

# 新媒体时代个人品牌赋能大学生涉农创业策略

梁玉梅

湛江科技学院 广东湛江 524068

**摘要:** 十九大报告中提出“乡村振兴战略”。2015年政府报告中提出“大众创业、万众创新”，指出“大学生是实施创新驱动发展战略和推进‘双创’的生力军。”在乡村振兴战略背景下，大学生作为乡村振兴离不开的现代新型人才，回到乡村中开展创新创业，将大有可为。本文针对湛江地区大学生涉农创业存在的现状与存在问题进行分析，提出个人品牌+的策略，赋能湛江地区大学生的涉农创业，助力湛江地区的乡村振兴战略的实施。

**关键词:** 新媒体，个人品牌，大学生，涉农创业

## Personal brand in the new media era enables college students to engage in agriculture-related entrepreneurship strategies

Yumei Liang

Zhanjiang University of Science and Technology Guangdong Zhanjiang 524068

**Abstract:** The 19th National Congress of the Communist Party of China proposed the “Rural Revitalization Strategy.” In the government report of 2015, the concept of “mass entrepreneurship and innovation” was put forward, emphasizing that “college students are the driving force for implementing the innovation-driven development strategy and promoting mass entrepreneurship and innovation.” Under the background of the rural revitalization strategy, college students, as modern and innovative talents, play an indispensable role in rural revitalization and have great potential when they return to rural areas to carry out innovation and entrepreneurship. This article analyzes the current situation and existing problems of college students’ involvement in agricultural entrepreneurship in the Zhanjiang area, and proposes a strategy of personal branding plus (Personal Brand+), empowering college students in the Zhanjiang area to engage in agricultural entrepreneurship and supporting the implementation of the rural revitalization strategy in the Zhanjiang area.

**Keywords:** new media, personal brand, college students, agriculture-related entrepreneurship

十九大报告中提出“乡村振兴战略”，指出必须把解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重。2015年政府报告中提出“大众创业、万众创新”，认为“大学生是实施创新驱动发展战略和推进‘双创’的生力军。”<sup>[1]</sup> 现代社会的乡村振兴离不开现代新型人才的支撑，在乡村振兴战略背景下，大众创新、万众创业的浪潮中，大学生到乡村开展创新创业将大有可为。

### 一、湛江地区大学生涉农创业的现状分析

1、政策背景：2021年湛江市政府在《湛江市国民经济和社会发展的第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》（下称“十四五规划”）第九章“推动乡村振兴富裕，全面实现城乡共同繁荣”中提出：“深入实施乡村振兴战略，强化以工补农、以城带乡，促进农村产业兴旺”，“推动形成协调发展、共同繁荣的新型工农城乡关系，加快农业农村现代化”<sup>[2]</sup>。

2、资源状况：湛江地处亚热带，有着丰富的农业自然资源，农业基础好。如有全国面积最大的徐闻“菠萝的海”，芒果种植基地14万亩<sup>[3]</sup>，廉江的荔枝、红橙等等各种热带水果，还有生蚝、对虾、生猪等等养殖业，资源丰富，不一而足。湛江拥有较多农业资源，但美中不足的是，除了少数农产品如徐闻菠萝、覃斗芒果外，基本没有形成全国著名的农产品特色品牌。

3、软硬件状况：这几年广东省政府搭建了国内首个省级农产品电商交易平台，兴建的青年创业园、农业电商培训基地，也有很多网红直播基地和MCN机构等，吸引了部分年轻的大学生回乡创业。目前乡村依然缺乏新型的人才，如何吸引更多年轻大学生回到乡村创业特别重要。

### 二、湛江地区大学生涉农创业面临的问题

2020年广东省政府把湛江定位为“省级副中心城市”，很多外地就读的本地大学生纷纷返乡工作，也吸引了很多外地大学生到湛江就业或创业。但是大学生创业主要的方向是文创、销售等行业，涉农创业占比较少。经研究发现，湛江地区的大学生涉农创业面临的问题具体如下：

(1) 个人意愿：湛江虽然是农业大市，有着多年的农业传统，农业基础较好、资源也非常丰富。但是乡村的大学生想通过上大学摆脱农村生活。很多湛江市区的大学生受传统观念影响，对从事农业有一定的抵触，大多不愿意从事涉农创业。据调查发现，2019年大学生就业或创业涉及的行业大部分与文创、网红等有关，涉农的创业比例偏低。

(2) 能力风险：大学生毕业刚涉足社会，一者所学的专业知识不一定匹配所从事的行业；二者经营能力不足，缺乏相关的创业经验；三者对创业环境、市场风险等的判断能力不足。甚至有部分大学生回到湛江地区，迫于就业压力或者一时冲动选择创业，容易因为能力经验不足造成

失败,存在极大的能力风险。

(3) 资源风险: 创业成功需要各种资源的整合,大学生初涉社会,一者缺乏各种资源,二者缺乏资源整合的能力。此外湛江市各乡镇政府由于资金、人手的原因,可能只是在大学生创业初期有一些国家政策扶持,往后的发展就完全依靠自己,这样对大学生是极大的考验,也非常不利于大学生涉农创业的可持续发展。

(4) 资金风险: 农业属于投入不少、回报周期相对较长的行业,风险较大。对于刚刚毕业的大学生而言,存在资金不足的问题。加之湛江属于经济欠发达地区,很多家庭经济条件一般,无法给孩子经济支持。另外,湛江当地经济欠发达,融资途径少,增加了创业初期筹集资金的难度,虽然国家有部分经费支持,但是对于需要持续投入的涉农创业而言远远不够。对于大学生,这是非常现实的问题。

