

直播电商背景下生鲜农产品供应链发展研究

丁 曼

安徽科技学院管理学院, 安徽 滁州

收稿日期: 2025年3月16日; 录用日期: 2025年4月16日; 发布日期: 2025年4月24日

摘 要

随着互联网的快速发展, 直播电商成为人们生活不可或缺的一部分, 对于生鲜农产品的需求也随着人们生活质量的改善而变得越来越严格。在直播电商的背景下, 首先分析了传统供应链的局限性, 其次对直播电商背景下生鲜农产品供应链的现状进行分析, 并针对其出现的问题提出了优化策略。最终致力于提升生鲜农产品供应链的整体效率, 给予消费者最优的供应链服务体验。

关键词

直播电商, 生鲜农产品, 冷链物流

Research on Supply Chain Development of Fresh Agricultural Products in the Context of Live E-Commerce

Man Ding

School of Management, Anhui Science and Technology University, Chuzhou Anhui

Received: Mar. 16th, 2025; accepted: Apr. 16th, 2025; published: Apr. 24th, 2025

Abstract

With the rapid development of the Internet, live e-commerce has become an indispensable part of people's lives, and the demand for fresh agricultural products has become more and more stringent with the improvement of people's quality of life. In the context of live e-commerce, firstly, the limitations of the traditional supply chain are analyzed, and secondly, the status quo of the supply chain of fresh agricultural products in the context of live e-commerce is analyzed, and optimization strategies are put forward for the problems that arise. Ultimately, we are committed to improving the overall efficiency of the fresh produce supply chain and giving consumers an optimal supply chain service experience.

Keywords

Live E-Commerce, Fresh Agricultural Products, Cold Chain Logistics

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

2020年5月,国家发展和改革委员会等12部门联合印发《关于进一步优化发展环境促进生鲜农产品流通的实施意见》要求以供给侧结构性改革为主线,提高生鲜农产品流通业集中度,促进流通降本增效[1]。现阶段对于生鲜农产品供应链的研究主要集中在供应链模式以及供应链优化等方面。花永剑(2020)[2]基于逆向供应链背景下,构建了供应链新模式“农产品+直播”。鲁钊阳(2021)[3]研究了直播电商对生鲜农产品电商发展的影响,认为引流效应和互动效应都是重要的驱动机理。李晓奕(2022)[4]通过建立农村物流系统等措施来助力乡村振兴。韩云霞等(2024)[5]研究生鲜农产品冷链服务质量,意在提升消费者满意度。根据以上的研究,与传统生鲜农产品供应链进行对比,针对现阶段供应链中可能存在的问题,提出相应的优化策略。致力于提升生鲜农产品供应链整体的效率,从而提升消费者购买率以及优化服务体验感。而直播电商作为一种新兴的产业,为生鲜农产品的销售提供了一种新兴的销售模式。通过线上线下相结合的方式,农户可以直观地和消费者相互交流,吸取经验,改进销售过程中产生的各种问题。与传统的农产品销售供应链相比,直播电商的模式更方便以及优质,对于提升农产品供应链有着重大的意义。国外对于直播电商供应链的研究多侧重于供应链协调和定价的研究,Zenny[6](2020)研究了具有竞争力的供应商和电商平台战略性协调契约问题。Lin等[7](2020)研究了两个电商平台之间的竞争关系,分析定价策略和产品捆绑之间的影响。生鲜农产品自身高损耗以及保存时间较短等缺点,导致关于生鲜农产品保鲜水平的研究越来越重要,生鲜农产品保鲜努力水平对于农产品的销售有着巨大的影响,较好的保鲜水平能够提高消费者购买欲望。Guo等[8](2020)运用Stackelberg成本分担契约和纳什议价模式,运用数学模型讨论得到生鲜电商供应链最优保鲜决策的过程。Zi等[9](2021)建立三级生鲜供应链,分析不同保鲜水平对供应链优化的影响。Zhong等[10](2021)分析在对农业合作社补贴的基础上,直播电商供应链中农产品销量、保鲜程度以及销售努力水平都比对消费者补贴高,最终供应链的利润也偏高。叶俊等[11](2022)研究在三种跨境贸易模式下,分析供应商和分销商对于生鲜农产品冷链服务定价策略。在上述研究中可以看出,关于农产品保鲜的研究已经取得很多成果。考虑到传统生鲜农产品和直播电商农产品之间的不同营销方式,从而对现存的直播电商中存在的营销问题和策略进行分析并提出解决方案。

