

新生态农牧认养与果蔬营销创新创业实践与教学研究

张阳阳 于震梁* 陈思思 孙宇宸
营口理工学院, 辽宁 营口 115014

[摘要]在新质生产力赋能农业现代化与高校创新创业教育深化改革的双重背景下, 新生态农牧认养与无农残果蔬营销项目以“生态化生产、数字化营销、实践化育人”为核心, 构建了兼具产业价值与教学价值的创新创业体系。本研究系统地分析了农牧认养的模式构建、无农残果蔬的微信生态营销路径, 探讨了项目在基地合作、用户拓展、风险防控等方面的创新创业实践经验, 并阐述了其融入创新创业教学的案例。研究表明, 该项目通过“认养+直供”模式破解了传统农产品供需失衡问题, 依托微信公众号与视频号实现了精准营销, 同时为高校创新创业教学提供了“产业-项目-教学”三位一体的融合载体, 为乡村振兴背景下的产教融合与农业产业升级提供了可复制的实践范式。

[关键词]新生态农牧认养; 无农残果蔬营销; 创新创业实践; 教学研究

DOI: 10.33142/fme.v6i10.18117 中图分类号: F713.5 文献标识码: A

Practice and Teaching Research on Innovation and Entrepreneurship of New Ecological Agriculture and Animal Husbandry Adoption and Fruit and Vegetable Marketing

ZHANG Yangyang, YU Zhenliang, CHEN Sisi, SUN Yuchen
Yingkou Institute of Technology, Yingkou, Liaoning, 115014, China

Abstract: Against the dual background of empowering agricultural modernization with new quality productivity and deepening reform of innovation and entrepreneurship education in universities, the new ecological agriculture and animal husbandry adoption and marketing project for non pesticide residue fruits and vegetables, with "ecological production, digital marketing, and practical education" as the core, has constructed an innovation and entrepreneurship system that combines industrial value and teaching value. This study systematically analyzes the model construction of agriculture and animal husbandry adoption, the WeChat ecological marketing path for non pesticide residue fruits and vegetables, explores the innovation and entrepreneurship practice experience of the project in base cooperation, user expansion, risk prevention and control, and elaborates on its integration into innovation and entrepreneurship teaching. The study shows that the project integrates "adoption+direct supply" into innovation and entrepreneurship teaching. The mode has solved the imbalance between supply and demand of traditional agricultural products, achieved precision marketing by relying on WeChat official account and video number, and provided a trinity integration carrier of "industry project teaching" for innovation and entrepreneurship teaching in colleges and universities, providing a replicable practice paradigm for industry education integration and agricultural industry upgrading in the context of rural revitalization.

Keywords: new ecological agriculture and animal husbandry adoption; marketing of non pesticide residue fruits and vegetables; innovation and entrepreneurship practice; teaching research

引言

在经济快速发展与社会持续进步的当下, 人们的生活水平实现了显著提升, 对食品安全和品质的关注度与日俱增。消费需求不再局限于单纯获取农产品, 而是朝着追求绿色、有机、可追溯的方向转变。从“苏丹红事件”“注水肉”到“三鹿奶粉事件”等食品安全问题的频频曝光, 一次次触动着消费者敏感的神经, 使得人们在选择农产品时更加谨慎, 对品质和安全性的要求愈发严格。人们越发渴望能了解农产品从种植、养殖到加工、销售的全过程, 确保入口的食物健康、安全。

与此同时, 政策层面也在大力推动农业现代化转型。中共二十大报告确立“优先发展农业农村”战略导向, 2024年《全国智慧农业行动计划(2024—2028)》将数字化作

为破解农业资源配置低效、产业链协同薄弱等问题的关键举措^[1]。新质生产力是以科技创新为主导的生产力质态, 新质生产力的“新”体现在“新业态、新技术、新要素、新范式”^[2]。优化绿色优质产品供给、促进产供销精准衔接、发挥电商平台优势、开展产销区域合作, 推动农产品消费升级, 助力农业现代化进程。在这样的时代背景下, 新生态农牧认养和无农残果蔬营销模式顺势而生。

认养农业作为一种新兴的农业模式, 互联网+认养农业模式平台, 消费者通过专业平台进行认养和监控, 等待最终产品送货上门^[3]。随着生活节奏的加快和生活水平的提升, 人们的生活需求逐渐从吃饱转变为吃好, 同时“诗意图”逐渐成为都市居民的内心追求, 认养农业因此应运而生^[4-6]。同时, 为了保障农产品的可持续发展, 应充

