

浣洸镇农产品市场潜力分析与 外语推广策略（拼多多直播带货）研究

（广州大学外国语学院“如炬晨曦”突击队 调研报告撰写者：余子茵、梁诗婷、郭思淇）

目录

一、前言	2
1. 调研背景	2
2. 调研目的	3
3. 调研方法	4
二、浣洸镇农产品市场现状分析	4
1. 农产品种类及产量	4
2. 农产品销售渠道	5
三、浣洸镇农产品市场潜力分析	6
1. 政策扶持及市场需求	6
2. 农产品特色及优势	7
3. 市场潜力预测	7
四、拼多多外语直播带货实践分析	7
1. 外语直播带货概述	7
1.1 直播带货的定义	7
1.2 外语直播带货的优势	7
1.3 拼多多平台外语直播带货的特点	8
2. 拼多多外语直播带货数据统计	8
2.1 直播观看人数及互动情况	8
2.2 销售额及订单量	8
2.3 用户画像分析	9
3. 外语直播带货案例分析	10
3.1 成功案例分享	10
3.2 失败案例剖析	10
3.3 外语直播带货策略优化	11
4. 外语直播带货在农产品市场推广中的应用	13
4.1 农产品品牌形象提升	13
4.2 农产品销售渠道拓展	13
4.3 农产品市场潜力挖掘	15
五、外语推广策略研究	16
1. 外语推广的重要性	16
2. 外语推广对象及目标市场	16
3. 外语推广手段及方法	17
3.1 线上推广	17
3.2 线下推广	18

4. 外语推广效果评估·····	19
4.1 品牌知名度提升·····	19
4.2 销售额增长·····	19
4.3 市场占有率提高·····	20
六、结论与建议·····	20
1. 调研成果总结·····	20
2. 浛洸镇农产品市场发展建议·····	20
3. 外语直播带货及外语推广策略优化建议·····	20

摘要：本报告分析了浛洸镇农产品市场的现状，并实践证明了双语直播带货对于拓宽农产品销路，乡村振兴的可行性和必要性。最终通过对直播带货促进助农产品销售效果和大众接受度的研究，证明双语直播带货对于打开销路和开拓海外市场的可行性。

关键词：浛洸镇；农产品市场；外语直播带货；外语推广策略；乡村振兴

一、前言

1. 调研背景

浛洸镇位于广东省粤北清远市英德市，以其丰富的农业资源和特色农业产业而闻名。在乡村振兴战略的推动下，农业产业已成为促进当地经济发展的重要力量。

根据 7.12 浛洸镇镇政府与广州大学外国语学院“如炬晨曦”突击队的座谈会，我们得知了以下浛洸镇产业经济的基础概况：

1.1 镇域经济总体经济情况农业实力强劲，二三产发展偏弱，与广东省小城市建设经济发展标准差距较大

1.1.1 经济规模：经济实力较强，位于全市中上游水平

2021 年浛洸镇农业总产值 12.97 亿元，在英德市 24 个镇街中排名第四；2021 年浛洸镇规模以上工业总产值 1.43 亿元，在英德市 24 个镇街中排名十三；总体经济实力在全区处于中上游水平。

1.1.2 产业平台：基础薄弱，产业平台建设处于起步阶段

全镇现状无产业园区，仅有少量制衣厂集聚区，未来规划 1 处浛洸镇走马坪经济发展区。

1.1.3 产业结构：“一二三”产业结构，工业水平偏弱

一产：浛洸盛产水稻、花生、果蔗、玉米、蔬菜、柑果、桑蚕等，是英德市粮、油、菜、果大型农业产品基地。

二产：浛洸镇的工业构成相对简单，目前在规上企业有粤北糖厂和众诚混凝土公司，仍在招商引资待立项的项目有走马坪经济发展区及钰腾机械厂。

三产：主要是徐其修旅游发展有限公司打造的“生态旅游、文化旅游”为一体的徐家庄旅游度假区（徐其修中草药研学实践教育基地）、鱼咀碧乡文旅项、安美动感生态园等文旅项目。

1.2 镇域经济：一产——浛洸有较为完善的桑蚕产业，但初加工薄弱，深加工未涉及，

未形成完整产业链与企业规模。

浈江镇种植资源主要以桑蚕、甘蔗、时令果蔬、粮食种植为主

浈江历史上传统产业有蔬菜、养蚕、榨糖甘蔗，先后获得“中国桑蚕之乡基地”“广东省无公害蔬菜基地”等称号。盛产水稻、蚕桑、甘蔗、蔬菜、麻竹笋、菜干等农作物，是英德市粮、油、菜、果大型农业产品基地。

1.2.1 桑蚕产业

浈江整体桑蚕产业范围广、规模大，以镇南村和鱼水村、五星村等北部村庄形成桑蚕产业集群，其中桑叶种植面积占英德 38.2%，桑叶产量占英德 38.5%，具有重大发展优势。

1.2.2 粮食种植与鱼塘养殖

沿连江下游与三村村、白米庄村等东侧村庄具备大面积耕地。

南部镇南村、鱼咀村具有较多水塘资源支撑养殖渔业。

1.2.3.特色经济蔬果

浈江甘蔗产量占英德 25.0%，新平村、张陂村等西部村庄种植大面积甘蔗。豆角、冬瓜、菜花、花生等经济作物作为轮种间种作物在浈江各村各地均有分布。

近年来，该地区遭受了多次洪水侵袭。2022 年 6 月中旬，连续暴雨导致洪水。6 月 22 日，洪峰水位达历史最高水位，46.68 米，沉重打击了浈江镇的农业发展；2024 年 4 月 21 日，浈江镇又遭受近百年一遇的洪水。据澎湃新闻新闻报道，浈江镇主要道路被水淹没，水位深处约有一层楼高，超过 3 万人被转移。尽管政府和救援团队在每次洪水灾害中都积极应对，尽力减少损失并救助受困群众，但两次洪水都对浈江镇的农业都造成了重大打击，给当地的经济带来了巨大的压力。

由于 2024 洪水影响，今年鹰嘴桃果园接近绝收，减产 90%+。白鹿乡农业公司负责人黄国华看到这一情景时，不由震惊，他没想到洪水对鹰嘴桃这一浈江特色农业的打击这么大。

同样是受洪水影响，浈江人引以为傲的蚕桑产业也受到了重大打击。“由于洪水影响，桑叶大量被毁，且蚕宝宝的生长需要杀菌环境，洪水影响导致蚕宝宝难以生长。桑叶损失几万亩，产值损失近两千万。”黄国华这么对实地考察的同学说。

在这种背景下，大学生三下乡电商助农项目显得尤为重要。该调研报告旨在了解浈江镇农业基本状况，并基于此做出大学生三下乡直播带货拓宽销路的尝试，帮助当地农民将农产品销售到更广阔的市场，增加收入渠道，增加经济效益，提升收入水平，从而帮助他们度过难关。同时，电商助农也可以帮助当地农产品提升品牌形象，吸引更多的消费者，进一步促进当地农业的发展。

本调研报告旨在探讨浈江镇农产品市场的潜力，以及如何利用外语直播带货和电商助农来恢复和发展当地的第一产业。通过深入分析浈江镇农产品的特点和优势，以及洪水对当地农业的影响，我们将提出具体的策略和建议，帮助当地农民克服困难，恢复和发展农业。同时，本报告也希望能引起更多人对浈江镇的关注和支持，共同助力这个小镇的复兴。

