

直播带货助力乡村振兴的发展现状、问题及策略研究

王 玉

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年8月1日; 录用日期: 2024年11月4日; 发布日期: 2024年11月11日

摘 要

随着信息技术和数字经济的蓬勃发展, 直播带货作为乡村振兴的重要切入口, 在扩大农产品销售渠道、带动就业和增加收入、推动乡村旅游业发展方面发挥着不可或缺的作用, 对于实现乡村地区脱贫攻坚、乡村振兴发展具有重要价值。本文分析如今直播电商现状: 官员开启新模式、第三方平台支持、直播品类逐渐增加, 发现在其蓬勃发展的同时, 也存在品牌意识与形象模糊、销售方式与内容固化、专业人才与技能缺乏的问题, 为此, 提出注重品牌化建设、创新直播模式与手段、培育优秀直播电商人才的对策, 以期帮助直播电商更好地服务乡村经济建设, 助力乡村振兴。

关键词

直播带货, 乡村振兴, 现状, 问题, 策略

Research on the Development Status, Problems, and Strategies of Live Streaming Sales to Assist Rural Revitalization

Yu Wang

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Aug. 1st, 2024; accepted: Nov. 4th, 2024; published: Nov. 11th, 2024

Abstract

With the vigorous development of information technology and digital economy, live streaming sales, as an important entry point for rural revitalization, play an indispensable role in expanding

agricultural product sales channels, driving employment and increasing income, and promoting the development of rural tourism. It has an important value for achieving poverty alleviation and rural revitalization in rural areas. This article analyzes the current situation of live streaming e-commerce: officials have opened up new models, third-party platform support, and live streaming categories are gradually increasing. It is found that while it is flourishing, there are also problems such as brand awareness and image blur, sales methods and content solidification, and a lack of professional talents and skills. Therefore, measures are proposed to focus on brand building, innovate live streaming models and methods, and cultivate excellent live streaming e-commerce talents, in order to help live streaming e-commerce better serve rural economic construction and promote rural revitalization.

Keywords

Live Streaming Sales, Rural Revitalization, Present Situation, Problem, Strategy

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

近年来,随着电子商务的蓬勃兴起,直播带货已成为推动乡村振兴的重要力量,在国家政策的积极推动下,直播带货深度融入农产品营销领域,实现了新媒体与农业发展的深度融合。农产品直播通过与电子商务平台、短视频平台等新媒体渠道的合作,不仅吸引了众多知名主播参与公益性质的直播带货,还见证了县市领导及农村基层干部亲自上阵。利用直播方式推介农产品精准对接消费者需求,显著拓宽了农产品的市场渠道,提升了农产品销量,增加了农民收入,进而激活了乡村经济活力,加速了乡村振兴的进程。

2. 直播带货助力乡村振兴的意义

2.1. 扩大农产品销售渠道

农产品销售长期受制于信息不对称与高昂的流通成本,网络直播带货助农模式具有高度针对性和匹配性,支持农民直接销售农副产品,减少了中间环节,避免了中间商赚取差价,帮助农民开拓了销售渠道,形成了更高效、更便捷的主动营销方式[1]。借助互联网平台的强大力量,直播间内主播与观众的即时互动、点赞关注,成为特色农产品吸引粉丝、增加曝光度的有力工具,使得农村地区的各类特色产品能够跨越地域限制,销售至更广阔的市场,甚至引领市场潮流。《2023 丰收节抖音电商助农数据报告》显示,广东茂名荔枝、湖南茶油、福建闽东菌汤包,皆在抖音电商里销量高涨,同比增幅分别达到 576%、520%和 237% [2],可见直播带货这一创新方式,凭借其实时、直观的产品展示与推介,有效瓦解了地理界限与信息障碍,加速了农产品市场准入进程,显著提升了销售数量。

2.2. 带动就业和增加收入

直播带货的兴起为农民创造了丰富的就业与增收机遇。中国人民大学发布的《直播平台就业价值报告(2023)》显示,直播电商的在线交易额每增加一亿,可以带动就业岗位增长约 1100 个[3],一方面,农民可以通过直播销售农产品增加收入,促进了当地村民的就业,使他们直接参与到产品营销中并分享收

