

乡村振兴背景下基于网络销售平台的乡村菜篮子项目SWOT分析

李忠文¹, 李 铮¹, 韩 雄¹, 韦宏福¹, 李元祯², 马嘉利², 段宁贵^{2*}

¹右江民族医学院全科医学院, 广西 百色

²右江民族医学院公共卫生与管理学院, 广西 百色

收稿日期: 2023年6月9日; 录用日期: 2023年8月17日; 发布日期: 2023年8月30日

摘 要

在互联网 + 销售模式盛行的背景下, 本文旨在全面描述当前农村农产品的生产与销售现状, 并深入分析影响农村经济、农村物流以及生产经营等方面的制约因素。为了解决这些问题, 本文提出了以小卖部为基础, 利用网络化销售平台来促进农产品的销售与服务的创新思路。同时, 采用SWOT方法对菜篮子项目的特点进行了深入分析。最终, 本文构建了一套完整的商业模式和营利方法, 以推动农产品销售与服务的发展。

关键词

农产品销售, 网络销售平台, 菜篮子项目, 乡村振兴

SWOT Analysis of Rural “Countryside Basket” Project Based on Online Sales Platform in the Context of Rural Revitalization

Zhongwen Li¹, Zheng Li¹, Xiong Han¹, Hongfu Wei¹, Yuanzhen Li², Jiali Ma², Ninggui Duan^{2*}

¹School of General Medicine, Youjiang Medicine University for Nationalities, Baise Guangxi

²School of Public Health and Management, Youjiang Medicine University for Nationalities, Baise Guangxi

Received: Jun. 9th, 2023; accepted: Aug. 17th, 2023; published: Aug. 30th, 2023

*通讯作者。

文章引用: 李忠文, 李铮, 韩雄, 韦宏福, 李元祯, 马嘉利, 段宁贵. 乡村振兴背景下基于网络销售平台的乡村菜篮子项目 SWOT 分析[J]. 国际会计前沿, 2023, 12(3): 291-297. DOI: 10.12677/fia.2023.123040

Abstract

In the context of the prevalent Internet + sales model, this paper aims to comprehensively describe the current production and sales status of rural agricultural products and deeply analyze the constraining factors affecting rural economy, rural logistics, and production operations. To address these issues, this paper proposes an innovative approach that utilizes a networked sales platform based on small-scale retail stores to promote the sales and services of agricultural products. Additionally, the SWOT method is employed to conduct an in-depth analysis of the characteristics of the "Countryside Basket" project. Ultimately, this paper develops a comprehensive business model and profit-making strategies to promote the development of agricultural product sales and services.

Keywords

Agricultural Product Sales, Online Sales Platform, "Countryside Basket" Project, Rural Revitalization

Copyright © 2023 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

在互联网 + 时代的浪潮中, 城市建设迎来了巨大的变革和快速发展。然而, 相较之下, 农村地区仍然采用传统的销售服务模式, 未能将互联网与农业有效融合。此外, 农村地区的交通运输不便, 导致大量农产品积压在农民手中, 传统销售模式限制了销售利润的提升, 从而导致利润较低的局面[1]。此外, 农村物流发展缓慢, 农民仍然依靠赶集的方式前往附近乡镇购物, 缺乏可以依托销售的网络平台。因此, 在当前中国乡村振兴的背景下, 我们迫切需要寻求乡村菜篮子项目的解决方案, 并进行 SWOT 分析, 以应对这一挑战。

2. 市场行情分析

农村服务业主要集中在传统的、水平较低的交通运输、商业和餐饮等领域, 企业规模较小, 专业化、社会化和产业化水平不高, 竞争能力相对较弱。这一问题突出表现在劳动力就业机会有限, 农民增收渠道较少, 收入增长缓慢。此外, 农副产品的科技含量低, 标准化生产尚未达到足够的规模[2]。农副产品的检测手段滞后, 检测力量不足, 无法满足市场发展需求。农村缺乏适应经济社会发展要求的实用技术人才, 无论是数量、素质还是结构都存在问题。

农产品批发市场存在一些亟待解决的问题。首先, 管理规范化程度较低, 大多数批发市场仅提供交易场所, 缺乏配套和系列化服务; 其次, 市场的硬件设施不完善, 普遍缺乏农药残留检测设备、计算机联网、先进计量器具和高级的信息连接发布平台; 第三, 市场交易者的经营水平和组织化程度较低, 进入市场交易的买方主要是个体农户或由农户自主组成的联合体, 缺少外地大客商和知名农产品企业的参与; 最后, 交易的产品以原始产品和初级产品为主, 附加值较低, 效益不高[3]。

