

# 大数据背景下农产品网络直播营销研究

阳颢南, 马军平

西安工业大学, 陕西 西安 710129

**摘要：** 大数据时代的到来, 带动了社会经济的发展, 同时产生了极为明显的变化, 尤其是营销模式的改变。在许多产品的营销过程中, 网络直播营销占比逐渐提高, 并受到社会各界的广泛关注。其中农产品销售领域中, 网络直播营销的开展, 有助于提升销售效果。本文从大数据背景出发, 论述了大数据与网络营销的概念, 分析了农产品网络营销现状, 并提出针对性营销策略, 旨在推动农产品销售的可持续发展。

**关键词：** 大数据; 农产品; 网络直播营销

## Research on Online Live Broadcast Marketing of Agricultural Products under the Background of Big Data

Yang Haonan, Ma Junping

Xi'an Technological University, Xi'an, Shaanxi 710129

**Abstract:** The arrival of the era of big data has driven social and economic development, and at the same time has produced extremely obvious changes, especially changes in marketing models. In the marketing process of many products, the proportion of online live marketing has gradually increased and has attracted widespread attention from all walks of life. Among them, in the field of agricultural product sales, the development of online live marketing will help improve sales results. Starting from the background of big data, this paper discusses the concepts of big data and online marketing, analyzes the current situation of online marketing of agricultural products, and proposes targeted marketing strategies to promote the sustainable development of agricultural product sales.

**Keywords:** big data; agricultural products; online live marketing

## 引言

《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》强调了电子商务是推动农业发展的重要举措, 可以辅助精准扶贫活动的开展。在大数据时代背景下, 通过实体经济与电商经济的融合, 可以推动农村电子商务发展。<sup>[1]</sup> 其中大数据在农产品网络营销的使用, 可以提高营销水平, 并对农产品提出更高的要求, 不断优化农产品市场。

## 一、大数据与网络营销的概念

### (一) 大数据

大数据指的是一种信息资产。该类型的信息资源, 通常情况下是以处理模式为基础, 进行决策的优化, 推动多元信息资产的形成。<sup>[2]</sup> 但结合实质情况, 大数据可以展现多元数据组。其中大数据特点主要表现在以下两个方面: 第一, 数据类型的复杂性, 具有视频、图片等多种信息, 具有多种数据类型。第二, 可以快速处理数据, 大数据技术的应用, 可以大幅度减少数据挖掘与处理消耗的时间。

### (二) 网络营销

网络营销指的是一种营销活动。该活动是将网络作为基础, 并借助网络联系公众与企业, 将具有价值的信息加以传递, 实施

规划与管理, 帮助企业达成营销目标。<sup>[3]</sup> 网络营销是将现代营销理论作为基础, 使用通信、网络等技术, 开展丰富的商务活动, 并将营销作为根本目标。将网络营销特点加以总结, 具体包括: 跨时空、交互、个性化以及整合性等特点。

## 二、农产品网络营销的现状

### (一) 市场信息收集渠道不足

许多地区的农产品仍借助传统的销售模式, 需要经过多方周转, 才能将农产品提供给消费者, 具有信息的滞后性。在传统销售模式影响下, 农民很难实时掌握市场信息, 对信息缺乏敏感度。<sup>[4]</sup> 同时由于农民接触的群众有限, 信息来源单一, 大多数农民在农产品种植环节, 只是盲目的跟风种植。往往表现在许多农民

看到周围地区农民种植某类农产品取得了较高的收益，就开始盲目跟进，但产品质量却并没有明显差异，销售渠道相同，阻碍农民收益的提升，甚至导致在市场饱和，出现亏损问题。

### （二）缺乏专业人才

当今时代背景下，大数据人才队伍不足。<sup>[6]</sup> 根据我国发展情况，许多电商企业具有较大的人才缺口，农村电商行业亦是如此。对此，基于电子商务与农村知识，尚未构建完善的复合型人才培养计划。

### （三）农产品的定位缺乏精准

农村的农产品网络营销，存在定位不够精确的问题。究其原因使农村地区，在地理、生态等方面的差异，造成所产出的农产品质量不同。<sup>[6]</sup> 其中部分地区的农产品是采取大规模的方式种植的，这些农产品的生产质量较高。而部分地区受到自然条件的限制，只适合小规模作业，如果在这些地区盲目地开展大规模作业，甚至会造成农产品质量下降。农村地区的农产品是以绿色、天然作为吸引点，在销售的实践中，无法结合产品自身特点，实施规划活动。导致农产品特色不足，阻碍特色品牌的形成。<sup>[7]</sup> 而电商平台的使用，也无法将市场进行细化，造成产品定位不准，实际的网络营销效果有待提升。

