

# 基于用户画像的农产品电商精准营销对策研究

魏云暖

(西安汽车职业大学,陕西西安 710600)

**[摘要]**农村电商正逐步成为电子商务发展的“蓝海”,中央与地方政府均高度重视乡村,尤其是农产品电子商务的发展。然而,在大数据背景下,消费者呈现出更加社交化、个性化、移动化的特点,使得农产品消费者的行为模式及消费心理发生了深刻变化。因此,以用户画像为抓手,构建用户画像模型日益成为农产品精准营销的必然趋势。本文结合用户画像技术在农业领域的应用,分析了用户画像在农产品精准营销中的运用机制及存在的问题,并提出优化技术应用及个性化推荐体系、积极有效地适应市场环境变化等科学合理的应对策略。

**[关键词]**用户画像;农产品;电商;精准营销;对策

**[中图分类号]** F713 **[文献标识码]** A

**doi:**10.3969/j.issn.2096-711X.2025.13.046

**[文章编号]** 2096-711X(2025)13-0132-03

**[本刊网址]** <http://www.hbxb.net>

随着大数据技术的发展及应用,利用数据深度挖掘技术进行信息精细化分析,并据此制定决策,已成为农产品营销的重要手段。其中,用户画像技术能精准描述用户行为的特点,被广泛应用于数据发掘、分析、整合及预测过程中。用户画像技术可帮助企业发掘潜在用户群体,进行广告投放,实现精准营销。为实现用户画像与农产品电商的精准融合,需要明确其价值意蕴及作用机制,确保企业为消费者提供更为精准、全面的服务

## 一、用户画像技术在农业领域中的应用

用户画像的概念最早由交互设计之父 Alan Cooper 提出。他认为用户画像是真实用户的虚拟代表,是构建在一系列真实数据之上的用户模型。伴随大数据技术的发展,用户画像的应用范围已从交互设计领域拓展到精准营销、用户体验、产品设计等多个领域。从技术原理来看,用户画像技术的发展经历了从简单的数据分析及统计,到深入挖掘数据背后深层次洞察的过程。其核心目的在于通过收集、整合、分析用户在网络购物、网站访问、社交互动等行为中的数据,运用机器学习及算法模型进行建模及分析,从而形成对用户行为、兴趣、属性的全面描述。现阶段,用户画像技术被有效应用在农业服务个性化推荐、农业经营智慧决策、农产品精准营销等方面。

### (一)在农业服务个性化推荐中的应用

用户画像技术通过分析农业企业或农民的基本信息、购买记录、种植习惯、在线行为等数据,构建了涵盖作物种类、种植规模、地理位置等内容的用户画像。并基于丰富的用户画像信息,为用户提供了个性化农业服务推荐,如农药、化肥、种子等农资产品推荐以及针对性的解决方案及技术咨询服务等。例如,通过分析用户的种植类型,推荐适合当前作物生长周期的农资产品;通过分析用户在线行为,可推送用户感兴趣的技术或农业资讯等。

### (二)在农业经营智慧决策中的应用

用户画像技术为农业决策者或企业提供了强大的数据支持。通过深入分析市场价格、作物生长、土壤及气象等数据,结合用户画像信息,系统能够构建出精准有效的经营模型。这有助于农业企业预测作物产量、优化种植结构、评估市场风险及制定销售策略等,进而提升农业经营生产的针对性、实效性、有效性。

### (三)在精准营销上的应用

农产品电商利用用户画像技术深入挖掘用户数据,能够

精准定位目标用户群体。通过分析用户的检索记录、浏览记录、购买历史等行为数据,可以构建出完善的用户偏好模型,帮助企业为用户推送符合其需求的促销活动及产品信息。例如,通过分析用户的购买历史,系统能识别出用户在绿色水果、有机蔬菜上的喜好程度,并为其推送相关促销活动、产品信息;或者通过分析用户的在线行为,识别出用户对某一渠道或品牌的忠诚度,为其推送个性化、定制化的营销信息,从而提高农产品的销售量,增加用户的满意度及购买频次。此外,用户画像技术还能帮助农业企业及电商平台更好地评估营销质量、效果,及时优化营销策略,确保农产品电商营销能达到预期效果。

## 二、用户画像在农产品电商精准营销中的机制

### (一)用户数据采集及预处理机制

用户数据采集及预处理机制是构建用户画像的前提保障,主要包括数据采集、存储、清洗、集成、转换、脱敏、处理及分析等环节。通常来讲,数据采集环节可以通过新媒体平台、微商城等途径进行数据埋点,借助第三方数据平台的抓取工具,可以有效地进行用户数据检索及分析。所采集的数据类型涵盖非结构化数据、半结构化数据及结构化数据,如用户评论、浏览记录、注册信息等。电商平台通过对采集而来的原始数据进行脱敏、转换、集成及清洗处理,能够更好地提高用户画像构建的精准性、有效性、全面性。其中,数据清洗旨在识别并纠正含有异常值、缺失值、错误值的数据,提高数据质量;数据集成是将不同来源的数据整合起来,形成一个统一的数据视图;数据转换可以帮助电商将数据转化为适合分析的形式,如将文本数据转化为数值数据等;而数据脱敏旨在保护用户隐私,确保数据安全。

