互联网+农产品的营销思路

■ 李丽

进入电子商务时代以来,互联网+农产品的全新营销模式,成为农产品营销的一个重要思路,也为新时期农产品营销带来了重要的机遇。如何从传统营销渠道转变到电商营销渠道,是互联网+农产品营销思路能否获得成功的关键。近年来,褚橙电商的成功获得了较多的关注,褚橙在电商渠道的营销策略对于其他农产品的互联网营销而言也有着很多可借鉴的经验。

一、互联网+农产品的营销契机

近年来,随着互联网的快速发展和普及,电子商务时代已然来临,互联网+给众多行业领域都带来了巨大的机遇和变革,对于农产品的销售而言也是如此。事实上,在农产品的销售过程中,受到农产品自身特点的影响,销售利润并不高,长期维持在低利润水平,这对于农民增收也是不利的。在这一背景下,积极开展互联网+农产品营销,有利于促进农产品的销售,并且对于提高农产品销售利润而言,也是一个重要的思路。互联网+农产品营销,关键在于充分发挥互联网的优势,例如在电子商务领域,互联网能够实现低成本、大范围的宣传推广,从而促进农产品的销售。在这一过程中,农产品本身的品牌就有着十分重要的作用。例如"褚橙"近年来借助于电子商务平台获得了巨大的成功,其中一个重要的因素便在于品牌优势,依托互联网和电子商务打造农产品销售品牌,获得品牌溢价能力,从而提升农产品的销售利润。

同时,当前越来越多的消费者更加关注农产品的品质和绿色,这也是农产品营销的一个重要方向,主打绿色、无公害、高品质的农产品营销要素,有助于提升农产品的营销效果。互联网+农产品的营销契机,事实上也是在这一背景下产生的,消费者的关注重点发生了变化,而互联网+农产品的营销方向自然也需要针对这种市场的需求和消费者的需求来进行相应的转变,迎合市场,以市场需求为导向,在产品策略、销售策略、宣传策略等方面进行相应的调整,从而获得较好的农产品营销效果。

二、"褚橙"互联网营销的成功之道

在近年来的互联网+农产品营销中,"褚橙"是非常有代表性的一个案例,"褚橙"的成功离不开电子商务的支撑,同样也有着重要的品牌因素。"褚橙"这一品牌本身有着褚时健个人因素的构成,但之所以能够在市场上获得巨大成功,关键还在于高品质的产品和市场宣传的有效结合。"褚橙"在种植生产阶段,恪守严格的标准,选择优秀的品种,结合适宜的宣传手段,获得了一定的品牌影响力,提升了"褚橙"的品牌溢价能力,从而使得"褚橙"的销售价格相较于一般的脐橙而言更高。另一方面,"褚橙"之所以能够获得成功,还在于同电子商务平台的较好结合,充分利用电子商务平台在宣传和销售方面的优势,获得了广泛的市场认可,目前电子商务营销渠道已经成为"褚橙"的主要销售渠道,扩大了"褚橙"的产品销售范围。

"褚橙"的成功,可以说也为其他农产品提供了很多可以借鉴的经验,特别是在同电子商务的结合方面,互联网+农产品成为电子商务时代农产品销售的一个重要思路。在这一过程中,如何充分利用互联网和电子商务的优势,实现农产品销售渠道的拓展,也成为互联网+农产品营销能否获得成功的关键。事实上,近年来互联网+农产品营销也获得了较快的发展,电子商务营销渠道也逐渐成为农产品销售的重要渠道,打破了传统销售渠道和销售范围的限制。"褚橙"在销售过程中,便是利用电子商务营销渠道的特点,打造品牌优势,广泛地开拓销售渠道,这也是"褚橙"能够提升品牌溢价能力,以及提高销售利润的一个重要因素所在。

