

## 湖北省潜江市小龙虾营销策略研究

黄山 (长江大学经济与管理学院, 湖北荆州 434020)

**摘要** 小龙虾作为潜江的支柱性产业,对促进地方经济发展起到了巨大的作用。经过多年的发展,潜江已形成了集科研示范、良种选育、苗种繁殖、生态养殖、加工出口、健康餐饮、冷链物流、精深加工、节庆文化、产城融合为一体的较为完整的小龙虾产业链,但随着社会经济的发展,人们的消费水平和消费需求都得到了明显的提高,潜江小龙虾目前的营销现状已经不能应对日新月异的变化,为了实现潜江小龙虾的良性发展,需要对潜江小龙虾营销策略进行研究。以潜江市小龙虾为例,首先对潜江市发展小龙虾产业的优劣势、机遇与挑战进行了分析,并制定出了SWOT矩阵图为其提供战略指导,接着分析了潜江市小龙虾营销现状及营销过程中面临的问题,然后提出有利于潜江市小龙虾发展的策略改进建议。

**关键词** 潜江市;小龙虾;营销现状;策略改进

**中图分类号** S-9 **文献标识码** A

**文章编号** 0517-6611(2022)09-0213-05

**doi**:10.3969/j.issn.0517-6611.2022.09.053



开放科学(资源服务)标识码(OSID):

### Research on Marketing Strategy of Crayfish in Qianjiang City, Hubei Province

**HUANG Shan** (School of Economics and Management, Yangtze University, Jingzhou, Hubei 434020)

**Abstract** As the pillar industry of Qianjiang, crayfish has played a huge role in promoting local economic development. After years of development, Qianjiang has formed a relatively complete set of scientific research demonstration, improved breeding, seed breeding, ecological breeding, processing export, healthy catering, cold chain logistics, intensive processing, festival culture, and industry-city integration. The crayfish industry chain, but with the development of social economy, people's consumption level and consumption demand have been significantly improved. The current marketing status of Qianjiang crayfish has been unable to cope with the ever-changing changes. Development requires research on Qianjiang crayfish marketing strategy. This article takes Qianjiang crayfish as an example, first analyzes the advantages, disadvantages, opportunities and challenges of developing crayfish industry in Qianjiang City, and draws up a SWOT matrix diagram to provide strategic guidance for it, and then analyzes the marketing status of Qianjiang City crayfish and the problems faced in the marketing process, and then puts forward strategies to improve the development of Qianjiang City crayfish.

**Key words** Qianjiang; Crayfish; Marketing situation; Strategy improvement

小龙虾,学名 *Procambarus clarkii*,也叫克氏原螯虾、红螯虾,属淡水经济虾类,原产于美国南部路易斯安那州,二战期间作为养殖牛蛙的饲料被日本引进,20世纪30年代从日本传入我国南京,20世纪60年代南京出现了食用小龙虾的情况,20世纪70年代江苏、安徽等地开始进行小龙虾养殖,70年代后期,江苏的小龙虾养殖已初具规模,20世纪80年代湖北省开始对小龙虾进行研究,成立了小龙虾加工厂,邀请美国小龙虾专家来湖北进行研究与交流,1988年成功将小龙虾送出国门,20世纪90年代,中国小龙虾产业进入快速发展时期,21世纪起,小龙虾养殖业得到了进一步发展,餐饮业和加工业也迅速发展了起来<sup>[1]</sup>。

政府高度重视小龙虾产业的发展,有针对性地出台了多个政策扶持文件鼓励和扶持小龙虾产业发展,湖北省作为小龙虾主产区 and 重点地区,在政策扶持下,小龙虾产业得到快速发展,其中以潜江市为代表,潜江已形成了较为完整的小龙虾产业链,目前小龙虾的国内需求呈直线增长态势,国外需求也在“一带一路”倡议的影响下更加旺盛,为潜江小龙虾产业的可持续健康发展提供了机遇。

## 1 理论综述

**1.1 SWOT分析法相关概念** SWOT分析法中,S为 strengths,即优势,W为 weaknesses,即劣势,O为 opportunities,即机会,T为 threats,即威胁。SWOT分析是基于内部和外部竞争环境和态势分析在竞争条件下,列举各种主要内部

优势、劣势,以及外部的机会和威胁,通过调查与研究对象密切相关并按矩阵排列,然后用系统分析的思想互相匹配的各种因素进行分析,得出一系列相应的结论,结论通常具有一定的决策性质。通过这种方法,可以对研究对象的情况进行全面、系统、准确的研究,并根据研究结果制定相应的发展战略、规划和对策。

**1.2 市场营销组合理论** 市场营销组合指的是企业可控因素的最佳组合和应用根据目标市场的需求,考虑到任务、目标、资源和企业的外部环境,以满足目标市场的需要,实现企业的任务和目标。该研究仅对4P组合进行介绍。4P组合即产品(product)、价格(price)、渠道(place)、促销(promotion)。产品是考虑为目标市场开发合适的产品,选择产品线、品牌、包装等,致力于开发产品的独特卖点,注重产品的功能诉求;价格是考虑根据不同的市场定位制定合适的价格;渠道是通过培养经销商和建立销售网络将企业和消费者联系起来,然后通过分销商将产品送到目标市场;促销是考虑如何做好推广、公关、促销等一系列营销活动以将合适的产品以合适的价格和地点告知目标市场。

