

农产品品牌建设与推广策略研究

——以广西特色农产品为例

吉 思 王晓雨

(南宁职业技术学院, 广西 南宁 530000)

摘要: 本文基于广西特色农产品为例, 旨在研究农产品品牌建设与推广策略。首先梳理了农产品品牌建设的特性和策略; 其次, 探讨了农产品推广的途径、困难和效果评价方法; 然后, 总结了广西特色农产品的特征、品牌建设现状和推广现状; 最后, 选择特定的广西特色农产品进行实证研究, 为广西特色农产品的品牌建设与推广提供依据和优化建议。

关键词: 广西特色农产品; 农产品品牌建设; 农产品推广

一、引言

农业是中国国民经济的支柱产业, 农产品品牌建设和推广对于提升市场竞争力和附加值至关重要。近年来, 这一领域备受学术界和实践界关注, 然而, 广西地区的特色农产品品牌建设和推广相对滞后。尽管广西特色农产品拥有丰富资源和潜力, 但由于品牌工作不足, 其独特性和价值未能充分展示。因此, 深入研究广西特色农产品的品牌建设和推广策略, 为其科学发展提供理论依据和战略支持显得尤为必要。通过本研究, 有望为广西特色农产品的品牌建设与推广提供科学指导和实践经验, 推动其发展和提升市场竞争力。

二、农产品品牌建设的难点

(一) 品牌形象相对较弱

农产品面临着品牌形象相对较弱的挑战, 因为消费者对其了解度较低, 难以形成强烈的品牌认知。在市场中, 农产品的独特性和价值往往未能充分传达给消费者, 导致品牌形象相对模糊。这缺乏足够品牌认知的状态不仅限制了消费者对农产品的信任度, 也使得品牌在竞争激烈的市场中难以突显其独特卖点。因此, 品牌建设的关键之一是通过有效的品牌传播手段, 提高农产品在消费者心中的知名度, 加强品牌形象, 以建立更为稳固和深刻的品牌认知。

(二) 激烈的市场竞争

农产品市场的竞争异常激烈, 品牌建设面对着来自其他同类产品的剧烈竞争, 难以轻松在市场中脱颖而出。在竞争激烈的环境下, 农产品必须应对同质化产品的竞争压力, 而且消费者在众多选择中往往难以辨识产品之间的差异。这使得品牌建设需要采取巧妙而创新的策略, 以在竞争激烈的市场中脱颖而出, 吸引目标消费者的关注和忠诚。建设一个独特的品牌形象、提供独特的价值, 是在激烈竞争中脱颖而出的关键。

(三) 品质标准化和品牌标准化程度低

农产品面临的一个显著挑战是品质标准化和品牌标准化程度相对较低, 导致产品质量的参差不齐, 难以形成统一、稳定的品牌形象。由于缺乏明确的标准和规范, 农产品在质量方面存在差异, 这使得消费者在购买过程中难以获得一致的产品体验。品牌建设受到影响, 因为缺乏统一的品质标准, 品牌难以在市场上建立起可信赖的声誉。因此, 提高品质标准和实施品牌标准化是至关重要的, 以确保农产品能够提供一致高质量的产品, 建立起统一而稳定的品牌形象, 提高消费者对品牌的信任度和忠诚度。

(四) 供应链管理和信息传递不畅

农产品面临供应链管理和信息传递不畅的挑战, 影响品牌建设过程中信息传递效果。供应链管理不畅可能导致在生产、运输和销售等环节中的困难, 进而影响产品可及性和及时性。这种情

况下, 信息传递效果受到制约, 消费者难以充分了解产品独特价值和品牌理念。解决供应链管理问题、提高信息传递效率对品牌建设至关重要。通过建立高效供应链体系, 确保信息在各个环节流畅传递, 可以增强品牌与消费者之间的连接, 提高品牌形象清晰度和传递品牌价值的效果。

三、农产品品牌建设的策略

(一) 加强农产品品牌定位

农产品作为具备独特特色的商品, 必须在品牌建设中明确其定位目标和市场定位, 以打造独具魅力的品牌形象。在这个过程中, 农产品应以其独有的属性、文化和品质为基础, 精准确定品牌在市场中的位置, 突显其与其他产品的差异化。通过精心规划和实施品牌定位策略, 农产品品牌能够塑造出具有鲜明特色和深刻个性的形象, 使其在消费者心中树立起独特而令人难忘的地位。这样的品牌定位不仅有助于提高产品的辨识度, 也为品牌在市场竞争中赢得更为显著的优势, 从而确保农产品在消费者心目中占据独特的地位。

