

乡村振兴背景下农产品营销模式探究 ——以婺源皇菊为例

汪文科¹ 黄千千²

江西婺源茶业职业学院

[摘要]中国乡村振兴战略的实施,为农村经济发展提供政策支持,为现代农业发展注入了新的活力,产业振兴是乡村振兴的重要组成部分,应依托现代互联网技术,加强产业建设,为农产品销售开拓渠道。本文以婺源皇菊为例,分析了婺源皇菊现状,指出婺源皇菊产业面临的一些问题,提出了相对应的营销对策,促进婺源皇菊对外营销。

[关键词]乡村振兴; 互联网+; 农产品

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.1010

前言

2018年9月,乡村振兴战略提出要大力发展农村让农村成为美丽乡村,让农业得到发展、农民富裕,让农民有归属感。为了使乡村得到振兴和发展,必须要重视相关的发展和建设。必须要坚持国家有关部门要求的“绿色兴农、质量兴农”的有关政策和措施,要对传统的、落后的、原始的农业模式进行优化和升级,提升农村产业的竞争力、创新力和生命力,加快我国农业现代化建设的步伐,促使我国由传统的农业大国向着现代的农业强国进行转变。现今,随着信息技术和互联网如火如荼的发展,它已经被运用在社会中的各个领域之中,电子商务慢慢地逐渐得到发展和壮大。相关的农业产品可以不再依靠原本的、落后的营销模式,可以利用信息技术和网络技术,构建出全新的营销模式。

“互联网+”是信息时代发展的产物,代表着先进生产力的发展趋势和方向,随着它的逐渐发展,不仅可以促进农业经济的增长,同时还能带动相关实体经济的快速发展。在2015年,“互联网+”第一次出现在政府有关部门的书面报告中,“互联网+”与农业有机结合,不仅可以给我国农业提供了绝佳的发展时机,同时还促进了我国传统农业向着现代化农业方向转化。现今,随着“互联网+”技术的发展和深入,它在农村各个区域被广泛地推进,使得广大农民获取农产品信息的渠道和方式得到了拓展。并且随着电子商务的发展,突破了传统农产品销售模式限制和阻碍,从农产品到购买方之间的环节减少,极大地提升了农民朋友的效益和收入,极大地促进了农业现代化的发展。

一、乡村振兴下农产品现状

(一) 一二三产业联合发展,打破农产品销售时空限制

乡村振兴战略提出要加快发展乡村特色产业,大力发展现代农产品加工业,发展乡村新型服务业,实施数字乡村战略。一二三产业的联合,让农民更多地分享产业增值收益。电子商务进农村综合示范的开展,促进了农产品出村进城工程。深入推进“互联网+农业”、推进重要农产品全产业链大数据建设、加强国家数字农业农村系统建设,这些政策不断打破农产品销售的时空限制。

(二) 农产品产业链延长,收益增加

乡村振兴战略支持主产区依靠于县域形成农产品加工产业集群,尽量把产业链留在县域,改变农村卖原料、城市搞加工的格局。支持发展适合家庭农场和农民合作社经营的农产品初加工,支持县域发展农产品精深加工,建成一批农产品专业村镇和加工强县。利用大数据和互联网,打破信息壁垒,实现产销高效对接,整合了线下与线上销售渠道网络,还能利用互联网获得各地产品销售信息,根据市场销售情况合理安排种植计划,避免盲目跟风种植导致产品滞销现象,有效保障农民的收益。这样,农产品产业链延长,农民利益增加。

(三) 农产品营销的基础设施不断完善

实施村庄基础设施建设工程。全面推进“四好农村路”建设,加大“路长制”和示范县实施力度,实现具备条件的建制村全部通硬化路,有条件的地区向自然村延伸,村内道路建设正在加强。在改造农村电网方面,为了鼓励企业在县乡和具备条件的村建立物流配送网点,新一轮农村电网改造正在进行,县乡村物流基础设施网络也在完善,政府也在支持产地建设农产品贮藏保鲜、分级包装等设施,这些都为农产品互联网营销做好铺垫。

二、婺源皇菊的现状

(一) 种植面积不断增加,带动农民致富

2004年,中国农业考古以及著名的茶文化专家、年届古稀的陈文华教授,偶然在文献中发现,曾经的宫廷贡菊出自江西省婺源县晓起村,刚开始来到婺源晓起时,陈教授在晓起村租了几十亩地种白菊花,由于多是山浆水田,白菊花长得并不怎么好,第一年就亏了好几万。后来,他又试着种皇菊花,幸运的是皇菊花长得非常好。他采用新式烘焙方法研制的成品皇菊,优质的一朵能卖出50元高价,后来他成立了“晓起皇菊研究所”,带动起了村民开始种植皇菊。如今,婺源借助发展乡村旅游的契机和良好生态环境优势,大力发展有机皇菊产业,形成了“公司+基地+农户”的产业发展模式。为带动村民增收致富,合作社把晓起村所有贫困户全部纳入进来,使村民不仅有工资,还可以参与分红。目前婺源县皇菊种植面积达4000余亩,实现年产值超4000万元,种植户年均收入超1.5万元。

