乡村振兴战略下赣南龙勾乡石灰橙 电商转型升级研究

马张琴 严思婕

江西科技学院, 江西 南昌 330098

摘要: 本文以赣南龙勾乡石灰橙电商转型升级为研究对象, 分析了相关政策背景和电商背景, 探讨了龙勾乡脐橙发展现状及存在的问题, 提出了石灰橙电商营销策略, 旨在推动当地脐橙产业的电商化转型, 提升产品市场竞争力。

关键词: 赣南龙勾乡; 石灰橙; 乡村振兴; 电商转型升级

1 前言

2024 年中央一号文件开展千村示范等乡村振兴, 当地政府为减少农民果园经营顾虑采取多方措施, 如在青果期组织参观临县重点基地、聘请专家授课, 成熟期举办小灰橙节搭建交易桥梁。《赣南龙勾小灰橙保护条例》将于 2024 年 1 月 1 日实施, 提供全面法律保护, 彰显对特色产业的支持。赣南龙勾乡气候温和、雨量充沛, 红壤土质富含稀有矿物质微量元素, 为高品质脐橙提供生态优势。近年来以脐橙为主导产业, 扶持龙头企业, 推行“龙头企业+合作社+基地+农户”机制, 拓宽村民增收渠道, 但其在跨境电商销售中面临重大挑战。

2 龙勾乡脐橙销售现状分析

2.1 政府与果业协会的协同合作

龙勾乡政府与果业协会紧密合作, 共同推动脐橙销售。政府将各村组的脐橙产量统计汇总至果业协会, 并通过举办脐橙文化节、发动商会和联系企事业单位发放福利等形式, 引导销售脐橙约 1000 万斤。此外, 政府还联系市城投集团、市交控集团等部门单位帮助脱贫户销售脐橙约 20 万斤。

2.2 销售渠道的多样化

龙勾乡的果农不仅依赖于果业协会的统

销统购机制, 还通过与固定的采购商合作, 以及通过个人渠道寻找买家, 以获取更高的利润或更灵活的销售方式。这些采购商负责统一采购脐橙, 并销售到各级市场。

2.3 脐橙产业的发展与挑战

龙勾乡的脐橙产业在近年来取得了显著的发展, 但仍然面临一些挑战。例如, 农户个人势单力薄、资金不足, 较难独自开拓销售渠道。企业也局限于清洗、包装等初级加工阶段, 成长较为缓慢, 且线上自主销售能力较弱, 网店、抖音、小红书等线上销售渠道处于起步阶段^[1]。

2.4 脐橙文化节的推广作用

龙勾乡通过举办脐橙文化节, 吸引了众多客商前来订购当地石灰脐橙, 有效促进了脐橙的销售。这种活动不仅帮助果农销售脐橙, 还提升了龙勾脐橙的品牌知名度和影响力。

2.5 二维码溯源系统的应用

为了提升品牌价值和保障产品质量, 龙勾乡的脐橙采用了二维码溯源系统。消费者可以通过扫描二维码验证脐橙的真伪, 了解其出生地, 从而确保脐橙的品质和来源。

2.6 脐橙产业对当地经济的贡献

龙勾乡的脐橙产业不仅帮助当地果农增

收，还为当地经济的发展做出了重要贡献。例如，赣州盛田农业科技股份有限公司与多家连锁超市建立了稳定的供应合作关系，通过出口到东南亚等地区，实现了销售收入的增长^[2]。

综上所述，龙勾乡在脐橙销售方面已经取得了一定的成绩，但仍需进一步探索新的销售渠道和营销策略，以提升产品的市场竞争力。同时，加强品牌建设和质量控制，利用现代技术和市场推广手段，将是龙勾乡脐橙产业未来发展的重要方向。

3 龙勾乡脐橙电商营销存在问题

3.1 果农销售渠道窄

农户在脐橙收获后面临电商销售渠道局限，可支配利润难稳定。其成熟期集中在11-12月，销售窗口期固定。农户电商渠道狭窄、运营能力不足，多通过熟人推广或等零散订单，缺稳定合作。且缺价格自主控制权，个体产量有限，难满足批量采购，限制电商潜力。

3.2 品牌打造有限

龙勾脐橙电商品牌影响力不足、知名度低，当地企业需加强自主品牌建设，设计商标、塑造形象，借推广拓全国市场。孵化自主直播团队，用抖音等平台减少依赖，提升自主营销能力。

3.3 脐橙加工副产品缺乏

主要以脐橙鲜果为出售对象，销售产品单一。民营企业要针对以销售脐橙为主面向全季水果拓展销售产品，以增强企业自身销售业务能力，稳定企业盈利利润。

3.4 网络宣传欠缺

龙勾脐橙在行业中的龙头企业数量有限，地域特色尚未充分展现。企业在脐橙产业链的构建上存在不足，主要集中于脐橙的采购和基础包装销售环节，缺乏足够的资金支持以加速产业链的完善。受限于寻乌和信丰等赣南脐橙产区的竞争影响，龙勾脐橙在省外的知名度不高。网络宣传和传播力度不足，宣传途径单一，