## 2 湖北省潜江市小龙虾发展战略分析

### 2.1 优势分析

**2.1.1 养殖优势。**2018年潜江标准化虾稻基地达到5万hm<sup>2</sup>,其中高标准万亩(666.67hm<sup>2</sup>)以上的连片基地13个,千亩(66.67hm<sup>2</sup>)以上的连片基地65个,使得经济效益与生态效益相得益彰,且自2010年潜江农民创造了“虾稻连作”养殖模式后,经过不断研究发展,将其改良创造出“虾稻

共作”模式,这种模式现已成为潜江小龙虾主要养殖模式,在这种模式下实现了一季双收,由过去的“一稻一虾”转变成“一稻两虾”,对小龙虾增产、农民增收起到了促进作用。

**2.1.2 品牌优势。**潜江十分重视小龙虾品牌建设,于2012年成功注册了“潜江龙虾”这个地理标志商标,形成了良好的区域品牌效应,使潜江小龙虾在市场竞争中更具优势,其中最具代表性的便是潜江小龙虾餐饮业,作为潜江餐饮业最具特色最有名的菜肴——潜江“油焖大虾”,在2011年被中国烹饪协会授予“中国名菜”的称号,带动了一系列小龙虾品牌的形成与发展,初步形成了潜江小龙虾品牌经济效应。

**2.1.3 区域优势。**湖北省潜江市居湖北省中南部,江汉平原腹地,境内无山无丘陵,地势平坦。潜江市地形地貌是江汉平原最典型的平原水网湖区地貌,长江、汉江皆流经此地,据统计,潜江市目前有21条排灌干渠,总面积为0.18 hm<sup>2</sup>的6个湖泊分散在全市。潜江市位于30°04′~30°39′N,属亚热带季风性湿润气候,四季分明,热量、雨量充足,年平均气温约为16.1℃,年平均降水量在1000 mm以上。潜江市独特的自然条件十分符合小龙虾的生活习性。

**2.1.4 技术优势。**截至2018年,湖北省潜江市实现高新技术产业增加值137.4亿元,比上年增长14.3%,占GDP的比重达18.2%,位列全省第三,仅次于武汉、襄阳。潜江市目前已有51家高新技术企业、71家高新技术产品登记备案企业,比上年净增11家,为了更好地解决和预防发展小龙虾产业过程中面临的技术难题,潜江市积极与中科院水生所、武汉大学、华中农业大学等科研机构合作,共建立了8个院士工作站和科技创新平台<sup>[2]</sup>,技术研究成效显著。

## 2.2 劣势分析

**2.2.1 虾苗品种退化,质量下降。**湖北省潜江市自“虾稻共作”养殖模式被发明出来并得到了广泛应用后,又发明了池塘养殖、沟渠养殖等新的养殖模式,这种养殖模式对水体面积要求较小<sup>[3]</sup>,适合个体农户小规模养殖,但是这种小面积水域养殖存在缺陷,养殖出来的小龙虾个头小,病害多,产量也不乐观,品种退化十分严重。

**2.2.2 生产与交易成本提高。**湖北省潜江市小龙虾的养殖户大多是个体养殖,采用的也是传统的人工养殖方式,需要投入大量的时间与精力,受人工成本上升与时间成本的影响,且养殖户需承担销售过程中小龙虾死亡的损失,因此小龙虾养殖成本也有了一定幅度的提高<sup>[4]</sup>。其次小龙虾作为水产品,对储存和运输条件有一定要求,期间要承担小龙虾变质、死亡的风险,极大地提高了交易成本。

**2.2.3 专业技术人才匮乏。**湖北省潜江市小龙虾的许多养殖户都是农民出身,文化水平较低,对小龙虾的养殖缺乏专业的知识储备,也没有接受过专业的指导与系统的培训,专业技术人才十分匮乏,潜江小龙虾产业又发展得如此之快,就出现了从事小龙虾行业的人员的能力与素质跟不上小龙虾产业发展速度的现象,虽然潜江市政府和产业协会为了解决这一问题成立了潜江小龙虾学校,但学校的教学更侧重于餐饮方面,而且并非所有小龙虾行业的相关人员都愿意去学

校接受专业指导与系统培训,湖北省潜江小龙虾行业仍面临着人才短缺的困境<sup>[5]</sup>。

**2.2.4 深加工水平不高,产品附加值低。**湖北省潜江市小龙虾每只仅有18%可以食用,剩下的82%都是被当作垃圾丢弃了的<sup>[6]</sup>,其实被丢弃的虾壳中含有丰富的甲壳素,可用来制药、制化妆品,现在已经有许多企业发现了小龙虾除了食用以外的价值——对虾壳进行深加工以获得甲壳素、壳聚糖及其衍生物产品<sup>[7]</sup>,但由于龙头企业规模的限制,设备、技术以及工艺水平都达不到深加工的标准<sup>[8]</sup>,相对于整个产业而言,潜江小龙虾深加工企业的竞争力和对行业的带动力都不够强劲,导致深加工产品较为单一且产品附加值低。

## 2.3 机会分析

**2.3.1 政府扶持力度大。**潜江市小龙虾产业为潜江市甚至是湖北省都带来了巨大的经济效益,一直以来政府都十分重视潜江小龙虾产业的发展,采取了一系列措施扶持潜江市小龙虾产业。湖北省委将发展潜江小龙虾产业写进了省委一号文件并在全省推广,发布了《湖北省人民政府关于实施小龙虾禁捕期的通告》。潜江市政府对小龙虾养殖户和加工企业给予经济上的支持,针对小龙虾养殖农户的资金需求方面的困境推出了“虾农贷”,为小龙虾加工企业提供担保贷款。

