

乡村振兴视域下特色农产品网络营销路径优化研究

吴 焯

南京林业大学经济管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年3月28日; 录用日期: 2026年4月14日; 发布日期: 2026年6月24日

摘 要

乡村振兴背景下, 农产品营销工作开展, 对于促进农业商品化发展而言, 起到至关重要的作用。在这一背景下, 特色农产品网络营销路径构建, 应把握好乡村振兴背景, 并注重加强技术赋能, 以提升农产品网络营销的质量, 带动农业经济长远、可持续发展。本文研究工作开展, 从乡村振兴视域入手, 探索特色农产品网络营销路径, 并对现阶段存在的问题、不足做好针对性把握, 针对性提出解决对策, 实现网络营销路径优化目标, 以促进农业经济高效、高质量发展。

关键词

乡村振兴, 特色农产品, 网络营销, 路径优化

Research on the Optimization of Online Marketing Pathways for Specialty Agricultural Products in the Context of Rural Revitalization

Ye Wu

College of Economics and Management, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: March 28, 2026; accepted: April 14, 2026; published: June 24, 2026

Abstract

Under the backdrop of rural revitalization, the marketing of agricultural products plays a pivotal role in promoting the commercialization of agriculture. In this context, the construction of an online

marketing pathway for specialty agricultural products should align with the rural revitalization strategy and emphasize technological empowerment to enhance the quality of agricultural product online marketing, thereby driving the long-term and sustainable development of the agricultural economy. This study, from the perspective of rural revitalization, explores the online marketing pathway for specialty agricultural products, identifies existing issues and shortcomings, proposes targeted solutions, and aims to optimize the online marketing pathway to promote the efficient and high-quality development of the agricultural economy.

Keywords

Rural Revitalization, Specialty Agricultural Products, Online Marketing, Path Optimization

Copyright © 2026 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

乡村振兴视域下的特色农产品网络营销工作开展，注重对传统的销售路径进行拓展，为农产品销售及推广打下坚实基础。在实际工作开展过程中，结合乡村振兴视角，应注重加强电商平台应用，并联系数字化、智能化技术赋能，建立起特色化的农产品网络营销路径，为特色农产品品牌塑造、供应链优化、消费市场拓展打下坚实基础。通过推进网络营销工作开展，形成可复制的网络营销模式，进而激活乡村资源要素，培养县域经济新的增长点，助力当地农民的增收与产业升级，进一步实现共同富裕的发展目标。通过本文研究工作开展，把握乡村振兴背景环境，对现阶段特色农产品网络营销过程中存在的实际问题进行探索分析，并把握区域实际情况，对网络营销路径进行针对性优化，提升网络营销效果，增加农产品经济收益，有效地促进农业经济高质量发展。

2. 乡村振兴视域下特色农产品网络营销的时代价值分析

2.1. 实现特色农产品产业重构目标

特色农产品网络营销工作开展，目的在于打破传统的农产品流通时空壁垒，为农产品营销推广提供重要的参考及借鉴。在新的社会经济发展形势下，随着直播电商、兴趣电商等新模式的出现，极大缩减了农产品销售的中间环节，让更多利润留在农村。通过深入推进农产品网络营销开展，实现农业产业链的重构，通过消费数据的评估分析，促进农业产业化转型发展，为农业经济发展提供强有力的支持[1]。

2.2. 助力农村社会经济高质量发展

农产品网络营销路径的构建，以“新农具”吸引“新农人”，增强乡村社会经济发展对年轻人的吸引力。随着网络技术的快速发展，手机逐渐成为“新农具”，为电商在乡村发展提供新契机。这一背景下，以网络营销工作的开展，促进农村电商的发展，带动一批村民在家就业，实现人才回引和生态培育目标。同时，在推进特色农产品网络营销过程中，进一步提升区域农业经济发展水平及质量，营造良好的农业发展生态，带动区域社会经济发展。

2.3. 技术赋能新农村的建设及发展

在乡村振兴大背景环境下，如何推进乡村社会经济发展，进一步实现共同富裕目标，成为现阶段乡

村社会经济发展应关注的一项重要内容。特色农产品网络营销路径的优化创新,将数字化、智能化技术融入乡村经济建设发展中,从而带动新农村建设发展。如在“直播卖货”模式下,创新农村发展路径,以农村电商、直播带货成为农村社会经济的新增长点。又如,在特色农产品营销开展时,进一步扩大区域农业发展的影响力,建立起区域农业品牌,进而带动文旅行业的发展。

