

基于SWOT分析的农产品营销现状及策略探究

——以XY联农共富产业园为例

王子晴

济南大学

DOI:10.12238/ej.v8i1.2230

[摘要] 在乡村振兴和数字经济时代背景下,农产品营销面对着前所未有的机遇和挑战,本文基于SWOT分析法解析XY联农共富产业园农产品营销现状,制定矩阵分析量表,提出强化产业规划、健全产业链条、推进农业数字化转型发展等针对性策略。

[关键词] SWOT分析; 农产品营销; 数字经济; 新媒体

中图分类号: F762 文献标识码: A

Investigation on the Current Situation and Strategies of Agricultural Product Marketing Based on SWOT Analysis

—Take the XY Agric Park for Common Prosperity as an Example

Ziqing Wang

Jinan University

[Abstract] In the context of rural revitalization and the digital economy era, agricultural product marketing faces unprecedented opportunities and challenges. This paper analyzes the situation of agricultural product marketing in the XY Agrarian Industrial Park using SWOT analysis, develops a matrix analysis scale, and proposes targeted strategies such as strengthening industrial planning improving the industrial chain, and promoting the digital transformation of agriculture.

[Key words] SWOT analysis; agricultural product marketing; digital economy; new media

引言

在当今快速变化的市场环境中,农产品营销面临着前所未有的挑战与机遇。随着消费者需求的日益多样化、个性化,以及信息技术的飞速发展,传统的农产品销售模式已难以满足市场的多元化需求。XY联农共富产业园作为农产品生产和销售的重要载体,其营销策略的创新与优化显得尤为重要。

SWOT分析作为一种有效的战略规划工具,通过对企业内部的优势(Strengths)、劣势(Weaknesses),以及外部的机会(Opportunities)和威胁(Threats)进行全面系统的分析,为制定科学、合理的营销策略提供了坚实的理论基础。本研究旨在运用SWOT分析方法,对XY联农共富产业园的农产品营销现状进行深入剖析,以期发现其存在的问题,并提出针对性的策略建议,以促进产业园的持续健康发展。

XY联农共富产业园作为集农产品种植、加工、销售于一体的综合性产业园区,其在推动农业现代化、促进农民增收方面发挥着重要作用。然而,面对激烈的市场竞争和不断变化的消费者

需求,产业园在农产品营销方面仍存在诸多不足。因此,通过SWOT分析,明确产业园在营销方面的优势与劣势,把握市场机会与潜在威胁,对于制定符合产业园实际情况的营销策略具有重要意义。

本研究将结合XY联农共富产业园的实际情况,通过SWOT分析,全面揭示其在农产品营销方面的现状,并在此基础上提出切实可行的策略建议,以期为产业园的未来发展提供有益的参考和借鉴。同时,本研究也希望能为其他类似产业园区的农产品营销提供有益的启示和借鉴。

1 研究方法——SWOT分析法

态势分析法简称SWOT分析法,是一种组织态势分析与决策辅助工具,该类分析方法的特点是能够将一个研究对象的现实情况进行准确且客观的描述。该方法通过对研究对象密切相关的各种内部优势、劣势和外部机会、威胁等因素进行调查列举、矩阵排列,使用系统性的思维将各种因素相互匹配加以综合分析,并根据分析结果给出客观全面的决策建议。本研究通过SWOT

分析法解析目前XY联农共富产业园农产品营销现状,制定矩阵分析量表,提出具有针对性的应对策略模式。

2 基于SWOT分析的XY联农共富产业园农产品营销现状

2.1 内部优势(strengths)分析

一是农产品为畅销特色品种。目前,XY联农共富产业园选育农产品为草莓番茄、“小糖丸”西瓜、玲珑蜜瓜等特色种类,与市场上普通的农产品产生差异化,更有助于打开销路,获取市场。二是生产成本较低。相较于城市地区,XY联农共富产业园人工、土地、仓储等成本较低,可形成价格优势。三是消费者信任度高。现代消费者更注重于追求食品安全和品质,消费者对乡村地区农产品的“绿色、健康、无污染”更为信任,这种信任有助于XY联农共富产业园农产品在市场上树立高端、优质的品牌形象。四是农业生产现代化水平高。XY联农共富产业园共建有智能化蔬菜种植大棚16座,与山东M公司开展股份合作,由M公司提供科学管理,具备现代化的农业生产手段和设备,生产技术水平先进,生产效率高,产品质量稳定。

