

# 海南农产品绿色营销策略研究\*

赵云龙, 汪汇源, 徐磊磊, 侯媛媛, 金 琰

(中国热带农业科学院科技信息研究所, 海南海口 571101)

**摘 要** 近几年,越来越多的国内外相关研究都意识到可持续发展才是各国经济延续的主要道路,而“绿色”这一主题更是贴合可持续发展的内容。所以关于绿色产品、绿色营销等多个与“绿色”有关的话题逐渐成为人们重点研究的课题。在此背景下,文章以海南农产品为研究对象,对其绿色营销策略进行研究。研究过程中发现在产品、价格、渠道、促销等方面都存在问题,如绿色农产品生产体系不完善、定价不合理等。根据这些问题提出了相应的改善对策,这些对策不仅可以改善海南农产品绿色营销情况,而且对于我国其他地区农产品绿色营销情况改善有一定的参考价值。农产品绿色营销促进了我国农业的发展,符合我国可持续发展方针的要求。

**关键词** 海南农产品 绿色营销 营销策略

## 1 海南农产品绿色营销情况分析

### 1.1 海南农产品绿色营销环境

绿色的浪潮席卷全球,许多国家的消费者都愿意进行绿色消费,2015年相关部门针对这一现状进行了调查,其调查情况如图1所示。其中75%以上的美国人、67%的荷兰人、80%的德国人在购买商品时会考虑环境问题,有40%的欧洲人会购买绿色食品<sup>[1]</sup>。从这里可以看出,世界各地对于绿色消费逐渐认可,而针对这一点,外贸出口农产品较多的海南就需要提升自身的绿色产品水平及绿色营销能力,加强当地的农产品出口竞争力。

除了国际市场外,在国内市场,近几年我国消费者的绿色消费意识也有明显提升。从中国连锁经营协会发布的数据来看,2015—2017年,一项针对中国一线城市、二线重点城市以及沿海经济发达城市的消费者绿色消费意识调查显示,消费者对产品标识的认知度已经产生了变化,绿色有效标识的认知度从78%上升到89%,绿色食品消费意识从58%上升到83%(图2)<sup>[2]</sup>。除此之外,习近平总书记在2017年5月26日主持中央政治局第41次

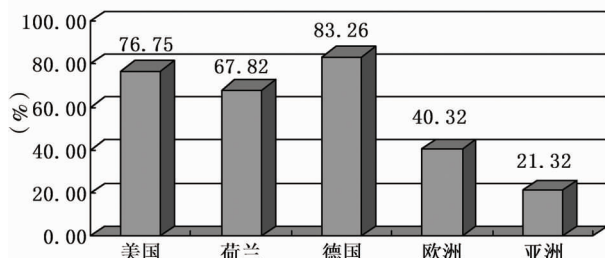


图1 各地区消费者的绿色消费意向

数据来源:海南省农业厅官网

集体学习时,对为什么和如何推动形成绿色发展方式和生活方式做了系统阐述,并将倡导推广绿色消费作为推动形成绿色发展方式和生活方式的六大任务之一,摆到重要位置<sup>[3]</sup>。综合来看,我国国民的“绿色”观念日益加深,绿色营销将逐渐成为主要的营销方式,针对这一情况,海南农产品应该积极发展及改善农产品绿色营销,为其在未来农产品市场的发展奠定基础。

### 1.2 海南农产品绿色营销现状

针对海南农产品绿色营销现状可以从以下几个方面进行了解。

在产品方面,以近两年的冬交会情况来看,

收稿日期:2018-09-27 赵云龙为助理研究员 汪汇源为研究实习员 徐磊磊为助理研究员 侯媛媛为副研究员 金琰为助理研究员

\*基金项目:热带农业大数据研究与服务科技创新团队(NO.1630072017006);海南省哲学社会科学2017年规划课题(HNSK(ZC)17-26)海南生鲜农产品有效供给机制研究;海南省自然科学基金面上项目(718MS106)海南省生鲜农产品电子商务供应链协同模型构建及实现路径研究

