

乡村振兴背景下社会工作助力沿河土家族自治县农产品营销策略研究

杨芳芳

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年11月6日; 录用日期: 2024年11月21日; 发布日期: 2025年1月10日

摘要

乡村振兴战略在中国全面建设社会主义国家的规划中具有重要地位。本文以沿河土家族自治县为例, 着重分析当前农产品营销现状。通过结合社会工作专业优势以及互联网模式, 针对当地农产品营销存在的市场准入门槛高、产业内容单一、缺乏技术人才以及没有完善的物流体系等问题, 提出优化农产品营销策略的合理建议, 通过打造特色文化品牌、加大政策力度、完善物流体系、加大宣传、培育以及吸引更多的复合型人才为当地农产品营销提供更加广泛的渠道, 为当地农户创造更多的就业机会以及提高其收入水平, 这不仅可以促进农村经济发展, 更大程度上可以为电商的发展注入新的血液。同时也期望能够其他农村农产品销售提供切实可行的参考模式。

关键词

乡村振兴, 社会工作, 营销策略

Research on Social Work's Assistance in Agricultural Product Marketing Strategies for Yanhe Tujia Autonomous County against the Background of Rural Revitalization

Fangfang Yang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Nov. 6th, 2024; accepted: Nov. 21st, 2024; published: Jan. 10th, 2025

Abstract

The rural revitalization strategy plays an important role in the planning of China's comprehensive construction of a socialist country. This paper takes the Tujia Autonomous County along the river as an example to analyze the current situation of agricultural product marketing. By combining the advantages of social work and the Internet model, this paper puts forward reasonable suggestions for optimizing the marketing strategy of agricultural products in view of the problems of high market access threshold, single industrial content, lack of technical talents and lack of perfect logistics system in the marketing of local agricultural products. By building a characteristic cultural brand, increasing policy efforts, improving the logistics system, increasing publicity, cultivating and attracting more compound talents, it provides a wider range of channels for the marketing of local agricultural products, creates more employment opportunities for local farmers and improves their income levels, which can not only promote the development of rural economy, but also inject new blood into the development of e-commerce to a greater extent. At the same time, it can also provide a practical reference model for the marketing of other rural agricultural products.

Keywords

Rural Revitalization, Social Work, Marketing Strategy

Copyright © 2025 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

乡村振兴战略是我国现代化建设的重要组成部分，它是实现共同富裕目标的重要环节，乡村振兴通过提升就业总量和农村家庭经营性收入进而推动共同富裕[1]。从此来看要实现共同富裕目标以及部署乡村振兴战略，重点工作仍然在农村。然而要推动农村快速发展的重点工作是如何助力乡村农产品产业的推广和升级。结合互联网时代的迅猛发展这为农村地区提高经济发展提供一个全新的发展思路，发展农村电子商务。发展农村电子商务离不开政策以及具备专业技术的组织的支持，因此这又为社会工作助力农村农产品的推广和营销提供了空间。

社会工作在这里面的作用一方面不仅仅是助力农村经济的发展，另一方面也推动乡村振兴的建设和共同富裕的实现。本文是在乡村振兴背景下对沿河土家族自治县农产品的如何提高其营销效益展开研究，综合国内外现有研究成果，深入分析农产品特点和优势，帮助沿河县农产品在营销策略中实现新的突破，助力乡村振兴发展。

2. 社会工作助力农产品营销的现实意义

乡村振兴的目标在于促进农村经济、政治、文化、社会、生态文明全面发展。然而，传统农村发展模式人才流失和缺乏技术等问题，导致农村经济相对滞后，农民生活水平较低。因此，我们需要推动农业现代化和农村一体化发展，实现城乡发展的协同与融合，推动一体化以及协调与融合发展都离不开社会组织的加入，因此社会工作助力农产品营销无疑不是对社会组织促进乡村振兴的路径增加了新的视角[2]。

