

# 特色农产品直播带货的营销策略研究

胡雪<sup>1</sup> 胡莹谨<sup>2</sup>

1. 承德市避暑山庄小学; 2. 河北旅游职业学院

**[摘要]**随着互联网的不断发展,信息传播的速度不断加快,利用互联网的方式推动农产品销售的风尚不断兴起,实现了农产品多样化的营销方式,使得特色农产品。以直播带货的方式销售特色农产品已经成为一种网络销售发展的趋势,大大提高了农产品的销量。而利用直播带货的方式对特色农产品开展的销售活动,会遇到各式各样的问题,我们需要对这些问题提出有针对性的解决措施,因此本文就讲围绕特色农产品的直播带货的营销策略进行分析。

**[关键词]**特色农产品; 直播带货; 营销策略

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.08.331

## 一、引言

过去特色农产品的留存通常是由农户带到集市上卖、农户自留、亲戚转赠或者专人收购等几个方式来决定,而随着互联网时代的不断到来,互联网与农业之间建立的联系越来越紧密,采用直播带货的方式来进行特色农产品的营销已经逐渐成为一种趋势,扩大了特色农产品的销售路径,增加了特色农产品的销量。利用直播带货的方式进行特色农产品的营销是非常有必要的,打破传统农业发展的局限性,使得特色农产品的销售市场更加的广阔。

## 二、特色农产品开展直播带货活动的必要性

### (一) 顺应现代农业的发展要求

特色农产品直播带货,顾名思义就是通过直播带货的方式促进特色农产品的销售,提高销量,很好的顺应了互联网时代各行业的创新发展趋势,适应并促进了现代农业的进一步发展。利用直播带货的方式开展特色农产品的销售活动,减少了外来收购者中间商挣差价的现象,使得农户获得的利益更高,也使消费者减少了不必要的消费成本,实现二者的共赢,还使得特色农产品的销售规模得以不断的扩大,促进特色农产品种植的更长远发展。

### (二) 适应现在的消费观念和消费方式

随着互联网时代的到来,电子商务不断发展,人们的消费观念发生了改变,人们在网络平台上进行的交易活动大大增加,电子支付业务的金额呈现逐年增长的现象,在这种发展形势下,对特色农产品开展的直播带货活动,满足了人们与之变化的消费需求。可以说通过直播带货的方式,特色农产品的销售很大程度上会有所成就<sup>[1]</sup>。

## 三、特色农产品直播带货存在的问题

### (一) 农村地区的互联网普及率不高

由于经济的发展不平衡,城市与乡村之间存在较大的发展差距,农村老龄化问题严重,许多“老年人”不懂得如何使用电子或计算机工具等等问题,使得农村地区的信息网络建立条件不足,网络技术的应用不充分,网络建设设施的投入不足,进一步的促使农村地区出现对于互联网的普及度存在较低的现象,农村地区近年来的互联网普及率应稳定在一个较低的水平,互联网普及率提高的速度较为缓慢。

### (二) 企业或农户的特色农产品直播带货营销意识淡薄

随着互联网不断普及到今天,许多人都能或多或少的

接触到网络,并进一步接触到网络营销或电子商务的业务,直播带货最为电子商务中较为热门的一项,随着短视频的不断发展被得以不断的推广。然而部分企业或农户的特色农产品直播带货的营销意识较为淡薄,没有意识到直播带货对特色农产品销售所发挥的作用,一方面,企业不愿意加大对特色农产品的直播带货的投入,不重视对特色农产品销售的宣传;另一方面,农户对直播带货的方式了解不够深入、不够专业,农户个人进行直播带货中通常所获得收效较小,导致特色农产品营销发展受到阻碍<sup>[2]</sup>。

### (三) 特色农产品物流配送配套设施不齐全

要想通过直播带货的方式促进特色农产品的销售,势必必要做好销售后物流配送服务的相关工作,因此,特色农产品的直播带货一定要保证物流配送的环节不出差错。特色农产品相交其他的交易产品来说不易保存、经济价值也不高,还相较其他商品的包装成本高,因此就需要在物流运输方面下功夫,例如提高特色农产品的运输效率等。特色农产品在物流配送过程中还需要特殊的冷链物流,而不是运输其他商品所需的常温物流。而由于特色农产品所在地区的发展局限性,导致特色农产品物流配送出现配套设施不齐全的问题。

### (四) 特色农产品的品质参差不齐

要想增加消费者对特色农产品的吸引力,并且有效的推动特色农产品的销售,必须对产品的品质进行严格的把控。然而,特色农产品的品质会受到种植地区自然环境、种子质量以及保存方式等多个因素的影响。当前,我国的农产品缺乏一定的深加工问题,特色农产品的成品加工效率低;特色农产品的种植专业化水平低,种植出来的农产品质量参差不齐,产量也无法保证等,这些问题都无法很好的保证特色农产品的质量。

### (五) 直播的形式简单、效果理想化

目前农产品以及特色农产品在直播推广中通常存在形式单一、效果理想化的问题。众多主播在农产品的直播推广经常通过夸张的表现或摆拍进行产品介绍,整场直播也只采用这一种方式进行产品介绍,这种方式不仅不会吸引消费者,还会适得其反引起消费者的厌恶。

