

地方扶贫农产品电子商务营销策略研究

Research on the E-commerce Marketing Strategy of Local Poverty Alleviation Agricultural Products

王方宇

Fangyu Wang

黑龙江农业职业技术学院 中国·黑龙江 佳木斯 154007

Heilongjiang Agricultural Vocational and Technical College, Jiamusi, Heilongjiang, 154007, China

摘要: 电子商务是互联网飞速发展的产物, 将其与地方扶贫工作相互串联, 能够大幅度提升农产品的销售效率, 推动贫困地区的经济增长。论文对通过电子商务销售农产品开展的地方扶贫工作过程中存在的问题进行了分析, 认为互联网相关基础设施不完善制约了电子商务体系的建立, 农产品经营人员缺乏相应的营销意识影响了电子商务的成效, 人才匮乏制约了地方农产品电子商务的发展效率, 营销模式匮乏、品牌建设不到位使得地方产品销售不够火爆。针对相关问题, 论文提出了建设电子商务扶贫体系、推进地方互联网设备设施建设、强化营销意识、引进和培养人才、创建品牌等解决措施, 以期为相关工作提供参考。

Abstract: E-commerce is the product of the rapid development of internet, connecting it with local poverty alleviation work can greatly improve the sales efficiency of agricultural products and promote the economic growth of poor areas. This paper analyzes the problems existing in the process of local poverty alleviation by selling agricultural products through e-commerce, and thinks that the imperfect infrastructure related to the internet restricts the establishment of e-commerce system, the lack of marketing awareness of agricultural products operators affects the effectiveness of e-commerce, the lack of talents restricts the development efficiency of local agricultural products e-commerce, and the lack of marketing models and inadequate brand building make local product sales not hot enough. In view of the related problems, this paper puts forward some solutions, such as building an e-commerce poverty alleviation system, promoting the construction of local Internet equipment and facilities, strengthening marketing awareness, introducing and cultivating talents, and creating brands, in order to provide reference for related work.

关键词: 地方扶贫; 电子商务; 农产品; 营销策略

Keywords: local poverty alleviation; e-commerce; agricultural products; marketing strategy

DOI: 10.12346/emr.v3i6.4810

1 引言

中国农产品市场大多处于供不应求的状态, 地方农产品在缺乏有效营销手段的情况下, 往往难以形成较高的销售产出。地方农产品销售者需要积极转变传统老旧的营销模式, 将电子商务营销应用到产品销售体系之中, 通过淘宝、京东、拼多多等平台突破传统农产品销售中的时空和季节性限制, 有效缓解农产品销售过程中的风险。地方政府单位需要将电

子商务营销体系建设工作作为扶贫工作的重点, 通过增加农民收入实现精准扶贫的工作目标。

2 地方农产品电子商务营销中存在的主要问题

2.1 贫困地区未曾建设完善的网络设施

电子商务的运营离不开互联网的支持, 部分贫困地区未曾建设完善的互联网设备设施, 难以在区域内实现网络的全

【作者简介】王方宇(1992-), 男, 中国辽宁凤城人, 本科, 助教, 从事电子商务教学研究。

范围覆盖,导致电子商务的建设缺乏硬件基础。在网络不畅通的情况下,农产品营销人员难以通过电商平台建立畅通的信息沟通渠道,无法及时针对电商平台中的用户需求进行策略调整,影响了营销效果的提升。

2.2 地方农产品经营人员缺乏电子商务营销意识

大多数地方农产品经营人员更愿意采取传统线下销售的模式,认为电子商务不靠谱、存在诈骗行为、不安全,缺乏对相关营销思路的研究和应用^[1]。同时,大多数农产品经营业务对电子商务缺乏理解,在不掌握相关理论的情况下无法将相关营销手段落到实处,也未曾认识到电子商务在解除时空限制、突破季节限制、提升经营效益等方面的优势,导致大多数农民无法将自身的资金和精力耗费在电子商务相关工作之中。此外,在无法快速打开局面的情况下,电子商务平台中的部分农产品往往难以快速销售完毕,导致农产品出现腐烂变质的风险,部分农民在缺乏信心的情况下难以将电子商务营销落到实处。