2.1. 促进乡村振兴战略的深入实施

随着乡村振兴战略的实施,如何带动农村农产品的销售渠道是推动农村经济发展的重要工作之一。社会工作是一门应用性学科,在培育技术、改变行为、激发潜能上有其独特的视角。因此社会工作助力农村农产品的营销,是推动乡村振兴战略深入实施的重要举措,它可以发挥其学科优势,通过提升农户技术手段、拓宽销售渠道、提高农产品在市场的竞争力、增强农户的市场意识以及营销能力的方式,去为农村经济发展提高有力的支持。这不仅可以增加农户的收入提高农民幸福感,同时也能对乡村振兴战略进行全方位地深入实施。

2.2. 拓宽社会工作实务领域,为电商注入新活力

社会工作是一门着力关注个人、家庭、群体、社会需求,促进社会和谐发展、提供政策决策建议的应用型学科,服务范围广泛。随着乡村振兴战略的实施,如何增加农户收入、如何提高农民的幸福感、如何推动乡村振兴战略的深入实施,农产品营销成为了解决这一系列问题的答案出处,社会工作运用其专业的技能、方法、理论为解决以上问题给出合理且有效的方案。在介入农村农产品营销手段当中,社会工作通过创新社会工作的服务模式、促进乡村产业与互联网的结合、增加农户的技术手段以及市场竞争意识上去推动乡村振兴的战略布局。因此社会工作助力农产品营销在拓宽社会工作实务领域方面具有重要的意义。

2.3. 提高农户收入、增强农民幸福指数

社会工作在助力农产品营销的过程当中,不仅是以结果为导向,而是更加注重对农户的意识和能力的提升。在具体的实践过程中,通过培训、实操等手段为农户提供专业的技能,使得农户提高农产品的质量以及市场竞争力,农产品的竞争力得到提高,随之收入也会得到较大的改变,这不仅可以有助于农民更好地适应市场需求,也能激发农户的创新,激发农户的能力为农村经济发展注入新的活力的同时增强了农户的幸福感,这与社会工作提高群体、个人的幸福感的价值相切合。

3. 沿河土家族自治县农产品营销现状

3.1. 沿河土家族自治县地理条件

沿河土家族自治县位于中国贵州省铜仁市北部,行政区域总面积为 2483.51 平方公里。拥有丰富的矿产资源,水资源和生物资源也极为丰富,为该县的经济发展和生态旅游提供了坚实的基础。其中乌江流经沿河境内 132 千米,形成了山水自然风光,被誉为“乌江百里画廊”。麻阳河国家级自然保护区也是不可错过的景点,这里是国家一级保护动物黑叶猴的栖息地,也是多种珍稀动植物的宝库。同时该县年均气温在 13℃~18℃之间,年降水量为 1050~1220 毫米,年日照时间为 1100~1400 小时,气候温暖湿润,适宜多种动植物的生长[3]。是一个拥有丰富自然景观和以农作物为生计的深厚文化底蕴的地区。基于其自然条件,该县在现阶段主要是以旅游业和农产品开发为主要经济来源。

3.2. 沿河土家族自治县农产品营销现状

近年来,沿河土家族自治县重点围绕畜牧、农作物为主要的电商经济来源。根据 2023 年数据统计全年实现地区生产总值 148.50 亿元,按可比价计算(下同)同比增长 3.2%。其中,第一产业增加值 44.48 亿元,同比增长 4.4%。第二产业增加值 17.90 亿元,同比下降 4.0%。第三产业实现增加值 86.12 亿元,同比增长 4.1%。人均地区生产总值 35,189 元,净增 1183 元,同比增长 3.2%。其中畜牧业获得了极大的增长,2023 年年末全县猪存栏 188,017 头,同比增长 7.2%;牛存栏 127,001 头,同比增长 12.7% [4]。是由