**2.3.2 消费潜力大。**湖北省潜江市小龙虾餐饮市场不断扩大。线下潜江小龙虾门店激增,有主要提供小龙虾菜品的龙虾馆,也有兼带提供小龙虾产品的夜市、烧烤摊、饭店,在小龙虾旺季,绝大部分餐饮店都会将小龙虾作为主打菜来招揽顾客,线上多个外卖平台的建立与完善以及电商平台的快速发展为小龙虾市场提供了新的消费可能性,小龙虾外卖订单量和线上交易额都呈直线上升的趋势。吸引了众多投资机构和企业关注,多个产业与项目在潜江落户,对潜江经济进一步发展起到了巨大的带动作用。

**2.3.3 文化底蕴深厚。**湖北省潜江市拥有丰富的文化资源,是具有独特艺术特征的荆州花鼓戏与江汉平原皮影戏发展壮大的核心地区之一,楚风、楚韵堪称一绝,它也是一代戏剧大师曹禺曾经生活过的地方,吸引了大批戏剧爱好者和读者以及普通游客来潜江参观游览。潜江市还形成了独特的龙虾文化,自2009年起已举行了10届湖北潜江龙虾节,龙虾节特色鲜明,极大地提高了潜江小龙虾的知名度,每次都有大批国内外企业、媒体记者、游客慕名前来,场面异常火爆。

**2.3.4 经济与生态相结合取得一定效果。**湖北省潜江市小龙虾养殖主要采用“虾稻共作”模式,也就是稻田中养殖小龙虾并种植一季中稻,在水稻种植期间,小龙虾与水稻在稻田中共生共长,小龙虾不仅可以清除稻田中的杂草和害虫,它的排泄物还可以作为肥料给稻田施肥,一定程度上减少了化肥和农药的使用,有利于保护生态环境,而水稻的生活环境也很适合小龙虾生存,还能为小龙虾提供食物<sup>[9]</sup>。这种经济与生态相结合的方式,既保护了环境,也能提高水稻的经济效益,还能减少喂养小龙虾所需花费的食物成本。

## 2.4 威胁分析

**2.4.1 产品质量安全威胁。**湖北省潜江市小龙虾拥有极强

的环境适应能力,甚至能在污水中茁壮生长,因此很多人对小龙虾的质量安全抱有怀疑态度,2010年发生的江苏南京“龙虾门”事件引起了全社会的广泛关注,让更多的人对食用小龙虾心怀芥蒂,甚至还丧失了一批忠实顾客,对潜江小龙虾的餐饮市场、销售市场和出口市场造成了巨大的损失。质量是食品安全的命脉,必须引起重视。

**2.4.2 价格被动的威胁。**湖北省潜江市小龙虾供给具有明显的季节性特征,市场价格会根据市场供给量的变化而发生改变,在小龙虾上市初期和上市后期,小龙虾的供给量比较少,此时是卖方市场,小龙虾价格较高,小龙虾盛产期市场上的供给量增多,此时是买方市场,小龙虾价格回落,小龙虾到了最火爆的月份时,市场上的小龙虾供不应求,此时主动权又掌握在了卖方手中,小龙虾价格上涨<sup>[10]</sup>。由此可以看出潜江小龙虾价格主要受市场供给量影响,价格较为被动,缺乏定价话语权。

**2.4.3 国内竞争者的威胁。**湖北省潜江市小龙虾的高利润回报与巨大的发展潜力以及国家对小龙虾产业的大力扶持吸引了越来越多的人投入这个行业,近几年国内小龙虾加工企业与出口企业越来越多,但是市场是有限的,潜江小龙虾的市场占有率虽在整个行业中占据有利地位,但仍面临着各路竞争者的威胁<sup>[11]</sup>,市场上不单单只有潜江龙虾,还有江苏盱眙大虾、安徽合肥大虾、湖南南县龙虾等在与之竞争,潜在的竞争者也不能忽视,每年都有数个小龙虾品牌注册,因此必须时刻保持警惕,保持目前的市场份额。

**2.2.4 环境污染的威胁。**湖北省潜江市小龙虾采用的“虾稻共作”是一种互利共生的养殖模式,此种模式下稻田有能力为小龙虾提供食物,但是虾户为了将小龙虾的效益达到最大化,仍然会过量投放饵料,加大病害防治药物的投入,使得养殖水体中富含氮、磷等营养物质含量超标,导致周边水域富营养化,污染了水域环境<sup>[12]</sup>,威胁着小龙虾的生存与发展。

**2.5 潜江小龙虾的战略选择** 基于上述对潜江市小龙虾产业的内外部分析,可以更加全面地了解当前其所具备的各种优势、劣势、发展机遇以及可能遭受到的威胁。根据这4个影响因素之间的相互作用可能产生的效果制定出SWOT矩阵图(图1),为潜江市小龙虾产业进一步发展提供战略指导。