2. 传统生鲜农产品供应链发展

2.1. 传统农产品供应链中间批发商较多,导致价格不稳定

从我国传统农产品供应链模式来看,生产者一级较为分散,供应链中间层级多为各级批发商,导致农产品质量无法保障,价格不稳定,农产品的过高消耗不仅不利于农产品供应链的发展,还使得农产品供应链的效益无法发挥到最佳。传统农产品供应链的销售主体主要以农贸市场以及零售商为主(如图1),多为普通农户、家庭农场以及专业大户,消费者无法拥有最新的销售信息。少数农产品生产商选择直接

销售，但数量较少，无法形成更大的商业链。供应链中间层次多，先是生产商联系企业或者工厂进行加工，之后再由各级经销商将农产品产销出去，各级定价不完善，消费者无法获取最有利的销售信息，销售市场极其不稳定。

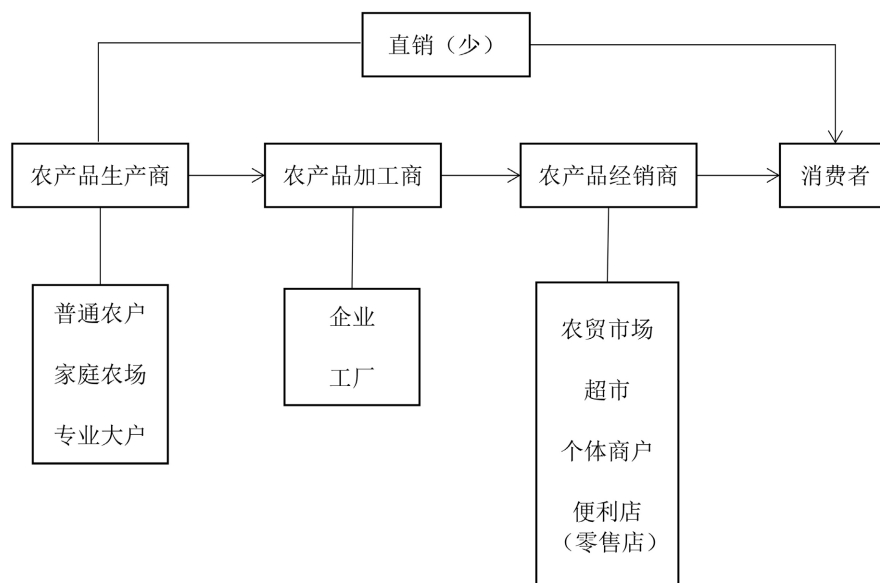


Figure 1. Traditional agricultural product supply chain
图 1. 传统农产品供应链

2.2. 生鲜农产品供应商易受其他因素影响出现滞销

我国生鲜农产品供应链还不够完善，物流设施等都在建设中，生鲜农产品的生产效率不够，冷链物流跟不上消费者需求。商品销售不出去，城市的生鲜农产品供应不上，导致商品价格迅速增长，而农村的生鲜农产品出现滞销，不仅造成了资源浪费，并出现农民返贫现象。

2.3. 供应链各级信息不互通，缺乏沟通

供应链整体结构不够完善所导致的信息不流通，是中国传统农产品供应链最大的问题。农产品生产者太过于分散，各生产商之间不够信任，也缺乏统一沟通的信息平台。供应链中间层级太多，容易造成供应链信息的直接断层，信息中断，供应链的最大效益无法发挥出来。农产品供应商之间销售信息不对称，消费者的需求无法直接传递给生产者，也没有产品品牌概念以及包装理念，市场信息的落后导致了农产品的滞销。

3. 直播电商下生鲜农产品供应链发展现状

在生鲜农产品产业链快速发展的过程中，供应链的整体效率就非常重要。随着电子商务行业的快速崛起，直播电商也逐步成为人们不可或缺的一部分。生鲜农产品的发展完全可以依靠直播电商来逐步转型，形成生鲜农产品直播电商供应链，从而提高整个供应链的整合与优化。与传统供应链相比，在原来的由“生产商端 - 加工商端 - 经销商端 - 消费者”组成的简单的供应链环节中加入直播平台。由图 2 可以看出，供应链主要以直播平台为主体，直播平台直接与生产商进行对接，在足够了解商品的情况下做出更好的销售方案，通过直播平台将商品直接展示给消费者，让消费者更好地了解商品；同时由于消费者通过直播平台与生产商之间的对话，拉近了生鲜农产品与消费者之间的距离，提高了消费者的服务体验。