于沿河土家族自治县的地理位置以及技术等方面的影响使得畜牧业以及农产品虽然同年呈现增长趋势，但是其在市场的销售额度却没能达到理想状态。近年来沿河电商类型以销售生态农产品以及加工农产品为主，表现为首先在销售内容上呈现产品形式以及产品类型单一，在农产品的附加产品上依旧无所突破。其次是与电商相配套的物流系统也呈现出信息不对称、物流慢、产品损坏等问题，即便面对物流问题该县政府的支持有效促进了沿河县农村地区的电商基础设施建设，如宽带网络和物流系统的改善。但由于电商大多数以个体户将产品输入市场，导致出现农产品质量无法保证、物流配送不能及时、市场准入门槛较高、同类产品出现价格竞争等现实问题，加上该县对于电商专业技术人才的吸纳较少，导致电商农产品没有一套完整的进入市场的销售通道。最后是乡村振兴是我国加快农村农业现代化发展的国家级战略，该战略使得地方政府充分认识到农村电商乡村振兴当中的重要地位，但是由于地方农村发展不平衡不充分使得该县政府即使有政策支持，但没能解决好该县农产品进入市场的门槛问题。因此有效解决当下存在的各类问题，是提高沿河县农产品电商发展以及提高农户幸福指数的关键核心，也是成功实现乡村振兴战略布局的关键一步。

4. 社会工作助力沿河县农产品营销的策略

基于目前沿河县农产品营销现状，具体表现在销售内容单一、物流系统不完善、政策实施深度浅、产品准入门槛高等问题，结合社会工作学科的优势视角着重从以下几个方面对助力沿河县农产品营销策略提出合理的建议。

4.1. 加大产品的新颖度，打造具有土家文化的特色产品

社会工作以优势视角理论为指导，发现当地土家族文化的特色及其特征，通过资料收集去发现农产品本身所具有的良好品质，然后结合土家族文化打造特色产品，畜牧类链接相关部门打造特色包装，产品结合土家文化生产多形式口味以及产品名称，蔬果类结合地方特色、当地政府宣传进行县内销售，极具特色且不易腐烂果品进行特色包装以及特色品类的宣传，最后社会工作发挥其资源链接的功能可通过链接淘宝、京东、抖音等各大消费平台进行销售。推出差异化、国潮化的特色品牌。为农产品打造特色农产品它不仅可以直接提升产品销售数量以及利润，同时在市场的核心竞争力上也将得到质的飞跃。

4.2. 加大政策的广度，从而降低产品进入市场的门槛

社会工作者所扮演的角色是政策影响人的角色。社会工作通过对农村农产品销售、进入市场方式、农户收入等调研得到相关数据之后，将问题通过科学的分析向政策制定者传达问题的真实情况，倡导政策的改变，以确保政策能够做出更加合理且服务于弱势群体。在沿河土家族自治县，绝大多数农产品的售卖主要是以个体户进行产品售卖，即使有融资商以及合作商在收取统一出售，但是绝大多数未能与供货商进行合作，自己售卖存在的问题是营业执照、商品是否符合市场等问题。因此在政策上向个体农户进行倾斜可以更大程度地降低个体农户产品进入市场的标准，更大地保障了农户群体的利益。

4.3. 完善物流体系，从而保障消费链的两端“消费者-售卖者”

社会工作的属性有着为服务群体争取利益最大化的功效，因此在面对如何保障消费群体以及农户群体利益时，社会工作充分发挥其合作化解决问题的优势。沿河县肉类农产品以及果蔬类极具土家文化特色，但是这些产品保存时间较短，因此对于冷链物流的建设尤为重要。根据抖音电商发布《2023年丰收节抖音电商助农数据报告》显示，最受欢迎的农产品种类前十名：牛羊肉、米面杂粮、鲜花绿植、玉米、枣类及加工制品、熏腊香肠、茶叶、芒果、番薯、菌菇。其中肉类、鲜花绿植、菌菇类等都不易存储，因此如何将物流系统完善以及优化需要社会工作组织与物流公司工作合作，寻求合理的运输方案，“整合

县域物流仓储建设资源，因地制宜建设仓储点，完善升级冷链系统”[5]。可以对相关物流设备进行优化处理，确保农产品的运送时效性，保证农产品质量，从而提升消费者的满意度，促进农产品网络营销效率的提高，从而提高农户收入水平。通过完善物流体系建设是保障消费链的两端“消费者－售卖者”的“最后一公里”。