分利用新媒体的影响力^[7]。中央一号文件更是不断提出要大力发展农村电商，通过开展电子商务进农村，让农产品“走出去”^[8]。从单纯地提升农产品的品牌知名度，到提高村庄品牌的知名度，再到起到传承和弘扬优秀传统文化的作用^[9]。认养农业的增长。这一举措凸显了认养农业对于乡村振兴的重要性，为农产品销售注入了新的活力^[10-11]。此外，农产品的网络销售发展潜力巨大，有助于实现数农融合，“数商兴农”进入发展新阶段^[12]。电商农产品供应链，改善农产品运输与销售等也将成为农产品供应的关键环节^[13]。

目前，国内已形成了多种较为成熟的认养农业运作模式，如线上认养平台的兴起，让消费者通过手机或电脑就能轻松认养农牧产品，实时查看其生长状况，实现了远程参与农业生产的乐趣；还有线下与乡村旅游相结合的模式，消费者不仅可以认养土地或农牧产品，还能在闲暇之余前往农场体验农事活动，享受田园生活的宁静与美好。这些模式的出现，极大地满足了消费者对食品安全、品质以及个性化体验的需求，为新生态农牧认养和无农残果蔬销售提供了多元的发展。

1 农牧认养与无农残果蔬营销策略

1.1 农牧认养

本项目与本地的某知名农产品养殖与销售企业进行合作，项目组主要进行网络营销、推广、宣传。养殖企业负责高品质饲养，认养户主（如认养三只鸡）可以通过 APP 进行实时观察认养农畜的生长情况，生态农场也会在每个月末将母鸡产下的鸡蛋邮寄给认养主的家中，为认养主提供更便捷、更健康、更有品质，更专业的健康高端新生态农产品与服务。所饲养鸡都是土生土长的母鸡，饲养占地面积是 15 亩地，该占地面积我们是进行初步的实验养殖，母鸡在白天可以在监控范围内出去溜达与跑动，以散养的模式让其自由生长，所喂养的食物都是五谷杂粮，胡萝卜等瓜果蔬菜以及一些营养价值极高的面包虫，没有饲料，没有激素，真正做到了食品健康无公害的饲养，让人们吃的舒心，吃的安心。此外我们还提供一些特色服务：每个月会给认养者邮寄十五个健康营养的土鸡蛋，让他们吃到属于他们自己的鸡所产下的蛋，生鸡蛋打开几乎没有腥味道，蛋清浓稠不易散，蛋黄红润不噎人，还能体验到养殖的乐趣；认养者可以到农场现场参观，了解鸡、羊、猪的饲养过程并参与喂养，可以亲自采摘鸡蛋，体验采摘新鲜鸡蛋、果蔬的乐趣，同时了解鸡蛋的生长过程和质量保证；在农场周边开设农家乐，在夏日时提供烤串，冬季时提供铁锅炖，让认养者在体验与自己的鸡互动的过程中可以享受完善的服务；认养者每月所获得的鸡蛋若想赠送他人，提供精美礼盒包装、附赠精美定制贺卡服务。

1.2 无农残果蔬营销

无农残果蔬营销严格遵循“微信公众号+微信视频号”

的双渠道策略，借鉴新媒体营销“内容引流-用户转化-复购留存”的核心逻辑，构建了贴合项目定位的营销体系。

1.2.1 微信公众号营销

建立产品营销公众号，并将其定位为“信息发布+用户服务+认养管理”三位一体综合平台，核心围绕“建立信任、传递价值、便捷服务”三大目标构建完整内容体系，打造连接生态种植与用户的优质桥梁。在产品价值传递上，聚焦无农残果蔬核心优势，系统输出“零化学干预”种植逻辑：详细拆解科学轮作休耕体系、土壤养护方案，直观呈现物理诱捕、天敌防治等生物防虫技术细节；同步公示权威第三方检测报告，实时更新农残零检出数据，让健康品质看得见、可追溯。认养动态板块以周度推送为节奏，精准捕捉果蔬生长关键节点：从“水果西红柿挂果期疏果整枝”“翡翠黄瓜膨果期水肥管理”到成熟采收标准，用图文+短视频形式还原生长全过程；更为每位认养用户标记专属种植单元，同步灌溉记录、光照时长、生长指标等个性化数据，让用户沉浸式感受“云养植”的参与感。服务功能层面，菜单栏置顶“认养查询”“订单管理”“售后反馈”三大核心入口，实现全流程线上闭环：用户可一键查询认养状态、追溯物流信息，便捷管理订单变更，售后问题将在 24 小时内响应处理。通过简化操作流程、优化服务体验，让认养过程省心、放心、舒心，真正实现“认养无忧、享用安心”。

