

基于社会网络分析的安化黑茶网络营销策略研究

吴丽玲¹, 戴小鹏^{1*}, 贵颖祺^{1,2}

(1. 湖南农业大学信息科学技术学院, 湖南长沙 410128; 2. 湖南化工职业技术学院, 湖南株州 412004)

摘要 社会网络分析为研究社会关系提供了数学的和可视化的分析方法。该研究运用社会网络分析方法, 对安化黑茶的网络营销进行了系统分析。通过客户与客户间关系网络的认识和客户角色的定位, 进一步全面深入认识客户, 优化安化黑茶客户关系管理, 从而提高安化黑茶的营销效率。

关键词 社会网络分析; 营销策略; 安化黑茶

中图分类号 S-9 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2014)15-04859-02

Research on Network Marketing Strategy of Anhua Dark Tea Based on Social Network Analysis

WU Li-ling, DAI Xiao-peng et al (School of Information Science and Technology, Hunan Agricultural University, Changsha, Hunan 410128)

Abstract Social network analysis provides a mathematics and an visual method for the research of social relations. By using social network analysis method, the network marketing of Anhua dark tea was analyzed. Through cognition on relationship network among consumers and positioning of consumer, so as to further deeply understand of consumers, optimize Anhua dark tea consumer relationship management, improve marketing efficiency of Anhua dark tea.

Key words Social network analysis; Marketing strategy; Anhua dark tea

社会网络分析(social network analysis, SNA)是描述和研究对象在社会关系网络中的结构及结构功能的一种可视化研究。社会网络分析法为研究社会中存在的各种关系提供了一种数学的和视觉的分析方法, 将研究对象置于一种可视化的网络当中。网络营销是借助信息技术以市场营销为基础发展起来的一种新型的营销方式^[2]。网络营销开拓了信息分享和交流的空间, 为企业提供了更广阔的客户群体与营销机会, 提高了营销的效率。近年来, 安化黑茶在政府和社会各界的大力扶持下得到了快速的发展。随着收入水平的提高, 人们对于生活质量的要求也不断增加, 消费者对于茶的要求也越来越高, 再加上农村信息化的基础设施较差、网络营销的人才供应不足以及网络营销的信用体制建设低等因素, 对茶市场带来更多的要求和挑战。能否在当下的茶叶市场占据一席之地, 是安化黑茶目前面临的重大问题^[3]。笔者运用社会网络分析方法对安化黑茶营销策略进行研究, 提出相应的营销模式, 构建黑茶营销网络, 着重研究安化黑茶营销网络的相关特性, 分析营销中的动力学行为。

1 安化黑茶营销的社会网络分析

1.1 安化黑茶营销网络系统构建 社会网络分析的优势在于可以建立起私人的只有自己 and 朋友的网络聊天基地, 例如 MSN Spaces、Yahoo、360 等。社会网络提供单个客户组建属于自己的聊天交友基地, 成立自己的交友圈子, 如此以来, 每一位使用者通过自己的或者朋友圈子使得原本不认识的陌生人有了交流的机会, 逐渐形成一个巨大的关系网。基于社会网络分析的安化黑茶营销网络系统见图 1。

1.2 网络参数分析 Ucinet 由于其易用性和功能的综合性

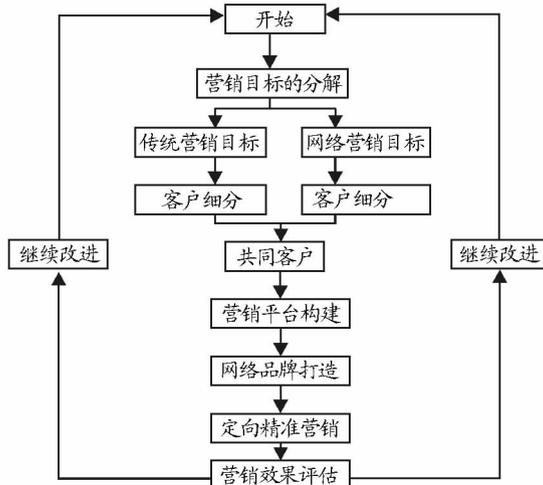


图 1 基于社会网络的安化黑茶营销网络系统

的特点, 是应用较多的社会网络分析程序^[4]。利用 Ucinet 可以进行团聚度(Cohesion)分析、中心度(centrality)分析、子群(Subgroups)分析、角色和位置(roles&position)分析等, 另外还可进行量纲式的和非量纲式的多维表分析、聚类分析、因素分析和对应分析等。

