

跳马镇开展花卉苗木网络营销必要性分析

胡丝雨 肖建武
中南林业科技大学 湖南长沙 410004

摘要：随着互联网迅速发展，现已广泛应用于包括农业在内的各个产业之中，成为人们生产活动中不可或缺的重要部分，同时也带来了农产品营销模式的创新。近年来，全国各地立足市场需求，积极扶持农民发展花卉苗木产业，并将互联网与花卉苗木相互融合，使花卉苗木网络营销逐渐发展起来，改变原有的营销模式，拓宽销售渠道，帮助花卉苗木走出地域市场。跳马镇作为湖南省重要的苗木之乡，目前已逐步尝试开展网络营销，但并未大面积普及，本文将对跳马开展花卉苗木的必要性进行评估。

关键词：花卉苗木；网络营销；必要性分析；跳马镇；

Necessity analysis of flower seedling network marketing in Jumma Town

Siyu Hu, Jianwu Xiao
Central South Forestry University, Changsha, Hunan, 410004

Abstract: With the rapid development of the Internet, it has been widely used in various industries including agriculture, and has become an indispensable part of people's production activities. At the same time, it also brings the innovation of marketing mode of agricultural products. In recent years, all over the country based on market demand, actively support farmers to develop the flower seedling industry. It will be the Internet and flower seedlings mutual integration, flower seedlings network marketing gradually developed, change the original marketing mode, expand sales channels, help flower seedlings out of the regional market. Jumma Town, an important seedling town in Hunan Province, has gradually tried to carry out network marketing, but it has not been widely popularized. This paper will evaluate the necessity of developing flower seedlings in vault horses.

key word: Flower seedlings; network marketing; Necessity analysis; Tiaoma Town

一、概况评估

跳马镇是中国首批“花木之乡”和“红继木之乡”，花卉苗木产业已有 50 多年历史。该镇地处长、株、潭三市结合部，是长沙浏阳河百里花木走廊的核心生产区域，地理位置较为便利，丘陵与平原交错分布，气候为亚热带季风湿润气候，四季分明，光照充足，降水丰富，森林覆盖率达 90% 以上。^[1]且该镇号称长、株、潭地区的“绿心绿肺”，花卉苗木产业发展较好。该镇种植户以种植花卉苗木为主，全镇花卉苗木年产值逾 10 亿元，种植面积达 13 万亩，品种含括 123 个，直接或间接从事花卉苗木产业的人员超过 4 万人，花卉苗木专业合作社 95 个，规模化花卉苗木基地 28 个，花卉苗木已经成为该镇脱贫攻坚的重要产业。

二、必要性评估

通过调研走访跳马镇，发放问卷 350 份，回收 350，有效问卷 329 份，有效率 94%。目前跳马开展网络营销的种植户仅占 34%，其中对网络营销非常了解的仅占 6%。而愿意参加网络营销的种植户占 64%，对网

络营销需求非常大和较大的种植户占了 65%。经对未开展网络营销的种植户进行调研，其大部分表示没有开展网络营销是因为对网络营销不是很了解，而对网络营销的需求却很大，因此开展花卉苗木的网络营销势在必行。

2.1 网络营销是大势所趋

21 世纪是网络化、信息化的时代，而时代在发展、更新的过程中，市场也在随之发生变化。在网络化、信息化的当代，农产品都相继加入了网络营销，花卉苗木自然也不例外。如果没有及时地实施营销模式更新、改革，不能及时适应市场的变化，违背市场的发展，从而不能够满足市场发展的需求，其结果必然会被市场所淘汰，更不用说在激烈的市场竞争中获得生存、发展的条件。^[2]因此，跳马开展花卉苗木网络营销是大势所趋。

2.2 种植户视角

2.2.1 提高市场竞争力

通过调研走访得知，跳马镇许多种植户都存在销售困难、市场行情不好、花卉苗木市场供大于求、竞争压力大等各种问题，处于销售瓶颈期。传统的花卉苗木市场仅仅依靠传统的口口相传，面对面交易，很难在竞争

激烈的市场中坚持下去。通过开展网络营销，并在逐步完善和成熟的基础上强化自身的市场竞争力，发挥自身的运营管理优势。强化运营管理活动的整体有效性，为跳马在苗木市场上的竞争提供良好的市场环境，进而提高跳马的市场竞争力。

