

## 新媒体时代下涉农企业营销策略的选择

姜亚妮

齐鲁理工学院

**摘要:** 进入互联网时代, 各行各业均借助于网络营销扩展销售渠道, 农产品为提高销售收益也要建立网络营销意识, 扩大影响力。基于此, 本文先分析了网络营销对农产品企业的积极影响, 分析其网络营销的问题和困境, 并提出网络营销策略。以期打造农产品品牌, 提高农产品网络销量, 推动农产业的发展。

**关键词:** 新媒体时代; 农产品; 电商平台; 网络营销;

**引言:** 新媒体在我国快速发展, 迅速推动网络经济发展, 传统行业逐渐埋入网络平台, 完成了新时代转型, 为企业提高收益奠定了良好的基础。我国农业行业也和网络平台结合, 农产品企业纷纷入驻电商平台, 扩大销售渠道, 但仍然存在销售渠道单一的问题, 并未通过电商渠道提高利润水平。在我国大力发展乡村振兴的背景下, 要积极利用网络营销帮助农产品企业发展电商营销, 促进农业经济发展。

### 一、网络营销对农产品企业的积极影响

进入网络时代后, 人们购物形式发生巨大变化, 更习惯于通过电商渠道购买, 各个行业均进入电商平台, 扩大企业销售量。农产品企业尤其是偏远地区的农产品种植户, 销售渠道单一, 竞争激烈, 销量和利润有限。尤其是遇到特殊情况, 如新冠疫情, 农贸市场停业, 更严重打击了农产品企业的销售。电商平台成为农产品企业重要的销售渠道, 为提高知名度和销量, 企业需要重视网络营销, 增加销售机会[1]。在网络时代下, 人们每天接触海量信息, 只有精准营销才能抓住人们的眼球, 得到消费者关注, 增加购买行为。

### 二、新媒体时代农产品网络营销的问题和困境

随着我国电商行业的快速发展, 农产品企业纷纷开拓电商销售渠道, 推动信息化发展。但在新媒体时代, 网络信息还量化发展, 如何在海量数据中彰显特点, 提高农产品吸引力, 成为农产品企业网络营销面临的难题。随着农产品电商数量的增加, 农产品同质化问题越来越严重, 品牌效应明显不足, 产品附加价值低, 造成销量受到影响。也有很多农产品企业缺乏网络营销意识, 缺乏专业人才。造成店面设计简单, 图片拍摄粗糙, 详情页描述不清, 无法满足消费者获取信息的需要。企业没有抓住热点话题, 造成广告浏览量不足, 无法达到引流的目的。目前企业主要以拼多多、淘宝和京东为主要平台, 并未入驻具有庞大客户流量的抖音、微信和微博平台, 没能将新媒体营销发挥到最大效果。

在农产品运输过程中, 容易发生变质问题, 给消费者带来不良购物体验。很多农产品需要冷链运输, 但农产品企业可能位于偏远农村地区, 物流成本较高, 严重打击了企业的经济利润[2]。受到资金局限, 企业并不能吸引专业人才进入企业工作, 由于专业人才的缺乏, 造成网络营销效率低, 不能达到应有效果。同时农产品缺乏品牌市场定位, 在市场中影响力较低, 严重阻碍了企业销量的提高。

### 三、新媒体视域下的农产品网络营销策略

#### 来源期刊



中国期刊网

暂无封面

中国经济评论

2023年13期

#### 相关推荐

#### 同分类资源

更多

- [\[政治经济学\] 财务预算管理在企业战略落地.](#)
- [\[政治经济学\] 人力资源配置策略与企业财务.](#)
- [\[政治经济学\] 供应链金融缓解中小企业融资.](#)
- [\[政治经济学\] 加强烟叶生产质量管理的思考](#)
- [\[政治经济学\] 普通国道长周期综合养护实.](#)
- [\[政治经济学\] 浅议大数据背景下财务管理面.](#)
- [\[政治经济学\] 财政税务制度改革对企业财务.](#)
- [\[政治经济学\] 铁路企业人力资源优化配置策.](#)
- [\[政治经济学\] 事业单位激励机制的构建与实.](#)
- [\[政治经济学\] 企业采购中心的供应链整合与.](#)

#### 相关关键词

新媒体时代; 农产品; 电商平台; 网络营销

### （一）政府加大扶持力度

农产品营销离不开政府部门的扶持，首先在政策层面上，政府部门需要为当地农产品企业开通绿色通道，积极给予有利政策，鼓励农产品企业网络营销，可优先发展优质企业作为典型，带动当地中小型企业发展。尤其是税收政策，要给予大力支持减免税负，控制企业运营成本，进而提高网络营销积极性，推动农产品企业投入大量精力支持网络营销。其次在资金上给予扶持，如鼓励乡镇建立电商助农合作社，吸引民间资本投资，调控贷款门槛和利息，让农产品企业营销得到资金上的支持。再者在社会基础设施上，加大力度建设物流体系，完善网络建设，帮助农产品企业连接资源，从而推动农产品企业网络营销。最后给予人才扶持，帮助农产品企业联络当地高校，鼓励高校电商人才进入企业，展开网络营销。建立项目基金，对营销人才、电商人才等给予经济支持，吸引越来越多的专业人才投身于电商营销，提高农产品企业的运营能力。

