

乡村振兴背景下新媒体助力融水农业发展路径研究

陈孟杰 奚曦 成昌瑞

(南京航空航天大学金城学院)

摘要:融水县作为我国最后一批脱贫摘帽的地区,近年来,认真贯彻落实上级党委、政府的各项决策部署,秉持五大发展理念,围绕国家重点生态功能区的发展定位,坚持生态优先,大力发展生态经济,走出一条具有融水特色的质量高、效益好、结构优的生态发展新路子。然而在这繁荣景象的背后,空有融水黑香猪、金边禾花鲤等七样“国家生态原产地保护产品”。以及融水灵芝等国家地理标志保护产品”。融水县特色农产品营销推广方式如何,如何正确打开融水县农产品市场达到盈利并带动融水县整体经济发展的效果,因此研究如何将融水县的优秀农产品向外界推广销售具有较大的理论与现实意义。

关键词:乡村振兴;融水县;农业;路径

1. 引言

2020年是中国的脱贫攻坚决战年,而融水县也在政府的推动下终于踏上了脱贫的末班车,开启了发展的新阶段。2015年,融水县秋野家生态农业综合发展有限公司成立,还表明了鲜明的态度,积极致力于融水县农产品的发展。而脱贫攻坚的时代目标更是直接助力到融水县的发展。目前新媒体自营平台正处于蓬勃发展阶段,它显示出来强大生命力是任何行业市场都向往的,农产品市场也不例外。乘上时代东风发展融水经济,这就是我们研究的意义所在。

此外我们将重点研究新媒体视角下如何将融水县的优秀农产品向外界推广销售,采用合适的推广营销方法来使农户与消费者达成双赢局面。

2. 国内外研究状况

2.1 国外研究

(1) 国外关于特色农业的讨论

国外对特色农业的研究相较而言是早于我们国家的。在《改造传统农业》书中指出现代特色农业在经济学科中的实质,受追捧的农产品会得到农民的青睐,当它形成规模,就会形成特定的农产品规模和格局。在突出农民主体方面,《Samuel Abaidoo Haden Dickinson》一书中提出其掌握的农业知识是特色农业科学发展研究的前提。

(2) 国外关于特色农业的成就方面

最突出的就是以以色列的节水灌溉,以色列干旱缺水的特点,成就了以色列设施农业的美名,成就了不朽的农业神话。此外,美国的生物农场作为特色农业的代表独树一帜,具有规模小,机械化程度高和农产品种类多的特性。

2.2 国内研究

(1) 国内关于特色农业的讨论

我国在20世纪80年代开始了对特色农业的研究和实践,我们对特色农业的研究是在与资源和市场受限日益严重的艰苦条件抗争中建立起来并逐步完善的。

刘彬张明举明确强调了因地制宜和将比较优势转化为竞争优势,他们认为发展特色农业就不能顾此薄彼从,要从比较优势和竞争优势理论出发。

伍建平、谷树忠等认为特色农业要本着市场导向、资源依托、环境友好、生态保育、科技支撑、信息保障、动态优化的原则,要突出特色、树立品牌、发展龙头企业。

(2) 国内关于特色农业的成就方面

多年来,中国在理论与实践探索中,已经探索总结了许多成果,如苏州未来农业大世界的科技型农业;无锡太湖国家旅游度假区。这些理论探讨和实践对于促进融水县特色农业的发展有着十分重要的意义

3. 融水县农产品市场发展现状分析

3.1 农民对新媒体平台认知现状

通过查找微博、抖音、小红书等知名新媒体平台,进一步分析新媒体平台中关于农产品带货的供应商种类分布现状,发现绝大多数账号都是时尚,生活,教育培训方面,而三农账号仅排在倒数第五位。在这些三农账号内,供应商都是各种大小企业以及专门从事收购农产品再转卖赚取差价的中间商,直接由农民作为供应商的账号只是其中的一小部分。

表3-1 三农账号占比

账号种类	时尚	生活	教育培训	测评	美食	三农	其他
账号占比	25.3%	22.5%	20.3%	12.6%	8.5%	1.58%	9.22%

3.2 消费者对农产品的各项认知及期待值调查

Q:融水县土特产有很多,如果您购买,最希望能买到什么?