2.2.2 降低运营成本

传统的苗木门店因地段、租金、人工成本等各种因素，整体运营成本较高。在苗木销量不好的情况下，种植户很有可能会亏本营业。但网络营销不同，不需要租用大的店面，还可以缩减销售人员的工资成本等等。首先，网络营销可以实现最大限度的节约资源和获取信息，使得种植户从中获得经济效益。利用互联网降低种植户在交通、通讯、人工、财务、租金等方面的成本，这为跳马的苗木的发展提供了便捷的途径及更多的可能性，其次，网络营销范围广，广告成本低，操作方便、效果明显、易于接受。网络营销这种全新的营销管理模式，最大限度的整合了多方面的合作运营，降低了企业的运营成本。

2.2.3 拓宽营销渠道

跳马传统的花卉苗木购买主要还是熟客介绍为主，客源比较有限，无法让全国客户都看到自己的苗木产品，地域局限性较强。而网络营销则可以很好的解决这一问题，网络营销的覆盖面范围广，还能够让全国各地的人们看到，从而最大限度地拓展了市场。如阿里巴巴、淘宝、京东、美团、抖音、快手等互联网商品销售平台，种植户借助互联网的平台，搭上网络营销的快车，实现多渠道销售。同时随着网络的不断发展，支付方式也逐渐出现虚拟化，可以直接打开微信、支付宝等客户端进行虚拟消费。现在市场的消费模式随着网络时代的到来，出现了更多种类，更丰富的平台。

2.3 消费者视角

2.3.1 满足消费者多样化需求

新一代消费行为正在发生改变，大多数客户现在因为网上品种众多、价格便宜、物流方便又节省时间等原因更倾向于网上购物。网络上苗木品种众多，消费需求也存在着千差万别，消费者可以根据自己的个人爱好、经济收入等情况，选择不同品种、不同规格的苗木。传统的苗木市场，因为地域限制原因，消费者可以挑选的品种很少，因而个性不得不被压抑。但是通过网络营销，全国的苗木都可以供消费者选择，从市场而言，每一个消费者都是一个细分市场，个性化消费也将成为以后消费的主流，因此网络营销更利于满足消费者需求的多样性。

2.3.2 提高消费者购买效率

传统的苗木市场购买苗木往往比较费时，且价格不太透明。有一部分苗木产品价格昂贵，很难一时之间决定是否购买。最后往往既浪费了时间，也没完成交易。而网络营销突破了时间和空间的限制，给了消费者足够

多的时间和机会，随时随地通过互联网进行沟通和购买。消费者通过对比多家网店，在品种上选择性更多，在价格上也更加透明，网络营销为消费者提供了更多的购买优势，增加了消费者的购买效率。^[3]

2.3.3 维护消费者权益

现在网络营销的管理相对规范严格，店铺的信誉度掌握在消费者手中。消费者可以在网上随时维权，如果收到的苗木不满意，可以通过网络平台上进行沟通赔偿处理。基于苗木产品的特殊性，短期之内很难看出其生成效果，后期的移植、养护过程更为重要。传统的实体店，由于路途遥远，很少有消费者再回去咨询。而电话咨询，因为缺少平台管制，消费者就得不到优质的售后保障。网络营销则不同，在商家不处理的情况下，消费者还可以通过网络平台处理，这对于消费者来说很大程度地提高了售后保障服务。

三、跳马镇花卉苗木网络营销发展前景和未来趋势分析

网络营销在花卉苗木经营中的重要地位日益凸显。近年出现的互联网营销让花卉苗木销售方式从根本上得到改变，颠覆了一般意义上“种植—销售”模式，运用大数据分析消费者需求，并以此组织花卉苗木的生产和销售，让花卉苗木不再卖货难。网络营销为种植户提供精确、动态、科学的全方位信息服务，成为跳马镇花卉苗木发展的新引擎。

