

英专生直播带货：“双语直播 + 助农”的创新发展、风险挑战与长效机制

吕雪峰

贵州大学公共管理学院，贵州 贵阳

收稿日期：2024年6月26日；录用日期：2024年7月10日；发布日期：2024年8月15日

摘要

近年来，大学生就业形势发生较大变化，农村地区面临持续的人才短缺困境。英语专业的学生企图在严峻的就业形式中探寻出一条创新型就业路径——双语直播带货。“双语直播 + 助农”的创新模式应运而生，需要关注三个基本问题。一则，“双语直播 + 助农”的本质是大学生就业新尝试和农产品营销的创新融合模式，体现直播带货范式的创新型发展。二则，直播带货本身是依托社交网络、移动支付、电子商务等信息技术推动的消费扶贫，属于数字助农的创新发展，英专生的介入则在服务平台、受众群体、供应链短缺方面面临挑战。因此，本文从制度保障、理念变革、健全管理机制三个方面回应上述问题，提出英专生双语直播带货的长效机制，使其为脱贫攻坚和乡村振兴注入持久动力。

关键词

英语专业学生，双语直播带货，大学生就业

Live Streaming by English Majors: Innovative Development, Risks and Challenges, and Long-Term Mechanism of “Bilingual Live Streaming + Helping Farmers”

Xuefeng Lyu

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 26th, 2024; accepted: Jul. 10th, 2024; published: Aug. 15th, 2024

文章引用：吕雪峰. 英专生直播带货：“双语直播 + 助农”的创新发展、风险挑战与长效机制[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 7265-7270. DOI: 10.12677/ecl.2024.133895

Abstract

In recent years, the employment landscape for university graduates has undergone significant changes, and rural areas have continued to grapple with a talent shortage. English majors are seeking to carve out an innovative career path amidst the challenging job market—bilingual live streaming for product sales. The emerging “bilingual live streaming + supporting agriculture” model necessitates attention to three fundamental issues. Firstly, the essence of “bilingual live streaming + supporting agriculture” lies in the innovative integration of new employment avenues for university graduates and agricultural product marketing, embodying the innovative development of the live streaming paradigm. Secondly, live streaming sales, inherently, is a form of consumption-driven poverty alleviation leveraging information technologies such as social networks, mobile payments, and e-commerce, falling under the umbrella of digital support for agriculture. The involvement of English majors, however, poses challenges in terms of service platforms, audience demographics, and supply chain shortages. Consequently, this article addresses the aforementioned issues from three perspectives: institutional guarantees, conceptual shifts, and the improvement of management mechanisms. It proposes a long-term mechanism for bilingual live streaming by English majors, aiming to inject sustained momentum into poverty eradication and rural revitalization efforts.

Keywords

English Major Students, Bilingual Live Delivery, College Students Employment

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

就业对于推动社会稳定, 实现个人发展以及创造经济财富具有重要意义, 农村地区的就业则尤为重要。为了缓解近年来农村地区愈发严重的人才短缺困境, 随着短视频和直播“带货”的兴起, 一条新的道路——双语直播 + 助农的创新模式应运而生。该模式在一定程度上解决了部分英语专业学生的就业问题, 并且缓解了农村地区人才短缺情况, 但是该模式在英语专业学生介入服务平台、供应链短缺等方面仍面临挑战。我们有必要对这一相对新兴的电子商务模式、存在的挑战及相应对策进行深入探讨。

2. 概念界定与分析框架

2.1. “双语直播 + 助农”的概念界定

网络直播的主要运行模式是主播通过互联网直播平台为用户提供直播节目, 并与用户实时互动, 具有内容丰富、满足社交需求、增强体验感、激发消费欲等特征, 大致分为游戏类、版权类、垂直类和泛娱乐类[1]。双语知识型直播带货模式, 是在原有电商直播商业模式上的升级, 目前属于尚不完善的微型商业模式创新。同时, 双语带货的新型模式对主播的要求也比传统直播对主播的要求高, 主播必须熟练掌握双语, 一般情况下要求掌握汉语和英语的居多, 少数情况需要同时掌握汉语、法语或其他国家的语言, 具体要根据受众来制定, 观众在观看直播时也需要具备一定的外语基础, 英专生则刚好具备这方面的能力, 因此, 这一直播形式就为英语专业的学生创造了新型的就业路径。在此基础下, 网络空间被渲染成

