

都之窗等。普通消费者无法满足网站的购买条件，只能“望药兴叹”。

(三) 四川道地中药材的网络营销措施原始、落后，无法跟上互联网发展步伐

在互联网+的大潮中，作为传统产业的中药材行业也不可避免的有所“触网”，一些大型种植户为了摆脱被“串串”随意压价的情形，通过自建网站，在网站上发布信息等方式做网络营销，还有一部分通过社交网络如微信、抖音寻找批发商客户，也做一些零售业务，一些地方出现了本地中药材信息交流网站，类似于阿里巴巴。但是，这样的“散户”网络营销推广方式，在千千万万的网络信息中，很容易被掩盖，根本达不到推广的效果。

例如四川凉山州所产的冬虫夏草，药用价值非常高，而且无法人工种植，只能靠野生资源供给。目前仍是传统的销售方式，收购商大约以每根5元的价格收货，再以大约每根16元的价格卖给收购点，再以大约每根35元的价格卖给贸易公司，贸易公司再经过加工和包装，进入市场，或者出口。目前有一些挖虫草的散户和当地收购商通过微信、抖音等工具，实现网络推广，但是效果不明显。

(四) 四川道地中药材的网络营销零散、混乱，没有起到明显的推广作用

一则是因为地域性原因，四川道地中药材分布在高山峡谷之中，四川省的东西南北各处，无法集中；二则缺乏统一领导和规划，为将本地中药材供应信息发布出去，各地“各显神通”，什么招式都用上了，但效果甚微；三则大多数种植户想利用网络营销推广工具，但“有心无力”，自身的知识和能力无法达到；四则一些网络营销推广公司，有技术但是没有情怀，有目标但是没有规划，有方案但是没有实践，实施的项目往往是失败的。

三、四川道地中药材的网络营销推广措施建议

(一) 培训四川道地中药材从业者的网络营销观念和基本技能，使其主动“触网”

课题组通过走访四川中药材从业人员，经过统计分析得出以下结论：由图1可见，36.20%的人受教育在小学及以下程度；35.00%的人受教育在初中、职高程度；21.00%的人受教育在高中、中专程度；7.80%的人受教育在大专、本科程度。可见目前从事中药材产业的人群教育程度主要在初中或技校水平以下，对互联网和营销知识了解不如大专、本科等教育程度群体的多。

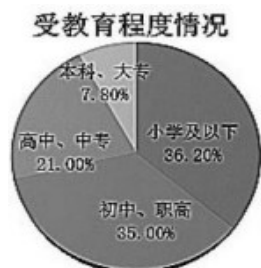


图1 四川中药材从业人员受教育程度情况

四川省开展的新型职业农民培训、农业职业经理人培训等项目已经将种植户、合作社等农村从事中药材产业的人员纳入培训，课程开设有《电子商务》《网络营销》《微信推广技巧》《直播推广实战》等课程。鉴于从业人员的受教育程度因素，希望通过这样的一些培训，能让其认识到网络营销的重要性、优势、特点，能让其了解一般的网络营销推广措施的优缺点，能让其主动了解网络营销的相关信息。如雷波县连续举办“高素质农民培育中药材产业班”“中药材种植致富带头人培训班”，就起到了良好效果。

(二) 开通B2C(公司对消费者)网购平台，变闭环为开环，让四川道地中药材能直接惠及老百姓

四川道地中药材的企业应该开通B2C渠道销售，惠及老百姓。从两个方面开展工作，一是自建网购平台，如企业微信，虽然目前企业微信只能有500好友上限，但是功能“落地”，利于营销推广，添加客户的微信为好友，通过单聊或群聊为客户提供服务。企业可以在利用好企业微信的基础上开发小程序。

二是进驻已有平台，成为其中的商家。如淘宝网“特色中国”、中国农产品地理标志品牌形象馆、京东特色馆等。以“淘宝·特色中国”杭州馆为例，它是杭州市人民政府联合淘宝网打造的，聚合杭州特色产品和需求的地方特色网上市场。2014年12月29日正式上线，开馆第一周，销售额逼近1000万。馆内共入驻328家杭州网店，包含800余件特色商品。

(三) 使用多种网络营销措施，加快四川道地中药材的网络营销步伐

四川省中药材相关产业公司和从业人员有了网络营销的观念以后，可以选择组合使用以下推广的方法及措施：

1. 搜索引擎推广方法

首先应进行关键词广告，通过关键词竞价排名，统计分析推广效果，然后再关键词优化以固定排名，争取在同类搜索中占据第一页的位置；最后可以考虑基于内容定位的广告，以获取潜在客户。

另要做好分类工作，中药材是特殊商品，可以放在药品类也可放在食品类，适当时候可以考虑付费目录。

该方法是基于“网民”多数是主动搜索获得信息，所以如何能将信息呈现在客户搜索结果中尤为重要。必要时候可以考虑付费排名。

最后，搜索引擎推广并不是一次性工作，如关键词优化，其间需要进行数次评估与修改，关注数据变化是重点。

2. 信息发布推广方法

将有关的网站推广信息发布在其他潜在用户可能访问的网站上，利用用户在这些网站获取信息的机会实现网站推广的目的，适用于这些信息发布的网站包括在线黄页、分类广告、论坛、博客网站、供求信息平台、行业网站等。信息发布是免费网站推广的常用方法之一。

