

乡村振兴背景下农产品直播营销模式研究

汪 慧

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年4月28日; 录用日期: 2024年5月13日; 发布日期: 2024年8月5日

摘 要

在乡村振兴战略不断推进的背景下, 随着农村产业和电商经济的不断发展, 农产品直播营销快速兴起, 作为一种新型电子商务销售模式, 它不仅为农产品的销售开辟了新的路径, 拓宽了农产品的销售渠道, 大大提高了农民的收入水平, 还促进了乡村振兴战略的实施。对此, 本文着眼于乡村振兴背景下的农产品直播营销模式, 深入分析农产品直播营销的意义、农产品直播营销模式存在的问题, 并且为农产品直播营销模式的可持续发展提供相应的对策与建议, 旨在更好地指导农产品直播营销的健康发展, 推动乡村经济全面发展, 进而实现乡村振兴战略目标。

关键词

农产品, 直播带货, 营销模式

Research on Live Marketing Model of Agricultural Products under the Background of Rural Revitalization

Hui Wang

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 28th, 2024; accepted: May 13th, 2024; published: Aug. 5th, 2024

Abstract

In the context of the continuous promotion of the rural revitalization strategy, with the continuous development of rural industry and e-commerce economy, live marketing of agricultural products has risen rapidly. As a new e-commerce sales model, it not only opens up a new path for the sales of agricultural products, broadens the sales channels of agricultural products, greatly improves the income level of farmers, but also promotes the implementation of the rural revitalization

文章引用: 汪慧. 乡村振兴背景下农产品直播营销模式研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 5158-5163.

DOI: 10.12677/ecl.2024.133634

strategy. In this regard, this paper focuses on the live streaming marketing mode of agricultural products under the background of rural revitalization, deeply analyzes the significance of live-streaming marketing of agricultural products and the problems existing in the live streaming marketing mode of agricultural products, and provides corresponding countermeasures and suggestions for the sustainable development of the live streaming marketing mode of agricultural products, aiming to better guide the healthy development of live-streaming marketing of agricultural products and promote the all-round development of rural economy, and then realize the strategic goal of rural revitalization.

Keywords

Agricultural Products, Live-Streaming Marketing, Marketing Model

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

乡村振兴是我国实现社会主义农业现代化的必经之路，而产业振兴是乡村振兴的基石，是实施乡村振兴战略的首要要求[1]。2022年，国家多个部门联合印发《2022年数字乡村发展工作要点》《关于开展2022年农业现代化示范区创建工作的通知》等文件，文件指出要充分发挥信息化对乡村振兴的驱动赋能作用，重点发展农村电商等产业，不断推动我国乡村振兴取得新进展[2]。2023年中央一号文件指出，要深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程，鼓励建设农副产品直播电商基地[3]。由此可见，农产品直播营销，不仅是对农产品营销方式的创新，更是推动乡村产业兴旺的重要方式，通过网络直播营销能够拓宽农产品的销售渠道，有效解决贫困地区的农产品滞销难题，使得各地农民的经济收入有所保障甚至得以大幅度提高，从而对发展农村电商产业、促进农村地区经济全面发展、推动乡村振兴战略的实施具有重要意义。

2. 农产品直播营销模式概述

直播营销是互联网与电子商务发展到一定阶段的必然产物，它是指在互联网时代，以互联网为媒介，引入现代化信息技术，借助手机或电脑等设备，以直播平台为载体进行视频直播，向观众动态呈现商品的过程，从而实现商品营销目的的一种新型销售模式。当前的直播营销活动通常会在诸如抖音、快手、小红书、淘宝、拼多多等平台当中开展。

农产品直播营销模式具有实时互动、成本低、覆盖广泛、用户参与度高的特点。首先，通过直播平台，主播可以在农产品种植地现场展示农产品的采摘过程，还可以与观众进行实时互动，回答观众所提出的问题，包括农产品的质量、价格、售后服务等方面的问题。其次，直播营销所需的成本较低，因为不像实体店需要房租、水电费用等支出。再次，直播营销的受众群体更为广泛，能够覆盖全国各地乃至全球的潜在消费者，通过网络直播，能够让更多网民了解来自全国各地的产品，不受地域限制，满足各类消费群体的购物需求。最后，直播营销能够显著提高用户的参与度，直播间的观众可以实时向主播提出问题，并且参与抽奖、限时领取优惠券等活动，大大增强了直播的活跃度。总之，通过网络直播带货方式开展农产品营销活动，不仅仅可以有效解决贫困地区农产品的滞销问题、帮助各地农民销售出更多的农产品，提高农民的收入水平，还能促进农村电商的发展，进而促进乡村振兴战略的实施。