3.1 跳马镇花卉苗木网络营销规模将稳步上升

跳马镇参与网络营销的种植户不多，大多种植户年龄偏大，对于电脑和智能手机的操作不熟悉，所以热衷于传统线下交易。但是在未来几十年，跳马镇的花卉苗木经营会交接在下一代年轻人手上，这些年轻人文化水平高，思维活跃，对互联网非常熟悉，也深知参与网络营销的好处。他们的经营思维与上一代存在较大差距，时代在进步，花卉苗木经营者也在更替，这将使跳马镇网络营销迈上一个新台阶，所以跳马镇花卉苗木网络营销规模将呈稳步上升趋势。

3.2 跳马镇花卉苗木网络营销方式将更加多元化

目前，跳马镇网络营销已经出现了多种营销方式。有的在自家建设的花卉苗木网站上进行网络营销，有的通过淘宝、京东等网购APP进行网络营销，有的则通过微信朋友圈宣传，还有的种植户已经借助抖音、快手等短视频直播平台开展新的营销方式。除了现有的微信营销、抖音小视频营销、微博和博客营销、邮件营销、QQ营销等方式以外，未来的网络营销方式会更加多元化。加之人们的消费习惯各有差异，网购途径、方式各不相同，只有发展多元化营销方式才能更好满足消费者多元化需求。由此可见，网络营销方式更加多元化，也是跳马镇花卉苗木网络营销的一个发展趋势。

3.3 跳马镇花卉苗木网络营销相关法律法规趋于健全

由于跳马镇参与网络营销的种植户不是很多，所以当地政府方面还没有出台相关文件规范种植户的网络营销活动，导致种植户之间售出的花卉苗木产品品质不齐。此外，部分花卉苗木产品价格较高，如果没有购买保障，会影响跳马镇花卉苗木的销售量。虽然我国政府部门已经出台网络营销的相关法律法规，但是仍然存在许多问题，如花卉苗木购买者在权益保护方面还有所欠缺，在网上购买大型花卉苗木仍然存在许多风险，如每个地方对花卉苗木的冠幅规格计算方法不同，有的是从地面开始量，有的是从地下根部开始量，这就导致消费者收到的花卉苗木大小存在差异。此外，各地对花卉苗木的质量标准也不一样，故网上购买花卉苗木的风险不能有效规避，需要健全与完善相关法律法规。因此，网络营销相关法律法规趋于健全是跳马镇花卉苗木网络营销的一个发展趋势。

3.4 跳马镇花卉苗木网络营销视频广告将日益突出

目前跳马镇花卉苗木未注重互联网平台的宣传，很多外地消费者不清楚该镇花卉苗木优势。随着各种小视频和直播带货的火爆，网络视频广告正作为一种全新的宣传方式进入大众视野，网络视频广告相比传统广告更加直观、有效。并且这些直播应用的用户众多，如果跳马镇种植户采用网络视频广告宣传花卉苗木，获取用户关注，可以增加跳马镇花卉苗木销售量。通过网络视频让跳马镇花卉苗木走出去，让跳马镇花卉苗木真正壮大起来，彰显跳马镇花卉苗木优势，从而使花卉苗木行业

得到更好发展。未来，网络视频广告在网络推广与宣传手段中占据重要地位。

四、总结

网络营销已是大势所趋，越来越多的花卉苗木企业都加入了网络营销。从种植户的角度，跳马开展花卉苗木网络有利于提高市场竞争力、降低运营成本、拓宽营销渠道。从消费者的角度，跳马开展花卉苗木网络有利于满足消费者多样化需求、提高消费者购买效率、帮助消费者售后维权。这对跳马以后的花卉苗木发展有着十分重要的作用和深远的意义。项目的成功开展，为跳马花卉苗木的经营和发展注入新的血液，拓宽了发展渠道，使跳马在苗木行业中树立了良好的社会形象，提升了跳马苗木经营地位和知名度，为跳马以后在苗木行业的发展奠定了坚实的基础。在如今激烈的社会竞争中，跳马镇开展花卉苗木网络营销是非常有必要的。

参考文献：

- [1] 龚希. 长沙县跳马镇乡土景观资源的整合与利用研究 [D]. 中南林业科技大学, 2014.
- [2] 刘奕. 5G 网络技术对提升 4G 网络性能的研究 [J]. 数码世界, 2020(04):24.
- [3] 万磊. 理与义：乡村振兴中的资本与精英 [D]. 华中师范大学, 2020. DOI:10. 27159/d.cnki. ghzsu. 2020.000085.