例如可以将中药材信息发布在百度贴吧、药材网、阿里巴巴、360搜索等平台，获取客户信息。

3. 网络广告推广方法

网络广告的常见形式包括：BANNER广告、关键词广告、分类广告、赞助式广告、Email广告等。BANNER广告所依托的媒体是网页、关键词广告属于搜索引擎营销的一种形式，Email广告则是许可Email营销的一种，可见网络广告本身并不能独立存在，需要与各种网络工具相结合才能实现信息传递的功能，因此也可以认为，网络广告存在于各种网络营销工具中，只是具体的表现形式不同。将网络广告用户网站推广，具有可选择网络媒体范围广、形式多样、适用性强、投放及时等优点，适合于网站发布初期及运营期的任何阶段。

4. 自媒体（短视频）直播推广方法

网络营销推广方法目前最主流的就是直播，直播的受众就是消费者，四川省的中药材从业者如果能用好直播这个网络营销推广方法，不仅仅能收获到海量的终端消费者，而且还能吸引大量的同行业关注，为大批大量生产和销售奠定基础。

企业或自媒体人首先应在直播准备前应充分且精准的市场调研，为中药材消费者“画像”，统计分析出该产品消费者的需求点，再满足消费者需求，才能做好营销方案。然后应定位准确，直播的目的主要是先聚集流量，然后再流量变现，如何让消费者觉得有价值关注是最重要的一环。作为中药材从业者，完全可以从“利他”角度出发，打健康牌，打养生牌，打道地药材牌，引流客户。最后应及时反馈和总结，哪些视频点赞高、转发高、关注高，转化率高；哪些产品销售量高；哪些产品复购率高。通过数据反馈不断修订直播营销方案，不断提高可实施性和转化率。

（四）四川道地中药材的网络营销实践应相对聚集，汇合各方力量，起到明显的推广作用

四川省各地利用自身环境特点，种植道地中药材已经成为一些县份的主要产业：如芦山县白芨、玄参、蒲公英等中药材种植，达到上万亩规模，吸引了葵花药业等制药集团的合作；雷波县马湖坪的3000亩地里试种乌天麻、白芨、黄精、重楼等中药材；筠连县丰乐乡中药材种植面积已达6000多亩，品种有黄精、瓜蒌、筠姜、虎杖、淫羊藿等十余种；巴中市围绕枳壳、杜仲、黄精、丹参、青钱柳等优势中药材，打造“一县一品”，建设良种良繁基地5个；合江县金钗石斛，年销售值达2000万元以上；凤鸣镇金钗石斛产量占全县总量的70%以上；岳池县2021年，原料药产业实现产值121.6亿元；阆中市的川明参产业种植规模已达4万亩左右，全市川明参总产值达5亿元左右；四川盐亭县岐伯镇主要种植吴茱萸、桔梗和百部，总面积达8000余亩。

以上市、县、镇、乡种植的中草药面积大、历史长、质量高，但是销路不畅，大多数为“自产自销”，就地加工为成药，还是走的“闭环”，道地药材无法销

往外地，主要原因是网络营销推广措施欠缺。

解决方案，一是政府整合资源，牵头做好当地的中药材网络推广工作。可以由政府牵头，企业出资，网络建设单位提供技术支持，设立某某市、县或某某道地药材自有网站。做好网络营销推广基础，让客户找得到信息。如合江县政府积极参加各种展会，为该县金钗石斛道地药材打响品牌，获得订单上千万元。二是在平台上建立旗舰店，设立几个网络主展场，打造品牌，获得订单。如成都市龙泉水蜜桃就在淘宝、京东等网购平台建立了旗舰店，每年的销售额上亿元。三是充分利用中药材种植专业合作社，将种植户、收购商、制造商形成一体化，以一个地域或一个道地中药材品种为分类，做好网络营销推广措施。如川续断，野生资源基本已经枯竭，生产的环境要求极高，人工种植难度极大，产地在四川省攀枝花市盐边、米易和凉山州部分地区。应以川续断为名，聚集该品种的各环节经营者做好网络营销。四是对已有的网络营销的网站、微博、微信、网上店铺等进行整合，起码做到互相链接，互相能访问，联动起来。通过以上四种措施做到明显的推广效果。

四、结语

四川道地中药材自古资源丰富，种植中药材历史悠久，在国内国际都享有盛名，有着不可复制的、独特的地域优势，但是由于网络营销推广措施做得不好，未能发挥这一优势，是亟待解决的问题。本文主要从问题探索到建议措施，如搜索引擎、网络广告、信息推广、自媒体（短视频）等方面做了思考。

参考文献

- [1] 周雨薇, 李玉红. “互联网+”模式下农产品网络营销策略研究[J]. 商场现代化, 2016(12): 36-37.
- [2] 刘华宝, “道地药材川续断的产地考”[J]. 政法研究, 2005(12): 118-119
- [3] 封面新闻, 2020年四川中药材总产值325亿元 中药材资源“四个第一”[EB]. <https://www.sc.gov.cn/>, 2021(11)
- [4] 黄思. 乡村振兴战略背景下产业振兴路径研究——基于一个药材专业市场的分析[J]. 南京农业大学学报: 社会科学版, 2020, 20(3):8.
- [5] 四川省中药行业协会, 加快中医药全产业链发展 奋力推进中医药强省建设, [EB]. <http://www.szczyxh.com/news/>, 2021(11)
- [6] 浙江在线, 浙”里最有味 “淘宝·特色中国”浙江馆今日正式上线[EB]. <http://wzgg.zjol.com.cn/>, 2015(4)

本成果为成都农业科技职业学院资助，课题名称《乡村振兴背景下四川道地中药材产业化之网络推广措施研究》