

湖南省返乡农民工创业过程中 品牌推广存在的问题及对策

邱秀菊 范征 杨可慧¹

(湖南女子学院, 湖南 长沙 410004)

【摘要】: 为了鼓励农民工返乡留乡创业就业、振兴乡村经济、助力中部崛起, 采用问卷调查法调查研究返乡农民工创业过程中品牌推广状况。结果显示, 返乡农民工创业过程中品牌推广存在企业自身的问题、创业政策宣传力度不够、返乡创业企业品牌意识薄弱等问题, 应通过加强返乡农民工培训、增强品牌推广意识、整合企业的营销推广模式、重视打造品牌的营销网络、积极实施“农产品质量认证”、借助新媒体平台、抓住大数据机遇等措施着力解决, 提高返乡农民工创业成功率。

【关键词】: 品牌推广 返乡创业 乡村振兴

【中图分类号】 F320 **【文献标识码】** A

1 选题背景及研究意义

习近平总书记在十九大报告首次提出“坚持农业农村优先发展”, 把农业农村摆在一个前所未有的国家战略高度。目前我省返乡农民工创业的氛围渐趋浓厚, “输出打工者、引回创业者、带动就业者”的返乡创业经济态势正在兴起。在新冠疫情影响下, 湖南省旅游、餐饮、会展等农民工就业较为集中的行业受冲击较大, 大部分返乡创业的农产品品牌属于弱势品牌, 影响范围只在地级市, 往往具有较好的品牌价值却缺乏专业的品牌推广, 给湖南省农村经济发展带来冲击。针对湖南省返乡农民工创业过程中品牌推广存在的问题的对策研究, 对解决创业过程中的品牌推广问题、鼓励农民工返乡留乡创业就业、振兴乡村经济、助力中部崛起、融入内循环经济具有重大意义。

2 湘字农产品品牌推广存在的问题

2.1 企业自身存在的问题

2.1.1 品牌营销意识薄弱, 宣传推广效果欠佳。

通过图 1 对在创业过程中创业企业更加关注的方面的调查, 可以看出产品质量摆在首位, 占 85%, 销售渠道占 57%, 而品牌建设和广告代言分别占 28%和 8%, 占比较少, 另一方面也可以看出大多数创业企业缺少品牌管理意识, 对品牌推广的重视程度较低。

¹**作者简介:** 邱秀菊(2000-), 女, 广东潮州人, 本科在读;

范征(1968-), 男, 湖南长沙人, 教授, 研究方向: 市场营销;

杨可慧(2000-), 女, 湖南益阳人, 本科在读。

基金项目: 2020 年度湖南省大学生创新创业训练计划项目:《湖南省返乡农民工创业企业品牌管理问题研究》(项目编号: 4212)



图1 创业企业关注的方面

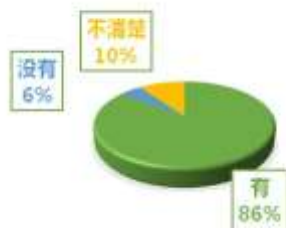


图2 创业者认为品牌形象对产品销售的影响

图2 数据表明 85%的企业认为品牌形象对产品有影响，说明有的企业已经意识到了建立企业品牌的重要性，但是没有提炼出企业品牌的内核，这样的企业往往过分重视产品质量和广告而忽略了同等重要的品牌建设，导致投入大但收效甚微。此外还有 5%的受访者认为牌形象对产品没有影响，还有 10%的企业品牌意识淡薄，没有品牌管理意识。

2.1.2 没有建立专业的品牌管理团队。

通过图3对受访者文化程度的调查数据可知，受访者的文化程度为中学(中职)的占比为 54.5%，专科占比为 29%，本科及以上占比为 9.5%，小学占比 7%。在湖南省返乡创业人群中文化程度为中等教育占较大比例。

通过图4对创业者文化程度与创业情况的交叉分析可以看出，中学(中职)人群中创业过但失败了的的比例最高，达 39.45%，返乡创业者难接触到专业的品牌管理知识，缺乏品牌管理技能，因此创业失败的比例较高。