### (二)农产品用户画像构建机制

农产品用户画像构建机制建立在数据采集及预处理的基础上,通过聚类分析、机器学习等手段,对用户数据进行深层次分析与发掘,以构建出涵盖基本信息、兴趣爱好、价值属性、社交属性的用户画像模型。在用户画像的建构过程中,电商平台应注重数据的精准性与时效性,根据市场环境及用户行为的变化,不断更新及优化用户画像模型,从而保障用户画像始终拥有较高的实用性及精准度。例如,在农产品电商用户画像模型建构后,平台应根据季节性变化、新兴趋势等因素,不断采集新数据、进行数据预处理,并根据数据采集、分析结果,对现有用户画像模型进行针对性调整,从而确保电商平台用户画像保持较高的准确性、实效性。比如,在

收稿日期:2024-11-29

基金项目:本文系2021年陕西省教育厅教改项目立项课题“大数据与财务管理专业“高一本”贯通人才培养模式的创新研究与实践”(项目编号:21GY057)。

作者简介:魏云暖(1981—),女,河北保定人,副教授,硕士,研究方向:营销管理。

冬季,用户更倾向于购买根茎类蔬菜;到夏季,用户则会偏向叶菜类蔬菜。电商平台可以通过及时优化及调整用户画像数据,提高自身的经济收益。

### (三)农产品精准营销机制建构

农产品精准营销机制是建立在用户画像模型的基础上的,通过精准定位目标群体,制定个性化营销策略,从而实现精准的农产品营销活动。首先,目标用户定位。电商平台应基于用户画像模型对目标用户群体进行精准定位,如根据浏览记录及购买记录,识别出对特定类型农产品有较高需求的用户群体。其次,个性化推荐。电商平台根据用户画像的购买偏好、兴趣爱好等,为用户推送个性化的农产品推荐信息,提高用户的满意度及购买意愿。再次,精准投放广告。电商平台根据用户画像的精准定位,将广告推送给最可能感兴趣的群体,提高广告的转化率。最后,营销评估。电商平台应对营销活动进行数据分析及监控,评估营销效果,调整营销策略,从而提高农产品电商营销的整体质量,持续增强自身的盈利能力及市场竞争力。

## 三、基于用户画像的农产品电商精准营销问题

### (一)技术应用及个性化推荐的效果不明显

用户画像作为精准营销的关键手段及工具,能够通过深度分析用户需求、偏好、行为等数据,为电商平台优化营销策略、提高营销效果提供强有力保障。然而,在技术应用及个性化发掘中,我国农产品电商企业却面临诸多问题。一方面,在构建用户画像的过程中,发掘技术与数据分析虽然发挥着难以替代的功能及作用,但由于技术门槛较高,部分平台缺乏专业的数据分析工具及人才,导致用户画像构建的深度及精度不高。加之传统关联规则发掘及聚类分析存在一定的局限性,难以充分反映用户行为的多样化及复杂性。另一方面,精准推荐难。通常来讲,推荐算法的不合理及用户体验的不佳,常常会导致用户转化率偏低,如过度推荐相似产品从而引发用户反感等,但很多电商企业普遍缺乏对此方面的关注及重视。

### (二)市场环境复杂导致画像构建质量不高

通常来讲,农产品具有地域性、季节性等特点,不同季节、不同地区的用户需求存在明显的差异,从而导致企业难以通过用户画像技术对其进行精准预测及描述,以帮助企业更好地掌握市场动态,提高农产品营销的实效性、有效性、针对性。同时,当前我国农产品电商市场竞争较为激烈,基于用户画像的精准营销策略普遍成为电商平台提高用户黏性及竞争力的关键手段。但这也带来了新问题。一方面,由于构建用户画像模型、开展精准营销活动需要投入大量财力、物力、人力,很多小平台或企业难以承受这些成本;另一方面,即使平台或企业拥有先进的技术手段及优质数据来源,也会因市场环境的快速变化而难以保持优势地位。比如,竞争对手可能通过更丰富的数据源或算法模型来构建用户画像,以此吸引更多用户。