益；另一方面，直播带货模式涵盖主播、运营、客服、仓储等多领域人力资源需求，包括主播、运营、物流等，这些岗位不仅满足了本地需求，为农村提供了更多的就业机会，还吸引了外部人才回流乡村，减少了人才外出以及农村空心化等现象，为乡村发展注入新活力。农民及乡村居民因此开辟出多元化的收入渠道，显著提升生活水平，同时也有力推动了地方经济的蓬勃发展。

2.3. 推动乡村旅游业发展

通过直播带货模式，能够深入展示原产地农作物真实的种植场景、地方特色文化和生活方式等，让广大观众能够身临其境地感受乡村的独特风貌与优势，感受到当地的自然风光、文化传统和风俗习惯，有助于传承和弘扬乡土文化，还能增强当地居民的文化自信心，吸引更多游客前来体验和消费。不仅极大地促进了乡村旅游业的蓬勃发展，为当地经济注入了新的活力源泉，还带动了农产品销售、民宿住宿、手工艺品等多个领域的消费增长，形成了良性循环的乡村经济发展模式。

3. 直播带货助力乡村振兴的现状和问题

3.1. 直播带货助力乡村振兴的现状

3.1.1. 官员开启新模式

为了助力农民增收，众多地方党政干部积极响应，纷纷利用新媒体平台，化身“带货主播”的新角色。他们活跃在电商、主流媒体以及短视频等多元化渠道上，如抖音推出的“抖音有好货，县长来直播”活动，以及快手平台的“百城县长，直播助农”项目，亲力亲为地推广当地特色农产品[4]。官员通过线上直播活动打破了传统农产品销售的障碍，建立了一定规模的乡村“流量型经济”，逐步建立了一个支持双向互动的数据平台，这种创新举措不仅有效拓宽了农产品的销售渠道，还促进了互联网经济的新业态发展，为乡村振兴注入了强劲动力。

3.1.2. 第三方平台支持

淘宝、京东、拼多多等主流电商巨头与快手、抖音等新兴视频社交平台，均加大了对农村市场的深耕力度，积极下沉，为农村经济发展注入强劲动力。根据抖音电商发布的《2023 丰收节抖音电商助农数据报告》，2023 年，抖音电商助力销售了 47.3 亿单农特产品，涉及 2186 万条挂购物车的短视频，货架场景下的农特产销量同比增长了 137% [2]，可见抖音电商通过短视频、直播和商城等全域兴趣电商模式不断推动农特产销售。此外，快手电商于 2023 年启动了“村播计划”，投入 30 亿流量以支持乡村发展和人才培养[5]。同年，拼多多启动了“农云行动”，通过集中调配其优势资源，助力构建 100 个农业产业带[6]。

3.1.3. 直播品类逐渐增加

随着直播行业日趋发展完善，为了满足消费者的多样化需求，农村直播电商营销的农产品品类也不断丰富。除了以往的蔬菜、水果、水产等传统农产品之外，许多深加工农产品也出现在了直播电商营销的农产品领域中[7]。利用电商平台销售诸如肉制品、乳制品等深加工农产品，相较于传统的农产品销售模式，不仅成功地延长了产业链，还大幅度提升了农民的收入水平。同时，农产品直播品类的持续丰富，直接为广大消费者带来了福利，为他们提供了更多样化的选择，使得消费需求能够得到更加精准和全面的满足。

