

基于地方特色的农副产品营销设计

——以宿州“金蝉”为例

文/朱耀延 冯曼 赵成功 周子豪 张昊

摘要：随着物联网、电子商务和互联网金融的发展，地方农副产品“公司+基地+农户+电商”的经营模式逐渐被广大商家认可。本课题以宿州地区金蝉营销为例，以市场需求为导向，利用当地农业优势，拟选取合适的养殖基地，开拓B2C电商平台，打造专业的金蝉购物网站，同时对金蝉进行深加工，改变单一消费模式，拓展产品线，实现多样化经营，在乡村振兴战略背景下，实现保护生态环境、科学可持续发展的后期目标。

关键词：金蝉；农产品；市场；宿州



党的十九大报告指出，实施乡村振兴战略，要坚持农业农村优先发展，按照产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总要求，建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系，加快推进农业农村现代化。在国家政策的支持下，宿州市砀山金蝉B2C电商平台应运而生，其符合国民经济需求，具有庞大的用户群体和巨大的市场潜力，是电商领域的新蓝海。

一、市场分析

(一) 金蝉市场分析

金蝉是一种高蛋白、低脂肪的昆虫食品，具有较高的营养价值和独特的口感。蝉蜕富含甲壳素，常用来治疗外感风热，咽喉肿痛之症，是我国常用的一味中草药。对金蝉市场进行科学分析后，得出了金蝉生态养殖项目是一个高机会高风险的理想创业业务。目

前，金蝉生态养殖行业 and 市场竞争仍不算大，经过一年多的实地考察，发现金蝉主产山东、河南、河北、湖北、江苏、四川，安徽等地，其中以山东地区产量较大。随着当代人对生活质量的追求越来越高，就要求金蝉的饲养过程必须符合健康标准。正常的金蝉生长周期长，个头小，但由于当前金蝉市场形势一片大好，一些不良商家忽视金蝉的生长特性，以次充好，面对这种市场缺陷，必须坚持科学饲养，打造独立的品牌，为消费者提供健康放心食品的同时，提高大家对健康生活追求的意识。针对这一目标市场，需要设计与之适应的市场开发战略、品牌战略、分销策略及网络营销策略。金蝉市场是高风险高利润的变化市场，机会时时有，威胁也时时有，只有发挥好自身的优势，规避好劣势，才能把握住机会。初步估计，宿

州金蝉是一项高机会高风险的理想型投资项目。

（二）我国农业电子商务发展状况

近年来，电子商务发展迅速，已经融入到各个行业领域，农村电商就是其中典型的代表，并且呈现出良好的发展趋势。目前，农村土特产在网上深受顾客的欢迎，营业额也逐年增长，随着电商服务站的陆续建成，整体形成了一个比较成熟的商业模式。“互联网+农业电商平台”是利用大数据、云平台、物联网等互联网技术，整合金融、物流等各类社会资源，实现农业产业链去中间化，提升生产流通效率的新型农业平台。其中，昆虫类农产品电商模式十分具有发展前景，许多商家、学者对其产业链进行分析和研究。昆虫类农产品集散地本身就有成熟的配套措施和物流解决方案，再辅助电商元素，可谓是“如虎添翼”。

（三）竞争分析

1. 国内环境

从国内市场来看，安徽省是农产品食品、药材、肉类等大宗农产品的主要产区，也是特色农产品区域。而且，宿州的总体生态环境良好，农业资源丰富，具有生产绿色金蝉食品得天独厚的条件，绿色金蝉食品发展潜力巨大。

2. 行业和市场环境

从行业竞争角度看，绿色健康的金蝉比一般的金蝉具有更高的食用价值，但市场价格也相对较高；从市场竞争角度看，金蝉是劳动和技术复合密集型产品，生产成本低，利润空间大是其竞争优势，但由于我国昆虫产品生产的“绿色意识”尚未普及，缺乏“无污染、营养、卫生”的标准，特别是我国昆虫食品生产管理落后，加工粗糙，包装简陋，在此背景下，必须从基本抓起，科学管理，合理制定金蝉市场价格，改进金蝉加工工艺和包装，提高产品质量，并进一步了解竞争者的动向及市场动态，从而获取市场竞争优势。