(二) 加强农产品品牌传播

通过多渠道的品牌传播, 包括广告、媒体以及展会等多种途径, 可以全面而有针对性地传递农产品的独特价值和品牌形象。广告的创意性和媒体的覆盖面可以在不同平台上有效地传达产品的独特卖点, 引发消费者对品牌的兴趣。展会作为一种直接互动的方式, 提供了实际展示产品特色的机会, 进一步深化了与潜在消费者的连接。通过这些手段, 农产品能够在市场上赢得更多的曝光, 充分宣传其特色和品牌形象, 从而提高消费者对品牌的认知度。这种全面而有策略性的品牌传播不仅能够增强品牌在市场上的存在感, 同时也为建立积极的品牌形象奠定了坚实基础, 吸引更多潜在消费者的关注和忠诚。

(三) 加强农产品品牌保护

对农产品品牌保护的高度重视是确保品牌持久健康发展的重要举措。为预防品牌被仿冒和侵权, 农产品企业应采取有力措施。首先, 通过农产品品牌注册, 确保品牌的独立性和法律地位, 使其在商业领域具备明确的法律保护。其次, 积极展开维权宣传, 加强对品牌知识产权的普及教育, 提高社会对侵权行为的警觉性。这不仅有助于消除侵权风险, 还能够强化品牌在消费者心中的合法形象。通过建立完善的品牌保护机制, 及时发现和应对潜在的仿冒行为, 农产品品牌能够确保在市场竞争中保持其独特性和价值。这一系列的维护措施不仅有助于维护品牌合法权益, 也为品牌的长期发展提供了坚实的法律和社会基础。

(四) 加大农产品品牌创新力度

加大农产品品牌的创新力度是确保品牌在市场中持续竞争的关键战略。通过不断推出具有差异化和竞争力的产品, 农产品品

牌能够在激烈的市场竞争中脱颖而出。这种创新不仅可以涵盖产品的特性和品质,还可以包括产品的包装、营销方式等方面。通过不断更新和改进产品,品牌能够紧跟市场趋势,满足不断变化的消费者需求。提升品牌的核心竞争力是创新过程中的关键目标,使品牌在同类产品中独树一帜,展现独特的价值主张。这样的差异化策略有助于品牌吸引更广泛的受众,树立起积极的品牌形象,进而提高品牌在市场中的吸引力和竞争力。综合而言,品牌创新不仅是适应市场变化的必然选择,也是品牌保持竞争优势的长远战略。

通过综合采取以上策略,有望解决农产品品牌建设过程中所面临的难题,提升品牌的知名度和美誉度,推动农产品品牌在竞争激烈的市场中取得更为显著的优势。

四、广西特色农产品品牌建设与推广的难点

(一)农产品多样性挑战

广西特色农产品的品牌建设面临着独特的多样性挑战,主要因其丰富而多样的农产品种类。由于每一种农产品都具备独特的特点和面向不同市场的独特需求,品牌建设必须以差异化为基础进行策略规划和推广。不同种类的农产品在生产、特性和消费者期望方面存在显著差异,因此需要量身定制的品牌建设和推广策略,以确保每个农产品都能在市场上突显其独特卖点。这种针对性的品牌建设不仅能够满足消费者的多样化需求,也能够竞争激烈的市场中为广西特色农产品树立起更为独特而具有吸引力的品牌形象。因此,面对多样性挑战,品牌建设需要以差异化为核心,制定灵活而有针对性的策略,以适应广西特色农产品丰富多彩的市场环境。

(二)缺乏统一品牌标准

品牌建设过程中的另一主要问题是缺乏统一的品牌标准和认证体系,尤其是在众多广西特色农产品中。当前情况下,由于这些农产品缺乏一致性的认证,导致消费者对品牌的信任度较低,对品质和安全方面存在一些合理的疑虑。缺乏统一的品牌标准使得农产品在市场上缺乏共同的认知框架,使得消费者难以辨识和信任特定品牌。这也使得品牌在传递品质和安全信息方面存在一定的难度,影响了品牌在市场上的声誉和竞争力。因此,建立统一的品牌标准和认证体系将是解决这一问题的重要一步,有助于提高广西特色农产品品牌的认可度和可信度,进而增强消费者对品牌的信任,降低他们在购买过程中的疑虑,促进品牌的持续发展。

