

乡村振兴背景下基于“互联网+”模式农产品营销策略研究

高晓波 王丹萍

(潍坊职业学院, 山东 潍坊 262737)

摘要: 随着“互联网+”时代的到来, 给各行各业带来了全新的发展机遇, 在乡村振兴背景下, 利用各类新媒体平台以直播形式营销农产品已然成为一种潮流。在此情形下, 农村地区应该抓牢这一发展机遇, 积极转变自身的营销理念, 主动接触电商直播这一营销模式, 并借助此优势营销农产品, 由此为推广农产品, 助推农业经济发展创设良好的环境, 进而进一步巩固与夯实我国脱贫攻坚的成果。对此, 本文对乡村振兴背景下基于“互联网+”模式农产品营销策略展开研究, 以期为相关研究者提供一定的参考与借鉴。

关键词: 乡村振兴; 互联网+; 农产品; 营销策略

一、乡村振兴背景下基于“互联网+”模式农产品营销的可行性

(一) 拥有广阔的市场前景

乡村振兴关键在于推动乡村经济的发展, 依托“互联网+”的电商营销模式, 可以有效促进乡村经济水平的提升, 所以在当前得到广泛欢迎。随着“抖音”“快手”“火山”等社交媒体的欢迎程度不断攀升, 原本只通过“淘宝”“京东”等第三方电商平台购物的人们, 逐渐开始转战“抖音”“快手”等新媒体社交平台。根据 2022 年度“抖音双十一好物节”销售额统计结果显示, 相比去年, 参加该活动商户同期增长 86%, 总计直播时长为 3821, 000 个小时, 直播收入超百万。这充分表明电商直播的发展势头较好, 而且速度也很快。所以, 这为乡村地区运用电商直播营销农产品创设了良好的市场环境, 并且在很大程度上缓解乡村农特产品滞销的问题, 有利于带动乡村地区经济增长。

(二) 拥有多元销售渠道

“互联网+”背景下, 在乡村地区大发展电商直播营销, 对实施乡村振兴战略、推动农村经济创新发展具有重要意义。相对于传统的农产品营销模式, 电商直播能够打破地域、空间的局限, 在西藏、新疆等边远地区或者海外均可购买到农产品, 而且产品溢价较好。很多企业和当地政府都给予了电商直播大力支持, 将电商直播这种全新的营销模式引入农村, 并开设了大量的助农直播, 这使农民的收入得到很大的提升, 对巩固脱贫攻坚成果起到很好的促进作用。

(三) 投资成本、准入门槛不高

相对于传统的实体经济来说, 电商直播所投入的资金较少, 这是因为可以节约很多运营成本, 如, 店租、店面装修以及水电杂费等。另外, 电商直播的准入门槛较低, 农产品主播只需对产品足够了解, 掌握电商直播流程、技巧以及法律法规, 使用手机发布相关小视频, 吸引更多消费者关注, 便可以开启直播带货之路。所以, 对农民来说, 电商直播营销模式的投资成本、准入门槛不是很高。

二、乡村振兴背景下基于“互联网+”模式农产品营销现状

(一) 产品质量无法保障

当前, 电商直播中也存在着一些不良现象, 如部分电商会夸大产品的功能, 或者是本身不具有的特质。这导致消费者对自己要卖的产品产生超高期待, 但当他们真正拿到产品的时候, 却会觉得与预期的有很大的差距, 这不仅会让店铺失去消费者, 也会加大农产品电商直播的怀疑, 让整个销售产业链利益都受到损害,

进而影响了乡村经济的持续发展。

(二) 没有建立农产品品牌

具有影响力的品牌, 其附加价值也会变高, 而且消费者也倾向选择该品牌, 而品牌的影响力高表现出来的质量和知名度。然而, 农产品电商直播面临着品牌意识不强、产品特色不明显、供应链不统一等问题。另外, 由于大部分农民缺乏电商直播方面的培训, 不懂得如何打造专属的农产品品牌。加之, 农户的种植分散化以及品种多元化也不利于农产品的品牌树立。这些不足以成为制约农村电商直播发展的瓶颈。

(三) 物流配送体制不健全

首先, 农产品缺乏配送专线, 由于电商直播与农产品具有超时空特征, 而物流则成为连接农产品与消费者之间的桥梁。然而, 由于农产品极易受损、保质期短, 而目前尚无专门的物流配送专线。这导致部分农产品在到达消费者手中时已经破损, 而且还不够新鲜, 造成消费者对电商直播中农产品信赖度下降。

