

智慧新零售助力茂名农村电商精准扶贫路径研究

■ 卓良琪

(茂名职业技术学院)

摘要: 在智慧新零售的大背景下,农产品销售方面,线上电商、线下店铺及各物流企业正在以较快的速度实现融合。当前,茂名农村电商精准扶贫模式尚未成熟,难以充分发挥电商精准扶贫的优势。文章在分析智慧新零售概念及特征的基础上,探讨茂名农村电商与精准扶贫四个结合点中存在的主要问题,提出智慧新零售助力茂名农村电商精准扶贫的具体实施路径,以期提升茂名农村电商与精准扶贫的深度融合。

关键词: 智慧新零售;农村电商;精准扶贫;扶贫路径

引言

2016年10月,阿里巴巴创始人马云在阿里云栖大会上首次提出“新零售”,并提到将来线上、线下及物流会慢慢地实现融合,将诞生真正的“新零售”。以“生鲜农产品”为主要产品品类的农村电商,需要“新零售”为之提供线上与线下契合的全渠道,提供相匹配的智慧物流体系,提升用户体验,同时降低农产品的库存成本。

通过借鉴已有的相关研究成果,结合茂名贫困地区的实际情况,本文探究基于“新零售”的农村电商精准扶贫创新路径,以推动茂名贫困地区农村电商事业的深度发展,对于提升本地农村电商竞争优势,适应消费转型升级,推进振兴乡村战略和实现精准扶贫,具有重要的现实意义。

1 智慧“新零售”理论概述

1.1 新零售的概念

毛莉敏(2018)针对新零售给出的定义是,基于对互联网技术的运用,实现线上、线下及物流的三方融合,进而在产品销售及消费运用方面形成新的模式^[1]。高见(2019)则认为,“新零售”的具体含义为企业运用大数据、AR/VR等先进技术,实现对产品从生产到销售等过程运用的传统形式的革新,让线上、线下及物流能够逐步实现融合的在零售方面运用的新模式^[2]。汪娟等(2019)认为在新零售供应链中,以科学的方式实现了对数字化技术的融入及运用,让销售、仓储等工作都能够以更高的效率得到

开展,实现了“以需定产”^[3]。

综上所述,“新零售”与“全渠道零售”有异曲同工之妙。尽管学术界对“新零售”尚未形成统一的定义,但从专家们对“新零售”的描述中,我们可以总结出“新零售”的基本形态(见图1)。

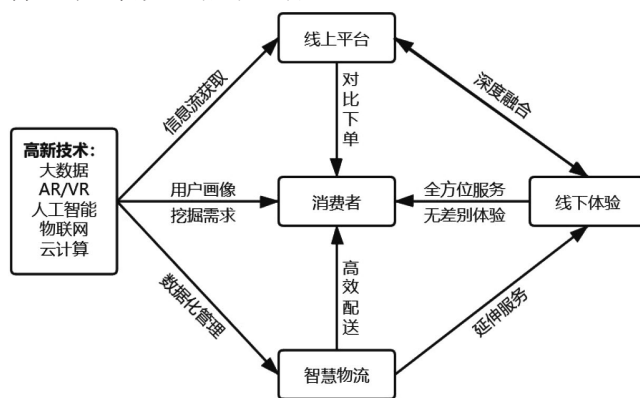


图1 新零售的基本形态

1.2 智慧新零售与传统零售的区别

智慧新零售与传统零售的区别主要体现在以下三点:

第一,应用技术不同。传统零售主要利用基础的互联网技术甚至不需要运用科学技术就能进行生产、流通和销售,而智慧新零售基于大数据、云计算、虚拟现实、物联网等高新技术,能够更加准确地了解消费者在消费方面的具体需求,进而使其更具人性化。

