

吉林省地理特色农产品简介及新零售模式论述

段铁红

(吉林省松原职业技术学院)

[摘要]吉林省地处我国东北中部,与黑龙江、辽宁、内蒙古三省相连,位于世界东北亚地理中心,与俄罗斯、朝鲜两国接壤,是我国重要的工业基地和商品粮生产基地,吉林省省委省政府一以贯之高度重视农业生产,全力解决“三农”问题,且依据独特的地理优势,吉林省农产品物种丰富,分布广泛,在科技兴农、政策惠农下农民经济收入不断增加。

[关键词]吉林省;农产品;简介;新零售模式

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.09.191

近五年三次赴我省视察,为振兴吉林、振兴东北把脉开方,赋予吉林“新担当、新突破、新作为”重要使命,吉林省省委省政府一以贯之高度重视农业生产,全力解决“三农”问题,且依据独特的地理优势,吉林省农产品物种丰富,分布广泛,在科技兴农、政策惠农下农民经济收入不断增加,让全省人民看到了“充满希望的田野,大有可为的热土”。

一、吉林省地理位置概述

吉林省位于我国东北地区的中部,地处北温带,在东经121°~131°、北纬41°~46°之间。全境东西长650公里,南北宽300公里,总面积18.74万平方公里,占全国总面积的2%。南邻辽宁省,西接内蒙古自治区,北与黑龙江省为邻。吉林省是边疆近海省,处于日本、俄罗斯、朝鲜、韩国、蒙古与中国东北部组成的东北亚的腹地,东部与俄罗斯接壤,东南部以图们江、鸭绿江为界,与朝鲜民主主义人民共和国相望,边境线总长1438.7公里,其中中俄边境线232.7公里,中朝边境线1206公里。

二、吉林省农产品分布概述

吉林省是我国东北地区重要的农产品产区,是国家粮食主产区,东部为长白山区,森林茂密,蕴藏丰富的森林、特产、绿色食品;中部为松辽平原,地势平坦,土壤肥沃,连片集中,素有“黄金玉米带”和“大豆之乡”的美誉,是全国商品粮集中产区;西部为草原、湿地生产生态区,是牧业、杂粮杂豆、糖料、油料生产基地。其中就粮食生产量统计数据显示,2020年,吉林省粮食播种面积8523万亩,比上年增长55.6万亩;粮食总产量达到760.6亿斤,连续8年突破700亿斤,继续保持全国第五位。

三、吉林省特色农产品简介

吉林省是全国重要的特产业生产基地,是享誉国内外的“特产之乡”,东部中药材、经济动物、食用菌和山珍食品独具特色,西部油料、杂粮杂豆和经济作物优势鲜明,中部棚膜蔬菜和露地瓜果潜力突出。人参、貂皮、鹿茸角、“东北三宝”远近闻名,人参、鹿茸产量位居全国首位。人参产量占全国的85%、世界的70%。其中松原市长岭粉条、扶余四粒红花生、乾安小米、前郭尔罗斯大米、乾安糯玉米、长岭葵花籽、乾安红辣椒、炭泉小米、黄松甸灵芝、汪清黑木耳、华家甜瓜、哈拉海珠葱、洮南辣椒、靖宇平贝母、集安边条参、舒兰大米等较为著名。

四、农产品新零售模式论述

(一) 新零售的概念

顾名思义,“新”与“旧”,即与“传统”相对比。新零售是指经销商个体或企业以互联网为依托,通过运用大数据、

人工智能等先进技术手段并运用心理学知识,对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造,进而重塑业态结构与生态圈,并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式。

(二) 新零售的特点

新零售模式是时代发展的产物,依赖于科技的高速发展,随着互联网与行业的深度融合应运而生的,主要有以下特征:线上+线下,多种平台的全渠道销售;数字化与智能化;多元化展示的门店;去库存;按需生产。

(三) 新零售的模式

“优质农产品难买”和“优质农产品难卖”的供求矛盾曾是农产品营销中常见的困境。随着互联网时代的飞速发展,近几年农业形成了与“互联网+”的深度融合,并找到了发展方向,因此,出现了新零售模式。