### （四）存在数据安全问题

在大数据时代下，应用互联网会存在浏览痕迹，许多平台会根据用户习惯，开展精准的信息推送，如抖音、京东等，其中包括用户的消费习惯、使用时间等，这些信息是个人隐私，并受到法律法规保护。在农产品直播营销环节，农民可以使用后台，开展数据的收集与分析，明确消费者需求，把握市场方向。同时可以使用相关数据，设置合理的产品与价格，从而提高营销精准度，制作出精美视频。<sup>[8]</sup> 但由于相关数据涉及消费者隐私、商业机密等，如果出现数据泄露的问题，会为农户与消费者造成较大损失。对此，在农产品网络直播营销中，数据安全成为关键性问题。

### （五）存在较高的技术门槛

大数据具有许多内容，并包括数据、视频以及图片等形式，处理数据的方式存在差异性特征，使用方式也有所不同，部分数据分析活动离不开专业软件的支持，并形成丰富的营销理论基础，要求农户掌握扎实的数据分析与营销能力。但由于部分农户缺少技术知识，可以借助数据挖掘、统计等技术，造成农户在农产品直播营销过程中，面临较高的技术门槛。<sup>[9]</sup> 另外，许多农户在观察消费者消费活动时，基于其购买的产品、时间段等特征，无法探究特点背后逻辑，很难适应大数据技术开展个性营销，导致营销效果较差。

## 三、大数据背景下农产品网络直播营销策略

### （一）重视网络营销，构建农产品销售平台

结合大数据时代背景，为了开展更为有效的农产品网络直播营销活动，不仅需要使农户更加看重网络营销，还可以通过搭建良好的农产品销售平台。从重视的提升层面出发，在农产品销售

环节，网络营销的开展，与农户意识、认知存在十分密切的关联。对此，需要针对农户开展教学活动，并借助宣传教育，帮助农户认识到网络直播营销发挥的作用，使其获得更高的认知水平。<sup>[10]</sup> 同时，还可以从农村、农产品种植场所等，积极建设网络营销设施，如增加资金投入、完善仓储、运输等方式，从而保障网络营销的顺利开展。从营销平台的组建角度出发，需要积极响应政府政策，鼓励营销团队融入销售平台，并通过大数据技术的灵活使用，更好的分析市场环境，明确其对农产品的需求。此外，大数据技术的使用，可以开展针对性销售活动。另外，还可以巧用网络销售平台，创新以往的农产品销售模式，开展更好的宣传活动。总之，农产品网络营销活动的开展，可以提高农户销售能力，拓展销售渠道，从而更好的完成农产品销售目标。

### （二）培养网络营销人才，提高农产品网络营销效果

当前农产品网络营销过程中，网络营销人才发挥了重要作用。因此，在大数据时代背景下，需要积极开展人才培养，从而辅助农村经济发展。一方面，优化人才招聘。农村地区需要注重网络营销人才招聘，并开展全面分析活动，了解应聘者实际情况，如工作经历、网络技能掌握等。<sup>[11]</sup> 还可以借助面试、笔试的开展，对应聘者能力加以评判，分析其是否具有突发事件应对能力。此外，在招聘人才时，还需要关注应聘者的网络技术应用能力，通过准备活动，使应聘者进行实地电脑操作，判断其软件熟悉度。另一方面，开展营销人才培养活动。农村地区需要关注在岗的网络营销人才，并设置合理的时间，定期开展人才培养，具体内容包括农产品、计算机等知识，从而实现营销者网络营销能力的提高。在实际人才培养的过程中，农村地区还需要根据人才能力，调整培养活动，借此提高合理性。

### （三）构建地方特色品牌，明确市场定位

大数据背景下，为了更好的销售农产品，需要注重特色农产品品牌的构建。其中可以从地区实际出发，分析特色农产品，进行市场定位活动，从而取得良好的农产品营销效果。在实际农产品网络营销过程中，农村地区可以灵活使用网络工具，对当地农产品特色开展分析，并结合营销状况，实现农产品市场的细化，借此制定出合理的目标。同时在农产品网络营销环节，使用大数据技术，可以更好的迎接挑战。<sup>[12]</sup> 在实践环节，产品营销团队需要根据农产品本身，开展信息挖掘活动，如产品生长规律、销售方式以及运输条件等，根据消费者的差异化需求，从不同时间节点出发，根据农产品需求状况，开展针对性的网络营销活动，有效避免出现网络营销造成的农产品同质化问题，并构建特色的品牌，更好的发挥出农产品优势。以上品牌效应的发挥，可以更好的包装农产品网络目标的达成。

