

基于 S2B 模式的云南省农产品上行模式研究

马蓉¹ 吴超¹ 李明辉² 程小峰¹¹

(1. 云南农业大学 经济管理学院, 云南 昆明 650201;

2. 云南农村干部学院, 云南 昆明 650201)

【摘要】: 随着“互联网+”时代的全面到来,“农产品升级”开始出现,S2B 商业模式迅速发展,为农产品电子商务行业指出了一条可行之路。农产品具有生产周期较长、销售时效短、供应链分散、信息共享不及时等特征,导致了云南省农产品在电子商务方面的发展不理想。因此,众多地方企业和政府合作,依靠政府政策扶持,形成 S2B 供应链模式,提高了农产品上行效益。通过具体分析农产品在 S2B 模式下的上行方法,研究该模式与传统模式相比有何优劣之处,总结出其在运行过程中存在的不足及解决措施,深度剖析 S2B 运营模式从而解决农产品上行难题,并且在带动当地农业经济发展的同时达到电商扶贫的目标。

【关键词】: S2B 供应链 农产品上行

【中图分类号】 F323.7 **【文献标识码】** A

近年来我国的互联网经济进入高速发展的时期,农村使用互联网的用户数量稳步增长,为农产品在电子商务上的发展提供了合适的基础条件,农业要想实现进一步发展就需要依靠当代的互联网。与此同时,解决我国农产品的上行问题,将成为我国农产品在电子商务平台上发展的首要任务。

云南省的农产品资源很丰富,而且许多农产品都是全国独有的,比如鲜嫩的野生菌,娇艳的鲜切花,回味无穷的云南茶叶等。随着各种利好政策的支持以及政府引导,云南省开始大力发展高原特色产业,虽然实现了“产出来”,但是“卖出去”也成为了随之而来的主要困难。在当代互联网经济形势下,许多农村互联网的用户把“农业电商”作为解决“卖出去”问题的首要方法,农业电商的出现逐渐成为了我国农民脱贫致富的新型手段。

1 基于 S2B 模式下的农产品上行分析

1.1 农产品上行面临的挑战

在风险与机遇并存的同时,农产品上行主要面临四大挑战:(1)农产品的产销信息不对称,我国农村地理区位条件上的分布不集中导致了与外界市场相对隔绝,出现了“增产不增收”的严重问题;(2)农产品缺乏统一的规范化标准,分级机制较为落后,并缺乏强大的货源供给组织;(3)农产品缺乏品牌化,缺乏建立在品牌之上的一种信任体系,导致大多消费者不认同;(4)农产品市场流通目前来说还是相对狭窄,其发展往往局限于当地县、乡销售业的发展,难以开拓出更广阔的市场。

作者简介: 马蓉 (1985-),女,湖北洪湖人,硕士,讲师,研究方向:电子商务。

程小峰 (1998-),男,重庆北碚人,在读本科生。

基金项目: 云南省科技厅重大专项子课题:“‘新零售’趋势与云南绿色食品品牌机遇研究”(编号:2019ZG00911-06)。

1. 2S2B 模式如何作用于农产品上行

S2B(Supply chain platform To business) 商业模式指的是为中小企业供应链的发展提供一个平台。S 指大的供应链平台，会大幅度提升供应端效率。B 是指一个大平台对应万级、十万级甚至更高数量级的分销商小 B，他们完成针对客户的服务。把 S2B 与农产品上行结合起来，目的就是希望通过 S2B 模式解决农产品上行的难题，S2B 最终模式是 S2B2C，S 端和 B 端的最终目的都是服务于消费者 C。传统的农产品市场流通狭窄，在 S2B 模式下，农民可以把农产品集中到 S 端供应链平台，再通过 B 端商家到达消费者手中，这样既扩展了农产品的销售渠道，也增加了消费者的消费选择，这样就解决了农产品市场流通目前相对狭窄的问题。消费者购买商品以后，会和 B 端商家进行反馈，B 端商家了解客户需求以后又反馈给 S 端供应链平台，S 端通过数据分析后又向农产品生产者反馈，最终根据消费者需求进行农产品的采购，分拣，包装，发货。S2B 的整个过程公开透明，按需出货，由于农产品的产销信息会及时有效的更新，农民按照市场经济中的需求来进行种植和生产，这无疑减少了大量不必要的浪费，做到了增产又增收，解决产销信息不对称的问题。