导致赣南龙勾脐橙的知名度未能广泛传播，进而影响了其地域特色的凸显。

3.5 国际市场竞争激烈

龙勾脐橙在国际市场上面临来自其他国家的脐橙产品的竞争，需要不断提升产品品质和品牌影响力。其次，不同国家和地区对进口水果的质量和标准有不同的要求，龙勾脐橙需要确保其产品能够满足这些标准，这可能会涉及到额外的检验、认证和合规成本。此外，激烈的市场竞争和汇率波动也对龙勾脐橙的出口造成影响^[3]。

4 龙勾乡石灰橙电商营销策略

4.1 品牌建设与市场定位

龙勾乡应加强品牌建设，设计具有地域特色的品牌形象，包括品牌标识、包装设计和广告语，以增强消费者对龙勾脐橙的认知。同时，明确目标市场，深入了解国内消费者的习惯和偏好，进行精准的市场定位。例如，针对不同地区的消费者，强调脐橙的健康益处或独特的口感。此外，利用社交媒体平台，发布与本地文化相关的内容，吸引国内消费者的关注^[4]。

4.2 社群营销

社群营销是提升品牌认知度和消费者参与度的重要手段。龙勾乡可以建立品牌社群，如微信群、QQ群等，定期与消费者互动，分享脐橙种植、采摘和食用的小知识，增强消费者的品牌忠诚度。同时，通过举办线上活动，如抽奖、限时优惠等，激发社群活跃度，促进产品销售。

4.3 本地节日与营销活动

在脐橙文化节期间，举办一系列线上线下结合的营销活动。线上可以通过电商平台推出节日特惠套餐，结合限时折扣、满减活动等方式，吸引消费者购买。线下则可以在文化节现场设置体验区，让消费者直接品尝脐橙，体验采摘乐趣，并通过现场互动游戏、摄影比赛等

形式，提高品牌曝光度^[5]。

4.4 手段：文化营销

与本地媒体合作，进行文化节的前期预热和现场报道，进一步提升龙勾脐橙的知名度。同时，推出以脐橙文化节为主题的文创产品，如限量版纪念品、特色包装等，通过文化元素的融入，提升产品的附加值和市场吸引力。

4.5 总结

通过以上分析，本文提出了一系列石灰橙电商营销策略，旨在推动龙勾乡脐橙产业的电商化转型，提升产品市场竞争力。赣南龙勾乡石灰橙电商转型升级研究不仅为当地脐橙产业提供了新的销售渠道和营销策略，而且对整个地区的经济发展和进步产生了深远的影响。赣南龙勾乡石灰橙电商转型升级研究不仅推动了当地脐橙产业的电商化转型，而且对经济、社会、生态和可持续性产生了积极的影响。

4.6 建议

4.6.1 完善销售渠道，引进新型人才

针对龙勾乡脐橙电商营销存在的问题，首先需要完善销售渠道，并引进新型人才以推动电商业务的快速发展。

调研发现，大部分普通果农并未完全适应电商发展的潮流，销售渠道主要依赖朋友圈宣传和传统厂商订货，这种模式已无法满足市场多样化需求。因此，以下措施亟需实施：

加强电商平台布局：积极入驻主流电商平台，如淘宝、京东、拼多多等，利用平台流量提升品牌曝光度和销售额。同时，可以与电商平台合作，开展专题营销活动，提高龙勾脐橙的线上销售份额。

自建电商平台：考虑开发或优化自身的电商功能，打造专属的在线购物体验。这样不仅可以增强品牌控制力和用户粘性，还能为消费者提供更加个性化和便捷的服务。

社交媒体营销：充分利用微博、微信、抖

音、小红书等社交媒体平台，通过内容营销、直播带货等方式吸引年轻消费群体。可以邀请知名网红、意见领袖进行产品推广，提高品牌在年轻消费者心中的地位。

引进和培养新兴人才：针对电商运营的短板，引进专业的电商运营人才，提升团队整体运营能力。同时，加强对果农的电商知识培训，提高他们的线上销售技能。

建立线上线下融合的销售模式：将线下体验与线上销售相结合，打造多元化的销售渠道。例如，可以在城市繁华地段设立体验店，让消费者现场品尝脐橙，同时引导他们在线上平台进行购买。

4.6.2 创新深加工，提升附加值

目前，龙勾脐橙的销售产品较为单一，主要以鲜果为主。为提高产品附加值，以下措施值得尝试：

故事化包装：设计以龙勾脐橙为背景的故事系列包装，讲述其种植历史、地方文化或寓意美好的传说。这样的包装不仅具有文化内涵，还能提升产品附加值。

日常用品系列：开发一系列以龙勾脐橙为主题的日常生活用品，如环保购物袋、餐具套装、茶具、香薰蜡烛等。这些产品可以印有龙勾脐橙的图案或相关设计，并附带产品故事的多语言说明，满足不同国家和地区消费者的需求。

