

澄城刺绣网络营销问题及其解决办法

姬志恒 刘心占

西安培华学院, 中国·陕西 西安 710125

【摘要】澄城刺绣作为陕西澄城县传统手工艺的代表,被确定为国家非物质文化遗产。随着信息时代的来临,电子商务随之兴起,由于缺乏专业营销人才、营销渠道不畅、宣传力度不大等问题,线上和线下销售持续处于低迷状态。本文根据澄城刺绣网络营销的现状,分析澄城刺绣网络营销中存在的问题,提出澄城刺绣网络营销的优化建议。以期打通澄城刺绣的网络销售渠道,提高澄城刺绣在澄城县群众经济来源的比例,助力国家乡村振兴计划。

【关键词】澄城刺绣; 网络营销; 乡村振兴

Chengcheng Embroidery Network Marketing Problems and Solutions

Ji Zhiheng, Liu Xinzhan

Xi'an Peihua University, Xi'an 710125, China

[Abstract] Chengcheng embroidery, as a representative of the traditional handicraft in Xi'an, Shaanxi Province, is identified as a national intangible cultural heritage. With the advent of the information age, the follow-rise of e-commerce, due to the lack of professional marketing talents, poor marketing channels, little publicity and other problems, online and offline sales continue to be in a low state. According to the current situation of the network marketing of Chengcheng embroidery, this paper analyzes the problems existing in the network marketing of Chengcheng embroidery, and puts forward the optimization suggestions of the Chengcheng embroidery network marketing. In order to get through the network sales channel of Chengcheng embroidery, improve the proportion of chengcheng embroidery in Chengcheng County, and help the national rural revitalization plan.

[Keywords] Chengcheng embroidery; network marketing; rural revitalization

【基金项目】本文属于 2020 年度大学生创新创业训练项目校级和国家级阶段性成果,项目名称:“今”绣山河,校级编号:PHDC2020023,国家级编号:S202011400036X。

前言

陕西民间刺绣尤其是澄城刺绣已经成为国家非物质文化遗产,为了更好地保护和传承这种非物质文化遗产,要创新手段,加大工艺改变,促进其得到真正的保护,使其成为乡村振兴过程中的重要财富。

1 澄城刺绣网络营销的现状

澄城刺绣现阶段的主要销售方式还是以传统的线下销售为主,目前澄城刺绣线上销路尚未完全打开,暴露在大众视野的网络销售产品也只是凤毛麟角^[1]。澄城刺绣网络销售渠道狭窄,还仅仅局限于电商平台网络销售,没有向直播带货和短视频带货这类新型的网络销售渠道拓展。

2 澄城刺绣网络营销存在的问题

中国电子商务企业规模也在不断扩大。根据有关的数据资料表明,中国网民规模为九点八九亿,手机上网用户规模为九点八六亿^[2]。随着中国网民量的日益增加,澄城刺绣等传统手工艺传承者也逐渐开始重视网络营销。尽管网络营销能够增加澄城刺绣产品竞争力,提高市场竞争优势,拓展客户范围,减少销售成本,但澄城刺绣的网络销售仍然面临着许多亟需克服的问题。所以,澄城刺绣在开展网络销售过程中,要认清市场现实,科学合理地进行网络营销,进一步完善网络营销管理体系,不断提升网络营销管理水平,从而促使了澄城刺绣的良好发展势头。

2.1 刺绣产品网络营销渠道单一

尽管网络营销能够节约澄城刺绣的营销成本,从而创造更好的经济效益,可是人们目前对于网络营销并没有准确的理解,或

者以为网络营销就只是在线营销,一般局限于网上推广、网上宣传等,并没有科学、明确的营销战略,又或者单纯的以为网络销售才是主流,然后就直接由线下转向了线上,或者一味的利用网络技术,这样使得澄城刺绣的销售规模并没有提高,也不能真正利用网络营销取得效益提升^[3]。

