

# The Exploration of the Operation Way of Agricultural Products E-commerce under the Background of Digital Economy

Ziyun Lin

Guangzhou Huali Science and Technology Vocational College, Yunfu, Guangdong, 527300, China

## Abstract

Optimizing the operation model of agricultural e-commerce will play a vital role in promoting rural revitalization and promoting the overall economic development of our country. This paper also focuses on this, mainly discussing the development status of rural e-commerce, analyzing the concept and connotation of the digital economy, and expending how to optimize and adjust the operating model of agricultural e-commerce in the context of the digital economy. It is hoped that the discussion and analysis of this paper can provide more references and references for relevant staff, effectively optimize and adjust the operation mode of agricultural products e-commerce, increase the sales volume of agricultural products, and promote the development of rural economy by giving full play to the technical advantages of modern technologies such as information technology and big data technology and the era advantages of digital economy while meeting the market demand.

## Keywords

agricultural products; digital economy; e-commerce operation; rural revitalization

## 数字经济背景下的农产品电商运营途径探索

林子云

广州华立科技职业学院, 中国·广东·云浮 527300

## 摘要

优化农产品电商运营模式对促进乡村振兴、推动中国整体经济发展会起到至关重要的影响, 论文主要讨论了农村电商的发展现状, 分析了数字经济的概念内涵, 阐述了在数字经济背景下农产品电商运营模式应当如何做出优化和调整。希望通过探讨和分析可以为相关工作人员提供更多的参考与借鉴, 对农产品电商运营模式做出有效优化和调整, 提高农产品销量, 在满足市场需求的同时发挥信息技术、大数据技术等现代化技术的技术优势和数字经济的时代优势促进乡村经济发展。

## 关键词

农产品; 数字经济; 电商运营; 乡村振兴

## 1 引言

经济发展事关国运, 一直以来中国对于经济发展给予的关注和重视都是相对较高的, 但是随着时间的推移中国经济发展迎来了瓶颈期, 想要提高经济发展速度就需要推动乡村振兴, 而数字时代的到来以及数字经济的发展为乡村振兴和农业经济发展提供了更多的选择, 从农村生产结构和发展需求来看, 对农产品电商运营做出有效优化和调整是十分必要的, 而在此之前首先则需要明确数字经济的定义及内涵以及农产品电商的发展现状。

## 2 数字经济的内涵概述

数字经济是在信息技术、大数据技术、计算机技术等

相应电子信息技术飞速发展后的一种经济发展模式, 在《中国数字经济发展白皮书》中明确了数字经济的定义, 指出数字经济是将数字化的知识和信息作为重要的生产要素和核心驱动力, 以网络为载体, 实现虚拟数字技术和实体经济的深度融合, 进而为经济发展提供新的渠道新的方向, 推动经济发展数字化、网络化、智能化建设。从社会发展趋势和经济发展规律来看, 数字经济的发展前景相对较好, 数字经济的出现也为各行各业的发展提供了新的方向更为农产品营销提供了新的选择。

## 3 农产品电商运营

### 3.1 农产品电商运营的概念内涵

农产品电商运营是指发挥信息技术、大数据技术、互联网技术等相应技术的技术优势对农产品运营过程的计划、组织、控制等相关活动做出优化和调整, 通过电商平台完成

【作者简介】林子云(1986-), 女, 中国广东阳春人, 硕士, 讲师, 从事市场营销、电子商务研究。

农产品的销售宣传等相应工作,进而更好地保障农产品销量,其运营的内容主要包含以下几点。图1为B2C电子商务网站功能板块示意图。



图1 电子商务网站功能板块

首先,农产品电商运营的运营内容包含客户运营,所谓的客户运营是通过运营手段、宣传手段等相应工作的有效优化和调整来更好的提高用户的购买体验和用户的产品满意度,保证用户粘性和忠诚度,这样做的目的是为农产品提供稳定受众,进而确保农产品的销售额,并且通过客户运营的方式让客户产生复购需求,为相关生产厂家的可持续发展提供必要保障。

其次,农产品电商运营的内容还包含产品运营,产品运营所涉及到的运营内容相对较多。第一,运营工作人员需要结合实际情况做好数据统计和数据分析,在此基础之上对农产品的价格结构、引进淘汰对策等相关内容做出有效优化和调整,在保障市场供需平衡的同时确保农产品生产符合市场实际需要,保障粮食安全并促进乡村振兴。第二,工作人员需要对收集到的数据深加工,通过大数据技术来整合历史信息,明确数据发展趋势,在此基础之上分析不同农产品的客户满意度以及市场需求,对营销活动方案作出适当调整,并且在客户运营环节做好活动预热,更好地保障农产品的交易量。

