

# 新媒体背景下农产品网络推广策略

周佳琪 赵文悦

(承德应用技术职业学院 河北 承德 067000)

**[摘要]** 本文概述了新媒体特点、新媒体在农产品网络推广中的优势和必要性,分析了新媒体在农产品网络推广中存在的问题,提出了新媒体在农产品网络推广中的措施,以期对涉农企业和个人在农产品推广方面带来参考价值。

**[关键词]** 农产品; 新媒体; 推广模式

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.07.062

十九大作出了乡村振兴战略重大决策部署,习总书记围绕“农业强、农村美、农民富”为乡村振兴指明了方向。以互联网+、移动互联、社交电商为特征的消费新业态成为农产品销售模式改进的重要方向,运用新媒体实现网络推广是顺应时代与行业发展的必然要求。

## 1 新媒体在农产品品牌推广应用中的必要性

随着网络技术和数字媒体的快速发展,抖音、快手、微信公众号等一些新媒体平台开始广泛进入人们的视野及日常生活,对人们的工作、生活等方面的影响愈发深入。与传统媒体相比,新媒体凭借传播速度快、传播内容丰富、传播主体多元化等优势快速融入消费者的生活。但在传播过程中,有效利用各大新媒体平台形成较完善的传播体系,成为农产品品牌推广的难题。随着乡村振兴战略的稳步实施,农产品品牌推广上升到一个新的高度。面对日益变化的市场,传统线下宣传已无法满足企业的市场需求,尤其是受新冠肺炎疫情和贸易摩擦等的影响导致市场不景气,市场需求量降低。这就需要企业充分发挥自身优势,运用企业的新媒体平台,加大宣传力度,完善与消费者的信息互动机制,不断提升自身产品与服务的知名度。在新媒体运营的过程中,要根据老人和儿童等特殊群体的需求进行多元化宣传,不单纯以文字和图片的推文为主,用好、用活直播带货和视频宣传。

## 2 新媒体在农产品网络推广中存在的问题

### 2.1 新媒体平台缺乏专业团队运营

走访的承德市4个县区的乡村振兴联盟都没有固定、统一的对外宣传阵地,例如微信公众号、抖音平台等。仅有极个别返乡创业青年创建的企业中运用了微信公众平台,但在平台的建设过程中,推文的更新率低、未有署名、内容单一、功能缺失等问题较多。调研发现,大部分返乡青年在创业过程中容易受传统观念的影响,很难把先进的理念应用在实际中。同时,返乡创业青年不同程度缺乏相关专业知识的积累,对新媒体等线上宣传平台利用率较低,习惯运用传统的线下宣传,但宣传效果较差。因此,急需解决人才引进,人才下乡,留得住、用得好的问题。

### 2.2 农产品品牌推广对外宣传途径单一

近年来,承德市对返乡青年创业产品和品牌的对外宣传较重视,市域范围内,通过直管上级部门宣传平台和融媒体等进行了相关宣传报道。但企业自身的对外推广宣传平台十分有

限,甚至无法进行独立操作。在实地调研中,能够运用美团、支付宝、口碑等线上预定平台对相关乡村振兴产品或服务进行推广的返乡创业企业数量甚微。以大石庙镇为例,金鲟鱼对外销售途径单一,专业化的抖音直播和抖音视频宣传依旧在构建过程中,尚未成果。

### 2.3 与消费者缺乏信息互动

经过线上宣传的推广方式,由于消费者不信任仍选择其他方式进行购买或选择替代品进行替换,出现这种情况的主要原因是企业与消费者的双向沟通不畅,没有进行有效的信息互动,消费者由购买的主动性变为了被动接受,最终失去购买欲望。宣传和购买信息的单向沟通,导致消费者对准备购买的产品或服务产生了不信任感,最终导致购买失败。

## 3 新媒体在农产品网络推广中的措施

### 3.1 培养新媒体运营与推广的理念

在新媒体时代,传统的线下模式和传统的电商模式已无法完全满足多元化的农产品市场需求,尤其新冠疫情以来,以新媒体传播为载体的各种内容平台、直播平台等站上了电子商务行业的风口,微博、抖音、快手、视频号、公众号等,都吸引着市场当中大量受众的眼球,市场的流量“扎堆”迹象越来越明显;作为农产品经营者而言,要尽早培养和更新新媒体运营与推广的理念,要逐步丰富与提高自身对新媒体平台的应用技巧,要不断研究与实践基于新媒体应用的电子商务运营模式。

### 3.2 加强人才队伍建设

首先,返乡创业青年的培训要数量,更要质量。目前,根据中央乡村振兴相关工作部署,各地党委、政府应加强对乡村振兴返乡青年的培训和关注。培训不能通过数量来衡量培训的成果,更要注重培训的内容是否能经受住实践的考验,确保培训内容得到返乡创业青年的认可。其次,整合平台,统筹资源,让专业人才来得了、坐得住、做得好。各地发展水平参差不齐,在发展的初级阶段,更要讲究“抱团”发展,整合优势资源和条件,吸引外来人才的关注。发展平台得到人才的认可,满足人才的发展需求,才能留得住人才。各地要创造优良的环境和条件,为人才的驻入做好准备。再次,提高管理能力,加快人才智力向成果转化。要加强返乡创业青年,尤其是初创型中小企业负责人的管理水平,进一步解放思想,开拓看待事物的视野和能力,管理水平和能力的提高对引导人才智力向成果转化有着极其重要的作用,也对企业的长远发展提供了

