

域的合作取得了显著成果。贸易规模的持续扩张，验证了双方的合作潜力，为双方经济的发展和升级提供了有力支持。未来，白俄罗斯和中国应继续加强跨文化交流和经济发展合作，继续秉持开放、平等、互利的原则，进一步深化经济文化交流，这不仅会为两国的繁荣发展注入源源不断的动力，也将推动两国关系不断向前发展。通过加强沟通和协调、增进相互理解和信任、加强人才培养等措施，相信中白两国能够克服面临的挑战，稳固合作关系，为两国人民带来机遇的同时，在欧亚地区乃至全球的经济文化交融与和谐发展上，发挥示范领导作用。

УДК 339.138

## ANALYSIS OF ONLINE MARKETING STRATEGIES FOR QINGYANG APPLES

王辉泽 (Wang Huize), Yanchuk A. L.

School of business of Belarusian State University

e-mail:1400296471@qq.com

*Summary. With the development and growth of various e-commerce platforms .The sales and publicity of Qingyang apples through the network can not only increase product sales and revenue, but also further expand the popularity of products, increase the market share of products, which is of great significance to the development and transformation and upgrading of Qingyang Apple industry. This paper starts with the sales mode of Qingyang apple, so as to realize the multi-level implementation of Qingyang Apple network marketing strategy, so as to promote the further development of Qingyang apple industry.*

### 一. 相关理论概述

#### 1. 网络营销

网络营销是当代的一种方法。随着互联网的迅速发展，其对农业方面的影响也越来越大 [1]，营销主要由直播间平台、网络连接。在这种趋势的影响下，消费者的心理和消费观念逐渐发生变化，降低了传统营销方式的稳定性，寻求符合社会的营销方式。消费心理的变化给了其他营销方式发展的机会，网络营销成为企业的又一营销工具 [2]。

#### 2. 庆阳苹果简介

庆阳苹果可以称之为“天然温室”。马莲河流域水清、这里是温带地区最适宜苹果的地方，苹果品质上乘。

### 二、庆阳苹果现状分析以及机遇分析

现状：市场快速增长和扩大，也不断扩大着网上营销的规模。行业竞争非常激烈。物流配送和保鲜技术面临着诸多挑战。鲜果由于其易腐性，对运输和保鲜的要求极高，及运输过程中的震动 都可能对果品的品质造成影响。机遇：现代信息技术的应用，如物联网、大数据分析等可以有效

的管理确保从果园到消费者手中的每一个环节都能够高效、顺畅地运作，保证苹果的品质和新鲜度。线上可以通过抖音、微博、微信等互联网 APP 进行宣传销售，线下进行售货服务，实现线下线上的有效结合，做到销售利益最大化并利用人工智能、大数据技术等收集当下客户对庆阳苹果的需求。

总的来说：在当今网络飞速发展的当下随着苹果市场竞争的日趋激烈，传统的生产厂商、消费者与果蔬产品的原有销售生态模式不再具有优势，以客户为主要关注点的线上销售正更多的占领销售市场但同时应该兼顾线下实体销售。在从传统营销方式向网络营销方式转变的过程中，企业将面临诸多风险和不便[3]。企业现阶段需要更科学的营销理念来优化庆阳苹果的网络营销环境，应持续优化线上内容与形式，提高庆阳苹果网络营销售后服务体系，助力庆阳苹果在数字经济时代背景下网络营销的发展成效。

#### 参考文献

1. 王晓娜. “互联网+”与农产品营销模式创新融合的措施研究[J]. 农业经济, 2021, (03):137-138.
2. 赵伟玲. 秦安县 XY 公司苹果网络营销策略研究[D]. 云南财经大学, 2021. DOI:10. 27455/d. cnki. gycmc. 2021. 000845.
3. 郑忆. 鲜果类农产品的网络营销策略[J]. 中国果业信息, 2024, 41(08):97

UDK 339.138

### 中国社交网络营销的策略

王思媛 (Wang Siyuan)

白俄罗斯国立大学 (School of Business of Belarusian State University)

e-mail: 1150026116@qq.com

*Summary. This article explores strategies for social network marketing in China. By gaining a deep understanding of the target audience, choosing the right social platform, providing valuable content, actively interacting with users, making reasonable use of advertising, carrying out cooperation and cooperative promotion, conducting data analysis and optimization, innovating personalized marketing methods, establishing a good reputation and brand image, and complying with laws and regulations, enterprises can enhance brand awareness, increase user interaction, improve sales performance, reduce marketing costs, and stand out in the highly competitive market. However, social network marketing needs to be constantly adjusted and optimized according to market and user changes, while maintaining sincerity and transparency, and building a relationship of trust with users to achieve long-term marketing results.*

随着时代的发展，互联网技术也随之迎来了的高速更新，社交网络也渐渐的步入人们的日常生活中。社交网络改变了人们的社交方式，同时也