2.2 内部劣势(weakness)分析

一是销售方式单一,销售渠道狭窄。XY联农共富产业园农产品大多依靠中间商以订单式销售、散户零售等方式对外销售,以线下销售为主,导致农产品销售环节存在着低效率和高成本的问题。二是配套冷藏设施不完善。XY联农共富产业园农产品以瓜果为主,保质期短、易腐烂,冷藏储备与冷链物流功能短缺,产品积压后折损率高。三是没有形成有影响力的品牌。XY联农共富产业园缺乏有效的品牌宣传和推广,农产品没有形成有影响力的品牌,在市场上的认知度和价值较低,难以吸引消费者的关注和购买。

2.3 外部机遇(Opportunities)分析

一是市场需求趋势与消费升级。随着生活水平的提高,消费者对绿色、有机、无污染农产品的需求显著增加,对农产品的品质、口感、营养价值的要求不断提高。二是“互联网+”时代的到来。通过电商平台,农产品可以直接触达消费者,减少中间环节,提高利润空间。利用大数据、人工智能等现代信息技术,可以更精准地分析消费者需求,进行个性化营销,提高农产品的市场竞争力。^[1]三是国家乡村振兴战略带来的发展机遇。政府通过出台相关政策、提供资金支持和技术培训等方式,鼓励农民创新创业,推动农产品品牌建设;金融机构针对农产品营销提供了一系列金融支持措施,如贷款优惠、保险保障等,降低了农户的营销成本和风险。^[2]四是交通便利,具备区位优势。XY距离济宁大安机场仅20公里,距离曲阜东高铁站仅30公里,交通便利,物流方便。XY归属于泰安市,与济宁市曲阜市接壤,两者都是旅游城市,人流量大,市场广阔。

2.4 外部威胁(Threats)分析

一是农产品易受价格波动影响。乡村地区存在产品交易中间环节多、信息不对称等销售痛点问题,“果贱伤农”“菜贱伤农”“大年滞销”等现象时有发生。农产品的价格波动导致销售

收益不稳定,严重影响了农户的生产积极性。二是自然灾害、气候变化等环境因素也可能对农产品生产造成严重影响,进而影响农产品的供应和营销。三是供应链不完善。XY联农共富产业园农产品供应链尚未形成完善的体系,导致农产品从生产到销售的各个环节之间存在信息不畅、协调不足的问题,这影响了农产品的及时销售和市场响应速度。

3 结合SWOT矩阵提出四种发展战略

通过对X乡联农共富产业园农产品销售当前发展面临的优劣势、机遇和威胁各要素分析总结,结合SWOT矩阵,提出X乡联农共富产业园农产品销售的增长型战略(SO战略)、扭转型战略(WO战略)、多元化经营战略(ST战略)、防御型战略(WT战略)4种组合战略。

内部因素	优势(S)	劣势(W)
外部因素	1、选育特色、畅销农产品种类 2、生产成本低 3、产品绿色有机,消费者信任度高 4、农业生产现代化水平高	1、销售方式单一,销售渠道狭窄 2、没有形成有影响力的品牌 3、冷链物流体系不完善
机遇(O)	增长型战略(SO战略) 1、顺应市场需求趋势,选育特色农产品,提高市场占有率。 2、充分利用“乡村振兴”政策优势,进一步降低生产成本 3、发挥区位优势,在周边旅游城市火车站、高铁站、机场等客流量大的交通枢纽进行线下销售、宣传,提高销量,扩大宣传。	扭转型战略(WO战略) 1、寻求政策扶持或金融机构惠农贷款,建设冷链物流体系,应加快建设适应农产品特性的冷链物流和仓储设施,减少农产品在流通过程中的损耗,提高市场价值。 2、培育独立品牌,通过电商平台进行线上销售宣传,提高品牌知名度和影响力,拓宽销售渠道。
威胁(T)	多元化经营战略(ST战略) 1、建立市场价格监测体系 2、进一步提高农业生产现代化水平,有效降低自然灾害、气候变化带来的生产环节损失 3、扩展建设大型农产品批发市场,实现农产品的集中交易和规范化经营,提高市场运作效率。	防御型战略(WT战略) 1、加强政府引导,抵御市场价格变动、自然灾害等因素带来的风险。 2、形成产业区块,完善供应链体系,形成利益联结机制。 3、加强相关质量和品牌认证,塑造农产品品牌形象,提高产品核心竞争力 4、强化科技支撑,发展绿色农业。

综合SWOT分析来看,XY联农共富产业园农产品营销的优势与机遇并存,同时也不可避免地存在劣势与威胁。当前需要把握好机遇、发挥好优势,在扬长补短中找准发展方向,进一步提升XY联农共富产业园农产品销量。

