

基于 AIGC 技术的新疆农产品差异化营销研究

邹雨贝 徐红花 程志航 杨旺旺

江西应用科技学院, 江西 南昌 330100

摘要: 在乡村振兴与数字技术深度融合的背景下, AIGC (人工智能生成内容) 技术为新疆特色农产品销售注入了新的创新动力。本文探讨了 AIGC 技术在品牌推广、精准营销和多语言服务等方面的应用潜力, 分析了其如何突破地域限制、优化供应链管理、提升消费者体验及增强市场竞争力。研究发现, AIGC 技术能够为新疆特色农产品提供个性化的市场推广策略, 促进农业数字化转型。通过构建多模态智能营销体系、直播数据智能分析决策系统及本土化资源数据库等具体实施路径, 本研究为边疆地区的数字农业发展提供了可操作性的理论参考, 推动了 AIGC 在农业领域的深入应用。

关键词: AIGC; 新疆特色农产品; 智能营销; 多模态生成;

DOI: 10.63887/fss.2025.1.2.17

引言

(一) 研究背景

新疆作为中国重要的农业生产基地, 拥有丰富的自然资源和特色农产品, 如哈密瓜、葡萄、无花果和红枣。然而, 这些农产品在市场中面临同质化严重、品牌认知度低等挑战, 尤其是在数字化营销人才短缺的背景下, 竞争力有限。AIGC (人工智能生成内容) 技术的兴起, 为新疆农产品的营销带来了创新机遇。通过文本生成、图像与视频创作以及个性化推荐等功能, AIGC 可以突破地域限制, 提升品牌认知度并塑造独特文化故事。随着国家“数字乡村”战略的推进及新疆数字基础设施的改善, AIGC 为农业经济的数字化转型提供了有力支持, 助力新疆特色产业的发展。

(二) 研究意义

本研究的理论意义在于探索 AIGC 技术与新疆农业经济融合的新模式, 为其他地区的农业数字化转型提供借鉴。实践意义则在于为新疆农产品提供突破销售壁垒、提升市场竞争力

的解决方案, 特别是在提升品牌认知度和精准营销方面, 具有重要的实际应用价值。

一、AIGC 赋能新疆农产品销售的可行性

(一) 技术支撑

AIGC 技术的核心能力包括文本生成、图像/视频创作、多语言翻译和用户行为分析等领域^[1]。在新疆农产品营销中, AIGC 技术能够有效解决多语言宣传、文化故事挖掘和特色包装设计等问题。尤其是针对新疆的多民族背景, AIGC 技术可以自动生成维吾尔语、哈萨克语等多语言内容, 从而打破语言障碍, 帮助农产品在国内外市场实现更广泛的传播。这一技术不仅提升了新疆农产品的市场覆盖率, 也增强了其在多语言市场中的竞争力。通过 AIGC 生成符合新疆地域特色的包装设计和宣传视频, 能够为产品赋予独特的文化内涵, 提高品牌辨识度和市场吸引力。

此外, AIGC 技术通过精准的用户行为分析, 能够深度挖掘消费者需求, 为营销决策提供数据支持。基于消费者的兴趣偏好和购买行为, AIGC 可以为不同消费者群体提供个性化

的产品推荐,优化市场营销策略,提升消费者的购买体验和品牌忠诚度。通过这种精准的个性化营销,AIGC 技术能够显著提高新疆农产品的营销效果,为产品在竞争激烈的市场中占据一席之地提供有力支持。

(二) 政策与市场驱动

近年来,国家出台的中央一号文件明确提出要加强农业数字化转型,推动“数字乡村”战略的实施,为农业领域的数字化创新提供了政策支持。新疆,作为中国农业的重要生产基地,也在积极推进数字农业发展。国家“东数西算”工程的实施,进一步推动了新疆数字基础设施的完善,使得数字计算能力得到显著提升,为 AIGC 技术的应用提供了坚实的基础。政策的支持不仅为新疆特色农产品的数字化转型创造了有利环境,也促进了地方政府在农业数字化转型中的积极投入^[2-3]。

在市场需求方面,随着消费者对个性化、场景化购物体验需求的日益增加,传统的农产品营销模式已难以满足这些需求。AIGC 技术凭借其高效的内容生成和精准的个性化推荐功能,能够为消费者提供更加丰富和定制化的购物体验。通过精准的消费数据分析,AIGC 技术能够针对不同市场需求制定个性化的营销策略,提高新疆农产品在国内外市场的认知度和忠诚度。与此同时,AIGC 技术还能够有效地突破传统营销渠道的局限,推动新疆农产品通过电商平台、社交媒体等新兴渠道迅速拓展市场,提高品牌的国际化水平。