2.2 澄城刺绣缺乏专业的网络营销人才

网络营销对经营人才具有高度的需求,不但需要其掌握专门的市场营销理论知识,还需要动网络营销经验及相应技能。不过就目前情况而言,绣娘们在网络销售方面却普遍缺乏专业,也没有网络营销知识,更缺乏专业的技能人才,因为他们在现实工作中往往习惯于依照传统的销售模式来工作,而不知道创新,又或者抱着无所谓的心态去上班,觉得只要把商品卖出去了就可以,其余的都无所谓了^[4]。因为既没有专门的网络销售人员,营销目标也就很难顺利实现。

2.3 澄城刺绣网络营销成效不佳

随着电商行业的不断发展,网络购物成为人们购买物品的主要方式之一。而在平时我们熟知的网络销售平台上我们很少见到澄城刺绣的身影,在这少量的销售渠道中可以发现澄城刺绣的网络市场销售量一直处于低迷状态。可见澄城刺绣在网络营销方面的重视程度并不高,从而导致澄城刺绣在网络营销这一方面成效欠佳。

2.4 澄城刺绣产品在网络营销方面竞争力不强

澄城刺绣作为一种艺术品,长期缺乏了其由艺术品转化为商品的主体,创造的产品,不能顺利地走向市场。机器刺绣

产品, 出货量, 颜色花式可选类型多可以满足庞大的市场需求。而手工刺绣制作周期长, 样式花式相对落后无法满足时快节奏的生活方式和年轻人追赶时尚的浪潮。

3 澄城刺绣网络营销的优化建议

3.1 利用微信公众号对澄城刺绣的相关技艺和文化进行推广
精准定位热爱非遗技艺和传统文化的读者, 依托微信公众平台进行营销最先要确立客户精准定位, 打造一个澄城刺绣传统文化宣传的微信公众号。随后以客户为管理中心, 依托微信公众平台锁定可能会对传统文化和非遗技艺感兴趣的客户进行推送。提高澄城刺绣的知名度, 为澄城刺绣的互联网销售奠定一定的基础。

现如今, 做微信公众平台最注重内容, 仅有内容才可以真正地反映出微信公众平台的整体实力。不论是创意文案还是排版设计, 必须细心仔细。

手机微信的设计初心, 就是希望创造人与人之间相互交流沟通的桥梁。当然, 微信公共服务也不例外。我们可以根据手机微信的交互沟通特点来发现新客户, 维系老客户。并及时反馈新客户的信息, 保证可以实现有问必答, 积极回复读者对于传统文化或者有关非遗技艺的问题。

3.2 加大专业网络营销人才的培养

要想促进澄城刺绣网络营销的蓬勃发展, 并推动澄城刺绣销售目标的达成, 公司必须做好对专业网络销售人员的全面培训。首先, 面对公司现有的销售人员, 要对其开展培训, 具体内容涉及网络销售的基本知识教学、网络销售能力训练等, 以不断丰富其知识结构, 提高其网络销售能力; 其次, 做好职业的综合性教育工作, 确定销售人员在网络销售中的主要工作具体内容, 把网络销售工作和工作人员的薪酬工资直接挂钩, 以提高他们的工作责任感, 促使他们更加认真地对待自己的工作; 再者, 公司随着经营规模的不断扩大, 网络销售活动规模将会日益扩大, 为网络销售, 公司还必须积极对外吸纳专业、优秀的网络销售人员。作为销售人才, 应通过积极的学习, 掌握网络营销, 从而提高自身的经营实力, 以便于在澄城刺绣的网络营销中, 发挥出应有的作用。

3.3 将澄城刺绣非遗带进电商直播间去

第一, 确定好目标群体。虽然当前有不少用户都是95后的年轻人, 但银发一族也不能忽视, 毕竟他们的购买力还是很强大。不过这个还是还要看产品定位来确定目标群体, 不然会产生卖货却没卖对人的尴尬。