### (三)精准营销策略的评估反馈机制不完善

在农产品电商营销中,精准营销已成为企业提高市场占有率、满足消费者个性需求的关键手段。然而,在营销策略应用中,很多企业或平台虽然能获得良好的经济收益,但在效果评价及反馈机制上还存在不完善的地方。首先,评估指标单一。很多企业在评估精准营销效果时往往只关注点击量、销售额等直接经济指标,而忽视品牌忠诚度、用户满意度、用户留存率等长期效益指标,从而导致精准营销策略的评价效果不高。其次,反馈机制不足。很多企业缺乏有效的反馈机制,导致消费者意见难以及时、全面、真实地呈现在企业面前,继而使企业不能根据市场变化及消费需求变化调整及优化营销策略,以持续提升自身的经济收益。

## 四、基于用户画像的农产品电商精准营销对策

### (一)优化技术应用及个性化推荐体系

首先,在技术应用层面,农产品电商平台应加大投入力

度,提升数据分析及处理能力,以构建更为精准的用户画像。一方面,电商平台不仅要加强引入高质量的技术人才及先进分析工具,还要优化算法模型,以捕捉用户行为的复杂性及多样性。例如,拼多多平台通过搭建“农地云拼”系统,将分散的农产品需求在线进行归集,形成爆款,从而提升农产品的销售效率。另一方面,电商平台利用大数据分析工具,能够更加精准地捕捉用户需求的复杂性及多样性。为了克服传统关联规则及聚类分析所存在的局限性,电商平台应积极引入神经网络、深度学习等技术,以更加精准地预测用户需求、深度发掘用户信息。

其次,在个性化推荐层面,农产品电商平台应避免过多推荐相似产品,而是根据目标用户的实际需求,提供新颖化、多样化的推荐内容。即引入协同过滤推荐及内容推荐机制,根据用户历史行为数据、社交媒体数据进行综合性分析,延伸、预测用户“喜好”“需求”及,从而推送关联程度较高的农产品。例如,当用户购买某一地区的某产品时,且用户对该地区的“地理”“人文”信息感兴趣,系统应继续推送该地区其他类型的农产品或农副产品,从而提高“个性化推荐”的实效性、针对性及有效性。

### (二)积极、有效地适应市场环境变化

面对农产品季节性、地域性等特征所带来的市场需求差异,电商平台应打造一个灵活的用户画像构建机制。电商平台不仅要关注用户的地域、性别、年龄等静态属性,还要追踪用户行为变化与市场趋势等动态属性,以精准把握用户需求,提高用户画像模型制定的精准性。为此,电商企业应引入空间分析、时间序列分析等方法,对用户需求进行深层次发掘。

例如,某农产品电商发现在北方地区,冬季用户对核桃、大枣等产品的需求量较大;而南方用户对榴莲、芒果等需求量增加。通过空间分析,电商平台可以明确这些差异源于饮食习惯、文化、气候等因素,因此针对不同地区的用户推出了差异化的营销活动及商品推送机制。在激烈的市场竞争环境中,电商企业要想应对市场环境变化,应引入社交媒体营销、游戏化营销等新型营销方式,提升用户的黏度及参与度,或者采用个性化推荐、优惠券推送等方式,提高用户的忠诚度及满意度。

### (三)完善精准营销策略的评估及反馈机制

用户画像技术在农产品电商精准营销中的应用,有利于解决生产端与销售端信息不对称、营销手段滞后、消费需求信息掌握不足等问题,帮助农产品电商快速吸引平台流量,指引消费决策及制定精准营销策略,提升消费者的用户体验。但如果缺乏一个科学合理的评估反馈机制,必将影响精准营销策略的应用效果。为此,电商平台应构建一个多元化评估指标体系。即电商平台不仅要关注销售额、点击量等直接指标,还要重视用户留存率、用户满意度、品牌忠诚度等长期效益指标,从而根据市场环境特征,打造涵盖行为分析、在线问卷、用户调研等多种评估手段的综合体系,获取更为精准、全面的精准营销评估结果。

同时,为了更好地获取用户反馈,农产品电商可以设置用户社区或反馈渠道,鼓励用户积极参与产品反馈,及时分析用户的需求变化情况,完善精准营销策略,提升自身的经济效益。在评估与反馈机制的完善、优化过程中,农产品电商还可以继续应用用户画像技术进行分析和发掘,确保评估、反馈结果具有一定的针对性、代表性及实效性,从而不断创新、优化精准营销策略,确保农产品电商能更全面地满足用户的个性化需求,实现自身可持续发展。

## 结语

大数据时代,农产品电商应因时而变、因地制宜、与时俱进,积极采用用户画像技术,提高产品营销、运营、推广的效果。确保农产品电商呈现出个性推荐、精准营销的新特征,赋能农业经济的健康、全面、快速发展。伴随时代的发展,相信用户画像技术的应用研究将进一步拓展到农产品精准营

销领域,不断提高农产品电商营销的智能化、现代化、个性化水平,推进我国社会主义市场经济健康、全面、快速发展。

参考文献:

[1]赵凝玉. 网络经济时代下农产品电商的创新营销策略研究——以营口市农产品为例[J]. 山西农经,2023(18).  
 [2]刘龙威. 乡村振兴背景下浙江省农产品电商物流发

展对策研究[J]. 中国物流与采购,2023(2).