第二,渠道不同。传统零售只有线下渠道,又或者线上线下渠道是割裂的,线上平台与线下实体店互相独立。智慧新零售具备全渠道的特点,企业通过对线上及线下渠

基金项目: 2019年度茂名市哲学社会科学规划项目:智慧新零售助力茂名农村电商精准扶贫路径研究(项目编号:2019QN01)、2019年度广东普通高校“服务乡村振兴计划”重点领域专项项目:粤东西北地区“一村一品、一镇一业”建设绩效评价及提升对策研究(课题编号:2019KZDZX2049)。

道进行整合，来完成对自身所提供的商品及服务的销售，给顾客提供无差别的消费体验。

第三，运营支撑不同。传统的零售通过零售实体店或传统物流把产品销售给消费者，运输成本高，配送效率较低。智慧新零售则很好地运用了大数据等技术，让物流体系具备更高的分析决策能力，且能够以智能化的形式完成任务，进而使物流系统整体的智能化及自动化水平得到有效提升。

2 茂名农村电商精准扶贫现状

2.1 茂名农村电商精准扶贫发展现状

2.1.1 茂名市农业基本情况

茂名市位于中国南海之滨，由于得天独厚的地理位置，茂名市在农业上有着天然的优势，是一个农业大市。全市已建成了粮食、水果、水产、畜牧、蔬菜等十大支柱产业，粮食总产量、蔬菜总产量、肉类总产量全省第一。当地有我国最大的水果生产基地，及全球最大的罗非鱼生产基地，同时还有在国内影响力较大的南药生产基地等。

2.1.2 茂名市农村电商精准扶贫任务

截至 2017 年 5 月 5 日，茂名全市有扶贫任务的农村行政村（居）1674 个，其中省定贫困村 180 个，非贫困村 1494 个。全市认定贫困户 72279 户 166734 人。脱贫任务重，脱贫工作难度较大，亟待大力发展农村电商帮助农民脱贫。

2.2 茂名农村电商农产品生产合作模式现状及问题

2.2.1 茂名农村电商农产品生产合作模式现状

近年来，电子商务在农村扶贫中作用愈发重要，茂名市结合脱贫攻坚工作，目前主要通过四种模式进行农产品生产、流通和销售。

第一，网红 / 农户（贫困户）+ 电商 + 第三方物流。农户（贫困户）直接通过电商平台如淘宝、天猫、京东、拼多多等平台，以网店、直播或短视频的方式介绍和销售农产品。如信宜市钱排镇在当地政府的引导下，当地群众共同对三华李进行直播销售，促使线上销售量提升了 50%。

第二，农户（贫困户）+ 采购商 + 电商 + 自建 / 第三方物流。如，荔枝刚上市的时候，茂名当地组织超过 200 家外地采购商构建“采购商联盟”，汇聚采购商、供应商、平台方、供应链群体等，使产销无缝对接，线上线下销售渠道畅通。

第三，农户（贫困户）+ 合作社 + 电商 + 自建 / 第三方物流。例如，高州、电白等地的农户把果树承包给专业合作社，由专业合作社对果树进行管理和质量把控，并通过电商平台按照提前预售、按单摘果、分拣处理、物流配送的产业链模式进行销售，果农不再需要承担市场风险，保证了果农的收入。

第四，农户（贫困户）+ 基地 + 企业 + 电商 + 自建 / 第三方物流。例如，高州市荷花镇把荷花、莲子作为特色农业品牌，打造采莲扶贫基地，带动当地群众推广莲子种

植，通过发展乡村旅游和线上线下平台销售莲子等方式，已帮助 50 户贫困户 180 人先后脱贫。

2.2.2 茂名农村电商农产品生产合作模式存在的问题

茂名农村电商生产合作模式取得一定成绩的同时我们也应看到，由于资金、基础设施等方面的限制，这四种合作模式在实践的过程中均没有充分应用大数据、云计算和人工智能等高新技术对农产品进行标准化生产，也没有对消费者需求进行深度分析，仍然是传统的以产定销模式，电商合作模式有待通过“新零售”进行优化。