二、产品分析

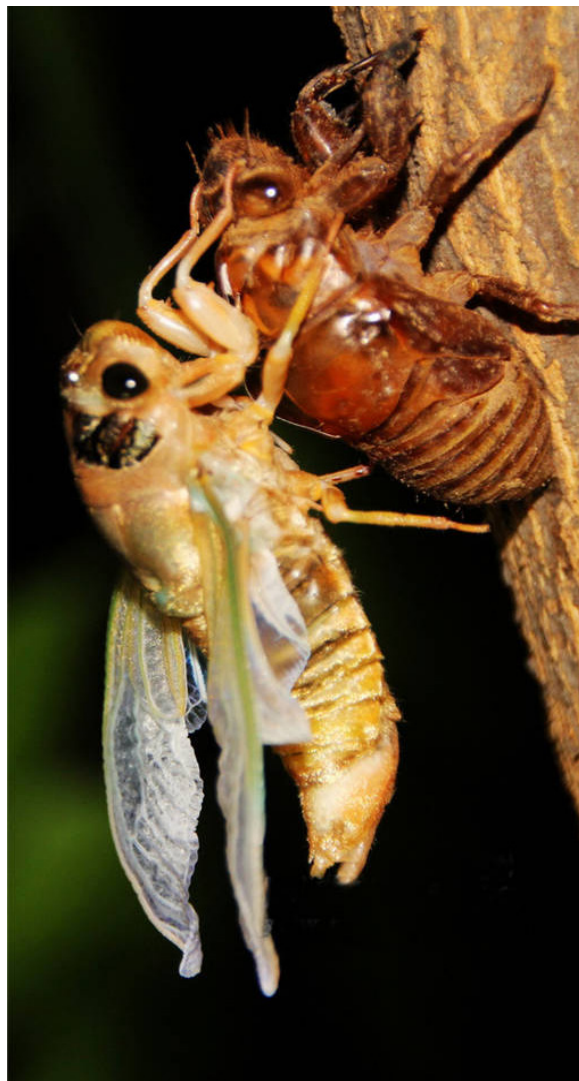
基地选于宿州市砀山县，该地区环境良好，远离工业区污染，交通便利，紧邻旅游风景区，合理地开发生态养殖，可以促进有机生态农业的发展。为了确保金蝉产品品质的高标准，基地严格按照绿色食品生产技术操作规程，全面推行“统一品种，统一养殖，统一指标，统一专用生产资料”的生产模式，保证产品质量。

初期主要提供砀山本地梨树养殖的金蝉等绿色生态品种，根据不同市场特点采用不同的保鲜和包装方式，如真空冷冻、干燥保鲜和一般冷链保鲜。目前重点还是放在金蝉的直接包装上，提供网上订购销售服务、送货服务和保质承诺，同时提供各种烹饪方法。

（一）产品优劣势分析

随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，天然绿色食品的市场需求呈逐年上升趋势。基地提供的金蝉以“绿色、健康、营养、新鲜”为产品宗旨，充分体现了现代消费者健康时尚的饮食理念，产品优势主要如下。

