

新媒体时代西北黑枸杞社会化营销策略分析

姚岚 李巧苗

浙江农林大学暨阳学院人文学院

[摘要]黑枸杞是一种具有优良药用保健价值的多年生、耐盐、抗旱的优良树种，是一种综合经济效益和盐碱地改良的优良资源。中国自然生态条件复杂，各类农产品品种多样，具有鲜明的特色，因此，如何在市场上建立有效的市场，推动其发展，是目前我国农业营销面临的一个重大课题。与传统的营销方法相比，新型媒体在内容上更加细致、新颖，能够吸引更多的顾客，并且不受地域、时间等因素的制约，更加贴近受众，整体经营成本也相对较低。农产品社会化经营是农产品、农产品生产者和经营主体全面发展的必然要求和指导，是加快现代农业的市场化进程，是实现企业快速发展、创新创业、增加农民收入的重要手段。

[关键词]新媒体；社会化营销；西北黑枸杞

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.1286

一、西北黑枸杞社会化营销现状

(一) 西北黑枸杞发展概况

1. 西北黑枸杞的种植区域：

黑枸杞是一种多年生、耐盐、抗旱的优良野生植物，具有很高的药用保健价值，是一种既能提高经济效益又能改善盐碱地的生态效益的优良品种。目前，我国大部分的黑枸杞栽培方式是以人工栽培为主，黑枸杞主要产于青海，新疆和甘肃，具有较强的耐盐碱、耐贫瘠、耐寒、耐干旱特性。当黑枸杞在8-9月成熟的时候，当其果实呈现深紫色、颗粒饱满的时候，可以进行采摘。在秋后，由于生长期不成熟，果实不饱满的情况下，不能播种，在这一年，种子最佳，发芽率在90%以上，2年以上的，发芽率较低，因此要选用新品种。

2. 西北黑枸杞的经济价值：

黑枸杞是一种很温和的药材，味道甘甜。其中微量元素13种，氨基酸17种，其中钙、镁、铁、锌的含量比红果的多。现代医学研究显示，黑枸杞具有抗癌、防癌的作用，主要是它所含的花色苷可以间接抑制肿瘤的扩散，同时，它还是一种很强的抗氧化成分，可以延缓衰老，增强身体素质，延长寿命，所以它的药用价值很高，黑枸杞因其具有极高的营养和保健功效，近年来深受广大消费者的青睐，其发展前景十分广阔。

(二) 农产品西北黑枸杞社会化营销历程

1. 沟通环境的变化：单向——双向

传统的市场沟通是在20世纪产业发展和大众媒介的发展背景下逐渐形成的，市场主体的市场行为是随着媒介的改变而发生的，市场主体的信息是由经营者主动提供的，并通过具有发言权的传统媒介向消费者传达，消费者只能被迫“被接受”，不能按照自己的意愿选择信息的时间、类型、内容，也不能对产品信息的可信性进行深入的理解和检验，对市场营销人员来说，信息的准确和有效到达率都会造成一定的损失。

2. 市场环境的变化：大众——分类

科技创新推动了市场经济的蓬勃发展，人民生活水平、教育水平、经济实力都得到了极大的提升。目前的商品市场种类繁多，但同质化严重，没有任何创新和突破，消费者的选择越来越多，但往往会陷入两难的境地，通过大数据挖掘，提升产品的附加值，分析顾客的喜好，从而提升产品的品牌和市场，从而增加产品的市场竞争力，占领更多的市场份额。

(三) 新媒体时代农产品西北黑枸杞社会化营销的必要性

1. 有助于拓展销售

销售渠道是农产品通过信息向资本的转换，是农民、农产品企业与消费者之间的纽带。近几年，由于农产品电商平台持续占据农产品市场，农产品在线销售快速发展，已成为近几年发展最快的网络购物领域，已成功培育了消费者的购物习惯，打通了农产品的销售渠道，实现营销渠道“多渠道，少环节”，发挥特色、优势农产品的市场优势。

2. 有助于发展地域优势农产品特色，降低成本

在使用新媒体营销的企业里，搜索引擎营销和参与电商直播活动推广是最受欢迎的，利用即时聊天工具进行营销推广是最长使用地快捷方式。新媒体营销能够针对不同的受众群体进行不同的产品营销活动，个性化、标签化、关键词是当今信息社会的一个主要特点，为消费者提供个性化的商品，是企业拓展市场的一种新方式。