3. 乡村振兴视域下特色农产品网络营销存在的问题分析

3.1. 基础设施建设及产业链条整合问题

在乡村振兴背景环境下,特色农产品网络营销工作开展时,基础设施建设对网络营销发展起到了重要的影响,是网络营销的基础。同时,农产品网络营销工作开展时,涉及多个环节,如物流体系、加工环节等,但从乡村地区网络营销发展现状来看,在基础设施和产业链条整合方面,存在一定的问题及不足,制约了农产品网络营销的发展[2]。从农村地区的基础设施建设来看,物流体系上冷链仓储覆盖率相对较低,这导致生鲜农产品损耗较高,运输成本较高,制约农产品营销的经济效益。同时,在产业链数字化程度方面,生产端与平台数据存在脱节的问题,这导致农业种植及生产无法精准响应市场需求,制约营销发展。

3.2. 现阶段农产品同质化问题较为突出

在特色农产品网络营销工作开展时,如何推进特色农产品的品牌建设工作,增强自身的市场影响力,对于特色农产品营销发展而言,起到至关重要的影响。在线上营销快速发展的大背景环境下,电商渠道的高开放性,进一步加剧特色农产品的品牌危机。在实际营销工作开展时,超半数的商铺依赖平台自然流量,缺乏自身内容的营销。在开展短视频直播时,农产品的故事化呈现不足,无法与受众之间建立起情感连接,加之在产品包装方面缺乏特色,影响到农产品的市场影响力。受此影响,由于农产品同质化问题突出,加之缺乏特色化的品牌建设工作开支,这导致农产品营销过程中,陷入价格内卷,影响到农产品的经济效益。

3.3. 农产品营销人才队伍结构性短缺

在乡村振兴视域下,特色农产品网络营销工作开展,应注重发挥人力资源优势,以增强市场竞争力,促进农产品营销推广。但从人才队伍情况来看,存在着结构性短缺的问题,具体表现在供需错配上。从区域电商人才分布情况来看,人才缺口巨大,缺乏精通数据分析、爆品打造的运营人才,也缺少短视频内容创作、直播话术的复合型人才队伍[3]。在推进农产品营销推广过程中,由于人才队伍结构性短缺问题,影响到营销工作的开展效果及质量,制约了地区经济发展。此外,联系现阶段农产品营销人才队伍建设的情况来看,缺乏完善的人才培养机制,相关支持措施不完善,无法为人才队伍培养提供强有力的支持,这就导致农产品营销人才队伍建设与实际需求不符,给地方特色农产品营销推广带来不利影响。

4. 乡村振兴视域下特色农产品网络营销路径优化对策分析

4.1. 强化基础设施建设,构建高效协同的供应链体系

乡村振兴视域下特色农产品网络营销路径优化,应注重对基础设施建设问题、产业链条整合问题予以针对性把握,为特色农产品营销发展打下坚实基础。其中,基础设施建设是农产品运输的关键,供应链整合决定了特色农产品营销效益。针对这一情况,乡村振兴视域下特色农产品网络营销路径优化,应从物流基础网络、数字化改造、标准化建设三方面入手,支持特色农产品网络营销工作高质量开展[4]。

首先,强化冷链物流网络建设,有效地降低流通损耗。特色农产品网络营销过程中,应注重对生鲜

农产品的特性予以针对性把握，明确冷链物流运输的基础地位。针对当前农村地区冷链场所覆盖率较低的问题，应积极推进冷链网络体系的建设，满足运输需要，有效地降低运输损耗。在实际工作开展时，注重推进基础设施建设，配备智能冷库，完善运输道路基础设施，提升生鲜产品的配送效率，有效地减少运输过程中出现的损耗问题。同时，注重推动冷链资源的整合及共享，注重加强产地与运输地的联动，以系统配送的方式，为农产品打通“最后一公里”。

其次，积极推进产业链条数字化，实现产销精准对接目标。乡村振兴背景环境下，农业产业化发展，应注重对市场形势进行针对性把握，凸显产销的精准对接，针对性提升营销经济效益[5]。在具体工作开展时，特农产品营销工作开展，应注重建立起数字技术驱动生产的发展模式，将数字化技术与农产品营销发展进行更深层次的结合。在实际工作开展时，积极推进农业物联网与电商平台的数据互通，对市场经济数据进行搜集获取，从而把握好市场需求，为农产品种植提供数据参考及支持。同时，积极推进“订单农业”模式的构建，有效地降低市场风险问题。这一过程中，针对市场需求，以订单为农业生产指明方向，凸显产业链条的数字化赋能，有效带动农业经济发展。