(二) 产品宣传

为了推广婺源皇菊,婺源举办首届皇菊茶文化节,文化节期间举办皇菊论坛、茶文化论坛、皇菊采摘大赛等活动,文化节受到了中央、省、市等多家国内主流媒体及网络聚焦,促使婺源皇菊知名度有所提升。

三、婺源皇菊产业化面临的问题

现今,虽然婺源皇菊在种植面积和宣传推广上,都取得了一定的效果,但是,它的销售模式、竞争能力以及专业人才短缺问题一致都未得到改善,严重缺少不仅了解电子商务,同时又了解农产品的复合型人才。此外婺源皇菊的经营者对品牌的不重视,也非常的严重,这些问题严重限制了婺源皇菊行业的发展和进步,若想要使婺源皇菊行业取得高速发展,不需要解决以上问题

(一) 营销模式单一

婺源皇菊的主要营销模式还是“公司+基地+农户”。这种传统的营销方式,虽然可以有效的解决农户的离散性,但对农民的收入提高存在一定限制。如今我国社会经济的快速发展,传统销售模式显然已经满足不了人们日益增长的个性化需求,再加上市场竞争激烈,传统的营销模式的产品很容易被市场埋没。

（二）缺乏营销人才

在婺源皇菊销售方面，人才紧缺的问题亟待解决。很多农户对于农产品网络营销认识过于单一和片面，他们认为它的主要作用就是通过网络渠道发布农产品信息，并没有深化对市场行情的分析和评估。而农产品网络营销对人才的要求和标准较高，不仅要求他们既具备强大的数据分析能力、营销手段以及相关的网络知识，同时还要对农产品有一个深切的认知，这些问题就是目前婺源皇菊营销层面的主要问题之一。

（三）品牌的意识薄弱

一个好的品牌形象，不仅可以表现出商品的优秀质量，同时还可以为商品价值进行提升，品牌代表着消费者对于商品的信赖和支持，品牌的力量不仅代表着它优秀的品质保证，同时又具有强烈的可识别性。例如，说道保健品，人们可能会直接想到脑白金，说道酒，可能会想到茅台、五粮液，这就是品牌效应。而婺源皇菊虽然有了品牌但是它的知名度还不够高，主要原因是皇菊生产者和经营者的品牌建设意识还不够强，关键还是受传统营销观念影响，他们认为产品质量好就不愁卖，忽视对品牌的形象维护，导致了皇菊的竞争优势不明显，这就影响了皇菊品牌效益。

四、优化婺源皇菊农产品营销的对策

当今，互联网成为促进社会经济发展的重要资源，传统意义上的农产品销售模式已无法适应于当前时代的发展，推动互联网+农产品销售已经迫在眉睫。结合婺源农业经济发展的实际情况，我对婺源皇菊产业的营销模式提出了几点优化建议。

（一）营销模式

1. 直播+农产品。利用直播平台完成交易活动是“直播+”电商模式的一种新型商务模式，它能不仅能促进网络经济，同时还能向广大消费者动态地介绍、展示、推荐商品，通过在直播过程中的互动的方式激活用户感性消费，优化他们的消费体验。首先，电商直播具有非常显著的优势，其简单易学、成本相对较低，极大地降低销售成本，甚至可以使农民参与到其中，通过直播这种方式可以让消费者更加直观地看到皇菊的种植、生产、加工环节。生产环节直播可以使消费者看见皇菊育苗、种植、采摘、清洗、加工、分拣、包装的一系列环节，这种直播方式不仅满足消费者对皇菊的监管权力，同时还能使消费者清晰地认识到皇菊农产品是绿色有机、无公害的，减轻消费者对农产品的质量安全的担忧，产生信赖值。二是直播还具有趣味性和互动性，能有效激发消费者的购买欲。主播可以通过发放消费券、红包的方式来和消费者互动，消费者也可以要求主播按其意愿“现场”挑货，使消费者即掌握了主动权又有参与感，通过这种场景、气氛以及价格优惠更容易激发消费者的购买欲，这样的互动可以拉近和消费者之间的距离，增加了信任，甚至还能产生友情。三是在直播销售皇菊生长环境时，介绍中国最美乡村婺源，以婺源在中国的知名度提升了婺源皇菊的品牌价值。例如2020年，因为新冠疫情爆发，“直播带货”也掀起了一阵热潮，就在去年的4月24日当晚，柞水县的副县长张培做客当地村播的淘宝直播间，发起了陕西助农扶贫活动，2000万网友冲进淘宝直播间，柞水木耳一夜之间成了最火的商品，24吨木耳瞬间被抢光，累计线上销售达300万元。

