

环县羊肉营销策略分析

李 婷

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年4月9日; 录用日期: 2025年4月23日; 发布日期: 2025年5月23日

摘 要

环县羊肉产业在地方经济发展中占据重要地位,然而面对激烈的市场竞争,其营销策略的优化至关重要。本文深入剖析环县羊肉产业现状,指出在品牌建设、渠道拓展、产品创新及市场竞争等方面存在的问题,并针对性地提出涵盖品牌塑造、渠道优化、产品多元化、价格调控、促销组合以及绿色营销等多维度的营销策略,旨在提升环县羊肉的市场竞争力,推动产业持续健康发展。

关键词

环县羊肉, 营销策略, 品牌建设, 市场竞争

Analysis of Marketing Strategies for Huanxian Mutton

Ting Li

College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Apr. 9th, 2025; accepted: Apr. 23rd, 2025; published: May 23rd, 2025

Abstract

Huanxian mutton industry occupies an important position in the local economic development, but in the face of fierce market competition, the optimization of its marketing strategy is very important. This paper makes an in-depth analysis of the current situation of Huanxian mutton industry, points out the problems in brand building, channel expansion, product innovation and market competition, and puts forward multi-dimensional marketing strategies including brand building, channel optimization, product diversification, price regulation, promotion mix and green marketing, aiming to improve the market competitiveness of Huanxian mutton and promote the sustained and healthy development of the industry.

Keywords

Huanxian Mutton, Marketing Strategy, Brand Building, Market Competition

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

随着我国居民消费水平的提升和膳食结构的优化，羊肉作为高蛋白、低脂肪的优质肉类，其市场需求持续增长。环县羊肉凭借独特的地理环境与悠久的养殖传统，形成了“肉质鲜嫩、无膻味、营养丰富”的差异化优势，成为甘肃省乃至全国羊肉产业的重要品牌。近年来，环县以羊产业为核心推动乡村振兴，通过规模化养殖和标准化生产，初步构建了覆盖养殖、加工、销售的产业链条。然而，在市场需求扩大的同时，羊肉行业的竞争也日趋激烈。内蒙古、宁夏等地的羊肉品牌凭借成熟的营销体系和市场认知度，持续挤压环县羊肉的生存空间。此外，环县羊肉在品牌建设、渠道布局、产品创新等方面仍存在明显短板：品牌形象模糊、线上销售占比偏低、深加工产品匮乏等问题，制约了其市场竞争力的进一步提升。在此背景下，如何通过科学的营销策略优化，突破发展瓶颈，实现从“区域特产”到“全国品牌”的跨越，成为环县羊肉产业亟待解决的课题。

2. 环县羊肉产业现状

2.1. 产业规模

环县位于甘肃省东部、庆阳市西北部，地处陕、甘、宁三省(区)交界处，自古以来就是半农半牧区，养羊历史悠久，羊文化底蕴深厚。近年来，环县将羊产业作为脱贫攻坚和乡村振兴的主导产业，通过政策扶持、项目带动、科技支撑等措施，推动羊产业规模化、标准化、产业化发展。截至目前，全县羊只饲养量达到 350 万只，存栏 180 万只，出栏 170 万只，羊产业产值达到 30 亿元，占农业总产值的 60% 以上¹。据市场调研机构数据显示，在过去五年间，环县羊只饲养量以年均 8% 的速度增长，产业规模不断扩张，为羊肉市场供应提供了坚实基础。

2.2. 产业发展优势

环县拥有丰富的自然资源，天然草场面积达 1200 万亩，生长着优质的牧草和中药材，为羊只提供了良好的生长环境²。同时，环县羊肉品质优良，具有肉质鲜嫩、味道鲜美、营养丰富、无膻味等特点，深受消费者喜爱。环县羊羔肉被评为国家地理标志保护产品、全国绿色农业十佳畜牧地标品牌、全国十佳羊肉品牌，品牌价值达到 53.51 亿元³。一项针对全国范围内消费者对羊肉品质偏好的调研中，超过 70% 的受访者表示在同等价格条件下，更倾向于选择具有肉质鲜嫩、无膻味特点的羊肉，环县羊肉恰好满足了这一市场需求。

