

数字经济背景下农产品营销模式 创新研究

——以山东烟台为例

倪萌霞, 陈佳琪, 周 娜

安徽新华学院商学院, 安徽 合肥

收稿日期: 2024年6月3日; 录用日期: 2024年6月27日; 发布日期: 2024年9月9日

摘 要

在数字经济浪潮的深刻影响下, 山东烟台的农产品营销领域正经历着一场从内而外的深刻变革。本研究不仅审视了烟台农产品营销的现状, 更深入剖析了其在数字经济时代下面临的机遇与挑战, 旨在探索出一条既具前瞻性又具实践性的创新路径。当前, 烟台农产品虽坐拥得天独厚的自然资源与品质优势, 但在营销环节上却显得力不从心。产供销链条的割裂、深加工与品牌建设的不足, 以及数字人才的匮乏, 成为制约其发展的主要因素。为应对挑战, 我们提出以下策略: 首先, 强化产供销一体化, 构建信息共享平台, 优化资源配置, 提高市场响应速度; 其次, 深化农产品深加工, 注重品牌塑造, 提升产品附加值与差异化竞争力; 再者, 加大数字人才培养与引进力度, 提升农民与企业的数字技术应用能力; 最后, 拓宽数字化营销渠道, 利用电商平台与社交媒体, 实现精准营销, 扩大市场影响力。这些策略的实施, 将有力推动烟台农产品营销的全面升级, 使其在数字经济时代中焕发新的生机与活力, 以更加高效、智能、品牌化的姿态, 迎接市场的挑战与机遇, 为乡村振兴战略的深入实施提供坚实支撑。

关键词

数字经济, 农产品营销, 乡村振兴

Research on the Innovation of Agricultural Products Marketing Mode under the Background of Digital Economy

—Taking Yantai, Shandong as an Example

Mengxia Ni, Jiaqi Chen, Na Zhou

Abstract

In the context of the booming digital economy, the field of agricultural product marketing in Yantai, Shandong Province is experiencing unprecedented changes. Focusing on Yantai, Shandong, this study explores the innovative paths and strategies of agricultural product marketing models in the context of the digital economy. The study first analyses the current development situation of agricultural product marketing in Yantai, Shandong, and identifies the main problems that exist at present: the degree of integration of agricultural product production, supply and marketing is insufficient, and the role of marketing has not been brought into full play; the degree of deep processing of agricultural products needs to be further expanded, and the brand awareness of farmers is weak; and there is a shortage of digital talents, which restricts the digitalization of the marketing of agricultural products. To address these problems, the following countermeasures are proposed. Strengthen the integration of all aspects of the agricultural industry; make full use of the advantages of digital technology to broaden the marketing channels of agricultural products; increase the cultivation of excellent digital talents to enhance the farmers' ability to apply digital technology; enhance the brand awareness of farmers and focus on the construction of agricultural product brands. It is expected to promote the further development of agricultural product marketing in Yantai, Shandong Province, so that the agricultural products can better meet the market demand, highlight the unique advantages of Yantai's agricultural products, achieve the growth of agricultural product marketing and the enhancement of the value of agricultural products, and contribute to the in-depth implementation of the strategy of rural revitalization.