[3]赵万飞. 直播模式下生鲜农产品消费者购买行为及影响因素研究[D]. 郑州:河南农业大学,2024.

[4]杨珩. 大数据和人工智能时代的农产品电商市场精准营销策略研究[J]. 中国市场,2022(34).

[5]马荣荣. 数字经济赋能乡村农产品电商直播发展探析[J]. 长春师范大学学报,2024,43(7).

Research on Precision Marketing Strategies for Agricultural Product E-commerce Based on User Profile

WEI Yun-nuan

(Xi'an Vocational University of Automobile, Xi'an Shaanxi 710600, China)

**Abstract:** Rural e-commerce is gradually becoming a "blue ocean" for the development of e-commerce, and both the central and local governments attach great importance to the development of rural areas, especially the e-commerce of agricultural products. However, in the context of big data, consumers have shown more social, personalized, and mobile characteristics, leading to profound changes in the behavior patterns and consumption psychology of agricultural product consumers. Therefore, using user profiles as a starting point to construct user profile models has become an inevitable trend in precision marketing of agricultural products. This paper combines the application of user profiling technology in the agricultural field, analyzes the application mechanism and existing problems of user profiling in precision marketing of agricultural products, and proposes scientific and reasonable response strategies such as optimizing technology application and personalized recommendation system, actively and effectively adapting to market environment changes.

**Key words:** user profile; agricultural products; online retailers; precision marketing; strategies

(责任编辑:陈思婷)

(上接第127页)

(六)直面境内外文化安全挑战,打造社会主义核心价值观全疆上下国际话语权

核心价值观是引领新疆各族人民团结和凝聚的重要思想,核心价值观在新疆国家话语权的提升也有利于新疆应对境内外文化安全的挑战,提升国家在国际社会文化软实力。在新疆打造社会主义核心价值观的国际话语权,可强化意识形态的主导权,用马克思主义理论的立场、观点、方法揭露西方“普世价值”的实质,从而更好地抵御其文化侵蚀,增强核心价值观的国际认可度,提升国际形象。

六、结语

坚持社会主义核心价值观引领文化润疆是核心价值观在新疆理论根植和实践运行有效方式,在社会主义核心价值观的引领下,新疆文化建设将走上更正确的道路,创造出更辉煌的精神文明,更好地为祖国“文化强国”书写新疆篇章。

参考文献:

[1]马克思恩格斯选集:第4卷[M]. 北京:人民出版社,2012.

[2]习近平在第三次中央新疆工作座谈会上发表重要讲话[EB/OL]. [https://www.gov.cn/xinwen/2020-09/26/content\\_5547383.htm](https://www.gov.cn/xinwen/2020-09/26/content_5547383.htm), 2020-9-26.

[3]习近平谈治国理政(第二卷)[M]. 北京:外文出版社,2014.

[4]马克思,恩格斯. 马克思恩格斯选集:第2卷[M]. 北京:人民出版社,2009.

[5]马克思,恩格斯. 马克思恩格斯文集:第10卷[M]. 北京:人民出版社,2009.

[6]郭鸿杰,李朝阳. 习近平关于凝聚共识重要论述:生成逻辑、主要内容及价值意蕴[J]. 邓小平研究,2021(6).

Research on the Path of Socialist Core Values Leading the Cultural Enrichment Project in Xinjiang

LI Li-fang

(Xinjiang Institute of Technology, Aksu Xinjiang 843100, China)

**Abstract:** The guidance of socialist core values in cultural system construction is an important guideline for deepening the cultural enrichment project in Xinjiang. Exploring practical paths is the fundamental way to adhere to the guidance of socialist core values in cultural enrichment and achieve practical results. It is proposed to design socialist core values to guide the fundamental principles of cultural enrichment in Xinjiang in terms of guiding rules; in terms of leading goals, it is proposed to clarify the goal of socialist core values leading cultural development in Xinjiang through "three advocates"; in terms of the leading body, through the "three advocates", it is proposed to clarify the main body of socialist core values leading cultural enrichment in Xinjiang; the construction of socialist core values to lead cultural development in Xinjiang is proposed in terms of leading content; it is proposed to innovate and improve the mechanism of socialist core values leading cultural development in Xinjiang in terms of the leading mechanism.

**Key words:** core values of Chinese socialism; lead; cultural enrichment in Xinjiang

(责任编辑:章樊)