

土特产行动：电商助农公益计划在推广当地优质土特产中的作用

于佳迅 莫彩悉 黎芷彤 宁丽萍 陈珍霞
南宁理工学院

DOI:10.12238/ej.v7i5.1582

[摘要] 电商助农公益计划利用网络平台对土特产进行宣传,切实提高土特产在市场上的认知度、拓宽销售渠道、同时显著提高农民收入、带动地方经济发展。这一方案通过提升在线可见度,加强市场信任度,提升消费群体和提升购物体验来达到全面普及土特产。与此同时,利用精准定位,大数据分析以及节日促销的策略来进一步优化销售效果。这些措施在拉动相关产业链发展的同时还提高了农民生活水平。

[关键词] 电商助农; 土特产宣传; 市场认知度; 销售渠道

中图分类号: DF59 文献标识码: A

Local Produce Action: The role of the e-commerce agricultural welfare program in promoting high-quality local produce

Jiaxun Yu Caixi Mo Zhitong Li Liping Ning Zhenxia Chen
Nanning Institute of Technology

[Abstract] The e-commerce agricultural public welfare program uses the network platform to publicize local specialties, effectively improve the recognition of local specialties in the market, broaden sales channels, and significantly improve farmers' income and drive local economic development. The program aims to achieve universal access to local products by increasing online visibility, strengthening market trust, increasing consumer base and enhancing the shopping experience. At the same time, the strategy of precise positioning, big data analysis and holiday promotion is used to further optimize the sales effect. These measures not only promote the development of related industrial chains, but also improve farmers' living standards.

[Key words] e-commerce aid agriculture; Local product publicity; Market awareness; Sales channel

引言

在电子商务迅猛发展的今天,电商助农公益计划已经成为土特产宣传的一支重要力量。该方案在提高土特产市场认知度的同时,还通过优化销售渠道、改善购物体验等方式扩大土特产市场影响力。研究目的在于探讨电商平台在检验这一过程对于农民收入与地方经济产生积极影响的同时,如何采取多种策略进行土特产的有效宣传,以期对有关政策的制定与执行提供理论支持与实践指南。

1 土特产行动：电商助农公益计划概述

电商助农公益计划正是借助电子商务在技术与市场方面的优势来扶持农业生产与营销的创新战略。本方案以土特产销售渠道数字化为手段,目的是在加强消费者对本地优质农产品认知与接受程度的前提下,给农户提供更为广阔的销售市场。在这一框架中,电商平台既充当商品交易的媒介,又担负着对农民进行教育培训、帮助农民把握市场营销、电子商务操作等职责。这一行动以增加农产品销售额和扩大农产品市场覆盖区域为主要内容,最终改善农民生活。电商平台在与各地区农户的合作下,

可以直接在源头上得到商品,减少了中间环节,保证了商品的新鲜度及品质,还能让农户得到更加理性的收益。另外,该方案具有公益性质,强调可持续发展、鼓励采取环保农业做法、扶持有机种植以提高土特产整体质量并增强市场竞争力。电商平台在教育培训,市场推广,技术支持等方面给农民带来空前的发展机会,也给消费者带来对农产品的健康可追溯选择。这样,电商助农公益计划在促进农业生产方式现代化的同时,也有利于建立农村和城市新的经济社会连接,农村地区经济基础增强,社会和谐,经济共赢。

2 电商助农公益计划在推广当地优质土特产中的作用

2.1 提升土特产的市场认知度

2.1.1 增加土特产的在线可见度

数字时代网络成了人们获取信息、购买物品的首要途径,为此电商助农公益计划以提升土特产网络可见度为己任,这也是土特产推广本地优质土特产最关键的环节。土特产可以通过多种在线营销策略,例如搜索引擎优化、社交媒体营销和内容营

销等,出现在潜在消费者的搜索结果和社交媒体动态中,这极大地提高了它们的在线曝光率。这些战略不仅有助于土特产触及更多的目标消费者,而且还能让土特产在激烈的市场竞争中立足于不败之地。借助具有视觉吸引力的图片、视频、有吸引力的故事讲述等手段,电商平台可以打造精彩内容、提高用户点击率、互动性等。这类内容在使消费者认识商品本身的同时,更能使消费者体会到商品所具有的有关文化、情感等方面的价值,进而提高消费者对于土特产的爱好及购买愿望^[1]。另外,和著名网红或意见领袖一起通过其推荐提高商品可见度也是电商助农公益计划中经常采用的一种行之有效的方

