

Analysis of Agricultural Products Promotion Strategy under the Mode of “Internet+Agriculture”

Wei Zhao¹ Ying Liu² Jie Zhang¹ Lei Tan¹ Aokang Zhang¹

1.Xi'an Traffic Engineering Institute, Xi'an, Shaanxi, 710000, China

2.Ministry of Natural Resources Shaanxi Survey and Mapping Geographic Information Center, Xi'an, Shaanxi, 710000, China

Abstract

With the gradual development of network information technology, the development mode of “Internet+” has been widely used in various industries, which has promoted the improvement of social production efficiency and become an important driving force of social and economic development. The mode of “Internet+Agriculture” has become an important trend of agricultural development. Modern agricultural production and network promotion have injected new vitality into the development of modern agriculture and realized the new growth point of agricultural economy. This paper mainly analyzes the problems encountered in the process of agricultural product network promotion, and puts forward targeted optimization strategies to further enhance the application depth of the “Internet+Agriculture” mode and promote the effect of agricultural product network promotion, to provide strong power support for the development of agricultural economy.

Keywords

“Internet+Agriculture” mode; agricultural products; network promotion

“互联网 + 农业”模式下的农产品促销策略剖析

赵伟¹ 刘莹² 张杰¹ 谭磊¹ 张澳康¹

1. 西安交通工程学院, 中国·陕西 西安 710000

2. 自然资源部陕西测绘地理信息中心, 中国·陕西 西安 7100002

摘要

随着网络信息技术的逐渐发展,“互联网+”发展模式逐渐在各行各业得到广泛应用,促进了社会生产效率的提升,成为社会经济发展的重要推动力。“互联网+农业”模式成为农业发展的重要趋势,现代化农业生产、网络促销等为现代化农业发展注入了新的活力,实现了农业经济新的增长点。论文主要结合农产品网络促销过程中遇到的问题进行深度分析,并提出了针对性的优化策略,旨在进一步提升“互联网+农业”模式的应用深度,促进农产品网络促销效果,为农业经济发展提供强大的动力支持。

关键词

“互联网+农业”模式;农产品;网络促销

1 引言

在信息时代,随着网络信息技术迅猛发展,网络对社会各个领域产生的重大的变革,改变了人们的思维模式和消费观念。“互联网+农业”的逐渐发展,对农产品营销带来机遇的同时,也带来了一定的挑战。需要认清当前互联网发展形势,积极转变农产品销售思路,寻找新的市场销售空间和渠道,充分挖掘互联网信息技术的优势,构建线上销售平台,实现农产品促销模式的创新与优化,拓展农产品市场生存空

间,简化农产品销售环节,降低促销费用,充分体现农产品网络促销的价格优势,强化消费者的消费意愿增加消费者粘性。基于此,要对农产品网络促销存在的问题进行分析,并制定合理的应对策略,强化农产品网络促销效果,为农业经济注入新的生命力。

2 农产品网络促销现状

2.1 物流方面的问题

冷链物流是农产品网络促销的关键环节,这是因为农产品存放时间过长容易腐烂,需要利用冷链物流进行即时冷冻,避免腐烂^[1]。但是农产品产地往往是在较为偏远的农村地区,

【作者简介】赵伟(1988-),男,本科学历,土木工程专业,从事专业教学工作研究。

相关技术和设备严重不足,导致链条锻炼问题,增加了农产品储运风险。

2.2 销售渠道问题

营销链条过长,中间环节较多,不仅增加营销复杂性,而且加大营销成本并延长配送时长;无法掌握网络促销核心,导致其市场竞争实力难以增强,降低了其长期盈利能力。

2.3 网络安全问题制约

互联网具有隐秘性、开放性特点。另外,缺乏网络信息安全防护技术,导致网络销售平台容易受到病毒、黑客等攻击,造成销售平台不稳定;网络管理人员缺乏网络信息保密意识,容易造成网络营销信息泄露等问题^[2]。

2.4 观念缺乏人才支持

受到传统农产品销售观念的影响,无法形成正确的互联网促销思维,导致网络促销技术执行和落实效果不高。此外,不注重人才培训和教育,导致相关方面的专业化技术型人才稀缺。

3 农产品网络促销应对策略

3.1 转变销售观念

信息时代,人们的消费观念以及消费方式发生重大改变,大力发展电子商务逐渐成为社会经济发展的重要趋势。基于此,要积极转变农产品销售观念,树立互联网销售思维,积极推行“互联网+农业”的发展模式,深度挖掘互联网技术在农产品促销方面的潜在优势,优化农产品布局,精准定位目标消费群体,拓展网络促销渠道,强化网络销售能力^[3]。

