

# C2M模式供应链最优定价与渠道选择策略研究

## ——以果蔬类农产品为例

王敏捷<sup>1</sup>, 徐 樨<sup>1</sup>, 黄 瀛<sup>1</sup>, 郦林涛<sup>2</sup>, 刘心怡<sup>3</sup>

<sup>1</sup>浙江万里学院商学院, 浙江 宁波

<sup>2</sup>浙江万里学院物流与电子商务学院, 浙江 宁波

<sup>3</sup>浙江万里学院外语学院, 浙江 宁波

收稿日期: 2024年1月6日; 录用日期: 2024年5月3日; 发布日期: 2024年5月10日

### 摘 要

本文围绕C2M (Customer to Manufacturer)模式在果蔬类农产品供应链中的应用展开研究。对C2M模式进行了深入分析, 探讨了其在其他行业中的成功应用以及在农产品供应链中的潜在优势。对C2M模式在果蔬类农产品供应链中的可行性和有效性进行了探讨, 包括对最优定价策略、渠道选择策略等方面的分析和建议。展望了未来的研究方向和发展趋势, 提出了数字化技术的整合、可持续发展和绿色供应链、供应链风险管理、新兴市场和国际贸易, 以及消费者参与和定制化需求等方面的建议。研究方向将有助于推动C2M模式在果蔬类农产品供应链中的应用和发展, 促进供应链的优化和创新, 以满足不断变化的市场需求。

### 关键词

C2M模式, 供应链, 最优定价, 渠道选择

# Research on Optimal Pricing and Channel Selection Strategies of Supply Chain in C2M Model

## —Taking Fruit and Vegetable Agricultural Products as an Example

Mingjie Wang<sup>1</sup>, Xi Xu<sup>1</sup>, Ying Huang<sup>1</sup>, Lintao Li<sup>2</sup>, Xinyi Liu<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Business School, Zhejiang Wanli University, Ningbo Zhejiang

<sup>2</sup>Logistics and E-Commerce School, Zhejiang Wanli University, Ningbo Zhejiang

<sup>3</sup>Foreign Languages College, Zhejiang Wanli University, Ningbo Zhejiang

Received: Jan. 6<sup>th</sup>, 2024; accepted: May 3<sup>rd</sup>, 2024; published: May 10<sup>th</sup>, 2024

文章引用: 王敏捷, 徐樨, 黄瀛, 郦林涛, 刘心怡. C2M 模式供应链最优定价与渠道选择策略研究[J]. 现代市场营销, 2024, 14(2): 31-36. DOI: 10.12677/mom.2024.142004

## Abstract

This paper focuses on the application of C2M (Customer to Manufacturer) model in the supply chain of fruit and vegetable agricultural products. The C2M model is analyzed in depth to explore its successful application in other industries and its potential advantages in the supply chain of agricultural products. The feasibility and effectiveness of the C2M model in the supply chain of fruit and vegetable agricultural products are discussed, including the analysis and suggestions on optimal pricing strategy and channel selection strategy. The future research direction and development trend are looked forward, and recommendations are made in the areas of integration of digital technologies, sustainable and green supply chains, supply chain risk management, emerging markets and international trade, and consumer engagement and customized demand. The research direction will help to promote the application and development of C2M model in the supply chain of fruit and vegetable agricultural products, and promote the optimization and innovation of the supply chain to meet the ever-changing market demand.

## Keywords

C2M Model, Supply Chain, Optimal Pricing, Channel Selection

Copyright © 2024 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

当前阶段, 果蔬类农产品供应链管理面临众多挑战, 其中包括信息不对称、价格波动和渠道选择等问题。其中, 信息不对称问题普遍存在, 它可能导致生产者和消费者之间的信息不对等, 进一步影响市场的透明度和效率[1]。为解决这个问题, 利用信息技术和透明的交易平台来减少信息不对称并提高市场的有效运行是必要的。而果蔬类农产品价格由于受季节、气候和市场需求等多种因素的影响, 存在较大的波动性。C2M 模式作为一种新型的供应链模式, 以消费者需求驱动生产, 实现定制化生产和精细化管理, 有助于解决上述问题, 提高供应链效率, 降低成本, 并提升市场竞争力。对于果蔬类农产品供应链, 深入研究 C2M 模式的应用可以为农产品行业提供新的管理思路和策略。通过研究最优定价和渠道选择策略, 可以优化供应链效率, 降低成本, 提高资源利用率, 进而提升整个供应链的竞争力。C2M 模式在果蔬类农产品供应链中具有重要的应用价值[2]。它以消费者需求为驱动, 实现定制化生产和精细化管理, 这种需求直接传递至生产环节的方式, 实现了按需生产, 降低了库存和浪费, 提高了供应链的效率和灵活性。此外, C2M 模式能够精准定价, 提高农产品的市场竞争力, 优化销售渠道选择, 提高销售效果和市场占有率。