(三) 典型案例

在国内,AIGC 技术在农业营销中的应用已取得了一定的成果。例如,中国电信新疆分公司联合吐鲁番葡萄沟社区,开发“数字平台助手”,集成 AIGC 技术实现葡萄种植全流程溯源与直播带货。农户通过 AI 生成的短视频宣传产品,结合虚拟数字人主播进行多语言直播,2023 年鲜葡萄销售额同比增长 43%,运营

成本降低 20%。案例表明,AIGC 技术不仅能够提升品牌的影响力,还可以实现降本增效。虚拟主播带货模式的成功应用,展示了 AIGC 技术在农产品营销中具备的创新潜力,通过结合娱乐性和教育性内容,有效提高了消费者对产品的认知和参与度。此类创新模式为新疆农产品的推广提供了新的思路,也为本研究提供了重要的实践依据。

三、新疆农产品现状与 AIGC 应用瓶颈

(一) 市场竞争与品牌认知度

新疆特色农产品在市场中面临较大的竞争压力,尤其是在外观、口感及品质标准上存在同质化问题。许多农产品在生产过程中未能形成独特的差异化竞争力,导致市场竞争主要依赖于价格。消费者对品牌的忠诚度较低,这在一定程度上削弱了产品的市场吸引力。特别是与其他地区的农产品相比,新疆农产品在品牌推广和认知度方面相对薄弱,未能充分挖掘其独特的文化背景和地域特色。

(二) 数字化转型与技术应用

虽然新疆在农业领域具备较强的资源优势,但其在数字化营销、智能化管理等方面的应用仍处于起步阶段。传统的营销渠道仍占主导地位,缺乏创新的数字营销模式。农产品的推广、销售和供应链管理仍依赖传统人工操作,无法实现精准营销和个性化推荐。此外,农业企业和农户对新兴技术的认知不足,缺乏必要的技术培训和支撑,这限制了数字化转型的推进^[4]。

(三) 消费者需求与行为变化

随着消费者购买行为的不断变化,个性化、场景化的购物体验需求逐渐增加,传统的营销模式已难以满足年轻消费者的需求。尤其是在移动互联网、社交媒体及电商平台的影响下,消费者越来越倾向于选择具有个性化推荐和高效互动体验的产品。然而,当前新疆农产品

在这些方面的创新不足,未能有效利用数字工具和平台来提升消费者体验,缺乏针对消费者需求精准响应的能力。

四、AIGC 在新疆农产品营销中的应用瓶颈

(一) 技术层面

AIGC 技术在新疆农产品营销中的应用面临一定的技术挑战,尤其是在多民族语言生成的准确性方面。维吾尔语、哈萨克语等少数民族语言的文本生成技术尚未完全成熟,存在语法与语义理解的误差,影响了内容生成的质量与传播效果。此外,农产品数据的标注和清洗工作仍需要大量人工干预,导致大规模数据处理的成本较高,限制了 AIGC 技术的普及与效率提升。为了实现更精准的市场推广和个性化推荐,亟需解决语言处理和数据预处理等技术瓶颈^[5]。

(二) 人才层面

新疆地区 AIGC 技术的应用还受到本土人才匮乏的制约。虽然 AIGC 技术在农业领域具有巨大潜力,但当地缺乏足够的技术开发与运营人才,这使得相关技术的实施与推广面临困难。此外,农户的数字素养普遍较低,许多农民对新兴技术的理解和接受度有限,这进一步加剧了技术普及的难度。有效的技术应用培训和人才培养机制尚未得到充分落实,这成为制约 AIGC 技术在农业领域成功应用的重要因素。

(三) 基础设施层面

新疆的边远地区在算力资源方面存在一定的局限,这对于 AIGC 技术的本地化部署与应用产生了制约。AI 模型的训练与实时响应需要强大的计算支持,但由于地区内的网络基础设施相对薄弱,计算资源的获取成本较高,导致 AI 系统的部署和维护面临较大挑战。此外,AI 模型的本地化部署不仅涉及高昂的初

期投入,还需要持续的技术支持和系统优化,若未能有效解决这些基础设施问题,将直接影响系统的稳定性与用户体验,从而限制 AIGC 技术在农业营销中的广泛应用。

(四) 政策协同层面

政府在 AIGC 技术应用于农业领域的支持政策仍显不足,尤其是在专项资金的扶持力度上有所欠缺。目前,政策层面的资金支持和激励措施未能全面覆盖 AIGC 技术在农业中的实际需求,致使许多农户和企业和技术应用过程中面临资金瓶颈。此外,跨部门的数据共享机制不完善,导致农业领域的数据资源孤岛现象严重。这一局面不仅影响了数据的有效利用,也限制了 AIGC 技术在农业生产和营销环节的创新性应用^[6]。