在特色农产品的直播带货中,许多人只重视一时的销售数量的增加,过于理想化直播的效果,不重视对特色农产品更深一步的文化价值、营养价值、品牌价值的培养,使得特

色农产品的直播带货活动只获得了一时的效益，而没有更加长远的发展前景。

#### 四、特色农产品开展直播带货活动的结构

##### (一) 选产品和主播

在对特色农产品进行选择时，可以选择一些已经具有一定品牌效益的特色农产品进行销售，例如东北大米、北京鸭梨等等，他们本身已经具有的品牌标签能够帮助直播带货更加有效的进行销售，除此之外，他们已经具备的品牌效益还能够是消费者的信任度进一步增加，提高消费者的可选度。

在直播带货时，重要的还有直播主播的选择，直播主播的选择影响着特色农产品成交的销售量的多少，再对主播进行选择时，应当选择那些条理清晰、认真负责、渲染能力强、表达能力强的主播，以方便对特色农产品介绍。

##### (二) 互动与直播话题

直播带货的方式有许多种，有单纯的对产品进行介绍的、有在介绍中加入与观众的活动的、有在产品介绍和互动中加入才艺表演的以及其他各种直播带货的方式。在进行特色农产品的直播带货中，要把握好直播的主题不变，以各种形式来丰富观看的感受，例如对特色农产品营养成分的讲解，分析人吃了会有怎样的好处等，从而达到吸引观众流量，并进一步进行特色农产品营销的目的。

##### (三) 包装设计与售后服务

在直播带货中要重视对特色农产品的包装设计，从而吸引消费者购买，使消费者在收到实物时能够感觉到惊喜，感受到包装的良心，同时特色产品的包装还要突出特色产品的特点，能够保证审美大众化，设计独特化，从而进一步增强特色农产品的销售价值，使得消费者能够有进一步购买的欲望。

对于特色农产品直播带货的售后服务，商家应该做好对消费者反馈的及时回应，热情、礼貌、合理的回答消费者所提出的有关特色农产品的问题，提高售后服务的效率和质量<sup>[3]</sup>。

#### 五、特色农产品直播带货的营销策略分析

##### (一) 政府加大对农村地区的网络基础设施的建设

互联网的是特色农产品能够通过直播带货的方式进行销售的基础，网络基础设施的建设是互联网得以运行的保障。但由于当前我国的农村地区呈现互联网的普及率较低，普及速度较慢的问题，网络基础设施的建设很难得以完善。因此，政府应当加大对农村地区的网络基础设施建设的资金投入，保证农村地区能够进行互联网的建设和发展，从而帮助农村地区能够通过直播带货的方式进行特色农产品的营销，并进一步促进特色农产品网络营销体系的形成。

(二) 强化企业或农户的直播带货营销特色农产品的意识

阻碍特色农产品进一步发展的原因之一，就是企业或农户没有通过直播带货来促进特色农产品销售的意识。因此可以加强对企业或农户的互联网技术应用的培训，加强对网络

营销方式的宣传，增加对网络营销专业学习人才的数量，从而使企业或农户直播带货特色农产品的意识加强，提高特色农产品的相关企业或农户对互联网技术、互联网应用等的学习积极性，顺应互联网时代的发展，加强相关企业或农户对直播带货特色农产品的认识和了解<sup>[4]</sup>。

##### (三) 打造品牌，提高知名度

特色农产品要想加大在在直播带货中的消费者关注度，首先要打造好品牌效益，及时把握消费市场的动态，把握住消费者心理，打造能够吸引消费者进行消费的品牌效益；对特色农产品的故事进行讲述，形成精简的文化内涵；吸引政府的支持，从而增加品牌的可信度；加强对特色农产品品牌的宣传，扩大市场占有率，从而帮助直播带货活动的进一步开展。

##### (四) 加大物流配送能力，完善冷链物流

物流配送是直播带货特色农产品的重要售后环节之一，我国在物流配送方面还存在着一定的问题，因此特色农产品的直播带货营销活动的开展，应当要对物流配送的各个环节进行优化，完善物流配送的体系。可以通过将物流中转站的建设引流到特色农产品种植地区来，政府对特色农产品的物流配送给予一定的、恰当的补贴，促使特色农产品的物流配送能顺利开展起来。还可以针对特色农产品的特性，加强对冷链物流的完善，延长特色农产品的“新鲜度”，满足特色农产品的运输需求<sup>[5]</sup>。

## 六、结束语

互联网时代的到来，网络营销方式的发展，对消费者的消费理念的转变发挥着一定的作用，也影响着我国各产业营销方式的创新。直播带货已成为现在商品营销中一种常见的方法，因此利用直播带货的方式进行特色农产品的销售，能够对特色农产品销售市场的扩大等方面带来一系列的推动作用，尽管利用直播带货的方式进行特色农产品的营销会遇到各式各样的问题，但有针对性的对这些问题进行分析，探讨出有效的解决措施，相信会给特色农产品的直播带货，带来更多的发展空间。

## 参考文献

- [1]李毅彩,陈丽颖,刘裕华.特色农产品直播带货的营销策略研究[J].产业科技创新,2020(18):2.
- [2]施丹梅,肖瑜,刘金花.“短视频+直播”背景下农产品营销策略探究[J].南方农机,2021,52(20):4.
- [3]张华杰.抖音平台农产品直播营销策略探究[J].商业文化,2020(14):2.
- [4]东方IC.直播带货,农产品销售开新路[J].财富生活,2020(11):1.
- [5]秦凤明.让“带货直播”走得更久些[J].中国老区建设,2020(7):1.

基金项目:本文系河北省承德市社科联课题:农产品直播带货效果研究,项目编号:20212142。