

电商平台下云南野生菌的销售研究

浦鹏飞¹, 吴科明²

¹贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

²中共隆林县委党校, 广西 百色

收稿日期: 2024年12月6日; 录用日期: 2024年12月20日; 发布日期: 2025年1月29日

摘要

本文研究了云南野生菌在电商平台下的销售情况。云南因其地理和气候条件, 拥有丰富的野生菌资源, 市场价值高, 对当地经济发展贡献显著。文章分析了云南野生菌的电商销售优势, 包括打破地域限制、多样化销售模式、快速物流配送和品牌建设等。同时, 指出了面临的挑战, 如保鲜期短、市场竞争大、品牌国际影响力不足和电商运营能力有限等方面, 解决措施包括提升电商运营专业性、加强冷链物流、强化品牌建设、保护野生菌资源和提高菌农的可持续发展意识。这些措施旨在推动云南野生菌产业在电商平台上的健康发展。

关键词

云南野生菌, 电商平台, 可持续发展

Research on the Sales of Yunnan Wild Mushrooms on E-Commerce Platforms

Pengfei Pu¹, Keming Wu²

¹School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

²Party School of Longlin County, Committee of the Communist Party of China, Baise Guangxi

Received: Dec. 6th, 2024; accepted: Dec. 20th, 2024; published: Jan. 29th, 2025

Abstract

This paper studies the sales situation of Yunnan wild mushrooms on e-commerce platforms. Yunnan, with its unique geographical and climatic conditions, boasts abundant wild mushroom resources, high market value, and significant contributions to local economic development. The article analyzes the advantages of e-commerce sales of Yunnan wild mushrooms, including breaking geographical restrictions, diversified sales models, rapid logistics and delivery, and brand building. At the same time, it points out the challenges faced, such as short shelf life, intense market competition,

文章引用: 浦鹏飞, 吴科明. 电商平台下云南野生菌的销售研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 3760-3764.

DOI: 10.12677/ecl.2025.141466

insufficient international brand influence, and limited e-commerce operational capabilities. The solutions include enhancing the professionalism of e-commerce operations, strengthening cold chain logistics, reinforcing brand building, protecting wild mushroom resources, and raising awareness of sustainable development among mushroom farmers. These measures aim to promote the healthy development of the Yunnan wild mushroom industry on e-commerce platforms.

Keywords

Yunnan Wild Mushrooms, E-Commerce Platforms, Sustainable Development

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在当今这个数字化和全球化的时代, 电子商务平台已经成为连接生产者和消费者的重要桥梁。特别是在农产品领域, 电商平台不仅拓宽了销售渠道, 也为消费者提供了更加便捷和多样化的购物选择。云南, 以其得天独厚的自然条件, 被誉为“野生菌王国”, 拥有丰富的食用菌资源。这些野生菌不仅在国内市场上备受青睐, 更是远销海外, 成为云南对外贸易的重要组成部分。然而, 随着市场需求的增长和消费者对健康食品的追求, 云南野生菌的电商销售也面临着新的机遇和挑战。本文旨在深入探讨云南野生菌在电商平台上的销售现状、优势、存在的问题以及可能的解决措施。文章将从云南野生菌的独特性及其市场价值入手, 分析其在传统销售渠道中的局限性, 探讨电商平台下的销售优势和现状, 并针对存在的问题提出相应的解决策略, 以为云南野生菌产业的未来发展提供指导和建议。

2. 云南野生菌的独特性及其市场价值

云南省, 因其独特的地理和气候条件, 被誉为“野生菌王国”, 拥有约 900 种的食用菌, 占全国食用菌种类的 90%。这些野生菌不仅种类繁多, 而且营养价值丰富, 具有多种对人体有益的保健功效。云南的野生菌产业对当地经济发展起到了重要的推动作用, 产值高达 136 亿元人民币, 成为当地农民增收的重要途径; 云南的野生菌因其独特的生长环境, 如多样的气候、肥沃的土壤和丰富的植被, 使得这些菌类具有独特的风味和营养价值[1]。它们不仅在国内市场上备受欢迎, 而且远销海外, 出口到欧洲、美洲、亚洲等多个国家和地区, 成为云南对外贸易的重要组成部分。

云南野生菌的市场价值不仅体现在经济上, 还体现在其文化价值上。云南人对野生菌有着深厚的情感, 它们不仅是餐桌上的美味, 更是云南文化的一部分。每年的野生菌季节, 云南各地都会举办各种与野生菌相关的节庆活动, 吸引着国内外游客前来体验这一独特的文化盛宴。随着市场需求的增长, 云南野生菌的加工产品也在不断创新, 从传统的干制、速冻到现代的野生菌酱、调味品、健康养生产品等, 产品线日益丰富, 满足了不同消费者的需求, 这些产品不仅提升了野生菌的附加值, 也为云南野生菌产业的可持续发展提供了新的动力。

