

南阳智慧包装物与农特产品,土特产如何“走出去”?

产品名称	南阳智慧包装物与农特产品,土特产如何“走出去”?
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	2000.00/套
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

产品详情

中国幅员辽阔，南北差异颇大，由此各区孕育的文化都独具风格，同时也造就了琳琅满目的地方特色产品。

随着社会经济崛起，地理限制越来越弱，地方特产也开始慢慢从本土走向外埠。但大多的地方特产，在外埠市场只能是昙花一现。在外地消费者尝鲜欲望止息后，地方特产往往会滞销，Zui后无奈退出外埠市场。深究其中原因，地方特产可能在本土是历经岁月沉淀的老&字号，但在外埠，它可能还是一个没有被消费者完全接受的陌生产品。那么地方特产走向外埠市场，如何实现持久销售呢?

第一、土特产结合线上线下才能“走出去”

通过现在发达的物流，农特产品的推广卖货，可直接把产品和人连接起来。而要做的仅仅一个带有智慧型二维码的包装物，就可以解决。迅速连接产品与需求者的问题。

这就是当下Zui便捷的精&准扶贫案例。而所做的仅仅是在印刷品上加个二维码以及互联网技术方可实现。

第二、通过智慧包装，为农产品出村进城献策

通过这种创新与传统的印刷品进行结合将产生出巨大的能量。节省出大量的材料成本。二维码加传统印刷品就是销售的入口，获客的入口，聊天的入口。这就是当下企业所做的智慧型印刷品。

农产品品牌形象的设计不仅要着手于外在形象，同时也要着重于内在形象。品牌的内在形象主要体现在产品的质量特性上，质量是品牌形象的核心、是产品的生命所在。品牌外在形象的塑造主要体现在品牌名称、品牌标志、品牌包装上。

包装是品牌形象的具体化，包装便于消费者识别品牌产品、展示品牌个性、促进产品销售。通过包装的造型、图案色彩、规格、包装材料的设计和选用，突出产品的个性，提高品牌的魅力。

第三、迎合当地习惯，引导消费，扩大市场

地方特产在外地营销，是避不开当地消费文化的，所以企业在部署区域战略时，必须要先了解当地的消费需求与消费习惯，充分考虑企业的实力和消费者的习惯如何融合，以此来让地方特产适应外埠消费环境。

地方特产在外埠市场的销量，还有一个重要的影响因素是：消费者不了解该特产。这大大制约了特产的持续销售。而这往往是因为企业宣传不到位，除了广告宣传产品特色外，企业更应该进行适当的市场教育，让消费者除了了解该产品是什么，还要了解该产品有什么用。

第四、突出品牌特色，防止“泯然众人”

地方特产往往被多个本地企业作为品牌，一旦某个企业出现质量问题，往往殃及池鱼，影响到到其它的同类品牌。所以在打造个人企业的品牌时，就要塑造属于自己品牌的特色，让自家的品牌在市场上独树一帜，自然想要不引起消费者注意也难。