在上述不利因素的影响下, 农村地区无法建立完善的收购产业链, 导致农产品无法及时上市, 无法获取抢鲜市场的优质价格。甚至在丰收季节, 由于产量过高, 供过于求导致失去市场, 最终导致农产品

腐烂和变质[4]。

3. 市场原因分析

农村经济发展水平低,农村物流发展缓慢。农村物流的发展程度受到农村经济发展水平的显著影响。尽管中国农村的发展态势良好,农民从农村税费改革中受益颇多,但相对于城市,农村经济仍然滞后,农民收入较低,农村市场的发展相对滞后。这必然导致农村物流供给和需求水平较低,物流业发展缓慢[5]。同时,农村物流发展缓慢还与广大农村地区物流意识薄弱、物流知识匮乏以及对物流重要性的认识不足有直接关系。

农产品具有易腐性和季节性,给农村物流经营带来困难。相对于工业品,农产品具有生物属性,容易腐烂和变质[6]。农产品是自然的产物,具有明显的季节性和周期性。农产品的自然属性对其运输、包装和加工等环节提出了特殊且更高的要求,经营农产品物流具有较大的风险。

农村生产组织水平低,物流需求分散,物流供给能力不足。在中国,农业生产仍然主要以农户为单位进行,生产规模较小,分工较少,收入有限,对物流的需求有限且分散。而实现物流的供给水平需要依靠规模经济,这需要农村生产组织、流通组织和物流企业在规模、管理水平和技术条件等方面取得进一步提升[7]。目前,无论是农村生产组织、流通组织还是物流企业,都存在规模小、管理水平低、技术条件差等问题,制约了物流供给水平的提升。

物流基础设施滞后,物流技术装备陈旧,物流运作成本高昂。物流的运输、包装、装卸搬运、流通加工和信息处理等功能的实施与物流基础设施和技术水平密切相关[5]。农村道路状况较差,导致物流运输费用较高;缺乏公共的信息平台,使得物流信息处理困难,无法充分发挥作用;缺乏科学的冷藏设备,限制了鲜活农产品的运输和加工,难以实现其价值;缺乏科学的工艺和技术,限制了农产品的加工增值[8]。

物流政策不完善甚至缺失,物流操作不规范,物流交易成本高。影响物流交易合约的形成和履行有许多因素,其中政策和信用是主要因素。目前农村地区的物流政策供给不足,部分地区甚至存在政策真空,这导致物流操作难以规范,物流需求方对物流企业缺乏信任,对物流外包的结果难以预期,因此物流合约难以达成。缺乏政策支持,物流业也难以发展壮大以满足农村经济发展的需求。

农村服务业发展缓慢。农村服务业主要集中在传统的、低水平的交通运输、商业和餐饮等领域,企业规模较小,专业化、社会化和产业化水平较低,竞争能力较弱[9]。当地农产品基本上是自给自销,缺乏完整的收购产业链延伸至农村,导致许多农产品的价格受制于当地的小型收购商,最终导致农产品销售困难,农民的农业收入较低,劳动生产积极性逐渐降低[10]。

通过对市场原因的分析,可以看出农村物流发展面临着多重挑战,包括农村经济水平低、农产品特殊属性、农村生产组织水平低下、物流基础设施滞后、物流政策不完善以及农村服务业发展缓慢等。为了克服这些困难,必须采取有效措施,推动农村物流的发展,提高农产品的销售效益,促进农村经济的增长。

4. 乡村菜篮子项目解决方案概述

4.1. 产品技术

在乡村菜篮子项目中,我们计划建设村级活动仓库。首先,我们会进行线下调查,以了解农村实际小卖部的数量。然后结合市、县、乡的范围大小和农村村屯的规模,确定与我们公司合作的小卖部的数量和规模。这样可以确保每个合作小卖部能够有效运转。

村级活动仓库具有多种好处。首先,它可以进一步缩小小农村与市区或县城之间的距离,方便村民购买货物。其次,它可以降低劳动要素投入和成本。此外,我们还可以将村级活动仓库用作农资销售站点,从仓库发货运往城市的过程可以实现点对点的运输,提高运输效率。最后,这个项目还能增加小卖部经

营者的收入。

4.2. 具体操作方法

(1) 前期准备：首先，我们将市或县的个体经营户、商场等引入“菜篮子工程 App”，并让他们提供商品信息等准备工作。负责采购的工作人员通过该 App 查看村民的下单情况，然后联系商品供应商，让他们将商品送至合作的县快递站点。快递站点会将商品分类并放置在指定的货架上。