三、新时期互联网+农产品营销策略

1.打造具有特点的营销品牌

在新时期的互联网+农产品营销中,首先应当打造具有特点的营销品牌,这也是"褚橙"成功所带来的重要经验。例如近年来,随着消费者对于绿色农产品的关注,就可以围绕这一市场需求要素来进行营销品牌的打造,从农产品的种植到加工、运输、销售各个过程进行严格的食品安全管理,打造绿色农产品品牌。并且可以借助于第三方绿色农产品认证等手段,使用相应的绿色农产品标识,获得消费者的信赖和认可。借助于互联网,开展相应的宣传活动,主打绿色、安全、高品质等核心宣传概念,并且将这些宣传概念同农产品的品牌结合在一起。另一方面,要打造具有特点的营销品牌,也应当同农产品自身的特点进行较好的结合,针对不同产品的特点,打造相应的品牌,并且采用适宜的品牌宣传策略,以在品牌宣传中取得事半功倍的效果。

打造具有特点的营销品牌,关键还在于采取适宜的宣传策略和推广策略,充分利用互联网平台,融入网络文化来进行相应的宣传,以此来获得消费者的认可,形成较好的品牌知名度。例如"褚橙"在网络推广中,就较好地同网络文化进行了融合,在这种融合过程中,借助于网络推广,快速提升了品牌知名度,而且还巧妙地利用了褚时健的个人事迹,这也是"褚橙"能够在网络宣传中获得成功的一个重要因素。对于农产品的网络营销而言,可以较好地借鉴这一经验,挖掘农产品自身的营销亮点,或者说品牌亮点,并且能够适应网络平台的特点,充分利用电子商务平台,在销售的过程中开展相应的推广宣传活动。

2.灵活运用各种营销手段

进入电子商务时代以来,随着越来越多的农产品开始借助于电子商务平台开展营销活动。如何采用灵活多样的营销手段,来吸引消费者的注意力,并且成功的将之转化为购买力,也成为互联网+农产品营销能否获得成功的关键因素。从"褚橙"的互联网+营销策略来看,其营销手段也是多种多样的,如定期的打折促销、体验营销以及话题营销等等,信手拈来,各种营销手段层出不穷,从而较好地吸引了消费者。"褚橙"的成功经验,也表明在互联网+农产品的营销中,应当转变传统的营销观念和思路,通过营销手段的创新来寻求突破,特别是在一些促销手段、宣传手段等方面,通过营销手段创新,往往能够在互联网+市场营销中获得事半功倍的效果。

同时,在"褚橙"的市场营销中,还将营销手段同品牌核心价值巧妙地结合在了一起,这种结合取得了1+1大于2的效果。品牌是营销手段的核心,而提高品牌影响力和品牌价值则是营销手段的目的。在这种结合的过程中,"褚橙"的品牌影响力和品牌价值都得到了较好的提升。由此可以看出,对于互联网+农产品营销而言,也应当充分借鉴这一经验,将营销手段的丰富同品牌营销结合在一起,形成相互助力。特别是在当前的环境下,随着互联网营销市场竞争的日趋激烈,传统的营销手段很难获得消费者的注意力,并且也难以取得较好的市场营销效果。在这一背景下,应当结合当前的互联网营销情况,采用更加灵活的营销手段,打破传统的营销思维,并且借助于营销手段的创新,来提升品牌知名度和品牌价值。

3.建立差异化的营销渠道优势

在当前的农产品电子商务营销渠道中,随着越来越多的农产品营销开始进入这一渠道领域,市场竞争程度也在逐渐加剧。如何在这种激烈的市场竞争中脱颖而出,也更加考验着互联网+农产品的营销渠道优势。为了避免在互联网+农产品营销中陷入恶性的价格战,应当建立起差异化的营销渠道优势,打差异化的竞争牌,采取差异化竞争策略,这也是在当前市场环境下一种较为适宜的竞争策略。事实上,在"褚橙"的市场竞争中,也采取了这种差异化的竞争策略,特别是在营销渠道方面,建立有专门的电子商务营销渠道体系,形成了完整的电子商务营销渠道网络。"褚橙"的产品价格相较于市场同类产品而言并没有优势,甚至还高于同类产品,之所以能够获得消费者的认可,除了品牌优势之外,市场营销渠道的优势也是关键所在。

