

# 互联网时代下的生鲜农产品营销中的渠道关系分析

孙玺晖,宋婷婷,马红媛,鲍庆鹏,张旭  
(哈尔滨石油学院,黑龙江 哈尔滨 150000)

**摘要:**随着互联网时代的快速发展,如今在我们的日常生活中,几乎都涉及到了电子商务,农产品网络营销就是其中之一,电子商务为生鲜农产品营销带来了全新的现代发展机遇。本文重点探讨了互联网时代生鲜农产品营销渠道的发展。

**关键词:**互联网时代;生鲜农产品营销;渠道关系分析

**[DOI]**10.12231/j.issn.1000-8772.2021.04.000

## 1 前言

电子商务利用当今发达网络的客观环境,通过大家都喜欢的网络营销方式,将大量的生鲜农产品销售推给网络用。如果有人需要购买这些生鲜农产品,可以通过网络渠道寻找商家,最终达到一举两得的效益;即使有些人暂时不需要这些生鲜农产品,他们将来也可能成为这些企业的潜在客户,为生鲜农产品销售提供新的可能性。

## 2 互联网时代下生鲜农产品营销渠道存在的问题

(1)交易违约率增加。在网上交易过程中,商家或客户的违约行为一般会使生鲜农产品的网上营销具有很大的风险。由于存在一些商家或道德品质低下的客户,交易完成后,可能是客户收到不合格的生鲜农产品,也可能是客户收到生鲜农产品后恶意要求退款,这些人的存在给生鲜农产品的网络营销渠道的发展带来了阻碍,降低了电子商务时代人们的综合素质,破坏了电子商务的道德氛围,让提供生鲜农产品的农民或者对生鲜农产品有需求的客户损失惨重。

(2)网络营销渠道管理制度不严格。面对网络营销骗局,管理制度不严格会提升网络交易的风险,阻碍了生鲜农产品通过网络营销渠道销售的新形势。众所周知,生鲜农产品一般都是大批量生产,大量产品出售,涉及的资金流也非常巨大,如果网络营销渠道出现问题,商家或者农民的资金流动就会出现很大的漏洞。目前大多数的生鲜农产品网络营销渠道模式的投资回报率存在不确定性,很多企业处在观望状态,导致整个生鲜农产品营销渠道中的各个主体还是“孤军奋战”,没有形成信息共享、风险共担、利益共赢的商业模式。

(3)生鲜农产品安全监测系统不健全。在生鲜农产品流入网络市场之前对其进行全方面的安全检测是极其重要的,物联网技术的应用,可以对鲜活农产品进行有效的安全检测,物联网系统通过智能化的食品安全测试仪以及条码技术,对生鲜农产品各个环节的安全系数进行检查,相关数据进行整理发布到食品安全溯源公用服务平台,各级承运商和消费者可以通过平台掌握关于农产品原材料等信息,安全意识贯穿始终。用户可以通过查询机、手机等多种客户端进行查询,该系统很好的连接生产、消费等各个环节,保障消费者权益。

## 3 互联网时代下生鲜农产品营销渠道的优化模式探析

(1)构建双渠道生鲜农产品供应链。随着电子商务的快速发展和消费者互联网消费意识的升级,生鲜农产品的营销渠道和结构也在相应地发生变化,越来越多的企业认为网络营销渠道是传统营销渠道的补充。然而,如果供应商引入互联网渠道,供应商和零售商之间的竞争可能会加剧,导致双重边缘化,并使供应链成员的利润缩水。对于网络,由于缺乏过去多年积累的经验和对客户的理解,因此引入内部技术可能会导致更高的内部运营成本。另一方面,农产品保质期短,难以保存,极易腐烂,新鲜度是影响消费者购买行为的另一个重要因素,因此,网络渠道的引入必须具备降低农产品新鲜度的技术,因此,当开始引入互联网频道时,应该同时考虑到互联网操

作系统的使用以及如何保持成本。基于传统渠道引入网络渠道将有助于制造商提高整体盈利能力,当制造商通过电子商务向消费者转售产品时,一方面可以通过物理渠道吸引互联网购物者购买,另一方面,它可以有效地减少由于互联网频道的引入而导致的边缘化问题。由一个制造商、一个实体店和两个在线零售商组成的双通道供应链可以将其优势发挥到最大,可以获得了最佳库存水平、销售价格、促销效果和服务水平,当面对具有概率购买行为的消费者时,卖家可以通过双通道供应链产品的价格和质量来吸引消费者。引入互联网渠道后,供应商的利润刚开始会随着互联网运营的增加而减少,但最终供应链成员的利润会超越了传统的单一渠道,并形成了双赢的局面。因此,构建双渠道生鲜农产品供应链可以有效优化生鲜农产品的营销渠道。

(2)完善网络营销渠道管理体系。管理制度的松懈严重阻碍了生鲜农产品网络营销渠道的发展,给网络交易各方带来了未知的风险。面对这种不利于发展的因素,国家有关部门的人员应该采取行动,调查网络营销渠道中可能遇到的各种情况,对于各种突发的事件,我们应该充分了解情况,站在对方的角度思考问题,建立更严格的网络营销管理体系,以应变的方式解决交易过程中各方遇到的问题。

(3)实现网络营销渠道信息的高度整合。在当今高度信息化的社会,实现网络信息的传播不是问题,但由于网络营销渠道是一个庞大的系统,在这种情况下,如何系统地进行信息整合成为一个亟待解决的问题。首先,商家和农民要学会利用平台的力量,保证营销平台的可靠性。只有在正规的网上交易平台上,各方才能获得真实、全面的信息。其次,要积极关注市场动态和国家政策的变化,因为这些信息可以为农产品的营销提供一个精确的风向标,避免购买农产品在销售中的经济损失。另外,在电子商务时代,最重要的是要有网络知识。如果农民对网络知识一无所知,可能会被商家或客户欺骗,造成不必要的经济损失,甚至可能根本不敢接触网络营销渠道,最终导致产品滞销,因此,只有提高农民的网络知识水平,才能避免这些情况。

## 4 结束语

综上所述,互联网时代下生鲜农产品营销渠道发生了很大的改变,但也存在许多问题,因此,在互联网时代下生鲜农产品营销过程中,构建双渠道生鲜农产品供应链、完善网络营销渠道管理体系以及实现网络营销渠道信息的高度整合可以对互联网时代下生鲜农产品营销渠道进行有效优化。

## 参考文献

- [1]王玉霞.物联网时代大连鲜活农产品营销渠道模式创新途径与对策研究[J].辽东学院学报(社会科学版),2017,19(01):70-73.
- [2]田睿.生鲜农产品营销中渠道关系质量研究[J].现代营销(下旬刊),2018(04):54-55.