

乡村振兴背景下寿光蔬菜产业市场营销策略分析

王馨雨, 张炜焯

浙江理工大学马克思主义学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年3月16日; 录用日期: 2024年4月8日; 发布日期: 2024年5月24日

摘要

山东省寿光市是我国著名的蔬菜之乡, 也是我国重要的蔬菜生产基地, 所产蔬菜绿色生态、种类丰富、品质优良、产量巨大。近年来, 寿光坚持以中央新发展理念为指导, 认真实施乡村振兴战略, 大力推进农业农村现代化建设, 提高农业综合生产能力, 积极发展蔬菜生产及其相关产业, 为保障国家粮食安全和重要农产品有效供给做出了重要的贡献。寿光温室蔬菜主要营销渠道为专业市场, 但是, 寿光蔬菜在销售过程中仍然存在供应链管理水平和市场信息引导不足, 生产与市场脱节、整体科学技术水平落后、销售渠道相对狭窄等问题。基于目前存在的问题, 提出相应的对策, 使得寿光市的蔬菜产业实现高质量、可持续发展, 实现本地区的乡村振兴。

关键词

乡村振兴, 寿光蔬菜产业, 市场营销策略

Analysis of Marketing Strategies of Shouguang Vegetable Industry in the Context of Rural Revitalisation

Xinyu Wang, Weiye Zhang

School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Mar. 16th, 2024; accepted: Apr. 8th, 2024; published: May 24th, 2024

Abstract

Shouguang City, Shandong Province, is the famous hometown of vegetables in China and an im-

portant vegetable production base in China, producing vegetables that are green and ecological, rich in variety, have excellent quality and huge production. In recent years, Shouguang adheres to the new development concept of the central government as a guide, earnestly implements the strategy of rural revitalisation, vigorously promotes the modernization of agriculture and rural areas, improves the comprehensive production capacity of agriculture, actively develops vegetable production and its industry, and makes an important contribution to guaranteeing national food security and the effective supply of important agricultural products. The main marketing channel for greenhouse vegetables in Shouguang is the professional market; however, Shouguang vegetable industry still exists problems in the sales process, such as low supply chain management, insufficient market information guidance, disconnection between production and market, backwardness of the overall level of science and technology, and relatively narrow sales channels. Based on the existing problems, corresponding countermeasures are proposed to make the vegetable industry in Shouguang City achieve high-quality and sustainable development and realize the rural revitalisation of the region.

Keywords

Rural Revitalisation, Shouguang Vegetable Industry, Marketing Strategy

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

近年来, 寿光市以蔬菜产业提档升级为有效抓手, 在农业科技创新、“种业硅谷”打造、产业标准制定等方面持续发力, 在高质量发展的道路上为打造乡村振兴的齐鲁样板贡献力量。

寿光蔬菜产业在蓬勃发展过程中不可避免的存在一些问题, 如: 供应链管理水平和市场信息引导不足、生产与市场脱节、整体科学技术水平落后、销售渠道相对狭窄等问题。这些问题都严重的影响着寿光蔬菜产业健康、持续的发展。本文将分析寿光蔬菜产业的营销策略, 发现寿光蔬菜产业发展过程中的问题, 并针对问题提出优化路径, 以促进寿光市农业的进步, 增加本地区农民的收入。同时, 对于实现本地区的乡村振兴也具有重要意义。

2. 寿光蔬菜产业营销策略

2.1. 寿光蔬菜产业的产品策略

2.1.1. 实现规模化经营

某一个温室蔬菜品种的大面积种植销售也就是温室蔬菜的规模化经营。在寿光蔬菜产业不断发展壮大的过程中, 菜农们开始自发的组织“小面积、专业化”的温室蔬菜种植模式。后来, 寿光市政府又根据不同地区资源分布状况以及当地菜农的种植习惯, 建设专门的蔬菜批发市场, 这就促使各乡镇形成了“一镇一业”、“一村一品”的发展格局。

2.1.2. 注重品牌推广

政府通过举办菜博会、建立寿光蔬菜网站等, 大力开展寿光蔬菜品牌宣传。从1999年起举办每年一届的国际(寿光)蔬菜科技博览会, 展现蔬菜文化风韵, 使寿光蔬菜走向了世界[1]。菜博会期间, 还举办蔬菜文化艺术节, 开展一系列独具“菜乡”特色的活动。除此之外, 寿光市对蔬菜产品的文化内涵、历