## 2. 文献综述

### 2.1. 农产品供应链管理和定价策略的研究现状

农产品供应链管理和定价策略的研究一直是供应链管理领域的核心焦点, 近年来的研究现状主要在以下几个方面得以体现。应用供应链管理技术, 随着信息技术的发展, 物联网、大数据分析、人工智能等技术在供应链管理中得到了广泛运用, 研究者们正在探讨如何利用这些技术来优化农产品供应链的管

理，以提高运作效率和降低成本。

关注可持续发展与环保，随着社会对可持续发展和环保的关注度增强，研究者们开始聚焦于在农产品供应链中实现环境友好型管理和绿色供应链，以期通过供应链管理减少资源浪费，降低对环境的影响。研究消费者需求驱动的定价策略，伴随着消费者需求的多元化，研究者们开始探索如何运用定价策略更好地满足消费者需求，例如个性化定价、动态定价等策略[3]。关于渠道选择与市场营销的研究，研究者们正在讨论农产品供应链中的渠道选择和市场营销策略，特别是对电子商务和社交媒体等新兴渠道的应用方面展开了大量的研究。农产品供应链管理和定价策略的研究现状呈现出多样化、技术化和市场化的特点，研究者们致力于寻求更加高效、环保和市场化的供应链管理和定价策略。可以提及过去的研究主要集中在传统的供应链管理和定价策略上，强调了信息不对称、库存管理、渠道选择等方面存在的问题，并探讨了传统模式下的优化方法和策略[4]。

近年来，随着 C2M 模式的兴起，一些研究开始关注 C2M 模式在其他行业的应用，并探讨了 C2M 模式对供应链管理和定价策略的影响。这些研究强调了 C2M 模式能够通过消费者需求驱动生产，实现定制化生产和精细化管理，从而提高供应链效率和降低成本的优势。

一些相关研究也探讨了 C2M 模式在农产品领域的应用，但对于果蔬类农产品供应链的具体研究还相对较少，因此本文旨在填补这一研究空白，深入探讨 C2M 模式在果蔬类农产品供应链中的应用，特别是在供应链管理和定价策略方面的作用和意义。

## 2.2. C2M 模式成功案例

### 1) 淘特

阿里巴巴旗下的淘宝特价版，正在帮助 50 万工厂和 120 万商家加速数字化转型，把握“后疫情”机会，以薄利多销的经营战略率先抢占市场，为工厂打造专属的营销活动，通过工厂直供的方式为消费者提供极致性价比的便宜好货，工厂直购节期间，确保消费者能够批发买到尽兴。淘特依靠淘宝这个主平台，2020 年淘特在正式上线之前就有了海量的订单，而在上线 9 个月后月度活跃用户就已破亿[5]。

2021 年 9 月，淘宝特价版与 1688 全面打通，成为全国最大的产业带工厂零售平台。据阿里巴巴数据显示，全面打通 1688 后，淘宝特价版新增“批零兼售”工厂商家超 7 万家，平均每天有超过 500 家产业带工厂借助阿里 C2M 转型零售工厂直供，这些工厂在淘宝特价版上接到的 C2M 订单量日均过千万[3]。

淘特平台作为成功运用 C2M 模式的典型例证，其独特的运营模式在供应链管理上具有显著的创新性。淘特通过直接连接消费者和制造者，减少了传统供应链中的中间环节，从而大大降低了生产和运营成本。同时，通过对消费者的需求数据进行收集和分析，淘特可以精确理解消费者的个性化需求，从而推动制造者进行定制化生产。这不仅提高了生产效率，还极大地提升了产品的市场竞争力。淘特的成功实践证明，C2M 模式在解决信息不对称、降低成本、提高市场竞争力等方面具有显著优势，为供应链管理的创新提供了有效的实践路径。