Keywords

Digital Economy, Agricultural Marketing, Rural Revitalization

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

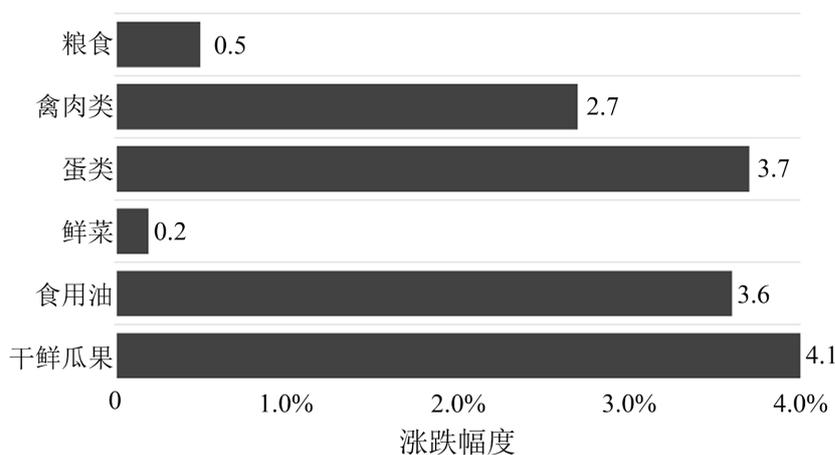
1. 引言

数字经济是全球经济社会发展的重要引擎，它的崛起正深刻地改变着世界各行各业，并在加速向农业农村渗透。数字经济对传统农业的影响体现在提高生产效率、拓宽销售渠道、推动农业社区协同等多个方面。经过农业农村局统计，烟台作为农业大市，在 2023 年全市实现农林牧渔业总产值 1312.9 亿元，产值规模继续保持全省第一[1]。对于烟台的农业，数字经济的发展依托大数据分析、物联网技术的应用以及人工智能决策，农业生产效率和质量得到了显著提升，农产品经济效益得到显著增长。在数字经济赋能农业现代化的进程中，政府的政策导向至关重要。烟台市坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真落实《中共中央国务院关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》《数字乡村发展战略纲要》《“十四五”国家信息化规划》，给农产品企业起到了环境及政策上的帮扶作用。企业农产品收益的不断攀升，不断拓宽了农产品销售渠道，进而对农产品销售模式的创新提出了新的要求，因此研究并分析农产品营销模式的创新具有现实性意义。

2. 农产品营销现状

2.1. 农产品的市场需求多元化、个性化

随着经济的发展，生活水平不断提高，如图 1 所显示居民的食品消费价格逐年上涨。因此烟台地区消费者对农产品的各方面需求也在不断增长。首先，消费者对农产品的品质需求更加高端化，特别是对有机蔬菜和绿色产品的关注度日益提升，她们更倾向于选择无公害、零添加且外观与口感兼并的农产品。其次，农产品的个性化定制需求日益凸显，消费者不再满足于传统的农产品购买方式，而是希望根据自己的喜好、需求来定制农产品。其中，礼品市场需求旺盛，许多商家根据消费者的不同需求推出了特色定制农产品礼盒、果蔬农产品大礼包等。最后，农产品的营销方式日渐多样，除了传统的农超对接和批发市场销售，还结合当地丰富的旅游资源，发展“农业 + 旅游”模式。推出了农产品采摘体验、乡村观光游等活动，让游客在欣赏美景的同时，亲身体验农产品的种植与收获，满足了市场日益增长的个性化需求。



(数据来源：2022 年烟台市国民经济和社会发展统计公报)

Figure 1. The increase and decrease in consumer prices of residents in Yantai City in 2022 compared to last year
图 1. 2022 年烟台市居民消费价格比去年涨跌幅度

2.2. 公用品牌建设效用显著

烟台重视农产品的品牌搭建，拥有烟台苹果、莱阳梨、烟台大樱桃、龙口粉丝等多个区域公用品牌(区域公用品牌是基于特定地理区域范畴，由产业集群、产品类别等形成的，由行业协会组织拥有并运营品牌，由区域范畴之内的产业相关机构与个人多主体共同创建、共同使用、共同享受品牌带来的利益，由多主体在行业协会组织等主导下实现共同的品牌建设的品牌)。近年来烟台市重点发展农业这一优势产业，依靠区域公用品牌，着力打造“烟台农品”品牌[2]。在提高农产品价值的基础上，激发了农业品牌高质量发展的新活力。烟台苹果连续十二年蝉联中国果业第一品牌，品牌价值达到 145.05 亿元[3]，并且成功入选《2017 年中国百强农产品域公用品牌》和《中国农业品牌目录 2019 农产品区域公用品牌》[4]。此外除了张裕葡萄酒等熟知的老牌企业，成大食品“惠沃”牌花生制品、牟平区田园大樱桃专业合作社“盛御”牌大樱桃、一枝笔莱阳梨汁等企业的农产品品牌在不断壮大。其中中小企业的农产品品牌知名度仍需进一步提升。截止 2023 年 8 月，烟台市省级知名农产品区域公用品牌、企业农产品品牌共达到 69 个，位居全省第一。在数字经济背景下，烟台市农业品牌化蓬勃发展，大力推动了农业转型升级，农产品收益增加，效用十分显著。