再次,农产品电商运营还包含内容运营,所谓的内容运营是指通过平台分析的方式来明确不同内容及不同推广形式所能达成的推广效果,明确平台用户的信息、浏览偏好,在此基础之上对宣传内容做出有效优化和调整,同时在营销过程中也需要实时跟进营销活动,分析不同阶段营销活动落实所达成的效果,结合前期预算判断营销活动在实际开展过程中存在哪些欠缺和不足,及时做出调整,进而有效提高销售量。

最后,推广运营,推广是电商运营的重中之重也是核心内容,这将会直接影响农产品的最终交易量以及农产品的销售额度,农村产品需要通过推广运营利用电商渠道做好产品的广告宣传吸引流量,让更多人对于农产品有一定了解,在此基础之上产生购买需求,提高农产品销量。

### 3.2 农产品电商的发展现状

电商是数字经济背景下较为常见且发展潜力相对较大的一个经济组成部分,据有关部门数据统计,在2022年中国电子商务市场规模达47.57万亿元,同比增长12.9%,可见电商行业发展前景良好,而农产品电子商务则是指将农业

种植产物的生产、销售渠道做出有效优化和调整,更好地发挥数字经济的经济优势和电商平台的平台优势,实现电子化交易,解决传统的销售渠道流通环节多、效率低、成本高等相应弊端,更好地提高农产品的交易额,这有助于促进乡村经济发展,提高农村农民的经济收入。

事实上农产品电商运营与时代发展有着密切联系,就现阶段来看,之所以农产品电商运营的发展前景相对较好是因为手机、平板、电脑等智能终端设备在不断普及,网络覆盖面变得越来越大,这也让农村经济发展模式发生了转变,据有效统计表明,2022年中国农业数字经济渗透率为10.5%,同比增长0.4%,现在农产品销售也逐渐转向电商平台,据统计,2022年中国农产品电商销售额达5313.8亿元,同比增长9.2%<sup>[1]</sup>。

表1 为2018—2022年中国农产品电商市场规模。

表1 2018—2022年中国农产品电商市场规模

2018—2022年中国农产品电商市场规模(亿元)				
2018	2019	2020	2021	2022
1920	2477	3022	3566	4100

## 4 数字经济背景下农产品电商运营要点

### 4.1 了解市场需求

首先,需要做好数据收集整合,保障数据收集的全面性,例如分析不同类别农产品的市场需求量、销售情况、市场占比、价格分布以及不同类别农产品的关键属性和不同类别农产品对接的受众特点,以此为中心挖掘市场需求,找到市场机会,对运营规划做出适当调整。表2为2020年1—6月冷链货物运输品类占比情况。例如,山东省滨州市沾化区泊头镇陈家村的陈朋朋就看准了冬枣、玉米、花生、甜橙等农产品市场需求量相对较高的优势,通过电商平台销售农产品,2022年走货30万单,销售额达1000万元。

表2 2020年1—6月冷链货物运输品类占比情况

水果	蔬菜	鲜肉	包装食品	冻品	其他
25%	20%	12%	10%	19%	14%

其次,在整合完历史信息收集实时数据的基础之上还需要对数据进行加工处理,做好数据预测。事实上市场中各类产品的需求会受气候、文化等多重因素的影响需求发生较大浮动,但是大多数情况下产品的市场需求都是可预测可分析的,可以利用大数据技术等相应信息技术明确在接下来一段周期内不同类别农产品的实际需要,及时发现潜在市场对运营规划做出进一步调整,抓住机遇<sup>[2]</sup>。

最后,需要合理利用平台数据分析工具,一般情况下大多数电商平台都会设计相应的数据分析工具来为生产者销售者提供更多的便捷,如淘宝平台、京东平台都会设置数据跟踪采集等相应模块。而企业想要更好地保障数据信息收集的完整性、精确性和有效性,还可以邀请第三方机构对数据进行整合分析判定,为农产品生产以及电商运营提供更多

的信息参考和数据支持。

#### 4.2 做好产品选择

首先，需要从产品自身的角度来分析，明确产品是否易于储存，还需要分析储存周期与产品物流运输周期的时间差，事实上产品易于储存的问题可以通过冷链配送的方式进行解决，但是这就意味着运输成本会相对较高，且农产品本身的品质、口感甚至营养价值都会受到较大影响，因此并不推荐将不易储存的农产品作为电商运营的主打产品。例如安徽省砀山县葛集镇窰集村的果园里水果商李猛就通过电商平台销售油桃、黄桃、酥梨等砀山水果，农产品在采摘后第一时间就会通过电商平台销售配合物流保障农产品两三天就能到达消费者手中，消费者即可以吃到新鲜的水果，同时也提高水果的销售额。据介绍，2022年，砀山县酥梨产量达91万吨，全产业链产值达110.35亿元，电商平台年销达到了10万单。