3.2. 直播带货助力乡村振兴的问题

3.2.1. 品牌意识与形象模糊

农产品的品牌，作为商品质量与服务的显著标志，是其在众多产品中脱颖而出的核心要素，能够促

进消费者对农产品产生特定偏好与信任，使他们在购买过程中能够迅速作出选择，缩短购物时间。大多数农户缺乏品牌意识，他们更多关注产品的价格，对品牌价值的认识明显不足。对于资源有限的小规模家庭农户而言，独立打造差异化品牌面临重重挑战，他们常因缺乏专业的品牌策划与营销团队以及充足的资金支撑，而在激烈的市场竞争中难以脱颖而出，实现品牌突破。目前，众多农产品仍主要依赖于产地品牌效应，普遍以“产地名 + 产品类别”的组合形式被市场认知，如“眉山春橘”、“涪陵榨菜”等，此模式固然彰显了地域特色，却也暴露出潜在问题，产品间品质差异大、服务质量难以标准化等难以构筑统一且鲜明的品牌形象，导致消费者对品牌的信任度下降。现阶段各大平台的农产品直播所售产品同质化严重，大多数是主打原生态，缺少以特色农产品为原料的衍生产品开发，亦缺乏品牌营销意识，大大降低了农产品的知名度[8]，伴随着农村电商直播领域的竞争加剧，品牌差异化成为稀缺资源，严重制约了农民增收目标的实现。此外，因为农产品的自然特殊性，其标准化程度较低，而农产品品牌需要标准化的品质、包装、标志等支持，所以尽管农产品销售渠道得以拓宽，但在包装设计的吸引力和宣传策略的创新性上仍存在明显短板，导致众多优质农产品及其产地的独特品牌价值未能充分挖掘与展现。农产品标准化程度的不统一和品牌建设的滞后，使得消费者难以形成稳定的购买偏好与忠诚度，进一步加剧了市场竞争的激烈程度与增收难度的提升。

3.2.2. 销售方式与内容固化

当前，直播带货领域普遍面临销售方式和内容高度同质化的挑战。众多主播倾向于运用雷同的推销措辞、展示手法及营销策略，使得直播体验趋于单一，极易引发消费者的审美疲劳，进而削弱其购买意愿。这一现象不仅削弱了直播带货的成效，还制约了农村电商在差异化发展道路上的探索与突破。部分农户受限于文化水平、营销技能、宣传资金的不足，在直播带货过程中难以融合产品独特卖点与当地丰富的文化资源，往往倾向于沿用传统的“叫卖式”销售手法，以及市场上泛滥的同质化营销话术和展示方式[9]，这在一定程度上限制了农产品的特色展现与市场吸引力。直播带货作为一种新兴的销售方式，其魅力在于能够带来新鲜感和互动性。然而，在实际操作中，许多农村地区的直播带货仍然停留在传统的销售模式上，缺乏创新和突破，农村电商直播过程中的内容和形式缺乏新意，无法吸引观众的目光，缺乏竞争力[10]。许多农户以及商家都加入了直播带货的行业，由于农产品主播的文化水平相对较低，他们在直播内容上往往缺乏创新，难以保持优质内容的持续输出，除了基本的农产品养殖展示，主播们很少能设计出多样化的店铺活动或进行有效的用户互动。长此以往，会导致与用户的粘性不足，从而难以吸引和留住用户。此外，在缺乏创意的情况下，主播们常常模仿一些热门的直播形式，缺乏更深层次的信息挖掘，结果造成大量雷同的内容出现，容易引发消费者的厌倦感，进而对直播销售产生负面影响。

3.2.3. 专业人才与技能缺乏

农村直播电商行业的蓬勃发展，涵盖了运营策划、客户服务、物流配送及市场推广等多个关键环节，其竞争态势日益激烈，而相较于农村电商的快速发展，农村地区人才的发展却显得较为缓慢[11]。农村直播电商行业需要大量优秀的人才加入，从业人员不仅掌握扎实的专业理论知识，还需具备出色的实操技能。当前农村地区这样的人才储备相对匮乏，直播助农主播数量日渐上涨，但入行限制门槛较低，直播质量参差不齐[12]，专业能力还处于较低水平，难以满足市场的实际需求。现有的直播带货人才中多数为兼职或临时转型的农民，他们虽然了解农产品，但缺乏专业的直播技巧和营销策略，很多直播内容无法精准地激发消费者的兴趣，导致直播的总体效果并不理想。同时，专业的电商人才又往往对农产品的特性和市场需求不够熟悉，导致人才结构单一，难以形成有效的合力，因此对具备直播技巧、营销策略、产品知识及农业背景的综合型人才需求激增。此外，农村地区的人才外流问题日益严重，尽管一些地区已经推出了吸引人才的政策，但由于这些地区的工作环境相对滞后和薪资水平不具备竞争力，许多人往