2.3. 线上线下融合的销售渠道

在以往线下销售的基础上，烟台市的线上农产品销售规模也在不断扩张。利用短视频、直播带货、电子商务等新形式，拓宽了农产品产销渠道，同时提高了经营主体的创新意识。2020年，烟台市政府与拼多多进行合作，开设了“烟台优品馆”，上线仅两天销售额近一亿元[5]。2021年，拼多多平台上“新新农人”（1995年之后出生的涉农商家）的数量超过了12万人，其中涌现人数最多的省份是山东省，超过了1.8万人，详见图2。2022年烟台举行“特色农产品直播供应链选品会”，成功将线上商品需求信息与线下产销精准对接，搭建了特色农产品产销对接的全新模式。2024年烟台将开展农产品展销活动，线上营销将以“齐鲁农超”平台为主，开展“瓜果蔬菜”“粮油米面”“肉禽蛋奶”三个特色板块[6]。线下组织农产品加工企业现场展销，展示最具代表性的优质农产品。线上线下结合的销售方式为烟台市农产品营销注入了新的活力，成功拓宽了农产品市场，提高了烟台农产品知名度。政府与企业的合作更是推动了这一模式的深化，实现了线上线下无缝对接，展现了数字经济背景下农产品营销的创新趋势。

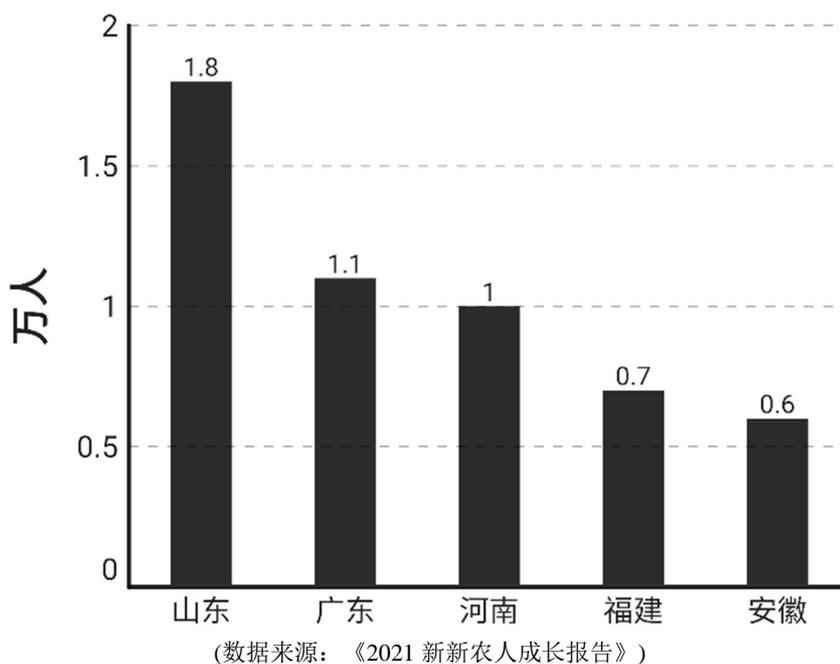


Figure 2. The top five provinces with the highest number of “new farmers” emerging
图2. “新新农人”涌现最多的 top 5 省份

3. 农产品现有营销问题分析

3.1. 城乡农产品供需信息不对称

在数字经济迅猛发展的当下，烟台地区农产品供需信息不对称问题依然显著。农村地区信息基础设施的滞后导致农民难以实时获取和理解市场供需信息，缺乏准确数据支持其生产决策。同时，信息传递渠道的不畅使得农产品生产者难以有效传达产品特色和优势给消费者，削弱了市场竞争力。城市居民虽对农产品有较高需求，但信息不对称使他们难以了解产品的真实情况，影响购买决策，也导致市场不公平竞争。特别是在农产品流通环节，传统渠道单一且缺乏有效的信息交流平台，导致流通过程存在不确定性。因此，如何利用数字经济手段，构建一个高效、透明的农产品信息交流平台，成为了解决烟台地区农产品供需信息不对称问题的关键。

3.2. 农产品深加工程度仍需加深

在数字经济的大潮中，山东烟台的农产品营销模式虽有所创新，但农产品深加工程度仍显得捉襟见肘。当前，烟台的农产品加工业在技术上尚未达到尖端水平，这限制了深加工产品的技术含量和附加值，使得产品难以在高端市场占有一席之地。同时，产品种类的单一性也是一大挑战，消费者的需求日益多元化和个性化，烟台农产品深加工产品需要形成足够的多样性和特色，来满足市场的广泛需求。此外，品牌建设相对滞后也是制约农产品深加工发展的因素之一，知名品牌的数量不足。如喜旺、一枝笔等品牌尽管在当地的影响力甚威，但却多半止步于当地。因此，烟台需要深度挖掘农产品深加工的潜力，加大技术研发，进而丰富深加工产品种类；加强品牌建设，以提升农产品深加工的整体水平和市场竞争力。