其次，在产品选择的过程中需要做好市场供需分析，通过产品数据、行业数据、销售数据等多重数据的整合判定明确该农产品是否适用于线上推广和销售，在此基础之上还需要分析该农产品是否具备较高的溢价空间，这也可以为农产品销售额和利润的提升提供更多助力<sup>[3]</sup>。

最后，在产品分析的过程当中可以适当对产品进行加工，进一步提高产品溢价空间，一般情况下，产品加工多以优化产品口味、完善产品包装为主，在此基础之上配合适当的宣传推广开发销售热点，但是需要注意的是在宣传推广的过程中可以集中于产品包装、产品特性、产品口味等多个角度，但是不能虚假营销，同时宣传的重心应当集中于消费的需求，更好地调动消费者的购买兴趣和欲望。

#### 4.3 精准营销

首先，农产品电商经营者可以通过各大电商平台收集数据，尤其需要整合历史数据和市场数据，根据平台数据来更好地分析消费者的共性需求，在此基础之上可以通过后台数据或大数据技术做好消费者的个人个性分析，例如消费者的消费偏好、消费者的消费能力、消费习惯以及产品属性偏好等等，对消费者进行分析，然后利用人工智能技术和大数据技术精准推送产品推荐信息，以消费者较为常用的购买平台和购买渠道以及消费者较为喜爱的产品配合消费者较为倾向的营销内容来对营销做出有效优化和调整，进一步提高

销售效率和质量<sup>[4]</sup>。

#### 4.4 提高推广效果

首先，必须充分利用现阶段用户体量相对较大的软件平台，例如微信、微博、抖音等等，当然这些平台并不是人们较为常见的购买平台，这时候可以在推广的过程当中设置跳转链接，在推广的同时提高销售额。例如现阶段相对较火的抖音平台可以通过短视频或直播带小黄车的方式进行产品销售，据统计，2022年9月至2023年9月，抖音电商里的三农达人数量同比增长105%，农货商家数量同比增长83%，年销售额突破百万元的农货商家超过2.4万个。

其次，需要加强平台分析，事实上不同平台用户的信息浏览倾向是存在一定差异的，较为典型的就是微信、微博平台在公众号推送的过程当中往往是以文字和图片为主，但是抖音平台是以短视频为主，因此农产品电商经营者则需要针对平台的信息推送特点来对推广内容形式做出适当调整。

最后，为了更好的提高推广效果，还需要做好用户分析，明确农产品销售的对接客户特点，从产品定位、消费人群、信息浏览倾向的角度来分析对推广形式、推广内容做出针对性的调整，最大化地保障农产品的曝光量。事实上，以电商运营为基础的农产品销售对于流量的需求量是相对较高的。因为现今时代是信息化时代和数字化时代，互联网技术的普及和应用让现阶段人们的信息获取能力直线上升，如果缺乏流量，则意味着农产品推广内容很容易会被其他信息所淹没，进而无法带来更大的经济效益，也无法保障农产品的销量，因此必须抓住平台特点，抓住用户特点，对推广形式内容做出科学调整，为农产品销售提供更多的助力和保障。

电子商务平台见图2。

#### 4.5 优化物流配送

在农产品电商运营的过程当中必须充分考量物流配送问题，大多数农产品都具有生长周期长、易腐烂、易损耗、易丢失、季节性、地域性相对较强的特点，这就意味着在长途运送的过程当中农产品很容易会出现腐烂变质的情况，这时在农产品电商运营的过程中则需要充分考量不同农产品的市场行情、产品需求以及农产品生产地交通水平，在此基础之上对物流中心位置做出科学调整。

此外，相关工作人员还可以加强对历史数据分析以及销售计划和不同消费者的消费习惯等相应数据的判断整合



图2 电子商务平台

和分析来进行数据预测,进而提前将农产品运送至前置仓,尽可能降低和缩短农产品与消费者之间的距离,更好地保障产品新鲜度。

最后,还需要对配送路线做出有效优化和调整,尽可能合并同类农产品,减少交通周转的时间,提高配送效率,进而保障农产品的质量。当然除了需要优化物流配送以外,还可以在农产品电商运营的过程当中对农产品进行精加工,这样做的目的方面是提高产品的附加价值,拓宽利润空间,另外一方面则是延长农产品的存储周期,降低因为物流因素导致的产品损失和运营风险。例如来自福建的田小宇,在收购菌菇的基础之上对菌菇产品进行深加工做成菌汤包,在此之后借助网络平台进行销售,统计日销售额最高能够达到60多万包,同时加工厂建设也提供了300多个就业岗位。例如,牛梦林借助用户基数相对较大的抖音平台,推出枸杞、沙棘原浆农产品等相应加工食品,累计一年卖出了200吨枸杞。