总之, 云南野生菌以其独特的地理优势、丰富的种类、高营养价值和文化特色, 成为了云南乃至全球的珍贵资源。随着人们对健康和天然食品的追求, 云南野生菌的市场价值和影响力还将继续增长。

3. 云南野生菌的传统销售渠道及其局限性

云南的野生菌资源不仅数量众多, 而且具有鲜明的区域特色。云南的野生菌种类南北有异, 同一省

份内分布有热带、亚热带和温带的物种。这些野生菌不仅具有巨大的生态价值,对森林生态系统的平衡和物质循环发挥着重要作用,而且具有重要的经济价值。云南野生食用菌年贸易量 15~20 万吨,占全国野生食用菌市场份额的 70%,2022 年云南省食用菌综合产值有望达到 1000 亿元[2]。

云南可食用的野生菌种类包括但不限于松茸、牛肝菌、松露、干巴菌、鸡枞、青头菌、谷熟菌、鸡油菌等,这些菌类不仅在国内市场上占有重要地位,而且远销欧、美、法、德、荷兰、日本、泰国、新加坡等 40 多个国家和地区。云南的野生菌产业不仅为当地居民提供了丰富的食材,也为全球食客所喜爱。这些野生菌不仅是美食,也是云南生物多样性的重要组成部分,具有重要的经济和生态价值。云南坚持科学保护和合理利用相结合,立足资源禀赋,有序发展野生食用菌产业,推广林菌种植模式,充分利用林下或林缘仿野生培育羊肚菌、香菇、木耳、大球盖菇等。通过这些努力,云南的野生菌产业不仅促进了当地经济的发展,也为保护和合理利用自然资源提供了范例。

云南野生菌的传统销售模式及其局限性表现在:其一是菌农直接销售,菌农在采摘野生菌后,直接将其销售给当地的收购商或消费者。这种模式在一些野生菌资源丰富的地区较为常见,如易门、南华等地;其二是菌农农贸市场进行销售,在一些城市或野生菌产区,会设立专门的野生菌交易市场,菌农和收购商在这里进行交易。例如,楚雄彝族自治州南华县的野生菌交易市场就是一个典型的例子;其三是通过中间商进行销售,菌农将采摘的野生菌卖给中间商,中间商再将其销售到更广阔的市场,包括城市的农贸市场、超市等;其四是餐饮企业采购,野生菌也会被直接销售给餐饮企业,用于制作各种野生菌菜肴,满足消费者的需求。

当然,这些传统的销售模式也有自身的局限性:一方面,由于野生菌的生长环境特殊,采摘后的保鲜期较短,传统销售模式下的供应链管理难度较大,如果不能及时处理和运输,野生菌的品质会受到影响;另一方面,市场信息不对称也是其局限性之一,这体现在菌农和消费者之间的信息沟通不畅上面,导致市场需求和供给的匹配度不高,菌农可能无法准确把握市场需求,而消费者也难以获得野生菌的相关信息,如产地、品质等;第三方面是野生菌品牌建设不足:传统销售模式下,野生菌的品牌建设相对滞后,缺乏统一的品牌形象和市场推广,这使得野生菌在市场上的知名度和竞争力受到限制;第四方面体现在由于野生菌的种类繁多,其中一些品种可能有毒,传统销售模式下的质量安全监管难度较大,如果消费者缺乏相关知识,可能会误食有毒野生菌,导致中毒事件的发生。由此可见,传统销售模式主要依赖于线下交易,销售渠道相对单一,这些模式难以满足现代消费者的购物需求,也限制了野生菌的市场覆盖面和销售量。为了克服这些局限性,云南野生菌产业正在积极探索新的销售模式,如电商平台销售、直播带货等,以提升产业的发展水平和市场竞争力。

4. 电商平台下云南野生菌销售优势及其现状

在电商平台下,云南野生菌的销售展现出了显著的优势,这些优势主要体现在以下几个方面:

电商平台打破了地域限制,使得云南野生菌能够轻松销往全国各地乃至国际市场。通过电商平台的推广和销售,云南野生菌得以被更多消费者认识和接受,市场覆盖范围大大扩展;电商平台也提供了多样化的销售模式,如直播带货、在线下单、限时抢购等,这些模式能够吸引更多消费者的关注和购买。同时,电商平台还支持小单生意,降低了野生菌的购买门槛,使得更多普通消费者能够享受到这一美味食材,例如云南涵露菌业有限公司在电商平台上通过直播带货的方式,每天能够发出大量订单,将野生菌销往全国各地。此外还有一些抖音博主以个体的方式直播带货,不仅支持少量购买野生菌,售后服务也是相对完善的;电商平台与物流企业的紧密合作,为云南野生菌的快速配送提供了有力保障。通过电商平台下单后,消费者可以享受到便捷的物流服务,包括优先识别、优先中转、优先派送等,确保野生菌能够新鲜快速地送达消费者手中:顺丰快递在云南木水花市场设有近百名快递员驻场,每天发出接近

2500 单鲜菌包裹, 90%都能达到今发明至的配送效率[3]; 云南野生菌以其独特的口感和丰富的营养价值以及较高的物流配送效率, 在消费者中形成了良好的口碑和品牌效应。在电商平台上, 云南野生菌的品牌形象得到进一步巩固和提升, 吸引了更多潜在消费者的关注和购买。由此可见, 相较于传统的实体店销售模式, 电商平台能够降低销售成本, 包括租金、人力等费用。这使得云南野生菌在电商平台上的销售价格更具竞争力, 吸引了更多消费者的购买。

云南野生菌在多个电商平台上进行销售, 包括但不限于淘宝、天猫、京东、拼多多等主流电商平台, 以及抖音和快手等短视频平台, 在 2020 年, 云南野生菌在天猫上的销售表现突出, 618 期间销量狂涨 150%, 一些店主预计当年销售额达到 100 万元[4]。此外, 云南野生菌还通过抖音和快手等短视频平台进行直播带货, 将当天收购的野生菌通过直播间销售到全国各地。云南野生菌在电商平台上的增长趋势主要得益于电商发展带动了松茸的需求, 以及云南其他野生菌的知名度提升和需求的提升, 南华县作为云南省唯一的“一县一业”野生菌示范县, 2022 年野生菌线上销售额 2.64 亿元, 占全县交易额的 20%, 这种趋势到如今有增无减[5]。

随着电商平台的发展, 云南野生菌的销售增长迅速, 在 2020 年, 云南野生菌的线上销售订单需求猛增, 从采摘到摆上京沪吃货们的餐桌, “云”上之旅只需 1 到 2 天: 为了保证野生菌的新鲜度和品质, 云南野生菌的电商销售建立了较完善的物流配送体系, 在南华县开通了至昆明长水机场的邮航直达专线, 新鲜野生菌 13 小时可达上海、12 小时可达深圳, 出口 20 余个国家和地区; 迪庆州与“顺丰速运”合作开通松茸全货机, 松茸可在 24 小时内空运至全国 60 多个城市, 48 小时内覆盖全国 200 多个城市[6]。

直播带货也成为云南野生菌电商销售的新趋势, 在云南木水花野生菌交易市场, 很多摊主手持直播设备, 化身主播依次介绍野生菌的种类、价格、品质等信息, 通过直播带货, 每单至少有 50 元的赚头。此外, 云南野生菌还通过与抖音等平台合作, 邀请抖音达人到易门、南华采摘野生菌, 参加野生菌节活动, 体验野生菌美食, 通过短视频、直播的形式将云南野生菌的文化传播给自己的粉丝和其他抖音用户, 实现了销售提升。云南野生菌在各大电商平台上的销售现状呈现出增长迅速、电商平台多样化、物流配送体系相对完善、品牌建设和标准化管理逐渐加强、直播带货模式兴起等特点。这些特点共同推动了云南野生菌产业的发展, 使其在电商时代焕发出新的活力。但是, 电商平台下云南野生菌的销售也会出现

5. 电商平台下云南野生菌销售面临的问题及解决措施

在电子商务赋能云南野生菌销售的现状下, 云南野生菌的销售也存在着一些问题, 首先, 云南野生菌的保鲜期短, 而云南可食用野生菌的食用主打一个“鲜美”, 不仅是味道鲜美, 而且食材也要新鲜, 因为只有食材新鲜才能保证野生菌产品不会流失它本身的“鲜美”意味, 所以这对物流是一个不小的挑战, 这也对电商销售提出了挑战, 如果不能在短时间内将新鲜的野生菌送到消费者手中, 可能会影响其品质和口感, 从而影响销售; 其次, 云南野生菌市场竞争格局较为激烈, 这也导致云南野生菌市场乱象丛生, 表现在竞争对手包括其他野生菌产地和人工培植的菌类产品加入市场, 因为野生菌的利益可观, 所以有些商家就“以次充好”、“以假做真”, 以谋求“低成本, 高收益”, 所以云南野生菌市场为了在市场中占据一席之地, 必须要有独特的产品特色和优质的服务, 以遏制这些市场乱象; 再次, 虽然云南野生菌在国内享有一定的知名度, 但在国际市场上的品牌影响力还有待提高, 缺乏相关保护注册野生食用菌的商标权和相关技术的知识产权的法律法规, 这也制约了云南野生菌产业的发展; 最后, 电商运营和服务能力也是影响顾客购买云南野生菌的因素之一, 这包括电商平台的用户体验、售后服务、以及对野生菌产品的推广和营销等方面, 这一方面主要是因为电商平台运营的不专业导致的, 这一阶段的表现是农户对电商的了解不够透彻、电子商务人才缺失和管理不当, 最终形成一些电商运营“小打小闹”的现状。