通过传统电子商务模式和网络通信技术，挑战一和四都容易得到解决，棘手的二、三挑战需要 S2B 模式发挥其特殊的作用。农产品由农民自己卖或者通过 B 端商家在网上销售都无法达成可观的经济效益，应用 S2B 模式后，可以由 S 端供应链平台对具有当地特色的农产品进行大规模的采购，然后通过分拣、包装以及再加工，最后由相关物流发货，形成规模效益，从而获得可观的收益。针对品牌化缺失问题，S 端供应链平台可以发挥自身优势，利用现有资源的宣传和政府合作，通过政府威信建立消费者信任体系，提升消费者忠诚度，逐步形成品牌效益。标准化和品牌化都需要 S 端供应链平台的大力支持和努力推动，才能切实解决农产品缺乏品牌化和市场流通当前相对狭窄的问题。S2B 把农产品上行和新型电子商务模式结合起来，消除农产品上行障碍，带动生产者、供应链平台和商家的生产经营积极性，促进产业发展。

以云创云仓农业科技有限公司为例，该公司旗下的农产品购销服务平台是一个供应链共享的 S2B 交易平台。平台通过供应端和销售端的对接，实行供应链体系建设、与大型电商客体合作、优化产业链和推动网络营销的发展战略，使整个 S2B 供应链模式具备相应的优势。平台通过聚集天猫、拼多多、贝店等电商平台上众多小 B 端商家的订单，在当地统一开展货源组织、选品、包装、发货等供应链服务，为当地黄皮小土豆、雪莲果等大宗农产品的上行提供便利。对于农产品上行面临的挑战，公司有以下解决方法：(1) 就生产和销售信息不对称问题，公司通过 ERP 后台，对 B 端的大数据和信息开展系统分析，由 S 端反馈给农民，进一步做到产销信息对称，最终实现增产亦增收。(2) 针对农产品质量标准、规模以及其大小形状不统一等问题，公司利用 S2B 模式可以有效解决，并且会设置标准化的规则，挑选形状大小相似的农产品进行统一包装，对于其他形状大小不一的产品尝试不同的销售方法，比如说加工成干货出售。(3) 针对云南省农产品品牌化较少，品牌信任体系不完善的问题，平台积极发挥自身优势，利用现有资源通过自身宣传和政府合作，建立消费者信任体系，提升消费者忠诚度，逐步形成品牌效益并且完善销售过程中的每一个细节，力求给消费者带去更好的体验，从而增加回头率。(4) 农产品市场运输流通渠道狭窄这一问题。平台大力带动了当地农产品的上行，成为当地脱贫攻坚的重要贡献企业，消除了农产品上行障碍，极大带动了生产者的积极性，有效解决了产品的流通以及销售问题。

2S2B 供应链模式的优势

首先 S2B 模式能够满足当前互联网经济下对低成本，快反应，高定制等要求，供应链平台可以依托大数据和信息管理系统将各要素集于一体，解决农产品上行难题。其次我国农业生产不同于欧美工业化大规模生产，具有小规模、分散化、标准化程度低的特点。基于 S2B 模式的农产品上行可以将没有系统和组织的农户集合起来，以平台为桥梁，完美实现小农户和大市场的对接。

再有，基于 S2B 模式的农产品上行精简了中间环节，农产品流通不需要经过像传统方式那样复杂的链条。供应链平台承包了中间所有工作和服务，提高农产品流通效率，降低资源无谓的消耗，减少浪费，降低运作成本，保障价格平稳。农民可以安心生产经营，商家负责开发和维护客户，整个过程分工明确，各尽其能，形成让利供需两端的空间，促进整个产业链的快速发

展。

最后，基于 S2B 的农产品上行模式，通过模式创新及对大数据进行分析，将信息传递反向过来，解决传统农产品上行供给与市场需求不对称的问题。由商家将产品卖给消费者转变成消费者把需求传递给农民，降低了生产经营的不确定性，提升了生产与流通的效率，形成让利空间。这一模式的实行是和中国农业的信息化、现代化深度相捆绑的，随着需求越多、信息越完备，那么农产品上行量就越多，农民受益也就越多，因此 S2B 与农产品上行相结合的方式带来的影响是不容小觑的。