2.3 缺乏带动地方扶贫农产品营销的电子商务人才

地方在开展扶贫工作时,通常可以将产品集中并由专业人才开展农产品的营销工作。然而,贫困地区的经营人员通常缺乏充足的技术理论能力,也未曾接收到相关的业务培训,并不熟悉电子商务相关的工作方法和营销手段,导致农产品扶贫工作开展不力。这一问题的存在与内部人才的培养不力以及人才引进效果不理想存在关联,大多数技术人才对农村环境缺乏适应性,而且扶贫农产品的营销难以快速见效,缺乏对人才的吸引力^[2]。

3 地方扶贫农产品电子商务营销策略分析

3.1 加快推进贫困地区网络设施建设,建立电子商务的运营基础

政府单位需要针对计划开展扶贫工作区域网络设施不完善的情况增加财政资金的支出,确保相关网络设施快速得到建设和完善,实现对区域内互联网的全覆盖,为农产品经营人员提供稳定、快速的网络环境,确保电子商务营销工作可以顺利开展。

3.2 加强宣传教育,鼓励农产品经营人员树立电子商务营销意识

为了确保电子商务营销扶贫工作的顺利开展,政府相关单位需要通过宣传教育等手段转变农产品经营人员的传统

理念,帮助其认识到电子商务对产品营销的积极意义^[3]。在培训教育方面,政府需要定期组织人员下乡为农民讲解互联网操作、网络营销、电子商务运营等技术手段,也通过数据讲解、视频展示、对比分析等方式让农民发现电子商务的优势,教导农民通过互联网收集营销相关信息的思维和操作流程,逐渐带动区域内农民整体思维意识的转变。同时,政府也可以通过资金、政策两方面的手段鼓励农民应用电子商务进行特色农产品的销售工作,推动精准扶贫工作的顺利开展。

3.3 引进、培养电子商务营销人才

为了避免因人才短缺影响电子商务工作的开展,政府单位需要做好相关扶持工作,从资金和政策两方面入手,吸引高校毕业生等相关人才的加入,如提升工资标准、解决编制等相关措施。同时,政府单位需要结合生产经营需求做好人才培养工作,定期对电子商务运营人员进行针对性地培训,从广告设计、产品展示、引流、直播、电商平台店铺维护等多方面入手,确保工作人员掌握营销的业务能力。在人才引进方面,政府单位需要加强与地方高校、地方企业的合作,引导企业、高校参与到扶贫工作中,为地方持续输送专业技术人才,推动农产品电子商务营销工作的开展。

4 结语

综上所述,通过电子商务进行农产品营销是地方精准扶贫工作的重要举措,政府单位需要正视过程中存在的人才匮乏、营销意识不足、营销手段单一、网络设施建设不到位、缺少特色品牌等问题,持续通过政策、资金方面的支持为扶贫地区建立完善的网络系统并吸引更多人才的参与,通过宣传教育手段引导农民认可电子商务营销,通过各种基础加强农产品的宣传力度并竖立特色农产品品牌,从而建立符合地方发展的农产品营销扶贫体系。

参考文献

- [1] 张晓芳.“互联网+农业”环境下福建农产品网络营销整合策略研究[J].内蒙古财经大学学报,2018,16(1):77-82.
- [2] 廖卢琴,钟婉茹.探索乡村振兴背景下高校学生助力农村电商发展的创新路径——基于校企合作协同“互联网+精准扶贫”背景的研究[J].科教文汇,2021(4):24-25+36.
- [3] 张海燕.“互联网+”背景下农产品电子商务营销策略[J].广东蚕业,2019,53(9):82-83.