史底蕴进行深入地发掘, 重视对产品的包装设计, 打造一张有特点的品牌名片。

2.2. 寿光蔬菜产业的价格策略

寿光政府在组织蔬菜生产、经营、销售活动过程中, 对蔬菜的收购价、销售价进行了统一管理, 以防止市场上出现的价格乱象。除此之外, “中国寿光蔬菜价格指数”每天线上线下同步发布, 为蔬菜种植户、经营者、消费者提供价格信息指导, 许多菜农自觉查看价格波动和走势, 迅速了解蔬菜种植、市场供求、价格变动等信息。

2.3. 寿光蔬菜产业的渠道策略

寿光的蔬菜以批发为主, 主要是通过专业市场来进行营销, 随着近年来互联网行业的兴起, 网上销售也成为了寿光蔬菜的热门销售渠道。寿光市积极推进信息化建设, 为寿光蔬菜、农资、种苗等提供了一个良好的平台。目前, 寿光市已经形成线上重点建设专业农产品拍卖, 线下建设蔬菜电子拍卖市场, 实现线上线下同步推进, 互为补充的营销网络。农产品流通、销售与电子商务的有机结合, 开创了一种全新的“寿光模板”, 为电子商务的发展奠定了基础[2]。

2.4. 寿光蔬菜产业的促销策略

一、二、三产业的融合可以帮助农民解决标准化问题和销售问题, 同时可以帮助农产品打开市场。农业产业化发展, 离不开政府的政策导向。农民种菜, 政府帮卖。依托现有国家大量的农业补贴, 针对各区域有效开发, 形成育、种、产、销、品牌、渠道、物流等一体化服务工程, 从真正意义上解决农产品在市场上流通问题。

寿光大力建设农产品物流园, 配套一系列优惠政策和创新服务, 不仅使本地菜畅行无阻, 更吸引全国客商纷至沓来, 成为全国最大的蔬菜集散中心, 实现冬季南菜北运、夏天北菜南销。物流园是大龙头, 村村还有小市场。寿光在蔬菜种植集中村建设改造了 1600 多处村级田间地头市场, 方便本地蔬菜外销。如今, 寿光已形成农产品物流园为龙头、村级市场为基础的遍布城乡的农产品流通网络。经由村头小市场和龙头大市场, 寿光蔬菜不分昼夜地卖到全国、全世界。

3. 寿光蔬菜产业发展过程中的问题

3.1. 蔬菜供应链管理水水平较低

蔬菜产品与其它商品相比, 具有很强的时效性, 新鲜是顾客对其最大的需求。所以, 对于蔬菜制品来说, 其整体的管理水平要求很高。蔬菜的生产、采购、储存、运输、加工、销售等各个环节都要成为一个有机的整体, 这就要求从农户到生产企业都要对供应链管理有一个全面的了解。但就当前寿光蔬菜产业链中的每一个环节来说, 都还存在许多问题。

寿光市菜农分布较为零散, 难以实现对菜农的统一经营。由于蔬菜是易腐烂的生鲜食品, 因此在储存过程中对设备的要求比较高, 通常都要有专用的冷藏库。然而, 由于受到经济因素的制约, 农户对低温贮藏的认识还不够深入, 对贮藏过程中所需的专业贮藏技术也不太了解。目前, 我国大部分蔬菜都是采用简单的仓储方式, 以混藏、分散储存为主, 并且很少使用专用的冷藏车辆进行运输。因此, 在储存过程中, 有相当一部分蔬菜会出现变质现象, 从而给农民带来很大的损失, 影响了农民的经济效益。

与此同时, 在收购、加工和销售环节中, 还存在着较高的竞争性, 合作程度不高, 利益分配不合理等问题。在无形之中增加了交易费用, 增加了违约的风险。此外, 各个企业相互间缺少信息交流, 对市场的反应能力以及对外部环境的适应性都较差。

在蔬菜供应链中, 需要有专门的人才来管理蔬菜流通的各个环节, 包括对其进行合理的规划、设计、管理、有效控制和成本核算, 将各个环节的成本费用都降下来, 将不需要的损失降到最低。这就需要在蔬菜产业链上的管理者, 既要有专业的, 又要有现代产业链管理的知识, 要能利用自己必须的专业知识和一些实际经验, 去解决工作中遇到的问题[3]。然而, 当前寿光蔬菜产业缺乏专业的经营人才, 制约着其自身的发展。

