

DOI:10.12361/2661-3263-05-09-116066

网红经济背景下的“三农”直播营销战略研究

万炜焯

江西软件职业技术大学, 中国·江西 南昌 330000

【摘要】随着信息技术在我国的飞速发展,以互联网为核心打造的“互联网+”模式在各行各业中不断落地生根,极大程度上改变了产业格局。随之应运而生的网红经济也为电子商务带来了一种全新的营销模式,极大程度上带动了全国市场经济的活跃发展。本文便以网红经济为主要背景,几种探讨和分析一下如何以这种全新的营销模式来实现“三农”的经济发展,实现社会主义新农村的全面建设。

【关键词】网红经济;“三农”直播;营销战略

Research on live Marketing Strategy of "Agriculture, Rural Areas" under the Background of Internet Celebrity Economy

Wan Wei ye

Jiangxi Software Vocational and Technical University, China 330000, Nanchang, Jiangxi, China

[Abstract] With the rapid development of information technology in our country, the Internet as the core of "Internet +" model has been rooted constantly in all walks of life, which has changed the industry pattern to a great extent. Along with the emergence of the Internet red economy has also brought a brand new marketing model for e-commerce, greatly driving the active development of the national market economy. This article will take the network red economy as the main background, several discusses and analyzes how to realize the economic development of "three rural areas" with this new marketing mode, and realize the comprehensive construction of the new socialist countryside.

[Keywords] Internet celebrity economy; Live broadcast of "agriculture; Rural areas and farmers"; Marketing strategy

引言

近几年以来,随着信息技术和移动互联技术的不断发展,网络走进了千家万户,人们可以在任何时间、任何地点都能利用碎片化时间连接到互联网,并获取所需信息。因此,网红直播带货便成为了这种时代背景之下的一种新型的营销战略。“三农”问题一直是我国社会主义经济建设中的重要内容,因此以网红经济为依托开展“三农”直播营销正是有效解决三农问题,打造社会主义新农村的有效策略。

1 网红经济下市场营销模式的组成结构

1.1 网红的包装

网红经济的核心在于“网红”,也就是说网红是作为网红经济下市场营销的基础所在。因此,要想发展网红经济,首先就需要包装网红,以网红作为矛尖打破市场的壁垒^[1]。网红的包装需要通过专业的包装团队,结合网红自身的特征及其准备带货的产品进行包装和营销的设计,最大程度上地突出放大网红和产品的特点,以为品牌赋能,二者相辅相成,提升产品在市场的占有有力。网红的包装作为网红经济下市场营销的基本内容,为后续所营销的产品打开市场奠定了良好的基础。

1.2 产品品牌的推广

在实现了网红包装之后,便要开始注重对所代理的品牌的推广工作。通过网红在网络上的影响力,结合所代理产品自身的品牌价值,再进一步对其进行推广和营销,以网红加产品的方式进行一些宣传视频和图片的拍摄,从多角度、多视野的渠道展示产品的特征,并且通过大数据的分析,精准投放客户群体,使有需求的拥护能够及时了解到的信息,从而使得产品的品牌影响

力再相应的市场上打下良好的群众基础。

1.3 以品牌创造利益

网红经济的核心在于打造品牌的价值,并且使所代理品牌成功产生相应的经济利益。因此无论是对网红进行包装工作,还是对所代理产品的品牌进行推广的工作都是在为通过品牌产生利益而服务。通过有效的网红包装和产品品牌的推广,越来越多的拥护会对产品形成一定的认知,这就为网红积累了大量的粉丝群体,众人在一起便会形成一定的集体效应,大大增强拥护的消费欲望,同时也能有所包装的网红延续其生命力,为后续其他产品的推广打下良好基础。只有将所代理的品牌成功变现,前期对网红的包装和品牌的推广才能算是实现了其价值,如果品牌变现的过程不是十分顺利,甚至无法变现,那都意味着这次营销策略是失败的。

1.4 品牌商品的推出

在完成前面三个步骤之后,网红具有了较大的影响力,品牌也具有了较高的知名度,并且品牌成功变现,在广大粉丝心中形成了一定的认可度,便可以横向拓展品牌之下关联性商品的推出,从而能够更进一步实现对品牌价值的提升和经济利益的创造。随着品牌商品数量和种类的不断增长,盈利指数也在不断增长,这是网红经济营销策略的最终目标。

2 网红经济背景下市场营销模式的主要特征

2.1 存续时间较短

从目前网红经济发展的趋势来看,网红经济的存续时间普遍较短,因此对于网红经济下的市场营销工作带来了一定的影响^[2]。网红的包装与产生具有短、平、快的特点,因此一批

又一批的网红充斥着互联网的市场,这就导致网红如果无法长期保持自身的热度便很快就会被同类网红所取代,从而影响到其所代理品牌的市场占有量。网红自身的热度决定了产品的生命周期,这是导致网红经济背景下市场营销存续时间较短的主要因素。

2.2 网络监管力度的增加

网红经济作为近年来较为火热的一种市场经济营销手段,在全国范围内的各个行业中都十分兴盛。然而同类行业从业人数的增加,势必会导致竞争的激烈。因而有些网红为了增加自身的热度,积累粉丝数量,不惜在直播过程中采取一些极端的手段进行宣传,这不但符合社会主义精神文明建设的总之,而且也受到了监管部门的严厉打击。随着网络环境的不断净化,监管力度的不断增加,网红经济之下的市场营销模式的发展方向也受到了严峻的考验。