在"褚橙"的市场营销渠道体系中,从经销商到零售商,上下环节之间有着较好的衔接,能够较为顺畅地进行市场流通,大大缩减了农产品在营销渠道中的流转时间,实现了从采摘到直接发货的渠道管理模式。这样一来,就在很大程度上提高了"褚橙"产品的流转速度,保持了农产品较高的新鲜程度,这对于褚橙的销售而言,也是非常重要的一个优势。对于其他农产品的市场营销而言,也应当充分借鉴这种经验,建立起差异化的市场营销渠道优势,打造独特的市场营销渠道体系,借助于渠道优势来赢得市场竞争。同时,在这一过程中,也应当注重市场营销渠道管理的强化,加强对于市场营销渠道的管理,缩减不必要的渠道环节,建立扁平化的市场营销渠道体系,提高市场营销渠道的效率,这对于提升市场营销渠道竞争力也有着重要的作用。

当前,随着互联网和电子商务的快速发展,为农产品的市场营销也带来了巨大的机遇,借助于互联网和电子商务,积极开展互联网+农产品营销,可以较好地促进农产品销售,提升农产品销售利润,促进农民增收。"褚橙"电子商务营销模式的成功,对于互联网+农产品营销而言也有着很多可以借鉴的经验,尤其是"褚橙"电子商务营销渠道、营销手段、品牌策略等方面的成功经验,其他农产品在开展互联网+营销过程中可以借鉴。

(作者单位:安康学院)

课题:陕西省软科学项目"秦巴山区保护与发展生态型经济区政策研究"(项目号:2009KRM033-2)安康市科学技术研究发展计划项目"安康市农民专业合作社有效运行机制研究"(项目号:2013AZD04-08)

属于体育的夏天 北京现代创新营销勇攀新高峰

从万人空巷的欧洲杯到热议不断的奥运会,2016年夏天绝对是各路体育爱好者的盛会。面对如此良机,一向热衷于各种"刷脸"的车企自然不会放过。

然而,如何通过借力热门赛事迅速传播品牌和产品?如何在喧嚣的吆喝声中脱颖而出,并提升品牌美誉度?并不是所有企业都找到了其中的窍门。与大多数在场馆里充当背景、赞助超级巨星的简单做法不同,独具匠心的北京现代不仅用创新营销玩出了新花样,还进一步深化了其品牌形象。

在这个属于体育的夏天,北京现代交出了一份令人满意的答卷。

当汽车邂逅足球,北京现代让激情更亲近

如果说富有激情的汽车天然就是体育的好朋友,那么号称"世界第一运动"的足球便是众多车企的必争之地。现代汽车恰恰善于通过国际足球盛事来巩固自己的国际地位。例如被视为"世界第一运动盛会"的世界杯,现代已连续四届成为世界杯官方合作伙伴。

这个夏天,四年一度的欧洲杯同样令无数球迷血脉偾张,现代汽车延续了它在世界杯上的大手笔,一举拿下了2016年欧洲杯的官方赞助。而2016年扩军后的欧洲杯拥有了更多的参赛球队、更多的比赛、以及更多的举办城市。来自欧足联的市场数据显示,今年每场欧洲杯比赛至少吸引1.3亿名电视观众,决赛的总观众人数更是超过3亿人。

毫无疑问,现代汽车与国际顶级足球赛事的结缘为其带来了更广泛的全球影响力。作为现代汽车全球布局的中坚力量,北京现代则通过一系列线下活动让足球盛会的激情更接地气。

就在欧洲杯酣战期间,北京现代专门打造的"GO! T动欧洲杯"体验活动在北京、广州、西安、成都、杭州等全国主要城市如火如荼地展开。和欧洲各大城市的热门商圈一样,在球迷热情不减的中国,北京现代动作频频。精心布置的桌上足球对战区、FIFA电子竞技对战区、现代产品体验区倍受消费者青睐,这些体验环节不仅使人们在面对面切磋中收获亲情、友情的快乐,同时也让现代汽车旗下主力产品得到充分曝光。