基础和保障。

### 3.3 优化整合农产品供应链

农产品电子商务运营模式创新的重中之重在于提升农产品运营效率，为电子商务运营模式创新争取充足时间，进而扩大电子商务运营覆盖范围、丰富产品种类。为此，可推进农产品供应链整合，依托开展好农产品生产源头及中间运输环节优化控制工作，并提升运营模式的时效性，进而有效满足农产品电子商务运营模式创新实践中对产品的严格要求。除此之外，冷链物流是农产品供应链整合中不容忽视的一个环节，应通过从加强基础设施建设、推进信息化建设等方面着手，不仅要有效发挥企业自建资源，还要注重借助第三方共享资源优势，提升农产品电子商务运营效率，进一步为运营模式创新提供有力支持。

### 3.4 营造和谐的农产品电子商务运营环境

农产品电子商务模式创新对外部环境提出了较为严格的要求，为此，首先应加大行业监督管理力度，设置相应的准入门槛，防范市场资本肆意进入致使市场失衡，通过对农产品电子商务市场投资过热现象的有效遏制，以促进农产品电子商务市场的可持续健康发展。其次应依托多样的市场资本为电子商务运营模式创新提供有力支持，在遏制资本进入农产品电子商务行业相关领域过度投资的同时，应鼓励一些注重技术创新的资本进入，提升电子商务运营科技含量。另外，还应加大农产品电子商务平台管理力度，从各个环节着手，不断推动行业的规范化发展。

### 3.5 优化电子商务运营模式

在创新实践中，首先应不受传统体系、观念所束缚，不管是平台运作还是品牌树立等，均应当开拓创新，发挥新运营模式及传统配套体系优势，实现两者的协调发展。其次应加强信息化建设，提升电子商务平台数据处理量、交易承载量，不断增强平台运营能力。比如，通过对云数据的有效应用，对平台的农产品、商品价格、销售数量等开展数据采集，评估农产品营销趋势，为农产品铺货、配送提供有力数据支持，进而提升农产品电子商务运营模式时效性。

### 3.6 完善农产品电子商务运营传播机制

#### (1) 政府层面的网络推广

作为行政监管部门，政府主导的农产品推广活动，可以为农产品提供背书，特别是在网络信息鱼龙混杂、真假难辨的环境中，政府层面的农产品网络推广活动，能够帮助提升农产品的信任度。

#### (2) 协会、合作社和企业的农产品网络推广

尽管不同行为主体其网络活动的初衷不同，但无论是种植技术传播、行业信息发布还是产品促销都与品牌有着千丝万缕的关联，因此，发挥这些组织在新媒体环境中的传播积极性，能够使农产品的品牌内涵更加丰富，从而提升农产品品牌对于

产业链的支撑力度。

#### (3) 各类用户的品牌网络推广

企业家个人、乡村精英、技术能手、种植大户、普通农户和外务工返乡人员的农产品网络推广。利用新媒体广泛的渗透性和强大的交互性，发挥草根参与者的农产品品牌创造力，最大限度地丰富品牌个性，以期提升农产品的传播效应。

### 3.7 积极开拓对外宣传途径

#### (1) 运用主流新媒体加快品牌营销推广的步伐

目前，网络直播带货已成为品牌推广和产品营销的重要途径。虽然直播间人气很旺，但消费者只忠诚于“网红”，而非品牌，企业很难通过一次直播就把“网红”的“粉丝”转化为品牌“粉丝”。以临高县新盈镇无公害莲雾种植基地为例，通过手机可将莲雾日常管理瞬间、成熟、采摘和物流运输进行设置，后期加工成独立完整的视频，让消费者在屏幕前就能感受到待购买产品的安全性，刺激消费者的购买欲望。

#### (2) 兼顾不同线上推广平台所特有的顾客群

根据实际情况，逐步开通美团、支付宝、口碑等平台进行同步宣传，全方位拓展宣传渠道。但在实际操作中，不可贪多贪快，在注重“量”的同时，更要注重“质”，满足在不同购买平台上消费者购买产品或服务的需求。

#### (3) 完善企业和消费者的双向对话机制

在实际操作中，要充分借鉴淘宝、旺旺等完善企业和消费者双向对话机制平台。企业负责人可通过微信公众平台和问卷星系统的有效结合，建立企业和消费者的双向对话机制。在微信公众平台中设置投诉、咨询等固定版块，将问卷星提前设计好的问卷以二维码的方式生成链接，投掷在投诉、咨询等版块中，企业管理者可在微信中实时监测反馈。同时，可设置企业官方QQ，通过线上平台与消费者进行实时互动交流。

此外，必须安排专人对线上信息互动平台进行日常管理与维护，实时关注信息互动过程中的不良信息和突发状况，并进行有针对性的处理。完善投诉和反馈上报处理机制，提升投诉意见处理效率，从而提升消费者的满意度。

### 参考文献

- [1] 郭凯凯. “互联网+农企”中参与式推广的实际应用——以“好想你”红枣为例[J]. 广西财经学院学报, 2019(03): 51-57.
- [2] 柴琪. 新媒体环境下西北特色农产品品牌网络推广研究[J]. 农村实用技术, 2020(31): 12-13.
- [3] 姜友林. 新时期农产品电子商务营销策略探析[J]. 全国流通经济, 2018(31): 12-13.

基金项目：承德应用技术职业学院 承德市科学技术局 2021年大中学生科技创新能力培育专项项目《农匠万里寻——农产品新媒体推广》（项目编号：2021H080201）