从问卷反馈的数据来看,消费者对香猪肉、沙田柚以及金边荷花鲤的期待值最高,所以我们可以投其所好,对这三类产品可以进行捆绑销售,也可以采取“炸弹带单牌”的策略,将香猪肉等产品和期待值不高的产品进行打包处理。

表3-2 消费者希望购买什么产品

特产种类	香猪肉	木薯	沙田柚	三防鸭	茶叶	凤花鸡	金边荷花鲤	其他
个体数	35	16	33	8	4	13	21	2
所占比例	51.47%	23.53%	48.53%	11.76%	5.88%	19.12%	30.88%	2.94%

Q:您觉得以下什么可以吸引您买融水县农产品?

根据消费者需求,商家需要在包装,价格上下功夫,采取合适的包装策略与营销策略。而对于商品产商,则需要在产品味道的研发过程中花心思,给顾客提供营养价值高,味道好的产品。

表3-3 购买农产品的吸引因素

吸引因素	包装精美	价格便宜	广告醒目	营养价值高	味道好	附带最佳食用方法	天然无污染	购买前能试吃	其他
个体数	37	40	17	39	35	20	26	14	2
所占比例	51.47%	67.65%	25%	57.35%	51.47%	29.41%	38.24%	20.59%	2.94%

Q:您对融水县农产品发展有什么要求?

从消费者的角度来看,融水特色农产品确实有一定的吸引力,且大部分人都希望增加品种类别。除此之外,也有很多消费者建议开通更多的购买渠道,为消费者提供便利;在价格方面消费者们也希望能获得更多的活动优惠。

表 3-4 对于农产品发展的要求

要求	品种类别增加	购买渠道增加	价格降低	提高品质	提高售后服务
个体数	48	45	35	40	27
所占比例	70.59%	66.18%	51.47%	58.82%	39.71%

Q:您网购农产品经常使用的平台?

从问卷数据我们可以看出,大部分消费者还是会通过淘宝这一电商巨头平台购买农产品,但与此同时,也有不少的消费者愿意选择天猫,京东以及其他生鲜电商平台来购买,所以我们的农产品可进驻多家电商来满足消费者对购买渠道便捷化的要求。

表 3-5 购买农产品常用平台

所选平台	淘宝	天猫	京东	苏宁	生鲜电商	微信朋友圈	公众号	其他
个体数	48	24	29	7	26	7	7	5
所占比例	70.59%	35.29%	42.65%	10.29%	38.24%	10.29%	10.29%	7.35%

4. 关于商家与相关就业者对融水县特色农业发展的访谈

Q3:请您简要介绍融水县的农产品市场总体情况

A3:我们融水这里的农产品产量还是不错的,就是对外的交通条件太差,相当一部分的农产品只能在本地滞销,利润空间就大大减少了。而且没有什么大型的农业生产加工基地,农民自己生产的农产品只好自己消费,不然就是拉到当地市场上零售,价格被压的特别低,大家伙的收入也低了。

Q4:请您简要介绍融水县的网上农产品销售总体情况,除此之外网上经营农产品对融水县农民带来哪些影响?

A4:目前全县有多家企业采用电子商务形式进行网络销售,也有很多企业已进入电商协会和电商服务中心经营主体,围绕打造融水县农副土特产品,打造电商产业带的来说,网上农产品的销售量是比线下多多了,而且还是逐年上升的。

与网络交好肯定是带动了农民收入增加,网络拉近了我们与市场的距离,让各类产品卖得更远更好。然后是促进了农业转型升级,我们更加注重产品的品质和品牌,生产的产品更加符合市场,市场需要什么,我们就生产什么,当然销量就上去啦。

Q7:融水网上农产品销售有哪些制约因素,主要表现在哪些方面?如何解决这些面临的问题,重点要从哪里突破?