3.2. 市场信息引导不足

寿光蔬菜批发市场目前还没有一个统一的规划和设计信息体系, 各个企业都各自独立, 没有进行过多的信息化沟通, 并且在信息化水平上还存在着相当大的差异, 发展非常不均衡。在寿光市农产品供应链中, 企业间缺少一个能够实现信息交换的平台, 导致本应该实现双赢的企业间的相互理解不足, 成为制约农产品供应链健康发展的瓶颈。在很长一段时间里, 农户获得市场供需信息的途径比较单一, 方式比较单一, 而且存在着较为严重的滞后和扭曲, 与市场需求不相适应。由于信息的不及时传播, 使得农民不能及时了解农产品的需求, 无法实现农产品的供求平衡, 从而增加了市场风险。目前, 除了寿光这个规模最大的蔬菜批发市场之外, 大部分的农产品供需市场都没有配置专用的信息化设备, 而与之配套的物流信息系统也基本处于空白状态。

3.3. 科技创新能力较弱, 生产专业化程度低

目前, 寿光蔬菜专业合作组织的主要负责人和经营者大都没有接受过系统的专业培训[4]。专业合作组织中许多人来自于村中的村干部、菜贩或种植大户, 他们在工作中习惯依赖于自己的经验, 已经不能满足现代蔬菜产业规模化生产管理的需要。所谓的管理, 不过是菜农们根据自己多年来积累的经验, 对生产技术和产品销售经营进行的管理, 属于低级的管理。与依靠信息技术、先进物质装备、先进经营理念等现代意义上的管理相比还有很大差距[5]。

3.4. 销售渠道相对狭窄

当前, 寿光的蔬菜主要依靠当地的批发市场来完成。寿光市已经建成了一张四通八达的通讯网, 内部连接着各个乡镇。但是, 大部分农民对网络的了解较少, 在农村, 计算机的使用率不高, 信息采集和发布的能力也不强, 网上营销仅仅是一个很小的销售渠道, 并没有被推广。

4. 寿光市蔬菜产业市场营销策略的优化路径

4.1. 从政府层面加强蔬菜供应链管理

目前, 我国已初步形成了一套完整的产业链物流标识标准, 一批相应的国家标准也陆续出台。但目前的标准在寿光地区还存在一定的局限性, 寿光市有必要在参照国家标准的基础上, 结合本地蔬菜生产和批发市场的特点, 建立相应的标准体系, 使之适应当地的农业发展。从基础设施到整个产业链上的信息传递, 都要实现标准化。以此为基础, 提升整体供应链的运营效率。蔬菜供应链涉及到蔬菜的生产、加工、流通和消费等各个方面, 涉及到农业部、药监局等多个部门。通过建立一个职能明确、权威统一的蔬菜产业链管理标准, 统一协调、组织和管理蔬菜产业链体系, 确定执法主体, 认真履行自己的责任, 最大程度地维护公平、公正的市场环境和消费者的利益。目前, 寿光蔬菜产品的标准化问题已成为制约其生产与流通的一个重要原因, 严重制约了其在国内、国际市场上的销售。寿光蔬菜市场的健康发展, 不只是一个农户的事情, 更是关乎到寿光和潍坊区域经济发展。所以, 从政府层面就应该加强蔬菜供应链管理。

4.2. 加强农产品市场信息化平台建设

运用现代信息通讯技术, 如电子商务、互联网等, 构建寿光农产品物流信息平台, 提高农产品信息的透明度、准确性和及时性, 降低农产品生产与物流环节的不确定性与盲目性。信息平台的构建要涵盖从生产者到消费者的所有环节。信息化建设能够降低物流成本, 提高物流效率。此外, 对于迅速实现市场传导、维护农业经济的稳定也具有重大意义。通过互联网和信息技术平台, 连接了农户、加工企业、供应商和批发商零售终端等供应链中的每一个环节, 从而可以实时追踪、有效地控制, 实现资源共享和信息共享。