4.4. 加大农产品宣传，从而扩大农产品的知名度

社会工作功能之一在于能够整合社会资源，合理利用现有资源，充分将资源发挥其最大的效益，因此社会工作可以通过对当前新型网络零售渠道的涌现以及新的消费模式出发。可以通过小红书、抖音、微信公众号等平台宣传土家族特色文化，将各个网络平台充分利用起来。小红书、抖音平台可以通过专业技术人才挖掘带货能力强的主播，然后通过合作化的方式大力提升产品的知名度。在微信公众号通过简报以及小程序等方式大力宣传农产品的特色文化，在平台上的宣传大力地缩短了生产端与消费者之间的直接联系，全国消费者的农产品选择范围[6]。

4.5. 吸纳复合型电商人才，为农产品营销策略注入新的活力

“互联网+”背景下农村电商的融合发展需要复合型人才，目前农村所存在的问题是专业人才留不住、留得住的用不了。因此在人才的吸纳以及运用方面可以从以下两方面考虑。一是国家政策的实施。通过政策决策引入愿意进入农村且住得下的人才，这需要政策向人才应用上倾斜，在人才的薪酬以及人才福利上进行政策的决策。二是充分利用社会工作的赋能功能，农村农产品销售不仅要保证产品质量过关，要想得到更高的利益还需在产品销售的各个技术层面上下功夫，基于此社会工作通过专业的技术以及理论指导为农户提供相关资源的链接，比如可以为农村中年人有意从事农产品电商的人员职业规划咨询服务，并帮助他们制定长期和短期的发展计划。同时通过资源链接的功能为农户开展技术培训。社会工作专业人才还可以通过互助合作技能建立农村电商人才的社群平台，提供行业动态。了解国家政策取向进行政策解读。综上可以知道在农村复合型人才可以为农产品的销售拓宽其销售渠道，产品质量更加能够得到保证，技术层面更加专业，更大程度上保障了消费者以及农户的利益。

5. 结论

随着乡村振兴战略的全面布局以及深度实施，互联网时代逐步遍布中国，农产农产品的销售逐渐成为提升农民幸福感的重要举措，同时也成为了农村经济社会发展的重要动力，因此，如何为农村农产品的销售提供更多的渠道以及合理的方案成为了社会工作不可缺少的研究领域。社会工作介入农产品营销的意义在于这不仅仅能够拓宽社会工作实务领域，与此同时也能为电商平台注入新的合作伙伴，并且社会工作的加入不仅仅能够直接提升农民的幸福指数，更大程度上能够为乡村振兴战略的深入实施提供更加有效的、合理的方案，从而推动乡村振兴战略顺利施行。

参考文献

- [1] 黄旋, 陈希航, 薛舒文. 乡村振兴视域下特色农产品的电子商务营销策略研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 173-180. <https://doi.org/10.12677/ecl.2024.1341136>
- [2] 卢有霖, 宋梅, 黄雨馨. 乡村振兴背景下农村电子商务发展现状及对策研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 5145-5150. <https://doi.org/10.12677/ecl.2024.133632>
- [3] 沿河土家族自治县人民政府[EB/OL]. <https://www.yanhe.gov.cn/home/>, 2024-10-02.
- [4] 沿河土家族自治县 2023 年国民经济和社会发展统计公报 2023 [EB/OL]. <https://tjgb.hongheiku.com/xjtjgb/xj2020/54871.html>, 2024-10-02.
- [5] 赵孙杰. 乡村振兴背景下农村电商产品营销策略优化研究——以“抖音乡村计划”为例[J]. 电子商务评论, 2024,

13(2): 2950-2956. <https://doi.org/10.12677/ecl.2024.132362>

- [6] 陈诗璐, 徐科技. 乡村振兴背景下农产品营销策略探析——以锦溪村非遗羊尾笋为例[J]. 现代市场营销, 2024, 14(2): 37-46. <https://doi.org/10.12677/mom.2024.142005>