

基于新零售的农产品营销模式创新认识

何跃美

(韶关学院 广东韶关 512000)

【摘要】 本文主要探讨基于新零售的农产品营销模式的创新,此次研究通过查阅相关文献,为本文提供理论基础,文中指出了新零售的特征,并指出了新零售下农产品营销创新的必要性,并给出了完善新零售下实施农产品营销创新模式的对策。通过对营销模式的创新,能够促进农产品市场的进一步扩大。

【关键词】 新零售;农产品;营销模式;创新

DOI: 10.18686/jyfzj.v3i8.51113

近几年来,互联网经济迅速增长,电子商务的出现也创造了新型的销售形式。农产品要想扩大农业市场,增加农业收入,就必须创新营销模式,看准新零售模式。本文针对新零售的农产品营销进行了深入的分析和阐述,不仅能够满足消费者的需求,而且能够增加农民的收入,促进农业的进步。

1、新零售的特征

互联网给当今的人们带来许多的便利,人们买东西只需要在移动设备上动动手指就能下单购物。另外,随着物流网、大数据、云计算等先进技术的不断发展,未来一定是以线上与线下零售深度融合的发展。未来的零售不会只是电子商务的形式,也不会是线下零售的形式,新零售将会代替传统的零售形式。

1.1 渠道的融合

在新零售的模式下,网店、微店、实体店以及加盟店等多方销售渠道都进行整体的融合,产品、库存、会员以及其他服务都会进行深度的融合,为商家和客户提供更完善的服务。

1.2 门店功能增加

以往的线下门店大部分都是为了销售商品,但是在新零售下的门店,不仅仅具有售卖的功能,还可以为客户提供全面的体验,而且能够在门店中学习到目前的新技术,接受当下的先进教育。门店不再只是展示产品,更多的是让客户能够体验到当前最先进的技术。

1.3 数字化、智能化

依靠信息技术,将线上线下门店进行数字化改造,通过整合顾客、商品、营销以及交易来实现运营数字化,企业以及商家通过对软件技术和硬件设备来重构卖场空间。在新零售形式下,实现智能货架与智能硬件来进行货物的储存。

2、新零售下农产品营销创新的必要性

新零售下的农产品营销更多的是利用互联网技术来开展农产品的各项营销模式,例如信息发布、市场调查、促销活动以及付款收获等等,通过将农作物以及运营通过信息技术整合在一起。因此,农产品的新型营销模式也常被称为鼠标和大白菜营销,农产品网上营销中的许多环节可以更加紧密地联系起来。利用信息技术在我国农产品开展营销活动是极其必要的,具体的优势在以下进行阐述。

2.1 增加了销售的机会

农产品市场上的商品供应会随着季节的变化而有所不同,这是因为农产品行业的季节性和时效性比较长,特别是一些鲜活的农产品会面临卖出困难的情况。而且大部分的买方市场常常分成不同的阶段进行采购。在许多地区就容易出现农产品产量较大但是市场较小的情况,会导致农产品的滞销。但是在互联网时代下,可以向世界各地传递信息。这样就可以应用

更先进、更快的现代网络技术,建立面向市场的农产品营销模式,使农产品生产者和消费者能够迅速了解国内外农产品数量、供求和价格的变化,利用互联网突破时间和空间的限制,进而实现交易形式的多样化,为农业生产者和消费者提供更广泛的发展机会^[1]。

2.2 控制了交易的成本

由于农业生产行业的整体特点,农业信息往往都比较分散,没有进行整合。从传统意义上讲,农业信息的通信极其缓慢,获得农产品信息的方式也比较困难。采用创新的农产品营销模式后,农业生产者可以通过互联网实时与消费者沟通,这样就能够有效将信息传递给消费者,也能让消费者了解到当前的农业市场,这样就能够有效控制交易的成本。

2.3 提升了企业决策的精准性

农业生产者通过在网发布农产品信息,而农产品企业可以直接在互联网上看到当前的农产品市场情况,然后根据大数据以及云计算来农产品的价格作出更合理的决策,这样能够促进农产品生产,而且也能获得更多的利润。

2.4 塑造了农产品的品牌

在新零售形式下,创新的营销形式推出后,整个农产品市场的相关企业沟通效果显著提高,使营销能够更快、更准确,尤其是在互联网环境中实现了信息的传播,能够展现农产品品牌形象,有利于农产品品牌的良好声誉,培养大量潜在的消费者,能够更加增强农产品品牌的影响力。

3、完善新零售下实施农产品营销创新模式的对策

3.1 宣传农产品网络营销的新观念

为了能够让更多的人对信息化提高认识,就必须要通过一定的手段进行农产品创新营销的宣传。由于我国农产品线上市场的发展相对较晚,各地区的发展水平不平衡,尤其是一些欠发达地区的农民和消费者,他们对于农产品线上市场认识不足,而且也存在许多的困惑和疑虑。因此,政府部门必须大力推行和推广农产品线上营销的新概念,使农产品生产者和消费者能够对农产品线上营销有更深层的理解,能够认识到正确理解当前电子商务时代积极发展农产品线上营销的重要作用,并且鼓励农民和消费者能够进行线上交易。同时,政府还应积极制定完善的法律法规,确保人们能够在线上的营销活动中的基本权益不受损害,从而确保他们的财产安全^[2]。另外,也要加强对农产品的检查,让消费者放心,同时也能增加农产品的产量,让消费者能够发自内心相信农产品的质量。