### 2) 红领集团

酷特智能去年全年实现营收近 6 亿，净利增长 28.91%，在国内服装行业寒潮的冰冷情况下，公司连续多年实现业绩高速增长，很大原因得益于实行 C2M 模式[6]。

红领集团早年是一家服装代工生产企业，从 2003 年开始进行工业互联网转型，历时 12 年时间，投入数亿资金，进行数字换转型，依靠数据驱动生产，充分发挥智能制造威力，实现了 C2M 大规模定制，增强了企业的市场竞争力[7]。对智能化转型升级探索，它们至少花了 10 年，要实现 C2M 模式，传统的企业价值链被重塑为这个价值环。

在传统的业务模式下，红领集团需要通过各种渠道收集和预测客户的需求，然后进行批量生产。这

种模式存在着很大的风险，因为如果预测错误，就会导致大量的库存积压，造成浪费。为了解决这个问题，红领集团开始尝试 C2M 模式。他们在网站上提供了一种可以由客户自定义制服的工具。客户可以根据自己的需求，选择不同的颜色、材料、样式等，然后提交订单。这些订单信息会被直接传递给工厂，并马上开始生产。这种模式使得红领集团可以实时了解客户的需求，大大减少了预测的风险和库存积压的问题。同时，让客户参与到产品的设计过程中，也大大提高了客户的满意度。

红领集团在 C2M 模式的成功实践，为其他传统制造业展示了如何利用数字化工具进行转型的可能性，实现效率提升和客户体验提升。

### 3) 亚马逊

在亚马逊的“Amazon Custom”个性化定制服务中，消费者可以根据自己的喜好和需求进行个性化定制。这个服务覆盖了大量的商品类别，比如家居用品、钻石首饰、服装等[8]。这个模式让消费者和制造商直接交流，消费者可以明确告诉制造商他们需要什么，而制造商则可以根据这些具体的需求生产商品。这种方式不仅减少了信息的不对称，也避免了大规模生产的商品积压现象，大大提高了生产效率。

亚马逊 Kindle Direct Publishing 是一个让作者直接在 Kindle 商店发布电子书的服务，它把作者和读者直接连接起来。作者可以直接获取读者的反馈，根据读者的需求和反馈调整内容，这实现了 C2M 模式的内容生产。通过这种方式，亚马逊让消费者的需求和反馈直接影响到产品(这里的产品是书籍)的生产。

通过收集和分析消费者的购物数据和反馈，亚马逊创建了自己的品牌，比如 Amazon Basics 和 Amazon Elements。这些品牌的产品设计和生产都是根据消费者的需求和喜好来的。这是 C2M 模式的又一成功应用，通过这种方式，亚马逊能够更好地满足消费者的需求，提高消费者的购物满意度。

## 3. C2M 模式在果蔬类农产品供应链中的应用

### 3.1. C2M 模式对果蔬类农产品供应链的影响

C2M 模式对果蔬类农产品供应链的影响主要体现在以下几个方面：定制化生产与精细化管理、精准定价与市场竞争力、渠道优化与销售效果，以及信息透明与合作关系[9]。C2M 模式通过消费者需求驱动生产，实现定制化生产和精细化管理，满足消费者的需求更为精准，减少库存和浪费，提升供应链的效率和灵活性[5]。C2M 模式还助力农产品实现精准定价，直接与消费者互动和沟通，了解其对产品的需求和价值认知，从而提高产品的市场竞争力，符合消费者期望的定价，也提升了产品的市场接受度和销售额。C2M 模式还能更精准地选择销售渠道，了解消费者的购买习惯和渠道偏好，提高销售效果和市场占有率，减少渠道成本和资源浪费。C2M 模式的应用促进了供应链各环节的信息透明和合作关系，农产品供应链中的各环节可以更好地协同合作，减少信息不对称和协调成本，提高整体供应链的效率和反应速度。这些影响将提高农产品供应链的效率、降低成本、增强市场竞争力，推动整个产业的可持续发展。