青年数字劳动的载体，更成为资本实施劳动控制的关键方式，其通过日益精细化的空间控制技术，重构了劳动过程的范畴与边界[2]。双语直播带货与以往其他双语使用形式明显不同，对观众而言其观感也有所不同，双语带货的目的是向观众销售商品，在这个过程中，英语不是双语带货的起点、目的或者终点，另一种语言的加入才是该直播形式的创新之处。双语直播带货中外语的地位和功能更多地反映出其工具性属性，考察外语的语言特征对于丰富双语直播带货研究具有积极意义，通过使用双语营销商品推向不同消费受众的形式，打造直观、互动、创意和普适性更强的直播服务，利用平台内嵌的销售渠道，实现品牌营销或商品售卖。

2.2. 分析框架：大数据时代的直播带货服务范式转型

信息技术发展和网络环境演进为大数据时代到来创造了条件，基于大数据应用的创新实践不断涌现，数字技术成为直播带货的有力支撑。面对纷繁复杂的市场形势，直播带货也需要进行不断的改革创新，亟需引入不同领域的高端人才，以保证直播带货的消费创收经久不衰。而在这一改革进程中，农村场域对人才和技术的需求又是最急切的，基于此，政府进一步提出通过数字乡村建设蓝图来有力推动乡村振兴发展，为农村电商的发展注入了新的活力和多样化发展的可能。大数据环境下，如何创新直播带货服务、重塑直播营销范式、搭建农村电商新模式，是直播带货转型创新的重要议题。

与互联网直播带货初期的信息发布单一、营销路径窄、直播售后保障欠缺等特征相对应的是双语直播带货模式具有营销性、链条性和知识性的特点，并且双语直播是建立在传统直播带货模式之上的新方法成立的，在技术和政策的支持上相较于传统直播具有更高的支撑性，同时人才的引进也使得直播带货更具吸引力和创新性。例如东方甄选的双语直播便能够很好地将双语直播的特点串联起来。这不仅扩大了受众群体，增加消费量，也能够吸引具备知识性需求的消费群体。在已有的基础上，我们可以进一步提出双语直播带货 2.0 的概念，即依托于政府与企业的支持，在抖音、小红书、微信、支付宝等社交平台上构建开放、协同的直播带货架构，以人才为纽带、以内容为亮点、以质量为基本，形成互联治理、服务整合的合作型直播带货服务新模式。从服务内容来看，双语直播带货的可以通过社会众包数据掌握和分析不同群体差异化需求，进一步根据客户群体的需求提供差别化、定制化、普适性的服务，因此，在各方平台合作的直播模式之下，消费者既是服务的对象，也成为参与服务改善的提供者，从而形成一个集思广益、人人参与的新型直播服务模式。