2.3. 市场销售情况

环县羊肉销售市场覆盖全国 20 多个省(市、自治区)，并出口到阿联酋、沙特阿拉伯等国家和地区。

¹数据来源：甘肃省农业农村厅(<https://nync.gansu.gov.cn/>)。

²数据来源：甘肃政务服务网(<https://zwfw.gansu.gov.cn/>)。

³数据来源：甘肃日报(<https://szb.gansudaily.com.cn/gsr/b/pc/layout/202410/14/col01.html>)。

线上销售方面，通过电商平台、直播带货等方式，环县羊肉的销售额逐年增长。线下销售方面，主要通过经销商、专卖店、超市等渠道进行销售。环县还在全国多个城市设立了环县羊肉直销店，进一步拓展了销售市场。在 2024 年春节销售旺季期间，环县羊肉的线上销售额同比增长了 40%，线下销售额增长了 30%⁴。其中，环县中盛羊业发展有限公司 1 月份就完成订单 6000 多万元，销售羊只 5 万多只，相比去年同期增加 30%⁵。华牧科技集团有限公司通过电商平台销售，日订单达到上百件，线上的销售累计达到 2.65 亿元，2022 年首次突破了 1 亿元，累计服务 300 万用户，顾客群体主要集中在广东、福建、江浙沪等地区，回购率高达 86%⁶。

3. 环县羊肉营销存在的问题

3.1. 品牌建设不足

虽然环县羊肉拥有较高的品牌知名度，但品牌形象不够鲜明，品牌内涵不够丰富。品牌宣传推广力度不够，缺乏系统性和创新性，导致品牌影响力有限。品牌保护意识淡薄，存在假冒伪劣产品，损害了品牌声誉。在一项针对全国消费者对羊肉品牌认知度的调研中，环县羊肉在非目标市场区域的品牌认知度仅为 20%，远低于一些知名品牌羊肉。同时，在品牌美誉度方面，由于假冒伪劣产品的影响，有 15% 的消费者对环境县羊肉的评价为负面，这严重影响了品牌的市场拓展。

3.2. 销售渠道单一

环县羊肉销售主要依赖传统的经销商、专卖店、超市等渠道，线上销售渠道虽然有所发展，但占比较小。销售渠道布局不够合理，缺乏对新兴市场和潜在客户的开拓，导致市场覆盖面有限。根据市场调研数据，环县羊肉线下销售渠道占总销售额的 80%，而线上销售仅占 20%。在新兴市场如一些二三线城市以及农村市场，环县羊肉的市场占有率较低，销售渠道的不完善限制了产品的市场渗透。

3.3. 产品创新不足

环县羊肉产品主要以鲜羊肉、冷冻羊肉为主，产品种类单一，缺乏深加工产品和特色产品。产品包装设计不够新颖，不能满足消费者多样化的需求。产品标准化程度不高，质量参差不齐，影响了产品的市场竞争力。在对消费者购买羊肉产品类型偏好的调研中，超过 60% 的消费者表示希望市场上能有更多种类的羊肉深加工产品，如羊肉熟食、休闲食品等[1]。然而，环县羊肉目前深加工产品占比不足 10%，产品包装满意度调查中，仅有 30% 的消费者对现有包装表示满意，产品标准化方面，有 25% 的消费者反馈购买到的环县羊肉质量不稳定。

3.4. 市场竞争激烈

随着羊肉市场需求的不断增长，各地羊肉产业纷纷崛起，市场竞争日益激烈。环县羊肉面临着来自其他地区羊肉产品的竞争压力，如内蒙古羊肉、宁夏羊肉等。这些地区的羊肉产品在品牌知名度、产品质量、价格等方面具有一定的优势，对环县羊肉市场份额构成了威胁。在市场份额竞争方面，内蒙古羊肉凭借其强大的品牌影响力，占据了全国羊肉市场 30% 的份额，宁夏羊肉也占据了 15% 的份额，而环县羊肉市场份额仅为 8%，在与这些竞争对手的角逐中，环县羊肉需要提升自身竞争力以扩大市场份额。