无论是在热门商圈举办的品牌展示及产品体验,还是线上互动和二次传播,北京现代精心设计出吸引力十足的趣味内容,巧妙地将品牌形象和产品性能融入足球运动中,从而让更多受众亲身感受到北京现代的品牌魅力,并进一步带动领动等新车的销量。

当活力产品搭配创新营销,奥运精神、"现代速度"两相宜

无论是世界杯、欧洲杯、北京国际马拉松等国际大赛,还是CTCC中国房车锦标赛这样的专业赛车运动,抑或是ILLUMI RUN炫彩跑这样的新兴项目,都有北京现代倾力赞助、尽心合作的身影。

毫无疑问,北京现代之所以钟情体育营销,接连祭出大手笔赞助和创新活动,是为了推动其日益年轻化的品牌形象。而这一点在当前的中国市场上尤为重要。

在国内汽车市场竞争激烈、年轻消费群体崛起的大环境下,体育营销尤其是创新性的体育营销无疑是北京现代成功塑造年轻化品牌形象的一大利器。有统计数据显示,里约奥运期间,国内观众以19~24岁年龄群为主,年轻人成为观看奥运赛事的主力军。尤其在各大互联网平台观看奥运的人群整体呈现年轻化、高学历的趋势。

如果说,屡次凭借体育营销"抢头条"证明了北京现代品牌年轻化的可行性,那么体育运动体现出来的拼搏精神、五环旗下的奥运精神,则与蜚声业内的"现代速度"实现了完美统一。

一方面,北京现代因势利导,根据市场趋势及时调整产品布局,以业内领先的科技配置在产品上满足消费需求;另一方面,深谙创新营销之道的北京现代根据各项赛事制定不同的营销方案,在体育营销领域不断推陈出新,用一次次充满诚意和创意的活动诠释其"创新、技术、活力"的品牌内涵。二者的有机结合让北京现代品牌形象得以迅速提升,并巩固其销量领先的宝座。 (中青)

从里约奥运浅谈照明企业体育营销风向

其实在里约奥运会上,我们不仅仅只看到运动健儿靠拼搏收获了奖牌,我们也看到更多中国企业参与到里约奥运中来。单单LED行业,就能看到雷士照明、利亚德、联建光电、新亚胜等众多企业的身影。

但无论是雷士照明中标马杜雷拉公园照明工程,还是为奥运跳水馆提供照明解决方案;以及利亚德为里约奥运会直播供高清LED显示屏,我们不难发现LED+体育营销模式逐渐被推向风口浪尖。

说到LED产业的体育营销模式,我们并不陌生。在LED行业,包括雷曼股份、艾比森、奥拓电子、利亚德、三雄极光、雷士照明等多个企业都在积极布局体育产业。那么LED+体育模式究竟会给LED产业带来怎样的改变呢?

首先,我们来看看体育究竟是不是我们LED产业的新风向。2016年是公认的体育大年,虽然第31届奥林匹克运动会已经结束,但这并不能阻止LED企业的体育营销热情。为什么呢?因为广阔的体育市场成为直接驱动力。

今年上半年,国家体育总局公布《体育发展"十三五"规划》全文。规划表示,到2020年,全国体育产业总规模将超过3万亿元,体育产业增加值的年均增长速度明显快于同期经济增长速度,在国内生产总值中的比重达到1%,体育服务业增加值占比超过30%。

●雷士照明为马杜雷拉公园提供照明解决方案

与此同时,国外体育消费市场已成熟,体育产业已开发出巨大的商业价值,接着体育赛事大年的春风,使得LED显示屏的潜在应用市场规模越来越大,成为业界企业的香饽饽,这将是LED显示屏企业的一大机遇。

另外,我们再来看看LED业内在体育领域的新布局。暂且先不说雷曼股份这一支深耕体育产业的老牌军,光2016年就已经有多支"新军"在体育营销方面有新动作。

先是三雄极光与曼城俱乐部签订战略合作协议,三雄极光正式成为曼城中国区唯一合作伙伴,三雄极光通过与曼城俱乐部展开多方面的合作,就此加深公司体育营销布局;后有艾比森控股球场LED显示屏公司,布局体育领域;紧接着利亚德与拥有一流国际体育赛事运营管理经验的上海久事国际赛事管理有限公司达成全方位的战略合作。