(2) 商品配送与收取：合作的快递站点将属于该村庄的收货地址的快递单独分开，放置在另一个货架上。第二天，负责采购的工作人员前往站点收取商品，并将村民的快递一并运回村级活动仓库。同时，城市居民通过 App 购买的农资产品也会放置在该站点，由居民自行前往取货。

(3) 村民取货：村民前往村级活动仓库即小卖部，并与小卖部负责人核对信息后，取回自己的商品或快递。

(4) 农资收购与运输：在特定季节，工作人员会联系市或县的农资收购企业、加工部门等，将各村庄的小卖部作为农资收购点，对农民手中的农产品进行收购。收购好的农产品可以先放置在小卖部等待特定人员运走，或者直接进行运输。

(5) 农资产品销售：通过运输，农资产品可以直接流向各大商场、农资收购企业和加工部门。收购的农产品包括桔子、生姜等生鲜蔬菜水果等。

通过以上具体操作方法，我们能够实现乡村菜篮子项目的顺利运行。通过引入“菜篮子工程 App”，市场与农民之间的信息传递更加便捷高效。村级活动仓库的建设将农产品和农资产品集中存放，提高了运输效率和物流管理水平。农民通过前往村级活动仓库取货，方便快捷地获取所需商品。同时，通过农资收购点的建立，农民的农产品可以得到及时收购，促进了农产品的销售和农民收入的增加。

这一解决方案将改善农村物流供需不平衡的问题，并为农村居民提供更便捷的购物方式。通过提高农产品和农资产品的流通效率，推动乡村经济发展。此外，该项目还有望促进农村服务业的发展，提升小卖部的经营能力和收入水平。并且，通过我们的努力，乡村菜篮子项目将为农民提供更好的生活保障和发展机遇，推动农村经济的繁荣和可持续发展。

5. 项目的 SWOT 分析

5.1. 优势(S)

(1) 建立菜篮子工程 App 来实现网络购物平台，并将村民农产品收购以农村多个小卖部为活动性仓库实现物流服务下沉乡村，整合开设具有乡村特色的农资销售网络站点，解决村民农资销售运输出售与效率问题，降低劳动要素投入和投入成本[11]。

(2) 菜篮子工程 App 购物平台可引入市区或县城的个体经营户和大商场，更大程度实现农资销售促进农民增收和享受便利的农资销售服务。

(3) 村民个体和乡县、市里的个体经营户都可加盟商店，能够带动某县脱贫村传统农业发展，并进一步带动农村农民相关产业的发展。解决某县脱贫村农业发展问题有利于带动百色市的经济发展。

(4) 以农村多个小卖部为活动性仓库实现物流服务下沉乡村，前期成本投入低但收益较高[12]。

5.2. 劣势(W)

(1) 城乡融合发展存在诸多问题，如城乡二元结构体制矛盾突出、城乡生产要素单向流动、基本公共服务和基础设施不均等[13]。

(2) 部分村庄交通不便，需步行，增加劳动力和成本。

(3) 农产品具有季节性、易腐性和周期性等生物属性，易腐烂变质，对存储、运输、包装、装卸搬运和流通加工等提出较高要求[14]。

5.3. 机会(O)

- (1) 广西目前尚未出现将物流与农业相结合的发展模式。
- (2) 农民迫切希望通过网络销售自己的产品，更方便、安全和快捷。
- (3) 积极响应国家乡村振兴战略的政策，在服务业领域助力某县脱贫村经济发展[15]。
- (4) 农产品冷链配送体系不完善，需要加大更便捷的销售平台来弥补这一问题。

5.4. 威胁(T)

- (1) 农民对该项目的信任度不高，更信任现有规模品牌[16]。
- (2) 其他物流品牌的竞争，抢占农村物流市场。
- (3) 农村物流主体分散，农户、合作组织和龙头企业发育不完善，层次低、离散性强、联合性差，组织化程度低、设备设施差、技术条件落后，各自为政，缺乏竞争力，渠道链条缺乏整合和联盟[8][17]。

5.5. 小结

在市-县-乡域商业体系建立和良好的产销对接关系基础上，建立城乡农资销售平台，满足村民通过更方便、安全和快捷的方式销售自己的产品的需求。在某县脱贫村人民的期望、政策的支持以及政府和学校的助力下，提高了项目的可行性和发展前景。然而，城乡融合发展面临诸多问题，部分村庄交通不便，农产品易腐烂变质，农民对项目信任度不高，还存在物流品牌竞争和农村物流主体分散等威胁。尽管如此，广西尚未出现将物流与农业相结合的发展模式，农民迫切希望通过网络销售产品，并且政策支持乡村振兴战略，这为该项目提供了机会。同时，农产品冷链配送体系不完善，也为建立更便捷的销售平台提供了机遇。

