

乡村振兴背景下社会工作助力电商直播带货策略

李双娥

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年8月29日; 录用日期: 2024年11月21日; 发布日期: 2024年11月28日

摘要

随着大数据的发展,电商直播带货作为新兴电子商务模式快速崛起。这一模式既为消费者购买农产品搭建了平台,又给农户创造了收入。在乡村振兴战略背景下,电商直播带货在乡村建设中扮演着重要角色。伴随着农村基础设施的不断完善,电商直播带货展现出了勃勃生机,但在推动农村产业发展过程中依旧存在一些问题。基于此,本文首先对农村电商的发展现状进行分析,其次总结电商直播带货面临的困境,最后从社会工作专业角度出发,给出社工如何助力电商直播带货的发展路径。

关键词

乡村振兴, 社会工作, 电商直播带货

Analysis of How Social Work Helps E-Commerce Live Delivery under the Background of Rural Revitalization

Shuang'e Li

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 29th, 2024; accepted: Nov. 21st, 2024; published: Nov. 28th, 2024

Abstract

With the development of big data, e-commerce live streaming with goods has risen rapidly as a new e-commerce model. This model not only creates a platform for consumers to buy agricultural products, but also creates income for farmers. In the context of rural revitalization strategy, e-commerce

live delivery plays an important role in rural construction. With the continuous improvement of rural infrastructure, e-commerce live delivery has shown vitality, but there are still some problems in the process of promoting the development of rural industries. Based on this, this paper first analyzes the development status of rural e-commerce, then summarizes the difficulties faced by e-commerce live delivery of goods, and finally, from the perspective of social work, gives the development path of how social workers can help e-commerce live delivery of goods.

Keywords

Rural Revitalization, Social Work, E-Commerce Live with Goods

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. 电商直播带货的现状

电商直播带货作为一种新兴的电子商务模式，近年来在我国快速发展，成为电商行业的重要增长点[1]。根据最新的电子商务和信息化司发布的《2023年中国网络零售市场发展报告》显示，2023年全国农村网络零售额2.49亿元，增长12.9%。电商直播带货不仅拉动了数字经济，而且在推动乡村产业发展中也起到关键作用。电商直播平台众多，竞争激烈，其中主要的直播带货平台有抖音、快手、淘宝。随着市场的逐步饱和，直播电商显示出增速明显放缓的趋势。

直播带货行业在快速发展的同时，依然存在着直播不专业、品牌意识不强、引流操作生疏等较为明显的问题。

2. 乡村振兴背景下电商直播带货面临的困境

2.1. 直播带货氛围低、缺乏专业直播团队

随着互联网和电子商务的深入发展，网络直播已取代线下交易，成为一种新的商业模式，直播带货是一种新型的营销方式，可以极大地缓解农产品滞销的问题。但是，由于我国城乡发展不平衡，大多数农村地区都是不发达的，尽管他们种植的农产品质量好、绿色生态、但是很多地方都面临着交通不便、信息阻塞等困境，从而导致许多欠发达地区农产品堆积如山，很难卖出去，“直播带货”的最后一公里还没有被打通，这对直播经济在农村地区发展造成了很大的阻碍[2]。同时，由于大多数农村居民的认知有限，对直播带货缺乏正确的认识，有的甚至还对其存在误解，认为直播带货的都是骗子，不相信直播能够帮助他们卖出种植的农产品，种种认知与误解交织在一起，造成了农村直播带货氛围低迷，农户参与积极性不高，有的甚至还持反对态度。从目前农村发展的整体水平来看，大多数年轻人为了谋生，选择去沿海城市务工，留守的大多是老人、小孩，这就导致缺乏可以直播的人，而选择留下来的另外一部分年轻人，对直播带货的认同感低、并不愿意从事此行业。加之直播带货需要有一定的知识和技术，很多农户并不能流畅地操作直播平台，从而导致直播带货所发挥的价值受限。

2.2. 自身定位模糊、品牌意识不强

品牌作为一个地区的名片，家喻户晓。比如，当人们提到新疆，最先想到的是哈密瓜；提到广西，想到的是沙糖桔；提到海南，想到的是椰子……，明确产品定位，打造特色品牌，是农产品提质增值的砝

