摘要

手工产品不仅是一个物件,它更象征着人们对美好、个性的追求,以及怀旧情结和文化认同,人们在制作、使用手工品,以及各种装饰的物件上,都存在一份记忆、情感和对美好事物、独特个性的追求。而手工电商行业在当今互联网电商时代仍然存在一类暂未完全解决的问题,没有专门运营手工产品的平台带来的品牌效应,导致手工行业的社会关注度、作品创新性不高,很多手工艺人的技艺正在面临失传、缺乏新手工艺人与市场正向互动,导致产品缺乏时代创新,很多青年人喜欢的元素没有加进手工产品,手工产品缺乏个性化设计等因素,导致手工行业不景气,发展受到严重影响。对此论文从研究电商平台发展模式,结合手工电商行业发展的现状及问题,探索手工行业发展新模式。

关键词

手工电商运营模式;资金链金融;手工艺人;平台

1 引言

在中国社会主义现代化市场经济的高速发展、服务型

【课题项目】全国大学生创新创业训练计划项目:城福百农-城乡商品物流配送综合服务平台阶段性研究成果(项目编号:4588)。

【作者简介】陆湘黔(2001-),男,中国湖南衡阳人,在读本科生,从事电商平台运营模式研究。

【通讯作者】罗杰(1985-),男,中国湖南新化人,硕士,副教授,从事跨境电子商务和农村电子商务研究。

社会建设的新时代大背景之下,中国手工产品数量及质量的需求呈现上升的趋势。现今淘宝、京东、拼多多等平台都可以买到手工艺品,但是以上三家平台销售商品种类繁多,多种商品赛道处于一个平台竞争,对于不同商品产业链嵌入设计不足,这一点在2020年中国社会科学院财经战略研究院的李勇坚、李秋正、蒋励佳博士发表“电商全产业链嵌入扶贫模式:理论、实践与政策建议”论文^[1]中,就可以发现电商行业关于全产业链嵌入开发、建立地域品牌迫切需要迎来一场变革。中国电商经过一定时期的发展在不断地进步,已形成了与上下游行业之间的一种较为牢固的合作关系,大都的商品均为商家、平台销售,平台、商家收割了大部分手

工艺人生产的剩余价值，而手工艺人却面临着事业很难发展的困境，这其实是很影响手工行业的发展。很多手工产品的销量高，可是事实上从事手工业生产的工人收入却不多，针对以上问题，需要对不同行业制定专门的运营模式，利益分配过程由平台掌握，改变手工艺人相对于传统电商平台商家处于弱势地位，激发手工艺人的创新能力，同时促进手工业发展，创造出更多优质的产品，使得人们在使用的手工产品上获得更好的物质条件，而平台要想实现这一切，就需要电商平台和手工艺人的共同努力。

2 从手工艺人的方面分析

电商平台新模式不仅仅在平台定位需要革新，同时新模式的平台对手工艺人的业务能力也有着新的要求，那么我们就先从手工艺人在平台新模式应该有哪些改变的方面分析。咱们要正确认识手工的含义，手工是指非机器设备批量生产而是由人工制作生产，所以我们要分析的不仅仅是中华传统的手工艺品，还有很多现代的手工艺品，包括积木、Diy材料、各种小饰品等。

我们先从手工艺人所遇到的困境开始分析：

首先，大多数手工艺人没有与时代接轨，手工艺人在生产上依然会循规蹈矩，不愿意创新，这种求存图安的心态制约着手艺人的思维观念，导致手工艺人很少与年轻用户进行交流。手工艺人没有意识到时代审美价值发生了变化，导致大都手工艺人没有将年轻人喜欢的元素加入手工创作作品中，设计的作品缺少时代感，导致缺手工艺人少市场正向反馈，使得手工行业进步缓慢。现代机械工艺生产相对于传统手工生产工艺生成成本更低，但是大都手工艺人坚持传统生产工艺，而不学习使用现代机械生产，导致部分手工生产程序落后、生产周期长、生产成本低，如果手工艺人把生产花费的时间折合成价格卖给消费者，这样消费者肯定是不愿意买单的，因此消费者更愿意选择结合现代工艺的厂商，导致很多现代工艺的资本厂家在主导手工市场，而坚持传统生产工艺的手工艺人容易退出手工市场。