第二, 创新带货思路。如果还把过去的经验用在直播时代中, 在电商直播中是很难做起来的, 那么不妨通过集中年轻人的奇思妙想来打造一个更有趣的直播间, 同时还可以提升团队活力, 在主播人设、销售的产品、福利活动等方面创新玩法可能会吸引更多感兴趣的客户。

第三, 生产有趣又有价值的内容。目前我们正处于一个大数据时代中, 每天都会接收到很多无用的垃圾信息, 并且还要从中筛选对自己有价值的信息。那么在直播中就需要生产对用户有价值的内容, 以便满足用户的需求, 从而赢得更多流量。

3.4 将传统刺绣文化以短视频形式展示在大众视野中

网络浪潮下, 快手、抖音等短视频平台将一个和人们生活方式渐行渐远的传统技艺, 重新拉回了社会大众的视野中。当澄城刺绣这个传统文化遇到了新兴传媒技术, 古朴而又低调的非遗老工艺也被注入了全新的生命和活力。怎样抓住历史机遇传承创新, 提高澄城刺绣的自身生存与发展实力, 把传承文化“活”出来, 是传承老技艺的传播者与传承人面对的全新课题^[7]。每三秒钟就有一个非遗短视频上传, 超过一千五百万个非遗创作者活动在短视频的网络平台上。让澄城刺绣这些传统技艺与现代化网络营销接轨, 拍摄关于刺绣文化和刺绣产品的相关视频, 提高澄城刺绣在大众视野中的曝光度。

3.5 将实用性作为澄城刺绣的主要竞争力

澄城刺绣在发端之初, 通常是为人所绣制, 投入感情, 并尽可能精益求精, 即使技艺不精, 用心者亦多, 故常见质朴稚拙之风格; 在现代, 出现了集散式的加工制作, 因为口碑好, 就需要有一定的质量保证^[8]; 而大规模的流水线式手工制作, 则无法保证质量, 因为用线粗大、技术粗糙、用心懈怠, 而无稚拙之气。澄城刺绣来源于澄城县人民群众的日常劳动生活中, 所以实用性非常强。将澄城刺绣的实用性作为与其他刺绣产品的主要竞争点, 在网络营销中主打澄城刺绣产品的实用性^[9]。

4 结论

总而言之, 各个区域要发挥地方特色文化产品的优势, 促进乡村文化振兴, 因此, 澄城刺绣要以其独特的文化魅力, 充分发挥发挥在非物质文化遗产中的影响力, 充分塑造其独有的品牌, 借力政府政策发挥澄城刺绣在电子商务领域的独特优势, 促进澄城刺绣的高质量发展, 为澄城县乡村振兴提供产业支持。

参考文献:

- [1] 胡洁. 新时期下陕西澄城刺绣的发展研究[J]. 轻纺工业与技术, 2021(6): 81-82.
- [2] 中国网民规模达6.18亿 手机上网占主力[J]. 电子技术与软件工程, 2014(3): 4-4.
- [3] 沈禹含. 网络营销的产生及中国网络营销的发展前景[J]. 工程经济, 2013(5): 44-52.
- [4] 郑方园, 沈浩. 新媒体环境下澄城刺绣传承与发展初探[J]. 大众文艺, 2019(010): 45-46.
- [5] 王林凤, 曹迪, 张杨, 李光凯, 刘莹超. 江西省非物质文化遗产豫章赣绣网络营销策略研究[J]. 科技经济市场, 2018(01): 105-107.
- [6] 张琇, 文小森. 陕西民俗纯手工刺绣网络营销策略研究[J]. 知识经济, 2015(13): 42+44.
- [7] 曾喜梅, 宁晓枫, 张蕾, 朱丹. 湘绣的互联网发展模式研究与建立[J]. 商场现代化, 2013(04): 111-111.
- [8] 威海市芸祥绣品有限公司. 一种刺绣制作工艺: CN105696220A[P]. 2016-06-22.
- [9] 查雪雷. 探究陕西民间刺绣布艺艺术传承国家非物质文化遗产瑰宝[J]. 长安学刊: 哲学社会科学版, 2016(1): 150-155.