6. 具体商业模式分析

6.1. 商业模式介绍

(1) 调研和合作：我们将组织专业团队前往各个帮扶村进行调研，深入了解当地农产品的特点、市场需求和潜在销售机会。同时，我们与村民进行积极沟通和协商，鼓励他们将自己的农产品寄存在我们的平台进行销售。我们将提供合理的价格和合作政策，使村民愿意与我们合作，并建立长期稳定的合作关系。

(2) 建立活动仓库：与当地小卖部的合作对于建立起活动仓库至关重要。我们与小卖部达成合作协议，将其作为我们的合作伙伴，共同运营活动仓库。小卖部将负责接收、储存和管理农产品，并确保其质量和新鲜度。我们将提供培训和技术支持，帮助小卖部提高管理能力和物流效率。

(3) 创建购物平台：我们将投入资金和资源建立一个现代化的购物平台，利用计算机和网络技术实现个性化产品页面展示。通过精心设计的页面布局和内容，客户可以方便地浏览各种农产品信息，包括产品介绍、图片、价格和用户评价等。平台还将提供质量保证和售后服务，增加客户的信任和购买动力。

(4) 媒体和政府合作：我们将积极与当地媒体和政府机构合作，通过宣传报道、广告推广和合作活动等方式提升品牌知名度和影响力。我们将与媒体建立良好的合作关系，共同传播农产品的品牌形象和优势。与政府合作可以获得政策支持、资源倾斜和市场准入的优势，提高项目的可持续发展能力。

(5) 顾客下单与发货：购物平台上的顾客可以随时浏览各种农产品信息，并选择心仪的产品下单购买。一旦收到订单信息，我们将迅速与客户确认并安排发货。通过与小卖部的紧密合作，我们能够快速配送

产品，确保顾客能够及时收到新鲜的农产品。

(6) 收集消费反馈: 客户收到产品后, 我们重视他们的消费反馈。我们将积极收集顾客的意见和建议, 了解他们的购物体验和对产品的满意度。通过分析和总结这些反馈, 我们可以不断改进产品质量、服务质量和购物体验, 提升客户满意度和忠诚度。

通过以上商业模式的运作, 我们能够实现与帮扶村的合作, 建立稳定的农产品供应链, 为村民提供更便捷的菜篮子项目服务。

6.2. 盈利模式分析

收入来源主要是来源于农村产品相关的产品售卖、广告服务费、快递费以及其他服务费部分组成, 具体情况如表 1 所示。

Table 1. Income source table

表 1. 收入来源表

产品种类	面向对象	收费明细	服务类别	备注
销售平台	帮扶村 合作社 个体农户	技术服务费 交易服务费	普通服务	为商家提供线上销售, 后期技术成熟会推出 AR 饲养、AR 采摘等小项目提高商品浏览量, 销售量。
人才平台	帮扶村	推广费 中介费	普通服务	为商家推广信息收取一定的推广费和中介费。
快递平台	客户	快递费	普通服务	向客户运送产品收取一定的快递费。
特色文化	帮扶村	推广费	特色服务	根据需求, 为商家定制特色产品宣传服务。

7. 最终解决方案

政府与公司联动。为了解决平台开发初期商户引入的问题, 我们将与政府进行紧密的合作。政府可以发挥桥梁作用, 引入城市经营者参与我们的购物平台。通过政府的介入, 我们可以建立与城市经营者的合作关系, 吸引更多的商户入驻平台, 丰富产品种类和提高平台的吸引力。同时, 政府还可以提供支持和资源, 为平台的推广和宣传提供帮助。在推广过程中, 我们也将进行线下调研工作, 了解农村线下用户规模和消费习惯, 制定不同的宣传方案, 确保平台能够真正惠及农民。

寻找合作伙伴。为了保证物流服务的顺利开展, 我们将寻找合适的合作伙伴, 包括农村小卖部经营者和农村司机。与农村小卖部经营者签订合作服务合同, 他们可以作为活动仓库, 接收、储存和管理农产品。我们将提供培训和技术支持, 帮助他们提升仓储管理能力和物流效率。与农村司机签订合作服务合同, 确保产品能够及时、安全地送达客户手中。通过与这些合作伙伴的紧密合作, 我们能够建立起可靠的物流网络, 提供高效的配送服务, 满足顾客的需求。