2. 调研目的

本次调研旨在全面分析浈江镇农产品市场的现状与发展潜力，并探讨如何通过农业产业

的优化升级以及结合外语推广策略，特别是利用拼多多直播带货等新兴销售模式，来推动乡村振兴和农民增收。

3. 调研方法

本报告采用文献调研、数据收集、问卷调查、实地考察、深度访谈、案例研究等多种研究方法，采用了描述性统计分析、图形分析、相关性分析等多种分析方法对浈江镇的农产品市场和拼多多直播数据进行了全方位、深层次的剖析。

二、浈江镇农产品市场现状分析

1. 农产品种类及产量

1.1 蚕桑产业:蚕桑产业：英德市积极发展蚕桑产业，形成了以蚕桑为特色的农业产业体系。在浈江镇，蚕桑产业得到了特别的重视，不仅在大湾镇形成了蚕桑深加工基地，而且在浈江镇、石牯塘等地区也有较大的蚕桑种植面积。英德市还创新了“小蚕共育”模式，提高了蚕茧的质量和产量，同时降低了农户的养殖风险和劳动成本。

1.1.1 桑叶种植:浈江镇桑叶种植面积达 2 万亩，占英德桑叶种植总面积的三分之一以上。

1.1.2 蚕花养殖:年育蚕花约 1 万张，养殖规模大，采用现代化养殖技术，提高蚕的成活率和茧丝质量。

1.1.3 蚕丝产品:蚕丝产量可观，主要用于制作丝绸及其副产品，如丝巾、蚕丝被等。

1.2 蔬菜产业:蔬菜种植基地：浈江镇的张陂村和先锋村成为了乡村振兴的蔬菜种植基地。通过引进农业龙头企业，发展订单蔬菜种植，这些村庄已经实现了显著的经济增长，并为当地村民提供了在家门口就业的机会。

1.2.1 茄瓜种植:张陂村及先锋村蔬菜种植基地已种植一百多亩茄瓜，产量达到 20 万斤，计划扩展至 600 多亩。

1.2.2 张陂白菜干:张陂白菜干是浈江镇的特色农产品之一，由清远市白鹿乡农业发展有限公司负责推广。该公司通过规范生产流程、严控品质，制作专属包装，统一品牌设计，致力于提升张陂白菜干的市场知名度和竞争力。这种白菜干在市场上备受欢迎，尤其是在珠三角地区，其销售额已超 12 万，展现了良好的市场潜力。

1.2.3 麻竹笋:英德市被誉为“中国麻竹笋之乡”，在麻竹笋产业方面有着悠久的历史和丰富的经验。英德市计划将麻竹笋打造成为“百亿重要支柱产业”，并已在西牛镇等地实现了麻竹笋产业的规模化种植和加工，有效提升了麻竹笋的附加值。英德市作为麻竹笋的重要产区，已经吸引了相关的加工项目

投资，如广东瀚泽鲜竹生物科技有限公司投资的麻竹笋精深加工项目。这些项目的落地有助于推动麻竹笋产业的进一步发展，提升其市场价值。

1.2.4 其他蔬菜：除茄瓜外，还种植了青椒、黄瓜、西红柿等多种蔬菜，根据季节变化，种植不同的蔬菜品种，确保全年蔬菜供应的多样性和稳定性，以满足市场需求。

1.3 水稻产业：

1.3.1 常规水稻：垦造水田项目已完成超过 4000 亩，主要种植常规水稻品种，提高土地产出。

1.3.2 特色水稻：此外，还尝试种植了一些特色水稻品种，如黑米、糯米等，以满足市场的多样化需求。

1.4 水果产业：

1.4.1 鹰嘴桃：鹰嘴桃是浔浣镇的特色水果之一，以其独特的形状和口感而闻名，是当地重要的经济作物。这种水果在当地农业产业中占有重要地位，预计具有一定的市场需求和潜力。

1.4.2 柑橘类：浔浣镇还种植了柑橘类水果，如蜜柚、橙子等，具有一定的市场知名度。

1.4.3 季节性水果：根据季节，种植了黄皮、荔枝、龙眼、葡萄等水果，丰富了水果市场供应。

据白鹿乡农业公司负责人黄国华所说，浔浣镇农产品产量和产值基本状况为：白菜干去年年产量两百万斤，且因市场不景气售出价格偏低，丰年白菜干年产量可达三百万斤；鹰嘴桃亩产一千多斤，今年因洪水减产 90%+，接近绝收；英德红茶为浔浣镇主要农业支柱，茶叶年总产上万亩，产量上万，产值超过两亿。麻竹笋更是浔浣农业的特色产品，且因笋的种植面积较大，年产值在 96 亿左右。

这些特色农产品的推广和发展，不仅有助于提升浔浣镇农产品的市场竞争力，也为当地农民增收提供了新的途径。通过品牌建设和销售渠道的拓展，这些产品有望在更广泛的市场中获得认可和青睐。

2. 农产品销售渠道

目前，浔浣镇的农产品主要通过传统中介商贩销售。同时，镇政府和企业正积极探索线上线下相结合的销售模式，如通过拼多多直播带货等方式推广本土品牌。据白鹿乡农业公司负责人黄国华所说，浔浣镇农产品基本销售渠道为：传统线下批发+部分超市、菜市场门店+线上销售（电商，淘宝，天猫，小红书，拼多多正在布局）海外：东南亚马来西亚 俄罗斯

三、浈江镇农产品市场潜力分析

1. 政策扶持及市场需求

1.1 浈江镇作为省级城乡融合中心镇试点，得到了广东省政府在多个方面的政策支持。这些扶持政策包括但不限于：

1.1.1 财政资金支持：政府为促进浈江镇的农业发展，提供了财政补贴和资金支持，用于农业基础设施的建设和改善，以及农业科技的研发和应用。

1.1.2 技术指导和服务：政府通过农业技术推广站等机构，为农户提供种植技术指导、病虫害防治、农产品质量检测等服务，以提高农产品的产量和质量。

1.1.3 市场准入和品牌建设：政府支持浈江镇的农产品进入更广阔的市场，并提供品牌建设的指导和支持，帮助农产品提高市场知名度和竞争力。

1.1.4 “1+5+1”发展模式：浈江镇实施了“党建引领+农业稳镇、工业富镇、旅游旺镇、教育强镇、文化兴镇+基础设施建设”的“1+5+1”发展模式。这一模式促进了浈江镇的高质量发展，使这个千年古镇焕发新的活力和魅力。

1.1.5 农业品牌建设：英德市还注重农业品牌的建设，如英德红茶、英德麻竹笋等，都是地理标志农产品。通过挖掘农产品的文化内涵和历史价值，英德市成功地将这些产品推向更广阔的市场，提高了农产品的文化附加值和品牌影响力。

1.2 随着消费者对高品质农产品的需求日益增长，尤其是对健康、环保、有机农产品的追求，浈江镇的农产品市场潜力得到了显著提升。这一趋势与白鹿乡农业发展有限公司的发展策略不谋而合。