可以说,LED+体育的模式已经越来越流行,甚至是"一发不可收拾"!面临体育事业蓬勃发展,对于LED企业来说,谁先抢占了市场,谁就是赢家,也将有更多机会为自身品牌赢得更多的赞誉与认可,从而扩大其影响力。

我国体育产业仍旧是朝阳,处在向上可持续发展的阶段。但对于LED企业来说,产品才是根本。在体育产业中,与LED企业相关的场馆照明、信息显示屏幕等质量的好坏直接影响企业的发展。

在体育照明方面,不同的体育赛事对于照明产品的要求也不尽相同。另外,照明灯具的布灯方式也需与体育场的总体规划,看台的结构形式密切配合。而体育场馆也对LED显示屏提出了高标准和高要求,倘若LED显示屏在体育赛事中出现了问题,这对于其品牌将会造成无法弥补的伤害。

因此,对于LED显示屏企业和LED照明企业来说,面对体育风口,这也是一种挑战,这种挑战集中体现在产品的可靠性、安全性以及综合服务能力上。但是,我们有理由相信LED在体育比赛中正扮演着日益重要的角色,没有理由怀疑LED企业未来会在体育产业中继续深入布局。

除了里约奥运之外,今年下半年足球将成为体育圈最热门,中超、英超、意甲等多项赛事轮番来袭,无疑成为体育界营销的最强阵地。而早已深耕于葡甲联赛以及澳超联赛的雷曼股份,势必会通过葡甲联赛将其品牌知名度广播海内外;而新晋为曼城合作伙伴的三雄极光,也将会借助英超联赛平台扩大自身海外知名度;艾比森及奥拓电子等国内知名LED显示屏企业在体育领域亦布局已久,自然不会放过下半年的大好机会。可以说,2016年下半年,LED企业的体育营销将会愈演愈烈。

里约奥运会已落幕,但可以说照明企业的体育营销风口已来!

便民服务 QQ:2581962219 收费标准:45元/行/天(13字1行) 广告热线 028-69959066 地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照。本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

●成都如家酒店管理有限公司法人章梁日新(编号:5101050004503)不慎遗失作废。

注销公告

四川云科商贸有限责任公司(注册号510100000356612)决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

遗失公告

四川省工商局2014年4月30日颁发的注册号为510000000380577的四川创信投资有限公司营业执照正本、副本(各1本)不慎遗失,声明作废。组织机构代码证正副本(代码098551395),国税地税税务登记证正副本(税号510107098551395)不慎遗失,声明作废。 特此公告

2016年9月2日

●成都棠朝教育咨询有限公司营业执照副本(注册号:510105000480588)遗失作废。

声 明

有关单位、个人:

我公司郑重声明如下:

一、我公司解除王明平、朱加友099工程(新区多功能活动中心)项目经理职务,并取消对王明平、朱加友的一切授权,原授权文件从本声明见报之日起失效;

二、我公司原使用的099工程(新区多功能活动中心)项目部章及技术资料专用章作废,即日起所有文件须加盖我集团公司公章方才生效;

三、099工程(新区多功能活动中心)应付工程尾款及质保金等款项需直接支付给我公司指定账户。

湖南高岭建设集团股份有限公司

2016年9月1日

●太平人寿吴雪莲展业证020003510105800020150308 26遗失

●四川泸隆鑫建筑工程有限公司杨琰琰、王华二级建造师执业印章印章编号川251121376096(00)、川251121375995(00)专业市政均遗失,声明作废

注销公告

成都西蜀麦田贸易有限公司(统一社会信用代码91510100MA61WLMD7W)经股东会决议决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

注销公告

成都市路顺达物流有限公司(统一社会信用代码91510106MA61T4F462)股东决定解散公司,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