码[3]。但是，从目前我国农村地区电商直播带货的现状来看，大多数区域未能培育特色产业以及打造特色品牌，导致无法带动周边支撑产业的协同发展。一方面，我国农村欠发达地区比较落后，基础设施建设、产业产业化、专业化发展并不完善，大多数农户都是以家庭为单位自产自销，规模相对较小，他们更加注重产品的销量，对于打造乡村特色品牌则认为可有可无，影响不大，而且，部分地区政府忙于行政事务，对打造农产品特色品牌的重视程度不够；另一方面，直播带货的主播，在直播的时候，一般都是把直播的重点放在推销农产品上，不会专注于品牌的宣传与推广，这样一来，就会给消费者选择产品造成困扰，不知道该买什么，在无法选择的情况下，消费者经常随便买。这样既给销售的长期性、收益的稳定性带来了不利影响，也会影响产业链、供应链的形成。此外，部分直播间销售卖的农产品受资源、技术、自然条件、资金等众多因素的限制，造成产品质量参差不齐，从而拉低了整个农产品的品牌档次，未能有效体现当地的品牌优势，这样一来，这些农产品很难在激烈的市场竞争中脱颖而出并形成强大的竞争力，同样也很难形成品牌效应。

2.3. 时间规划混乱、引流操作生疏

合理的时间安排，专业的引流技巧，是直播带货模式稳步发展的基础[3]。

但农户不熟悉平台流量、缺乏直播相关的知识和技能培训以及主播身份的兼职性质，导致大多数助农直播间在开播时间和开播时长上存在不稳定性。对于农户来说，他们的主要工作是根据时节从事农业生产活动，电商直播卖货的时间和精力要根据农业生产情况进行弹性调整。在种植农作物繁忙的季节，断更或延迟直播的情况屡屡发生，而在空闲期，农户有大量的时间，存在一天可能要直播十多个小时的情况。不规律的直播时间不仅不利于抖音、快手、淘宝等直播平台的推送，还降低了用户的感知度，从而导致粉丝的流失。

此外，直播带货作为新兴销售模式，大部分农户依旧处于探索熟悉的阶段，对直播间的功能和平台的玩法了解较少。对直播带货的认知仅仅局限于一些基本的操作，对于直播平台推流机制，如什么时候是直播高峰期、怎样与观众互动、产品介绍、相关标签等功能还不是很熟悉。这对直播间农产品后续的推广宣传与粉丝留存都产生了很大的影响，很多的助农直播间长时间停留在低热度、低质量的层面，观看人数少，长此以往，这就导致了少数大主播对直播市场的垄断，陷入二八效应的恶性循环。这既影响了大部分农户对直播行业的研究热情，降低了其参与积极性，还将进一步导致农产品销售总量下降。

乡村振兴需要规范化、系统化、常规化的电商直播带货产业助力，不规律的直播带货，流量持续低迷的“僵尸”直播间和自然淘汰的产业理念不符合稳步发展、提质提量的整体发展规划。乡村振兴背景下电商直播带货的商业模式如雨后春笋般快速增长后，仍然需要系统性的规划和规范化的操作，这样才能促进农村产业发展、农户收入增加，为电商直播带货助力乡村振兴保驾护航。

2.4. 政府微观统筹仍需加强

近几年来，各乡村政府纷纷出台了一系列支持电商直播带货的相关政策，以助推农村经济的发展，农户收入的增加，此举措在一定程度上获得了可观的社会效益。但是，由于乡村政府身处基层，行政事务繁忙，没有时间和精力下基层，了解民生、民意、民情以及电商直播带货真正的需求是什么，以至于政府出台的相关政策都是站在宏观角度上对电商直播带货进行指导与调控，而未能站在微观层面进行的统筹。首先在农村地区，乡村政府鼓励借助新技术扩宽电商直播带货的场景，但是在操作过程中，电商及其存在操作困境，针对其困境，政府没有明确的技术支持和人才供给；其次政府在直播带货人才培养、薪酬待遇、激励机制等方面政策扶持力度不够，从而导致电商直播人才流失，这直接影响了直播带货的