2.3 茂名农村电商农产品物流现状及问题

2.3.1 茂名农村电商农产品物流现状

近年来，随着冷链技术和大数据物流的发展，农产品分级、包装、预冷、初加工配送等基础设施的建设，构建了农产品标准化、生产认证等各类相关服务的综合体系。

物流的发展，让原来无法及时按需供货的问题得到很好的解决。如今，茂名当地农村电商能够与预处理中心达成合作，并直接根据需求下订单，预处理中心基于特定标准对生产进行分级分解，在果品的标准化分解，品牌处理等方面设立了标准化的生产线。

2.3.2 茂名农村电商农产品物流存在的问题

尽管茂名农村物流正朝着智慧化、数字化的方向发展，但冷链物流的投入需求大且技术要求高，物流成本极高。目前茂名市冷链物流基础设施建设总体水平不高，冷藏运输车、冷藏库、专用仓库数量不足，需要政府、企业加大投入，让智慧物流全方位覆盖茂名农村，助力农产品销售，帮助农民脱贫增收。

2.4 茂名农村农产品销售电商平台搭建现状及问题

2.4.1 茂名农村农产品销售电商平台搭建现状

2019 年 3 月，茂名市商务局与阿里巴巴集团签署农村电商战略合作协议，基于信宜等跟阿里间的合作，在全区域实现农村淘宝的全面覆盖，设立的服务站有 144 家，2019 年上半年交易额达 2 亿元。根据相关数据，全市网店大概有 5000 家，为当地农产品的销售提供了新的途径，也有效促进了当地经济的发展。

2.4.2 茂名农村农产品销售电商平台搭建存在的问题

尽管茂名农村电商平台搭建数量可观，但线上平台与线下实体店割裂，消费者只能通过图片和文字介绍片面了解农产品，农产品的更多特性如味道、口感等无法通过电商平台传达给消费者，而“新零售”则可以通过线上线下融合以及 AR/VR 等高新技术提高消费者的消费体验。

2.5 茂名农产品区域公用品牌发展现状及原因

2.5.1 茂名农产品区域公用品牌发展现状

茂名的农业发展水平较高，电商及农产品种植企业共同设立的生产基地超过 40 个，产品有百香果、三华李等十余种。其中有 17 个被列入广东省“十大名牌”农产品。白糖罂荔枝等为国家原产地标志产品，茂名化橘红更是被评为国家“非物质文化遗产”。

尽管有着如此丰富优质的农业资源和文化底蕴，但茂名农产品品牌网络声誉较低，品牌效应不强，品牌塑造不尽如人意。

2.5.2 茂名农产品区域公用品牌发展存在问题的原因

茂名农产品品牌效应较差，主要原因在于品牌意识不强、品牌宣传不到位。茂名要发展成为农业强市，需要着力加强农业区域公用品牌培育，继续着力建设“一村一品、一镇一业”的特色农业发展格局，借助智慧新零售的大数据营销手段，打造一批有影响力、有文化内涵的优质农产品区域公用品牌，提升农产品市场竞争力和增值空间。

3 智慧新零售助力茂名农村电商精准扶贫路径

智慧新零售助力茂名农村电商精准扶贫应先找到智慧新零售与茂名农村电商精准扶贫的联结点，主要从农产品的生产、流通、消费和品牌四个领域着力。

3.1 智慧新零售助力茂名农产品生产

智慧新零售背景下的大数据可以帮助相关人员在短时间内获取市场供求信息、优化经营方案，安排农业生产并进行经济活动^[4]。

首先，利用智慧新零售实现标准化生产。标准化生产包括精细化棚体建设、精细化土壤管理、精细化种苗选育、精细化水肥管理、精细化栽培管理等，可以帮助降低生产中投入的成本，并提高产量。农产品的标准化生产基于生产方式上的物联网化，通过物联网技术收集农产品生产数据，并对数据进行分析，根据农作物生长规律实现精准施肥、洒水等，助力生产高品质的农产品。

其次，利用智慧新零售实现“以销定产”。在农产品生产过程中融入数字化技术，不断对农产品生产、流通、消费等农业大数据进行采集，及时有效获取消费者的消费需求，从而做出积极响应，帮助农户“以销定产”，降低生产成本，实现“零库存”的管理目标。