3. “双语直播 + 助农”的产生与发展

3.1. “双语直播 + 助农”模式的产生

“双语直播 + 助农”的产生，是大学生就业困难、农产品营销、网络社交以及直播带货成为新兴商业模式共同存在的“就业 + 企业 + 公众 + 资本”融合模式逐渐形成的过程，丰富了大学生就业渠道，提供了多元参与机制平台，也成为了缓解大学生就业和使用大数据助力乡村振兴的有效工具。同时，直播带货的新型销售方式也为提振农村消费水平提供了平台，为实现经济高质量发展提供有力支撑[3]。“双语直播 + 助农”的参与主体有四类：第一是提供互联网直播服务的三种主要网络直播平台。包括淘宝、京东、亚马逊等电商平台，这类平台的受众群体面广且内嵌变现渠道；抖音、微博、Youtube、Facebook 等偏娱乐类的直播平台也可以积累大量年轻用户群体，且这类平台的流量大、主播和用户之间的粘性强、信任度也先相对较高，此外，一些传统通讯软件如微信等也开始在平台内开设视频购物链接通道。第二是在各大直播平台进行直播的主播，即双语言学习的大学生群体，有时也通过与各行业的“顶流”或者明星、网红等合作以获取关注度。其中，英语专业大学生变身带货主播的可行路径，一是自带话题性，在一般人的理解中，传统英专生的就业渠道都是诸如翻译官、外贸专员或英语老师等，而英专生与直播

带货的身份叠加则打破了传统视角下的就业路径，更容易吸引眼球；二是顺应时代发展，市场有需求，各地政府也愿意广纳人才助力乡村，高素质人才结合高科技，容易带动消费。截至 2023 年 12 月，我国网民规模达 10.92 亿人，较 2022 年 12 月新增网民 2480 万人，互联网普及率达 77.5%，网络购物、电商直播等线上消费类全年网上零售额达 15.4 万亿元，连续 11 年稳居全球第一。同时，国货“潮品”引领消费新风尚，持续成为居民网购消费重要组成，近半年在网上购买过国货“潮品”的用户占比达 58.3% [4]。网络直播技术的发展与普及使得网民数字消费能力、意愿、习惯在逐年上升，为集中开展数字助农、网络扶贫奠定了基础。

3.2. 直播带货服务的升级与创新

“双语直播 + 助农”的模式依托于信息技术的支持和社会发展的需要，英专生的介入是直播带货服务最直观的创新点，双语直播是立足于传统直播模式上的创新尝试，具体的升级与创新则体现在服务内容方面。一是英专生作为刚毕业的专业大学生群体，可以为直播带货的形式带来新颖的观点，例如通过其所掌握的外语而了解到的国内外的相关知识可以利用在直播中，既可以将国外的传统故事杂糅到产品当中，也可以将国内的传统故事传播出去，让更多的国外友人通过产品故事了解中国产品、了解中国。二是年轻人更了解、更能够及时跟上时代的步伐，可以跳出传统直播模式，通过多重平台进行短视频制作将乡村旅游资源充分利用起来，或者利用 AI 配合直播的方式吸引大批互联网用户，稳定用户粘性后便可以进一步实现直播带货，此外，通过短视频情景剧的形式将产品进行销售也是一条可行的路径。三是英专生咋思维方面会更加活跃，针对顾客提出的相关问题可以在第一时间进行解答，能够较好地照顾到每一位观看直播的客户。同时也能在直播后与多元主体进行对接，发挥数据优势与各方达成合作，实现资源的整合与运营，达到助农全链条服务的直播带货升级模式。

4. “双语直播 + 助农”存在的问题与挑战

4.1. 双语直播带货新模式下服务平台升级的制度风险

双语直播 + 助农的新模式依托社交网络向移动支付、电子商务的演化及其融合而实现，本质上是现代信息技术进步推动新业态迭代发展的一种数字经济现象[5]。这一现象虽然带动了经济发展，缓解了就业压力，但是从新技术、新业态的角度看，若是一味只追求直播平台的升级迭代则会面临规范失效的风险，直播行业的发展需要政府制度的制约，但是直播行业的发展是快速的，政府制度的制定需要通过较多的考核和较长的周期来进行，因此，需要制定一些规范直播行业底线的规则来限制直播行业因逐利而不顾底线的行为，但是这就可能使得政府在治理直播行业的快速迭代时要面临相应的制度风险，其中最突出的便是监管风险。一直以来，经济利益诱惑和监管疏漏导致直播行业滋生各种乱象[6]。例如通过直播内容低俗色情吸引顾客、通过各种手段进行恶性竞争甚至由头部带货主播对直播带货行业的售卖价格进行垄断等。其次便是产品品质问题，双语直播的创新最直接的目的便是为企业创造收益，在农村电商中则是优先站在农户角度为其创造利润，为其推销积压已久的农产品，这一行为本身可以促进消费带动增收，但是对于购买方而言便要承担相应的风险，若通过低价售出可能会折损消费者的信任度，若原价处理又可能面临大量退货订单，长期来看并不利于农村电商直播带货的发展。政府在进行社会治理时必须承担起严密的监管职能。然而，大量积压农产品短时间内以“清库存”方式通过直播间售出，大大增加政府部门的监管压力。