引入金融支持。我们将积极寻求金融机构的支持, 以解决资金需求。与金融机构合作, 可以获得贷款或投资, 用于平台的开发、宣传推广、物流设施的建设和优化等方面。通过金融支持的融资手段, 我们能够更好地发展和壮大平台, 提高服务能力和竞争力。

数据分析和优化。我们将利用大数据分析技术, 收集和分析顾客的购买行为、偏好和反馈信息。通过对数据的深入分析, 我们能够了解顾客的需求和市场趋势, 为农产品的供应链和销售策略提供指导和优化建议。我们将不断改进平台的功能和用户体验, 提供个性化的推荐和定制化的服务, 提升顾客的购物满意度和忠诚度。

基金项目

2022 年大学生创新创业省级立项项目《菜篮子工程——振兴广西百色脱贫县乡村经济发展》(编号: S202210599148X)。

参考文献

- [1] 詹晶, 卢春桃. 数字经济对我国农村电商发展的影响效应研究[J/OL]. 调研世界, 2022(9): 3-11. <https://doi.org/10.13778/j.cnki.11-3705/c.2022.09.001>, 2022-10-08.
- [2] 郝新军, 沈朝阳. 农村电商赋能乡村振兴成效评价与障碍因素分析[J]. 西安财经大学学报, 2022, 35(5): 40-52. <https://doi.org/10.19331/j.cnki.jxufe.2022.05.004>
- [3] 列柏洪. 乡村振兴背景下广州荔枝农村电商供应链建设策略[J]. 食品研究与开发, 2022, 43(18): 233-234.
- [4] 陈艺. 农村电商物流对农村经济的影响分析[J]. 山西农经, 2022(17): 174-176. <https://doi.org/10.16675/j.cnki.cn14-1065/f.2022.17.054>
- [5] 陈卫平, 李艳. 农村电商的关注用户数对销售绩效的影响机制研究[J/OL]. 农业技术经济: 1-16. <https://doi.org/10.13246/j.cnki.jae.20220901.001>, 2022-10-08.
- [6] 古飞婷, 易法敏. 电商服务促进农村电商持续发展的研究——基于主体参与的视角[J]. 南方农村, 2022, 38(4): 23-30. <https://doi.org/10.15879/j.cnki.cn44-1099/f.2022.0026>
- [7] 刘振兴. 我国农村电子商务发展面临的困境与路径[J]. 农家参谋, 2022(16): 93-95.
- [8] 王园, 陈卉, 张仪华. 乡村振兴战略下电商物流与农村经济协同发展的互动效应研究[J]. 科技和产业, 2022, 22(8): 79-87.
- [9] 刘艳冬, 王岩. 农村电商发展对农村居民消费的影响效应研究[J]. 商业经济研究, 2022(16): 150-153.
- [10] 汤秋婷, 杨玉婵, 曾航娣. 基于京东平台农村电商专业人才培养的对策研究[J]. 互联网周刊, 2022(16): 59-61.
- [11] 何伦凤, 曾睿. “农村电商+农产品地理标志”运营模式的发展路径研究——基于 SWOT-CLPV 模型的分析[J]. 中共云南省委党校学报, 2022, 23(1): 161-172. <https://doi.org/10.13410/j.cnki.ypcscpc.2022.01.002>
- [12] 赵楠. “互联网+”背景下特色农产品营销策略[J]. 世界热带农业信息, 2021(12): 81.
- [13] 汤曦嫫, 纪惠敏, 李姿杞, 葛治政, 华欣焯. 农产品电商化的影响因素及其可行性研究[J]. 商场现代化, 2021(19): 47-49. <https://doi.org/10.14013/j.cnki.scxdh.2021.19.016>
- [14] 胡玥颖. “互联网+市场营销”下农产品销售与发展之路[J]. 营销界, 2020(43): 3-4.
- [15] 马丽萍, 温玉石, 谢宝玲, 颜培然, 姜欣妍, 马致博, 杨亚丽. “互联网+精准扶贫”背景下网络销售平台发展策略[J]. 现代农村科技, 2020(6): 8-9.
- [16] 郭秀凤, 钟婵明, 张运林, 陈志敏. 农产品营销的优化模式——以广西贺州市富川县脐橙为例[J]. 科教文汇(中旬刊), 2018(10): 188-189. <https://doi.org/10.16871/j.cnki.kjwhb.2018.10.084>
- [17] 翟小可. 供给侧结构性改革背景下珠海农村电商发展的 SWOT 分析与对策[J]. 商场现代化, 2018(17): 31-33. <https://doi.org/10.14013/j.cnki.scxdh.2018.17.016>