

# 高职教育服务区域农产品品牌运营

## ——以乡村振兴为背景的探索与实践

黄均勇 唐小翠

广西交通职业技术学院 广西 南宁 530023

**【摘要】**：乡村振兴是为了帮助乡村的各条已有的产业链升级换代，促进新的产业链出现和发展。而对于农产品的品牌形象塑造，以及农产品的品牌化营销方式和路径来说，他们是真正符合市场需求的，真正与现代化产品销售与推广路径相契合的，对于农产品和农业企业的发展有着长远的利益，对于企业的眼光和未来的发展上限，发展的效率都是一种提升。高职院校可以发挥自身的教育专长，对于乡村的振兴工作以及农产品的品牌化营销进行思想意识上的引导，以及方式方法上的教学。进而提升乡村各级各层产业工作人员的综合素养，乡村振兴意识，品牌化发展意识。

**【关键词】**：乡村振兴；高职教育；区域农产品；品牌运营

### Higher Vocational Education Service Regional Agricultural Products Brand Operation

-- Exploration and Practice with Rural Revitalization as the Background

Junyong Huang, Xiaocui Tang

Guangxi Transportation Vocational and Technical College Guangxi Nanning 530023

**Abstract:** Rural revitalization is to help upgrade the existing industrial chains in rural areas, and promote the emergence and development of new industrial chains. For the brand image of agricultural products, and agricultural products brand marketing way and path, they are truly meet the market demand, real and modern product sales and promotion path, for the development of agricultural products and agricultural enterprises has long-term interests, for the development of the vision of the enterprise and the future ceiling, the development efficiency is a kind of promotion. Higher vocational colleges can give full play to their own educational expertise, and guide the rural revitalization work and the brand marketing of agricultural products ideologically, as well as the teaching of methods and methods. Then improve the comprehensive quality of industrial staff at all levels of rural areas, the awareness of rural revitalization and brand development.

**Keywords:** Rural revitalization; Higher vocational education; Regional agricultural products; Brand operation

## 引言

当前高职教育服务乡村振兴背景之下的区域农产品品牌运营仍然存在一些问题。比如，新生代年轻人不愿意留在农村，一心向往大城市的生活，对于农业技术的了解程度难以支持其做出明显成绩，年轻人对于农业及农产品的兴趣不足，可能不太愿意在此方面下功夫。另外，从高职院校的课程设置来看，关于品牌运营的课程体系没有实现与农业农产品的精准对接，教学实践也不足，使得学生空有理论而缺少实操，在今后的真正的实践中可能会遇到各种阻碍。社会各界对于校企合作的重视程度也有待加强，应当设置各种激励机制提升学生及企业的积极性，做到在毕业时精准就业，符合市场需求，也能适应彼此的需要。

## 1 高职教育服务乡村振兴的机遇与现实要义

在当前国家政策的指导下，社会各界对于职业教育的重视程度不断提升，各行业对于具有专业技能的人才的需求也不断上升，高职教育作为职业人才培养的摇篮，在各领域发挥着重要作用。之前的一段时间，高职教育的培养模式及办学机制都

在政府部门的直接管理之下，毕业生的发展方向比较封闭，与社会需要难以合理匹配。随着教育转型的不断升级，在供给侧结构性改革的背景下，适应市场需求的专业不断生成，对职业教育的重视程度也有所显现，这正是职业教育的发展机遇。实施乡村振兴战略的关键在于人才的应用，只有吸引到专业技术人才真正投身于新农村建设，才能为农业技术的普及发展提供不竭动力，改变落后的生产方式，并畅通农产品的销售渠道，通过电子商务平台与果农、菜农等的合作，并对产品进行定位，走品牌运营路径，实现双方共赢的局面。

## 2 乡村振兴背景下区域农产品品牌营销的重要性

### 2.1 能够更好地满足市场需求

消费时代，各行各业都被赋予了除产品以外的其他附加价值，农业产品也不例外。全国范围内的农产品市场在近几年开始大面积地出现竞争加剧现象。但是农产品的竞争加剧一方面刺激了农产品市场增加了农产品的收益，另一方面也造成了农产品严重的同质化现象。所以为了区分出产品的差别，为了令消费者增加自身产品的粘性，大多数的农产品厂家会寻求品牌