4.3. 加大科技投入, 培养专业人才

寿光市应充分发挥全国蔬菜之乡的农业产学研优势, 在科技项目实施、创新平台建设、科技人才引进等方面支持现代农业发展。通过健全完善人才工作机制, 优化人才生态环境, 着力引进高层次农业科技人才, 全力提升现有从业人员知识技能, 全方位打造一支农业领军人才和基层实用人才相结合的农业人才队伍, 为农业转型升级提供强有力的人才和智力支撑。实施乡村振兴科技创新行动、农业良种工程等科技项目, 加大农业主导产业创新力度, 带动农业领域产业技术集成创新和转化应用; 大力推动现代农业领域技术创新中心、重点实验室、新型研发机构等平台建设, 助力农业产业转型升级; 创新科技人才服务方式, 发挥科技特派员等科技人才作用, 加快新品种、新技术、新模式的推广应用, 为现代农业高质量发展提供科技支撑。

4.4. 拓宽销售渠道, 开展电子商务平台

在全球经济一体化、贸易自由化的背景下, 新兴经济正以互联网为基础、以信息技术为平台、以国际市场为支撑, 向全球扩张。作为世界经济发展新动力的电子商务, 已成为当今世界经济发展的最大难题。在这种情况下, 各个行业之间的资源都是共享的, 而且信息是透明的。尤其是近年来, 我国的电子商务正处在一个高速发展的时期, 其市场规模逐渐变大, 网民数量也在快速增加。目前, 电子商务已经逐步成为我国社会、经济发展和流通的一个主要形式。我国自古以来就是一个传统农业国家, 因此, 如何提升蔬菜的品质, 促进蔬菜产量的增长, 降低蔬菜的售价, 是当前最迫切需要解决的问题。在数字时代, 数字化技术的普及为电子商务的蓬勃发展提供了一个强有力的支撑。利用电商平台, 菜农可以更加方便地获得蔬菜交易信息, 进行网上交流, 大大提高了蔬菜的销售便利性。同时, 随着互联网的发展, 海量的蔬菜需求数据被生成并储存起来, 这些数据包含了用户的行为、偏好和需求信息。通过对大数据的挖掘与分析, 寿光本地的菜农、商贩们能够更好地了解消费者, 为用户提供个性化的商品与服务, 进而提高他们的使用体验与满意度。另外, 抖音、快手等电商平台的出现, 也给寿光本地蔬菜产业提供了一种新的市场宣传与互动模式。利用电子商务平台进行信息的传播、沟通, 能够让蔬菜企业在电商平台上与消费者建立起更加紧密的关系, 从而实现准确的市场宣传, 提高品牌的知名度和销量。总之, 电子商务发展既为寿光菜农提供了方便, 又为寿光蔬菜产业的发展提供了有力的支撑。拓展市场空间, 提高交易效率, 实现个性化销售, 增强信息沟通与交互, 是寿光蔬菜发展的一个重要方向。寿光当地要充分发挥电子商务平台的优势, 结合数字时代的特征, 对营销战略与做法进行持续的优化, 以提高自身的竞争能力。

5. 总结

尽管目前在市场营销领域学术界已经开展了大量的研究, 但是对于涉及蔬菜的生产与市场的研究还很少, 因此, 为了更加方便、高效、经济地进行设施蔬菜的生产与营销, 我们必须建立起一套适合于蔬

菜生产与销售的网络平台。蔬菜生产利用电子商务平台进行营销,可以有效地打破信息交流的壁垒,大大降低了蔬菜在流通中的损耗,提升了寿光市蔬菜的产销效率。总之,寿光蔬菜产业的发展取得了举世瞩目的成就,对于增加当地农民的收入、实现本地区的乡村振兴都具有重要的意义。任何事物都具有两面性,我们应该用辩证的眼光去看待寿光蔬菜产业的发展,在发展过程中产生的问题需要及时纠正,以促进更好地发展。通过积极拓展销售渠道、开拓市场,加大科技投入,培养专业化的人才等措施,促进当地蔬菜产业的发展、实现本地区的乡村振兴。

参考文献

- [1] 颜士鹏. 寿光市蔬菜产业转型发展研究[D]: [博士学位论文]. 泰安: 山东农业大学, 2020.
- [2] 杨晓丽. 我国农产品区域品牌形成路径个案分析[J]. 统计与咨询, 2013(2): 18-19.
- [3] 刘红伟. 寿光温室蔬菜营销策略研究[D]: [博士学位论文]. 青岛: 中国海洋大学, 2012.
- [4] 李培之, 李春雷, 张敬敏. 寿光市蔬菜专业合作社发展路径探析[J]. 中国农民合作社, 2023(12): 54-55.
- [5] 陈宏广. “一带一路”倡议下寿光蔬菜产业发展路径研究[J]. 中国储运, 2023(10): 118-119.