

新媒体模式下对“三色洪湖”特色产业持续发展建设的探究 ——以洪湖市戴家场镇为例

李泊霖 彭珍妮 邹应龙 郑博 黄瑶

(湖北经济学院法商学院 湖北 武汉 430205)

[摘要] 本文探究新媒体视角下对“三色洪湖”特色产业持续发展的影响,在洪湖市戴家场镇以发放问卷、走访当地典型企业的形式,分析特色产业企业现阶段发展现状,提出在发展过程中出现的相关问题,结合新媒体的推广应用提出相应的解决方案及措施,以推进洪湖地区特色产业可持续发展。

[关键词] 新媒体;三色洪湖;特色产业

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.06.523

一、洪湖特色产业概述

近年来,洪湖市提出发展建成“三色洪湖”(红色洪湖、绿色洪湖、金色洪湖)的要求。红色是洪湖的本色。政府提出要把红色传统发扬好、把红色资源利用好、把红色基因传承好。绿色是洪湖的底色。要以保护绿色生态为底线,以推进绿色发展为路径,以倡导绿色生活为目标。金色是洪湖的追求。聚力聚焦富强文明、全面小康,促进经济社会协调发展、跨越赶超。洪湖市委市政府提出建设“红色洪湖、绿色洪湖、金色洪湖”就是要通过红色引领,绿色发展,金色梦想,凝聚全市人民的智慧和力量,为实现中华民族伟大复兴的中国梦书写壮丽的洪湖篇章。

戴家场镇位于洪湖市内,作为洪湖绿色产业重心之一,已有中国特色农产品优势区、再生稻示范区等称号。当地通过推行“公司+合作社+基地+农户”的特殊形式,涌现出类似红和农业等一批特色产业企业。当地再生稻技术成熟,并推出自主品牌,种植区大多实行“虾稻共作”的特色种养方式,形成全产业链生产,是洪湖市内特色产业乡镇的典例。

二、产业发展现状分析

(一)三色洪湖特色产业现状

戴家场镇推行“龙头企业+合作社+基地+农户”,“党建+”等发展模式。“龙头企业+合作社+基地+农户”:龙头企业负责为农户提供新品种、新技术和统筹运营管理,与农户签订农产品回收合同统一收购,合作社负责把稻米种养专业农户、小农户联合起来,打通融合节点,合作种养,形成规模化、现代化的农业生产格局,构建大型产业联合体,让农户分享溢价效益。“党建+”:绍南村的“虾稻连作”,是以打造红色阵地为基础,发挥党员作用为条件,发展红色产业为结果的生产链,该村组建了3个合作社,基层党员带头,村企合作,通过企业APP“保险+”,给农民兜底,使农民年收入增收到15000元,同时通过企业的线上合作平台帮助农副产品帮扶、帮卖,形成助力于加强乡村党建基础、助力党组织,带领农户增收致富。

(二)三色洪湖特色产业现状与新媒体结合的必要性

新媒体强大的影响力是建立在拥有以亿为单位数量,人与之相伴随纷繁复杂线上线下交往活动。特别是在自媒体崛起后,普通用户个性化、随时化、自愿化信息传播使社交媒体所构建虚拟空间呈现着前所未有“百花齐放百家争鸣”。依据中国络信息中心(CNNIC)发布第47次《中国络发展状况统计报告》(简称《报告》)显示,截至2020年12月,我国网络视频用户规模达9.27亿,占网民整体的93.7%,其中短视频用户规模为8.73亿,占网民整体的88.3%;我国网络购物用户规模达7.82亿,较2020年3月增长7215万,占网民整体的79.1%。这说明新媒体用户作为消费者能够深化和扩大“三色洪湖”特色产业的接收效果、传播倾向与产品再创造力量。

三、新媒体全面推进“三色洪湖”特色产业的发展

(一)新媒体视域下存在的问题

1. 基础设施薄弱,制约线上销售发展

洪湖市戴家场地处洪湖西北部,交通不便。降水集中于春夏,洪涝灾害较多,加之地基问题不利于当地火车站、高速公路的建设和发展,这就导致了当地的物流成本相对较高,极大程度上提高了洪湖市农户将特色产业通过网上购物销售出去的成本,从而降低对外销售的积极性。

2. 运用新媒体意识薄弱

当地90%以上的特色产品主要通过实体模式下内销,相关产品走出去渠道开发不完善有一小部分产品是通过“农村淘宝”电商的方式销售出去。在当今网络经济盛行的时代,当地大部分农渔场主并没有抓住时代发展的机遇去对本地产业进行宣传销售。例如“洪湖再生稻米”“红和香米”“洪湖水晶米”在本地是非常受欢迎的,但是脱离了新媒体,影响力受限。大部分企业还是对传统老客户进行销售产品,并没有利用新媒体去拓宽宣传渠道。

(二)新媒体视域下具体推荐措施

1. 持续推进基建发展,促进三色协调

戴家场镇应继续做好江北高速公路建设协调工作,完成江北高速公路建设协调工作。大力进行宣传,积极协调,落实市指挥部的要求,做好工程保障工作,确保高速路工程有序推进。完成剩余主线农户房屋拆迁工作、连接线12户拆迁协议的签订工作。落实好便道资金、永久性征地费资金到户工作,做好三改工作的协调服务工作。修建高速公路至集镇的连接线,建好高速公路沿线生态景观带。

2. 聚焦新媒体时代需求,全力掀起宣传新高潮

加大宣传力度,创新宣传方式。在新时代背景下,要利用大数据背景下丰富资源,充分发挥网络平台作用。一方面可以建立特色文化相关网站,对相关信息进行整合,及时更新平台上内容。另一方面,可以建立特色文化微信公众号、微博、APP客户端,抖音等短视频平台,把网络数据传播形式与特色文化相结合,第一时间推送相关资讯,引起受众对洪湖“三色”文化关注兴趣。

3. 突出品牌特色,形成线上销售体系

首先要优化产业宣传布局,发展高质特色产业。在网络直播电商新时代,通过电子商务,进行销售,让网友全方面,多角度感受特色产业的魅力。其次大力推进产业链的纵向延伸和横向整合,打通和拓展产业链条。积极发展农业产业化龙头企业,实现农产品标准化生产、序列化加工、品牌化营销,构建以线上为主体的营销体系,着力打造精品品牌。

四、结论

本研究找准新媒体模式下对“三色洪湖”特色产业持续发展建设方法,加强网络媒体与特色产业融合,促进特色产业与新媒体渗透,带动区域旅游经济与区域生态农业经济的一体化发展,使旅游经济带动生态农业经济的发展。借助新媒体增强品牌认同感与特色产业知名度,推动洪湖特色产业传播。

参考文献

- [1] 顿贝妮,刘琪.“互联网+农业”时代农村特色经济如何发展转型——以洪湖市为例[J].科技经济导刊,2019,27(25):119.
- [2] 叶爱琼.纵深推进全程机械化示范创建 助推洪湖农业实现高质量发展[J].湖北农机化,2018(11):3-4.
- [3] 顿贝妮,刘琪.“互联网+农业”时代农村特色经济如何发展转型——以洪湖市为例[J].科技经济导刊,2019,27(25):119.
- [4] 石静.乡村振兴背景下贵州特色农产品可持续发展对策研究[J].食品研究与开发,2021,42(15):225-226.
- [5] 牛勇为.乡村振兴战略的政策底蕴与特色农业发展分析[J].甘肃农业,2021(08):20-21.