2.1.2 增强土特产的市场信任度和口碑效应

提高市场信任度,提升口碑效应,是电商助农公益计划的关键环节。信任是影响消费者购买决策的关键要素,特别是食品安全越来越引起人们重视。因此,电子商务平台通过提供全方位和透明的产品信息,如产地、生产方法和质量认证等,成功地建立了消费者对土特产的信赖。在保证每件产品达到高标准质量要求的前提下,通过对质量控制与追溯系统的严格管理来提升消费者信心。口碑效应是通过获得消费者的积极反馈和推荐来达成的。电商平台促使消费者共享其购买经历以及产品使用感受等信息,不管是在在线评论中还是在社交媒体上共享,这些积极的反馈都能有效地吸引到新顾客并产生良好口碑传播。除此之外,电商助农公益计划还会定期安排线上和线下的体验活动,邀请消费者亲身体验从田地到餐桌的整个过程,这种亲身体验不仅加深了消费者对产品的理解和信任,还进一步提升了口碑效应。

2.2 扩宽销售渠道和市场覆盖

2.2.1 提高土特产的广泛消费群体

通过电商助农公益计划,土特产能够触及更广泛的消费群体,这一点对于农产品的销售至关重要。电商平台凭借自身巨大的网络与技术能力可以打破地区限制,让本只可在当地售卖的土特产走向国内甚至国际市场。这一没有边界的市场拓展,给土特产提供了空前的暴露机会。电商平台通过定向广告,社交媒体营销以及跨平台合作的策略将符合自己喜好与需要的土特产有目的地呈现给不同消费者。这一个性化市场接触方式不仅使土特产潜在买家增多,而且使产品销量大增。电商平台也往往会和各种节日促销活动相结合,以打折促销或者限时优惠的方式吸引更多的顾客,特别是春节和中秋节这些重要购物季节。另外,电商助农公益计划还通过举办线上农产品展销会,参观虚拟农场等创新形式吸引消费者关注,让消费者更乐于试吃,更乐于选购土特产^[2]。这些活动使消费者在直观地了解产品来源与质量的同时,也能加深对农产品背后所蕴含的文化与价值的理解,进而拓展土特产消费人群。

2.2.2 提升土特产的购物体验

电商助农公益项目也为提高土特产的购买体验付出了巨大的努力。优化购物体验对提高消费者满意度与忠诚度具有重要意义,对保持与拓展土特产市场份额具有重要意义。电商平台设

计了简洁、直观的用户界面使购物流程变得更方便、用户更友好。无论在产品选择,订单处理,支付方式等方面都追求给用户带来一个高效愉快的购物环境。随着技术的深入应用,例如增强现实(AR)和虚拟现实(VR),消费者可以在购买之前通过数字化的方式来体验这些产品。比如通过VR技术让消费者“走进”虚拟果园选果,这一创新购物体验既增加乐趣又提高购买概率。另外,电商平台重视提高物流服务效率与品质,保证土特产能迅速、新鲜的到达消费者处,大大提高客户满意度。电商助农公益计划为进一步改善购物体验,也注重对消费者反馈信息的采集与加工。电商平台通过构建有效的客户服务系统来及时回应顾客的质疑与质疑,持续优化服务流程与产品质量,保障顾客每次购物均取得满意效果。这一消费者导向服务理念在提高土特产销售业绩的同时还有助于树立良好品牌形象。

2.3 增加农民收入和促进当地经济发展

2.3.1 增加农民的经济收入,改善农民的生活水平

电商助农公益计划对于农户经济收入有显著积极作用,进而提高农户生活水平。通过把农产品与广大市场直接联系起来,农户可以绕开传统多层次分销体系直接把产品销售给消费者,既降低中间成本,还使农产品销售价格上升,使农民收入明显增加。例如,通过电商平台,一种特定的地区性水果或手工制品能够被全国乃至全球的消费者所知晓和购买,打开了新的收入来源。另外电商平台的技术支持与市场信息给农户带来价值。他们有能力利用实时的市场数据来调整他们的生产策略,进一步优化农作物的种植模式,从而降低生产过剩或不足的可能性。与此同时,农户通过参加电商平台培训项目来促进其市场意识与技术能力的发展,不仅促进其生产效率的提高,还促进其市场竞争力的提升^[3]。所以电商助农公益计划在直接提高农民经济收入的同时,也通过促进农民生产与市场技能的提高来间接地提高农民长远生活质量与经济状态。