1.2.1 中心性分析。 利用中心性分析能反映节点(行动者)在社会网络中的结构位置或地位优越性。中心性测量指标主要有常用来衡量在网络中中心地位的程度中心性, 以距离为概念来计算一个节点的中心程度的亲近中心性和衡量节点作为媒介能力的中介中心性^[5]。程度中心性的计算公式为:

$$c_D(n_i) = d(n_i) = \sum_j x_{ij} = \sum_j x_{ji} \quad (1)$$

式中, $x_{ij} = 0, 1$, 代表节点 i 是否承认与节点 j 有关系; g 是网络中的节点数。

亲近中心性的计算公式为:

$$c_c(n_i) = \left[\sum_{j=1}^g d(n_i, n_j) \right]^{-1} \quad (2)$$

基金项目 湖南省研究生科研创新项目(CX2013B312)
作者简介 吴丽玲(1987-), 女, 湖南安化人, 硕士研究生, 研究方向: 社会网络。* 通讯作者, 教授, 博士, 硕士生导师, 从事智能农业、知识网络、计算机视觉技术在农业中的应用研究。
收稿日期 2014-04-29

式中, $d(n_i, n_j)$ 代表 n_i 与 n_j 的距离, 公式的意思是节点 n_i 到其他节点的距离加总再求倒数, 距离越大则节点越处于边缘位置, 也就越不重要。

中介中心性的计算公式为:

$$c_B(n_i) = \sum_{j < k} \frac{g_{jk}(n_i)}{g_{jk}} \quad (3)$$

式中, g_{jk} 是节点 j 到节点 k 的捷径数; $g_{jk}(n_i)$ 是节点 j 到节点 k 的快捷方式上有节点 i 的快捷方式数, g 是网络节点数。Ucinet 中, 利用 NetworkCentralityMultiple Measures 来计算。

中心性高, 说明该网络营销点的吸引力大, 中心性小则反之。**1.2.2 聚类子群分析。**通过凝聚子群分析, 能够找出社会网络中的凝聚子群的个数以及这些子群之间的关系特性^[6]。凝聚子群分析法一般有以节点和以距离计算的两类方法, 本文主要介绍以节点计算的 K-core 方法, 该方法操作简便, 识别准确, 整体性强。K-core 定义^[7]: 如果对每个节点 $n_i \in N$, $d_s(i) \geq k$, 则子图 G_s 是整体图 G 的子图, $d_s(i)$ 是点 n_i 度数。即一个 K 核的最大子图中每个点至少与其他 k 个点相连, K 核中每个点度数至少为 k 。凝聚子群的规模越大, 说明客户的交流范围越广, 客户之间的关系越紧密。凝聚子群小, 则说明网络消费群体中之间的联系较松散, 对于信息的分享和交流不多。

1.2.3 位置与角色分析。通过位置与角色的分析, 可以进一步了解客户之间的关系模式^[8]。在安化黑茶网络营销网络中最重要的关系有 4 类: 一是企业主体与客户个体之间关系, 企业在这层关系中主要扮演“舞台”提供者, 企业向客户群体提供满足其需求的舞台, 客户群体则在该舞台表达自我, 寻求共鸣; 二是企业主体与企业客体之间的关系, 这层关系里, 企业与企业之间属于利益共同体, 相互协作不可分割; 三是同类客户个体之间关系, 同类客户是指在某些方面, 同一科技或者同一类信息等, 能够引起共鸣并聚集在一起形成的客户之间的交流关系。四是非同类客户个体之间关系, 该关系不同于前者, 前者是一种持久性的关系, 该关系则属于非持久性关联关系^[9]。在社会网络分析中, 位置与角色的不同, 所起的功能是不同的。

2 安化黑茶的网络营销模式

近年来, 安化的黑茶产业在安化县委县政府的大力扶持下得到了快速的发展。2012 年安化县全县的茶园面积超过了 1 万 hm^2 , 茶叶产量达到了 2.3 万 t, 其生产、加工和营销的综合产值超过了 15.8 亿元, 茶叶总产量在全国排第九位, 黑茶的产量位列全国第一^[10]。

湖南黑茶网网络推介的主要手段是搜索引擎优化、交换链接的推广、E-mail 营销、微信和微博营销等策略^[11]。

2.1 搜索引擎优化 在百度的搜索引擎上, 输入“黑茶”这个关键词, 湖南黑茶网的搜索排名排在第二位, 仅次于黑茶的百度百科介绍; 输入“安化黑茶”这个关键词, 其百度搜索排名依然是排在第二位, 排在第一位的是黑茶的百度百科。所以, 除了黑茶的百度百科之外, 湖南黑茶网在百度搜索引擎上的商业性网站排名名列第一位。据最新的数据显示, 百

