

“互联网+”背景下农产品销售与农业经济发展研究

张彩瑞

宁波大学, 浙江 宁波 315211

摘要: 随着我国信息技术的飞速发展, 各类信息技术的出现极大地影响了人们的生活方式。在互联网时代下, 我国各个领域的发展都与互联网产生了密切的联系。农产品在农村经济结构中具有十分重要的地位, 农产品的发展直接影响到农村地区的整体经济水平。基于此, 笔者将结合“互联网+”时代背景, 深化传统农业与互联网技术的结合, 利用互联网技术手段解决农业发展中出现的各类问题, 拓宽农产品的销售渠道, 确保我国农业经济的快速稳定发展。

关键词: 互联网+; 农产品销售; 农业经济发展

Research on Agricultural Product Sales and Agricultural Economic Development under the Background of “Internet +”

Zhang Cairui

Ningbo University, Ningbo, Zhejiang 315211

Abstract: With the rapid development of information technology in China, the emergence of various information technologies has greatly affected people's way of life. In the Internet era, the development of various fields in China has been closely linked with the Internet. Agricultural products play a very important role in the rural economic structure, and their development directly affects the overall economic level of rural areas. Based on this, the author will combine the background of the “Internet+” era, deepen the combination of traditional agriculture and Internet technology, use Internet technology to solve various problems in agricultural development, expand the sales channels of agricultural products, and ensure the rapid and stable development of China's agricultural economy.

Keywords: Internet + ; agricultural product sales; agricultural economic development

引言

在“互联网+”时代下, 随着信息技术的飞速发展, 为我国农产品的营销带来了全新的机遇与挑战, 为我国农业经济的快速稳定发展带来了巨大帮助。通过充分利用互联网技术的优势, 让农户能够有更加便捷且丰富的渠道进行农产品营销, 为农户经济效益的提升带来帮助。因此, 在互联网时代中, 为了能够促进我国农业经济的可持续性发展, 就应当将“互联网那个+”技术与农业经济发展进行深度融合, 积极探索农产品营销与“互联网+”技术的融合路径, 构建完善的“互联网+农业”发展模式, 为农产品营销工作的创新带来帮助。^[1]

一、“互联网+”背景下农产品营销与农业经济发展的必要性

(一) 有利于农业经济结构的优化

在“互联网+”背景下, 农户与各相关部门有更加多样化的信息获取渠道, 通过各类信息渠道所获取的数据, 能够帮助相关部门与农户准确把握各类消费者的消费喜好与需求, 通过结合消费者的实际需求来精准定位各类农产品的营销策略与方向, 同时也对未来各类农业经济的发展趋势做出相应判断, 为我国农业生产结构的科学调整提供相应的理论依据支撑, 摸不了传统农业发

展与农产品营销中存在的信息闭塞现象。^[2] 互联网技术有着十分明显的开放性, 在这一特性的加持下, 各类农业信息能够实现透明化与公开化, 便于农民随时随地查询各类农产品的市场走向。此外, 结合互联网的创新特性, 能够让农户在网络技术的加持下, 及时了解与学习最新的农产品种植与生产技术, 结合最新的营销模式与理念, 为农户经济效益的提升带来帮助, 同时也有效促进了互联网技术与农产品营销的结合效果。^[3]

(二) 有利于农业经济可持续性发展

在互联网技术的加持下, 能够帮助相关部门及时了解农业经济发展过程中出现的各类不合理现象, 并利用大数据分析或人工

智能等现代化信息技术手段对相关数据进行科学处理,得出相关农产品的实际销售数据,并结合当前当地农业发展现状,对各类农产品的未来营销趋势进行精确分析,确保所制定的发展方针与策略能够更加符合当前农户的实际需求,为当地农业经济的可持续性发展奠定良好基础。^[4]

（三）有利于提高农业经济效益

在农业现代化发展的过程中,通过将互联网作为核心,能够确保农业生产经营的全程透明化,让每一位生产人员都能够第一时间了解到农产品生产经营过程中出现的各类问题,便于相关工作人员能够对其进行及时的改良与优化。此外,通过互联网信息共享的便捷优势,能够帮助农户将本地的特色农产品在各个平台上进行高效地推广,极大地提高了本地农产品的社会知名度,加快推动了本地特色农产品知名品牌的建立,发挥出品牌效应在经济发展中的作用。^[5]