往仅将这些岗位作为过渡性选择，难以长期留在农村地区。长期以来这种情况导致农村电商的发展面临重大挑战，尤其是在专业型和管理型人才的引进方面始终未能得到有效解决，相较于其他地区来说，农村电商从业人员的整体素质普遍偏低。这种人才短缺和素质不足的状况，不仅限制了农村电商的创新能力和市场拓展，也影响了其可持续发展。因此，亟需采取更加有效的措施来改善工作环境，提高薪酬水平，并为人才提供更好的发展空间，从而吸引和留住更多的专业人才，促进农村电商的健康发展。

4. 直播带货助力乡村振兴的策略研究

4.1. 注重品牌化建设

首先，提高农产品质量。在推动直播带货助力乡村振兴的过程中，农产品的质量是农产品品牌形象的重要支撑。商家需树立强烈的品牌观念，严格把控农产品的实际状况，如确保其新鲜程度、规格大小、质地口感及种类分类等均符合对消费者的承诺，从而让消费者在选购过程中能够直观评估并信赖其质量。此外，要优化农产品流通供应链，以确保农产品配送的时效性，有效减少运输过程中的损耗与变质风险。其次，构建具有地域特色的农产品品牌。通过精心打造品牌 IP，使其成为市场认可的知名标志，并强化农产品的包装设计，使之在竞争激烈的市场中脱颖而出，吸引消费者的目光。同时，深化农产品的精细化加工，旨在提升其附加值，为消费者带来更高品质的体验。此外，也需要建立健全网络销售售后服务体系，通过提供卓越的客户服务，让消费者感受到品牌的关怀与专业，从而利用口碑传播的力量促进客户复购率的提升，并吸引更多潜在消费者选择并信赖该品牌的农产品。最后，加强与电商平台、新媒体的合作。充分利用新媒体与短视频平台的广泛影响力，深入挖掘并讲述农产品背后的动人故事，展现其独特的品牌价值观念和深厚的文化底蕴。这种情感化的营销策略旨在触动消费者的心灵，建立更深层次的情感连接，有效激发消费者的购买欲望，促进农产品销量的稳步增长。

4.2. 创新直播模式与手段

首先，要高效利用先进信息技术，积极探索将高清直播、增强现实(AR)/虚拟现实(VR)以及全息投影等前沿科技融入农产品电商直播领域的创新路径，旨在通过打造更卓越、更逼真的全景直播场景，为消费者提供沉浸式的购物体验，从而显著增强直播带货的吸引力与成效，提升直播带货的吸引力与成交转化率。其次，积极策划并邀请在当地有广泛影响力的知名人士或网络红人参与直播带货活动。这些公众人物凭借其在各自领域的影响力，能够迅速吸引大量粉丝和潜在消费者，显著提高当地农产品和旅游资源的曝光率，将这些公众人物的影响力转化为实际销售业绩，促进农产品市场的快速增长，并推动乡村旅游等相关产业的发展，为地方经济注入新的活力。最后，引入更多多元化的内容形式。例如，通过品鉴体验环节，让消费者直观感受农产品的美味与品质；展示农产品的制作过程，增加透明度与信任感。同时，直播农事活动，让观众亲身体验农村生活的乐趣，增强互动性和参与感。此外，深入挖掘并展示当地丰富的文化与传统，策划一系列具有地方特色的主题直播活动，如围绕地方节庆活动的特色直播、聚焦地道美食的文化特集等，这不仅能吸引更多广泛的观众群体，还能促进文化遗产与旅游推广，为乡村振兴注入新的活力与动力。