三、乡村振兴背景下基于“互联网+”模式农产品营销策略

(一) 改变传统营销理念, 树立新媒体思维

受传统营销思想的制约, 农民们认为只有通过超市或者与龙头企业的合作才可以销售农产品。在“互联网+”背景模式下, 随着电商直播这种全新的营销模式出现, 农民需要改变自身的营销理念, 主动地去了解电商直播, 树立新媒体思维, 充分利用直播、短视频等优势, 提升农产品的销售额。另外, 为了给农产品电商直播营销注入新的活力, 应该积极采取多种措施, 如, 让具有新媒体营销意识的“大学生村官”做榜样, 亲自示范如何通过电商直播营销农产品, 指导农民积极改变营销模式; 或者, 招募招收大学生志愿者, 通过电商直播宣传本地的农产品, 加速农产品的营销; 此外, 还可以挑选一批有较强新媒体意识、愿意学着进行直播带货的农民, 前往当地知名网红直播带货现场进行实地考察、学习, 让他们切身体会到, 直播带货对提升农产品的销售额所起到的促进作用。另外, 还可以和本地的知名企业合作, 进行一对一的帮扶指导, 教授农民如何通过电商直播营销农产品。以直播带货、短视频为载体, 持续强化对农产品电商直播营销理念的宣传教育, 可以促进更多的农民接受这种营销观念, 并积极参与其中, 进而保证农产品电商直播营销可以顺畅进行。

(二) 树立品牌意识, 深挖产品内涵

首先, 树立品牌意识。长期以来, 我国农业生产方式仍然是以一家一户的模式进行, 这种模式非常分散、规模小, 竞争能力非常有限, 而且多数农民在电商直播中, 品牌意识不强, 对农产

品差异化、人性化特征挖掘不够。对此,在农产品上打上地域标志,创造出特色鲜明的品牌,通常会受到消费者的认同与青睐,提高农产品的知名度,增加产品的附加值,创造更好的经济效益。所以,可以通过以下两点打造农产品品牌:第一,产品方面。要对农产品质量进行严格把控,建立优质的品牌形象,向消费者介绍农产品种植、养殖、采摘、加工、挑选等过程,提高消费者的信任度。其次,运营方面。积极树立营销意识,打造个人品牌和产品品牌,加强产品公关,吸引关注度,提高产品的市场认可度,提升产品附加值,进而增加农产品的销售量。其次,深挖产品内涵。农民利用电商直播营销农产品的时候,不应该只是单纯地对产品进行介绍,可以对本地区的人文文化进行深度发掘,提高产品的市场竞争力,并赋予产品深厚的文化内涵。比如,在脐橙电商直播中,主播除了对产品进行介绍外,还可以说一些与脐橙相关的生活常识、地理知识、诗词歌赋之类的内容,同时也可以把脐橙与地方特有的区域文化进行有机融合,满足消费者对农业生产文化的深层需要,提升农产品的文化价值。

(三) 完善硬件设施,紧密结合物流纽带

乡村农产品电商直播基础设施、交通设施和物流仓储物流等建设,不是一朝一夕的事情,需要经过长时间建设与完善,只有这样,它们才能为农产品电商直播、物流等创设良好的环境。然而,在实际过程中,农产品营销、物流等仍处于“各自为政”的状态,很难把各个环节有机地串联起来,形成一条完整的产业链。在“互联网+”背景下,要想获得一定的突破,应该需充分利用大数据思想与技术,搭建完善的电商直播、物流平台,促使硬件设备与电商直播、物流有机连接起来,为农产品的生产、营销与物流提供有力支撑,实现农产品的生产、加工、物流和消费的精确连接。从实践中可以看出,把整个农业产业链和互联网信息技术紧密地联系起来,可以使农业效益得到明显提高,为乡村振兴注入不竭活力。所以,要把相关政策和平台的优势发挥到极致,建立起由农业合作社与散共同组成的、符合当地特点的高品质农产品电商直播创业平台,为农产品开拓新的市场,推动我国的农业产业朝着现代化方向不断发展,为巩固和发展脱贫攻坚成果注入新的力量。