1.2.2 微信视频号营销

建立微信视频号，通过视频号以“场景化呈现、真实化传递”为核心创作理念，作为公众号的可视化延伸载体，聚焦两大核心内容方向，构建“内容种草—流量聚合—公众号转化”的营销链路，全方位强化用户信任与参与感。其一，深耕种植过程纪实，用镜头还原生态种植的每一个细节：清晨人工除草时的露珠特写、有机肥腐熟后人工施用的实操画面、自然成熟后带枝采收的完整场景，搭配平实的旁白解说，直观展现“拒绝除草剂、催熟剂、化肥”的种植原则，让“零化学干预”不再是抽象概念，而是可看见、可感知的真实实践，与公众号的种植标准、检测报告形成内容互补，深化产品价值认知。其二，聚焦用户真实体验分享，捕捉认养用户的沉浸式场景：家庭亲子采摘时的欢声笑语、好友结伴探访种植基地的互动瞬间、认养用户用自家果蔬烹饪家常菜的温馨过程，镜头下用户对果蔬清甜口感的真实夸赞、对“放心食材”的由衷认可，以原生视角传递口碑，比生硬宣传更具感染力，进一步夯实项目可信度。视频号与公众号形成深度联动：短视频结尾设置清晰引导，通过“点击链接关注公众号”“解锁认养专属权益”等提示，将视频流量引流至公众号；同时在内容中植入认养查询、订单管理等功能入口提示，让用户在被内容吸引后，可快速跳转至公众号完成认养、订单查询等操作，实现“内容吸睛-流量沉淀-转化闭环”的高效衔

接，推动营销链路无缝贯通。

2 项目的创新创业实践

2.1.1 基地合作与供应链优化

项目借鉴“营销-企业-农户”协同创新模式，构建多方共赢的产业合作生态。在基地合作层面，联合本地村部的政策支持，与营口周边3个规模化生态农场签订排他性战略合作协议，明确界定“零化学干预”种植养殖标准、产能分配比例及质量管控责任清单——企业提供标准化种植技术指导与市场渠道支持，农场严格执行轮作休耕、生物防虫等规范，政府部门负责全程监督抽检，形成“技术赋能+责任绑定”的合作机制。供应链端，充分吸收农产品电商成熟管理经验，打造“采收-分拣-配送”全链条标准化流程：无农残果蔬在自然成熟后，由专业采收团队按成熟度分级采摘，2小时内完成人工分拣、去杂、保鲜包装，同步粘贴专属溯源二维码；依托与本地3家冷链物流企业的长期合作，搭建“当日采收、次日送达”的区域配送网络，通过全程低温保鲜技术将产品损耗率控制在5%以内，远低于行业平均水平，既保障了果蔬新鲜度，也提升了用户体验。

2.1.2 用户拓展与市场渗透

项目采用“精准定位+内容引流+社群深耕”的三维用户拓展策略，聚焦本市及周边城市中高端家庭、母婴群体与健康饮食爱好者三大核心客群——这类用户对食品安全要求高，且具备一定消费能力，对认养模式的接受度更高。线上通过微信公众号与视频号形成内容矩阵：公众号输出种植标准、检测报告、认养服务等专业内容，视频号以种植纪实、用户体验等场景化短视频吸睛，尤其以亲子采摘、家常菜烹饪类视频的转化效果最为突出。线下同步发力社群运营，建立认养用户专属微信群，定期推送种植养殖科普、食材储存技巧，每月组织线下采摘体验、农场开放日等活动，同时推出老用户推荐奖励机制，形成“内容吸引—体验留存—口碑传播”的用户增长闭环，用户复购率稳定，核心用户均出现复购。