专业性和可持续发展。以上存在的这些问题，都需要政府在微观上加强统筹。

3. 社会工作助力电商直播带货的可行性

社会工作是秉持利他主义价值观，以科学知识为基础，运用科学的专业方法，帮助有需要的困难群体，解决其生活困境问题，协助个人及其社会环境更好地相互适应的职业活动。同时也是为人民服务、特别是帮助困弱群体及更广大民众解决其基本生活困难的服务[4]。综上所述，社会工作凭借其助人目标以及专业方法，在助力电商直播带货中具有一定的可行性与优势。

3.1. 目标契合

社会工作始终秉持助人自助的理念，帮助有需要的个人或家庭摆脱困境、解决问题，实现自我增能为目标，而电商直播带货则是帮助农民摆脱贫困，增加收入，实现农民自身发展。由此可以看出，社会工作在一定程度上与农村电商直播带货具有契合性，二者都是以助人为目标。而社会工作介入农村直播带货，能够利用自身的专业优势与科学知识，整合农村资源，发掘居民潜能，帮助居民增能赋权，提升自我造血的功能，从而助推居民积极参与电商直播带货，主动摆脱贫困，增加收入。

3.2. 政策环境的支持

近年来，随着乡村振兴战略的全面推进，党和国家十分重视农村地区的发展。在这样的大背景下，为社会工作助力乡村直播带货提供了契机与政策支持。例如：在商务部发布的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见中》，明确指出要打造县域电商直播基地，并强调要在农村电商直播中注入社会工作的专业力量，积极引导社会组织参与电商直播带货。从以上政策可以看出，不论是在国家层面还是政府层面，都大力支持和鼓励社会工作专业力量参与乡村电商直播带货，以促进农民收入的增加和农村产业的发展，这也说明社会工作助力电商直播带货具有可行性。

3.3. 专业方法的支撑

社会工作可以以专业方法和技术助力农村电商直播带货。第一：可以利用个案工作、小组工作、社区工作等方法为农村电商提供专业服务，解决电商直播带货遇到的痛点、难点问题；第二：针对有需求的农村居民，链接资源开展直播带货的培训，提升农民自身的直播水平与技术；第三：引导有技术的农村居民组建直播带货队伍，将其孵化成乡村直播带货的常驻队伍。综上所述，我们可以看出社会工作者在乡村直播带货中扮演着服务提供者、资源链接者、培育者等多种角色，用实际行动证明社会工作助力电商直播带货的可行性。

4. 社会工作助力电商直播带货的策略

4.1. 培育电商直播带货队伍，激发直播活力

高品质的助农直播往往需要专业团队的配合与默契，这样才能吸引消费者进入并长时间停留在直播间选购心仪的产品，从而促进农产品销量的提升[5]。因此，社会工作者要以孵化、培育电商直播带货团队为工作目标。社工可以从直播带货的优势与技巧、直播带货如何创造收入、农户对农产品认知等议题出发，通过走访、发布推文、粘贴海报、乡村广播等方式，在农村社区进行宣传，挖掘社区青壮年参与到电商直播带货的平台，并将社区骨干培育成电商直播带货的“领头羊”，再由骨干牵头，将零散的个人聚集起来，从而实现直播带货个体到带货团队的转变，促进电商直播带货团队的孵化与培育，助力其成为助农直播带货的实践者。除此之外，社工还要为直播带货团队提供场地、搭建平台，积极组织团队成员参与直播技巧、语言表达、沟通互动等能力的学习和培训，以此来激发直播活力。