五、新疆农产品销售现状与 AIGC 应用瓶颈

(一) 构建多模态智能营销体系

基于 AIGC 的多模态内容生成能力,可打造以 AI 虚拟主播与数字人直播间为核心的全天候营销平台。该平台首先结合新疆地域风情与文化元素,通过 AIGC 技术自动生成包含维吾尔语、哈萨克语在内的多语言脚本和短视频素材,有效突破语言壁垒并增强文化共鸣。直播间中,虚拟主播可依托实时语音合成与表情驱动技术,进行产品介绍、互动问答及场景化展示,实现 24 小时不间断推广。与此同时,AIGC 生成的高质感产品包装图像和宣传动图可同步应用于社交媒体和电商平台,多渠道联动。此举不仅有助于突出新疆农产品的地域特色与文化内涵,还可通过多语种触达不同消费群体,全面提升品牌的多元化影响力。

(二) 打造直播数据智能分析决策系统

为支撑直播营销的持续优化,需要构建以 AIGC 为核心的直播数据智能分析决策系统。系统通过接入社交媒体、直播平台及电商后台的用户行为数据,运用自然语言处理与机器学习

习模型实时解析消费者评论、点击率、停留时长等关键指标,实现精细化的需求预测与营销策略调整。在此基础上,将区块链技术与AIGC内容生成相结合,自动撰写产品溯源故事并在直播过程中展示,既保证信息不可篡改的可信性,又丰富品牌叙事。系统定期输出市场热度报告和库存预警,指导种植计划与物流调度,实现生产-库存-销售的闭环优化。通过上述智能决策支持,能够有效降低库存积压风险、提升供应链效率,并增强消费者对品牌的信任感。

（三）建设本土化新疆特色农产品资源数据库

为促进AIGC技术在新疆农产品销售中的全面应用,首先需要建立一个集中式的本土化资源数据库。该数据库应整合新疆特色农产品的相关信息,包括产地、品种、生产过程、销售渠道等,同时结合农产品的数字化标签与消费者行为数据,形成一个全面、精确的产品信息体系。通过构建“新疆农产品AIGC服务中心”,为农业企业和农户提供数据支持,并利用低代码工具与模板库,帮助企业与农户快速构建数字化营销方案。

此平台不仅能大大简化新疆特色农产品的数字化转型过程,还能降低农户和小型企业在技术应用上的门槛。此外,联合高校与科研机构培养“农业+AI”复合型人才,提升农户的数字素养和技术应用能力,为推动农业产业的数字化升级打下坚实的基础。通过持续的人才培养和技术支持,能够有效缩小数字鸿沟,实现农业与数字技术的深度融合。

（四）深化政企合作与数据共享

要推动AIGC技术在新疆农产品营销中的广泛应用,政府、企业与研究机构之间的协作至关重要。首先,应推动农业大数据与AIGC技术的深度融合,通过政府部门的引导与政策支持,促进数据资源的共享与整合。建设跨部门、跨行业的数据共享平台,打破信息孤岛,提供实时且全面的市场数据支持。这一过程可以通过设立专项基金,补贴中小农户使用AIGC技术服务,减轻其数字化转型的经济负担。同时,政府应加强与电商平台、跨境电商企业的合作,推动新疆农产品的国际化推广,并借助AIGC技术实现精准的跨境营销与品牌传播。通过政企合作与数据共享机制的完善,将大大提升新疆农产品在国际市场的竞争力,并为农产品的精准营销、品牌塑造及市场拓展提供强有力的支持。

结论

本研究探讨了AIGC技术如何赋能新疆农产品销售,通过多模态智能营销、直播数据智能分析等手段,提升了产品的品牌认知度和市场竞争力。研究发现,AIGC技术能够有效解决新疆农产品面临的同质化、品牌认知度低和市场拓展受限等问题,并为农业数字化转型提供了可行路径。理论上,本研究为农业数字化与人工智能技术融合提供了新的视角;实践上,研究为新疆农产品的营销模式创新和品牌建设提供了实证支持。未来的研究可以进一步探讨AIGC技术在不同区域农业推广中的适用性,以及如何通过技术升级解决现有的基础设施和人才短缺问题。

参考文献

- [1]赵恩北. AIGC营销对新零售企业竞争力的影响——基于顾客意识的调节效应[J]. 商业经济研究, 2025, (07): 145-148.
- [2]肖代柏, 周瑶. AIGC技术赋能营销传播的应用、问题及展望[J]. 传媒, 2024, (22): 87-89.
- [3]哈尼克孜·艾尔肯. AIGC赋能农产品网络营销[J]. 云端, 2024, (24): 92-94.
- [4]夏尔. AIGC赋能下的品牌营销实践[J]. 国际品牌观察, 2023, (19): 21-23.

[5] 冶佳梅,晁伟鹏.乡村振兴背景下新疆农产品网络营销策略研究[J].市场周刊,2024,37(17):68-71.

[6] 玛伊热·图尔荪.乡村振兴背景下新疆农产品网络营销模式优化的探讨[J].商业观察,2023,9(20):74-76+80.