大数据零售:网购是当下受大众青睐的购物方式,人们在网络各平台搜索、挑选、购买商品时必然会留下痕迹,这痕迹的集合就是大数据。在零售行业,可以利用这些大数据,分析用户的浏览行为,购买行为,得出用户的兴趣偏好,为用户推荐他们可能感兴趣的物品,经过时间的推移,用户的画像也就越来越精准,推送的也就越精准,进而可以提高成交量,提升销售额。

社交零售:根据第43次《中国互联网发展状况统计报告》中相关数据,目前以即时沟通工具为主的社交平台是网民仅次于搜索引擎的网络应用,使用率达95.6%,利用微信、团购APP及相关平台进行沟通、娱乐及购物成为重要渠道,社交零售是企业或零售业不可忽略的重要零售模式。社交零售体现地是一种去中心化的,以消费者为主导的C2B新模式。

效率零售:无论是到农贸市场,还是商超采购,往往是货比三家,讨价还价,有时还得排队结算,重物提拿不动时还得打车,无形中提高了购物成本。而网购的泛在化、便捷化为人们购物节省时间、精力、体力与成本,大大提升购物效率。

体验零售:越来越多的企业正从传统以单纯购买商品为主的零售模式向注重消费过程的体验为主的新零售转变,通过重塑消费过程,让消费者增加愉悦感和回忆感,提升用户的转化率、停留时间和复购率。如利用AR设备进行现场问题解答;利用VR技术试穿帮助用户进行选购等等。线下销售时消费者对产品的质量往往听销售者一面之词,介绍商品如何好时有王婆卖瓜之嫌,而网购时消费者可以参考其他消费者的评价理性消费,良好的购物体验可以增加其复购率。

(四) 新零售模式的应用

曾经线下购物时消费者往往只能买到本地市场供应的农

产品,即使有更多的选择渠道,消费者也不知道这些农产品产地、口味、养殖或加工过程是否存在安全隐患等等。网络的可追踪性及现代技术的支持,消费者也想像其他商品一样,更了解农产品、更方便快速地获得农产品,并能从最初养殖到最终享用全程参与,感受全过程的乐趣。因此,销售者应把握消费者消费心理,充分利用新零售模式进行农产品的销售。

1、基于大数据分析的农产品营销

曾经销售者无法全面了解消费者因为年龄、喜好等的差异化与地域差异导致的不同消费行为,进而无法精准选择客户或客户群,消费者也无法全面了解销售者,这种信息不对称性造成农产品积压、滞销或想买买不到的问题。现如今互联网的可追踪性让企业很容易获得用户IP(地区来源)及ID(个人身份),了解个人偏好及家庭购买行为。农产品销售者利用大数据营销首先是收集数据。农产品需求大数据可以从多平台收集,如利用搜索引擎数据分析工具收集与“农产品”相关的热门[关键词]信息;登录农产品信息网等地方农产品信息发布平台,从用户发布的农产品采购信息中获取消费者需求信息;通过淘宝网等电子商务交易平台发布的大数据了解网购农产品用户特点;建立企业或个人微博、微信、QQ、论坛等社交平台收集用户信息等等。数据收集完成后进行数据分析,农产品销售者可将收集来的数据利用数据分析软件建模得出结论,找到农产品需求用户,根据用户特点,选择合适的营销手段,进行一对一精准营销。

2、基于效率策略的农产品营销

农产品尤其是生鲜农产品与其他商品不同,用户在获得这类产品时都希望在绿色无公害的前提下尽可能方便快速的送达家中。另一方面,农产品的季节性 & 保鲜成本高也使得农业企业及农户期望第一时间出售。显然,高效率是买卖双方追求的共同目标。

建立区域品牌,将当地农户的农产品通过统一平台集中营销推广,增加农产品品种,形成品牌效应及规模效应,比起单一农户单一产品效率更高也更方便消费者选择。

基于生鲜农产品对物流快速的高要求,农业生产企业或经营企业可以建立线上线下融合平台,在大城市居民社区及人流聚集地开设农产品实体体验店,用户可以通过网上下单,线下实体店自提或送货上门的方式提高农产品购买效率。