白鹿乡公司，作为浈江镇农业产业的重要力量，受到了政府的大力支持。清远市白鹿乡农业发展有限公司是浈江镇的一个重要企业，专注于推广和销售浈江本地的农产品。该公司通过规范生产流程、严控品质、制作专属包装和统一品牌设计等方式，整合种植大户，统一标准，扩大种植规模，减少中间商差价，从而让利于农民。白鹿乡公司的成立和发展得到了浈江镇驻镇帮镇扶村工作队的支持。该工作队深入各村调研，发现浈江本地农产品大多经过中介商贩转手，贴上外地品牌在珠三角进行销售，中间差价近乎 2-3 倍，这种态势不仅减少了浈江农民的经济收入，也对浈江农产品品牌的发展造成了较大影响。因此，工作队全力推动成立了白鹿乡公司，以农民-经济联社-白鹿乡公司-珠三角为销售路径，打造新型集体经济发展模式，激发乡村振兴新动力。该公司通过以下方式推动了当地农产品市场的发展：

1.2.1 整合资源：白鹿乡公司整合了种植大户和散户，统一了种植标准和流程，

提升了农产品的整体品质。

1.2.2 品牌打造：公司注重品牌建设，通过专属包装和统一品牌设计，提升了浣农产品的市场形象。

1.2.3 销售渠道拓展：白鹿乡公司开拓了新的销售渠道，包括线上电商平台和线下直营店，减少了中间环节，增加了农民的收入。

2. 农产品特色及优势

2.1 蚕桑产业：拥有大规模种植基地，采用现代化养殖技术，提高了养殖效率。

2.2 蔬菜产业：通过订单农业模式，提升了蔬菜的产量和质量。

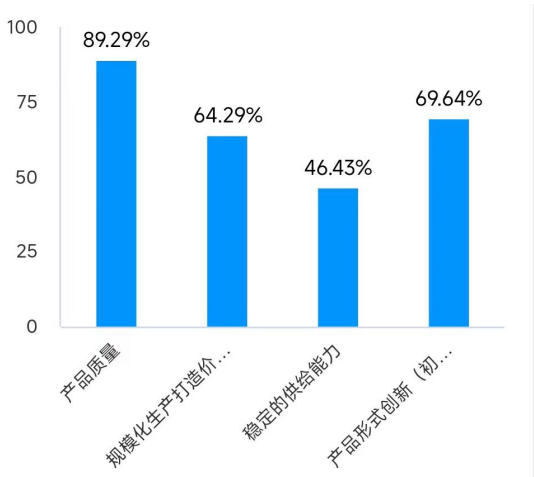
2.3 水稻产业：通过垦造水田，将闲置或低效土地转变为高产稻田。

第2题：三、浣农镇农产品市场潜力分析

2.（农产品特色及优势）您认为浣农镇农产品的哪一项特色最能够提升其市场竞争力？

[多选题]

选项	小计	比例
产品质量	50	89.29%
规模化生产打造价格优势	36	64.29%
稳定的供给能力	26	46.43%
产品形式创新（初级农产品深加工）	39	69.64%
本题有效填写人次	56	



（图一与图二为问卷调查结果）

3. 市场潜力预测

预计随着品牌建设的加强、销售渠道的多元化，尤其是结合拼多多直播带货等新型营销手段，浣农镇的农产品市场潜力将得到进一步挖掘。特别是在蚕桑、蔬菜等特色产品领域，通过外语推广策略，有望打开更广阔的市场。

四、拼多多外语直播带货实践分析

1. 外语直播带货概述

1.1 直播带货的定义

直播带货是指通过网络直播平台，由主播实时展示商品并推荐购买的一种新型电商销售模式。它结合了娱乐性和商业性，为消费者提供了更加直观、便捷的购物体验。

1.2 外语直播带货的优势

外语直播带货能够打破语言障碍，吸引更多国际消费者关注中国农产品。同时，通过

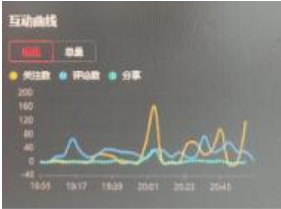
与国外消费者的直接互动，可以更好地了解他们的需求和偏好，从而调整和优化产品策略。

1.3 拼多多平台外语直播带货的特点

拼多多以其“社交+电商”的模式著称，外语直播带货在拼多多上更是将这一点发挥得淋漓尽致。通过拼团、砍价等社交元素与直播带货相结合，有效提升了用户参与度和购买意愿。

2. 拼多多外语直播带货数据统计

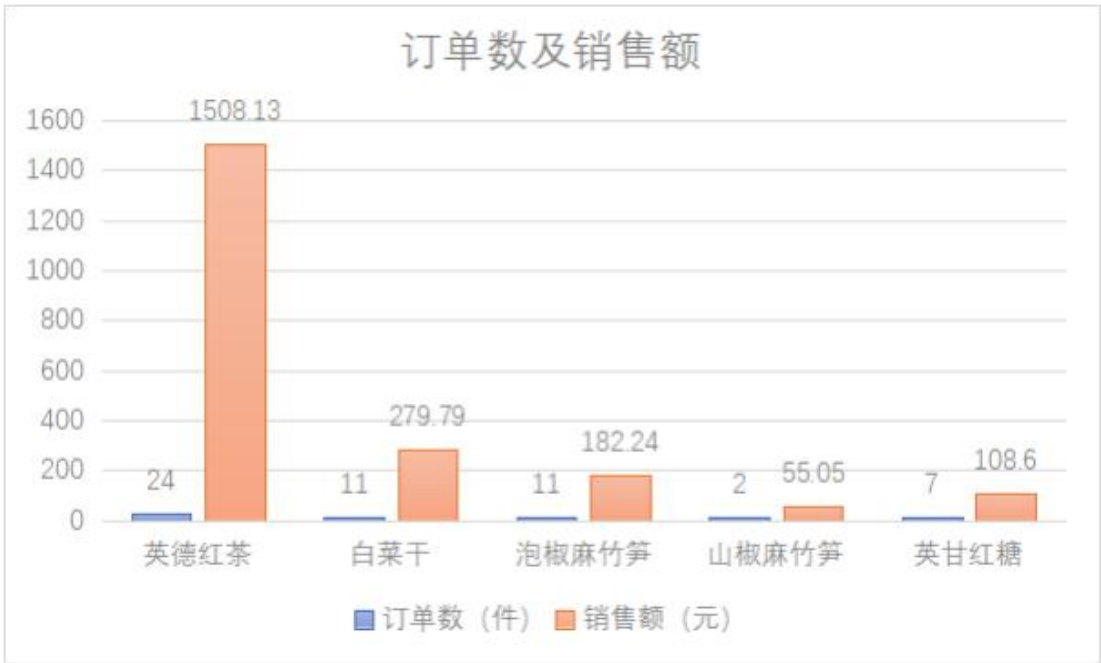
2.1 直播观看人数及互动情况

	累计观看 (人次)	互动频率	销售额 (元)	新增粉丝 (人)
第一次	2728		1748.35	33
第二次	8277		2133.8	699

(图三为第二场直播数据)

广州大学外国语学院“如炬晨曦”突击队共在浣洸镇进行了两场电商直播带货。从两次直播数据可以看出，外语直播带货对消费者有较强的吸引力，互动情况活跃。观众通过弹幕、点赞、分享等方式与主播积极互动，形成了良好的购物氛围，取得了较好的带货效果。