基于以上分析,要解决以上大学生涉农创业面临的问题,首先要改变其观念,通过舆论造势,令其看到农村的大好天地,将可大展身手去创造一番事业。另外利用新媒体时代信息资源的传播优势和特点,进行个人品牌的塑造与传播,形成个人品牌效应,吸纳粉丝关注。通过粉丝的聚集,形成人脉资源、资本资金资源等的融通。

个人品牌最早由美国管理学专家汤姆·彼得斯于1997年提出,是指能被别人识别的,并让个人从竞争者中脱颖而出、能在别人头脑中留下清晰、独特的印象<sup>[4]</sup>。产品品牌主要体现品质和功能,不能脱离物质载体,个人品牌则是以符号价值为基础的超越<sup>[5]</sup>。但是两者均属于无形资产,能为企业带来经济利益,具有一定的商业价值:一是个人品牌的塑造提升人际关系的价值:对个人或企业的发展而言,带来更多的人脉关系和资源,促进粉丝量的增长,提升企业销售,同时带来更多资金融通的机会。二是个人品牌提升带来企业品牌及产品品牌的提升:通过个人品牌的塑造与传播,可以促进企业品牌和产品品牌价值的提升,最终增加企业的经济效益<sup>[6]</sup>。个人品牌在商业领域已经被认可及广泛应用,但是个人品牌与农业的结合还相对少,如褚时健的褚橙。大部分农产品还处在低端销售状态,有意识打造农产品品牌很少,更不会关联上经营者或者销售者的个人品牌让它产生品牌溢价。汤姆·彼得斯提出,21世纪,人人都可以打造个人品牌,借助免费的或者低成本的新媒体输出价值信息,扩大个人影响力,塑造高粘度的用户关系,打造品牌与用户的协调互动发展,从而实现个人品牌价值的变现<sup>[7]</sup>。初出社会的大学生要创业,特别是投入成本及风险都很大的涉农创业,改变创业策略,先利用新媒体低成本打造个人品牌显得特别重要。

面对湛江地区的农村市场,大学生创业可涉及的行业有两大类:一类是面向农户提供服务的,如农机租赁服务、物流仓储等。另外一类的面对消费者,提供农产品销售的。对于这两类行业而言,均可通过新媒体,塑造个人品牌,然后吸纳粉丝,形成更好的粉丝效应。通过新媒体+个人品牌+农业(产品/服务)的模式,赋能湛江地区大学生涉农创业,增加大学生涉农创业的路径——利用新媒体进低成本进行个人品牌打造,给大学生涉农创业团队带来可观的收益,具体的策略如下:

第一步,确定个人品牌定位:根据个人喜好结合市场

状况,确定个人品牌定位,是面向农户提供农业服务,还是面向消费者提供农产品。

第二步,进行目标顾客群分析:在确定个人品牌定位后,面向目标顾客群,精准分析目标顾客群体的需求及信息接收媒介。面对农户,服务的区域会小一些——只针对湛江本区域的农户提供服务就好,消费者则是面向全网。同时,了解目标人群的接收外界信息的习惯,喜欢看哪方面的信息,他们在各个平台的在网时长为多少等等?

第三步,确定个人品牌对外输出有价值的内容:针对目标顾客关注的内容,结合个人品牌的定位,打造垂直领域的内容。目前是全民皆刷短视频的新媒体时代,短视频为最好的传播方式。

第四步,确定个人品牌信息传播路径并打造渠道矩阵:目前针对湛江本地的农户服务平台利用抖音、快手等短视频平台的“同城”板块,通过定位功能,把个人品牌的信息通过“同城”板块推送给当地的农户。消费者则的面向全网,可以同时选择抖音、快手、微博、小红书等各大平台,对外传播有价值的内容。

第五步,持续输出,吸纳粉丝并增加黏性:新媒体时代,粉丝为王,拥有了粉丝,就等于拥有吸引资本、吸引上游供应商,实现资金融通、销量提升的目的。

第六步,个人品牌增值及价值变现:随着粉丝量的增长,个人品牌价值会不断提升,对拥有该个人品牌的大学生而言,就可以利用该个人品牌进行价值变现:1、吸引投资人投资进行创业资金融通;2、通过直播营销的方式,给粉丝推荐湛江本地的农特产品;3、给湛江本地的农户提供农业机械租赁等服务;4、通过在短视频中植入广告变现增加收入。

在个人品牌价值不断提升时,会吸引更多的社会资金和人脉资源投入到其中。在新媒体时代,运作个人品牌成本较低,整个运营过程操作起来并不难,这样在一定程度上解决了涉农创业过程中大学生资金缺乏、人脉资源不足等问题,这将给大学生涉农创业赋予极大的能量,成为新生代大学生涉农创业的助推器。

#### 参考文献:

- [1] 基于SWOT分析的广东湛江休闲农业发展研究[J]. 钟肖徽, 闫玉科, 丛瑞芳, 黄英. 南方农村. 2018年第2期
  - [2] 个人品牌的力量[J]. 中国企业家[J] 埃尔弗·努锡拉, 吴威. 2002年第11期
  - [3] 企业家个人品牌资产构成维度和量表开发[J]. 李丹妮. 山东社会科学. 2021年第8期
  - [4] 个人品牌在市场经济中的价值探究[J]. 曾婧. 铜仁学院学报. 2013年9月
  - [5] 自媒体时代个人品牌的塑造与传播推广[J]. 甄珍, 金欣. 台州学院学报. 2017年10月
- 基金项目: 湛江市2021年科技攻关计划非资助项目“乡村振兴战略背景下个人品牌赋能湛江大学生涉农创业的研究”(项目编号: 2021B01459)

作者简介: 梁玉梅, 女, 1977年12月生, 广东湛江人, 讲师, 研究方向: 营销、电子商务营销。