食品深加工：开发龙勾脐橙相关的深加工食品，如脐橙果酱、果汁、果干、糖果等。可以创新口味组合，结合当地特色食材或流行风味，提升产品竞争力。

品牌附加值创收：鼓励企业注册商标，利用品牌附加值创收。通过文创产品的创新，提高龙勾脐橙的市场竞争力。

4.6.3 打破传统宣传式，打造品牌知名度

提升品牌知名度是龙勾脐橙走向更广阔市场的重要一环。以下措施有助于打造专业的品牌形象：

参加展会：积极参与国内外农产品展销会、食品博览会等，展示龙勾脐橙及其文创产品，吸引采购商和消费者的关注。

统一品牌：设计具有辨识度的品牌 LOGO、包装和宣传物料，确保在所有宣传渠道中保持一致的品牌形象。

品质保证：建立严格的产品质量控制体系，确保龙勾脐橙及其文创产品的品质稳定和优良，赢得消费者的信赖。

用户参与：举办线上线下的互动活动（如抽奖、晒单赢好礼、用户故事征集等），鼓励用户参与和分享，扩大品牌口碑。

跨界合作：与其他行业或品牌进行跨界合作，如与文化、旅游、体育等领域的企业合作，提高品牌曝光度。

内容营销：创作与龙勾脐橙相关的优质内容，如种植故事、文化背景、美食制作等，通过图文、视频等形式在网络上进行传播，提高品牌的传播效果和用户粘性。

4.6.4 加强网络宣传，提高市场影响力

针对网络宣传不足的问题，以下措施有助于提高龙勾脐橙的市场影响力：

建立官方网站和社交媒体平台：发布龙勾脐橙的相关信息，吸引消费者关注。

合作与联盟：与知名电商平台、网红、意见领袖等合作，开展联合营销活动。

搜索引擎优化（SEO）：优化官方网站和社交媒体平台，提高在搜索引擎中的排名。

网络广告：在各大电商平台、社交媒体平台及行业网站上投放广告，针对目标客户群体进行精准营销。

网络直播：利用直播平台，如抖音、快手等，开展直播带货活动，吸引消费者关注。

内容营销：创作优质内容，如种植故事、文化背景、美食制作等，通过图文、视频等形式传播。

通过以上措施，龙勾脐橙的品牌知名度将得到有效提升，为产品销售奠定坚实基础。

4.6.5 培育龙头企业，发挥示范带动作用

龙勾乡脐橙产业的发展需要培育一批具有市场竞争力和社会影响力的龙头企业。这些企业将成为行业发展的标杆，通过其示范效应，带动整个产业向更高水平迈进。以下是具体的培育措施：

政策支持：政府应出台相关政策，为龙头企业提供资金扶持、税收优惠、技术支持等，降低企业运营成本，增强其市场竞争力。

技术研发：鼓励龙头企业与科研机构、高校合作，开展脐橙品种改良、种植技术、深加工技术等方面的研发，提高产品的科技含量和附加值。

品牌建设：支持龙头企业进行品牌建设，包括品牌形象设计、品牌故事挖掘、品牌传播等，提升品牌知名度和美誉度。

市场拓展：引导龙头企业积极参与国内外农产品交易会、食品博览会等，拓展国内外市场，提升龙勾脐橙的市场占有率。

产业链整合：推动龙头企业与合作社、农户建立紧密的合作关系，实现资源整合，降低生产成本，提高整体竞争力。

人才培养：加大对企业人才的培养力度，通过培训、招聘等方式，引进和培养一批具有创新能力和市场开拓能力的人才。

社会责任：鼓励龙头企业承担社会责任，参与社会公益事业，提升企业形象，增强社会影响力。

通过以上措施，龙头企业将能够更好地发挥示范带动作用，引领龙勾乡脐橙产业向高质量发展，实现乡村振兴和农民增收。同时，这也将有助于提升龙勾脐橙在全国乃至国际市场上的知名度和竞争力，为产业发展注入新的活力。

参考文献

- [1]何攀利,乡村振兴背景下农产品跨境电商发展对策,社会科学II辑;经济与管理科学,沈阳大学学报(社会科学版),2024,26,(05)
- [2]原征.张宝明,跨境农产品电商主流模式研究[J].商贸流通.2014(1):138-139
- [3]原征.张宝明,跨境电商农产品质量安全影响因素研究[J].改革与开放.2015(3):83-85
- [4]钟玲玲.基于跨境电商产业链的外贸电商人才培养路径研究[J].中国市场 2015(9):40-41
- [5]李娟,王浩.乡村振兴视角下农产品电商品牌建设路径研究——以赣南脐橙为例[J].农业经济,2023(10):112-114.

课题项目:2024年省级大学生创新创业训练计划项目《橙韵生态:龙勾小灰橙生态循环推广与创新市场开发计划》,项目编号:S202410846049S。