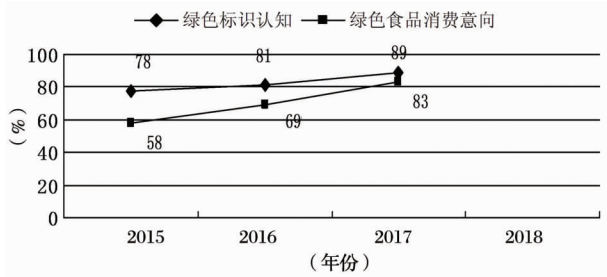


图2 中国一线城市、二线重点城市以及沿海经济发达城市的消费者绿色消费意识调查

数据来源：中国连锁经营协会

2016年的冬交会海口馆以“丝路海口·都市田洋”为主题，展出多达50余种绿色农产品<sup>[4]</sup>；2017年的冬交会中，以白沙馆为例，其在进行农产品展览的过程中，极力展示出自身的农产品，并强调自身的生态这一与“绿色”有关的元素，并展出白沙黄金地瓜、紫玉淮山、秀珍菇、咖啡等30多种绿色农产品<sup>[5]</sup>。虽然海南整体绿色农产品的情况发展趋势较好，但是从整体情况来看，绿色农产品的种类还是较少，如海南省地区纪录在册的绿色农产品生产销售类商家不足50家，产品不超过100种<sup>[6]</sup>。这一情况影响了海南农产品绿色营销的顺利发展。

在价格方面，综合来看海南绿色农产品的价格情况发现，其价格均高于一般农产品价格的0.8~1.5倍之多<sup>[7]</sup>。从这里可以看出，海南农产品整体价格趋势还是比较高的，而对于我国国民的消费水平来看，能将绿色农产品作为日常必需品进行消费的人群数量较少，多数国民在进行农产品消费时，价格仍是主要考虑因素之一，所以海南绿色农产品价格过高影响了其绿色营销的发展情况。

在渠道方面，通过调查发现，海南当地农产品在进行绿色营销时，所采用的渠道与普通农产品的营销渠道不同，其具体绿色营销渠道如图3所示。从实际的渠道利用与开发情况来看，与普通农产品的营销渠道相比相对较差，虽然也涵盖了传统渠道、电商渠道以及新型营销渠道，但是总得来看，其所占农产品的整体比例偏低，不足1/5，可见其在渠道方面存在利用率不足的情况。

在促销方面，通过调查发现，海南农产品在进行绿色营销时，多数相关企业的促销力度不足，无论是促销方式还是促销方面的宣传力度，都处于较

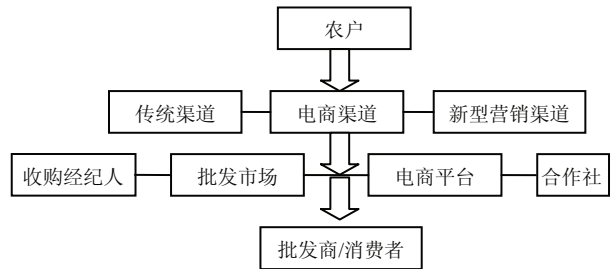


图3 海南农产品绿色营销渠道结构

低层次。在进行海南绿色农产品搜索时，只有一些企业的介绍，除此之外，在海南绿色农产品中，具有明确绿色产品品牌以及编号的农产品较少，这不利于后续的促销宣传。海南省绿色食品公司只有如海南宝丰农业开发有限公司、海南澄迈万昌苦丁茶场等42家企业，其主要绿色农产品也大多为热带水果<sup>[8]</sup>。根据所调查的绿色企业可以看出，目前海南农产品绿色营销的促销环节十分薄弱。

## 2 海南农产品绿色营销中存在问题

### 2.1 绿色农产品生产体系不完善

绿色农产品的种类以及生产情况是进行海南农产品绿色营销的基础，就上文情况来看，海南农产品中的绿色农产品种类较为有限，造成这一情况的主要原因就是绿色农产品的生产体系不完善，而这种不完善体现在以下几个方面。

首先是研发方面，无论是研究人员数量，还是研究所需资源供给方面，都存在一定不足。这与海南绿色农产品的相关企业对绿色农产品的重视程度不够有直接关系，同时也存在相关政策扶持力度不够的原因，这都是导致海南绿色农产品研发力度不足的主要因素；其次是海南农产品的培育方面，由于海南当地多数土地土壤肥力较低，很多农民在进行农产品生产的时候会大量使用农药和化肥，从而导致绿色生产受到影响，而这样生产的产品是无法通过绿色认证的。综合来看，海南农产品的生产体系所存在问题是导致海南农产品中可以获取绿色认证品种数量较少的主要原因，这不利于后续的绿色营销。