2.2 销售额及订单量

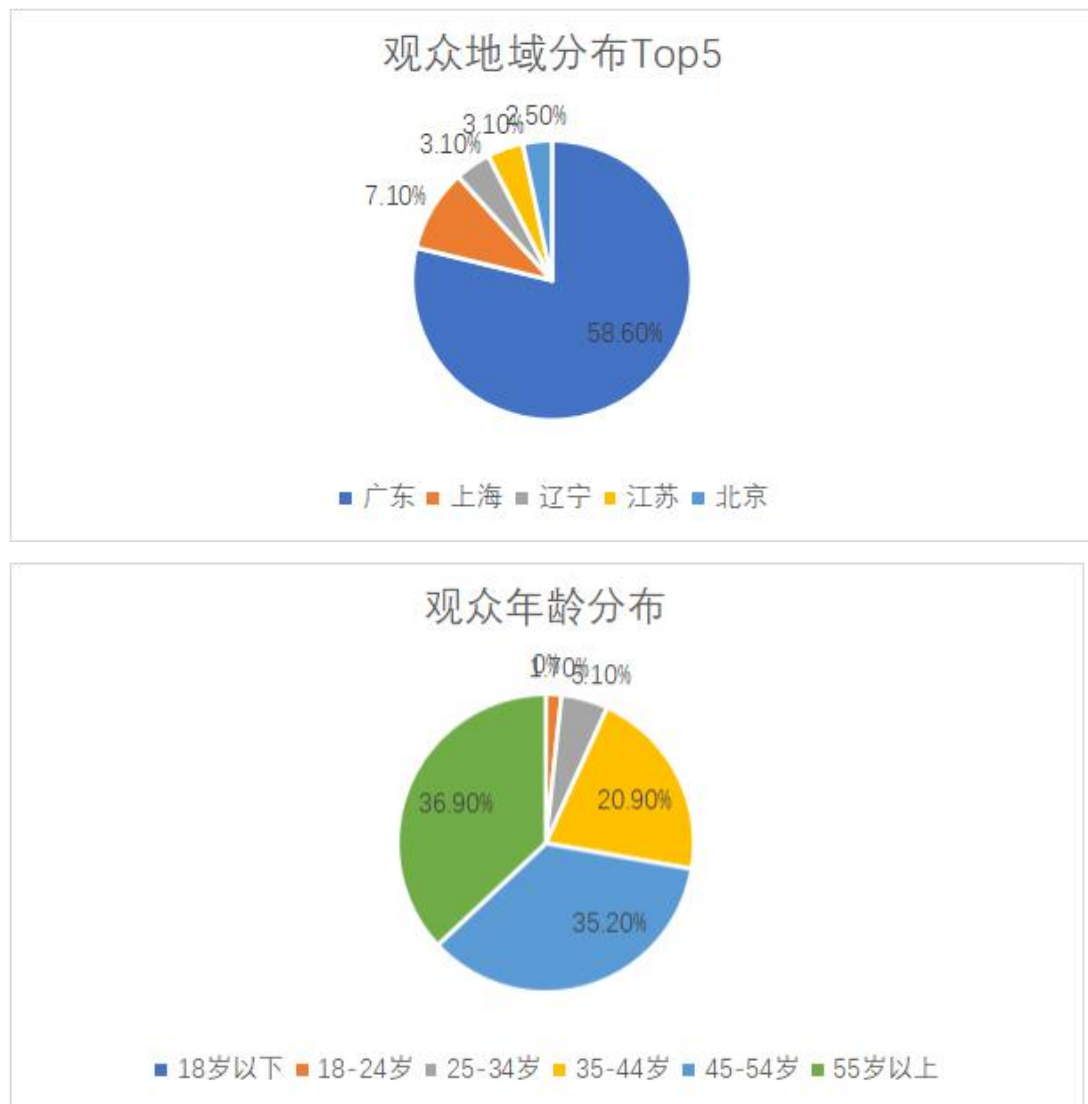


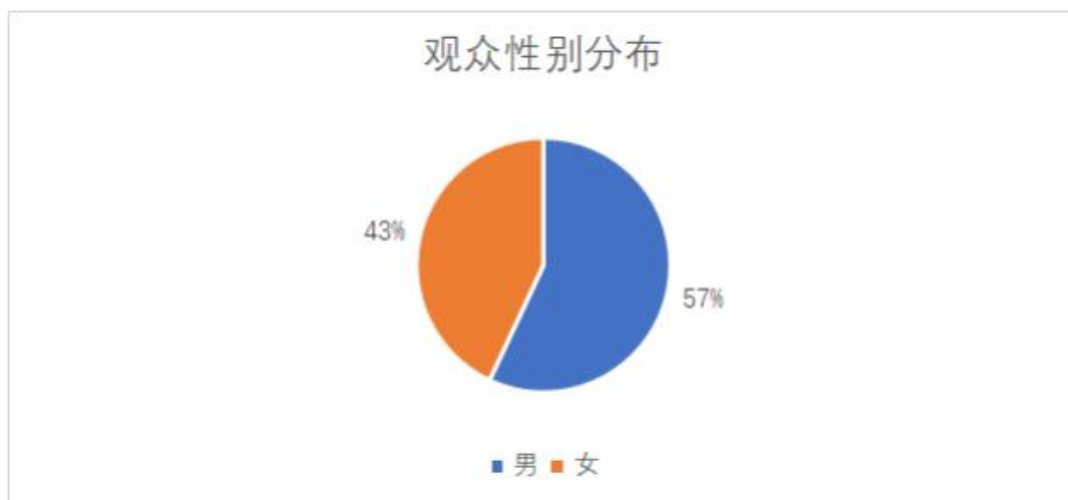
（图四为第二场直播数据）

（图为第二次直播带货数据，总销售额为 2133.8 元）

由数据可得，消费者青睐英德红茶、白菜干和麻竹笋这三个浛洸镇农业的特色农产品，其中外语直播带货为浛洸农产品带来了理想的销售额。通过直播，浛洸农产品的优势能被直观地展示给消费者，提升消费者的购买欲。同时，直播间的优惠活动和限时抢购也进一步刺激了消费者的购买欲望，使订单量取得较为理想的结果。

2.3 用户画像分析





（图五六七为第二场直播数据的用户画像分析）

数据表明，观看外语直播带货的用户主要集中在中年群体和中高收入群体。他们对品质生活有较高追求，对新鲜事物充满好奇。此外，这些用户还具有较强的购买力和消费意愿，是浣洸镇农产品的重要目标客户群。

3. 外语直播带货案例分析

3.1 成功案例分享

外语直播带货需具备流利的外语口语能力、专业的产品知识、良好的沟通能力和互动能力。同时，选择适合的产品和目标市场，制定合适的营销策略，也是成功的关键因素。

正如新东方在“双减”政策背景下尝试转型直播带货，定位助农直播，而其直播间的特点正是采用中英双语并穿插历史文化知识进行直播带货。

例如主播董宇辉用字正腔圆的英语介绍大虾“Rich in nutrition”（营养丰富），顺便讲解“rich in”这一短语的正确用法；在售卖百科全书时，他也会用英语表达相关内容，如“This is an encyclopedia book, I love this book, because it enriches my knowledge, expands my view or my horizon...” ,同时也分享自己的阅读心得和知识见解。

新东方的成功转型得益于多方面的因素，首先其发挥了自身的优势，利用新东方在英语教学方面的专长，形成独特的“双语带货”风格，提升了直播的辨识度和吸引力；再者，其契合平台模式，即直播的内容调性与直播平台强调的兴趣电商模式高度契合，以优质内容将商品和消费者连接起来，获得了平台的流量扶持；最后，新东方也能够准确把握市场时机，在各大销售活动中，为消费者提供优质的直播内容和产品。