(四) 西北黑枸杞社会化营销创新模式

1. 建立营销信息化网络

建立一个信息化系统是新媒体环境下农产品市场营销的一个重要内容。通过新媒体和资讯科技，农民能够实现网上交易，平等交流，并能得到有效的回馈，特色农产品和微信号商家入驻，商家主要负责产品的宣传，农产品的生产商或销售商则负责产品的加工、配送；新媒体市场具有操作简单，推广成本低，切实可行的优势。

2. 供应链营销模式

要开展农产品新媒体营销，就必须充分发挥网络的优势，搭建起新的线上、线下相结合的新平台，使农产品的网上、线下销售达到良好的对接。在供应链上，主要企业对农户的生产进行控制，保证农产品的标准化、一致性，保证产品的品质与安全性。这种供应链营销方式，既能适应本地的市场需要，又能把本地特产的产品送往全国。

二、现有社会化营销策略

(一) 强化新媒体网络营销观念与技能，探索新型营销模式

改变农业生产网络营销理念，引导农民直接参与到网上销售中来，既能促进农民的收入、技术水平，又能培育出具有互联网经营理念的新农民，又能通过多元化的市场主体逐步形成有序、规范的新媒体营销环境。科学家毛亮、陈晓华和王一平提出，新的经营模式可以有效地促进特色农产品的销售，增加贫困地区农民的收入，农产品的种植、加工利用新媒体向消费者进行即时的传播，从而增强了消费者对产品品质的认知。

(二) 树立品牌意识

品牌意识建设应该为用户确立指导原则，在长期指导理念的指导下，为此类品牌创造潜意识的认同感。有学者认为，地方政府应当在宏观上起主导作用，要转变传统的农业生产方式，从深层挖掘当地的农业资源，并在现有的基础上对其进行优化。

(三) 加强线下物流合作

物流运营框架是依托于网络平台来建立农产品的直销运营模式。通过与农户签订购销合同，将农产品与物流体系连接起来，可以有效地减少产品的运输、配送费用，从而达到最大限度地提高企业的经济效益。另外，要建设农产品超市的定位平台，以及直接采购、经营采购等国内商品的市场体系。

三、西北黑枸杞社会化营销存在问题与改进建议

(一) 黑枸杞社会化营销存在问题

1. 农民认知不足, 缺乏先进经营概念

由于西北地区多山少, 气候干燥, 生产脱离市场, 销售多以来商上门采购等传统交易方式。在自媒体时代, 大多数的农产品生产者很难通过社会化营销方式进行销售, 因为他们大多没有较好的网络营销能力, 也不了解新媒体的营销, 也不相信新媒体的营销能力, 觉得这是一种虚假的宣传, 或者觉得质量太差, 卖不出去。

2. 营销门槛过低, 体系建设和规范相对落后

很多新媒体都会利用专门的平台来帮助农业, 帮助农业, 帮助贫困人口, 比如, 诸如“信任”和“慈善”之类的服务, 这些都是专门为农产品网上销售服务的, 而市场软件则被广泛地运用到朋友圈、公众账户和各类媒介中, 许多网友在购买之后都有过例行的体验, 对此内容的真实性表示质疑。究其原因, 在于新媒介的网络营销门槛过低, 新媒介的营销标准不够规范, 存在着许多不规范的行为, 这也是新媒体营销的相关制度与管理规范的缺失。

(二) 黑枸杞社会化营销改进建议

1. 提升农民品牌发展意识

劳动的变迁, 职业农民的产生, 农民已不能代表社会的身份, 而成为一种职业, 一种生存的方式。研究西北黑枸杞为自有品牌新产品, 因此在营销策略的实施过程中必须进行系统的以顾客为导向的开发流程。需要营销者加强对市场变动的反应速度, 与顾客建立长久的和谐关系, 以人性化的销售方式向顾客推荐商品, 并且在售前、售中、售后与顾客保持紧密的关系, 让顾客对产品和服务的使用更放心、舒心。

2. 完善法律法规, 规范准入门槛

我们要对外部市场进行检验, 把西北地区的黑枸杞产品和初步的市场推广方案引进到真正的目标市场。测试产品的目标和定位策略, 广告, 分销, 定价, 品牌和包装, 和预算的匹配。

四、结论

在新媒介时代, 信息与农产品紧密联系在一起。随着信息技

术的持续创新, 网络的应用功能得到了极大的发展, 传统的电子商务已经进入了一个高度融合的新媒介时代。我国在推进农业现代化、深化改革、“互联网+”理念的同时, 也在不断地充实和健全农业信息化的基础设施, 增强了农产品与消费者之间的密切关系, 促进“三农”的发展, 这是一个新的时代机遇。农资企业应主动利用新媒体进行市场营销。