3.1 挖掘资源优势,强化产业规划

立足资源优势及区位优势,深挖潜力,选择特色突出、经济效益好的农产品作为重点,实行差异化战略,提高特定市场占有率,避免区域内同质化、无序化竞争,按照品种培优、品质提升、

品牌打造的发展路线,着力做大做强相关特色农产品。^[3]此外,要充分发挥区位优势与交通优势,加强农产品加工中心、仓储集散中心、冷链物流中心的建设,用好“乡村振兴”相关政策优惠,不断提升产品的市场占有率和竞争力。

3.2健全产业链条,拓展农业功能

XY联农共富产业园农产品以果蔬为主,基于果蔬本身保鲜期短、极易腐烂变质的特性,在产业发展中,要在加工、储存、运输环节中不断提升农产品冷藏保鲜能力;出台相关政策吸引规模化精深加工项目落地,动员社会各方力量投资兴办农产品加工企业,补齐加工短板,延伸产业链条。此外,将农产品营销与休闲农业、乡村旅游、民俗文化、非物质文化遗产、健康养生等进行有机融合,形成乡村产业发展新业态、新动能,提升产品知名度和美誉度,有效带动从业农民增收。

3.3注重品牌打造,推进农业数字化转型发展

当前,XY联农共富产业园缺少独立品牌。因此,要立足优势农产品种类,培育特色农产品品牌,加强相关质量和品牌认证,在此基础上深入挖掘传统农耕文化,带动农产品品牌形象塑造,不断提高特色产品的核心竞争力。^[4]加强品牌宣传推广,发挥区位优势,在周边旅游城市火车站、高铁站、机场等客流量大的交通枢纽进行线下销售宣传。同时充分利用数字技术,在促进农业生产的同时,有效对接农产品供求市场,增强小农户抵御市场风险的能力。此外,借力“互联网+农业”培育新业态,积极发展农产品电商,构建与实体市场互为支撑的电子商务平台,加快短视频、直播等新型营销模式创新,拓宽农产品销售渠道和销售半径。^[5]

4 结语

通过对XY联农共富产业园农产品营销的SWOT分析,我们不仅清晰地看到了产业园在农产品营销方面的现状,也为其未来的发展指明了方向。在优势方面,产业园拥有优质的农产品资源、完善的生产加工体系以及良好的品牌声誉,这些为产业园的农产品营销奠定了坚实的基础。然而,在劣势方面,产业园也面临着营销渠道单一、品牌影响力有限以及营销创新能力

不足等问题,这些问题限制了产业园农产品市场的拓展和竞争力的提升。

在机会方面,随着消费者对健康、绿色农产品的需求不断增加,以及国家对农业产业的持续扶持,XY联农共富产业园迎来了前所未有的发展机遇。同时,数字化、智能化等新技术的发展也为产业园的农产品营销提供了新的可能。然而,在威胁方面,产业园也面临着市场竞争加剧、消费者需求变化快以及政策调整等风险,这些都对产业园的农产品营销提出了更高的挑战。

针对以上分析,我们为XY联农共富产业园提出了以下策略建议:一是挖掘资源优势,强化产业规划;二是健全产业链条,拓展农业功能;三是注重品牌打造,推进农业数字化转型发展。

总之,XY联农共富产业园在农产品营销方面既有优势也有劣势,既面临机遇也面临威胁。通过SWOT分析,我们为其制定了针对性的策略建议,希望能够帮助产业园在未来的发展中更好地应对挑战、把握机遇,实现持续健康发展。同时,我们也期待XY联农共富产业园能够在农产品营销领域不断创新、突破,为农业产业的转型升级和农民增收做出更大的贡献。

[参考文献]

- [1]张盈,周庆强.乡村振兴战略背景下新媒体助力农产品营销的路径研究[J].商场现代化,2024,(21):77-79.
- [2]李月萍,刘芳蕾.数字经济赋能甘肃农产品营销创新的挑战与路径分析[J].中国商论,2024,33(18):138-141.
- [3]刘嘉昊.破解农民专业合作社特色农产品营销困局[J].村委主任,2024,(17):150-152.
- [4]孙诗琳.基于SWOT分析广州南沙番石榴产业发展研究[J].特产研究,2024,46(05):173-178.
- [5]宋沁鸽.RCEP框架下中国宠物食品行业的机遇与挑战——基于SWOT分析的企业战略研究[J].商展经济,2024,(18):131-134.

作者简介:

王子晴(1997--),女,汉族,山东泰安人,济南大学工商管理硕士在读;研究方向:企业管理。