英德市浣洸镇的农产业发展也可参考新东方电商带货的成功经验，建立有自身特色的农产品电商品牌，打造自身的市场优势，助力本地农产品发展。

3.2 失败案例剖析

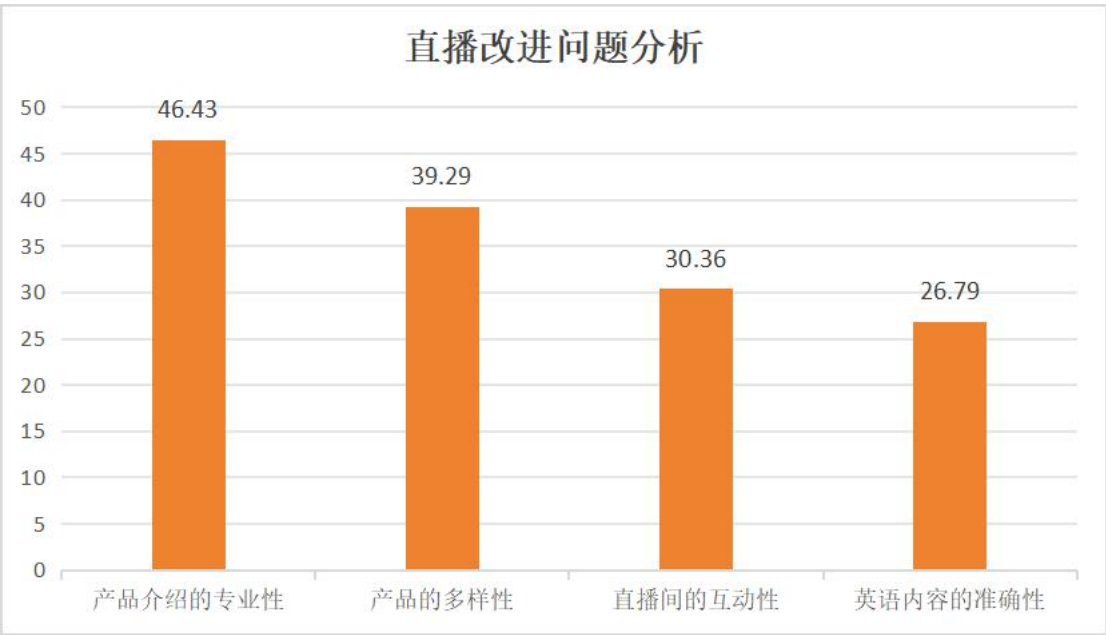
直播带货的成功与否受多种因素的影响，包括主播的语言能力、产品选择、市场环境、

营销策略、消费者习惯等。在海外市场，由于文化消费习惯、电商基础等方面与国内存在差异，外语直播带货可能面临更多的挑战。

比如某“英国留学女主播”被网友发现其口语能力几乎为零，甚至连直播间大哥的名字“uncertainty（不确定）”和“energy（能量）”都不知道怎么读，也不清楚其意思，引发大哥们和弹幕的质疑。又譬如带货博主缺乏直播和推荐货品的推销经验且不间断直播并未带来直接可观的收入，导致大量的博主退出直播带货的计划；参与直播带货的不少是没有知名度的品牌，甚至夹杂山寨品牌，很多博主并不乐意带货；并且由于库存仓储，物流送达时间偏慢等问题，导致带货博主掉粉。

虽然电商带货是时代的趋势，但浣洸镇也要看到电商带货会面对的困难。例如，在本次广州大学外国语学院利用外语助力英德市农产品时，就利用了直播带货的销售方法，在其中，本团队遇到了产品知识、语言壁垒、直播话术等问题，这都是直播带货常遇到的，这两次的直播给浣洸镇的白鹿乡公司带来了许多的直播经验，同时也为其吸引了平台的流量，使本地的农产品更广泛地出现在公众的视野。

下图，则是本团队两次直播后的问题总结分析：



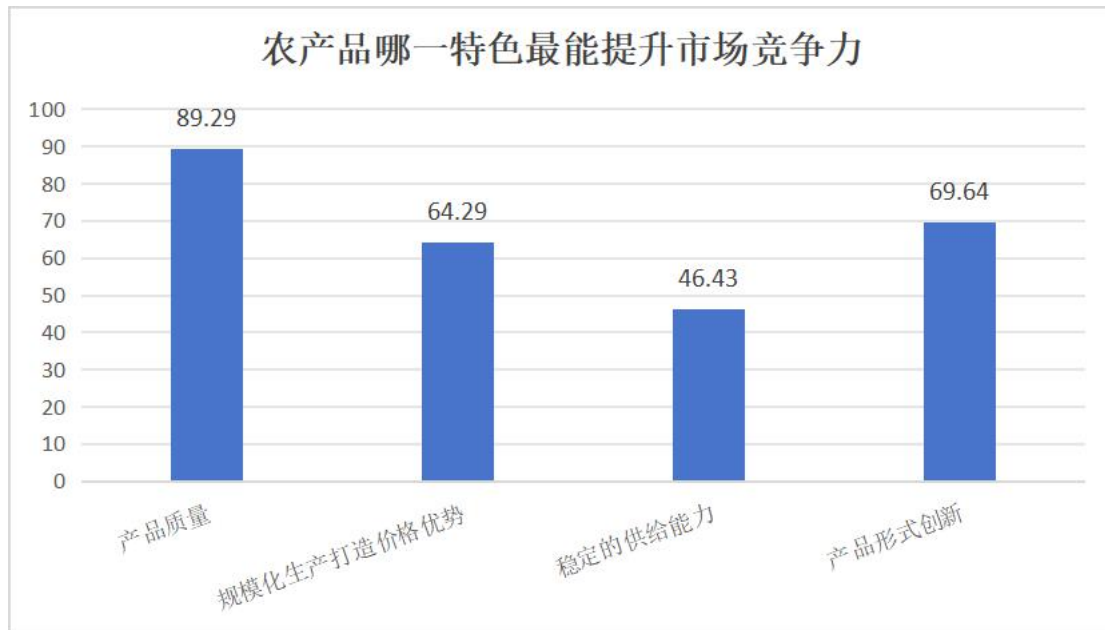
（图八为问卷调查中关于直播改进问题的分析）

3.3 外语直播带货策略优化

3.3.1 市场与目标受众调研

3.3.1.1 分析目标市场：对目标国家或地区的市场规模、消费习惯、文化背景法律法规等进行深入研究，了解当地消费者对于产品的需求、偏好以及购买能力，以便针对性的选择产品和制定销售策略。例如在本次英德市浣洸镇双语农产品直播带货的前期准备中，直播团队根据麻竹笋、红糖、英德红茶等产品的特征进行了深入的市场调研，了解及目标群体和市场价格。

3.3.1.2 定位目标受众：通过市场调研和数据分析，明确外语直播带货的目标受众群体包括年龄，性别，职业，兴趣爱好，消费习惯等方面的特征以便更好的满足他们的需求和期望。



（图九为问卷结果分析）

正如上图所示，则是本团队在直播前的关于农产品特色市场竞争力的调研结果。根据以上数据，我们得出消费者最关注的是农产品的质量问题的。

3.3.2 主播团队与能力建设

3.3.2.1 选拔与培养：选拔具备流利外语表达能力，丰富产品知识，良好销售技巧和较强互动能力的主播。定期组织培训，提升主播的语言能力，产品知识，销售技巧和文化适应性，确保主播能够准确生动的介绍产品和与观众互动。在本次英德市浛洸镇的双语农产品直播期间，主播们深入学习产品知识，学习销售技巧以及相应的英语知识。