A7:农产品的潜在消费者仍然习惯于传统模式中的“体验消费”来进行购买,没有真正走入互联网时代的营销中,其中大部分原因出在我们自己,后续我们还得加大宣传力度。

还有就是我们这边能做到的产品标准化较低,在融水县当地的农产品是采取少量多产的策略,除此之外,我们还受限于交通条件和农村资源分配这两点,导致我们不能是生产达到高中集中化的目标,更不用谈实现成规模生产和销售了。其次,在网上销售中我们经常出现的产品质量问题,有的农产品禁不起舟车劳顿,在路上坏了,导致我们在顾客心中的形象大打折扣,也是一个严峻的问题。

现在想解决这些问题,我们首先要多做宣传,先让人家了解我们融水县的农产品,然后再吸引投资,让我们能实现大规模集中化的生产,最后有了资金,我们也能多做点技术研究,把产品加工跟物流方面的问题改进一下。

从以上部分访谈内容我们不难看出,融水县农产品市场迟迟不能很好打开的原因主要集中在:

①.与时代脱节,没有享受到互联网时代带来的新媒体红利。

②.当地主打农产品的企业(商家)少,尽管农民手上有质量好数量多的农作产品,没有对外销售的渠道也只能望洋兴叹。

5. 乡村振兴背景下新媒体助力融水农业发展的建议

5.1 广义上融水农产品市场整体的发展

以推广融水县农产品为第一目的,融合“旅游+”模式,带动旅游业发展,以农促旅,以旅强农,探索农业与旅游产业融合发展,形成新的乡村形态,同时结合苗族独特的民族文化,打造具有苗族特色的“农业+旅游业”战略,共同推动融水县经济发展。在2019年,中国人民银行、银保监会、证监会、财政部、农业农村部就联合发布了《关于金融服务乡村振兴的指导意见》,指导意见中明确指出,要支持探索农业与旅游、养老、健康等产业融合发展的有效模式,推动休闲农业、乡村旅游、特色民宿和农村康养等产业发展,意见的实施将为振兴乡村注入强大的动力。

届时,在各媒体平台对旅游进行主题预热,帮助活动造势。将农产品融入到旅游这一大主题之内,改变以往的产品包装策略,对农产品进行相关文化包装,或是作为土特产,或是作为美好的象征,使其具有附加价值。

5.2 狭义上个体农商的发展

可以说,农民信息素质的提高是帮助打开农产品市场的重要环节,农民对新媒体的掌握对该地区市场发展具有重要意义。改变意识需要很长时间。农民学习新媒体技术的主动性在于从内心接受新媒体,具有较高的媒体素养和信息意识。同时需要注意的是,农民学习新媒体技术积极性不高与他们所面对的现实息息相关,其中以知识储备少,整体素质偏低为主体。

所以我们要助农就先得帮助农商个体建立新媒体账号,并且利用已学的电子商务专业知识来带动一部分具有初中以上学历的农商个体,告诉他们什么是新媒体,在开通一个新媒体账号之后如何上架自己的农作物产品,如何进行推广运营,告诉他们如何获得利润,如何从这一个平台拓展到其他新媒体平台去获得更多的利润。

在网络浪潮中,农民手里拿不到的不是好商品,而是好渠道,农产品销售问题最为复杂的就是如何选中一条高效率出货的道路。互联网上新媒体的直播带货方式可以比传统的图片+文字模式更好地增强农产品的能力。近年来,新的网上媒体购物、网上消费等消费方式使得人们很容易接受农产品的直播。作为农商个体可以联合其他农商,合伙找一个专门做直播带货的主播为自己进行推广营销以此打出自己产品的名气。

参考文献:

- [1]西奥多舒尔茨《改造传统特色农业》北京:商务印书馆1987.16-50
- [2]乔国栋 中国东北地区特色农业发展研究【硕士论文】北京:中央民族大学
- [3]Xlppenbur《Samuel abaidoo haden Dickinson》1994
- [4]佚名国外特色农业 上海农业网 2008-10-29
- [5]王文涛 国外特色农业发展模式及启示 1008-3642 (2012)06-0095-03
- [6]刘彬,张明举.对构建区域特色农业的理论思考.国土经济,2003(4):6-9.
- [7]程计则,张京社.县域特色农业发展对策研究.山西农业科学,2002(3):91-95
- [8]伍建平.特色农业若干理论问题的研究[A].中国青年农业科学学术年报.2002:597-599

作者信息:第一作者:陈孟杰(2000.4),本科,江西抚州人,单位:南京航空航天大学金城学院,学生,所学专业:工商管理

第二、三作者:奚曦,成昌瑞