### 3 湖北省潜江市小龙虾营销现状及问题分析

#### 3.1 湖北省潜江市小龙虾营销现状

**3.1.1 产品现状。**湖北省潜江市小龙虾尾肥体壮、爪粗壳亮、肉质鲜美、营养丰富,需求量呈上升趋势,其中以“油焖大虾”最为出名,光是以“潜江油焖大虾”为特色的潜江龙虾餐饮店就有几千家,“蒜蓉大虾”“麻辣大虾”“清蒸大虾”“卤虾”等口味也比较受欢迎,同时他们也一直在积极研发新口味的小龙虾以吸引更多的受众。潜江小龙虾按个头可以分为10~20 g/只、>20~30 g/只、35~45 g/只、≥50 g/只4个规格,前2个规格多用于家庭自主烹饪和夜宵排档,后2个规格多用于饭店和专业龙虾餐馆。潜江小龙虾每年6—8月产量高,需求大,很多鲜活龙虾在市场上销售,周边市场消费者

	优势 (S)	劣势 (W)
	1. 养殖优势 2. 品牌优势 3. 区位优势 4. 技术优势	1. 虾苗品种退化, 质量下降 2. 生产与交易成本提高 3. 专业技术人才匮乏 4. 深加工水平不高, 产品附加值低
机会 (O)	SO 战略 (增长型战略)	WO 战略 (转向型战略)
1. 政府扶持力度大 2. 消费潜力大 3. 文化底蕴深厚 4. 经济与生态相结合取得一定效果	1. 利用机会发展优势 2. 整合区域优势, 着力品牌建设, 提高技术水平以延伸产品线	1. 利用机会弱化劣势 2. 加强管理, 减少流通过环节
威胁 (T)	ST 战略 (多样化战略)	WT 战略 (防御性战略)
1. 产品质量安全威胁 2. 价格被动的威胁 3. 国内竞争者的威胁 4. 环境污染的威胁	1. 利用优势迎接挑战 2. 发挥优势提高市场占有率	1. 弱化劣势迎接挑战 2. 整合资源, 与周边地区开展战略合作

图1 潜江市小龙虾产业发展的SWOT分析矩阵

Fig. 1 SWOT analysis matrix of the development of crayfish industry in Qianjiang City

自行购买,外地消费者通过互联网下单购买,网络销售额每年都保持在一个较高的增长率。在小龙虾下市期间,为了满足市场对小龙虾的需求,由潜江小龙虾企业加工速冻龙虾产品在反季节销售。

**3.1.2 价格现状。**湖北省潜江市鲜活小龙虾的市场零售价因小龙虾的品种和个头的差异而有所不同,10~20 g/只的青壳小龙虾价格为20~36元/kg,10~20 g/只的红壳小龙虾价格为18~36元/kg;>20~30 g/只的青壳小龙虾的价格为36~58元/kg,>20~30 g/只红壳小龙虾的价格为32~62元/kg;35~45 g/只的青壳小龙虾的价格为54~86元/kg,35~45 g/只红壳小龙虾的价格为52~84元/kg。餐饮门店的小龙虾菜品与鲜活小龙虾计算方法略有不同,大都按照分量计算,分量足称即可,个头大小差异的影响不大,小份一般在1 kg左右,价格大致为80~130元/份,大份一般在2 kg左右,价格大致为130~180元/份,通过网络订餐平台如美团、饿了么等预定会比门店价有一定价格优惠。据2019《中国小龙虾产业发展报告(2019)》数据显示,2018年我国小龙虾出口均价为17.38美元/kg,比2017年上涨了54.49%,2019年受国际贸易形势等影响,且当年无大型世界级比赛助阵,小龙虾进口均价较2018年有所下降<sup>[13]</sup>。

**3.1.3 销售渠道现状。**湖北省潜江市小龙虾已建立了“线上+线下”销售模式。线上主要通过以下几个渠道销售,一是潜江潜网小龙虾交易中心,其自有100多辆物流车和稳定的虾源,与龙虾电商交易资讯平台“虾谷360”合作,在线为客户提供小龙虾交易与小龙虾配套服务<sup>[14]</sup>;二是综合性电子商务平台,如淘宝、京东等,这些平台有自己的配送渠道和物流系统;三是仅针对农产品的商务平台,如“一亩田”“惠农网”等,这些平台有买家与卖家的身份功能以及身份切换功能,既能根据用户的身份提供相应的服务,也能解决批发商等既是买家也是卖家的身份切换问题,平台还提供各个产地的小龙虾的行情信息,以便买家参考,卖家联系生意伙伴;四是依托外卖配送,将小龙虾上线至各大外卖平台,由骑手进

行精准配送。线下主要由批发商从虾农那里收购小龙虾,再将这些小龙虾销售给超市、水产品批发市场、农贸市场、餐饮门店等,然后由他们直接进行销售。线上渠道虽然发展速度较快,但没有形成规模,所以小龙虾线上销售所占比重较低,目前主要依赖于传统的线下渠道。

**3.1.4 促销推广现状。**湖北潜江小龙虾目前主要采用发放传单、交友聊天软件集“赞”、消费满一定金额送赠品、办会员等方式进行促销推广,这些方式有一定成效,但受地域限制严重。其次是湖北潜江龙虾节,这是一年一度的龙虾盛会,虽然每次都能让大家的目光聚焦到这场活动上,然而龙虾节每次只举办几天时间,活动落幕后热度就消失了大半。但是随着新媒体的快速发展,它拥有的可以整合文字、短视频、动图、照片等多种表现形式、传播速度快、传播范围广,受众自主选择性强等特点,能够在最短的时间内传播更多的实时信息<sup>[15]</sup>,潜江显然注意到了新媒体的优势,已着手与改进促销推广模式,正在由采取较为传统的促销推广模式时也利用新媒体进行同步宣传的方向转变,在2019年举办了首届“潜江网络龙虾节”,通过商品现场秒杀、网上拍卖、视频评选等活动吸引了大量网友的关注和参与。