参考文献:

- [1] 刘德喜. 西北地区黑枸杞栽培管理技术[J]. 现代农业科技, 2015(14): 76-77.
- [2] 吴晓晖. “新零售”模式下的农产品之路[J]. 营销界, 2021(30): 1-2.
- [3] 刘欣庭, 汪玲. 新媒体时代直播助农营销模式与路径探究[J]. 传媒论坛, 2021, 4(19): 156-157+160.
- [4] 王素玲. 新媒体背景下特色农产品营销策略分析[J]. 现代农业研究, 2019(12): 142-143.
- [5] 张莹. 新媒体时代的农产品营销思路新探[J]. 现代营销(下旬刊), 2017(02): 36-37.
- [6] 毛亮, 陈晓华, 王一平. “直播带货”助农营销模式浅议[J]. 合作经济与科技, 2021(05): 88-89.
- [7] 项凯. 农村电商直播之于乡村振兴战略的成效、问题及建议[J]. 农村经济与科技, 2021, 32(04): 165-166.
- [8] 高鲲. 黑枸杞的研究进展[J]. 辽宁农业职业技术学院学报, 2021, 23(01): 4-6.
- [9] 詹立平, 赵鑫, 刘志梅. 黑枸杞的研究进展及应用前景展望[J]. 辽宁林业科技, 2018(01): 61-62+70.

基金项目: 浙江农林大学暨阳学院科研训练计划资助项目 (JYKC2037)

(上接第2466页)

制在合理的范围之内。

(三) 拓宽内部审计范围

事业单位内部所开展的审计工作应当具备全面性、代表性、完整性, 因此事业单位应当拓宽内部审计范围, 转变以往单方面重视财务管理而忽视业务管理的思想观念, 同时事业单位也需要对非财务性质的管理活动实施综合全面的审计分析, 对其中大量非财务性质的活动进行评估。事业单位内部审计部门还需要注重成果转化, 尽可能将审计成果进行实时高效地运用, 在运行过程中参照审计结果完成内部管理控制, 完成过程管理、监督管理。此外, 事业单位还需要对现有的审计范围以及审计工作进行有效拓宽, 使得单位内部能够做到全面审计, 提高事业单位的综合运行效率, 尽可能突破传统审计工作存在的限制。比如事业单位内部各部门在审计工作中应当相互配合, 单位需要创新审计方法, 完成对审计人员的科学调配, 有效拓宽审计范围, 采取由浅入深、循序渐进的审计管理方式, 在进行全面衡量的情况下进行可行性探究, 确保审计工作能够覆盖事业单位的方方面面, 对其中的风险点进行有效的控制, 提高审计管理工作的全局性、完整性。

(四) 完善人员培训制度

新时期事业单位开展了全面预算管理工作, 在财会管理、业务管理期间, 结合了一系列的配套管理措施、管理机制、管理手段, 确保各项工作能够有效衔接, 以此来提高事业单位内部财务管理水平。因此现阶段的内部审计工作具备综合性、复杂性、完

整性, 事业单位审计人员应当革新现有的工作管理模式、管理机制, 同时引进全新的管理手段、管理策略来提高工作效率。为此事业单位需要完成对审计人员的教育培训, 使其在当今财政信息化时代能够稳定高效地开展财务管理、审计管理以及业务管理, 将事业单位内部各项管理工作、管理流程进行科学合理地审视、分析, 完善管理手段、管理策略, 实现对事业单位内部各项经营活动实时高效地分析。事业单位在内部审计管理过程中也需要结合顺查法、逆查法, 结合相应的详查法、抽查法, 实现对各项经济活动实时高效地监管, 并且利用科学有效的审计措施, 提高审计效率, 确保审计工作能够达到事半功倍的管理效果。因此事业单位需要进一步增强相关审计人员的工作素养, 使其在审计管理过程中能够开展稳定高效的审计工作, 提高事业单位内部审计管理水平、管理效率。

三、结束语

总体来说, 事业单位应当革新现有的审计管理方式、管理技巧, 结合高质量的审计管理措施, 提高单位的内部审计管理水平, 实现对财务活动更加高效地管理。

参考文献:

- [1] 康莉. 浅谈基层行政事业单位内部审计现状及对策[J]. 财经界, 2015(27): 1.
- [2] 邱筠云. 行政事业单位内部审计现状及对策探讨[J]. 广西质量监督导报, 2019(2): 1.