2.1.3 风险防控与可持续运营

针对认养农业普遍面临的自然风险与市场风险，项目建立双重防控机制保障可持续运营。自然风险方面，与合作农场签订风险共担协议，明确洪涝、台风、疫病等不可抗力导致的损失，由项目方与农场按一定比例分担，同时统一投保果蔬种植保险与疫病防治保险，覆盖80%以上的潜在损失；日常通过安装智能监测设备，实时监控土壤湿度、气温等环境数据，提前预警病虫害风险。市场风险方面，通过“认养预订”模式提前锁定销量，避免产能过剩；依托微信渠道的用户数据分析，精准捕捉消费偏好变化，动态调整认养单元价格与果蔬品类结构——例如根据社群反馈增加水果西红柿、翡翠黄瓜等热门品类占比，减少市场接受度较低的品类种植，有效降低供需失衡风险，

保障项目稳定盈利。

此次实践带来多重启示：其一，认养农业的“按需生产”模式从根源上破解了农产品滞销难题，实现了“产-销”精准对接；其二，微信生态营销凭借低成本、高触达、强互动的优势，大幅降低了获客成本，提升了用户触达效率，成为中小农业项目的优质营销载体；其三，项目验证了“生态化+数字化”是农业产业升级的核心方向——生态化保障产品核心竞争力，数字化赋能供应链管理、用户运营与风险防控。此外，项目形成的“基地标准化、营销精准化、风险可控化”实践经验，为同类认养农业项目提供了可复制的参考范式，助力农业创新创业向高质量、可持续方向发展。

3 项目的教学研究

3.1 教学融入理念与目标

项目深度践行“产教融合、知行合一”的核心教育理念，以认养农业创新创业实践为纽带，打破“产业与教学脱节”的传统壁垒，将高校《创新创业实践》《市场营销》《农业电商运营》等核心课程与产业实际需求紧密绑定。教学融入的核心逻辑遵循“理论认知-实践实操-反思迭代”的三阶路径：先通过课程理论夯实学生对农业产业、创新创业逻辑的基础认知，再依托真实项目让学生参与实操历练，最后结合实践成果与问题进行复盘反思，形成完整的能力培养闭环。教学核心目标聚焦三大能力维度的协同提升：一是产业认知能力，让学生深入理解认养农业的产业链结构、运营模式、核心痛点与发展趋势，打破对农业产业的片面认知；二是项目实操能力，培养学生在内容创作、用户服务、数据分析、策略优化等方面的实战能力，实现“从理论到实践”的落地转化；三是创新思维能力，引导学生基于项目运营中的真实问题，提出兼具可行性与创新性的解决方案，激发主动探索与突破的思维意识，为未来投身创新创业或产业实践奠定基础。

3.2 教学实践模式

3.2.1 课程内容重构

项目摒弃“理论讲授为主”的传统模式，将认养农业项目的完整运营模块拆解为具象化教学案例，系统性融入相关课程体系。在《创新创业实践》课程中，以“认养模式设计”“防控机制构建”“供应链优化”为核心教学主题，引导学生对比传统农业与认养农业的差异，分析项目“政府-企业-农户”协同模式的创新点，分组完成项目可行性分析报告与防控方案设计；在《市场营销》课程中，以项目微信生态营销为核心案例，探讨新媒体内容引流与社群运营，组织学生开展用户画像分析、公众号推文选题策划、视频号脚本撰写与营销效果评估等实操任务，让课程内容从“抽象理论”转化为“实战课题”。

3.2.2 学生参与机制

构建“教师指导+学生主导”的项目运营学生团队，根据项目需求设置“内容创作组”“用户服务组”“数据分

析组”三大职能模块，明确分工与协作机制。内容创作组负责公众号原创推文撰写、视频号素材实地拍摄与剪辑、种植科普内容策划，累计完成兼具专业性与可读性的推文十余篇，制作聚焦种植纪实与用户体验的短视频几十余条，其中部分单条视频号内容累计播放量超 1.2 万次；用户服务组专项对接认养咨询、订单查询、售后反馈等需求，建立标准化服务话术与问题处理流程；数据分析组负责整理微信生态营销数据、用户消费行为数据与复购率数据，通过数据可视化呈现运营成效，为项目策略优化提供支撑。教师通过定期项目例会、一对一指导、阶段性复盘会等方式，全程把控实践方向，及时解决学生遇到的实操难题。