### 2.2 绿色农产品成本偏高，导致定价缺少合理性

在分析海南绿色农产品的价格情况时发现，其价格均高于一般农产品价格的0.8~1.5倍之多，而造成定价偏高的主要原因就是绿色农产品的实际

成本较高,主要体现在以下几种费用。

第一是开发费用,每一种绿色农产品的开发都需要前期的幼苗培育以及后期的观察等相关实验,而这需要大量的资金支持,进而提升了绿色产品的实际成本;第二是培育费用,绿色农产品对地质、温度、湿度等多方面具有较高要求,为了满足这种绿色生产的环境需求,需要资金来进行绿色生产环境方面的维护和制造,而这则是一笔不菲的费用;第三是标准评定的费用,海南绿色农产品在获取绿色标识之前需要通过相关部门的质量评定,而这也造成一定的费用,检验次数越多,评定次数越多,费用就越高,而这些费用将被计算到产品里,从而影响了最后的定价。

### 2.3 绿色营销渠道不健全,影响绿色农产品流通

营销渠道的通常通畅与否将直接影响到整个营销计划实施的顺利情况,而针对海南农产品绿色营销的渠道情况来看,其绿色影响渠道存在不健全之处,主要体现在相关渠道开发程度不深、运输过程中绿色程度有限等方面。前者主要指海南农产品在进行营销时,缺少一定的绿色渠道,也就是专门为绿色农产品进行营销的渠道。而且在对绿色农产品的营销渠道进行建立以及管理时,也没有突出绿色这一概念,从而导致对消费者没有一定的具体导向,进而影响了绿色营销效果;后者则指的是海南农产品绿色营销的相关公司,只注重农产品是否是绿色的,而忽略了运输渠道的绿色程度,即在进行运输的时候,无论是包装还是运输计划拟定都没有贯彻绿色这一概念,这也将影响到了绿色营销渠道的健全与否,进而影响了绿色农产品的流通情况。

### 2.4 绿色促销不到位,影响绿色产品营销效果

绿色促销是绿色营销的重要部分,其情况将影响到海南农产品的绿色营销效果,而根据上文所述可以看出,海南农产品绿色促销存在不到位的问题,而该问题具体表现为以下几个方面。

首先是绿色促销宣传的力度有限,通过调查可以看出各有关公司在进行绿色农产品宣传时,并没有将自身农产品的绿色特性宣传出来,只是在销售时指出这部分是绿色农产品,或者仅在一些网络平台上和所属店面上指出“绿色”这一特性。同时,也没有和自身的品牌相结合,如海南省万钟实业有限公司,其所售卖的商品中包含绿色农产品香蕉,但是在对其相关内容进行搜索的时候,并没有

发现此公司针对自身的绿色农产品进行着重的宣传;其次是促销方式缺少新意和专业性,无论是促销人员还是公司拟定促销计划的人员,都没有将绿色农产品作为主要促销主题来进行相应促销活动的拟定,从而导致“绿色”主题不突出、所招聘的促销人员缺少相关专业知识等多个问题,这将大大影响绿色促销情况和绿色营销效果。

## 3 改善海南农产品绿色营销的对策

### 3.1 完善绿色农产品的生产体系

针对以上海南绿色农产品生产体系不完善这一问题可以通过以下几点来进行完善。

首先是加大产品开发力度,提高培育能力。针对这一点可以通过提高相关公司以及当地政府对绿色农产品的重视程度来进行改善。因为公司提高重视程度就会增加绿色农产品开发方面的资金支持和人力支持,而政府提高了重视则会制定相关支持条例,从而达到提高海南绿色农产品开发力度的作用;其次是普及绿色农产品的生产知识,并提高农民绿色农产品的生产意识,针对这一点,可以在各乡镇举办绿色产品的宣讲会,让农民等农产品的主要生产力量清楚的了解绿色农产品概念以及绿色农产品的经济意义,相关部门以及公司还应组织和派遣相应技术人员纠正农民对于绿色农产品的培育方式,以此来提高绿色产品的比例和质量,进而为绿色营销奠定基础。

### 3.2 降低海南绿色农产品成本,提高价格合理性

从上文中可以看出,价格仍是国民进行日常必需品选择的主要因素之一。虽然我国国民的绿色消费意识逐渐提升,但是国民生活水平还存在一定的局限,如果海南绿色农产品价格过高,就会影响到后续的绿色营销情况。因此需要提高海南农产品绿色营销中价格的合理性,针对这一点可以通过降低海南绿色农产品成本来完成,具体做法如下所示。