在直播平台中，一共有三种直播方式。第一种是农户自主进行的直播方式，这种属于自产自播自销的方式能更好地减少直播所需成本，提高农户的收益。第二种是工厂直播，这种也是属于农产品供给商进行自主直播。但又包含两种方式，一种是工厂自己进行直播，可以节省聘请主播的费用，还有一种就是工厂聘请专业主播来进行直播。最后一种是与职业主播进行合作，委托专业的主播来进行销售，可以是农产品生产现场的直播，也可以是对加工后的农产品进行直播售卖。

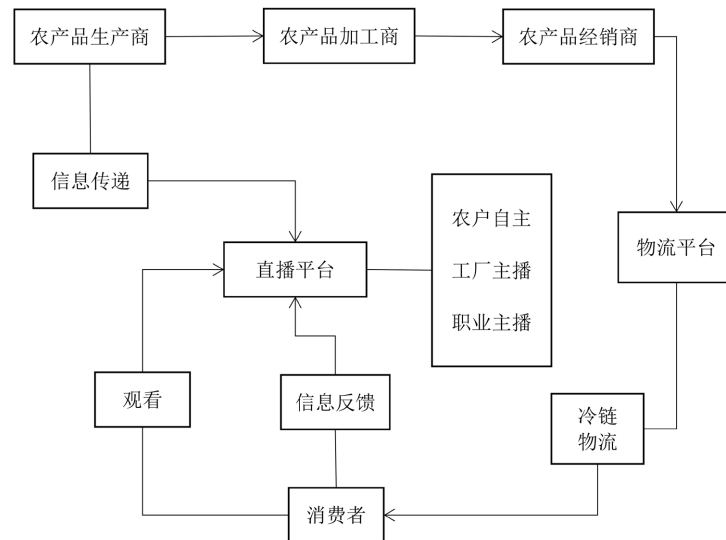


Figure 2. E-commerce live streaming supply chain for fresh agricultural products (with the live streaming platform as the main entity)

图 2. 生鲜农产品电商直播供应链(以直播平台为主体)

4. 直播电商下生鲜农产品供应链存在的问题

4.1. 生鲜农产品开直播所需成本较大

直播的开始是最难的阶段，首先就是和平台建立合作，同时要聘请主播进行吸引流量等，所需要的成本太高。除去初始资金投入，后期开始直播之后，为了更快的将农产品卖出去，则需要剪辑视频以及做宣传来进一步的吸引客户，获得流量。如果是农户自己进行直播，那这个过程就需要更多的成本来吸引人气；另一种情况是聘请职业主播来进行直播，他们的优势就是自身带来的流量与人气，但聘请的成本就会很高，同样需要很大的成本。整个过程所需的庞大的资金链，直接限制大部分小农户无法开启直播。

4.2. 直播形式没新意，低价营销泛滥

直播间最常用的话术就是“全网最低价”“今天大促”等表达方式，几乎是每个带货主播的基本话术，最常用的套路就是先用低价吸引消费者，让消费者将流量和带货量提升上去。但往往这种情况造成的结果就是，消费者用低价买来的商品和实际描述的并不相符，在直播间展示的农产品是质量优良的品质，而消费者拿到的是不同品质的农产品。太多的低评价会直接影响商品的口碑，从而损失更多的隐形客户。这种低价营销的方式只能在短时间内提高直播间人气，并不能稳固更多消费者，通过误导消费者来达到大量卖货的方式并不能长久，只能是昙花一现，还可能导致过高的退货率以及差评，得不偿失。

4.3. 生鲜农产品价值低，缺乏品牌效应

生鲜农产品作为生活的必需品，购买的价格不高，同时也是随处可见的商品。农户作为销售生鲜农

产品的主体，对于农产品的品牌意识不够强烈，很多农户认为将商品卖出去就可以，没有做大做强的想法，限制了生鲜农产品的发展。生鲜农产品没有品牌效应，缺乏独特的优势特点，在直播中就缺乏亮眼的销售优势，无法让消费者一眼相中，从根本上就贬低了生鲜农产品的价值，也导致农民通过销售农产品来获得更高的收益，对于生产农产品没有更大的诱惑力，从而越来越多的农户放弃生鲜农产品的销售，选择其他创业方式。