4.3. 培育优秀直播电商人才

首先，加强对本土农民主播的培养与扶持。通过定期策划并开展一系列免费、针对性的直播电商技能培训课程，广泛覆盖并深入培养当地农民成为具备专业技能的直播电商人才，提升当地农民的直播电商运营能力，引导他们转变农产品交易的传统观念。通过系统的专业培训，帮助农民主播准确把握农产品的特色和市场需求，消除对新兴电商模式的偏见，并积极培育直播电商的营销意识。其次，高职院校

应提供师资支持,积极参与农村电商人才培养。通过强化教育引导,提升毕业生服务农村的意识与意愿,积极引导电商专业的毕业生投身农村基层为农村电商团队注入新鲜血液。同时,激发他们的对农村电子商务的热情与兴趣,促进他们将理论知识转化为推动乡村振兴的具体实践,从而持续不断地为农村输送具备电商技能的实用型人才,助力乡村振兴战略的深入实施。最后,政府通过制定并实施一系列优惠政策,如提供舒适的公寓住宿、购房补贴等福利,以吸引更多专业直播人才投身电商直播行业。加大农村直播人才的引进力度,通过政策激励吸引更多专业人才流向农村,激发他们参与直播电商的热情与创造力。此外,积极寻求与大型电商企业战略合作,共同致力于助农直播项目的精细化培育。通过引入这些企业成熟的电商模式和宝贵经验,为当地提供可借鉴的范例,并构建一套完善的电商教育体系,以培养更多具备实战能力的农村电子商务人才,促进这一新兴业态在农村地区蓬勃发展。

5. 结语

在乡村振兴的伟大征程中,直播带货作为一种新兴的商业模式,展现出了强大的生命力和广阔的发展前景。直播带货助力乡村振兴的发展现状令人鼓舞,也面临着一些不容忽视的问题,所以在未来我们应充分挖掘和利用直播带货的潜力,赋能乡村振兴高质量发展,使之成为推动新时代下农村数字经济产业发展的重要力量,为实现农业农村现代化贡献更多的智慧和力量。

参考文献

- [1] 杨雁. 直播带货助农模式在乡村振兴中的应用探究[J]. 湖北开放职业学院学报, 2024, 37(1): 169-170+173.
- [2] 封面新闻. 抖音电商助农数据: 超 2.4 万个农货商家年销售额破百万元[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1777621817499901646&wfr=spider&for=pc>, 2024-08-17.
- [3] 中国青年网. 报告: 直播电商带动 30 余种新职业[EB/OL]. https://career.youth.cn/Zxzx/202402/t20240228_15101860.htm, 2024-8-17.
- [4] 刘默涵. 官员直播带货助农助力乡村振兴问题研究[J]. 智慧农业导刊, 2023, 3(13): 108-111.
- [5] 央广网. 快手启动“村播计划”, 推出 30 亿流量、四大 IP 赋能乡村创作者[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1754264927826627925&wfr=spider&for=pc>, 2024-08-17.
- [6] 每日甘肃. 拼多多启动“农云行动”, 助力 100 个农业产业带加速“数实融合”[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1758893819968562976&wfr=spider&for=pc>, 2024-08-17.
- [7] 韩竹青, 赵秋实. 乡村振兴背景下农村直播电商高质量发展路径[J]. 现代农机, 2024(3): 61-62.
- [8] 韦伟. 乡村振兴背景下农村直播电商发展现状与对策研究[J]. 兰州职业技术学院学报, 2024, 40(3): 22-24+72.
- [9] 黎瑞珍. 乡村振兴背景下直播带货发展路径与优化模式探析[J]. 中国商论, 2024(12): 36-39.
- [10] 李敏. 电商直播背景下农村电子商务助农策略探讨[J]. 商讯, 2024(12): 1-4.
- [11] 潘俊宁. 乡村振兴战略背景下农村电商发展现状及策略分析[J]. 大陆桥视野, 2023(6): 39-41.
- [12] 董冠洋. 直播带货助力山西乡村振兴的路径探析[J]. 现代农机, 2024(3): 58-60.