3.2 要完善我国农村网络基础设施

为了能够形成现代营销模式,首先就必须要对我国农村的互联网基础设施进行完善。因为农产品网络市场实施的重要前提和物质基础是来自农村网络基础设施建设。但是就目前情况而言,虽然我国农村的建设越来越完善,但是网络建设与城市相比仍存在较大的差距。因此,政府必须要对农村电网基础设

施建设投入更多的资金,确保农村网络基础设施能够有较大的改善,这样才能让农村村民了解到当前的农产品市场环境,而且能够让农民了解关于农产品的基本知识。在此基础上,政府部门还可以引导地方的企业加大对农产品的投资,特别是在中国西北部的农村地区,可以组织当地的合作社和农业龙头企业充分参与网络建设,广泛利用当前的设施和设备来扩大市场的影响力,有效解决农村网络基础设施建设滞后的问题,让更多的农产品销往全国各地,从而获得更多的利润和收益,促进农产品的持续发展。

3.3 要积极健全我国农产品的质量标准化体系

为了能够提高农产品的生产质量,让消费者放心。在发展国内和国际贸易的过程中,进行农产品鉴定、谈判成交以及货物交付都是建立在农产品质量的基础上的。因此,有必要根据国际公认的农产品质量标准,结合中国的实际情况制定农产品质量标准,实现农产品质量的规范化,并且要尽快完善我国农产品质量标准化体系,对我国农产品进行质量控制,保障我国的农产品质量安全,从而促进整个农产品市场的发展,提高我国农产品质量的科技含量标准化建设,提高农产品市场竞争力,促进农产品绿色有机认证的发展。这样能够更好地打开中国农产品市场的发展道路,打响中国农产品品牌,增加品牌的影响力。

3.4 要实施农产品网络营销人才的培训工作

任何一个行业要想发展,就必须要有专业的人才作为保障,而我国现代农产品网络营销正需要这方面的专业人才。但是,当前我国培养的大多数是技术方面的人才,对于营销的人才培养相对比较少。面对我国农村农产品网上营销专业人才严重短缺的现状,地方当局应充分重视,大力加强网络营销专业人才的培养。还可以在电子商务专业人才中加强对农业知识的培养,开展全面的培训和推广工作,这样才能建设出一支农业信息化人才队伍,为广大的农民队伍做好榜样,宣传农产品线上营销模式,进一步提高农产品的生产。地方政府部门还应为农民开展信息技术培训提供专项资金,并根据当地情况开展农村互联网技术培训,努力提高农民的知识水平,培养更多的复合型人才,用于农产品的网上营销。最后就是要完善我国农产品物流配送模式^[3]。构建农产品市场创新模式是为了加快物流配送系统的完善和发展。因为农产品大部分都是新鲜采摘了,为了满足口感需求,必须要对运输途中进行一定的保护措施,这需要不断总结以往的经验,不断创新。

参考文献

- [1] 方芳,汪飞燕,余丙炎.基于新零售的农产品营销模式创新[J].吉林农业科技学院学报,2020,v.29;No.93(02):52-55.
- [2] 王玲.新零售背景下大连农产品营销模式创新策略[J].辽宁科技学院学报,23(2):4.
- [3] 谢娟,张文嬗,胡佳豪.基于新零售模式的农产品营销策略研究[J].现代商业,2019,No.543(26):12-13.
- [4] 励莉.论新零售模式下生鲜农产品零售模式的创新和发展[J].农村经济与科技,2019(8).

3.5 农产品品牌管理的创新

品牌管理是构建良好的品牌,维护品牌,拓展品牌,维护品牌,利用农产品品牌优势,构建国内的知名品牌,从而提高品牌价值,获得更多的利润。对于品牌管理,需要不断完善整个品牌运营体系。品牌经营过程的本质是一个逐步规划和创新的过程,涉及品牌价值的经营。其基本目的是构建高资产品牌。品牌价值主要体现在品牌上。品牌是高定价的基础,众所周知,知名品牌将给企业带来高额利润,另外,品牌能够刺激消费者进行消费,是产品竞争优势的基础,知名品牌具有较强的竞争力。而且品牌可以提高企业营销计划的执行效率,能够有效刺激农产品的发展和质量控制,促进整个农产品行业的飞速发展。

4、农产品品牌决策与管理的创新应注意以下几个问题

(1) 要有好的品牌名称和醒目的品牌标志,应体现在几个方面:必须符合农产品的特点,具有“珍珠米”、“金牛”等畜牧业产品关联功能;其次,必须是独一无二的,要有一个醒目、容易被人记住的商标,给人留下深刻的印象;最后就是要尽可能打造属于自己的品牌,尽量少用产地的笼统品牌。

(2) 提高品牌知名度,提高品牌质量,注重品牌保护。一方面,龙头企业应当注册自己的商标以获得法律保护,另一方面,应当加强企业内部的管理体制,提高产品信誉,提高产品质量,这样才能更好的维护好品牌形象。

(3) 加强品牌推广和拓展,构建品牌形象,提高品牌,领导企业应特别重视品牌形象的一致性,树立品牌独特性,这样才能让品牌在市场中脱颖而出,形成具有独特优势的品牌^[4]。

5、结论

综上所述,我国作为一个农业大国,应该考虑到农产品的营销。当前正处于互联网经济发展快速的新时达,必须要对农产品营销模式进行创新,农产品企业以及生产者应该抓住当前的机遇,为自身的农产品品牌打下基础,建立一个良好的口碑,从而形成一个具有价值的品牌,塑造一个具有个人风格、质量过关的农产品品牌,这样才能在市场竞争中脱颖而出。