此外,还要注重强化人才培养和培训,培养网络营销思维,全面掌握网络促销技术,为农产品网络促销的持续性发展提供人才支持。

3.2 改善物流条件

完善的物流条件是开展农产品网络促销的重要保障,能够确保农产品网络促销方案的有效实施。因此,要生产、销售、物流的优化整合,形成战略联盟关系,实现农产品网络促销决策和物流操作的统一性和同步性^[4]。

为了提升农产品物流效率,要在销售和物流之间搭建完善的信息共享平台,实现农产品销售以及物流信息的即时共享,减少农产品网络下单和配送之间的时间,强化农产品网络促销方案的高效落实。要采取有效的运行机制,提升网络营销与物流配送的协同性,增强彼此之间的匹配度。因此,

要强化对农产品物流的实时监控,尤其是要关注运输过程的全过程监控,防止受到各种因素干扰导致农产品配送不及时的现象出现。基于此,物流企业需要结合具体情况制定多种配送方案,有效防范配送风险。

要结合农产品促销的个性化需求,配备专业化的物流软硬件设施,提升其业务专业化和针对性,实现高效的物流配送。开设绿色物流通道,提升农产品从产地到销售地的流转速度,构建高效的网络促销系统。

3.3 优化促销渠道

随着经济全球化的迅速发展,中国和国际市场的发展和融合,对中国农产品的销售带来一定的发展机遇的同时,也带来了一定的挑战。要利用这一契机,结合互联网技术,积极开拓农产品国际市场,拓展农产品市场生存空间。首先要保障农产品质量,并构建完善的农产品网络交易平台,逐渐打开农产品国际销售市场;要积极总结中国和国际上的优秀销售经验,政府要给予一定的政策、资金等支持;结合在线拍卖技术,实现农产品价格的实时共享,拓展农产品在中国和其他国家的推广范围;综合利用大数据技术,通过数据运算和分析,掌握中国和其他国家消费者的消费需求和消费心理,定位目标销售群体,积极开发潜在消费者群体,并据此优化和调整农产品生产规划,开展针对性的促销活动,优化服务质量,逐渐拓展销售渠道,全面体现中国农产品的质量和价格优势^[5,6]。此外,还可以综合利用多样化的网络媒体平台,如微博、微信、SNS等渠道,进一步拓展促销渠道,降低营销成本。

3.4 应用大数据技术对用户群体进行精准定位

在“互联网+农业”模式下,可以综合利用大数据技术,对消费者的消费需求、市场动态变化等情况进行精准掌握,从而定位消费者群体,了解消费者的消费特点以及对农产品的需求特点,从而对农产品网络促销方案进行优化改善,使其更加符合市场需求,提升农产品网络促销活动的针对性和有效性,全面锁定目标消费者,防止出现泛化营销,也可以利用多养的网络沟通平台,和消费者进行实时互动,结合消费者的意愿,优化产品质量和结构。在这种网络促销模式下,要逐渐形成互联网思维,并将大数据技术贯穿农产品生产、包装、物流、促销等全过程中,对各个环节实施系统性优化整合,形成农产品网络促销新态势^[7-8]。通过这种方式可以积极发展服务型农业经济,实行定制化促销方案,既能减少库存,

也满足消费者的消费心理,促进农产品网络促销效果的提升。

4 结语

综上所述,随着网络信息技术的逐渐发展,“互联网+农业”模式逐渐成为农业经济发展的重要趋势。在农产品销售环节中,综合利用网络信息技术,开展网络促销,对于提升农产品销售效率极有帮助。在这一过程中,要转变传统的销售理念,优化物流条件和销售渠道,利用大数据技术精准定位目标消费群体,为农产品销售提供新的发展契机。

参考文献

- [1] 郑小为,杨亚柳,刘文慧.“互联网+”时代下的绿色农产品营销模式创新[J].吉林农业科技学院学报,2019,28(3):58-61+120.
- [2] 薛扬.“互联网+”时代特色农产品包装设计与品牌推广策略研究[J].艺术品鉴,2019(21):256-257.
- [3] 罗敏,卢绍华,徐文霞.“互联网+农产品”网络营销体系构建模式[J].农家参谋,2019(10):17.
- [4] 齐黎丽,于慧玲.浅谈“互联网+”背景下黑龙江省农产品网络营销体系的构建[J].现代营销(下旬刊),2019(2):92.
- [5] 杨红萍.“互联网+农业”模式下的农产品促销研究——以土特产为例[J].中国管理信息化,2018,21(10):145-146.
- [6] 刘铁民.基于精准扶贫背景下“互联网+农产品”模式可行性分析[J].农村经济与科技,2017,28(18):71-73.
- [7] 周文华.“互联网+农产品营销”体系的探究[D].新乡:河南师范大学,2016.
- [8] 郑建辉,任玓.“互联网+”战略背景下农产品网络促销策略探析[J].农业经济,2016(4):134-135.