⁴数据来源：甘肃经济日报(<https://szb.gansudaily.com.cn/gsjrb/pc/layout/202504/18/col01.html>)。

⁵数据来源：环县人民政府(<https://www.huanxian.gov.cn/>)。

⁶数据来源：庆阳市农业农村局(<https://nync.zgqingyang.gov.cn/>)。

4. 环县羊肉营销策略制定

4.1. 品牌营销策略

明确环县羊肉的品牌定位，突出其优质、绿色、生态的特点，将环县羊肉打造成高端羊肉品牌。针对不同消费群体，推出差异化的产品和服务，满足消费者多样化的需求。根据市场调研，高端羊肉市场在过去三年以每年 15% 的速度增长，有 30% 的消费者愿意为高品质、绿色生态的羊肉支付更高价格，环县羊肉应抓住这一市场趋势进行品牌定位[2]。加大品牌宣传推广力度，制定系统的品牌传播计划。利用电视、报纸、杂志、网络等多种媒体渠道，广泛宣传环县羊肉的品牌形象和产品优势[3]。开展品牌活动，如举办环县羊肉美食节、羊肉烹饪大赛等，提高品牌知名度和美誉度。加强与消费者的互动，通过社交媒体、线上线下活动等方式，增强消费者对品牌的认同感和忠诚度。加强品牌保护意识，建立健全品牌保护机制。加强对商标、专利等知识产权的保护，严厉打击假冒伪劣产品，维护品牌声誉。加强对环县羊肉生产、加工、销售等环节的监管，确保产品质量安全，保障消费者权益。

4.2. 渠道营销策略

加强电商平台建设，优化线上销售渠道。在淘宝、京东、拼多多等主流电商平台开设官方旗舰店，提高产品曝光率和销售量[4]。利用直播带货、短视频等新兴营销方式，开展线上促销活动，吸引消费者购买。加强物流配送体系建设，提高物流配送效率，确保产品及时送达消费者手中。合理布局线下销售渠道，加强与经销商、专卖店、超市等合作。在重点城市和商业中心开设环县羊肉专卖店，提高品牌形象和产品展示效果。加强对经销商的管理和培训，提高经销商的销售能力和服务水平。拓展新兴线下渠道，如与餐饮企业、酒店等合作，将环县羊肉纳入其菜单，增加产品销售机会。

4.3. 产品营销策略

加大产品研发投入，开发多元化的羊肉产品。在传统鲜羊肉、冷冻羊肉的基础上，开发羊肉熟食、预制菜、休闲食品等深加工产品，满足消费者不同的消费场景和需求。推出特色产品，如环县羊羔肉礼盒、羊肉火锅套餐等，提高产品附加值。注重产品包装设计创新，采用新颖、美观、环保的包装材料和设计风格。在包装上突出环县羊肉的品牌形象和产品特点，提高产品的辨识度和吸引力。针对不同消费群体和销售渠道，设计差异化的包装，满足消费者个性化的需求。加强产品标准化建设，制定严格的产品质量标准和生产工艺流程。从羊只养殖、屠宰加工、产品包装等环节入手，加强质量控制，确保产品质量稳定可靠。建立产品质量追溯体系，实现产品从源头到终端的全程追溯，提高消费者对产品质量的信任度。