其次，手工艺人的自身业务能力需要结合新时代而提高，很多手工艺人缺乏对相关手工知识、理论、技术的全面整理，传统单一的师徒传习、家族传习方式，着重强调手工的实践指导，严重制约了传统手工艺传承效率的提升，导致人们学习手工技艺周期长且比较枯燥，很多传统手工技艺传承出现了严重的断代现象。部分手工艺人没有工匠精神^[2]，对自己所学习的技能缺乏深入研究，不具有创新实力，导致人们对手工艺人失去信心，严重影响手工艺人的形象，不利于手工行业的发展。手工艺人没有采用现代化营销方式，手工艺人要专心跟随自己内心创作时代经典，而不是盲目跟着资本、专业营销团队生产手工产品，不利于手工文化传播和学习。

最后，对新时代手工艺人的展望，任何的手工技艺都

具有其局限性，手工艺人是一群勤劳、智慧的人使用一双巧手创造出具有美感的作品，所以手工艺人之间的相互学习、借鉴、创新是非常重要的，但是事实是手工艺人们其实是缺少联动、缺少技艺交流的，也就导致手工艺人技艺很难精进，难以创新。

综上所述，我们对上述手工艺人的问题进行深入研究分析，针对手工电商行业发展同时也需要手工艺人提高自己的业务能力，我们提出以下对策：

首先就是手工艺人需要与时代接轨，需要大胆创新传统工艺^[3]，结合现代先进生产技术，在不影响产品质量的情况下，降低生产成本，设计出物美价廉的手工作品。手工艺人需要主动建立与消费者的联系，接受新时代审美价值，将年轻人喜欢的动漫、潮流、网络文化等元素加入手工创作当中，机械生产虽然生产部分材料精度很好可以替代手工制作，但是机械不会创作、不懂人类复杂的审美和情感寄托。手工艺人需要定位于作品创新、工艺创新，提升自身不可替代性，创作出主流市场需要的产品，只有当手工艺人开始被主流市场所需要时，进而引领手工市场进步，手工艺人才能更好地传播自己的手工作品、作品精神、生产工艺，手工行业才会自强不息、欣欣向荣。

其次，手工艺人要提升自身的新时代业务能力，手工艺人要理论性、体系地学习整理相关手工知识，要以传播快乐、手工文化的趣味性教学年轻人。手工艺人需要学会使用抖音、快手、bilibili等新媒体宣传手工文化、技艺。手工艺人要不断提升自己的技艺水平，学习老一辈的工匠精神，终身学习，将自己的勤劳、智慧通过双手创作出时代经典。

最后，手工艺人之间要相互学习、借鉴其他种类的手工业生产、手工文化建设、创新灵感等，同时，手工艺人要相互扶持，形成手工艺人联盟，一荣俱荣，我们都听过伯牙和钟子期的故事，手工艺人都有着共同的目标，创作一件流传千古的手工作品，手工艺人可以合作一起创作，即使不能联动创作，也可以互送作品，交流学习，共同进步。我们设计平台时需要这样优秀的手工艺人，我们需要手工艺人进行工艺创新、联动创新、思维创新、紧跟时代、引领时代。当平台不是一味注重追求资本利润，而是注重为手工艺人设置新要求，提高手工艺人的业务素养，才能正确引导手工市场的发展方向，手工行业才能从根本上经久不衰，走向更好的可持续性发展。

3 从电商平台定位的方面分析

首先，旧的电商平台运营模式面临最大问题是电商平台都是与一些能提供稳定货源的商家进行合作，没有与手工行业生产者合作，这就导致手工生产者只有两类电商销售方式，第一类是手工艺人搞网络直播销售，自己运营产品的销售，其优势是没有商户、中间商赚走大部分利益，其劣势是手工生产者不一定能很好地运营销售产品，导致产品销量

不理想。第二类手工艺人是与专业团队合作，由专业团队运营销售产品，其优势是产品的销量一般都很好，劣势是手工生产者不能与买家直接接触，导致手工生产者不了解市场需求，缺乏创作灵感不能创作出买家喜欢的产品，行业的发展^[4]受到大大限制。手工艺人可能会在产品设计师和产品生产者两个角色之间转换，没有多余的思考创作的时间，导致其两个角色都做不好，所以手工生产最好是将产品生产设计与运营管理者分开，有专门负责生产设计的，有专门负责运营管理的，不需要运营时就生产设计产品，需要运营管理时就运营好销售渠道，提升产品美观、实用性、艺术性，提高手工艺人的设计能力、运营管理能力，形成手工电商平台的环境优势之一。