5. 直播电商下生鲜农产品供应链优化策略

5.1. 生鲜农产品供应链运营模式优化策略

5.1.1. 规范直播平台建设，创新直播方式，加大引流效果

直播平台要加强运营管理与制度的完善，对于不规范行为，加大规范力度。部分不符合标准的生鲜农产品以及质量不过关的农产品都应该直接抵制，禁止其商家和主播进行直播贩卖，并且进行处罚，防止出现消费者被欺骗的现象。直播电商引流所需的大成本是生鲜产品供应链发展的最大局限性，降低引流的成本，可以更好地调整供应链各个环节的整合。因此，创新直播方式，加大引流效果是直播电商下供应链发展的重要环节。对于一些规模小、成本低的农户，可以整合其他平台的营销与直播电商结合起来，同步营销。利用一些免费营销平台，例如：微博、朋友圈等社交平台，来扩大生鲜农产品的流量，并将这些流量引入直播平台内，形成双方向的营销方案，从而降低引流成本，为农户提供更多的利益。当然也可以形成小组合作，将一些资金困难的小农户结合起来，共用一个账户，开展直播时同时宣传，这样一份引流的资金多个农户进行平摊，实现小资本大宣传的效果。

5.1.2. 创建特色生鲜农产品直播模式

对于直播内容，要积极进行创新，防止消费者出现厌烦心理。积极创建特色生鲜农产品的直播模式，形成独特的直播形式，吸引更多的客户。首先，对于直播场地、直播间以及直播过程中商品的展示等各个方面都进行精心的策划，多进行创新来吸引消费者。另外，可以结合各个水果蔬菜的地域特色，将产品融入故事情节，结合不同水果的健康因素以及其他优质因素，使得消费者对产品更加感兴趣，促进消费。最后，在直播间展示各类水果的花式吃法以及蔬菜的其他烹饪方式，例如苹果不仅可以和枸杞红枣进行烹煮泡茶，还可以进行蒸苹果等，多开发产品的养生和吃法，不同的演绎效果可以提高消费者的好奇度，从而促进商品销售。

5.1.3. 构建智慧供应链，提升生鲜农产品的运营效率

因为生鲜农产品的特殊性，易坏、易腐烂以及地域和季节限制，导致生鲜农产品供应链的要求极高，只有提升生鲜农产品的运营效率，才能保证商品的质量，使得消费者在短时间内得到最优品质的商品。首先，要积极运用互联网技术，采用智能技术来更好地运输商品。如盒马鲜生的线上选购，美团优选的线上配送等都是提供了智慧供应链。其次，借用信息技术完善仓储管理，实现仓储的自动化与智能化。自动化的仓储管理不仅可以优化仓储使用率，同时可以更好地实时掌握仓储的具体情况，在出现大量订单时，可以更快有序地进行商品的获取与存放，节省时间。最后，智慧供应链还可以优化供应链运输环节，在初始设置运输路程以及方案时，能选择最优化的路程与方式，不仅可以考虑全面，防止出现人力物力资金的浪费，还能及时掌握运输过程的基本情况，在意外发生时可以及时出现应对策略。

5.2. 生鲜农产品供应链管理优化策略

5.2.1. 对农户等小型生产商进行资源整合

首先，对各个小型农户进行线上线下资源整合，形成高质量的信息资源，可以基本满足消费者对于信

息查询以及选品的需求,同时促进供应链各主体间信息共享,使得各主体间能够更快掌握市场需求,从而做出最优决策。其次,对生鲜农产品的零售市场进行整合,结合线上销售不断完善零售网点。例如超市、农贸市场等生鲜农产品的零售点,对于水产养殖等区域,应加大环境改善,同时多提供惠民福利;对于生鲜水果等区域重视水果蔬菜的保存,提供冷藏销售。各区域之间规划好,对于交易信息要统一管理,以便之后对于市场需求的把握。最后,对于线上的生鲜农产品销售 app 以及平台重视起来,协同线下等资源,积累数据建立信息资源共享平台,合理地升级供应链终端功能,从而提升供应链的一体化效率。