4.2. 双语直播挑战传统直播互动模式，面临受众群体流失风险

技术发展和市场导向是实现直播服务范式转型的必要条件。理论上，服务平台的更新与升级能够提

高直播服务社会化的水平和效率，扩大受众面，服务于更多的用户群体，但是从“双语直播 + 助农”的实践来看：一是观看双语直播的消费者需要具备双语基础，国内消费群体主要是具备英文基础，国外则需要汉语基础才能保证在观看直播时具有参与感，而大部分人在观看直播带货时更享受的是“买买买”的快感，需要转换语言思维这一条件就会使得年纪较大的消费群体或者缺乏双语训练的年轻群体对直播间“望而却步”，因消费者缺乏完整的体验度，而面临流失受众群体的风险。二是双语主播由于个人的专业直播水平或个人性格特征会对直播受众造成与传统直播带货不同的观感影响，例如会被打上“高大上”“知识分子”直播间的标签，而这一标签是与传统直播带货轻松诙谐、情绪至上的风格有所不同的，这必然会使得一些观众对双语直播间保持距离，认为其不接地气从而选择不进入直播间观看直播。

4.3. 双语直播农产品供应链保障缺位，面临服务质量保障风险

网络媒体为我国农产品销售打开了新渠道，手机作为现代社会人均拥有的一种移动新媒体，在社会发展过程中逐渐被农民看见并运用，成为农民手中的“传输带”，用于传播优质的农产品，直播带货成为了“新农活”，这本是由科技带来的优势，也是直播助农的初衷。但是网络直播的特点是“低门槛、易操作、上手快、传播广”等，也由此成为农民产品营销的主阵地，这就导致农产品直播的质量普遍不高。发展至今，虽然双语直播带货的主播基本是接受过教育的人才，但是其在直播带货过程中能主导的内容是不多的，尤其在面对清理农产品“库存”、把控农产品运输以及退货率等方面都会存在话语权不足或者意识不足的情况，这就会造成“王婆卖瓜”式的直播现象，而农产品的品质究竟是否能得到保障是存疑的。另外，运输网路的不通畅也会导致原本优质的农产品面临损坏的结果，尤其是针对一些价格较高的生鲜食品而言，这一情况对通过直播卖出的产品更加严峻，最终可能导致消费者因质量问题而不再购买。

5. “双语直播 + 助农”的长效机制和改进思路

5.1. 制度上：加强政策引导，提供法治化保障

市场监督管理、商务以及农业等部门应联合出台相应的监管细则，加大对“农播”农产品的抽检力度，对抽检结果不合格的农业生产经营者及时予以记录和通报。畅通消费者投诉沟通渠道，规范和细化赔偿标准。加强对电商平台、平台内主播和农业生产经营者的信用监督与管理，通过对平台及经营信息、消费者投诉信息进行大数据分析，并将其纳入对平台和农业生产经营者的日常经营评价体系中，特别是对于一些存在虚假宣传严重侵害消费者合法权益的经营者，要通过投诉信息预警、列入经营黑名单等方式及时予以消费者知晓；平台要通过消费者的评价来约束自身以及平台内经营者的经营行为，要为消费者提供能够实事求是反映和评价的渠道，避免产生恶意骚扰、刷单炒作等不良行为。