最后，高度重视农产品标准化体系建设工作开展，有效地夯实农产品网络营销的品质根基。特色农产品网络营销路径的优化，应注重对农产品的品质问题予以高度重视，增强生产端与受众端的信任，赢得良好的口碑。对此，在产品标准化体系建设时，应注重从全链条层面入手，实现田间到餐桌的全程追溯，提升产品的信誉。这一过程中，在农产品营销时，注重加强技术服务能力，建立起溯源体系，保证每一个过程的安全性，使消费者放心，为农产品营销发展打下坚实基础。

通过强化基础设施建设工作，建立起高效协同的供应链体系，完善特色农产品营销发展，拉近与消费者之间的距离，全面推动特色农产品的营销发展，进一步提升农业经济发展水平及发展质量。

4.2. 构建差异化发展战略，凸显农产品品牌建设发展

现阶段，在乡村振兴视域下，特色农产品营销推广过程中，特色农产品网络营销路径优化，应针对同质化问题做好针对性应对，凸显农产品品牌建设，以增强自身竞争力，有效地破解价格内卷、陷入低水平竞争的问题。在差异化发展战略的指引下，农产品网络营销工作开展应聚焦于品牌化、差异化发展道路，并从产品重塑、文化赋能、产业延伸三个层面入手，不断地提升自身品牌价值，以更加有效地应对激烈市场竞争环境[6]。

首先，在特色农产品网络营销过程中，应围绕“适网化”改造层面入手，注重把握好消费者的实际需求，以增强自身营销影响力。农产品网络营销并非简单的“搬运”，而是结合电商消费特点对产品再造。这一过程中，立足于“适网化”改造这一视角，注重洞察消费的新趋势，把握好时代潮流，推进自身的商品化发展。如通过开发设计土味零食，对农产品设计独立包装，吸引消费者的关注度。或是从流行层面入手，关注消费者对于新鲜感的追求，积极设计小包装、精品化的产品策略，使农产品在网络营销过程中焕然一新。

其次，关注文化赋能，丰富农产品营销的内容及内涵，增强其影响力。针对当前农产品营销同质化问题，通过将文化内涵融入网络营销当中，以此作为差异化的竞争关键，有助于建立起与消费者之间的情感联结，提升品牌溢价。如在开展农产品营销时，结合线上直播的方式，注重将地方文化融入农产品营销当中，使产品被赋予文化和情感，引发消费者的情感共鸣，促进产品销售推广。

最后，特色农产品网络营销过程中，应推进区域公共品牌建设工作开展，进一步形成集群效应，从而增强产品的市场影响力。农业商品化的大背景下，通过“抱团发展”模式，对区域特色农产品进行有效整合，打造独具特色的农产品品牌，有助于共享品牌溢价。在这一过程中，发挥政府主导作用，以企业为主体，促进市场化运作。在实际工作中，政府做好顶层设计，推进差异化发展战略，并做好标准化

监管。企业则围绕市场化运营和渠道拓展，扩大销路。农户则负责标准化生产，确保农产品的品质。通过三方之间的通力合作，发挥集群优势，并凸显产品特色，以扩大农产品营销的影响力，实践长远发展目标。

此外，在特色农产品网络营销优化过程中，还需要注重延伸产业链条，提升农产品的附加值。在乡村振兴背景环境下，农业商品化发展，需要凸显品牌价值的最大化目标，注重从单一产品向系列化、深加工层面延伸拓展，以更好地满足多元化的市场需要[7]。

以差异化发展战略推进特色农产品网络营销路径优化，进一步提升农产品营销的效果及质量，增强其发展实力，更加有效地应对激烈的市场竞争环境，实现长远发展及进步目标。

4.3. 创新人才培养机制，构建“新农人”队伍

乡村振兴视域下特色农产品网络营销路径优化，需要对人才队伍建设问题予以高度重视，积极推进“新农人”队伍建设，以更好地满足网络营销发展需要。人才是乡村振兴的第一资源，在农产品网络营销发展过程中，应注重创新人才培养机制，联系营销人才结构性短缺问题，注重从系统化培训、多元化扶持、生态化建设等方面入手，以保证人才培养工作的效果及质量。