的竖立,开始进行农产品的品牌营销。另外,消费者的收入水平在最近几年整体上是持续提高的,对于生态化的食物产品需求也在增加,厌倦了城市里的速食产品,快餐产品,添加剂产品的城市居民开始把目光投向更加绿色生态的农产品不仅对于农产品的基础需求增加,还对于农产品的种类提出更高的期待。人们开始不满足于仅仅被动地接受市场上现有的农产品,他们还会提出自己心目中理想的农产品的口味,外形甚至对于农产品的产地也做出区分和要求。在这样的市场环境之下,农产品生产者只有接受产品的品牌意识,围绕产品塑造品牌,来满足消费者的多样化需求,以求提高自身产品的市场竞争力。另外在如今提倡乡村振兴的政策环境之下,树立农产品的品牌意识,打造农产品的品牌营销路径可以说是提高产品的销量,打开产品销路,并大幅度占有市场的唯一路径。乡村振兴对于农村的各类产业升级换代有着较高的要求,推动农产品产业品牌化是能够符合促进农业产业升级的方向性要求。进行农产品的品牌化发展和营销,不仅仅是满足市场需求,提高销量增加收益的途径,更能够掌握农产品的生产,加工与销售全流程。

## 2.2 有助于加快相关企业的发展效率

乡村振兴是为了帮助乡村的各条已有的产业链升级换代,促进新的产业链出现和发展。而对于农产品的品牌形象塑造,以及农产品的品牌化营销方式和路径来说,他们是真正符合市场需求的,真正与现代化产品销售与推广路径相契合的,对于农产品和农业企业的发展有着长远的利益,对于企业的眼光和未来的发展上限,发展的效率都是一种提升。具体分析品牌营销发展路径对于农产品销售,以及农业企业的发展益处可以分为两个角度。第一个角度是品牌的塑造使农产品的生产,加工和销售等等所有的环节都能够被掌握,那么农产品的产地控制,生产方式,以及产品的管理都有章可循,所以消费者最关心的质量也很大程度上能够被保证。消费者认可农产品的质量,喜欢农产品,就会增加企业的营收额度,促使企业进一步加强管理水平,进一步把控农产品的生产质量,形成良性的产品营销适合生产循环。从另一个角度看,农产品的品牌营销,可以大大地提高农产品生产和销售的主动性,既可以避免信息的不对称造成的资源浪费,又可以刺激农产品生产企业在利益的驱动下改进农产品的生产和营销。农产品企业加强对于市场的掌握,不断地调研市场的反应和需求,针对需求对于农产品进行品牌的塑造,最终企业的工作效率会得到提高,对于市场的敏感程度也将提升。

## 2.3 能够有效提升客户满意度水平

品牌最大的作用就是令产品与消费者建立长久的友好联系,品牌价值指的就是该品牌的产品在消费者心目中的分量,体现该品牌厂家的生产实力与营销实力。对于农产品来说,过去的小范围内的粗犷式的售卖发展已经跟不上市场与时代的需求。通过对于农产品的品牌建立和塑造,引导消费者认识该

产品,培育消费者的消费习惯,不断积累消费者与自身品牌农产品之间的信任与忠诚度。为了使消费者更多的购买自身品牌的农产品,产生更多的复购消费,也就是通常说的“回头客”,提高对于市场的占有率,必须要做好农产品的精确定位,加强对于农产品的品牌宣传。在互联网如此发达的今天任何的品牌营销和产品的推广都离不开互联网,通过互联网可以在短时间内提高产品品牌的知名度。在乡村振兴要求乡村的产业和产品更多地和消费者建立联系,满足消费者需求,最终完成产业的升级。

## 3 高职教育服务乡村振兴下区域农产品品牌运营标准化的策略

### 3.1 全面完善人才培养计划,服务农产品品牌营销

乡村振兴战略下,需要将品牌营销人才培养计划合理化,将政府、企业和高职院校的职能进行整合,充分发挥每个主体的作用。政府需要积极制定品牌运营进乡村的扶植政策,推动农产品品牌运营产业园区的建设,可以利用政府的影响力进行招商引资,加强与知名品牌运营企业的合作,使得村集体为打开村民的思想,多多参与品牌运营。高职院校作为人才培养的基础阵地,需要制定农产品品牌运营人才培养的专项计划,充分利用政府在政策上的大力支持,积极配合乡村振兴发展战略的方案,通过减免学费和设置奖学金等政策来吸引更多生源学习品牌运营专业并投身于乡村振兴计划,为农产品品牌化的发展贡献自己的力量。

### 3.2 搭建农产品品牌运营实训平台,提高实战能力

只有理论而没有实践的学习是无法内化的,高职教育应当充分发挥职业技能培训的优势,完善教育培训系统,搭建农产品品牌运营实训平台,购入相关的实训设备,鼓励学生实际操作,在实践当中遇到问题,解决问题,真正掌握农产品品牌运营技能。当然,专业理论的考察也不能放松,没有理论指导的实践是空虚的,只有理论与实践有机结合才能有更加长远的发展。教师还应该注意在理论授课和实践操作过程中结合学生的接受程度,随时调整教学策略,对于重点和难点反复说明并重点关注学生的反馈,不断优化农产品品牌运营的教育模式,引入企业兼职教师进行实训课程的评价,最大程度让学生掌握的技能与当下市场的需求相匹配,促进顺利就业及农村农产品品牌运营的发展。