### 3.2 湖北省潜江市小龙虾营销问题分析

**3.2.1 品牌国际竞争力不强。**湖北潜江市小龙虾在国内具有一定的知名度,在国际上的竞争力却是不足的,即使潜江小龙虾质量上乘,但是宣传不足,以至于没有打出国际知名度,小龙虾出口主要以初级加工品为主,仅有极少部分企业取得了自主出口权,对自己出口产品的出口价格没有发言权,也没有议价的资格,大部分企业都各卖各的产品且贴牌生产,或者混同于普通的龙虾,竞争激烈,潜江小龙虾的产品优势还没有转变为经济优势<sup>[16]</sup>。品牌可以帮助小龙虾企业占领市场,增加销售量,提高经济效益,实现小龙虾产业的可持续发展,因此加强潜江小龙虾品牌的国际声望势在必行。

**3.2.2 价格体系混乱。**湖北省潜江市小龙虾的养殖与销售主要仰仗于个体户,因此小龙虾的品质与规格都参差不齐,收购价定价权主要掌握在批发商手中,低价买入高价卖出现象十分严重<sup>[14]</sup>,小龙虾的市场销售价格也偏高,已远远超过我国传统鱼类的价格<sup>[17]</sup>,旺季与反季时的小龙虾价格甚至会继续上升到一个新的高度,在小龙虾的价格这一方面,无论是从参与度还是影响力来说,都是虾农所欠缺的,他们完全处于一个被动的地位,当地政府也没有就价格采取相关举措,使得潜江小龙虾的价格体系较为混乱。

**3.2.3 销售渠道陈旧。**湖北省潜江市小龙虾目前还没有形成可控的销售终端,整个销售流程如下:个体养殖户→批发商→经销商→消费者。小龙虾要经过多个环节才能进入目标市场提供给消费者,导致养殖户无法及时掌握消费者和市场需求的反馈信息从而做出合理的市场形势估计,而且鲜活龙虾和速冻龙虾对配送时效和配送运输环境要求较高,如此复杂的销售渠道不仅浪费了时间,还增加了销售成本<sup>[18]</sup>。潜江小龙虾销往外地主要依靠冷链物流渠道,国内的物流配送体系已较为完善,也已有了一定的知名度,如京东物流、顺

丰速运等拥有自己的物流已可以实现当天达,运送水产品可以提供水箱和冰块,但是潜江目前还是主要通过潜江小龙虾交易中心进行线上交易,销售渠道需要更新。

**3.2.4 宣传推广方式缺乏创新。**湖北潜江市小龙虾在当地主要采用传统广告方式进行推广宣传,缺乏创新,一直采用同种方式的广告不仅会让人审美疲劳,而且很难达到理想的宣传推广效果,因为传统广告的受众大多都是周边居民。近几年潜江已开始利用新媒体进行推广宣传,如在中央电视台、高铁、武汉洪山礼堂等渠道投放广告、赞助国家马拉松比赛等,这起到了一定的作用,但是没有太大优势,因为很多其他产品也是采用的这种方式,且具有消费力的现代大众更倾向于用手机、平板等电子产品通过影视 App 免广告观看视频,高铁上更多的也是做自己的事,除了到站信息并不会太留意广播里的广告内容,广告植入效果不明显,因此潜江小龙虾的宣传推广方式还有待创新。

## 4 湖北省潜江市小龙虾营销策略改进

### 4.1 产品策略

**4.1.1 实施品牌战略。**在产品上争创精品名牌,首先要注重品牌培育,为品牌树立良好信誉,这就要求必须紧抓产品质量,健全监控体系,从养殖安全抓起,落实小龙虾生产、收购、储运、加工、包装、销售各环节的质量安全监管责任,其次要保护品牌形象,维护品牌信誉,加强对销售市场的监管,严厉打击利用潜江小龙虾的名号进行不正当盈利的假冒商家以及伪劣产品,还要培育一批专业人员专门对品牌进行经营管理,时刻监测市场的动向,对可能出现的品牌危机进行有效的预防和控制,最后要持续打造品牌效应,促进品牌升级,扩大品牌影响力<sup>[19]</sup>。

**4.1.2 拓展产品线。**实行“潜江龙虾+餐饮”“潜江龙虾+文创”“潜江龙虾+体育”“潜江龙虾+科技”“潜江龙虾+节会”“潜江龙虾+城建”和“潜江龙虾+旅游”策略延长产品线,增加小龙虾菜品品种,针对不同目标市场开发不同口味的产品;设计开发以潜江龙虾为原型的玩偶、装饰品、纪念品等;赞助体育比赛对产品进行宣传,为运动提供带有潜江龙虾形象的服装等;利用科学技术进行产品深加工,延长产业链等;保持举办一年一度的中国湖北潜江龙虾节;建设龙虾水族馆、龙虾生态城、龙虾博物馆等;开设以小龙虾为主题的特色旅游路线等<sup>[20-21]</sup>。