5.2. 模式上：善用混搭思维，打造趣味性直播

要加快增强农产品品牌意识，提升优质农产品品牌数量，嵌入当地特色文化故事，扩大品牌影响力。一是通过建立农产品品牌化和专业化的道路，联合低小散农户协同合作，打破各自为战的低小散瓶颈，以短视频，现场直播农场生产基地、农村风景等方式加速传播力度，大力支持和培育本土化“网红”，增强当地曝光度。二是在直播场域中以知识传递为主，围绕当地农村的特色文化底蕴进行宣传和传播，结合对农产品的讲解，包括农产品的种植与产出、农产品的制作与销售等，让消费者在购买农产品的过程中也可以学习到农作物的相关知识，同时加强对中国不同农村地区的了解。三是将农产品的销售与地理、人文结合起来，所谓一方水土养育一方人，不同地区的土壤能够培育出来的农作物也各有千秋，让消费者全面了解当地农作物的培育详情，不仅可以加深信任，还能让消费者了解口味、熟悉吃法。四是

将农产品直播与养生知识相结合,可以大力宣传农产品的营养价值,如东北地区的黑木耳对肺部具有一定的保养作用、贵州地区的刺梨对消化系统具有一定的保养作用等,再辅以详细的食用方法加以介绍。总之,将直播带货与不同类型的知识结合再加上双语的模式,不仅让直播间体现出对知识的尊重,同时也呈现出对中国农村传统文化的热爱和尊重,打造混搭的趣味直播模式,让直播带货从传统“王婆卖瓜”式的介绍方式转变为知识型直播带货。

5.3. 供应上:重视带货选品,建立坚实供应链

搭建“供应端-直播端-平台端-消费端”的农产品直播供应链,强化协同,合作选品,严格把控农产品质量,加快农产品直播电商供应链的规范化发展。同时,加强政府、电商平台对直播的监管也尤为必要,这是维持农产品供应链畅通的重要前提。当地政府要根据法律法规提升监管的效能,完善网络直播营销的相关法律制度和法规标准,根据当地农业概况,在农产品质量审核、直播语言合规、农产品供应方核准等方面加强监管,并提高对违规行为的责罚力度。平则要加强内部的管理效能。提高农产品直播电商的准入门槛,支持双语直播带货的宣传,加强对于主播的培训并严厉查处违规带货行为。平台可发挥自身数字技术方面优势,利用图像、声音识别技术主动对违规行为进行识别。在此基础上,搭建由政府主导,平台支持,农场主、运输平台配合的供应链运输平台,以保证直播带货达到全链条覆盖。

6. 结语

本文将直播带货等电子商务模式与当下备受关注的就业问题相结合,所提出的依托双语直播+助农创新模式的英专生直播“带货”在一定程度上缓解了大学生就业的难题、推动了农产品的营销,是直播带货服务的升级与创新。通过制度上的加强政策引导,模式上的善用混搭思维以及供应上的重视带货选品,解决该模式当前面临的风险与挑战,从而使该新兴的电子商务模式能够长久发展,为其他电子商务模式的创新与完善提供参考。

参考文献

- [1] 曾一听,何帆.我国网络直播行业的特点分析与规范治理[J].图书馆学研究,2017(6):57-60.
- [2] 温欣.青年直播带货的劳动过程及其空间生产[J].人文杂志,2024(4):75-86.
- [3] 崔宁波,范筱璠,赵端阳.直播电商对农村居民在线消费行为的影响研究——基于对黑龙江省的调查[J].农业现代化研究,2024,45(3):509-519.
- [4] 第53次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].
<https://www.cnnic.cn/n4/2024/0322/c88-10964.html>,2024-05-20.
- [5] 邓喆.政府官员直播“带货”:政务直播+助农的创新发展、风险挑战与长效机制[J].中国行政管理,2020(10):80-85.
- [6] 许向东.我国网络直播的发展现状、治理困境及应对策略[J].暨南学报(哲学社会科学版),2018,40(3):70-81.