2. 农产品+电商平台。通过电商网络平台开店，打造婺源皇菊旗舰店，经营者可以通过网络平台对皇菊进行销售，比如说在天猫、京东、拼多多等网络平台进行售卖，通过这种渠道提升销售效率。很多消费者对这些大平台比较信任，认为它们比较有公信力，商品的质量有保证，这样作为皇菊售卖奠定良好的基础，同时也为皇菊提供了更好的销售平台。在开店之初，建立爱菊社群，把喜欢皇菊消费者聚集到

一块，他们可以互相交流对于皇菊的感受，还可以更好的维持客户关系，进行的售后服务，把客户培养成品牌的忠实客户，通过扩大社群的人数提升皇菊的知名度。

（二）人才建设

乡村振兴更为重要的是培养人才，积极培养乡村人才，是解决人才缺乏的重要一步。第一可以开展校企合作，积极向高校和职业院校吸引电商人才，招揽技术人才，在电商人才上，借助大学生的创新能力，搭建宣传农产品电商平台。第二，在专业人在培养和塑造方面，有关部门的政策和策略非常的重要，可以出台一些辅助政策和帮扶手段，去支持和鼓励电子商务人才下乡举办电商培训机构或者定期对有需要的人进行电子商务培训，提升他们的电子商务水平和认知；构建一支实践经验丰富以及专业知识扎实的电商团队，组织他们学习先进的、符合现代商业需要的营销知识，提升农民的营销质量；可以充分利用处在假期的电商专业大学生返乡机会，让他们对广大农民普及和培训电商知识，传授电商销售技能和技巧，引发农门朋友的学习激情和热情，帮助他们转变营销理念，丰富他们的电商销售技能。

（三）品牌策略

首先，相关的婺源皇菊经营者必须要强化品牌意识，树立品牌观念，相关的政府、农户以及经营者都必须要为树立优秀的品牌进行工作准备，为品牌营销和传播做好前端的铺垫工作。其次，为了塑造和树立良好的品牌，相关政府、农户以及经营者必须要从源头抓起，严控产品质量，注重客户的消费体验和感受，从而能够吸引消费者，提高品牌的知名度和美誉度。

1. 线上宣传。政府统一组织专业团队制作婺源皇菊形象宣传片，发动媒体发布到各个平台，通过视频的方式能让人印象更加深刻，例如微信、微博、短视频。也可以撰写一些皇菊价值、作用的文章通过引擎搜索、建立婺源皇菊微信公众号、论坛进行推广，文字虽然没有视频更直观，但对皇菊文化宣传更有深意，例如事件营销与软文营销。充分发挥互联网的传播力，扩大婺源皇菊的宣传效果，提升婺源皇菊的影响力，塑造婺源皇菊的品牌形象，打造婺源皇菊的品牌价值，促进婺源皇菊产业发展。2. 线下宣传。（1）超市对接。在农产品原产地服务半径内的各大城市，开设多家皇菊专卖店，例如家乐福超市，万达大卖场设立皇菊专区专柜。（2）农业会展展销会。可以多参加或具举办农业会展展销会，展销会是一种农业经济活动，促进国内国外和地区间的农业技术交流，增进贸易往来，同时给农业这一行业的相关从业者提供一个大的综合性交流平台。与此同时，可以对皇菊起到一个宣传、推广、互动，而且现场展示展销不仅能够吸引普通消费者，也能够聚集大型的农产品采购商，有利于拓宽皇菊销售渠道。3. 广告宣传。在农产品原产地服务半径内的各大城市，充分利用户外广告、地铁广告、车身广告、机场广告等促销手段扩大婺源皇菊品牌知名度。

总结

总之，乡村振兴的实施战略背景下，为了更好地婺源皇菊行业得到更好的发展，就必须运用信息技术，创新和升级婺源皇菊的营销模式，聘请优秀的人才，树立品牌意识和深化品牌认知，提高农产品的销量，推进婺源皇菊产业发展。

参考文献：

- [1] 施雨. 乡村振兴背景下农产品互联网营销问题及对策[J]. 农村经济与科技, 2020, 31(13): 161-163.
- [2] 王玉玲, 刘欣怡, 张芳菲. “互联网+”背景下现代农产品的销售模式研究[J]. 商业经济, 2020(01): 139-140+168.
- [3] 李韬. 有机农产品营销模式问题与对策探析[J]. 经济研究导刊, 2021(22): 47-49.