### 4.2 价格策略

**4.2.1 实施差别定价策略。**湖北省潜江市小龙虾可根据顾客、渠道、个头和时间等的不同进行差别定价。顾客方面,特殊顾客如老客、购买量多的顾客等的买价可略低于普通顾客;渠道方面,有直接来自个体养殖户的,成本价比较低,也有来自批发商的,中间环节较多成本较高,因此成本高的小龙虾价格应高于成本低的小龙虾价格;个头方面,个头小的小龙虾可食用的虾肉要比个头大的小龙虾可食用的虾肉少,因此个头大的小龙虾的价格可高于个头小的小龙虾;时间方面,小龙虾上市初期和旺盛期受需求量的影响大于供给量,因此这些时间段的小龙虾价格可略高于其他时间段的。

**4.2.2 稳定终端零售价格。**湖北省潜江市小龙虾供应商可以与虾农建立长期稳定的合作关系,这样可以缩短联系新的虾农采购小龙虾以及与新的虾农洽谈业务的时间,减少了时间成本和采购成本,而且在小龙虾的市场价格较低时,批发商可以以稍高于市场价格来收购,避免出现虾农因为利润下降而丧失养殖信心的情况,以实现产业的可持续发展。批发商在保证自身利润的前提下,可以适当让利给合作的虾农以及购买小龙虾的消费者,增加他们对小龙虾的信心。小龙虾从养殖到销售涉及多个环节,需要对各个环节进行管理以保证价格不出现混乱,如此才能确保终端零售价格保持在一个较为稳定的水平。

### 4.3 渠道策略

**4.3.1 入驻电商平台拓宽销售渠道。**湖北省潜江市小龙虾销售渠道中间环节较多且销售渠道较为单一,难以形成销售渠道上的优势,因此需要对潜江小龙虾的销售渠道进行拓宽与完善,可以通过电商平台有效解决这一问题,淘宝、天猫、京东、苏宁易购是国内目前最有影响力的几个电商平台,潜江小龙虾可入驻这些电商平台与他们进行合作,在这些平台开创官方旗舰店,能给消费者提供一个稳定安全的购买渠道。这些电商平台都有生鲜专栏,各类产品上架时需要填写详细的信息,消费者想购买小龙虾时只需在搜索栏输入“潜江小龙虾”即可浏览相关产品并下单,这些平台还拥有自己的物流配送体系,能有效地实现扩大销售,这样直接面向消费者终端的方式可以减少中间环节使销售渠道得到简化,也降低了开发和维护渠道的成本,对扩大潜江小龙虾的影响力和市场竞争力也有一定帮助。

**4.3.2 扩大加盟连锁店范围。**湖北省潜江小龙虾最大的竞争优势体现在餐饮方面,小龙虾市场按区域可划分为本地区市场、省外市场和国外市场 3 级,省内各地随处可见潜江小龙虾的加盟连锁店,省外和国外却少有耳闻,2020 年潜江小龙虾先后在北京、上海、香港、泰国、欧洲以及纽约联合国总部等多地亮相,赢得了国内外的热烈反响,而且潜江已被定为是北京 2022 年冬奥会小龙虾唯一供应地,潜江小龙虾的国内外影响力得到有效提高,可趁此机会将加盟连锁店扩展至省外甚至是国外,进一步扩大潜江小龙虾的国内外市场占有率。

### 4.4 促销策略

**4.4.1 借助直播平台实现网络促销。**在“互联网+”背景下,促销活动也开始依托于网络进行了,如“联联周边游”,它是专门为本地用户提供抢购服务的平台,商家将促销活动通过这个平台发布,用户可以通过平台线上购买就可享受促销优惠,再如网红直播促销,知名网红李佳琦每晚都在淘宝直播卖货,观看人数都是千万起,现在他的直播产品已拓展至食品领域,之前也直播卖过阳澄湖大闸蟹这类水产品,销量可观,这类主播还有很多,他们直播间的价格与市面价格相比会有一定优惠,通过降低价格扩大销售量,且每次直播都有销量限制,此类促销活动受到当代年轻人的追捧,潜江小龙虾的促销模式也要紧跟时代发展,与时俱进。

**4.4.2 利用手机常用 App 宣传。**4G 时代使得智能手机在人民的日常生活中占据重要地位,手机里的各类 App 可以为人们衣食住行娱等全方位的服务,看电视有爱奇艺、腾讯视频、优酷视频等,听音乐有 QQ 音乐、网易云音乐等,买车票有 12306、飞猪等,购物有淘宝、京东、苏宁等,点买卖有美团、饿了么等,娱乐有抖音、小红书、微博等,它们拥有极多受众,利用大数据判断用户可能感兴趣的内容并及时推送给他们,这些 App 都有首页广告专栏,打开时首页广告会持续 3~5 s,可以通过购买这些 App 的首页广告来进行宣传,所有用户都可以注意到广告信息,可以极大地提高曝光率,提高宣传效率,为潜江小龙虾吸引潜在客户。

### 5 结语

湖北省潜江市小龙虾产业发展迅猛,人民群众对小龙虾的需求与日俱增,为潜江小龙虾提供了广阔的市场前景,互联网的快速发展,为电商介入小龙虾物流和餐饮提供了条件,科学技术的进步,使得资本市场开始将目光投向小龙虾加工业,为潜江小龙虾的发展插上了腾飞的翅膀。该研究通过文献查阅,理论联系实际对湖北省潜江小龙虾的营销策略进行了研究分析,发现潜江发展小龙虾产业有广阔的市场前景,拥有较好的营销环境,在具有一些得天独厚的优势的同时也存在着不足,虽然政府的大力支持和巨大的消费潜力为潜江小龙虾提供了发展机遇,但仍面临着许多威胁,为研究潜江小龙虾的营销现状和营销方面存在的问题以及提出相应的对策建议提供了一些思路。湖北省潜江市小龙虾有巨大的发展潜力,要更加深入地研究市场和消费者,才能在竞争越来越激烈的市场中继续扩大市场份额,因此必须不断优化营销组合策略,以促进潜江小龙虾健康可持续发展。