3 基于 S2B 模式的农产品上行的发展对策

3.1 供应链平台发挥关键作用

供应链平台是整个基于 S2B 模式中农产品上行的重中之重，是最为关键的一环。S 端供应链平台连接了产品和商家端，产品来到这里又从这里走出去，作为唯一的中间环节，S 端应该发挥其支撑作用，利用自身优势，为更多的原料提供方和分销商家服务。平台应该加强和当地政府的合作，由企业发挥重要作用，政府积极引导，带领农民进行合理的生产经营，避免产能过剩，造成浪费，同时也带动周边农民生产积极性，增加就业，提升人们生活水平；其次，供应链平台还应加强基础设施建设，规范仓储系统，促进办公设备、物流通道等硬件设施的现代化，保障供应链的顺利运行；最后，S 端平台还应该加强对产品标准，包装设计，品牌规划等方面的开发，全面提升区域内农特产品上行效率和销货能力。

3.2B 端商家深入挖掘客户

S2B 模式下，B 端商家需要的是释放自身出货压力，把所有精力放在客户的开发、维护以及售后服务等方面，把自己所掌握的客户需求信息经过数据分析后反馈给 S 端供应链平台。商家负责对客户的精准服务，应该选择可靠的、有产品质量保证的供应链平台进行合作交流，因为质量永远是首位的，尤其是对于农产品上行来说。其次，商家应该通过广告宣传或者各类促销活动增加自身知名度，积累客户直至培养为忠诚客户。流量经济时代下，谁的店铺流量多，谁就越可能发展壮大。最后，提升服务内容和质量。越来越多的消费者在注重产品质量的同时，更加关心商家的服务质量。客服的礼貌问候、细心沟通、耐心解答往往也是吸引客户的关键。

3.3 政府加强主导与扶持

农产品上行离不开政府的支持和帮助。近年来，农村电商的兴起和电商扶贫政策的利好，农产品上行也搭上了快班车，由于电商模式的更新迭代，S2B 成为当下相当有潜力的发展模式，让农产品上行更上一层楼。政府应该出台相应政策鼓励发展农产品上行，加强立法，阻止网络交易乱象。地方政府应发挥自身公信力、威信力，引导农民进行按需生产，同时在品牌化发展中发挥政治作用，比如利用官方媒体进行宣传，扩大本地农产品知名度，打响名气，带动当地产业发展的同时实现脱贫致富。

3.4 农产品按需按质生产

农产品生产是整个产业发展的源头，有产品才会有消费。农民生产经营出来的产品通过 S2B 模式完成农产品上行，拓宽了销路，减少了浪费，增加了收入。对于农产品生产者来说，首当其冲的是产品质量，农业生产不应该只看数量而忽视质量，在产量增收的同时，确保产品绿色无害，安全可靠，才能赢得口碑，打响知名度。另外，要紧跟市场信息，了解市场动态，关注 S 端供应链平台的数据反馈和政府方针政策，综合自身条件，需要什么就种什么，要多少就种多少。紧跟时代潮流，学会灵活变通，在党和政府的正确领导下艰苦奋斗，走向美好的未来。

参考文献：

-
- [1] 蒋晓亮. 浅谈农产品上行发展现状和问题[J]. 市场周刊·理论版, 2018(14):1-1.
- [2] 刘敏. 电商背景下县域农产品“上行”的问题及其对策研究[J]. 南方农业, 2019(17):93-94.
- [3] 赵婧. 关于“农产品上行”的几点思考[J]. 山东经济战略研究, 2016(5):2-2.
- [4] 陈晓欣. 葫芦岛市农村电子商务“农产品上行难”问题分析及对策建议[J]. 中外企业家, 2018(08):46-46.
- [5] 姜爱月. 基于循环经济的电商环境下城乡物流配送模式探讨[J]. 中国商论, 2018(26):2-2.
- [6] 蒋丽君. “新零售”风口下农产品供应链演变与协调机制创新[J]. 商业经济研究, 2019(02):107-109.
- [7] 刘宏, 段文倩. 基于大连瓦房店电商孵化基地农产品上行模式研究[J]. 物流科技, 2018(4):3-3.
- [8] 曾鸣. 阿里参谋长曾鸣: 未来五年, 最有可能领先的商业模式是什么?[J]. 印刷经理人, 2017(9):4-4.
- [9] 唐仁健, 赵永平, 朱隽. 深入推进农业供给侧结构性改革——政策解读·聚焦中央一号文件[J]. 新华月报, 2017(5):9-9.