着手解决云南野生菌销售面临的问题,重中之重是使电商运营不再“小打小闹”,而是趋向专业化,措施是提供电商孵化、人员培训、技术支持、营销推广等服务,推动构建开放、协同、高效的农村电商公共服务体系,增强商家电商意识、培养电商人才和加强科学管理,同时,通过扩大电商直播等形式,以求将野生菌产品直接销售给消费者,降低销售成本,增加就业机会,拓宽产业销路;为解决电商平台下云南野生菌销售所面临的问题,打造“产品-物流”高度合作形式也是当务之急。野生菌的保鲜期短,运输条件要求高,因此,加强冷链物流建设,可以有效保证野生菌的品质,使全国各地的消费者都能吃到新鲜的云南野生菌[7],与此同时,产品的售后服务是这一阶段的要点,消费者只有满意商家与物流的售后服务之后,他们才会成为回头客;当然,加强品牌建设和推广也是十分重要的,云南野生菌在国内享有一定的知名度,但在国际市场上的品牌影响力还有待提高。通过打造品牌形象,跨境电商的介入在此时也显得尤为重要,这样就可以提高产品的附加值,增强市场竞争力[8]。与此同时,还要加强法律法规的要求,以求解决市场乱象和知识产权的问题;最后,推动野生菌资源的保护和可持续发展,从源头解决“优质货源”供给问题。云南野生菌资源的稀缺性和不可复制性,制约了野生菌产业供给端的发展,因此,需要在保护野生菌资源的同时,实现可持续发展,云南一些县就通过建立野生菌保育促繁基地,科学管理和保护野生菌资源。另外,菌农的科学采摘也是不容忽视的,一些菌农为了“一棍子买卖”,菌窝随意破坏、菌子大小兼收、甚至砍伐树木,这些行为是与可持续发展相悖的,所以,菌农本身的可持续发展意识也要有所提高,助力解决优质野生菌供给市场的问题[9]。

6. 总结

云南被誉为“野生菌王国”,其野生菌产业市场价值巨大,对当地经济贡献显著。电商平台的兴起为云南野生菌打开了新的销售渠道,扩大了市场覆盖,同时也带来了品牌建设和物流配送的挑战。面对保鲜难题、市场竞争和品牌国际化等问题,云南野生菌产业需通过提升电商专业运营、加强冷链物流、强化品牌建设及保护野生菌资源等措施,以实现可持续发展。

参考文献

- [1] 2024 云南野生食用菌产量和产值规模调研[EB/OL]. <https://m.chinairm.com/hyzz/20231208/141734929.shtml>, 2023-12-08.
- [2] 李才慧,徐爽.生物多样性保护背景下云南省野生食用菌产业可持续发展探讨[J].广西植物,2023,43(8):1446-1456.
- [3] 掌上春城.日均发出鲜菌2500单,昆明快递小哥忙到“飞”起![EB/OL]. https://view.inews.qq.com/k/20240715A05C7W00?web_channel=wap&openApp=false, 2024-07-15.
- [4] 春城晚报.抢疯了!云南野生菌天猫618销量狂涨150%!店主:今年要卖到100万元[EB/OL]. https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_7854075, 2020-06-15.
- [5] 南华县林草局.南华县以菌待客“蘑”力无限[EB/OL]. <https://www.ynnh.gov.cn/info/1040/27622.htm>, 2023-10-17.
- [6] 南华县林草局.小菌菇链成大产业!南华县菌发展扶摇直上[EB/OL]. <https://www.ynnh.gov.cn/info/1041/32167.htm>, 2024-08-05.
- [7] 程丽丽.食用菌冷链物流保鲜市场现状及发展趋势[J].中国食用菌,2020,39(6):103-105,109.
- [8] 车玥泉.云南野生食用菌品牌营销研究[D]:[硕士学位论文].昆明:云南大学,2014.
- [9] 史梦欣.云南野生菌产业物流体系模式与可持续研究[J].物流科技,2023,46(12):111-114.