2.1.3 品牌传播方式不合理。

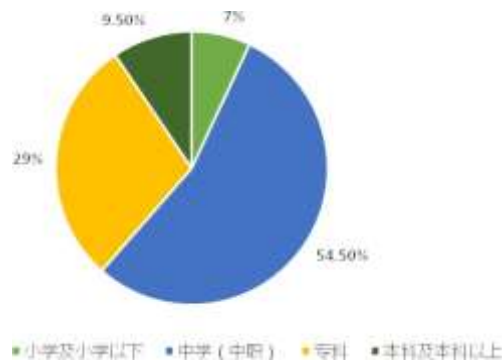


图3 受访者文化程度



图4 创业者文化程度与创业情况

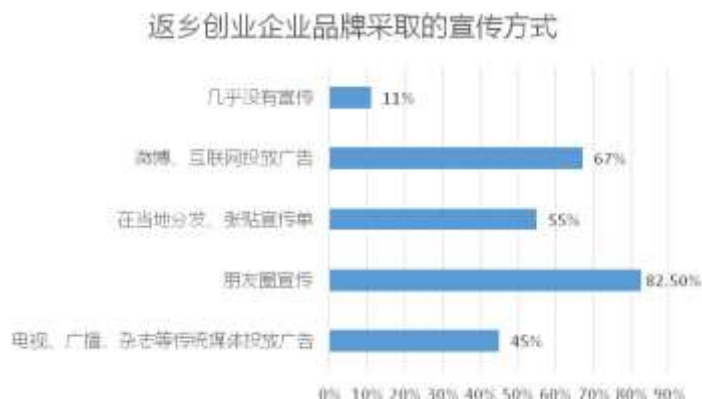


图5 返乡创业企业采取的品牌宣传方式

通过对返乡创业企业品牌采取的宣传方式的调查，结果如图5所示，选择在朋友圈进行宣传的比例最高，占82.5%，67%的企业选择在互联网投放广告，55%的企业采用传统的传单方式，45%的企业选择在传统媒体投放广告，11%的企业几乎没有宣传。很多企业缺乏整套的广告策略和商标品牌战略，没有利用新兴的传播媒介，没有合理的长线发展计划。

2.2 创业政策宣传力度不够

2.2.1 政策落实不到位，创业问题的解决难达预期。

尽管国、省、市已出台了很多关于促进创新创业的政策措施，但由于各级各部门配套落实难，导致大多数农村地区的基础设施还不完善，创业成本仍然很高，如农民收入低、产品外运的路途较远，造成农民工返乡创业产品销售渠道不畅等问题。

2.2.2 缺乏有力的政策宣导。

各试点地区出台了一系列的优惠政策，不断加大扶持农民工返乡创业就业的力度。但是，由于地区财力有限等原因，有部门对奖补政策不敢宣传、不愿宣传，加上农民工获取信息途径十分有限，很多创业者无法真正享受得到优惠奖补。

2.3 返乡创业企业品牌意识薄弱

2.3.1 企业管理者自身的品牌管理意识不足。

大部分返乡农民工在创业过程中创业热情高，但创业的综合素质还不够强。由于学历和知识水平等因素的限制，对于品牌管理意识还没有清晰的认识，大多数企业的品牌没有独特优势，缺乏竞争力，低水平重复投资，导致相关市场过度饱和，很难获得额外利润。

2.3.2 相关企业品牌推广培训体系仍然不完善。

目前我国国内关于企业品牌推广培训的相关师资队伍、品牌管理内容研究还不够完善，因此针对返乡农民工的企业品牌管理培训还存在缺口和不足，通过问卷调查，可以反映出农民工迫切需要政府提供相关专业的品牌推广知识培训。

2.3.3 创新创业平台效能亟待发挥。

通过图6对创业者认为有效的品牌管理和建设的方法的调查，可以看出打造企业文化和讲好企业故事占68.5%，线上推广和线下宣传分别占64%和45%，另一方面也可以看出创业者对于品牌管理培训方面的诉求，很多创业企业缺少专业的品牌管理意识和团队。目前，我省虽建立相关创业指导平台，但真正能对创业者实行专业化指导、一条龙服务的较少，许多有竞争力、有前景的项目，因品牌管理知识培训的缺口，导致无法落实的案例也有很多。



图6 创业者认为有效的品牌管理和建设方法

3 针对湘字农产品品牌推广问题提出针对性对策

3.1 企业自身需加强品牌推广能力

3.1.1 构建专业的品牌管理团队。

若想促使企业实现长远化的发展并获取更高的经济效益，不能忽视团队中人的作用，应当打造科学合理的管理团队，吸纳专业化人才，打破陈旧的管理思想，重视品牌管理在企业发展过程中的地位，发挥品牌推广的作用，树立良好的品牌形象。

3.1.2 明确企业的品牌核心价值。

明确的品牌核心价值和深入人心的品牌故事不仅能使消费者有效识别品牌的个性以及利益，还可以在在一定程度上促使消费者认可企业的品牌，从而形成企业优势和市场竞争能力，更好地开拓市场、扩大企业市场份额。

3.1.3 借助新媒体平台，抓住大数据机遇。

随着“互联网+”农产品电子商务的发展，农产品创业企业要积极响应线上推广，整合企业的营销推广模式，重视组建品牌的营销网络。同时，还要在微信、微博、抖音等平台上加大广告宣传，使农产品品牌通过多渠道走出湖南。与社区电商合作，最大程度地扩大品牌影响力，最大程度地收集市场反馈意见，增强消费者对湘字农产品品牌的好感度。