2.3 变现的模式较为单一

网红经济在表现形式上看似十分简单,只需要一个网红拿着产品进行介绍就行,但是其背后却历经了复杂的网红和产品的包装和营销工作,只有产品在具备了一定的热度和消费群体之后才能有效实现品牌的变现,这就需要网红在直播过程中将广大粉丝导入到他们团队的销售平台之中,才能实现经济收益。网红经济模式下的市场营销模式虽然较为简单,但是每一个环节都与最后的变现息息相关,任何一个环节出现问题都会影响品牌变现最后导致营销工作的失败。

3 案例分析

随着网红经济在全国掀起热潮,以网红经济为背景的“三农”市场营销工作也为我国农村地区的经济发展做出了巨大贡献,为实现社会主义新农村的打造提供了有效的助力。通过网红经济模式的引入,农村地区的“三农”产品无论是从品牌,包装,还是产品质量上都得到了提升,不但激起了消费者的欲望,而且为农村地区人民带来了极大的经济条件的改观^[3]。比如,“三农”直播领域的著名网红李子柒,便是网红经济背景下“三农”市场营销的成功案例之一。通过抖音平台,李子柒以农村校园中自己自主的生活模式为切入点,向广大粉丝展示了整个农产品从种植到养护到加工制作的全过程,首先以直观的方式让粉丝对产品质量产生信赖,然后再通过亲自的试吃使粉丝对产品产生购买欲望,其所打造的“李子柒螺蛳粉”便是成功的品牌变现的营销案例,这不但促进了“三农”产品的大力推广,为农村地区带来了客观的经济收益,而且还通过自身在农村生活的日常,为广大粉丝宣传了正确的劳动理念,在社会上树立了良好的价值观,对于社会主义精神文明建设产生了积极的影响。这种营销模式不但能够产生利益价值,实现品牌的变现,而且也是符合国家对网络监管的要求的,为网红经济的发展树立了良好的行业标杆。通过李子柒的市场营销策略可以清楚地看出来,其对生活在城市地区的消费者的心理痛点把握的十分准确,以农村生活的慢节奏和恬静与城市生活的紧张和喧嚣形成了强烈的反差对比,一下就吸引住了广大消费者挑剔的消费心理,使得“三农”产品的特点得到了显著的放大,并且在市场上形成了强有力的推广作用。

4 网红经济背景下“三农”市场营销战略的开展

4.1 充分利用互联网在营销中的优势条件

随着互联网在农村地区也得到普遍推广,那么通过线上渠道实现对“三农”产品的推广,也就可以在农村地区得以有效开展^[4]。这首先需要利用农村地区的地域优势搭建起突出农

村地区特点的网络平台,并借助于网络迅捷的传播优势和广泛覆盖的特点将目标地区及其产品在网络上实现覆盖式宣传,在广大网络用户中形成初步的影响力,然后再将产品宣传和销售作为后续跟进的营销工作。同时,要在多个网络平台上开展多渠道的同步宣传,实现网络渠道的拓宽,从而构建起全面而完善的营销体系,确保营销策略的不断创新。

4.2 全面搭建“三农”产品的网络营销渠道

要想使网红经济在“三农”产品市场营销中发挥出其优势作用,就需要在农村地区加强对网络销售渠道的建设。农村地区的经济发展相对于城市地区来说是比较落后的,因此农村地区的网络建设工作也不如城市地区那么完善,那么势必导致农村地区网络营销体系的建立不如城市地区发达和完整,这就客观上制约了农村地区网络营销模式的发展^[5]。有些较为偏远的农村地区,还没有完全实现网络的覆盖,缺乏相应的网络基础设施,这也就为网络营销渠道的建设带来了一定的难度。

首先,当地政府应当网络建设方面加大资金投入,只有实现网络基础设施的建设,才能实现与外界互联的可能,那么网络营销策略才能在该地区行得通,当地的经济环境才有可能走出恶性循环,得到改善。比如井冈山蜜柚项目在营销时就通过区块链技术进行联网,同时在政府支持喜爱进行全网营销,将优质的井冈山特色蜜柚推荐到千家万户。

其次,应当整合当地的特色农产品,邀请专家来对产品进行化验和分析,了解其营养价值和功效,为产品优势做背书。

最后,通过邀请知名的“网红”团队来到该地区进行直播带货,助力当地农产品的走出去,例如东方甄选多彩贵州行助农公益直播活动。随着产品的成功销售,当地的经济条件得到改善,也就会有充足的资金进行进一步地网络基础设施的建设和网络营销平台的全面搭建。

5 结束语

在网红经济背景之下,“三农”市场营销策略的制定要将产品特征和地区优势与网红经济相结合,通过网红的影響力实现农村地区和其农产品影响力的宣传,而通过优秀的农产品也能客观上促进网红正面形象的树立,提升网红在网络上的知名度。二者之间互相影响,共同提升,便能有效延长网红经济的生命周期,同时也是确保“三农”产品为当地长期创造经济利益的关键所在。因此,注重在农村地区推广网红经济下的市场营销模式,是解决当代“三农”问题的有效策略,同时也是全面实现社会主义现代化建设的有效手段。

参考文献:

- [1] 廖元琪, 郭小雪, 黄雨晗, 刘韵琳, 温汝莎. 网红经济背景下农产品线上销售模式研究[J]. 经济管理文摘, 2020(22): 2.
- [2] 杨晓丹. 农产品“网红”营销的现状分析[J]. 农业经济, 2022(1): 2.
- [3] 王银珠. 网红经济背景下的“三农”市场营销战略[J]. 南方农业, 2021.
- [4] 李睿. 基于网红经济背景下的农产品营销创新模式研究[J]. 商业2.0(经济管理), 2021, (006): P.1-1.
- [5] 王业松. 网红经济背景下的“三农”市场营销战略[J]. 市场研究, 2020(5): 3.

作者简介:

万炜焯(1988.7—),女,汉族,江西南昌,职称:助教,双师型教师,研究方向:新媒体营销,电商直播,网络营销。