3.3.2.2 主播风格塑造：根据目标市场和受众的特点，为主播塑造独特的直播风格和个人品牌形象，使其在众多主播中脱颖而出。例如对于欧美市场可以打造幽默风趣，热情奔放的主播形象；对于日本市场可以塑造严谨专业，彬彬有礼的主播形象。

3.3.3 直播内容与形式创新

3.3.3.1 产品展示与讲解：采用生动直观的方式展示产品的特点，功能和使用方法，可以通过实物演示，对比评测，案例分享的方式，让观众更好的了解产品的价值和优势。此次英德市浛洸镇的双语农产品直播，主播们营造了欢快轻松的直播间氛围，吸引大量观众前往直播间。

3.3.3.2 文化融合与故事讲述：在直播中融入目标市场的文化元素和价值观念，讲

述产品背后的故事和品牌文化，增强观众的情感共鸣和认同感。例如，在介绍英德红茶时，主播们讲述了英德红茶与即将举办的巴黎奥运的故事，同时也为观众们介绍了英德红茶的历史渊源、制作工艺和其蕴含的深厚文化内涵，这也大大吸引了观众们的注意力和购买欲望。

4. 外语直播带货在农产品市场推广中的应用

4.1 农产品品牌形象提升

4.1.1 产品品质与标准化

4.1.1.1 严格把控品质：从农产品的种植，养殖，收获，加工到包装的全过程实施严格的质量监控和管理体系，确保农产品的安全，健康和高品质。

4.1.1.2 推动标准化生产：制定并执行统一的生产标准，包括农产品的品种选择、种植养殖技术规范、农药化肥使用标准、加工工艺标准、包装规格等，使农产品在品质规格，口感等方面保持一致性和稳定性。

4.1.2 品牌定位与文化塑造

4.1.2.1 精准品牌定位：深入研究市场需求和竞争态度，明确农产品的目标市场和消费群体，确定品牌的核心价值和独特定位。例如可以将品牌定位为“绿色有机”，“高端品质”“传统风味”，“地域特色”等。

4.1.2.2 挖掘品牌文化内涵：结合农产品的产地文化，历史渊源，种植养殖传统民族风情等元素，挖掘和塑造品牌的文化内涵和故事，赋予品牌丰富的文化底蕴和情感价值，增强品牌的吸引力和感染力。例如在本次英德市浈江镇双语农产品直播带货中，主播们结合了金毛毫从宋代至民国时期的历史渊源，为直播间的观众们讲述了金毛豪有趣的文化故事。

4.1.3 品牌设计与包装创新

4.1.3.1 品牌名称与标识设计：设计一个简洁、易记、富有创新和内涵的品牌名称和标识能够准确传达品牌的核心价值和特色，品牌名称要具有独特性和辨识度标识要具有视觉冲击力和美感。

4.1.3.2 包装设计与创新：根据品牌定位和目标市场的需求，设计具有个性化时尚化，环保化的包装，包装要注重保护农产品的品质和安全同时要突出品牌形象和文化内涵，能够吸引消费者的眼球和激发购买欲望。例如英德市浈江镇白鹿乡公司的麻竹笋产品包装，其融合了中国传统文化的元素。

4.2 农产品销售渠道拓展

4.2.1 传统销售渠道拓展

4.2.1.1 批发市场拓展：加强英德市浈江镇与各地大型农产品批发市场的联系与合作，了解不同市场的需求特点和交易规则，积极组织农产品进入这些大型市场进行批发销售。可以通过设立摊位，代理销售，委托配送的方式扩大农产品在批发市场的份额和影响力。

4.2.1.2 超市与零售商合作：英德市浚洸镇可以积极与各类超市，便利店等零售商建立长期稳定的合作关系，根据零售商的采购需求和质量标准，提供定制化的农产品供应方案。同时加强与零售商在营销活动促销策略，陈列展示等方面的合作，提高农产品的销售效率和市场覆盖面。

4.2.2 电商平台销售

4.2.2.1 第三方电商平台：英德市浚洸镇的相关农产品产业可以入驻淘宝，京东，拼多多等大型综合电商平台开设官方旗舰店或专卖店，展示和销售农产品。利用平台的流量优势，营销工具和物流配送服务，拓展线上销售渠道。同时，积极参与平台的促销活动，直播带货，社群营销等，提高农产品的曝光度和销售量。

4.2.2.2 自建电商平台：如果英德市浚洸镇的相关农产品企业有条件，可以自主搭建农产品电商平台，通过网站、移动应用等形式直接面向消费者销售农产品。自建电商平台可以更好的掌握品牌形象，客户数据和销售渠道。

4.2.3 社交电商与社群营销

4.2.3.1 社交电商平台：利用微信，微博，抖音，快手等社交平台，开展农产品的社交电商销售。英德市浚洸镇的相关农产品产业可以通过开设微店、小程序店铺或者在社交平台上发布产品信息、推广链接，引导用户进行购买。同时，利用社交平台的社交互动功能，开设社群营销活动，如团购、拼单、限时折扣等，提高农产品的销售转化率。

4.2.3.2 社群运营：英德市浚洸镇相关的农产品产业，可通过建立农产品的消费者社群，如微信群、QQ群、论坛社区等，定期发布农产品的种植养殖动态、产品信息、优惠活动等内容，加强与消费者的互动和沟通，增强消费者的信任度和粘性。通过社群运营，英德市浚洸镇的农产品产业可以实现农产品的精准营销和口碑传播，提高销售效果。

4.2.4 农产品出口与跨境电商

4.2.4.1 农产品出口：英德市浚洸镇的相关农产品企业可了解国际市场的需求和标准，加强与外贸企业、进出口商的合作，将优质农产品推向国际市场。同时，相关的农产品企业可以积极参加国际农产品展览、展销会等活动，例如广交会，展示和推广农产品品牌，拓展国际销售渠道。

4.2.4.2 跨境电商平台：相关的农产品企业可利用亚马逊，速卖通，Wish等跨境电商平台，开展农产品的跨境电商销售。通过跨境电商平台，可以将农产品直接销售给国外消费者，突破地域限制，拓展全球市场。

4.2.5 农产品旅游与体验式销售

4.2.5.1 农业旅游与采摘体验：英德市浚洸镇的相关农产品企业可以结合农业观光旅游、休闲度假等项目，开展农产品的旅游与体验式销售。例如，建设农业

观光园、采摘园、农家乐等，使旅客在体验农业生产、采摘农产品的过程中，购买农产品。这种销售模式可以增加农产品的附加值，提高销售收益。

4.2.5.2 农产品加工体验与销售：相关的农产品企业可开展农产品的加工体验活动，如炒茶，腌制麻竹笋等，让消费者亲身体验农产品加工的过程，同时销售加工后的农产品。这种体验式销售模式可以增加消费者对农产品的认知度和购买欲望。

4.3 农产品市场潜力挖掘

挖掘农产品的市场潜力有多种方式，包括市场调研与需求分析，产品创新与差异化，拓展农产品用途，开发农村电商数字农业，加强品牌建设与营销推广，产业融合与协同发展等。

4.3.1 市场调研与需求分析

4.3.1.1 消费者需求调研：通过问卷星调查、访谈、焦点小组等方式，深入了解不同消费群体对农产品的需求、偏好、购买习惯和消费能力。例如，了解英德市浈洸镇以及对应销售地区的居民对于有机农产品，绿色农产品、功能性农产品的需求情况以及他们对于农产品的品质、口感、包装、品牌等方面的期望和要求。