5.2.2. 加快冷链物流的升级,完善生鲜农产品物流供应链

第一,提高生鲜农产品冷链物流的设施。针对生鲜农产品的新鲜度保存以及完整度运输进行统筹安排,重视布局,加快冷链物流的升级,同时提高冷链物流的装备设施。尤其是水果类生鲜农产品,更是要做好保鲜措施。第二,提高冷链物流的服务水平。部分客户在收到货物的时候,并不是对商品本身的不满意,而是对于物流服务的满意,这不仅会影响到生鲜农产品的销售,还会影响到商品的口碑。最后,完善物流末端网络。推进农村物流站的建设,拉近供应链开端和末端时间距离,为生鲜农产品创造最有利的物流条件,提高供应链效率。

5.2.3. 对供应链组织管理进行全面优化

首先,加强建设供应链开端组织管理。对于农户生产方面,政府加强监督,防止出现不合格生产方式,给消费者们带来安全隐患。同时也要积极支持生鲜农产品的改良与研究,致力于造福消费者们。重点是提高农户的标准化以及规模化、特色化生产,提高销售利润。其次,对于供应链中间销售商们,提高其经营效率,提升农户的营业收入。支持加工商进行设施建设,提高生鲜农产品的加工水平,为后面的销售带来便利。最后,对于供应链的整个环节进行加强建设。在信息流通方面要格外重视,掌握最新信息数据就是掌握整个市场的最新动态,农户生产也具有优势,因此,对于加强供应链整个环节的信息交流管理。在商品流通过程中,也要优化流通效率,从而提高整个供应链的效率。

6. 总结

以直播电商为背景的生鲜农产品供应链的发展还不够完善,需要未来进一步的发展和规划。而在发展的过程中,应该立足于满足消费者个性化、特色化的需求,借助各种信息技术以及智慧科技方面的优势来进一步优化供应链模式。未来生鲜农产品直播电商会向着标准化、信息化、智能化以及组织化发展。同时政府部门应该加强对生鲜农产品供应链的重视,做好引导和组合,提高农民的整体收益以及供应链的整体效率。

参考文献

- [1] 胡锦蓉, 张浩, 徐扬, 何杰, 乔博帅, 尚君焜. 生鲜农产品供应链模式优化与创新研究[J]. 时代经贸, 2022, 19(10): 25-29.
- [2] 花永剑. “农产品 + 直播”逆向供应链模式研究[J]. 价格理论与实践, 2020(7): 129-132.
- [3] 鲁钊阳. 网络直播与生鲜农产品电商发展: 驱动机理与实证检验[J]. 中国软科学, 2021(3): 18-30.
- [4] 李晓奕. 农村电商直播助力乡村振兴策略研究[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(24): 252-255.
- [5] 韩云霞, 张曼, 魏子淇. JD 公司生鲜电商冷链物流服务质量提升研究[J]. 经营与管理, 2024(12): 144-151.
- [6] Zenryo, Y. (2020) Strategic Contracting and Hybrid Use of Agency and Wholesale Contracts in E-Commerce Platforms. *European Journal of Operational Research*, **281**, 231-239. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2019.08.026>
- [7] Lin, X., Zhou, Y., Xie, W., Zhong, Y. and Cao, B. (2020) Pricing and Product-Bundling Strategies for E-Commerce Platforms with Competition. *European Journal of Operational Research*, **283**, 1026-1039. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2019.11.066>

-
- [8] Wang, G., Ding, P., Chen, H. and Mu, J. (2019) Green Fresh Product Cost Sharing Contracts Considering Freshness-Keeping Effort. *Soft Computing*, **24**, 2671-2691. <https://doi.org/10.1007/s00500-019-03828-4>
 - [9] Zi, W., Zhou, J., Xu, H., Li, G. and Lin, G. (2021) Preserving Relational Contract Stability of Fresh Agricultural Product Supply Chains. *Journal of Industrial & Management Optimization*, **17**, 2505-2518. <https://doi.org/10.3934/jimo.2020079>
 - [10] Zhong, Y., Lai, I.K.W., Guo, F. and Tang, H. (2021) Research on Government Subsidy Strategies for the Development of Agricultural Products E-Commerce. *Agriculture*, **11**, Article 1152. <https://doi.org/10.3390/agriculture11111152>
 - [11] 叶俊, 顾波军, 付雨芳. 不同贸易模式下生鲜农产品供应链冷链物流服务与定价决策[J]. 中国管理科学, 2023, 31(2): 95-107.