3、基于社交平台的农产品营销

很多网民在网上购买产品是因为朋友推荐、网红推荐,而这些推荐就来源于热门的网络社区工具及平台。社交营销也可以称为关系营销,用户往往有共同的特征及爱好,更容易接受对方的推荐。农产品营销也可以很好地利用这些社交平台来推广。

目前比较受欢迎的社交平台有微博、微信类沟通平台;微视、抖音、快手等短视频平台;小红书、蘑菇街等商品分享平台;拼多多、京东拼团等拼购平台;微博直播、淘宝直播等直播渠道。农业企业可以建立微博、微信平台发布农产品信息,编辑营销型软文引导用户购买农产品;可以拍摄专业或内容有吸引力的农产品相关短视频,介绍农产品的养殖特点、食用的优点、用户食用的体验等等,发布到抖音等平台上;加入拼多多等拼购平台进行销售;开通过直播频道,现场制作农产品

并介绍其使用方法,如通过淘宝网开通直播让用户现场选购三七,并制作成粉,包装好快递给该用户。

4、基于客户体验的农产品营销

互联网时代的新一代消费者已经不满足于使用商品的愉悦感,他们更想知道商品如何而来,并且参与到设计与生产过程中去。作为食用级的农产品是否绿色健康,养殖过程是否无公害,在食用这些农产品过程中还会带来其他的感受,就是农产品体验营销的核心所在了。

农产品体验营销可以利用AR及VR技术。AR技术中的农业物联网技术可以让用户通过电脑或手机实时了解或控制农产品成长及养殖过程,目前已经有一些农业企业将种植基地租给消费者,种植什么农产品由租户决定,租户可以自己亲自种植与养护,也可以委托专业人员,租户只要通过手机联网,随时随地了解农产

品成长现状。比如网民认养奶牛。VR技术也可以用于农产品营销,购买者戴上VR设备,进行现场模拟采摘,并将采摘下来的农产品放入购物车实现交易。

体验营销还表现为情感体验。每一农产品都有特定的情感含义,比如家乡的玉米,让人想起小时候在家乡与父亲在玉米地里嬉戏的过程,用带有此类故事软文的包装销售玉米,让消费者吃玉米的同时回忆起童年,想起家乡的父母。

5、深化农产品深加工

农产品初加工附加值低,而深加工可以提高农产品的附加值,弥补农业受到自然、资源和市场三重影响的弱质性,增加农产品销售利润与效益。同时在农业供给侧结构性改革中农业不再为消费者提供简单、原始、单一的农产品,而可以提供多元的、安全的、优质的、绿色的食品与加工品,进而提高农业综合效益,这种农产品深加工最终惠及百姓,提高其经济收入。同时要提高农产品的综合利用度,尽可能减少和杜绝农业资源的浪费,使得物尽其用,实现农业产品的多次增值。比如玉米可以深加工玉米淀粉、玉米油、燃料乙醇等,玉米叶可以做编织品,玉米秸秆可以加工成动物饲料、秸秆板、秸秆泥砖、肥料、菌类培养基等。

新零售模式是时代发展的产物,充分利用新零售模式可以有效助推农产品销售成交量,为农民、经销商增收。作为职业学院市场营销专业的学生应掌握并传播新零售模式,夯实专业技术知识,传播营销理念,为市场营销行业的发展注入新活力。

参考文献

- [1]吴晓晖.“新零售”模式下的农产品之路[J];营销界,2021(07).
- [2]谢娟.基于新零售模式的农产品营销策略研究[J];现代商业,2019(09).
- [3]刘刚.“互联网+”背景下农产品全渠道零售模式探析[J];商业经济,2020(01).

基金项目:本文系2020年度吉林省职业技术教育学会科研课题《吉林省农产品新零售专业群建设实践研究——以松原职业技术学院新零售专业群建设为例》的研究成果,项目批准号:2020XHY110。