3.2 加强对国家政策的宣传力度

2020年3月11日，湖南省发布了《应对新冠肺炎疫情影响促进农民工就地就近就业的八条措施》，为解决农民工返乡创业问题提供了极为重要的支撑力量，但大多数返乡农民工对国家政策、对“双创”的理解仅仅是一知半解。因此加强对国家政策、政府相关就业政策的宣传力度对于提高返乡农民工创业成功率、解决返乡农民工创业企业的管理问题，全面改善创业、就业的严峻形势而言起着举足轻重的作用。

3.3 加强与返乡农民工的联系，及时解决湘字农产品创业企业的品牌推广问题

返乡农产品创业品牌推广方面表现出的各种问题，很大程度上表明当前湖南省返乡农民工在创业过程中难以通过自身去解决创业出现的问题，为此，可以从以下两方面予以积极解决。

3.3.1 深化到乡、县进行农民工创业企业登记，定期对返乡创业企业进行访问。

诸多返乡农民工对企业品牌推广手段往往不熟悉，创办企业时遇到品牌推广问题往往半途而废。湖南省政府和地方各级人力资源和社会保障部门应组建专业创业指导团队，针对返乡农民工的心理和行为，进行专业而深入的创业心理指导以及创业知识指导。此举措可改善多数返乡农民工传统的创业心理，变被动为主动，积极地解决返乡创业品牌管理问题。

3.3.2 定期组织召开返乡农民工创业企业交流会。

通过邀请成功的返乡农民工创业企业进行创业交流，一方面可以利用榜样的力量坚定返乡农民工的创业决心，激发创业热情；另一方面可以很大程度上解除返乡农民工创业品牌推广问题上的疑虑，学习优秀企业的经验，进一步提高创业能力，对助力返乡农民工解决创业问题具有重要的借鉴意义。

3.3.3 积极实施“农产品质量认证”。

政府部分要积极引导湘字农产品品牌申请农产品质量认证，经认证的产品在市场上销售时可以获得更多附加值，更好地走出湖南市场。良好的农业规范认证、有机产品认证、危害分析与关键控制点体系认证等与国际接轨的认证形式还可顺利突破国际贸易技术壁垒，使产品更顺利地进入国际市场。

3.4 构建返乡农民工品牌意识教育支持体系

3.4.1 创新返乡农民工创业品牌管理理念。

我国关于培养品牌管理意识相关研究还比较有限，企业品牌意识教育的理论体系发展还不够成熟，一方面过于强调理论知识，企业品牌意识教育课程抽象化，不具备实践性和可操作性；另一方面理论体系的发展尚未系统化，还不足以作为政府开展返乡农民工企业品牌意识培训的理论支撑。

3.4.2 建设针对返乡农民工企业品牌管理意识教育的师资队伍。

一方面，国内企业品牌管理培训的专业化理论水平不高，要求老师有相对较高的专业化理论和素养才能满足品牌意识培训的需要。另一方面，这门课程本身具有非常高的实践性，缺乏创业实践经历的老师难以发掘返乡农民工的内在潜能，难以引导他们对自身能力和创业前景做出精准的判断。因此应该针对性地对创业培训的老师进行定期培训，通过各高校专家、学者等加强对企业品牌推广意识培育问题的相关研究，助力解决返乡农民工品牌推广意识问题。

3.4.3 建设专门针对返乡农民工中有竞争力项目的创业孵化基地。

通过政府建立创新创业平台，提供专业化的指导，为返乡农民工创业、解决品牌推广问题提供至关重要的引导和支撑作用。建设专门针对有能力、有想法的返乡农民工培训并为其提供场地、技术咨询等功能的创业孵化基地，可以更好地为返乡农民工创业提供最大的生存保障和良好的环境条件，更加集中有效的提升返乡农民工的品牌管理意识，从而内化形成解决创业企业品牌管理问题的动力。

参考文献:

- [1]徐圣.关于进一步加强我市农产品品牌建设的建议[R].民革湘潭市委参政议政报告,2019.
- [3]施张新.我国外贸企业品牌管理存在的问题及对策研究[J].现代业,2018(36):40-41.
- [3]王克.关于企业品牌管理现状与问题的相关研究[J].现代商业,2019(04):20-21.
- [4]刘书兵,张娟.品牌管理的国内外研究现状及主要观点[J].中小企业管理与科技(下旬刊),2014(03):1.
- [5]中共中央办公厅国务院办公厅印发《关于加快推进乡村人才振兴的意见》[J].中华人民共和国国务院公报,2021(07):22-28.