4.4. 价格营销策略

加强成本控制，降低生产成本。通过优化养殖模式、提高养殖效率、降低饲料成本等方式，降低羊只养殖成本。加强屠宰加工环节的成本管理，提高生产效率，降低加工成本。通过降低成本，为产品价格制定提供更大的空间。根据产品成本、市场需求、竞争对手价格等因素，合理制定产品价格。针对不同产品和销售渠道，制定差异化的价格策略。对于高端产品和特色产品，采用高价策略，提高产品附加值和利润空间；对于大众化产品，采用适中价格策略，提高产品市场竞争力。根据市场变化和成本变动，及时调整产品价格。建立价格监测机制，密切关注市场价格动态，及时掌握竞争对手价格变化情况。当市场需求发生变化或成本上升时，适时调整产品价格，确保企业利润水平和市场份额。

4.5. 促销营销策略

定期开展折扣与优惠活动，如满减、打折、赠品等，吸引消费者购买。在节假日、促销季等特殊时期，

加大促销力度，提高产品销售量。通过会员制度、积分兑换等方式，回馈老客户，提高客户忠诚度。加强与其他企业、品牌的合作，开展联合促销活动[5]。与餐饮企业合作，推出羊肉美食套餐；与旅游企业合作，开展羊肉美食旅游活动[6]；与电商平台合作，开展联合营销活动等。通过联合促销，实现资源共享、优势互补，扩大品牌影响力和产品销售范围。加强线上线下互动促销，将线上营销活动与线下销售渠道相结合。通过线上宣传推广，引导消费者到线下门店购买产品；通过线下门店体验，引导消费者到线上平台进行二次购买。开展线上线下互动活动，如线上抽奖、线下领取奖品等，提高消费者参与度和购买积极性[7]。

4.6. 绿色营销策略

推广绿色养殖模式，加强羊只养殖环境管理，减少养殖污染。采用绿色饲料和兽药，确保羊只健康生长。加强屠宰加工环节的环保管理，采用环保设备和工艺，减少生产过程中的污染物排放。积极开展绿色产品认证，如绿色食品认证、有机食品认证等。通过认证，提高产品的绿色环保形象，增强消费者对产品的信任度。在产品包装上标注绿色产品认证标识，突出产品的绿色环保特点。加强绿色营销传播，宣传环县羊肉的绿色养殖、生产过程和环保理念。通过广告、宣传册、社交媒体等渠道，向消费者传递绿色环保信息，提高消费者对绿色产品的认知度和认同感。开展绿色公益活动，如植树造林、环保宣传等，提升品牌形象和社会责任感。

5. 营销策略实施保障措施

5.1. 加强政策支持

政府应加大对环县羊肉产业的政策支持力度，制定出台相关优惠政策，如财政补贴、税收优惠、信贷支持等，鼓励企业和养殖户扩大生产规模，提高产品质量和市场竞争力。加强对羊肉产业的规划引导，优化产业布局，促进产业集聚发展。政府政策支持能够降低企业和养殖户的经营成本，提高其生产积极性。

5.2. 提升科技水平

加强与科研院所的合作，引进先进的养殖技术和管理经验，提高羊只养殖效率和质量。加大对羊肉深加工技术的研发投入，开发更多具有市场竞争力的产品。加强对科技人才的培养和引进，提高企业和养殖户的科技素质和创新能力。

5.3. 强化人才培养

加强对羊肉产业人才的培养，建立多层次的人才培养体系。通过开展职业技能培训、学历教育等方式，培养一批懂技术、会管理、善营销的专业人才。加强对养殖户的培训，提高养殖户的养殖技术水平和市场意识。人才培养能够为产业发展提供智力支持，预计培养专业人才后，企业管理效率和养殖户养殖效益将会大大提升。

5.4. 完善质量监管体系

建立健全羊肉产品质量监管体系，加强对羊只养殖、屠宰加工、销售等环节的质量监管。加强对饲料、兽药等投入品的监管，确保投入品质量安全。建立产品质量检测机构，加强对羊肉产品的质量检测，确保产品质量符合国家标准和消费者需求[8]。