首先是开发费用,对于这一点可以通过完善当地绿色产品产业链来进行降低,即大型公司合力进行绿色产品的开发工作,而小型公司以及散户则负责后续的绿色营销部分,合力划分产业等级,这有助于海南农产品绿色营销的顺利进行;其次是培育费用,这部分的费用则可以通过合理利用各地区情况来完成,即根据各地区的土壤及环境情况进行相关绿色农产品的种植,并在对绿色农产品进行种

植时,考虑哪些种类可以起到促进生长的作用,从而进行组合培育,这将大大降低培育成本;最后就是标准评定的费用,对于绿色产品来讲,如果对每个批次的不同种类都进行标准评定就会大幅度增加海南农产品成本,针对这一点,相关部门可以针对不同企业进行抽查,同时对已投放市场的产品进行一定比例的抽查,并制定较为严厉的惩罚机制,这样不仅可以降低标准评定的工作量,同时也可以降低标准评定费用。

### 3.3 健全绿色营销渠道,促进绿色农产品流通

绿色营销渠道的健全与否将影响到海南绿色农产品的流通情况,进而也影响到后续的绿色营销情况,即相关渠道开发程度不深以及运输过程绿色程度有限等,这可以通过加大绿色营销渠道开发力度、建立完善的绿色运输来进行改善。其中,在绿色营销渠道的开发方面,可以从以上所涉及的渠道入手,即传统、电商、新型营销渠道等。在各营销渠道中进行营销时,建立专门的绿色产品平台,如在电商平台的营销渠道中进行绿色营销时,要单独设立绿色农产品选项,而不是和其他农产品放在一起进行营销,并在电商平台中对绿色农产品进行重点宣传等;针对运输过程中的绿色程度提升,则可以通过拟定完善绿色运输计划来完成,即针对海南绿色农产品的包装材质及方式、运输工具的选择、运输路线的计划等进行“绿色”方向调整,从而加深运输环节的绿色程度,进而促进海南绿色农产品的流通。

### 3.4 加强绿色促销力度,提升绿色营销效果

根据上文可知,在海南农产品绿色营销过程中,其绿色促销存在不到位的情况,针对这一点可以从以下两个方面来进行完善。

首先是绿色促销宣传方面,要想让消费者懂得绿色农产品的判断标准就需要对消费者开展宣传与教育引导<sup>[9]</sup>。从这里可以看出促销宣传的重要性。而对于实际的绿色宣传来讲,可以通过进行品牌树立和事件促销来完成。前者指的是各企业要针对自身的绿色农产品树立品牌,并建立与品牌有联系的绿色文化以及绿色服务,以此来提高海南绿色农产品在民众中的印象,这有助于提升消费者的重视程度和购买欲望;后者则指的是海南绿色农产品所属企业以及当地政府可以联合起来进行事件促销,即举办与“绿色农产品”有关的活动,如“贴近自

然,健康生活”为主题的征文活动等。同时,也可以以海南绿色农产品的相关名义来进行一些与“绿色”有关的活动,如植树造林等。这样可以树立海南农产品的良好形象,扩大宣传范围。

其次是提高绿色促销方式的新意和专业性。其中,对于绿色促销方式新意的提高,可以从当前的社会环境以及技术背景入手,并结合先进的消费群体情况来开发新的促销方式,而不是继续采用价格降低这一不利于绿色营销的促销方式。可以举办海南绿色农产品博览会、在互联网中建立官网并定期举办一些活动等方式来进行绿色促销;而对于绿色促销的专业性提升方面,则需要各相关公司招聘专业绿色营销团队,这样所拟定的计划以及所招聘的促销一线人员才会更专业,有助于提高整个绿色促销的水平,促进海南农产品绿色营销的进行。

### 3.5 加大培育力度,构建新型绿色产品种植模式

良好的品质是海南农产品绿色营销的基础,也是提高其营销力度的前提。从这里可以看出,绿色农产品的质量情况是十分重要的。而针对其质量方面可以从两方面来进行改善,即加大绿色农产品的培育力度,创新绿色产品种植模式。这两方面可以从根本上提升海南农产品的整体质量,进而促进其实施绿色营销策略。以下将具体阐述这两方面的内容。

首先,加大绿色农产品的培育力度可以从两个方向来进行,即产量和品种数。针对产量,以提高原有绿色农产品产量为基础,进行相关内容的研究,以期提升海南目前各类绿色农产品的产量。产量的提升必然为当地绿色营销提供更为坚实的基础,对促进其绿色营销的发展有着重要作用;而就品种数方面,就需要当地有关部门以及协会投入资金,并召集相关人员进行研发。其中,除了要鼓励各个有实力的大型企业来进行这一研发行为,当地政府也要向上级申请拨款以及建立相关的基金来为研发提供资金支持。