### 3.3 重视农业科研成果转化,提高品牌的核心竞争力

高职院校具有一定的科研优势,可以结合乡村振兴战略,提出如何发展农村经济,如何促进农业农民与市场相结合的策略。具体而言,高职院校可以探索本地农产品的标准化生产、特色性生产等,在供产销方面畅通渠道,打开市场,进一步将产品优质的农产品进行科研成果转化,出现在越来越多市民的餐桌上。高职院校要考虑将农产品品牌运营联系涉农企业形成

产业链，与企业建立联合培训基地，打造具有专业素质且丰富经验的专业团队，真正实现科研成果的转化，为乡村经济的发展添砖加瓦。可以说农产品品牌运营是一门极具综合性的学科，不但要掌握财务知识、网络营销的专业知识，计算机技术以及所售相关产品的知识也要有所涉猎。在进行科研成果转化的过程中一定要避免纸上谈兵及闭门造车现象的出现，必须考虑到市场的供需状况，实行产教结合，更好地服务于农村经济的发展。

## 4 乡村振兴背景下高职教育服务农产品品牌营销的优劣势分析

### 4.1 优势分析

#### (1) 农产品种类多，能够满足不同市场需求

我国是农业大国，随着农业生产技术的不断进步，农产品的种类不断增多，加上我国南北跨度大，气候条件适宜农业种植，农作物种植范围较大、品种较多，因此可以更好地满足不同消费市场的需求。在乡村振兴背景下，较多的农产品品种成为实施品牌营销的重要基础，进而可以在现有的基础上针对不同农产品塑造相应的品牌，充分发挥品牌效应，使得农产品品牌能够快速传播。

#### (2) 品牌营销意识不断强化

随着农村经济的进一步发展，广大农民和农业企业管理者的整体素质不断提升，其对品牌的认知度显著提升，对农业发展中品牌的重要性有了更好的认知。在乡村振兴战略下，品牌营销意识的不断强化使得农产品品牌营销能够具有更多的保障，农产品品牌营销难度和成本也会因此而降低。

### 参考文献：

- [1] 聂召英,王伊欢.乡村振兴战略下农村电商公共服务体系适应性问题研究--以S省H市C县D镇农村电商的实践为例[J].世界农业,2021(4):10.
- [2] 王思涵.乡村振兴背景下高职院校农村电商人才培养模式研究--以铜仁职业技术学院为例[J].产业与科技论坛,2020,19(23):2.
- [3] 王万川,钱俊,潘毅.乡村振兴背景下高职院校提升农村电商人才有效供给研究[J].淮北职业技术学院学报,2018,17(5):4.

基金项目：本文为广西哲学社会科学规划研究课题“数字经济下广西乡村农产品品牌建设研究”（课题编号：21BGL018）的阶段成果

### 4.2 劣势分析

#### (1) 农产品标准化程度低，产品质量有待于提高

在农产品品牌营销过程中，农产品的标准化程度具有重要的影响作用。我国农业生产的标准化程度还较低，没有构建完善的品质标准体系，在质量认证和检测标准等方面还存在很多的问题。实施品牌营销需要在产品研发、质量检测检验等方面的标准和体系作为支撑。

#### (2) 缺乏有效的品牌规划

农产品的品牌营销不是一蹴而就的，从产品品牌的塑造、品牌设计、品牌宣传和营销等都需要完善的规划，以此确保农产品品牌的长期有效性。由于我国农产品品种较多、生产总量较大，而农产品品牌规划还存在很多的缺失，使得农产品品牌在价值和效益方面显得较低。

## 5 结束语

综合上述讨论会发现，首先实施乡村振兴就需要符合市场规律，迎合市场发展需求，而为了满足市场的需求，对于农产品的品牌化营销成为主要的发展路径，尤其是区域化的农产品，停留在区域内市场进行销售，是无法达到扩大产业，振兴乡村的目的。乡村振兴为区域农产品的营销提供了巨大的助力，但是根据分析，区域农产品的品牌化营销之路也存在不少的阻碍与缺陷。所以要尽快针对区域农产品的品牌化运营短板，进行定位的明晰，资金的支持和政策的倾斜，并与时俱进利用好点子计算机技术和互联网技术，并从意识上提高对于区域农产品品牌化营销的重要性认识。高职教育正应该承担起上述发展思路和理念意识的宣传和引导，以教育的方式和口吻推动农产品品牌营销意识的普及推广。