3. 乡村振兴背景下农产品直播营销的意义

农产品直播营销是转变农业发展方式的重要手段，是推动乡村振兴战略实施的重要推力，具有重要意义。

3.1. 促进农产品销售，提高农民收入水平

农产品作为农村产业的主要原材料，是农民的主要经济来源之一，其出售变现成为贫困地区农民需要解决的问题。而农产品直播营销为农民提供了直接的销售平台，农民能够通过直播带货将农产品通过网络展示给消费者。通过直播，消费者可以直观了解农产品的品质和生产过程，消费者对产品相关问题的疑惑也能得到主播的解答，增强了对农产品的信任感，提高了购买意愿，从而使得农产品销量大幅度增加，为贫困地区农民的增产增收创造条件，带动了农村经济发展，有助于实现农民增收致富。

3.2. 拓宽农产品销售渠道，促进农村电商发展

传统的农产品销售渠道比较单一，一般只能局限在本地区内，农民通常就近选择相应的销售点进行批量销售。这种销售方式难以将农产品推广到更广阔的市场，而且同一地区销售竞争压力较大，农产品供大于求的情况较为普遍，这很大程度上会导致价格竞争激烈。而农产品直播营销这种新型销售模式不受时间且不受地域限制，推动农产品从“线下”走到“线上”，农民可以通过网络平台将乡村特色农产品展示给全国各地的消费者，打破农产品销售的地域限制，拓宽农产品的销售渠道，将农产品推向全国乃至全球市场，从而促进农村电商经济的快速发展，有助于加快乡村经济的全面发展，助力实现乡村振兴战略目标。

3.3. 提升农产品的知名度，推动乡村旅游发展

农产品直播营销这种新兴的营销模式，不仅可以加强对农产品品牌的宣传和推广，提升农产品在市场上的知名度和美誉度，还可以在直播营销的过程中，引导消费者通过直播了解农产品的生产过程、生态环境、健康属性等，增加消费者对农产品品牌的认可度。同时，农产品直播营销也为乡村旅游业提供了新的发展机遇，可以借助直播展示农产品所在地的山水田园、特色风味、古老建筑等乡村面貌，吸引更多消费者的关注，激发他们对乡村的兴趣，这些消费者都有可能成为乡村旅游的潜在客户，带动乡村旅游业的发展[4]。近几年，农产品直播营销吸引了越来越多的消费者前往乡村体验农家乐、采摘游、田园生活等。由此可见，农产品直播营销不仅是一种有效的营销方式，也是一种推动农业和旅游业融合发展的有效手段。它不仅可以提升农产品的知名度和美誉度，也可以推动乡村旅游业的发展，为农村经济发展注入新的活力，不断促进农业和旅游业的融合发展。

4. 农产品直播营销模式存在的问题

4.1. 农产品质量参差不齐

一方面，农产品的生产过程受到多种因素的影响，使得不同批次的农产品质量存在差异。首先，农产品的生长过程容易受到外部环境因素的干扰，这些因素包括但不限于土壤的肥沃程度、天气的稳定性、温度的适宜程度以及种植技术的专业性等。这些因素都有可能导致农产品的生长速度、产量以及品质产生变化。其次，很多农产品的生产周期较长，从播种到收获，可能需要几个月甚至长达一年的时间，这就意味着，在不同的生长阶段，农产品所受到的环境影响也会有所不同，因此，即使是同一种农产品，不同批次的产量和质量也可能存在差异。再次，农产品的加工过程也会影响其品质。加工过程中的技术水平、加工方式、加工环境等因素都可能对农产品的品质产生影响。由于不同农户或农场的生产技术水

平存在差异,他们生产的农产品质量就会参差不齐。另一方面,网络直播带货这种销售模式具有能够实时互动、让人沉浸式购物的特点。然而,在直播营销模式下,有些直播带货主播过于追求销量,忽视了产品质量的重要性,售卖劣质残次产品给消费者,这就导致消费者的信任度降低,越来越多的消费者投诉所谓的“网红”农产品名不副实、产品质量差、安全无保证[5]。农产品直播营销最突出的问题就是直播间商品描述和实际质量不符,特别是部分直播带货人员夸大自身产品的品质,甚至将产品“以次充好”,在直播间展示给消费者的产品品质质量都很好,但消费者最终收到的产品却不是直播时看到主播展示的同质量的产品。同时,一些无良主播为了获取暴利,在直播过程中夸大产品功效、虚假宣传产品特性等,使消费者权益受到严重损害,这也在很大程度上降低了消费者对直播产品的满意度,降低了消费者的信任度。

