

# 乡村旅游视角下农产品电商发展研究

## ——以湛江红星农场菠萝产业为例

### Research on E-Commerce Development of Agricultural Products from the Perspective of Rural Tourism

#### —Take the Pineapple Industry of Zhanjiang Hongxing Farm as an Example

李小杭 张乖利

Xiaohang Li Guaili Zhang

广东农工商职业技术学院 中国·广东 广州 510507

Guangdong AIB Polytechnic College, Guangzhou, Guangdong, 510507, China

**摘要：**“互联网+”时代，中国农产品电商发展迅速，“乡村旅游+农产品电商”模式应运而生。论文以湛江红星农场菠萝产业为例，分析其电商销售现状及存在问题，提出乡村旅游融入农产品电商营销的可行性及发展思路，助力“红土金菠”品牌建设和产业发展。

**Abstract:** In the era of "Internet +", the development of China's agricultural product E-commerce is rapid, the mode of "rural tourism + agricultural product business" has emerged as a new impetus. Taking the pineapple industry of Hongxing farm in Zhanjiang as an example, this paper analyzes the current situation and existing problems of E-commerce sales, and puts forward the feasibility and development ideas of integrating rural tourism into E-commerce marketing of agricultural products, so as to promote the brand construction and industrial development of "Golden Pineapple with Red Soil".

**关键词：**农产品；电商；乡村旅游

**Keywords:** agricultural products; E-commerce; rural tourism

**基金项目：**2019年广东农工商职业技术学院科研项目“人工智能背景下金融创新人才育训结合的‘四位一体’人才培养模式研究”（XYYB1910）；2019年度广东省财经教指委教育教学改革项目“人工智能背景下国际金融专业人才培养模式改革路径探索”（CJ201930）

**DOI:** 10.36012/emr.v2i4.2244

## 1 引言

近年来，中国农产品电商迅猛发展，使城市居民足不出户即可购买到全国各地的优质农产品，同时也较好地解决了农产品销路问题，但受制于传统观念、成本、品牌等因素，运营成功的却较少<sup>[1]</sup>。新形势下，要想打开农产品销路、提升农场经济效益，必须突破传统思维，挖掘农场的旅游价值以及农产品特色属性和文化内涵，并利用线上线下各自的优势，通过旅游业带动电商的宣传推广，以此作为提升农产品电商竞争力的重要突破口。

## 2 红星农场菠萝电商销售现状及存在问题

### 2.1 积极发展“互联网+”电商平台，线上销售增长潜力巨大

红星农场位于“中国菠萝之乡”——广东省湛江市徐闻县。菠萝是该农场种植面积最大、最主要的自营经济作物。近年来，红星农场注重品质菠萝打造及品牌建设，积极发展“互联网+”电商平台，补齐销售短板，目前主要采用“线下+线上”的销售方式。“线下”结合地头零售、批发、农超对接等方式；“线上”则与各类电商平台及微商合作，并

**【作者简介】**李小杭（1990~），女，湖北荆州人，助教，从事商业银行经营管理研究。

张乖利（1973~），女，陕西杨凌人，高级经济师，从事金融创新及银行转型、珠三角产业集群研究。

不断开展新的尝试。例如,今年在地方政府的支持下,首次通过跨境电商将10t优质菠萝产品远销日本;举办“直播带货”,当日交易额近75万元。但总体而言,农场菠萝线上销售额规模不大,尚不足线下销售额的1/3,出口量及电商直播销售量也十分有限,仍具有巨大增长潜力。

## 2.2 特色农产品“红土金菠”优势明显,但品牌知名度不高

近年来,红星农场大力推广菠萝新品种、新技术,成功打造出农场特色菠萝品牌“红土金菠”,该产品品相好、口感香脆、糖度高,对比当地传统种植的菠萝品种具有明显的品质及价格优势。同时,农场通过参加徐闻菠萝文化旅游节、湛江农博会、广州农博会等活动,以及与各类涉农主流媒体对接,积极开展品牌宣传工作。然而,由于产量制约、市场占有率较低等原因,该品牌目前的市场知名度仍然有限。与此同时,品牌知名度较低的问题也反过来对菠萝的销售形成了一定的制约。