3.3. 农产品营销渠道创新性人才紧缺

在数字经济蓬勃发展的背景下，山东烟台农产品营销模式的创新面临着农产品营销渠道创新性人才紧缺的严峻问题。这一问题主要体现在两个方面：首先，烟台地区的农产品营销人才普遍缺乏数字化营销技能和互联网思维。随着电商、直播等新型营销模式的兴起，市场对具备这些关键技能的人才需求激增。然而，由于传统的农业教育和培训体系未能及时跟进，农产品营销人才难以适应数字经济时代的发展要求，导致农产品在数字化营销方面存在明显的短板。其次，城乡发展差异和薪资待遇问题也加剧了农产品营销渠道创新性人才的紧缺。农村地区往往缺乏吸引和留住高素质营销人才的环境和条件，使得这些人才更倾向于留在城市或流向其他行业。这进一步限制了烟台地区农产品营销模式的创新和发展，使得农产品难以在激烈的市场竞争中脱颖而出。

4. 农产品营销改进建议

4.1. 流通数字化赋能三产融合，搭建城乡供需桥梁

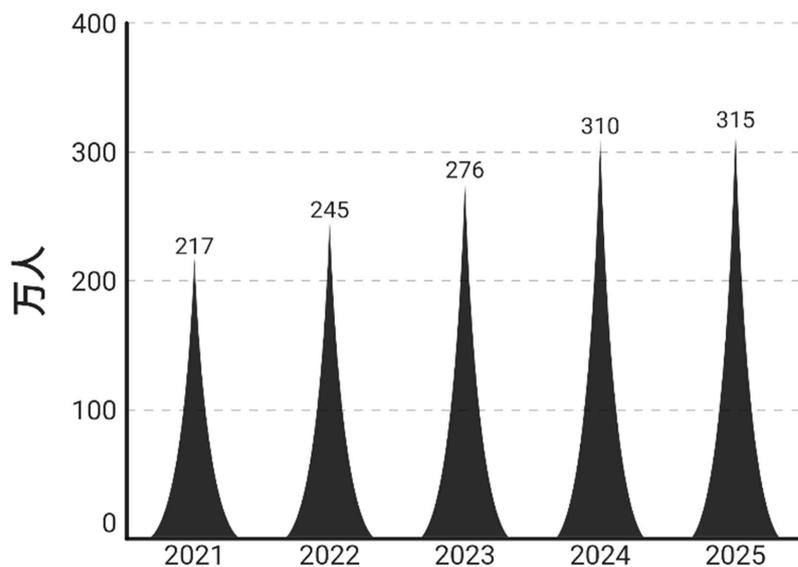
针对烟台地区城乡农产品供需信息不对称问题，需要深化流通数字化改革，构建高效、透明的农产品信息交流平台，建立城乡供需新通道。《“十四五”数字经济发展规划》明确指出要加强数字赋能现代流通，实现流通领域数字化、智能化的转型升级，以促进三产深度融合，从而全面推动乡村振兴与发展[7]。首先，使用流通数字化手段，优化农产品流通的各个环节，包括运输、仓储、代理、配送等，实现各环节之间的紧密连接，确保信息在城乡间的高效流通。其次，建立线上线下融合的农产品信息交流平台，让农民能实时获取市场供需信息，消费者也能了解农产品的真实情况，减少信息不对称。最后，鼓励发展“新零售”模式，将线上运营与线下生产、销售紧密结合，实现农产品的快速流通和高效配送。借助高效的流通渠道将资源直达乡村，推动乡村三产融合发展，提高了农产品市场竞争力。这些措施的实施，将有效搭建起城乡之间的供需桥梁，促进烟台地区农产品市场的健康发展。

4.2. 完善农业共同富裕产业链，促进农产品精深加工

大力推动农产品精深加工，让农民能够深度融入农业产业链，切实推动实现共同富裕的目标。第一，在不同品类上开发多样化的深加工农产品，例如苹果脆片、樱桃酒、樱桃面膜，以满足消费者的多样需求。第二，强化深加工产品的质量，注重质量监管和品质检测，进而增强烟台农产品的市场竞争力。第三，利用区域公用品牌的名品效应，大力发展企业自身品牌[8]。采用线上线下相结合的营销方式。利用电商平台、社交媒体和举办农产品展销会、文化节等活动，与消费者进行互动，传递企业的品牌价值，增强消费者对品牌的认同感和忠诚度。第四，引入先进加工设备和技术，结合大数据分析，使农产品深加工更加精细。例如，通过智能化、自动化生产线，实现农产品精准加工和品质控制，推动加工技术的升级。