度搜索引擎在我国的搜索引擎市场上所占的比重超过 80%, 这也给湖南黑茶网带来了巨大的商机, 这也是湖南黑茶网成功的主要秘诀之一。

2.2 微信和微博平台的推广 湖南黑茶网还开通了微信平台(图 2), 其账号是“hnheicha”, 用于与特定消费群的沟通与联系。其微信的大致内容以及微信二维码如图 2 所示。微信平台的构建是基于 Web2.0 的思想理念下进行的。在目标受众主动的关注了湖南黑茶网的微信平台后, 就可以通过微信平台与湖南黑茶网进行互动。湖南安化黑茶微信公众平台可以为客户提供详细的安化黑茶的价格, 并且可以为客户介绍安化黑茶的历史、黑茶的文化遗迹最新的黑茶产品信息和黑茶收藏相关知识。如果客户想具体了解某种产品的详细信息, 如想了解“千两茶”, 就可以发送文本信息“千两茶”到湖南安化黑茶的微信公众平台, 其就可以为客户回馈关于“千两茶”的一系列相关信息。在如今移动终端占据了大量互联网市场的情况下, 这种营销模式无疑能够为湖南黑茶网增添不少的流量。



图 2 湖南黑茶网的微信平台

相较于微信平台, 微博营销平台不是湖南黑茶网的主要推介手段, 但也起到了较为重要的辅助推介作用。其主要的微博战略地为新浪微博, 其粉丝的数量目前为 910 位。但这只是经常关注的粉丝数量, 不包括经常浏览但是不关注的客户数量。湖南黑茶网的微博平台主要的操作技巧如下: 第一, 充分地利用微博平台提供的推广功能。在用户的信息设置上, 该平台简要地介绍了公司的核心产品, 并且公布了公司的网站站点。第二, 自定义了微博的模板, 在模板中呈现了湖南黑茶网的官方标志, 这也是一种简单可靠的网络品牌的推广方式。第三, 该平台通过了新浪微博的客户认证, 也就是通常意义上的实名认证, 这种方式可以增加客户对该微博的信任度。第四, 湖南黑茶网熟练地使用微博的签名档功能, 将每一次发布的新信息的代码发布至一些网络社区或者与黑茶受众目标紧密相连的一些论坛上, 这无疑也增加了湖南黑茶网的知名度和影响力。

2.3 交换链接的推广 网站之间的超级链接不仅为用户提供了信息的拓展, 而且也为用户通过链接浏览本网站提供了便利。交换链接的多少也是影响搜索引擎排名的重要因素。网站的链接推广主要的形式有以下几种: 交换链接、循环链接、轮辐式链接、链接联盟等。湖南黑茶网主要

由点到面的滚动式推进的特点和策略则为技术推广提供了很好的外围保障,能够从农民对技术要求的方面进行考察并作出解决对策。

4.2 建议 作为较为成功的节水灌溉农业技术项目,PRI项目在实施过程中由于主客观因素的制约也显示出其不足的方面:技术根植性较低;大规模推广面临着垄沟工时增加的可能等。为此在下一阶段的技术推广过程中需要重点解决上述问题,如根据当地地理条件,在14个试点村设置若干“示范村”,用“示范村”带动“试点村”发展,项目实践经验表明,农户对于其他农村发展的经验更加重视;同时加快机械起垄技术的突破,以便更好地配合技术的大规模推广。

逐步实施节水技术的整村推进^[13]。目前PRI技术推广仍处于试点户传播阶段,若要推进规模的节水技术推广必须在已有试点户基础上逐步扩大规模,较为可行的就是实施PRI技术的整村推进。这样不仅有助于PRI项目的深入纵向发展,更有利于通过节水的规模效应达到生态保护的实质价值。

协调技术应用的重点,突出设施农业的地位。如上所述,PRI项目较好的协调了种植业发展和设施农业发展的矛盾,但是若从当地农业产业结构调整的角度出发更有针对性地推进技术传播,其产生的经济价值和社会综合效应会更加突出,这样不仅增加了当地农户的收入,更能在技术示范与推广中逐步树立新的技术推广理念,增强技术的根植性。

扩大PRI项目的技术来源面。目前,PRI项目的技术来源主要是中国农业大学水利与土木工程学院和香港浸会大学,这在保证了技术优势的同时也造成了技术相对单一性的弊端,同时当地高校并未参与到技术服务中,这样不利于技术的转化和普及。在项目后期可以接纳更多的技术来源,鼓

励当地技术资源参与项目建设,为项目的持续推进打下坚实的内生基础。

5 结语

作为适用技术理论的应用,甘肃武威PRI项目从项目选择到项目管理各个环节充分体现了技术的适用性,正是这种PRI项目的技术适用性促进了项目的顺利实施。同时,在项目后期实施过程中,技术适用性的特点也会得到持续发展,且在其他配合技术得到解决后,PRI项目“低成本、滚动发展”的目标也会逐步实现。