### （四）加强数据安全保障，保护合法权益

在大数据技术发展的影响下，为人们的生产与生活带来便利的同时，也出现了数据安全问题，这些问题受到了社会各界的广泛关注。<sup>[13]</sup> 对此，在农产品直播营销环节，需要关注数据安全，通过保障数据案例，从而更好的保护消费者与农户的隐私，避免合法权益受到威胁。其中网络营销平台可以使用先进的数据加密技术与安全防控方式，开展良好的数据管理，保障农产品营销数

据的安全。农产品直播营销活动,需要监管机制辅助。对此监管部门需要加强监管,从科学的视角出发,制定出严格的管理标准,积极打击虚假宣传、欺诈等行为。

#### (五)降低技术门槛,提升农户参与度

在农产品网络直播营销环节,大多数农户缺乏大数据应用能力,导致实际的直播效果较差。其中农产品直播营销的发展,可以更好的销售特色农产品,使其快速进入市场,减少中间渠道的同时,有效降低产品流通成本,并提高农户收益。<sup>[14]</sup>对此,在乡村振兴的背景下,农村需要看重农产品网络直播的发展,从而提高产品销售效果。在当前时代背景下大数据技术存在较高的应用门槛,为了更好的吸引农户融入网络直播营销中,需要注重技术门槛的降低,并指明良好的发展方向。<sup>[15]</sup>其中农产品直播平台还需要看重用户友好性与易用性,借此提供更好的工具与服务,帮

助农户熟悉直播营销方式,并巧用直播营销,提高销售效果。同时,技术门槛的降低,可以为农户提供更为优质的服务,为其提供全方位的支持。

## 四、结束语

综上所述,在大数据背景下,网络直播营销逐渐发展,带动了电子商务行业的进步。从农产品营销视角出发,巧用网络直播营销方式,有助于农产品营销的调整,推动营销方式改革。通过培养网络直播营销人才、保障数据安全以及创设地方特色品牌等方式,更好的开展直播营销,为农户与消费者带来更多便利。农产品网络直播营销的开展,可以提升消费者感受,满足其个性化需求,并推动直播营销的可持续发展。

## 参考文献

- [1] 何阳. 新农业背景下农产品网络直播营销模式对乡村振兴的影响 [J]. 农业经济, 2024, (02): 131-133.
- [2] 韩阿非, 徐双全, 辛奕璇, 等. 网红经济背景下宁夏回族自治区网红直播营销带货问题探究 [J]. 投资与创业, 2024, 35(03): 167-169.
- [3] 黄细芬. 数字经济赋能视角下农产品新零售营销模式创新研究——以广东省肇庆市为例 [J]. 全国流通经济, 2023, (23): 4-8.
- [4] 张昕辰, 樊传果. “整合营销”理论视域下农产品区域品牌的网络直播营销策略研究 [J]. 西部广播电视, 2023, 44(13): 93-95.
- [5] 董冰. 乡村振兴背景下河南省直播营销助农模式发展现状及对策 [J]. 南方农业, 2022, 16(20): 153-156.
- [6] 李雨格. 农产品直播营销中不同信息类型对消费者购买意愿的影响路径研究 [D]. 华中农业大学, 2023.
- [7] 李元华. 网红经济视角下 SN 公司农产品电商直播营销策略研究 [D]. 中南林业科技大学, 2023.
- [8] 洪萃萃. 农产品网络直播营销策略研究 [J]. 上海商业, 2023, (04): 39-41.
- [9] 邵敏. 乡村振兴背景下特色农产品网络直播营销的对策分析 [J]. 中国商论, 2023, (05): 40-43.
- [10] 武思民. 台州市特色农产品网络营销模式创新策略研究 [J]. 乡村科技, 2022, 13(23): 61-64.
- [11] 苏雅蓉. YMT 公司直播助农的营销策略研究 [D]. 河南大学, 2022.
- [12] 张汀. 基于网络直播平台的农产品带货营销策略探析 [J]. 山东农业工程学院学报, 2022, 39(11): 80-84.
- [13] 温彩荣. 贵州农产品直播营销策略研究 [J]. 中国战略新兴产业, 2022, (29): 155-157.
- [14] 谢利坤, 甘彪. 基于网络直播平台的农产品营销策略研究 [J]. 智慧农业导刊, 2022, 2(19): 85-87.
- [15] 朱鸿渐. 数字化背景下网络直播营销的发展策略 [J]. 投资与创业, 2022, 33(18): 148-150.