注销公告

成都众越机电设备有限公司(注册号510107000213071)经股东会决议决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。特此公告

注销公告

成都市金牛区富雅木业有限公司(统一社会信用代码91510106716033983D)股东会决议解散公司,请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛乡涧漕河村十组向公司清算组申报债权。

成都市金牛区富雅木业有限公司清算组 2016年9月2日

●四川吉美缘商贸有限公司的营业执照正本注册号510106000381416和由四川省成都市金牛区国家税务局、成都市金牛区地方税务局2014年6月13日颁发的国地税税务登记证正本税号510106397279918遗失作废

●四川聚财源装饰工程有限公司营业执照(统一社会信用代码:91510107MA61UHKH57)正本遗失,声明作废。

注销公告

成都国付通信息技术股份有限公司(统一社会信用代码91510100069718963)决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

●成都市双云劳务有限公司组织机构代码证正副本(代码:09614028-5)遗失作废。

●成都岷强商贸有限公司(公司名称已变更为:成都仨柒商贸有限公司)财务专用章(编号:5101009469616)、法人章赵强(编号:5101009469617)不慎遗失,声明作废。

遗失声明

四川大学素学普通高等学校毕业证书(证书编号:106105201005008878)学士学位证书(证书编号:1061042010008878)遗失,特此声明作废。

●电信发票09196398遗失作废

●高新区首帮信务商务信息咨询服务部营业执照副本注册号510109600280726遗失作废。

●成都紫荆布衣酒店有限公司发票专用章(编号:5101095040309)遗失作废。

●杜勇身份证号:510124197009141175(有效期2014年11月24日-2034年11月24日)遗失作废。

●钟玛丽位于锦江区竹林巷35号房屋产权证监证0026167遗失

●成都鑫天瑞商贸有限公司在中国工商银行股份有限公司成都抚琴支行的开户许可证(核准号:J6510036388201,账号:4402931009020188389)遗失作废。

●成都金科房地产开发有限公司开发建设位于成都市荆翠西路2号的金科中心1-4号楼,垃圾用房及地下室的实测报告遗失,报告编号:20151229163367

●中国电信机打发票(发票代码:151001663002,发票号码:02740082-02740087)遗失,声明作废。

●成都宇洲商业管理集团有限公司法人章陈俊勇(编号:5101095102676)遗失作废。

●杨蕾位于青羊区清江中路63号2栋3楼13号房屋产权证(监证2003207)遗失。

注销公告

成都创思特机械设备有限公司(注册号:510107000774536)经股东会决议决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。

注销公告

成都宣昱贸易有限公司(注册号:510105000437124)经股东会决议决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。

●董熙君、张大勇位于武侯区龙井南街81号附1号1栋1单元5楼19号房屋产权证(监证2167343,监证2167342)遗失。

●王秀林位于武侯区红牌楼北街5号3栋1单元1楼2号房屋产权证(监证3983346)遗失。

●成都格润拜克科技有限公司税务登记证税号510105099400716副本遗失作废

●姜琼位于金牛区蜀汉路89号1栋1单元10楼28号房屋产权证(监证号:4853577)遗失

减资公告

成都市君华鑫装饰工程有限公司(统一社会信用代码91510100MA61WKAH0M)拟向公司登记机关申请减少注册资本,由原壹仟万元(人民币)减少到壹拾万元(人民币),请债权债务人于本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。

●何勇身份证510102197007183779遗失,特此声明。

●本人陈永平(身份证510923198410041738),于2016年8月31日正式从中国太平双流支公司离职,特此声明

●青羊区锦兴图文印务部地税税务登记证正副本(川税蓉字510105L48431435)遗失作废

●成都湘宁科技有限责任公司由四川省成都市锦江区国家税务局、成都市锦江区地方税务局2013年9月30日颁发的国地税税务登记证正副本税号510104077694645遗失作废。

注销公告

成都赢创装饰工程有限公司(注册号510107021628 3)经股东会决议决定注销本公司,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向公司清算组申报债权债务,特此公告。