参考文献

- [1] 邓小平. 邓小平文选. 第三卷:科学技术是第一生产力[M]. 北京:人民出版社,1993:274.
- [2] 康荣平. 适用技术(世界经济百科全书)[M]. 北京:中国大百科全书出版社,1987:685.
- [3] ELLUL J. The technological society[M]. New York:Vintage,1954:76.
- [4] 斋藤优. 技术转移理论与政策[D]. 沈阳:东北工学院,1980:270.
- [5] E·F·马赫. 小的是美好的[M]. 北京:商务印书馆,1985:121.
- [6] 许志晋,徐宪春,冯丹纯. 适用技术理论历史发展评析[J]. 科学学研究,1996(12):21-22.
- [7] 苏振锋,翟淑君. 适用技术概念与其它技术概念之比较[J]. 云南科技管理,2004(4):51-52.
- [8] 杨廷珍. 农田水利节水技术的发展探讨[J]. 黑龙江科技信息,2011(35):137.
- [9] 中央政府门户网站. 政策解读:2011年中央一号文件为何锁定水利[EB/OL]. Http://www.gov.cn/jrzq/2011-02/09/content_1800056.htm.
- [10] 中华人民共和国农业部. 中共中央、国务院印发《关于加快推进农业科技创新持续增强农产品供给保障能力的若干意见》[Z]. 2012.
- [11] 中央政府门户网站. 温家宝考察纪实:决不能让民勤成为第二个罗布泊[EB/OL]. (2007-10-02)[2013-04-10]. http://www.gov.cn/ldhd/2007-10/02/content_767479.htm. [EB/OL]. Http://www.moa.gov.cn/ztl/yhwj/zywj/201202/120120215_2481552.htm.
- [12] 白青峰. 为了民勤绿洲永葆生机[N]. 经济日报,2007-05-06.
- [13] 王振,刘林,李凡,等. 农业技术创新扩散视角下的节水灌溉农业——以甘肃内陆干旱区交替灌溉节水技术示范与推广试点项目为例[J]. 山西农业大学学报:社会科学版,2013(7):670-671.

(上接第4860页)

运用的是互换链接。与湖南黑茶网互换链接的主要有“湖南名茶”、“安化黑茶品牌”、“中国茶叶通”等20多个网站。

这种通过与有一定访问量并且内容相关性程度大的企业网站相互链接,可以为合作的双方都带来大量的网站访问量,用户也可以通过网站链接发现新的网站,实现比价或者对该品牌或者品种有更为深刻的认识。其具体的操作手段是事先与预想链接目标网站事前协商或者直接提交申请,协商或者申请通过后,就可以将双方的LOGO或者网站名称用文字或者图片的形式添加相应的超链接。由于湖南黑茶网的知名度较高,所以在互设超链接的过程中,阻力较少。湖南黑茶网的链接是以友情链接为主体,以极少数的付费链接为辅。

3 小结

该研究运用社会网络分析方法,结合安化黑茶案例实际,对安化黑茶的网络营销进行了系统分析。通过中心性分析、凝聚子群分析以及位置与角色分析,对安化黑茶的客户群进行了具体的分析,并基于此构建了安化黑茶营销网络体

系,以促进安化黑茶知名度及营销效率的提高。

参考文献

- [1] 刘军. 社会网络分析导论[M]. 北京:社会科学文献出版社,2004.
- [2] 冯英健. 网络营销基础与实践[M]. 北京:清华大学出版社,2004:65-87.
- [3] 龚璞. 我国农产品网络营销相关问题研究[D]. 武汉:华中师范大学,2012:12-24.
- [4] 林聚任. 社会网络分析:理论、方法与应用[M]. 北京:北京师范大学出版社,2009.
- [5] STROGATZ S H, WATTS D J. Collective Dynamics of Small World Networks[J]. Nature,1998,393:440-442.
- [6] 任义科,杜海峰. 中国农民工社会网络的凝聚子群结构分析[J]. 社会,2008(5):20-24.
- [7] 陈庆伟,赵鹏. 社会网络分析法在情报学中的应用现状研究[J]. 情报探索,2010(10):36-37.
- [8] 周雪光. 组织社会学十讲[M]. 北京:社会科学文献出版社,2003:36-221.
- [9] 王耀球,万晓. 网络营销[M]. 北京:北方交通大学出版社,2007:46-54.
- [10] 刘志中. 安化黑茶产业营销公共服务平台建设的必要性[J]. 企业导报,2011(1):138-140.
- [11] 李玉红. 黑龙江省农产品网络营销系统构建研究[J]. 现代化农业,2012(12):47-49.