(三)市场竞争激烈

广西特色农产品在激烈市场竞争中需突显独特卖点,面对其他地区强大竞争压力。关键在于挖掘其独有特性,无论在品质、口感、文化传承或生产方式上,强调与其他地区产品的差异。通过精准市场定位和战略推广,打造与众不同的品牌形象,强调地域风土人情、环境友好生产方式和传统工艺等元素,增加品牌独特性和吸引力,脱颖而出。差异化战略可有效提升广西特色农产品在激烈市场中的竞争力。

五、广西特色农产品品牌建设与推广的对策和解决方案

(一)规范化和标准化农产品品牌建设

通过建立统一的品牌标准和认证体系,可以提高农产品品牌的整体可信度。这包括确立统一的生产、加工和质量标准,以使农产品在品牌建设过程中呈现一致性和高水平的标准。这样的规范化措施有助于消除品牌间的差异,减少消费者在购买时的不确定性,从而提升品牌的信任度。通过建立认证体系,确保农产品的品质 and 安全性符合行业标准,有助于消费者对产品的信任,减轻其对品质和安全方面的疑虑。因此,这一规范化和标准化的举措不仅为品牌建设提供了明确的指导方向,也为消费者创造了更

加透明、可靠的购物环境,为农产品品牌树立起可信赖的形象。

(二)加强农产品品牌宣传和推广

为提升广西特色农产品的市场影响力,必须制定全面的宣传和推广计划,巧妙地利用各类渠道和媒体。这包括制定多渠道的宣传策略,涵盖传统媒体如电视、广播,以及新兴媒体平台如社交媒体、线上广告等。通过全面而有针对性的宣传活动,可以突显广西特色农产品的独特品质、地域特色和文化内涵,从而在广大消费者心中树立积极的品牌形象。

通过提高知名度和美誉度,品牌可以在市场上获得更多曝光和认可。积极的宣传活动不仅可以传递产品的独特卖点,还能强化品牌的价值主张,使其在消费者心目中留下深刻印象。增强品牌在消费者心目中的形象,有助于建立信任感和认同感,进而提高品牌的忠诚度。通过这一系列措施,广西特色农产品可以在市场上建立起更为显著和正面的品牌形象,为品牌的长期发展奠定坚实基础。

(三)推动广西特色农产品的研发和创新

通过加强研发力度,农产品品牌可以实现不断创新,推出更多具有竞争力的新品种和新品。这涉及到深入了解市场需求和趋势,以满足消费者不断变化的期待。通过引入新的品种,品牌不仅能够扩展产品线,提供更多多样性的选择,同时还能够在市场中占据更广泛的份额。

这一举措旨在提升农产品品牌的核心竞争力,使其在市场中保持领先地位。新品种和新产品的推出不仅可以满足不同消费者群体的需求,还有助于品牌与竞争对手形成差异化。通过持续创新,品牌可以提高产品的附加值,吸引更多消费者的注意,并在市场中树立起更为卓越和具有吸引力的品牌形象。这种积极的研发战略将有助于农产品品牌保持市场敏感性,灵活应对激烈的市场竞争,进而确保其在行业中的持续领先地位。

(四)加强与其他地区的合作与交流

积极拓展合作范围,加强与其他地区的交流与合作是提升广西特色农产品品牌影响力的关键策略。通过与其他地区建立紧密的合作关系,可以实现资源共享、经验互通,促使广西特色农产品更广泛地被引入和认知。这种跨地区的交流合作不仅有助于促进农产品产业链上下游的协同发展,还能够加速品牌在市场上的传播和认可。

提升广西特色农产品的品牌影响力需要通过合作共赢的方式,共同推动品牌在更大范围内的传播。与其他地区的农产品企业合作,可以拓展销售网络,提高产品的市场渗透率,进而提高品牌的知名度。通过共同开发市场、推动品牌形象的协同传播,不仅有助于提高广西特色农产品在消费者心目中的认可度,还能够通过与其他地区企业的互惠互利关系,提高整体市场竞争力。这样的合作策略将有助于广西特色农产品在更广泛的市场中取得更大成功,同时推动农产品品牌的可持续发展。

参考文献:

- [1] 郑玲锋.农产品区域品牌建设中政府职能分析——以泰顺“三杯香”茶为例[D].江西师范大学,2020.
- [2] 毛凤麟.农产品协会主导的区域品牌发展模式研究——以梅州金柚为例[D].华南农业大学,2018.
- [3] 贾琼.欠发达地区特色农产品品牌体系建设问题研究——以甘肃省为例[J].中国市场,2020(34):2.

作者简介:吉思(1992.02-)女,汉族,广西南宁人,硕士/研究生,南宁职业技术学院讲师,新媒体营销。