其次，没有针对不同行业的产业链定制新模式，从支持手工电商行业发展的角度，从产品设计到材料生产、手工制作、宣传销售，平台只有对整个产业链、销售链进行监督，才能保证消费者享有物美价廉的商品同时，将商品的剩余价值所产生利益更多地流向产品设计者、生产者、原料生产工厂，很多想从事手工电商行业的人士，因为设计网络店铺技术、资源流量、不同行业商品竞争、运营方案、资金链等问题导致手工电商行业从业者从事电商经营的成本太高，也导致个人手艺人空有一门手艺，却对电商行业无从下手，正是因为从事电商平台成本太高，所以手艺人想以现在的电商运营方式从事电商行业是非常困难的。

最后，关于平台定位问题，京东、淘宝、拼多多，三个电商的巨头，淘宝是中国最大的C2C电子商务平台，其定位是以消费者为主导，让用户在平台上买到自己想要的商品，同时也为商家提供一个扩大销售渠道的平台。京东则是以B2C为主，其定位是成为高品质、高信誉的电商平台，为用户提供优质的商品和服务，同时也为厂商和品牌提供一个可靠的渠道。拼多多则是以社交电商为主，其定位是以拼团购物的形式，让消费者能够享受到更低的价格，同时也在平台上打造了社交化的购物体验。而手工行业需要一个根据手工行业全产业链而设计的平台，国外是有如Etsy、亚马逊手工艺品市场、Aftcr、ArtFire等专门售卖手工产品的手工电商平台，国内没有专门售卖手工产品的手工电商平台，就像兴盛优选、美团一样，都是生活市场需要的，手工市场也需要一个专门为手工行业打造的平台。

综上所述，我们对上述问题进行深入研究分析，针对

手工电商平台定位需要根据手工行业的产业链设计出符合其行业发展的战略及问题对策。

①平台要主动寻找热爱创作的、传承中华传统工艺的手艺人，其实一个团队都可能面临经营不好的情况，更何况是个人手工设计者，所以平台应该帮助他们创业，提供专业的运营团队^[5]，对手艺人进行专业培训，帮助他们先经营好从市级的客户私域流量到省级客户私域流量，打造多个地方特色，降低手艺人进入电商行业的经营成本。

②保护手艺人原创性，如某手艺人平台的帮助下经营打通了所在县市的市場，该手艺人平台销售的产品，只能由该手艺人供货，拒绝工厂资本影响手工艺人的生存空间，保护手工艺人的原创权，激励手艺人创新作品，创造手工行业的良性竞争，使电商能更好地助力手工行业的发展。

③建立平台、手工艺人与软件用户的直接联系，无论是手艺人，还是用户都可以通过“联系我们”向平台总部提出意见或加盟，用户也可以在平台上给手艺人私信，定制用户喜欢的元素，同时为手艺人提供创意来源，形成平台独有的优势，为用户提供一个比图文更加真实的平台。

④平台要开设手工预售模式，帮助手艺人解决了手工业的生产周期长的问题，同时当平台具有一定影响力，可以向市场融资时，再帮助手艺人从市级到省级的私域流量，打造多个地方特色，解决他们生产链、资金链等问题，最后再整合各个省级的私域流量，打造一个全国经营范围的手工平台。

如果电商平台能为不同的行业赛道设计出其专属的定位发展战略，引领市场发展，这样的电商平台才不会被市场淘汰，由此可见手工电商平台的发展模式迫切需要革新。

参考文献

- [1] 李勇坚,李秋正,蒋励佳.电商全产业链嵌入扶贫模式:理论与政策建议[J].中国经贸导刊,2020(9):41-44.
- [2] 胡晓峰.农业供应链金融数字化转型的实践及其推进思路[J].西南金融,2021(4):52-62.
- [3] 林文彬,林庭蔚.电商平台产业创业孵化与可持续发展战略研究[J].当代经济,2020(11):60-62.
- [4] 孙统超.基于供应链金融的商贸流通企业发展模式研究[J].商业经济研究,2019(4):165-168.
- [5] 叶志东.区域产业链提升与金融支持有效性研究——基于深化金融服务实体经济视角[J].福建金融,2023(8):11-16.