3.2.3 教学成效

经过教学融入实践，项目取得了“学生能力提升、教学质量优化、产业协同增效”的多重成效。在学生层面，参与项目的学生不仅系统掌握了认养农业的运营逻辑、新媒体营销技巧与用户服务规范，更实现了实践能力的全面提升——90%以上的学生能够独立完成营销内容创作，3份学生提出的运营优化建议（如“亲子采摘主题短视频系列策划”“老用户推荐积分制度”）被项目采纳并落地实施，学生的沟通表达、团队协作与问题解决能力得到显著增强。在教学层面，项目为高校创新创业教学提供了“真实产业场景、可落地项目载体、多元化实践内容”，彻底破解了传统教学中“理论与实践脱节”的痛点，推动课程从“知识传授型”向“能力培养型”转型。同时，形成了“产业赋能教学、教学反哺产业”的良性循环：产业需求为教学提供了精准方向，学生的实践成果为项目运营注入了创新活力，实现了教育与产业的协同发展。

4 结论

本项目以农牧认养与无农残果蔬为核心载体，构建“生态化种植养殖+数字化营销+认养制服务+产教融合”的多元创新体系，取得了产业效益与教学价值的双重突破。在产业实践层面，通过“政府-企业-农户”协同模式夯实基地供给基础，以微信公众号+视频号双渠道构建“内容引流-转化-留存”营销闭环，结合标准化供应链与双重风险防控机制，有效破解了农产品滞销、信任缺失等行业痛点。在教学层面，依托真实产业场景重构课程体系、搭建学生实操平台，创新“过程+成果”双维度考核机制，既提升了学生创新创业实操能力与产业认知，又以学生创新成果反哺项目运营，形成“产业赋能教学、教学反哺产业”的良性循环，为高校创新创业教育改革提供了可复制的实践范式。项目表明，农业创新创业需立足品质核心与用户需求，以数字化工具打通供需链路，而产教融合则为农业

产业升级注入了人才活力，其“基地标准化、营销精准化、风险可控化、教学实战化”的经验，可为同类农业创新创业项目与高校产教融合实践提供重要参考。

基金项目：2024 年营口理工学院国家级大学生创新创业训练计划项目“新生态农牧认养与无农残果蔬营销创业计划”，项目编号：202414435002X。

【参考文献】

- [1]李文丽.新质生产力赋能数字农业创新发展研究——基于横县数字茉莉和覃塘云认养的实证分析[J].农村经济与科技,2025,36(15):42-45.
- [2]赵锦春.数字赋能江苏农业新质生产力发展研究[J].江南论坛,2024(6):10-15.
- [3]马昕妹.乌鲁木齐市耕读园认养农业模式发展现状及建议[J].农业展望,2023(8):56-60.
- [4]刘晓瑞.面向乡村振兴的认养农业发展影响因素——基于咸阳市周边橙种植户的调查[J].干旱区资源与环境,2023(11):134-139.
- [5]梁丹.我国“互联网+认养农业”发展现状及策略[J].农业经济问题,2023(7):89-95.
- [6]宋冬雪.新质生产力赋能农业绿色发展的意蕴、挑战与路径[J].特区实践与理论,2024(5):44-49.
- [7]谢代国.新媒体视角下农产品网络营销思路及策略研究[J].商场现代化,2024(9):20-22.
- [8]徐昊.乡村振兴背景下农产品电商网络销售的渠道研究[J].商场现代化,2023(21):37-39.
- [9]饶华南.基于互联网平台的农产品精准营销研究——以认养农业为例[J].中国农学通报,2023(24):152-158.
- [10]段翔.发展认养农业的优化路径研究[J].农业技术经济,2023(6):78-84.
- [11]王增飞.农村电商发展背景下农产品网络营销优化策略[J].农业经济,2024(3):112-114.
- [12]杨洁.考虑网络效应的农产品销售策略研究：本地销售 vs 直播销售[J].商业研究,2024(2):67-73.
- [13]卫静静.网络电商农产品销售供应链管理对策研究[J].农村经济与科技,2023(18):89-91.

作者简介：张阳阳（2003—），男，汉族，山西朔州人，本科，专业：机械设计制造及其自动化；^{*}通讯作者：于震梁（1982—），男，汉族，辽宁营口人，博士，研究方向：机械可靠性设计、创新创业应用；陈思思（1993—），女，汉族，辽宁盘锦人，硕士，研究方向：机械工程，创业基础；孙宇宸（2006—），男，汉族，新疆乌鲁木齐人，本科，专业：应用化学。