### 3.2. C2M 模式下的最优定价策略

在 C2M 模式下，最优定价策略应基于深入的市场调研和消费者需求分析，结合产品特性和竞争情况，以实现最大化的消费者满意度和企业利润。通过市场调研和数据分析，需要了解消费者对产品价格的敏感度以找出其对价格的心理预期和接受范围。根据不同的消费者群体、产品特性和市场需求，可以采取差异化定价策略，例如针对高端消费者的高价定价和针对大众消费者的中低价定价。动态定价策略也可以应用于市场营销和促销活动，根据季节、节假日或者市场需求变化进行灵活调整以提高销售量和市场占有率。结合定价策略和产品组合策略，例如产品包装、捆绑销售等方式，能够实现产品差异化和附加值，从而提高产品的整体价格水平[10]。由于 C2M 模式强调与消费者直接互动和沟通，在定价策略中应保持透明，向消费者解释产品价值和定价依据以建立信任和品牌形象。根据市场竞争情况，需要制定相

应的竞争定价策略，例如领先定价、跟随定价或者市场掠夺定价，以维护市场份额和竞争优势。

## 4. 渠道选择策略

### 4.1. 研究 C2M 模式下最适合的渠道选择策略

为了最大程度地满足消费者需求和提高销售效果，需要结合产品特性、目标消费者群体、市场需求和竞争情况进行综合分析，根据 C2M 模式的特点，与消费者的直接互动和沟通，选择合适的渠道策略。这些策略包括考虑在知名的电商平台上开设自有品牌店铺或者合作店铺，利用电商平台的流量和资源，快速触达潜在消费者；利用社交媒体平台，如微信、微博、抖音等，通过内容营销和社交互动，直接与消费者建立联系，进行产品推广和销售；在一些繁华的商业区或者购物中心开设线下体验店，提供产品展示、试用和购买服务，为消费者提供更直观的购物体验；与其他零售商或者批发商建立合作关系，将产品引入其他销售渠道，扩大产品的覆盖范围；建立自有的销售渠道，如官方网站、App 等，通过自有渠道直接面向消费者销售产品，提高销售的直接性和利润率；还可以针对不同的消费者群体和需求，设计定制化的销售渠道和服务，以满足不同消费者的个性化需求[11]。

### 4.2. 分析不同渠道对果蔬类农产品供应链的影响

选择不同的销售渠道会对市场覆盖范围、渠道成本、产品定价、利润空间、库存管理、供应链效率、品牌形象、消费者体验、市场反馈和需求预测产生影响[12]。线下零售渠道可能覆盖面广但成本较高，而电商渠道覆盖面也广但成本相对较低，因此渠道的选择会影响产品的市场接触度和销售成本。不同渠道对产品定价和利润空间的影响也不同，一些渠道可能对定价有一定的控制权，而另一些渠道则更加灵活。不同渠道对库存管理和供应链效率也有影响，一些渠道可能需要更加精细的库存管理，而另一些渠道则可能需要更灵活的供应链安排。不同渠道会对产品的品牌形象和消费者体验产生影响，线下零售渠道可能更有利于产品的展示和品牌形象的建立，而电商渠道可能更有利于消费者的便利购物体验。不同渠道对市场反馈和需求预测也有影响，通过不同渠道销售的产品可能会收集到不同的市场反馈信息，有助于企业更好地了解市场需求，进行需求预测和产品优化[13]。

选择不同的渠道对果蔬类农产品供应链会产生多方面的影响，企业需要综合考虑产品特性、市场需求和自身资源情况，进行合理的渠道选择和管理，以实现最佳的供应链运作效果[14]。

## 5. 结论与展望

### 5.1. 总结研究成果

本文对 C2M 模式在其他行业的应用进行了深入的文献综述，突出了其在供应链管理和定价策略方面的优势和潜力。C2M 模式在果蔬类农产品供应链中受到定制化生产、精准定价、渠道选择等方面因素的影响[15]。针对 C2M 模式下的最优定价策略进行了深入研究，包括消费者定价敏感度分析、差异化定价、动态定价等方面的策略建议。对 C2M 模式下最适合的渠道选择策略进行了探讨，包括在线销售平台、社交媒体渠道、线下体验店等方面的渠道选择建议。