二、“互联网+”背景下农产品营销与农业经济发展中存在的问题

（一）物流运输体系不健全

农村地区经济发展相对较差,许多地区的物流建设水平有所欠缺,尤其是对偏远地区而言,缺乏完善的物流体系,缺少相应的配套设施,导致许多农产品的配送出现问题,大量产品不能够及时、完整地送到消费者手中,导致当地农产品口碑大打折扣,既影响了农产品的营销,同时也对当地农产品品牌的建立造成不良影响,阻碍了当地农业经济的稳定发展。^[6]

（二）从业人员综合素质有待提高

在我国农村地区,由于经济发展较为落后,因此难以留下高素质综合性专业人才,而农村当地的农业生产人员文化水平相对较低,对于新兴的各类互联网技术手段难以产生深入的理解,对于“互联网+”理念的接受程度也不高,互联网技术储备不足,这些问题同样也会严重影响农产品网络营销工作的开展效果。^[7]

（三）网络配备与市场结构存在问题

我国由于国土面积较广,因此,不同地区的经济与科技发展差异较大,许多偏远农村地区缺乏相应的网络基站作为支撑,自然也就无法有效开展农产品的互联网营销工作。

在“互联网+”背景下,农户能够通过各类互联网渠道及时了解当前农产品市场的供需关系与价格走向^[8]。因此,对于一些没有被互联网覆盖的区域而言,当地的农户难以及时了解农产品市场的最新态势,导致许多农户只能盲目进行农产品经营,会严重影响农产品的生产质量,同时也对当地的农业经济市场造成了一定的冲击^[9]

三、“互联网+”背景下农产品营销与农业经济发展对策

想要彻底解决“互联网+”背景下农产品营销与农业经济发展过程中出现的各类问题,就应当深入分析当前我国农产品的营销

现状,找到农产品营销与农业经济发展中的各类需求。^[10]

（一）建立健全的物流运输体系

为了能够有效解决农村地区物流环节受限的问题,相关地区应当逐渐加大基础物流设施的建设投入,将物流体系的完善作为农业经济发展中的关键环节^[11]

1. 政策支持

在建设农村地区物流体系时,可以让当地政府落实相关政策,针对乡村地区的基础物流设施进行扶持,缓解当地物流设施建设经济压力。此外,当地政府还应当设置相应的物流站点,并为其配备专门的管理人员,完善管护责任制,确保农村地区的各项物流设施完好且能正常使用,为农产品线上营销提供稳定的物流保障。^[12]

2. 物流服务

在农产品互联网营销设施的建设中,各地区应当重点提升物流运输的服务质量。例如以村落为单位建立相应的物流中心,确保不同农村地区之间能够形成完整的农产品营销产业链,让农产品的物流运输工作能够实现更加快速且准确。

（二）全面提高从业人员综合素质

1. 积极转变营销理念

在“互联网+”背景下,相关部门应当积极调整思想观念,大力培养农村居民的互联网综合素质,强化农村居民的互联网营销意识。此外,还应当向农民群众积极普及网络营销知识,推广行业最新的互联网营销手段。例如可以通过空闲时间开展网络营销培训大会,让专业的电商人员前往农村地区为农民讲解相应的网络营销知识,让农民能够快速掌握直播平台的带货方法,并借助行业真实营销案例,向农民传授网络营销经验,拓宽农民的互联网营销思维。^[13]

2. 全面提高从业人员综合素养

为了能够有效提高农产品的营销效果,就要不断完善农产品互联网营销人才培训机制,让更多的人员能够熟练掌握互联网知识,让营销工作的开展更具针对性,提高本地农产品的社会影响力。此外,还应当积极引进高质量的互联网专业人才,组建起“互联网+农业”专家团队,为网络技术人才的培养提供专业辅导。^[14]