## 5 数字经济背景下农产品电商运营保障措施

### 5.1 建立标准化体系

农产品电商运营对于促进乡村经济发展会起到至关重要的影响,而建立标准化体系保障农产品电商运营的规范性、科学性和有效性是十分必要的,这可以更好地实现农村繁荣,提高农民收入,在标准化体系建设的过程中相应社会职能部门需要发挥其社会影响力,加强规范约束和引导,结合地方农产品销售的特点、面临的主要问题分析标准化体系建设的重点与核心,确定标准化、规模化管理的具体路径和各方主体责任。

其次,在标准化体系建设的过程中需要参考《关于开展农产品电商标准体系建设的指导意见》确定任务和标准化体系建设的目标,保障标准化体系建设的科学性和有效性。

最后,在标准化体系建设的过程中也可以通过颁布政策文件的方式推动地方农产品生产的规模化发展或与地方龙头企业签订合作关系打造地方品牌,在此基础之上加强品牌宣传和品牌营销,树立品牌形象,为农产品电商运营提供更多的助力和保障。

### 5.2 加强人才建设

首先,需要优化人才遴选机制,提高人才准入门槛,在这一方面可以与高校建立合作关系,由高校培养专业性人才注入对应的企业当中,为企业提供优质人才。

其次,相关单位需要加强培训机制建设,通过系统化、理论化、周期性培训工作的落实来不断提高从业者的综合素养和专业能力,让从业者能够结合自己所学习到的知识灵活解决各种问题,抓住商机,提高农产品电商运营的效率、质量和最终成果。同时也通过培训内容的适当优化和调整让相应从业工作人员学习新技术、新方法、新理念,不断完善知识储备,优化能力结构,提高综合素养。

最后,企业方面还需要优化奖惩机制,一方面充分调动从业工作人员的主观能动性,让从业工作人员积极主动地分析如何优化工作方法,提高工作效率,提升工作质量,另外

一方面也是较为关键的一点则是避免人才流失问题,提高工作人员的职业责任感、归属感和认同感,进而提高企业内部凝聚力和向心力,为农产品电商运营提供稳定的人才基础。

### 5.3 补足供应链短板

农产品供应链是指在物流和信息流的基础之上由农业生产资料提供方、农业产品加工方、农产品物流服务商、农产品批发零售商和消费者所开展的与农产品相关的资料购置、农产品加购、销售的整个过程,农产品供应链具有一荣俱荣一损俱损的特点,木板效应在农产品供应链上体现得尤为明显,如果某一个环节的工作质量相对偏低,后续环节都会受到较大的影响和冲击,但是就现阶段来看农产品电商运营过程当中物流是供应链中的短板,对于农产品电商运营的最终效果产生了较大的影响和限制。此外,因为大多数农产品生产厂家并没有接受过系统理论的教育,因此在农产品生产的过程当中生产产品的质量良莠不齐的问题是较为常见的,这也让相关企业面临着较大的运营风险和运营压力,工作任务也在不断加重,在这样的背景之下可以通过建立全程跟踪检测机制的方式来提高各方主体的关注和重视,确保农产品的质量。

在此基础之上,一方面可以通过建立冷链物流系统更好地保护农产品,避免农产品出现腐烂损失等相应问题。另外一方面可以通过大数据技术、信息技术等相应现代化技术的应用对产品配置做出有效优化,更贴合于客户需求,减少不必要的时间损耗,进而更好地保障农产品质量。

最后,就现阶段来看,因为基础设施建设不完善影响和限制农产品电商营销的情况也是较为常见的,因此相应社会职能部门需要调节资金拨付结构,提高资金投入力度,加强对农村地区道路的建设和网络的建设,提高乡村的信息化水平,进而为农产品电商运营提供物质基础和客观保障,促进乡村振兴。

## 6 结语

农产品电商运营模式策略的有效优化对于改善农民生活质量、促进农村经济发展进而推动中国整体经济发展起到了至关重要的影响,需要引起关注和重视,需要从了解市场需求、做好产品选择、开展精准营销、提升推广效果、优化物流配送等多个角度对农产品电商运营策略做出有效优化和调整,在此基础之上通过完善标准化体系、补足供应链短板、加强人才队伍建设等多种方式为农产品电商运营提供更多助力,提高农产品销量,促进农业经济快速发展。

### 参考文献

- [1] 李斯媛.数字经济背景下的农产品电商运营[J].农村经济与科技,2023,34(15):247-250.
- [2] 王广琬.数字经济赋能背景下农产品直播电商营销策略[J].全国流通经济,2023(15):84-87.
- [3] 鲁瑶.数字经济背景下农产品电商直播营销策略及创新路径探析[J].中国农业会计,2023,33(12):83-86.
- [4] 王乐乐.数字经济背景下农产品电商直播营销创新研究[J].河北企业,2023(5):89-91.