4.2. 农产品直播营销人才匮乏

直播人员是直播营销的关键,他们的营销能力直接影响农产品销售的效果。因此,作为主播需要掌握较高的直播专业技能,不仅需要具备形象好、口才佳、话术专业性强、有亲和力等前提条件,还需要了解互联网平台的运营规则和营销策略,同时要对直播产品的内容、属性、特点综合了解,能够及时准确的回答客户的问题[6]。然而,很多农产品直播间的主播大多是农民,而农民普遍文化水平不高,也没有接受过专业的直播带货的培训,缺乏网络直播技巧、客户沟通技巧和销售话术技能,甚至缺乏对各式各样的农产品进行全面的了解与判断,直播卖货的过程中很难将农产品介绍到位,只是对农产品进行单一、重复的简单介绍,缺少与观众的实时互动环节,无法吸引并留住观众,也无法勾起消费者的购买欲望。对此,就需要培养更多专业的农产品直播营销人才。

4.3. 农产品售后服务体系不够完善

在农产品直播销售模式下,农产品需要进行配送和运输,运输环节如果不合理或不规范,可能会直接影响农产品的质量。通常情况下,长时间的运输、不适宜的包装等都会对产品的新鲜度和质量造成影响。而大部分农产品存在鲜活、易腐等特性,再加上长距离运输,会出现消费者收到的产品与预期存在差别的情况。因此,农产品的售后服务非常重要。传统的线下销售模式中,消费者可以通过观察以及用手触摸商品来判断商品的质量。但是在直播营销模式下,消费者只能通过屏幕观看主播展示的产品,而很多消费者在观看直播的过程中又容易在价格优惠和主播的话术推动下激情下单。一般情况下,消费者们在淘宝、京东等互联网电子商务平台购买商品后如果出现质量问题或者物流方面问题,都会第一时间咨询店铺客服人员,客服也会尽量满足消费者的需求,帮助消费者们走退换货流程或者进行相应的赔偿,消费者如果对店铺客服的处理不满意还可以申请平台客服介入处理。然而在农产品直播营销模式下,部分消费者进行售后反馈信息时被主播、商家、物流企业三者互相推诿责任,甚至有些无良商家还把责任推卸到消费者身上,还有一些店铺售后服务人员遇到顾客投诉也是视而不见,拒绝进行售后处理导致纠纷频繁发生[7]。总之,如果农产品的售后服务体系不够完善,消费者在遇到售后问题时,无法得到及时、满意的解决,那么消费者的权益得不到保障,就会影响消费者的体验感、大大降低消费者的信任度。

5. 农产品直播营销模式的优化建议

5.1. 加强农产品质量保障,提高农产品成交率

发展农业,首要就是要提高农产品的质量,只有高质量的农产品才能获得顾客信任,收获大批忠实的顾客,从而不断提高农产品成交率。乡村种植的农产品具有原生态、绿色环保和无公害的特点,应该从根本上发挥原生态乡村农产品的优势,生产优质、绿色、健康的农产品。而且对农产品进行网络销

售也需要严格把控农产品的质量、包装及服务，要确保消费者收到的农产品品质与直播间介绍的基本一致。也就是说，农产品商家务必要保障农产品的优质货源与供应渠道，销售的农产品必须符合国家的质量认证标准，尤其要严格把控直播电商农产品的质量。同时，政府相关部门也应加大对农产品种植、生产、贮存、运输等环节的监管力度，保障农产品的质量与安全。

5.2. 培育和引进农产品直播人才，提高直播专业度

要实现农产品直播长期可持续发展，需要加大培养和积极引进优秀的农产品主播和专业运营人才。一方面，不断提高现有的农产品主播的直播销售技能，提高直播专业度。作为农产品直播带货的主播不仅需要了解学习农产品的种植、生长过程、农产品品质与特性、农产品生产加工技术等专业知识，还需要学会如何在直播中展示产品、吸引观众的注意力、与观众进行有效互动等。事实上，一个优秀的主播必须具备拍摄剪辑、文案写作、短视频运营、直播口才表达等多种技能。因此，可以通过开发线上视频拍摄剪辑课程、短视频创作课程、直播带货技巧、账号运营的短期训练班等提升农产品直播从业人员的电商直播技能和专业素养，使其能够更好地开展农产品电商直播工作。另一方面，政府要积极引进农产品直播人才。由于农村地区经济发展落后，条件艰苦，很难吸引大批优秀的、专业的直播团队或青年人才为乡村的农产品直播带货助力，这在一定程度上制约了农产品直播带货事业的发展。对此，政府应该积极组织电商培训班，邀请直播行业内专业的电商人士下乡为农民普及电商知识、直播技巧以及运营技巧，提高农民的直播专业度，同时政府还应设立专项资金，制定电商专业的人才引进政策，并且完善人才培养引进的激励机制，吸引更多懂得短视频运营和直播运营以及素质良好的直播人才从事农产品直播营销工作，助力实现乡村振兴[8]。