4.2. 深入调研，打造农产品特色品牌

实践表明，农产品的品牌能够提升当地知名度，展现品牌价值。为解决农户自身定位模糊、品牌意识不强等情况。社会工作者应该对农村社区进行实地走访调研，从自然条件、气候、土壤、地理优势、适合种植的农作物等方面进行综合评估，因地制宜，结合当地文化特色和产品特色，找到适合当地的品牌，并设计符合当地特色和风俗民情的农产品品牌标识。充分利用抖音、电视、报刊等大数据平台，构建当地农产品品牌宣传推广网络，并通过资源共享，与其它相邻区域联合举办地方特色农产品展览会，吸引更多的人参加，通过合理可行的方式提高品牌的知名度、满意度，全力打造农产品特色品牌形象，提升其在市场上的知名度。

4.3. 链接资源、助力直播带货

基于前文电商直播带货困境分析，目前我国农村地区电商直播存在引流操作生疏、缺乏直播相关知识和技巧等，针对以上在直播中遇到的种种问题，社会工作者可以作为资源链接者，利用已有的资源或者第三方的资源，帮助农户链接直播运营商，让其能够提供低价或免费的服务或培训。比如：在农村大多数农户是首次接触电商直播带货，在面对新事物时，会面临茫然、不知道从何下手、怎么操作、怎么开始、遇到突发问题不能恰当及时的处理等问题，针对上述问题，社会工作者可以邀请经验丰富的直播运营商，为农户传播相关的直播知识和技巧，讲解如何使用直播设备等以及在直播中遇到突发状况应该怎么处理……，社工通过链接资源，不仅能够为农户增权赋能、实现从被动参加到主动参加的角色转变，有效助力直播带货，还能促进乡村产业的发展、增加农户收入，为实现乡村振兴贡献绵薄之力。

4.4. 作为政策影响者，协同政府加强微观统筹

电商直播带货需要政府在政策层面给予宏观以及微观支持，充分发挥价值引领作用和总体调控功能[6]，为直播带货保驾护航、营造一个健康向上的积极氛围。但是，从前文困境中可知，政府大多都是站在宏观角度上进行统筹，且大多数政府公职人员公务缠身、忙于行政事务，很少有时间和精力下基层，深入地去了解民生、民情、民意。这时，社会工作者就可以作为政策影响者，将自己观察到的问题和居民存在的需求，整理成文件，反馈给政府，从而推动政府政策朝向微观改变。乡村直播带货面临人才流失严重、政策扶持力度低、技术支持弱等困境，作为常年驻扎在农村的社会工作者，可以向政府反映情况，促使政府出台相关的微观政策文件，加大回村发展的政策扶持，提高待遇保障，呼吁外出务工的青壮年返乡，共同推动电商直播带货农产品的蓬勃发展。

5. 结语

近些年来，在乡村振兴的政策支持下，电商直播带货得到了蓬勃发展，大部分农户选择利用抖音、快手等直播平台，销售种植的农产品，这样一来，既能缓解农产品的滞销问题，又为农户增加收入创造了新途径，同时也推动了乡村经济的繁荣与产业的发展。直播带货模式需要多方参与、协同合作。政府层面，需要为助农直播保驾护航，提供政策支持、技术扶持；社会层面，要形成良好的直播氛围；个人层面：要积极学习相关知识，参加培训，遵守直播规则与秩序；作为社会工作专业的学生，我们可以在电商直播带货过程中充分发挥专业优势，发挥社会工作者的孵化者、培育者、支持者、协调者、服务提供者等角色，为其增能赋权、链接资源、提供支持与服务，助力乡村振兴、助力电商直播带货。

参考文献

- [1] 胡可鑫. 数字经济背景下乡村农产品直播带货现状及优化策略研究[J]. 商场现代化, 2024(16): 28-30.
- [2] 顾栋梁. 直播带货助推乡村振兴战略的路径研究[J]. 襄阳职业技术学院学报, 2022, 21(5): 92-95.

- [3] 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.
- [4] 王思斌. 中国式现代化新格局下我国社会工作的结合性建构[J]. 社会工作, 2024(1): 1-14+158.
- [5] 杨浩琛. 乡村振兴背景下农产品直播带货的应用研究[J]. 今传媒, 2023, 31(8): 108-111.
- [6] 李冠源. 直播带货助推乡村产业发展路径探究[J]. 当代农村财经, 2024(7): 41-45.