

DOI: 10.12361/2661-3263-06-07-146248

# 新媒体环境下高州荔枝发展策略研究

程君婷<sup>1</sup> 毛丽莹<sup>2</sup> 张炜东<sup>3</sup> 周鹏程<sup>4</sup> 苏俊豪<sup>通讯作者</sup>

湛江科技学院, 中国·广东 湛江 524094

**【摘要】**随着新媒体技术的快速发展,高州荔枝产业在面对新的市场环境和消费者需求变化时面临着许多挑战。本文采用文献分析和实证研究方法,通过搜集相关文献和调查数据,分析新媒体环境下高州荔枝的现状和问题,并提出相应的解决方案。

**【关键词】**新媒体技术;高州荔枝;发展策略

## Research on development strategy of Gaozhou Litchi under new media environment

Junting Cheng<sup>1</sup>, Liying Mao<sup>2</sup>, Weidong Zhang<sup>3</sup>, Pengcheng Zhou<sup>4</sup>, Junhao Su<sup>Corresponding author</sup>

Zhanjiang University of Science and Technology, Zhanjiang, Guangdong, China 524094

**[Abstract]** With the rapid development of new media technology, the Litchi industry in Gaozhou faces many challenges in the face of new market environment and changes in consumer demand. By using the methods of literature analysis and empirical research, this paper collected relevant literature and survey data, analyzed the status quo and problems of Litchi in Gaozhou under the new media environment, and proposed corresponding solutions.

**[Keywords]** New media technology; Gaozhou Litchi; Development strategy

**【基金项目】**2023年“攀登计划”湛江科技学院大学生科技创新培育专项资金:基于消费者购买意愿调研的高州市荔枝产业发展对策研究(立项编号:ZJKJXYPDJHA202303)。

### 1 引言

“强国必先强农,农强方能国强。”农业作为广东省茂名市高州市一大靓丽的风景线,高产、高质、高效名扬全国,被誉为“广东省山区综合开发的一面旗帜”。其中荔枝产业更是桂冠上的一颗明星,作为全国最大的荔枝生产基地,世界每十颗荔枝中就有一颗来自高州市。新媒体环境下,高州荔枝在市场竞争中仍面临许多问题。因此本文结合高州荔枝发展现状,通过发放调查问卷,为新媒体环境下高州荔枝探索特色发展模式提出相应的策略和建议。

### 2 文献综述

近年来,随着新媒体的迅速发展,其在农业领域的应用也日益增多。高州荔枝作为一种重要的特色农产品,在新媒体环境下如何进行市场推广、供应链管理、提升附加值成为了学者们关注的焦点。李明等(2017)利用微信公众

号和短视频平台等新媒体渠道,发布高质量的宣传内容和与消费者互动进行品牌营销,提升了高州荔枝的知名度和美誉度。他们认为,在新媒体环境下,有效利用微信公众号等平台可以实现品牌形象塑造和消费者关系管理,从而增强市场竞争力。陈刚等(2018)指出,高州荔枝的供应链管理需要与新媒体渠道相结合,以实现更高效的供应链协同和信息共享。他们建议建立统一的供应链平台,便于生产者、经销商和消费者之间的沟通和协作,提高产品的运输效率和质量保障。李奕霏、熊应军(2022)认为要将新媒体技术渗入广东省荔枝的产前,产中和产后,解决农户缺少种植知识和荔枝产销对接问题,增加农户收入,助力乡村振兴。Johnson(2016)研究了新媒体在农产品营销中的应用策略,认为新媒体技术可以提供跨越时空的信息传播和消费者互动,从而增强农产品的品牌知名度和市场影响

力。Bluse等(2017)认为新媒体技术为农产品电子商务提供了更多销售渠道和市场机会,强调了社交媒体互动对于提高顾客满意度和忠诚度的重要性。

综上所述,关于荔枝产业的发展,国内外都有比较多的做法和模式,但是对于新媒体环境下高州荔枝如何寻求新的产业发展策略的具体研究尚属较少,因此,本文研究新媒体环境下高州荔枝的发展策略具有重要的理论和实际意义。

### 3 结合问卷调查和实地调查的高州荔枝发展现状及困境分析

位于广东西南部的高州,是中国最大的荔枝产区。作为广东省第一个价值破百亿的区域公用品牌,高州荔枝这几年借助新媒体加速发展,让追求“快”的荔枝产业,走向了更广阔的市场,也成为了广东农业特色产业高质量发展的缩影。

在新媒体营销的背景下,如何高州荔枝的市场覆盖率,成为了高州经济发展需要解决的问题。以调研地根子镇为例,发现目前仍存在新媒体营销意识薄弱、线上经营缺乏产业链等问题。

#### 3.1 新媒体营销意识淡薄,品牌效应建设不足

通过实地调研高州市根子镇发现,当地主要是中年群体经营发展荔枝产业,青年力量薄弱,农户对微信、微博等新媒体的使用大多集中在刷短视频、休闲聊天等内容上,所生产的荔枝大部分也是通过中间商销售,营销意识薄弱,并未直接掌握下沉客源。同时高州荔枝全国出名,但“桑马生态”“稀贵妃”等当地知名企业品牌凤毛麟角,单打独斗的局面制约着企业品牌的壮大,导致其高端定位的品牌特性无从体现。

#### 3.2 品牌竞争激烈,信息繁杂,影响消费者购买决策

在新媒体平台的广泛应用下,荔枝行业面临着激烈的品牌竞争。根据调查显示,听说过茂名高州荔枝的占27.08%,吃过的占8.33%,听说过但没吃过的占25%,听说过且吃过的占25%,不知道的占14.58%。可发现众多品牌争相抢占消费者的眼球,导致市场上出现大量相似的荔枝产品。高州荔枝需要与其他同行业的竞争者进行差异化定位,寻找独特的卖点和创新的营销策略,建立起强有力的品牌形象。