(四) 发挥政府主导,整合多方资源

乡村融媒体建设面临的产业边缘化的困境,对农产品电商直播的发展造成严重的阻碍,因此,如何有效向农民宣传电商直播或者提供指导服务,是推动农产品营销发展的关键。对此,应该充分发挥政府的主导作用,企业辅助性作用,形成共建共享的平稳格局。在农产品营销向电商直播转型发展过程中,政府应该积极引导农民充分利用抖音、快手、头条等平台形成的良好竞争态势,并结合当地的发展情况,有目的地构建政府“输血”式、社团式资助和商业市场化等多元运作机制。首先,需要进行整体合作,将各方资源进行有效融合。政府应该主动和各类主流媒体平台进行协作,发掘具有影响力\高层次策划队伍,吸引农户参加“三农”自媒体发展中,并在战略层面上加强福利政策、发展效益等方面的规划。其次,通过向企业购买服务,将企业在农产品营销中的精确操纵能力、专业化能力相融合。另外,在进行政策推广的同时,还可以通过科技服务让农民们完全感受到自媒体在农产品营销中的优势,鼓励他们运用多元化电商直播方式进行农产品营销。

(五) 加大监管力度,优化网络营销环境

在农产品电商直播营销中,由于会涉及多方的利益,构建协同共治模式成为必然趋势。首先,制定电商直播营销流程的规范

性文件,对内容管理、人员管理、消费者保护等内容与职责加以规定,特别是要注意保护消费者的权利,从而促进整个产业实现健康发展。其次,适当提升进入电商直播平台准入条件,同时平台也要主动承担起监督责任,保证农产品的品质、农产品电商信息的真实度,积极探索如何构建平台与直播主体之间的约束关系,避免电商直播中出现的低俗、抄袭、博眼球等不良内容,并且要将存在虚假流量数据、虚假销售商品的“带货人”纳入“诚信黑名单”,定期公示。最后,法律层面,应加强对违规农产品直播的惩罚力度,使违法成本大大增加,严厉打击电商直播中所出现的各种违规违法行为,如,采取市场禁止、经济处罚、列入行业黑名单等措施,加大违法直播的成本,加强监督和威慑力。

(六) 加强网络营销人才建设,提升整体水平

当前,以互联网平台为基础的农产品电商直播营销已成为一种潮流,具有农产品销售知识和电子商务能力的复合型人才需求量随之提升,为此,应该加强网络营销人才建设,确保用人需求得到切实满足,具体如下:首先,在人才培养方面,要加大对农民的教育力度,经常性组织电商直播知识与技能培训,让他们更好地了解并掌握短视频、直播等内容,同时要传授创业者的职业技能和互联网营销技能,培育出一批合格的农产品主播,使农民成为自己产品的销售者和获益者。其次,政府应出台相应的激励措施,引进具备农业资讯、电子商务等专业技术的高校毕业生,并与地方高校开展联合办学,旨在为我国农产品营销发展提供理论与技术支持。同时,也要重视这部分人的福利和待遇,如提供住宿、交通补贴、餐补等,让更多有才能的主播投身到乡村建设中来。此外,地方政府还应设立相应的农产品直播园区,引进具有专业性和技术性的MCN机构进驻园区。专业的MCN机构具有直播带货的经验,能够提高农产品的成单率,用第三方的方式来拍摄和推广农产品,可以互相促进,并做好流量引导,而且在农产品直播过程中,以多种形式投放到平台引流,推动商业变现,提高农民收入。

四、总结

总而言之,随着“互联网+”时代的到来,电商直播改变了传统的农产品营销模式,不仅能增大农产品的受众面,商家与消费者的互动效果也得以增强,而且能够有效解决农产品生产地域性强、链条长的劣势,是提升农产品销售额的有效途径。所以,在乡村振兴战略背景下,要想激活农村经济,提升经济水平,应该顺应“互联网+”时代发展趋势,探寻农产品电商直播营销的方法,不断优化当前农产品直播营销方式,促进乡村地区实现持续发展。

参考文献:

- [1] 严晓燕,蒲林昌.“互联网+”视角下的农产品推广营销研究[J].现代商业,2023(23):43-46.
- [2] 王婷,张华.乡村振兴视角下农产品直播营销的现状与问题研究[J].商场现代化,2023(22):59-61.
- [3] 陈思同.乡村振兴视域下农产品市场营销策略分析[J].中国商论,2023(19):82-85.
- [4] 谢杰飞,冯雅悠,林东杰,等.乡村振兴背景下农产品直播营销模式研究[J].电脑乐园,2023(2):0211-0213.
- [5] 孙钰非,朱华桂.乡村振兴背景下的“互联网+”农产品营销策略[J].哈尔滨师范大学社会科学学报,2022,13(3):31-35.