### 参考文献

- [1] 陈坤,曾君,黄国海,等. 潜江市发展小龙虾产业的探索与启示[J]. 湖北农业科学,2016,55(11):2955-2959.
- [2] 武志军. 潜江龙虾 世界共享[J]. 中国品牌,2019(7):70-71.
- [3] 杨薇,朱忠贵. 潜江市小龙虾产业发展存在的问题及对策[J]. 科技创业月刊,2013,26(5):54-55.
- [4] 肖媛元,谭萌,方力可. 中国小龙虾产业集群发展的 SWOT 分析:以湖北潜江小龙虾产业集群为例[J]. 中国商论,2016(25):144-145.
- [5] 胡凯. 潜江小龙虾产业高质量发展研究[D]. 武汉:武汉轻工大学,2019.
- [6] 吴启柏. 潜江市小龙虾发展现状及对策研究[D]. 荆州:长江大学,2012.
- [7] 刘妹蕾. 潜江市“小龙虾”产业发展研究[D]. 武汉:华中师范大学,2014.
- [8] 陈旭妍. 湖北省小龙虾产业可持续发展研究[D]. 武汉:华中师范大学,2019.
- [9] 郭志文. 探讨小龙虾养殖现状及发展趋势[J]. 渔业致富指南,2019(2):12-14.
- [10] 但国涵,袁家富,彭成林,等. 稻虾共作模式下小龙虾养殖对水体环境的影响[J]. 江苏农业科学,2019,47(23):299-303.
- [11] 2019 中国小龙虾产业发展报告[J]. 中国水产,2019(9):12-19.
- [12] 凤凰网湖北综合. 聚焦小龙虾产业链背后故事[J]. 渔业致富指南,2019(19):18-19.
- [13] 于业成. 潜江“小龙虾”走红的传播学解读[J]. 新闻前哨,2019(6):76-77.
- [14] 许勇. 湖北省小龙虾产业营销现状及发展对策分析[J]. 企业导报,2012(23):129.

0.10 的显著性水平下对农村居民家庭纯收入、收入结构、非农收入和农业收入有促进作用,且对非农收入的促进作用要大于对农业收入的促进作用。传统城镇化率在 0.01 的显著性水平下对农村居民家庭纯收入、收入结构、非农收入有促进作用,在 0.05 的显著性水平下对农业收入有抑制作用。

**2.2 政策建议** 基于上述结论,为推进长江经济带城镇化高质量发展,提高农民收入,出色地完成“十四五”规划目标,笔者提出如下建议:

(1) 推进区域协调发展。从上述结果可以看出,长江经济带城镇化的发展存在较大的区域差异,各省(市)城镇化的发展水平存在差异。因此,为进一步优化城镇化的发展格局,促进区域融合发展,首先要提升大城市辐射效应与扩散效应,利用大城市来提高农民收入;其次要立足各地区发展实际,打造特色产业,进而形成区域优势互补。

(2) 促进城乡融合发展。城镇化的发展会吸引大量农村青壮年劳动力的转移,拉大非农收入和农业收入的差距。因此,在城镇化发展进程中,应当着重发展村镇经济,促进村镇产业的发展,从而防止大量劳动力涌向城市,造成农民耕地欲望下降,进而出现大面积抛荒,影响粮食安全。

(3) 完善基础设施建设。社会化服务水平是城乡异质化的主要表现,完善基础设施建设能够加速城乡之间要素的流动,缩小城乡之间社会化服务,推进农村的现代化发展,最大程度改善农村环境,从而推动乡镇和农村的协调发展。

(上接第 217 页)

- [15] 王铭铭. 盱眙龙虾市场营销策略研究[D]. 南京:南京农业大学,2015.
- [16] 周雯. 湖北潜江:小龙虾“做”出千亿产业[J]. 农家之友,2019(8):29.
- [17] 刘念. 湖北省潜江小龙虾品牌建设策略研究[D]. 武汉:武汉轻工大学,2017.
- [18] 钟小庆. 鲜活水产品运输技术[J]. 渔业致富指南,2019(19):28-30.

(上接第 230 页)

- [3] HUH R K. Politics of meaning: Care work and migrant women[J]. *Asian journal of women's studies*,2008,14(3):37-60.
- [4] RESKIN B F, BIELBY D D. A sociological perspective on gender and career outcomes[J]. *The journal of economic perspectives*,2005,19(1):71-86.
- [5] 邱幼云. 社会性别视角下农村女性的流动轨迹[J]. 青年学报,2016(4):67-72.
- [6] 李嘉欣. 可行能力视角下农村妇女减贫措施探析:以湖南省 S 县为例[D]. 武汉:华中师范大学,2015.
- [7] 苏荟. 个人禀赋和家庭特征对少数民族女性劳动力转移就业的影响分析:基于新疆疆地区的调查[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版),2016,33(4):85-89.
- [8] 刘安长,丁俊楠. 精准扶贫背景下湖南通道侗族自治县农村留守妇女就业问题研究[J]. 怀化学院学报,2019,38(4):57-60.
- [9] 高璐阳,冯京,明甜甜,等. 农村妇女创业就业现状调查分析:以河南省许昌市为例[J]. 时代金融,2020(18):147-148.
- [10] 刘越,姚顺波. 农村已婚女性就业现状及其影响因素[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版),2016,16(5):129-135.
- [11] 段塔丽,李玉磊,王蓉,等. 精准扶贫视角下贫困地区农村女性户主家庭能力脱贫实现路径探析:基于陕南秦巴山区农户家庭的调查数据