4.3.1.2 市场趋势分析：关注国内外农产品市场的发展趋势，包括消费趋势、技术趋势、政策趋势等。例如，随着人们健康意识的提高，对营养丰富，具有保健功能的农产品（如：红糖）需求不断增加；随着电子商务的发展，农产品的线上销售市场份额逐年扩大；随着环保政策的加强，对绿色、可持续生产的农产品需求也在不断上升。

4.3.2 产品创新与差异化

4.3.2.1 品种创新：英德市浈洸镇的相关农产品企业可加强与农业科研机构、高校的合作，引进和培育新的农产品品种，满足市场对于多样化、高品质农产品的需求。例如，培育口感更好、营养更丰富、抗病虫害能力更强的水果，蔬菜，粮食等新品种。

4.3.2.2 功能创新：相关的农产业企业可以开发具有特殊功能的农产品，如具有保健功能的富硒农产品、高纤维农产品、低脂农产品等；具有美容功能的胶原蛋白农产品、抗氧化农产品等；具有休闲功能的即时农产品（如：西牛麻竹笋笋干）、冻干农产品、零食化农产品等。

4.3.2.3 包装创新：设计具有吸引力、环保、便捷的农产品包装。可以采用可降解材料、智能包装技术、个性化包装设计（如：西牛麻竹笋笋干的中国古风化包装设计）等，提高农产品的附加值和市场竞争力。

4.3.3 拓展农产品用途

4.3.3.1 工业用途开发：探索农产品在工业领域的应用，如将农产品作为生物燃料、工业原料、饲养原料等。

4.3.3.2 文化创意用途开发：可将农产品与文化创意产业相结合，开发具有文化内涵和艺术价值的农产品衍生品。譬如将农产品加工成手工艺品、艺术品、文化纪念品等；又或者将农产品生产过程、农村生活场景等开发成文化旅游产品、影视动漫作品等。

4.3.4 开发农村电商与数字农业

4.3.4.1 农村电商平台建设：英德市浚洸镇可加强农村、乡镇电商基础设施建设，搭建农产品电商平台，整合农产品供应链资源，为农产品生产者、经销商、消费者提供一站式的电商服务。譬如，建立农产品电商产业园、物流配送中心、电商培训基地等，提高乡镇电商的运营效率和服务水平。

4.3.4.2 数字农业应用：英德市浚洸镇的相关农产品企业能够利用物联网、大数据、人工智能等数字技术，实现农产品的生产、加工、销售全过程的数字化管理和智能化决策。

五、外语推广策略研究

1. 外语推广的重要性

1.1 在全球贸易日益紧密的今天，外语推广在农产品领域的重要性不言而喻。它不仅有助于拓宽农产品的国际市场，提升农产品的国际知名度，还能促进农业技术的国际交流与合作，从而推动农业产业的升级与发展。

1.2 通过外语推广，农产品能够跨越语言障碍，直接触达海外消费者和采购商，有效扩大销售市场和份额。

1.3 良好的外语推广策略能够塑造农产品的国际化品牌形象，增强其在国际市场上的竞争力和吸引力。

1.4 外语是农业科技国际交流的重要工具。通过外语推广，可以引进国外先进的农业技术和经验，同时向世界展示中国的农业科技成果。

1.5 农产品往往承载着丰富的地域文化和传统。外语推广有助于将这些文化元素传递给国际友人，增强民族文化的自信心和影响力。

2. 外语推广对象及目标市场

2.1 外语推广对象主要包括海外采购商、国际电商平台、海外华人华侨、农业技术合作伙伴。

2.1.1 海外采购商可以是农产品出口的主要目标客户，外语推广应重点关注他们的需求和偏好，提供准确的产品信息和便捷的沟通渠道。

2.1.2 随着跨境电商的兴起，国际电商平台成为农产品出口的重要渠道，外语推广可以帮助农产品企业更好地入驻和运营这些平台，吸引更多海外消费者。

2.1.3 海外华人华侨对中国农产品有着深厚的感情和认同感，是农产品国际推广的潜在市场，外语推广可以通过社交媒体、华人社区等渠道，加强与他们的联系和互动。

2.1.4 在农业技术领域，外语推广有助于建立与国际同行的合作关系，共同推动农业科技的进步和创新。

2.2 在目标市场方面，外语推广应根据农产品的特性和市场需求进行精准定位。

2.2.1 对于具有地方特色的农产品，可以针对对异域文化感兴趣的海外消费者进行推广。

2.2.2 对于高品质、高附加值的农产品，可以瞄准对品质生活有追求的海外中高端市场。

2.2.3 还应关注不同国家和地区的文化习俗、消费习惯等因素，制定差异化的推广策略。

3. 外语推广手段及方法

3.1 线上推广

3.1.1 多语言网站与网店建设

3.1.1.1 搭建多语言官方网站：建立一个专业的农产品官方网站，提供多种语言版本（如：英语，法语，德语，西班牙语，日语，韩语等），详细介绍英德市浣洸镇的农产品的品种特点、种植养殖方式、营养价值、产地优势、加工工艺、购买渠道等信息。同时，优化网站的设计和用户体验，确保网站在不同设备上都能流畅访问和浏览。

3.1.1.2 开设多语言网店：相关农产品企业能够在知名的电商平台（如亚马逊，速卖通，eBay 等）上开设多语言网店，将本地的农产品上架销售。优化产品标题、描述、图片、价格等信息，使其符合不同国家的目标市场消费者的搜索习惯和购买需求。此外，提供多种外语的客户服务，以便及时回复不同国家的消费者的咨询和投诉，提高客户满意度。

3.1.2 社交媒体与内容营销

3.1.2.1 创建多种外语社交媒体账号：在国际流行的社交媒体平台（如 Facebook, Twitter, Instagram, YouTube 等）上创建多种外语的官方账号，定期发布农产品的相关内容。也可通过有趣、有用、有价值的内容，吸引不同国家的市场消费者的关注和互动积累粉丝和品牌影响力。

3.1.2.2 开展内容营销活动：制定内容营销计划，针对不同国家的不同节日、季节、热点事件等，策划相关的农产品营销活动。

3.1.3 搜索引擎优化（SEO）与广告投放

3.1.3.1 多种外语 SEO 优化：针对多种外语网站和网店进行搜索引擎优化（SEO）工作，选择与农产品相关的热门关键词（如“Organic fruits”“Natural vegetables”“Free-range eggs”等），并将这些关键词合理的分布在网站的标题、描述、正文、图片 Alt 标题等位置，提高网站在搜索引擎结果页面（SERP）中的排名，增加网站的流量和曝光度。

3.1.3.2 多种外语广告投放：在搜索引擎（如 Google 、Bing 等）和社交媒体平台

（如 Facebook, Twitter, Instagram 等）上进行多种外语广告投放，如关键词广告、展示广告、视频广告、社交广告等。

3.1.4 网红合作与口碑营销

3.1.4.1 寻找多种外语网红合作：在不同国家的不同市场，寻找与农产品相关的网红、博主、意见领袖等进行合作，邀请他们品尝、试用、推荐农产品，并在他们的社交媒体账号上发布相关的内容和评价。通过讲不同外语的网红的影响力和粉丝基础，快速传播农产品的品牌和产品信息，提高农产品的知名度和信任度。