4.3. 优化政策环境，全面培养与引进创新性人才

人才是烟台市农产品营销模式不断创新和发展的坚实、稳定依靠。根据预测，如图 3 所示，2021~2025 年我国农村电商人才缺口越来越大，烟台市也面临相同的情况。因此，需要加大力度引进具备先进数字化营销理念和技术的专业人才，同时加强本地农产品营销人员的培训。通过建立人才培养和引进机制，构建一支既懂农业又懂数字营销的创新型团队，为农产品营销模式的创新提供有力的人才保障。其次，为提升山东烟台农产品营销模式的整体创新能力，应定期安排本省农产品相关从业人员外出学习交流，借鉴先进经验，增强营销创新能力[9]。最后，政府应完善人才引进、培养和激励机制，鼓励人才在农产品营销领域创新创业，通过成果奖励、项目扶持等方式，激发其工作热情。通过颁布优惠政策和提供经济补贴，让其充分享受到具有竞争力的薪酬待遇、良好的工作条件以及良好的职业发展前景，实现“长久留才” [10]。



(数据来源：中国农业大学，《2022 中国农村电商人才发展报告》)

Figure 3. Prediction of talent shortage in rural e-commerce in China

图 3. 我国农村电商人才缺口预测

5. 总结

本文深入探讨了数字经济背景下山东烟台农产品营销模式的创新研究。通过研究发现，数字技术的应用为烟台农业发展带来了前所未有的机遇。现状表明，农产品市场需求正逐渐呈现出多样性和个性化特征；公用品牌建设的成效显著，对农产品市场的推动作用不容忽视；线上线下销售渠道的融合，农产品市场正迎来更加广阔的营销空间和消费体验。然而，在营销模式的创新过程中，烟台仍面临着供需信息不对称、农产品深加工程度不足以及创新性人才紧缺等挑战。针对这些问题，本文提出了相应的对策和建议，包括通过流通数字化赋能三产融合、完善农业共同富裕产业链以及优化政策环境以全面培养与引进创新性人才等。这些措施的实施，将有助于推动烟台农产品营销模式的创新，提高农产品的市场竞争力，促进农业产业的持续健康发展，进而带动农村经济的繁荣和农民收入的增加。

基金项目

2023 年国家级大学生创新创业训练计划一般项目(202312216004)；2022 年省级大学生创新创业训练

计划项目(S202212216004);2023年安徽新华学院校级质量工程项目微专业:社交与直播电商(2023wzyx03)。

参考文献

- [1] 苗春雷. 烟台农林牧渔业总产值突破 1300 亿元产值规模继续保持全省第一[N]. 烟台日报, 2024-2-22(02).
- [2] 烟台市深化政务公开助力打造“烟台农产品”全品类区域品牌[Z]. 烟台市农业农村局, 2023-08-08.
- [3] 烟台苹果品牌价值 145.05 亿元 连续 12 年蝉联中国果业第一品牌[Z]. 烟台市农业农村局, 2020-09-11.
- [4] 打造品牌强农的“山东样板”[Z]. 烟台市农业农村局, 2020-09-27.
- [5] 王琛. 电商平台拓宽烟台农产品内销通道从外销“一条腿”到内外“双循环” [N]. 大众日报, 2020-09-09(15).
- [6] 杜晓丹. 烟台将开展农产品展销活动!市民可“线上 + 线下”逛大集购年货[Z]. 齐鲁壹点, 2024-01-17.
- [7] 盘和林. 数字赋能农产品流通 助力三产融合[N]. 农民日报, 2023-08-26(005).
- [8] 关于推动农产品深加工, 把小农户镶嵌在共同富裕产业链上的建议的答复[Z]. 烟台市农业农村局, 2023-04-20.
- [9] 韩瑾. 数字经济背景下贵州省农产品营销渠道模式创新研究[J]. 现代营销, 2022(21): 41-43.
- [10] 李玲. 数字经济与乡村产业融合发展研究[J]. 农村·农业·农民 A, 2022(12): 28-30.