5.3. 完善农产品售后服务体系，保障消费者权益

农产品直播营销的开展需要一套完整的售后营销体系支撑，售后服务是直播营销模式不可或缺的组成部分。由于农产品的特性决定了消费者在购买后可能会遇到一系列与农产品质量相关的问题，因此，建立完善的售后服务体系至关重要。建立完善的售后服务体系不仅能够为消费者解决售后问题，更能够增强消费者对农产品的信任和认可，保证消费者有良好的购物体验，并且促进农产品的回购率。因此，在农产品直播营销模式下，为了保障广大消费者的自身权益、增强消费者对农产品的认可程度以及促进农产品的回购率，必须建立完善的售后服务体系。首先，安排专业的售后服务人员及时处理消费者的产品售后问题，尤其是对于售出的存在质量问题的农产品，必须迅速进行处理，以保障消费者的权益和购物体验。其次，消费者对于产品的相关反馈信息也要认真受理，以便及时改进和提升产品质量。同时，售后服务部门工作人员需要将农产品可能出现的包括产品质量问题、配送问题、售后服务不满意等售后问题进行有效归纳，针对不同的售后问题制定不同的解决方案，旨在为消费者提供满意的服务。最后，在售后服务体系完善的过程中，还需要建立售后服务评价模式，通过消费者对售后人员的评价结果，及时了解农产品售后服务工作中存在的问题，以便及时改进售后工作。并且对于售后服务评价制定相应的奖惩机制，这样能更好地调动售后服务人员的工作积极性，提高他们的服务水平和工作效率，进而增强消费者对农产品直播营销模式的认可度[9]。

6. 结语

综上所述，农产品电商直播营销是乡村振兴战略实施的一个重要内容，在促进农产品销售、提升农民收入水平；拓宽农产品销售渠道，促进农村电商发展；提升农产品知名度，推动乡村旅游发展等方面具有非常重要的意义。但是农产品电商直播营销作为之中快速兴起的销售模式，还存在诸如农产品质量

参差不齐、农产品直播营销人才匮乏、农产品售后服务体系不够完善等问题。因此，要通过加强农产品质量保障，提高农产品成交率；培育和引进农产品直播人才，提高直播专业度；完善农产品售后服务体系，保障消费者权益等途径保障农产品直播营销模式的可持续发展，进而推动乡村经济全面发展，为乡村振兴战略的实施提供有力支持。

参考文献

- [1] 朱娜. 乡村振兴背景下甘肃农产品网络营销路径探析[J]. 山西农经, 2024(4): 49-51.
- [2] 谢焱焱. 农产品网络营销的挑战及对策探究[J]. 农村实用技术, 2023(7): 11-14.
- [3] 陈莉, 孟洁. 农产品电商直播营销的 SWOT 分析[J]. 辽东学院学报(社会科学版), 2023, 25(6): 45-49.
- [4] 孙新悦, 高星, 许晨烨. 乡村振兴背景下农产品直播营销模式及其优化路径研究[J]. 中国农业文摘——农业工程, 2023, 35(1): 49-52.
- [5] 管蓉霞. 乡村振兴背景下农产品电商直播营销策略[J]. 商场现代化, 2023(17): 39-41.
- [6] 丁慧鸽. 农村直播电商发展中存在的问题及对策分析[J]. 现代营销(经营版), 2020(5): 166-169.
- [7] 吴颖钦. 乡村振兴背景下“短视频 + 直播”农产品营销策略优化研究[J]. 佳木斯职业学院学报, 2023, 39(7): 37-39.
- [8] 王笑薇. “短视频 + 直播”助力乡村振兴面临的困境及对策[J]. 西部广播电视, 2023, 44(10): 77-79.
- [9] 郭友, 夏伟. 乡村振兴背景下农产品直播营销模式及其优化路径研究[J]. 山西农经, 2023(23): 161-163.