（三）扩大互联网覆盖面

1. 拓宽网络营销渠道

在“互联网+”背景下,越来越多的农产品营销方式为农业经济的发展带来了巨大帮助,提高互联网技术的普及度,让每一位农民都能及时了解最新的互联网营销模式与方法,拓宽农产品的宣传渠道,吸引更多的消费者前来购买。例如可以通过广告营销,在APP加载界面或写字楼的电梯显示屏中进行广告宣传,提高农产品的社会知名度,为农产品的品牌打造奠定良好基础。

2. 完善网络设施的建设

为了能够实现农业经济的稳定发展,各地应当积极提高互联网的覆盖率,将网络基站遍布农村地区的各个角落,完善相应的网络设施配套,为农村地区农产品的网络营销工作提供相应的条件。此外,各个地区还应当根据自身经济实力来不断扩大互联网

覆盖范围,让农产品互联网营销工作的开展更加顺利。

(四) 根据市场供需制定营销计划

在“互联网+”背景下,想要有效提高农产品营销水平,就要对农产品市场进行深度分析。详细了解农产品市场中各类产品的供需关系,并结合所得结论制定科学的农产品营销计划,让农民能够切身享受到互联网为农业经济发展带来的帮助。在实际营销过程中,应当加大对于互联网技术的开发与利用,整合各类农业资源,了解不同地区不同时间段中消费者的不同购买需求,确保农产品的生产与消费者的需求保持高度一致。^[15]

结语

我国作为农业大国,发展农业经济是解决民生问题的关键路径之一,同时也是推动国民经济可持续性发展的重要举措,因此,在互联网背景下,农业经济营养与互联网技术进行有效结合,全面推动农产品营销模式的创新与改革,通过对网络营销平台的充分利用,让每一位农民都能够感受到互联网对农业经济发展带来的帮助,真正实现农业经济健康可持续性发展的战略目标。

参考文献:

- [1] 朱周凯. 基于“互联网+”的农产品营销与农业经济发展的关系分析——评《农产品市场营销》[J]. 灌溉排水学报, 2021, 40(07): 150.
- [2] 廉晓慧. 基于“互联网+”时代的农产品营销与农业经济发展分析[J]. 今日财富(中国知识产权), 2021(07): 101-102.
- [3] 李军, 王军. “互联网+”背景下农产品营销与农业经济发展研究[J]. 黑龙江粮食, 2021(06): 57-58.
- [4] 潘丽美. “互联网+”时代农产品营销与农业经济发展策略探究[J]. 山西农经, 2021(09): 56-57.
- [5] 周旖. “互联网+”背景下农产品的新媒体营销方法——评《农产品全网营销》[J]. 中国农业气象, 2022, 43(10): 865-865.
- [6] 胡毅, 李星, 唐朝丰. “互联网+”背景下农产品物流标准体系优化路径[J]. 物流技术, 2023, 42(8): 31-34.
- [7] 苏艳. “互联网+”背景下农产品新媒体营销策略研究[J]. 西部学刊, 2020(17): 4.
- [8] 赵守东. “互联网+”背景下农产品营销策略探析[J]. 现代商贸工业, 2020, 41(36): 2. DOI: 10.19311/j.cnki.1672-3198.2020.36.021.
- [9] 李明. 浅析“互联网+”背景下农产品新媒体营销研究[J]. 食品工业, 2020, 41(12): 1.
- [10] 单大超, 谢玟, 缪欣原, 等. “互联网+”背景下农产品营销分析[J]. 2021. DOI: 10.12293/j.1671-2226.2021.05.236.
- [11] 卢丹丹. 互联网背景下农产品品牌营销策略研究[J]. 浙江海洋大学, 2020.
- [12] 张雨轩. “互联网+”视角下农产品销售渠道优化策略[J]. 投资与合作, 2020, No.355(06): 102-104. DOI: CNKI: SUN: TZYH.0.2020-06-032.
- [13] 姚瑶. “互联网+”背景下生鲜农产品冷链物流生态体系建设[J]. 精品, 2020(6): 1.
- [14] 李君. 数字经济背景下农村电商物流的现状、问题及对策分析[J]. 商展经济, 2022(20): 57-59.
- [15] 晶琳 柯. 乡村振兴战略下“互联网+”农产品流通模式优化研究[J]. 2020. DOI: 10.26549/cjygl.v4i5.4274.