其次,种植模式方面,种植模式的适用与否,不仅关系到种植成果,同时也关系到当地种植资源的利用方面。而构建符合海南当地实际情况的绿色农产品种植模式将有助于增强绿色农产品的种植效果,提高当地种植资源的利用率。而针对这一点可以通过构建“生态种植模式”来构建符合海南当地实际地里条件的绿色农产品种植模式。即建立绿

色农产品种植基地的时候,先要考察当地的地理位置,根据地理情况建立生态型种植基地。即根据不同品种的绿色农产品生长特点,对其进行组合栽种,同时还要在周围饲养牲畜或者建立渔场等,从而构建出一个小型生态循环基地。这样不仅可以保证其绿色这一特性,还发展了其他绿色产品。在建立这一绿色种植模式时,最主要的是根据栽种地的实际情况来进行合理划分,从而提高农业资源的利用率,降低绿色成本。这对降低海南绿色农产品价

格,促进其营销有一定的帮助。

绿色农产品的发展是各地区经济结构的重要一环,绿色农产品的营销则是实现经济增长的有效途径<sup>[10]</sup>。该文针对海南农产品绿色营销的研究旨在提高当地的经济增加速度。在实际研究中,通过对海南农产品绿色营销现状的分析发现其存在的问题,并提出相应的改善对策,这将有助于改善当地农产品绿色营销情况,进而促进当地的农产品销售,促进经济增长。

## 参考文献

- [1] 曾峰. 海南香蕉产业的绿色营销现状及存在问题. 中华讲师网, (2016-01-20) [2016-03-18]. [http://www.jiangshi.org/520828/blog\\_863552.html](http://www.jiangshi.org/520828/blog_863552.html).
- [2] 胡波. 中国消费者绿色消费意识明显提升. 央广网, (2018-08-22) [2018-09-11]. [http://www.eastobacco.com/dfyhb/201808/t20180822\\_499550.html](http://www.eastobacco.com/dfyhb/201808/t20180822_499550.html).
- [3] 任勇. 明确绿色消费战略定位与政策创新方向. 中国环境报, 2017-08-09 (7)
- [4] 陈五男, 刘杰. 海口携50余种绿色农产品亮相冬交会 展示产业魅力. 海口报, 2016-12-12 (4)
- [5] 白沙县委宣传部. 2017年海南冬交会白沙展馆人气爆棚30多款特色产品受青睐. 海南在线, 2017-12-13 (11)
- [6] 海南省农业厅. 海南省绿色食品一览表. 海南农业信息网, 2016-09-16. <http://agri.hainan.gov.cn>.
- [7] 2018年海南蔬菜价格. 蔬菜商情网, 2018-07-18. <http://www.shucail23.com/price/area/12000/>.
- [8] 201年海南绿色食品企业名录. 阿土伯网, 2018-08-20. <https://www.atobo.com.cn/Companys/s-p34-k500893-y4/>.
- [9] 王美怡, 李双. 海南省农产品绿色营销策略研究. 农业经济与科技, 2018 (11): 46-49.
- [10] 徐亚亭. 黑龙江省绿色农产品营销面临的问题及对策. 安徽农业科学, 2017 (30): 227-228.

## RESEARCH ON GREEN MARKETING STRATEGY OF HAINAN AGRICULTURAL PRODUCTS

Zhao Yunlong, Wang Huiyuan, Xu Leilei, Hou Yuanyuan, Jin Yan

(Institute of Scientific and Technical Information . CATAS, Haikou, Hainan, 571101, China)

**Abstract** In recent years, more and more researchers in the domestic and abroad have realized that sustainable development is the main road of economic continuity of various countries, and the theme of "green" is more in line with the content of sustainable development. Therefore, green products, green marketing and other "green" related topics have gradually become the focus of people's research topics. The green marketing strategy of Hainan agricultural products is analyzed in this paper. In the process of research, there are some problems in product, price, channel, promotion, such as imperfect production system and unreasonable price of green agricultural products. According to these problems, the corresponding improvement countermeasures are proposed, which can not only improve the green marketing of agricultural products in Hainan, but also have certain reference value for the improvement of green marketing of agricultural products in other regions of China. Green marketing of agricultural products promotes the development of agriculture accorded with the requirements of China's sustainable development policy.

**Keywords** Hainan agricultural products; green marketing; marketing strategy