其一，金蝉不仅含有一般人体所需要的营养成



分，而且具有特殊的食疗功效，如清热、降压、解毒、健胃等，对人体健康十分有益。

其二，严格按照绿色食品标准进行种植和监控，保证品质优良，安全无污染、健康、营养、卫生，消除消费者对蝉用安全的心理担忧。

其三，采用冷冻保鲜和真空冷冻干燥技术，有效锁住新鲜金蝉的营养成分，保质、保鲜，同时采用环保可循环使用的绿色包装，保证产品生产过程中不受二次污染。

其四，在技术研发上，联合安徽高等院校以及其他农业科研机构共同进行技术开发，确保金蝉产品的品种和质量创新，以不断满足消费者对产品的质量要求。

其五，在养殖方式上，采用无公害养殖方式，不含任何添加剂，产品质量经得起检验和监督。

产品劣势主要表现在部分消费者对金蝉饲养存在偏见或认为金蝉具体烹饪复杂、麻烦，为此，可以采用以下应对措施。首先，通过有计划的广告宣传和促



销活动，刺激消费者对自然、健康的金蝉产生食用欲望。其次，在前期产品推广上，通过举办烹饪大赛等活动，促进广大消费者认识金蝉。

(二) 产品的市场前景预测

其一，金蝉的养殖可以弥补市场上昆虫品种不足的缺点，及时扩充市场的销售量，最终满足消费者日益增长的饮食多元化需要。

其二，宿州金蝉符合绿色无公害产品要求，销售目标群体主要为广布四海的北方人，通过不断扩大金蝉市场销量，逐渐形成多层次的利润空间，吸引更多的市场潜在消费者。

其三，通过在产品中融入当地饮食文化特色，宣传当地饮食文化和宿州金蝉绿色品牌，提高金蝉的市场占有率。

其四，根据各地区金蝉的市场容量，引入招商加盟的方式，设立地区金蝉专卖店，满足各个地区的消费者需求，扩大金蝉的市场销售渠道。

(三) 服务

向广大消费者提供天然、新鲜、健康的金蝉，为使消费者购买满意，食用放心，提供并承诺给予以下购买服务。

其一，金蝉包装袋上明确标示生产日期和保质期，使消费者购买放心。

其二，在客户购买过程中，可根据包装袋上提供的金蝉产品介绍，获取到想了解的产品信息，产品介绍包括金蝉丰富的营养成分和科学的食用方法建议，帮助消费者解决烹饪难题，做到操作简单，食用方便。

其三，推广、宣传食用绿色健康金蝉的饮食理念，营造绿色消费氛围，促进消费者了解金蝉，并丰

富人们的饮食生活。

其四，提供网上订购销售服务、送货服务和保质承诺，诚意接受消费者的各种建议或意见。

其五，出版有关金蝉食疗功能和烹饪方法的专题刊物，使广大消费者了解、接受并放心食用金蝉。

三、风险预测

风险总是与机遇同在。营销发展过程中，由于市场和公共政策等的不确定性，会遇到一系列的挑战和风险，因此必须对可能存在的风险做充分预计并提出相应的对策。当前所面临的市场风险具体表现在以下四点：贸易风险、财务风险、运输风险、行业风险。

(一) 贸易风险及其防范

近年来，欧美国家常对我国的农产品出口设置绿色壁垒，使大多数农产品出口企业在一定程度遭受贸易障碍，难以打开外国市场。

在这种背景下，需要通过各种国际认证，加强产品质量监控，促进贸易双方的沟通，保证对外贸易渠道畅通。

(二) 财务风险及其防范

其中外汇风险占有较大的比重，在国际贸易中，外汇波动有可能使公司受到资金折算损失，直接增加了出口成本。

针对上述情况制定防范措施，具体如下。首先，使用信用证交易方式，这样可以有效地避免违约风险和外汇风险。其次，为货物购买涉外保险，尽可能把运输风险潜在的不可预测的损失控制在最小范围内。

(三) 运输风险及其防范

出口货物时，有可能在运往目的地的途中发生意外，从而为公司带来损失。因此，提前购买运输保险，确保产品及时到达目的市场。

(四) 行业风险及其防范

农产品易被模仿，而且行业利润低。针对这种情况，应采取以下措施。首先，申请并且通过国家质量监督检验检疫总局的原产地认证，减少和控制农产品的易模仿性。其次，注册“想蝉”“就馋”等金蝉特有的商标，利用法律手段来保护品牌权益。最后，在产品的包装袋上注明原产地，强调金蝉的特有属性。

四、结论

在乡村振兴战略背景下，本文结合宿州市当地环境及农产品生产状况，提出在砀山本地利用梨树养殖金蝉的构想，进而从市场、产品自身以及风险评估几个方面进行研究，最终确定了方案的可行性，既可以契合国家绿色农业的号召，又可以提高当地农业经济，可谓一举两得。

基金项目：2020省级大学生创新创业训练项目(S202010379074X)。

作者简介：朱耀延(2001—)，男，学生，本科在读，研究方向：数学与应用数学；冯曼(1987—)，女，硕士，讲师，研究方向：计算数学。

(作者单位：宿州学院数学与统计学院)