### （二）提高电商运营水平

首先需要招聘大量新媒体、营销和电商人才，提高人才的工资待遇水平，扩大网络营销团队。要对本地人才大力培养，当地农产品企业可联合建立实训基地，对本地人才展开培训，提高其专业素养。其次网络营销的重要内容在于产品主图和详情页制作，利用数据分析工具辅助营销，对营销文案的编写等。需要实时关注网络热点问题，跟上热点话题进行营销。如在小红书App上带话题宣传，根据小红书实时搜索话题发布广告，提高广告浏览量。根据企业移动营销终端建立对应的工作小组，进行对口营销，保证营销的实时共享性。最后要提高产品的附加价值，满足不同消费偏好的客户。如对农产品进行等级划分，提高包装质量，积极开发个性化包装，提高市场吸引力。可和知名动漫形象、博物馆等合作，制作高颜值精美包装，提高农产品附加价值，提高市场吸引力。

### （三）明确品牌市场定位

从而提高农产品企业的知名度，吸引更多消费者购买。如倪老腌辣椒酱是淘宝网上知名农产品的代表，其价格较高，但销量并未减少，目前是淘宝四皇冠店铺，具有良好声誉[3]。其市场定位为个性化味觉体验，根据客户的口味需要生产产品，给客户提供了独特的服务体验，深受客户欢迎，成为辣椒酱产品中最特别的一款。同时利用视频等方式为客户展示手工制作过程，得到客户的信任。个性化定制作为品牌独特定位，实现了成功的网络营销。

### （四）重视联动社群推广

企业在营销上可利用特殊的社群语言，如视频、表情和动图等进行分享，解答消费者的疑惑，提高销量，也能拉近顾客和企业的距离。这是社群营销最大的优势，利用情感体验，赋予消费者主体意识，提高消费者黏性和吸附力，获得消费者信任感，不断扩大营销范围。企业要重视品牌文化的建设，融入营销行为中，成为品牌标签，更容易被消费者记忆，产生认同感。如利用微信公众号平台进行引流，消费者可通过打卡、集赞、转发等渠道参与企业推广，企业利用折扣和免费体验等优惠吸引顾客主动分享，提高顾客参与感，从而自主宣传，建立老顾客带动新顾客的良性循环。

### （五）线上线下联合营销

农产品企业在网络营销时，可联合线下和线上，利用线下观光旅游业宣传电商平台，通过网络营销对线下店铺和旅游业加以宣传。。同时积极使用抖音、微博、快手等网络平台对线下进行宣传，扩大农产品企业的知名度，提高人流量，从而提高转化率。如在快手直播平台发布广告，对农产品再加工、种植和采摘过程进行宣传，可有效吸引客户购买。公开农产品的采摘种植过程，可提高企业信誉度，成为农产品企业的特色。最后在售后服务上，可积极利用新媒体平台，解决客户面临的问题。尤其是农产品在运输过程中，容易发生变质、快递丢失等问题，可利用微博、微信公众号等平台，和顾客一对一交流，解决顾客的疑问，提高企业服务质量，在顾客心里建立良好的形象，在市场上建立口碑。

## 四、结论

综上所述，网络营销对农产品企业销量和发展有积极影响，但目前仍然存在一定问题和困境，农产品企业在网络营销上，还需要得到政府大力扶持，主动提高电商运营水平，明确品牌市场定位，重视联动社群推广，线上线下联合营销。根据各地区农产品特征，积极摸索网络营销模式，提高企业知名度，扩大影响力，从而提高销量，创造更高的收益。

## 五、参考文献

[1]王玉琳.基于品牌建设下的甘肃省特色农产品网络营销策略研究[J].品牌研究

[2]马小红.基于大数据精准营销的农产品网络营销对策探究[J].全国流通经济

[3]李先涛."互联网+"环境下特色农产品网络营销对策[J].农家参谋,

## 同系列内容

1 新媒体时代下涉农企业营销策略的选择

362

2024-07

[查看全部](#)

### 关于我们

[期刊网介绍](#)  
[服务条款](#)  
[知识产权声明](#)  
[联系我们](#)

### 特色服务

[学术通](#)  
[定制服务](#)  
[广告合作](#)  
[友情链接](#)

### 期刊合作

[期刊合作](#)  
[合作流程](#)  
[商务合作](#)  
[广告服务](#)

### 产品服务

[期刊大全](#)  
[论文中心](#)  
[期刊检索](#)  
[论文检索](#)

客服电话：400-889-0263

客服QQ：00000000 琼网文【2021】1550-113号

增值电信业务经营许可证：琼B2-20210322

出版物经营许可证：新出发龙华出字第(2021)009号

广播电视节目制作经营许可证：(琼)字第00779号

若发现您的权益受到侵害，请立即联系客服QQ(30444492)或邮箱(qikanonline@126.com)，我们会尽快为您处理

版权所有 ©2023 期刊网 冀ICP备2023044594号-1