3.1.4.2 开展口碑营销活动：鼓励现有消费者在社交媒体平台、电商平台、产品评价网站等上发布对农产品的好评和推荐，开展口碑营销活动，如用户评价、奖励推荐、有礼、晒单抽奖等。通过消费者的口碑传播，吸引更多潜在消费者的关注和购买。

3.2 线下推广

利用外语线下推广农产品，主要目的是扩大国际市场，提高产品知名度。

3.2.1 国际农业展览会参与：参加国际农业展览会，使用双语或多语种宣传册和展板。提供产品样品，进行现场演示。

3.2.2 本地市场和商店合作：与国外当地市场和商店合作，展示多语种的产品标识和信息。培训当地员工，使用外语介绍产品特点和优势。

3.2.3.外交和文化活动赞助：赞助或参与在外国语言环境中举办的外交和文化活动。提供相应语言的产品宣传资料。

3.2.4 餐厅和酒店合作：与服务国际客户的餐厅和酒店合作，使用外语制作菜单和产品信息卡。为国际游客提供特别优惠或折扣。

3.2.5 旅游行业合作：与旅游部门和旅行社合作，将农产品体验纳入旅游套餐。提供多语言导游服务。

3.2.6 社交媒体和影响力营销：在目标国家流行的社交媒体平台上发布内容。与讲目标语言的农业或食品领域的影响者合作。

通过上述手段和方法，结合目标市场的文化和语言特点，可以有针对性地进行农产品的线下外语推广。

3.3 跨境电商合作

利用外语进行农产品的跨境电商合作，可以有效地拓展国际市场并增加销量。

3.3.1.建立多语言电商平台：在跨境电商平台上设置多语言版本，以便不同国家的消费者能够轻松浏览和购买产品。确保产品描述、条款和条件等所有文本内容都准确翻译。

3.3.2 本地化营销策略：根据目标市场的文化、消费习惯和法律法规制定本地化的营销策略。使用目标语言进行搜索引擎优化（SEO）和搜索引擎营销（SEM）。

3.3.3 国际物流合作：与国际物流公司合作，确保产品能够快速、安全地送达海外消费者手中。提供透明的物流追踪信息，使用外语与客户沟通物流状态。

3.3.4 跨境支付解决方案：提供多种跨境支付选项，包括国际信用卡、电子钱包等。确保支付流程符合目标市场的习惯和法规要求。

3.3.5 社交媒体和网络营销：在目标市场流行的社交媒体平台上建立品牌存在感，如 Facebook、Instagram、Twitter 等。使用目标语言发布内容，与消费者互动，建立品牌忠诚度。

通过上述方法，可以有效地利用外语进行农产品的跨境电商合作，提高品牌在国际市场上的竞争力和知名度。

4. 外语推广效果评估

4.1 品牌知名度提升

4.1.1 扩大市场覆盖范围：使用外语推广可以让品牌进入新的国际市场，触及更多非母语国家的消费者，从而扩大品牌的市场覆盖范围。

4.1.2 增强沟通效果：当产品信息和营销活动使用消费者的母语进行时，可以更有效地传达品牌的价值主张和产品优势，减少语言障碍带来的误解。

4.1.3 提升消费者信任度：本地化的语言和内容可以增加消费者对品牌的信任感，因为它们表明品牌重视并尊重目标市场的文化和语言。

4.1.4 促进社交媒体互动：在社交媒体上使用外语可以促进与消费者的互动，增加评论、分享和点赞，提高品牌的社交媒体曝光度。

总之，利用外语推广农产品是品牌国际化战略的重要组成部分，它不仅有助于打破语言和文化的壁垒，还能提升品牌在国际市场上的竞争力和影响力。

4.2 销售额增长

4.2.1 直接原因：

4.2.1.1 增加了销售渠道：通过外语推广，可以打开更多的销售渠道，如国际电商平台、分销网络等。

4.2.1.2 提升了产品定价：在某些国际市场，农产品的附加值可能更高，允许品牌以更高的价格销售产品。

4.2.2 间接原因：

4.2.2.1 品牌忠诚度：随着品牌知名度的提升，消费者的品牌忠诚度也可能增加，导致重复购买率上升。

4.2.2.2 口碑效应：满意的国际客户可能会通过口碑推荐产品，吸引新客户。

4.2.2.3 市场动态：对特定农产品需求的增加可能会推高价格，从而增加销售额。

4.2.3 长期原因：

4.2.3.1 品牌建设：长期坚持外语推广有助于建立强大的国际品牌形象，这是持续销售增长的基础。

4.2.3.2 市场渗透：随着时间的推移，品牌在目标市场的渗透率提高，销售自然增长。

4.3 市场占有率提高

4.3.1 短期效应：

4.3.1.1 促销活动：利用外语进行的促销和广告活动可能会迅速吸引消费者的注意，带来销售增长。

4.3.2 中期效应：

4.3.2.1 品牌忠诚度：随着品牌知名度的提升，消费者的品牌忠诚度也会增加，这有助于保持和增加市场份额。

4.3.3 长期效应：

4.3.3.1 市场渗透：长期持续的外语推广有助于品牌在目标市场中扎根，逐渐提高市场渗透率。

4.3.3.2 品牌建设：品牌形象的国际化建设是一个长期过程，随着时间的积累，品牌的市场占有率会逐步提高。

利用外语推广农产品可以通过多种方式提高市场占有率，包括开拓新市场、增强品牌竞争力、本地化策略、建立品牌信任、提高可见度、增加销售渠道、匹配消费者需求以及口碑效应等。这些因素共同作用，使得品牌能够在国际市场中占据更大的份额。

六、结论与建议

1. 调研成果总结

通过本次调研，我们深刻认识到浣洸镇在农产品市场发展中的一产优势，以及近年来洪水灾害对当地经济和社会生活的冲击。这些挑战不仅揭示了基础设施的薄弱环节，也反映了经济发展中存在的短板。然而，逆境中的浣洸镇展现出坚韧不拔的精神，我们通过拼多多直播带货等方式，为当地农产品销售开辟了新的可能，同时也提升了产品知名度。

2. 浣洸镇农产品市场发展建议

- 2.1 加强基础设施建设，提高抗灾能力。
- 2.2 优化产业结构，发展二三产业，尤其是农产品深加工和乡村旅游。
- 2.3 提高灾害应对能力，加强预警和应急管理。
- 2.4 利用外语推广策略，拓展农产品国际市场。（东南亚）

3. 外语直播带货及外语推广策略优化建议

- 3.1 培养外语直播人才，提升直播带货效果。
- 3.2 创新直播内容，提高产品知名度。
- 3.3 多渠道推广，扩大国际影响力。

通过参与大学生三下乡活动,我们深刻体会到乡村振兴的重要性,不仅在于经济的振兴,更在于文化的传承、社会的进步和生态的平衡。这次活动让我们学会了如何在困境中寻找机遇,以及在实践中检验和提升自己。我们将把所学经验运用到学习生活中,不断提升自己,为乡村振兴贡献自己的力量。这次活动不仅锻炼了我们的能力,也让我们更加理解了社会责任和国家发展战略的重要性。在未来的学习和生活中,我们将不断努力,为实现乡村振兴贡献我们的一份力量。