



教育部人文社会科学
重点研究基地

中国农村研究网

Chinese rural studies



· 在线咨询 ·

- 蘑菇的种植
- 下层民众的切身利益
- 人口普查是为什么
- 该中心与研究生培养有关么
- 中国农村调查 · 2010年 ·

· 中心动态 ·

- 湖北省委常委、纪委书记黄..
- 全国政治学专家团莅临中心..
- 吉林大学周光辉教授莅临中..
- 中国社会科学院陆学艺研究..
- 中心主任徐勇教授赴福建永..
- 国家林业局农村林业改革发..

· 新农学院 ·

· 调研基地 ·

《农村研究通讯》

《中国农村研究》

《中国农村调查》

· 新书推荐 ·



农民问题国际比较研究

您现在的位置是：[首页](#)>>[农村社会](#)>>[三下乡](#)>>

家电下乡对农村消费者品牌意识的培养

作者：秦大磊 张坚 来源：商业时代 2010年11期

我国于2007年12月先后在山东、四川和河南三省对冰箱、彩电和手机后辽宁等14个省、自治区、直辖市及计划单列市被纳入推广地区范围。2“家电下乡”活动对农村消费者品牌意识的培养作用，农村消费者品牌意识自通过“家电下乡”进一步提高农村消费者的品牌意识，本文对此进行探讨。家电下乡提高农村消费者品牌意识的

“家电下乡”活动之前，农村消费者对家电产品的要求更多的是价格费用，对品牌的高低端之分没有太多的了解和需求。因此大量的低端品牌自活动的逐渐推广，一方面农村居民对家电的数量需求不断增加，另一方面农村市场销量日增，而一些杂牌家电却逐渐淡出了农村市场。“家电下乡”下几点：

（一）国家严格的招投标制度保证品牌家电下乡

对于“家电下乡”产品的选择，国家采取的是招投标方式，为保证中标的生产和流通企业在生产、配送、销售、维修等方面都提出了明确要求。例如，生产企业有海信、海尔、长虹、新飞等，销售企业有西门子、惠尔浦、三洋等。和一些杂牌的家电产品相比，入围的品牌产品些品牌越来越认可，并逐渐形成了品牌意识。

（二）入围企业对产品进行改造升级以适应农村消费者需求

除了高标准的准入门槛外，国家在“家电下乡”活动中引入的竞争机制入围品牌之间的竞争，激励入围企业根据农村居民的需求对产品和服务进行“海信”电视中标的15款产品全部针对农村特定的消费环境，专门设计了“强度运输、待机功耗小以及说明书简易化等适应性功能”；康佳的部分液晶平板电视方面，三星取消了省级代理商；西门子对苏宁提供专项资金的推广。这些知名品牌在更大程度上迎合了农村的实际需求，树立了品牌者的视线。

（三）示范效应

农村消费者消费心理的另一最大特点是“眼见为实”，这也是广告等下乡知名品牌家电的优异性价比起到了良好的示范效应，真正做到使广大了下乡知名品牌家电后满意的笑脸，就是最好的宣传和引导，很快就会带动23.66%的农村消费者是听熟人介绍或依据口碑而购买家电的。入围的知名品牌农村消费者的品牌意识得到了普遍提高。

提高农村消费者品牌意识对我国经济

（一）促进厂商对产品进行升级，提高我国家电业国际竞争力

国际知名的管理学家迈克尔·波特有一句名言：挑剔的消费者是培育农村消费者（中国最大的消费者群）品牌意识的觉醒和提高，对我国家电业分。农村消费者数以十亿双挑剔的眼睛，是我国家电业走向世界的最好自存在显现，它可以直接促进厂商对家电产品在质量、性能等方面进行升级，能力。

（二）加速农村消费结构的升级，从质的方面拉动内需

政府对农民购买下乡家电产品给予销售价格13%的补贴，不仅实际增加家电欲望和购买能力，而且随着农村消费者品牌意识的增强，农村居民的消下，国家正在大大拉动国内需求。财政部曾会同有关部门测算认为，家电

销售6亿台（件），拉动国内消费约16000亿元，对我国经济的稳定增长和
进一步提高农村消费者品牌意识

（一）拓展三、四级消费市场

我国经济的二元结构是比较突出的，许多生产和销售企业大都把产品
者的投入远远不够，许多农村的消费者没有获取信息的有效途径，使得电
电及其它行业应投入更多的力量，建立直接面向三、四级市场的销售渠道
费习惯，提升他们的品牌意识。各级地方政府应该进一步规范和拓展农村
消费者在享受较低价格的同时，享受下乡品牌家电货真价实的实惠。

（二）树立品牌维护意识

入围“家电下乡”大多是有影响的知名品牌，产品的质量和售后服务
不够重视，有的打着家电下乡的“幌子”，把一些旧的家电进行翻新，其
版”的下乡家电产品，这种短视行为危害极大，会使下乡家电企业信誉
维护意识，时刻不忘提高产品的质量，加强营销理念和品牌意识。政府
电市场，控制价格的同时也要加强质量监督，加大打击假冒伪劣产品的
家电产品的信赖度，使他们牢固树立品牌意识。

（三）增加农民的收入

要想从根本上提高农村消费者的品牌意识，最关键的还是要增加农民
意识也只是空中楼阁。国家一直在推行各种惠农政策，发展农业经济，
还远远不够，需要国家予以更多的政策导向和资金扶持，各地部门要
出发点，提高农民的消费水平，这样农村消费者的品牌意识就会有更大的

结论

目前，包括“以旧换新”在内的各种家电下乡”活动正在积极开展中
重要的提升作用，并将会对我国经济发展产生了拉动效应。而且农村家
面，相关的家电生产和销售企业纷纷加大产品的改造升级，以应对农村消