### 5.2. 展望未来研究方向和发展趋势

未来对于 C2M 模式在果蔬类农产品供应链中的研究方向和发展趋势可能会聚焦在数字化技术的整合、可持续发展和绿色供应链、供应链风险管理、新兴市场和国际贸易，以及消费者参与和定制化需求等几个关键领域。其中，数字化技术的整合可以通过更好地融合物联网、大数据分析和人工智能等技术，优化果蔬类农产品供应链的管理和运作效率[16]。可持续发展和绿色供应链的研究将关注如何构建环保的

供应链,以减少资源浪费,降低环境影响,推动果蔬类农产品供应链的可持续发展。供应链风险管理方面的研究会针对气候变化、自然灾害和全球性卫生事件等因素对果蔬类农产品供应链的影响,探索有效的风险缓解策略。在新兴市场和国际贸易方面,研究将关注全球市场的持续扩大对果蔬类农产品供应链的影响,以及跨境贸易、贸易政策变化等因素带来的挑战和机遇。而对于消费者参与和定制化需求的研究,将深入探究消费者参与供应链的程度以及对定制化需求的满足程度,以更好地理解消费者行为对供应链决策的影响。

## 基金项目

2023年浙江省大学生科技创新活动计划(新苗人才计划):BUY YOUNG“白羊”——C2M购物模式的引领者(2023R419020)。

## 参考文献

- [1] 宋丹霞,谭琦琦.工业互联网时代C2M大规模定制实现路径研究——基于企业价值链重塑视角[J].现代管理科学,2021(6):80-88.
- [2] 蔡莉,潘志刚,陆异晨.高校智能咨询系统实施过程中的关键问题研究[J].计算机时代,2021(1):117-119+123.
- [3] 詹湖青,姚芊.SWOT视角下C2M模式的淘宝特价版研究[J].物流科技,2021,44(10):58-60.
- [4] 吕军.数字经济发展下推动农产品供应链管理的转型[J].农业经济,2023(12):138-139.
- [5] 陈心怡,蒋林倩,周铁英.社区O2O模式下电商果蔬农产品供应链管理创新研究[J].商场现代化,2023(11):17-19. <https://doi.org/10.14013/j.cnki.scxdh.2023.11.043>
- [6] 李玲.电商平台C2M模式下供应链最优定价与渠道选择策略研究[D]:[硕士学位论文].长沙:中南大学,2022. <https://doi.org/10.27661/d.cnki.gzhnu.2022.005880>
- [7] 王道平,周玉.考虑电商平台拼购折扣的双渠道供应链协调定价[J].系统工程学报,2022,37(4):535-548. <https://doi.org/10.13383/j.cnki.jse.2022.04.008>
- [8] 傅桂英,苏奇谋,周源.林木资源价值核算与评价研究[J].环境污染与防治,2021,43(6):784-790. <https://doi.org/10.15985/j.cnki.1001-3865.2021.06.021>
- [9] 张晓蝶,黄郑正,赵金辉,等.基于区块链多链的农产品供应链追溯应用[J].重庆理工大学学报(自然科学),2021,35(10):172-179.
- [10] 张松涛,张盼盼,张敏,等.随机供应中断下含提前期的供应链应急策略[J].计算机集成制造系统,2019,25(3):772-779. <https://doi.org/10.13196/j.cims.2019.03.024>
- [11] 薛昀淳,向永胜.跨境电商C2M商业模式研究——以SHEIN为例[J].商场现代化,2022(7):24-26. <https://doi.org/10.14013/j.cnki.scxdh.2022.07.061>
- [12] 吴国秋,刘莹.基于C2M商业模式的服务制造理论体系综述研究[J].沈阳师范大学学报(社会科学版),2022,46(2):33-39. <https://doi.org/10.19496/j.cnki.ssx.2022.02.012>
- [13] 张园园,王蜀平.青岛红领集团基于商业模式创新的营运资金管理[J].财务与会计,2016(9):30-32.
- [14] 李蓓蓓.电子商务C2M模式的发展现状、阻碍及突破[J].商业经济研究,2018(12):100-102.
- [15] 刘晓慧,郑广泽.C2M模式下服装智能个性化定制的优势及发展[J].服装学报,2016,1(5):477-481.
- [16] 姜丽丽.红领集团C2M“个性化定制”模式研究[J].经贸实践,2016(1):340.