同时各大企业纷纷利用新媒体手段进行销售宣传,充斥

着大量的信息和广告。调查结果显示,通过报刊、报纸了解到高州荔枝的占29.17%,视频网站(爱奇艺、优酷等)了解到高州荔枝的占20.83%,二次元平台(B站等)了解到高州荔枝的占9.33%,第三方社交媒体(小红书、微博等)了解到高州荔枝的占27.08%,短视频平台(抖音、快手等)了解到高州荔枝的占52.08%,亲朋好友推荐了解到高州荔枝的占60.42%,电视广告了解到高州荔枝的占16.67%。可以发现消费者利用新媒体方便地比较不同产品的价格和质量,价格透明度高。高州荔枝如果定价过高或质量不过关,可能会失去部分消费者。因此,荔枝行业需要通过提供真实的产品信息、合理的定价和正面的用户评价来建立信任,帮助消费者做出明智的购买决策。

#### 3.3 品控和供应链建设不完善

荔枝除了时令现摘销售外,还会通过互联网进行线上销售,但其中也蕴含着许多弊端。调查结果显示,54.17%的人在购买高州荔枝时遇到质量不好、不新鲜的问题;66.75%的人在购买高州荔枝时遇到不易保存的问题;31.25%的人在购买高州荔枝时遇到运输不方便和购买渠道少的问题。主要原因在于荔枝不易保存,存在运输途中损坏,运输冷链不完善,导致荔枝耗损过多。当消费者收到损坏、质量差的荔枝时,不知道和哪一方进行售后对接,从而影响对广东省荔枝品牌的印象。因此,需要规范管理荔枝品控和生鲜供应链,才能使荔枝从售出到售后服务都有规范性处理方式,提升广东省荔枝供应环节的专业性,也为日后提供可持续性发展策略。

### 4 新媒体环境下高州荔枝发展模式的探索

随着新媒体技术发展,高州荔枝取得不菲成绩。但如何进一步发挥新媒体优势,制定有效的发展策略是高州荔枝面临的一项重要课题。因此本文提出以下三点建议。

#### 4.1 充分发挥新媒体优势,创造绿色的新媒体营销环境

由于互联网高度自由化、信息隐匿化的特点,网民的自觉性对规范互联网新媒体整体环境至关重要。农户通过互联网宣传和销售荔枝时,一定要严格遵守相关的法律法规,文明使用网络。对此,政府整合多方力量,建立针对农产品新媒体销售策略的监察监管机构,完善农产品新媒体宣传销售平台的群众监督、举报制度,建立有效的反馈平台,保证监督信息及时、畅通。要鼓励群众举报农产品销售中的虚假信息、违法信息、不良信息,并及时处理违

规信息发布者,保障农产品新媒体销售渠道纯净、安全,为高州荔枝发展打造“新媒体环境”。

4.2 建立新媒体服务平台,打造直播基地,储备新媒体人才

新媒体背景下,高州政府应抓住转型发展机遇,在根子镇微商电商一条街基础上建立新媒体服务平台,以视频连线、直播进基地等创新形式,帮助农户获取有价值的种植信息。在新农人驿站组织积极开展电商知识培训,与农村青年主播合作签约,有计划地培养了一大批电商人才,充实到采购商、经纪人队伍,发展荔枝上下游供应链。

4.3 结合地域性特色精耕营销,举办特色活动,销售特色服务

高州荔枝不断发挥特色优势,充分利用传统媒体、新媒体、自媒体及国内知名电商平台,把握机会,全方位、立体化开展荔枝营销宣传活动,扩大高州荔枝的影响力和知名度。线上线下积极开展荔枝主题画展、荔枝书法展、荔枝流行乐、荔枝微视频等一大批精彩纷呈的文化活动,通过赏花叹蜜、看秀打卡、战略签约、营销行动发布、运营商招募等系列,为高州荔枝吸引全世界的目光。创新定制模式,精准分析家庭散株定制、企事业单位团建定制和龙头企业供应链生产定制需求,补上活动、产品、服务等短板,带观众见证百年古树的荔枝果实生长过程,给消费者们更多的选择,更好促进荔枝产品销售。这不仅为高州荔枝创新了销售模式,同时也为农民们增加了收入,一举两得。

#### 参考文献:

[1] 李奕霏,熊应军.乡村振兴视域下广东省荔枝产业新媒体技术应用探究[J].山西农经,2022(03):117-119. DOI:10.16675/j.cnki.cn14-1065/f.2022.03.039.

[2] 王晓睿.乡村振兴背景下永昌县藜麦特色农产品营销模式发展现状及对策探讨[J].南方农业,2023,17(02):192-195. DOI:10.19415

[3] 梁锐,李慧兰.大数据视角下地方特色农产品营销模式变革研究——以广西扶绥为例[J].广西农学报,2021,36(01):46-51. /j.cnki.1673-890x.2023.02.060.

[4] 贺欣欣.新媒体环境下东北地区特色农产品营销模式发展策略[J].全国商情·理论研究,2018,000(004):5-6. DOI:10.3969/j.issn.1009-5292.2018.04.002.

#### 作者简介:

1.程君婷,湛江科技学院会计学院2020级财务管理专业学生;

2.毛丽莹,湛江科技学院经济与金融学院2020级国际商务专业学生;

3.张炜东,湛江科技学院建筑工程学院2020级土木工程专业学生;

4.周鹏程,湛江科技学院经济与金融学院2021级经济学专业学生;

5.苏俊豪(通讯作者),湛江科技学院经济与金融学院,讲师。