2.3.2 带动了相关产业链的发展

电商助农公益计划在全国范围内开展,不仅直接关系到农产品销售与农民收入,而且对于全产业链发展都具有积极促进作用。在土特产销量不断提升的同时,其相关加工,包装和物流产业也得到相应的发展机遇。比如为适应电商销售要求,必须要有优质的包装设计与材质,直接推动着包装行业不断向前发展。与此同时,为确保产品快速配送与商品质量,物流行业还需开展相关技术升级与服务优化。另外,土特产成功出售也拉动农业旅游、品牌推广等相关产业。消费者在关注土特产时,常常会伴有对土特产产地的好奇心,从而带动很多地区发展出以农业体验为主的旅游项目——果园采摘、农场体验等等,并由此给当地旅游业提供一个新增长点。与此同时,在品牌影响力不断提升的背景下,越来越多创业者与企业家受到吸引,纷纷在这些区域投入新业务,如特色餐饮,本土特产店等等,从而进一步推动当地经济向多元化方向发展。

3 电商助农公益计划在推广当地优质土特产具体策略

3.1 精准定位产品特色

土特产推广过程中产品特色的准确定位是其中一个至关重要的战略。通过厘清每一种土特产所具有的独特性与吸引力，电商平台可以将产品价值有效传递给目标市场。如某种土特产以生长环境或者制作工艺特殊而著称于世，就会凸显上述特征，用来吸引对它有兴趣的某一消费者群体。电商助农公益计划采用故事化的营销策略，通过讲述产品背后的故事，例如传统种植的历史或地方文化，来增加产品的吸引力。另外，定位包括准确了解市场细分、发现潜在新市场、拓展已有市场等机遇。通过市场研究找出哪一群人最容易买到具体土特产以及通过自定义营销活动吸引这类消费者。电商平台可运用定位策略对自身产品组合及营销信息进行调整，以保证其符合目标消费者特定的需求与喜好，进而提升销售效率与市场接受度。

3.2 利用大数据优化销售策略

电商助农公益计划还有一项重点战略，就是运用大数据进行销售策略优化。通过对电子商务平台上收集的众多数据进行深入分析，如消费者的购买习惯、搜索行为以及他们的反馈，我们能够更好地了解市场动态和消费者的实际需求。这些资料有助于更准确地制订营销策略，例如定价策略，库存管理，促销活动规划等。例如，通过数据分析，我们可以确定哪些土特产在特定的时间或地区特别受欢迎，这将使平台能够有针对性地增加这些产品的库存和推广力度。类似地，对促销活动结果进行追踪，该平台也可以对自己的营销策略进行调整，从而实现最佳广告效果以及投资回报率^[4]。另外，大数据的使用也提高了个性化推荐系统精确度，向每一个用户推荐其可能关心的土特产以提高转化率及顾客满意度。

3.3 开展节日或主题促销活动

节日或者主题促销活动，是电商助农公益计划用以加强土特产销售工作的一种有效方式。通过在特定节日如春节、中秋节或特定主题（比如，健康生活，节日礼品等）期间推出促销活动，

电商平台能够有效吸引消费者的注意，并激发购买行为。这类活动一般有限时折扣，买一赠一，特价套餐等等，既能提高消费者购买意向，又能促进用户参与互动。另外，将这些促销活动与地方节日及文化活动相结合，更能激发消费者情感共鸣、提升商品文化价值及认同感。电商平台可通过社交媒体，电子邮件营销以及在线广告等多种渠道对此类活动进行宣传，以保证信息对受众的广泛传播^[5]。通过将产品推广和文化元素有效融合在一起，这类节日或者主题促销活动在促进销售的同时，还能深化消费者和品牌的关联。

4 结束语

简言之，电商助农公益计划显示出现代电商技术和传统农业融合发展的巨大力量。通过行之有效的市场策略与技术应用，这一规划在推动土特产整体开发的同时，还显著改善了农民生活质量，实现了地区经济全面繁荣。在今后的发展过程中，该模式的不断推广与完善对于推进农业现代化与乡村振兴策略具有难以估量的意义。

[项目基金]

2023年自治区级大学生创新创业训练计划项目《土特产行动：电商助农公益计划》编号：S202313645018X。

[参考文献]

- [1]李雨,吴晶晶.电商助农背景下农产品营销策略优化研究[J].营销界,2023,(22):8-10.
- [2]彭娟娟.直播助农:乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式研究[J].山西农经,2023,(17):179-181.
- [3]丁志军.电商助农融合发展[N].人民日报,2023-07-19(6).
- [4]李翠平.互联网+农业背景下电商助农的创新模式研究[J].中国商论,2022,(20):166-168.
- [5]徐韞婷.公益助农直播对消费者农产品购买意愿的影响研究[D].上海海洋大学,2022.