3.2 智慧新零售助力茂名农产品流通

茂名的水果、蔬菜等农产品在运输过程中需要进行保鲜处理，对物流要求较高，如全程温控、制冷、温湿度检测、信息系统等。智慧新零售背景下的大数据、云计算和人工智能等技术，能高效匹配各区域市场对农产品的需求，快速准确地按需提前调配农产品到当地市场，既有利于节约物流配送成本，又解决了农产品配送滞后的问题，加速农产品线上线下物流融合，让消费者尽快收到更新鲜的农产品。

3.3 新零售助力茂名农产品消费

线上和线下平台的割裂，使消费者的购物体验得不到满足，消费者往往因为不能充分了解农产品而产生消费顾虑，影响农产品销售。当地的农产品电商应该更好地运用云计算、大数据等高新技术，提高消费者的购物体验。

3.3.1 利用智慧新零售实现线下体验

利用基于智慧新零售背景下的大数据确立农产品消费者的聚集区，并在聚集区建立农产品体验中心，方便消费者前来体验，通过刺激消费者的感官提高消费者购买欲望。

3.3.2 利用智慧新零售创新营销模式

基于新零售的大数据、云计算等高新技术可对农产品

消费者进行用户画像，分析其购买习惯和规律，精准定位获客渠道，把合适的商品在合适的时间卖给合适的用户，实现精准营销。

3.3.3 利用智慧新零售挖掘消费者需求

利用大数据分析用户以往的浏览记录、购物习惯可以分析出用户的需求和潜在需求，根据用户差异性的实现个性化定制。

3.4 智慧新零售助力茂名农产品区域公用品牌构建

从上文分析可知，茂名农产品品种多、质量优，有深厚的历史文化底蕴，但“一村一品、一镇一业”的特色农业发展格局不够成熟，尚未形成强势的区域公用品牌，不利于打造农产品的市场竞争力。智慧新零售可通过以下途径帮助茂名农产品打造优质农产品品牌。

3.4.1 树立智慧新零售时代下的品牌理念

理念是影响管理者管理行为的意识形态，要改变农产品的传统经营模式，首先要转变带头人的农产品品牌建设理念，以智慧新零售的管理模式指导农产品品牌建设的实施。

3.4.2 利用智慧新零售建立农产品溯源体系

随着消费升级，农产品的质量安全问题越来越受到消费者的关注。通过与专业机构合作，建立农产品溯源体系，在农产品种植到消费的整个过程中，都能够运用大数据技术对其质量安全进行分析、追踪等，实现农产品“一物一码”，保证农产品质量，打造值得信赖的品牌形象。

3.4.3 利用智慧新零售提升农产品品牌价值

运用大数据、云计算等技术对消费者的消费行为及体验的相关数据进行分析与反馈，更深入地了解消费者的喜好，同时更好地了解自身在消费者心中的价值水平，确立品牌价值的来源及提升策略。

结 论

综上所述，本文首先对智慧“新零售”的相关理论进行概述，其次阐述茂名农村电商精准扶贫现状及出现的问题，最后探索智慧新零售助力茂名农村电商精准扶贫路径，通过“新零售”来助力茂名农产品生产、流通、消费和区域公用品牌构建，以此让茂名电商扶贫更加精准，促进当地经济的发展和人民生活水平的改善。

参考文献

- [1] 毛莉敏. 新零售驱动下的农产品物流变革[J]. 商业经济研究, 2019(15):128.
- [2] 高见, 刘松. 新零售背景下农产品物流运输创新模式构建[J]. 商业经济研究, 2019(08):104.
- [3] 汪娟, 赵士凤. 新零售环境下农村电商物流配送发展对策研究[J]. 铜陵职业技术学院学报, 2019, 18(02):37.
- [4] 李宙星. 新零售模式下的农村电商的经营模式与营销策略研究[J]. 农村经济与科技, 2018, 29(20):144.

作者简介

卓良琪，硕士研究生，助教，研究方向：市场营销。