## 参考文献

- [1] ZHAO Y H. Labor migration and earnings differences: The case of rural China[J]. *Economic development and cultural change*,1999,47(4):767-782.
- [2] 李河辉,莫国芳. 农村空心化的成因及影响分析[J]. 安徽农业科学,2014,42(6):1883-1885.
- [3] 张丰翠,陈英,谢保鹏,等. 农村空心化对农地流转及农地利用方式变化的影响[J]. 干旱区资源与环境,2019,33(10):72-78.
- [4] 郭武轲. 河南省新型城镇化与农民收入增长关系研究[J]. 中国农业资源与区划,2021,42(1):239-247.
- [5] 齐长安. 我国农村劳动力转移的减贫效应研究[J]. 技术经济与管理研究,2020(9):102-105.
- [6] 高延雷,王志刚,郭晨旭. 城镇化与农民增收效应:基于异质性城镇化的理论分析与实证检验[J]. 农村经济,2019(10):38-46.
- [7] 张杰飞. 农村劳动力转移的农户增收效应:基于区域异质性的视角[J]. 社会科学家,2020(4):34-42.
- [8] 马林靖,郭彩梅. 新型城镇化进程中失地农民就业的收入差异:基于倾向得分匹配法的研究[J]. 农林经济管理学报,2020,19(2):200-209.
- [9] 王雅丽. 苏南地区新型城镇化背景下农民工收入增长影响因素分析[J]. 中国农业资源与区划,2020,41(3):85-93.
- [10] 李书奎,李致远,任金政. 精准扶贫视角下新型城镇化和农户发展能力的互动机理[J]. 城市发展研究,2020,27(3):23-27.
- [11] 谭智心. 城镇化进程中城乡居民财产性收入比较研究:一个被忽略的差距[J]. 学习与探索,2020(1):131-137.
- [12] 谭昶,吴海涛. 新型城镇化、空间溢出与农民收入增长[J]. 经济问题探索,2019(4):67-76.
- [13] 李谷成,李烨阳,周晓时. 农业机械化、劳动力转移与农民收入增长——孰因孰果? [J]. 中国农村经济,2018(11):112-127.
- [14] MAISSEU A, VOSS A. Energy, entropy and sustainable development[J]. *International journal of global energy issues*,1995,8(1/2/3):201-220.
- [15] 郑强. 科技创新对新型城镇化的影响:基于面板门槛模型的实证分析[J]. 城市问题,2017(6):25-35.
- [16] 时悦,梁净. 城镇化与农业生产效率耦合协调关系:基于黑龙江省、辽宁省、吉林省 3 省数据分析[J]. 农林经济管理学报,2019,18(2):190-198.
- [17] 叶青涛. 湖北小龙虾产业发展现状与品牌建设思路浅析[J]. 现代经济信息,2018(18):483-484.
- [18] 曹子绚,王文君,程聪颖. 潜江小龙虾深加工产业集群演化的若干分析[J]. 中国商论,2016(24):148-149.
- [19] 曹振杰,姜燕,徐海强,等. 山东省小龙虾产业现状及发展建议[J]. 安徽农业科学,2019,47(2):222-223,226.
- [20] 吴惠芳,王宇霞. 加快农业农村现代化背景下妇女发展的机遇与挑战:面向“十四五”规划的讨论[J]. 妇女研究论丛,2020(6):8-12.
- [21] 柯文静. 中西部地区农村留守妇女外出就业意愿影响因素分析[J]. 湖北农业科学,2017,56(23):4657-4659,4663.
- [22] 郭磊,张天舒. 基于 Logit 模型农村妇女就业意愿影响因素评价:以山东省鱼台县唐马镇宋庄村为例[J]. 安徽农业科学,2020,48(14):250-253.
- [23] 张丽,韩兴勇. 渔村妇女就业影响因素实证研究:以上海金山嘴渔村为例[J]. 中国农村通报,2015,31(11):274-277.
- [24] 王小林,高睿. 农村妇女脱贫:目标、挑战与政策选择[J]. 妇女研究论丛,2016(6):5-8.
- [25] 张涛,林巍. 农村妇女工作家庭冲突、弹性就业与扶贫策略:以乡村旅游产业为例[J]. 农村经济与科技,2017,28(21):197-201.
- [26] 穆佳琳,陈明慧,银彬彬,等. “灵活就业”研究的起点与难点:概念与界分[J]. 黑河学刊,2020(1):14-16.
- [27] FISHBEIN M, AJZEN I. Belief, attitude, intention, behavior: An introduction to theory and research[M]. Reading, MA: Addison-wesley, 1975.
- [28] AJZEN I. The theory of planned behavior[J]. *Organizational behavior & human decision processes*,1991,50(2):179-211.
- [29] 张红涛,王二平. 态度与行为关系研究现状及发展趋势[J]. 心理科学进展,2007,15(1):163-168.