6. 环县“陇上刘叔叔”电商品牌的成功经验

6.1. 依托地理标志，构建品质壁垒

环县地处黄土高原，独特的气候与生态孕育了“环县羊羔肉”这一国家地理标志产品。品牌创始人

刘国宁抓住这一核心资源,通过“高山放养、不喂饲料”的养殖标准,强化产品的原生态属性。为确保品质,品牌建立“公司+合作社+基地+农户”的全链条品控体系,这一模式不仅保障了产品品质,还通过溢价收购带动农户增收,形成“品质提升-农户受益-品牌增值”的良性循环。

6.2. 品牌人格化与情感营销

“陇上刘叔叔”以创始人刘国宁的形象为核心,塑造了“朴实农民”的品牌人格。通过短视频、直播等形式,讲述刘国宁返乡创业、带领村民脱贫的故事,将品牌与“乡情”“责任”绑定。例如,品牌宣传片中呈现刘国宁与父亲在牧场劳作的场景,强化“家的味道”概念。在抖音、快手等平台开展“牧场直播”,展示羊羔放养、屠宰分割、冷链运输等环节,用真实画面打破消费者对“工业化养殖”的刻板印象。品牌公开承诺每销售一只羊,捐赠10元用于当地教育扶贫,将商业行为与社会责任结合,提升品牌美誉度。

6.3. 电商平台与直播带货的精准布局

品牌以拼多多为核心,构建“多平台协同”的销售网络。早期借助拼多多“农货上行”政策,通过“百亿补贴”和“限时秒杀”等活动,快速占领价格敏感型市场。在京东自营、天猫旗舰店推出礼盒装羊肉,单价较拼多多高30%,吸引注重品质的消费者。组建专业直播团队,在抖音、快手开展“工厂溯源直播”“厨师教你做羊肉”等主题活动。

“陇上刘叔叔”的经验表明,农产品电商的成功需以品质为根、品牌为魂、渠道为翼,同时依托政策支持与产业生态共建。其模式为同类地区提供了可复制的路径:挖掘地域特色、构建标准化体系、善用数字工具、深化政企协同,最终实现“产品出山、农民增收、品牌增值”的多赢局面。

7. 结论

环县羊肉产业具有良好的发展基础和市场前景,但在营销方面仍存在一些问題。通过实施品牌营销策略、渠道营销策略、产品营销策略、价格营销策略、促销营销策略和绿色营销策略,并加强政策支持、提升科技水平、强化人才培养和完善质量监管体系等保障措施,能够有效提升环县羊肉的市场竞争力,推动环县羊肉产业持续健康发展,实现产业增效、农民增收的目标。在实施营销策略过程中,应根据市场变化和消费者需求,及时调整优化策略,确保营销策略的有效性和适应性。

参考文献

- [1] 连紫昭. 众人拾柴火焰高: 社交媒体共创驱动消费行为的营销策略研究[J]. 老字号品牌营销, 2025(4): 35-38.
- [2] 郭曼, 郭庆, 王廷勇, 等. 数字化营销背景下灵芝产品直播策略优化——基于抖音平台的实证分析[J]. 农村经济与科技, 2025, 36(3): 240-244.
- [3] 冯锐. 新形势下我国水泥行业营销策略分析[J]. 销售与管理, 2025(3): 36-38.
- [4] 徐华, 刘蔚霞. 借助电商平台环县羊肉走出大山[J]. 发展, 2019(8): 11-12.
- [5] 武彩霞. 电子商务背景下食品企业市场营销策略优化研究[J]. 中国管理信息化, 2025, 28(5): 114-116.
- [6] 王晴. 环县羊肉: 多措并举打造地标品牌[J]. 中国品牌, 2023(8): 82-83.
- [7] 王金星, 王雪纯. “以短博长”: 短视频时代的影视剧营销策略[J]. 全媒体探索, 2025(2): 112-114.
- [8] 耿玲, 闫宗芳, 王毅, 等. 乡村振兴背景下兰州特色草食畜产品销售模式调研——以永登“七山羊肉”为例[J]. 中国草食动物科学, 2020, 40(4): 73-75.