首先，在人才队伍培养过程中，应有所针对、有所侧重地开展，注重建立起分层分类的人才队伍培训体系，引领农人从“门外汉”向“带货达人”方向转变，以促进农产品的销售及推广。在培训工作开展时，应立足于精准培训目标，有针对性地解决人才缺口问题。对此，培训工作应立足于农村特色农产品营销的实际需要，把握好区域实际情况，保证培训关键点。在培训开展时，联系地区特色，培训内容紧随时代需要，将培训与短视频拍摄、剪辑软件使用、直播带货技巧等做好融合，适应时代形势发展变化，推进培训转化为现实生产力，以促进特色农产品营销工作高效、高质开展。

其次，人才培养工作开展时，应注重强化企业扶持与平台赋能，注重让“新农人”站稳脚跟，助力特色农产品营销工作高质量开展。在新形势下，农人培训不单单要解决“会不会”的问题，还要考虑到农产品线上营销的实际情况，注重对起步难、融资难、流量少等痛点问题做好针对性把握，建立起多元化的扶持体系，进一步提升人才培养工作的质量。从资金扶持视角来看，注重为新农人提供一系列的创业补贴，支持其发展。在流量扶持层面，则注重对接平台，向助农专区倾斜流量，提升曝光度，吸引受众的关注度，为促进特色农产品营销推广创造更加有利的条件[8]。

再次，注重激活本土人才，有效地破解人才队伍建设存在的“水土不服”问题。在人才队伍培养过程中，本地人才队伍更懂得本地的实际情况，更通家乡话，营销推广时更容易将自己的真情实感融入其中，以增强感染力。在人才队伍培养机制建设时，应对本土人才队伍建设予以高度重视，注重凸显情感联结与文化认同，壮大本土人才队伍力量，支持特色农产品网络营销工作高质量开展。

最后，针对人才队伍培养工作，应注重建立起长效发展机制，构建良好的“留才”生态，让人才有奔头，支持地方农业经济高效、高质量发展。对此，围绕留住人才这一视角，应注重联系地区的发展情况，注重营造良好的留人生态，并形成“人才跟产业走，产业跟人才兴”的良性循环模式，以带动地方发展[9]。

通过对人才培养模式进行针对性地创新优化，从多元视角入手，建立起良好的人才队伍培养模式，不断地提升人才队伍专业能力、专业素养，为特色农产品网络营销优化提供强有力的支持。

5. 结束语

综合上述分析来看，乡村振兴视域下特色农产品网络营销路径的构建及优化，应注重把握好时代形势发展变化，对网络营销环境做好分析，并意识到网络营销对于地方农业经济发展起到的重要影响，用

好网络营销模式，推动农业商品化发展。在具体工作开展时，应注重把握特色农产品网络营销中存在的现实问题，并注重从基础建设、营销生态构建、政策支持、人才队伍培养等多层面入手，建立起一条特色化的农产品网络营销推广路径，为区域农业高质量发展提供强有力的支持。在未来发展领域，特色农产品网络营销路径的构建及应用，应把握好时代形势变化，从多元视角入手，完善利益联结机制，使网络营销成为促进地区乡村振兴发展的重要动力。

参考文献

- [1] 郑淼, 滕悦. 新媒体背景下的黑龙江省农产品营销传播研究[J]. 中国市场, 2025(35): 104-107.
- [2] 宋荣荣. 数字经济背景下农产品网络营销的创新策略研究[J]. 营销界, 2025(22): 158-160.
- [3] 王玲芝, 高玉龙. “互联网+”背景下农产品网络营销策略研究[J]. 广东蚕业, 2025, 59(10): 94-96.
- [4] 张蕾. 互联网思维下的农产品新媒体营销方式分析与研究[J]. 农业开发与装备, 2025(10): 187-189.
- [5] 李焯, 周英珠, 陈桂林. 从“田间”到“云端”农产品网络营销新探索[J]. 中国商人, 2025(19): 46-47.
- [6] 王悦. 电商平台下农产品网络营销技能人才培养模式研究[J]. 中国食品工业, 2025(18): 138-140.
- [7] 娄佳琦. 网络时代农产品消费者行为特征及营销方法研究[J]. 营销界, 2025(15): 67-69.
- [8] 张微, 解俊霞. 乡村振兴战略背景下农产品网络营销路径优化分析[J]. 现代商业研究, 2024(24): 128-130.
- [9] 郑忆. 贵州农产品网络营销优化路径探究[J]. 广东蚕业, 2024, 58(9): 105-107.