## 3 乡村旅游融入农产品电商营销的可行性分析

### 3.1 红星农场发展乡村旅游具备优势

红星农场具备优越的自然资源和内外部条件,有利于发展休闲乡村旅游业。一方面,徐闻县的“菠萝的海”“菠萝文化节”已经成为广东省知名的乡村休闲旅游景点和品牌,而红星农场是当地特色农产品优势区,农场菠萝种植历史悠久、面积大、产量高,拥有优质菠萝示范基地、“红土金菠”特色品牌等资源;另一方面,目前农场周边以农业、农场、农品、农家为特色的观光旅游项目寥寥无几,挖掘潜力巨大。

### 3.2 乡村旅游与农产品电商具有高度契合性

乡村旅游是以领略农村乡土风情、体验农事生产劳作、了解风土民俗和回归自然为旅游目的,以城市居民为主体,融观光、度假、休闲性质为一体的旅游活动。农产品电商为乡村农产品销售提供了方便,让农产品交易实现电子化、便利化<sup>[2]</sup>。二者都是以农村、农产品为中心开展的活动,具备高度的契合性,乡村旅游可以激发当地特色农产品的潜力,而依托农产品也可以盘活农村资源。

## 4 乡村旅游视角下农产品电商发展思路

### 4.1 注重农旅产业联动,整合优势资源

农产品根植于地域资源的沃土,要想发展好农产品电

商,最大限度地发挥农场的资源和特色产品优势,必须将特色农产品营销与当地食、住、行、购、娱等当地旅游休闲活动相结合<sup>[4]</sup>。这种资源整合需要多方的共同努力:首先,需要地方政府在旅游宣传、品牌推广以及特色农产品的产销对接、行情指导等方面予以政策倾斜;其次,湛江农垦局作为红星农场的管理机构,应在农场旅游整体规划、电商平台对接、专业人才培养、电商培训等方面予以指导和帮扶;最后,农场负责乡村旅游建设项目推进,农产品种植、加工、销售及宣传。通过多类型资源的整合,最大限度地发挥农场的资源和特色产品优势。

### 4.2 挖掘产品文化内涵,推动品牌宣传

随着城市生活水平的提高,人们对农产品的认知和消费期望发生了变化,除了产品本身的品质、口味,也渴望能够感受到农产品自身的文化魅力,提升精神层面的享受<sup>[5]</sup>。在此趋势下,延伸农产品的文化内涵、突出产品的个性将成为加速品牌推广的关键。红星农场可结合自身发展历史及菠萝产品特点,将农场开垦、知青下乡、扶贫助农、红土金菠育种等真实故事融入品牌文化宣传当中,形成独有的农场文化和菠萝文化,并将其嵌入农产品营销及农场旅游过程中,通过品牌化、个性化的多维度呈现,引发线上消费者及线下游客的情感共鸣,激发购买欲望。

### 4.3 运用现代科学技术,提升产品附加值

农场在注重品牌营销的同时,也要利用现代科技,提升产品附加价值。一方面,菠萝产品在包装、营销方面还有很大的挖掘空间,如“红土金菠”这类高品质菠萝可以走“高端水果”路线,包装成精美礼盒,配以产品溯源、产品特色和品牌故事,提升产品的美感和辨识度;而品质次一级的菠萝则负责“走量”,进行特产营销、情怀营销、借势营销。另一方面,湛江农垦可将菠萝产品加工纳入未来战略规划中,通过与鲜果加工企业合作或引入先进加工生产线等方式,进行菠萝产品精深加工,延长产业链,推动产业发展。

## 参考文献

- [1] 夏曼,黄月平.农业供给侧改革背景下的“休闲农业旅游+农村电商”发展研究——以杜鹃故里农场为例[J].电子商务,2018(4):17.
- [2] 张松.关于休闲农业+乡村旅游+农村电商融合发展几点思考——以潼南为例[J].商场现代化,2019(21):41-42.