

乡村振兴战略下大学生返乡直播助农问题研究

闫田雨

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年3月7日; 录用日期: 2025年3月26日; 发布日期: 2025年4月25日

摘 要

返乡直播助农是当代大学生在积极响应国家乡村振兴战略的号召下, 充分利用网络直播平台这一新兴电子商务模式, 助力家乡产业发展与农特产品推广销售的有效渠道。就其重要意义而言, 这不仅有助于强化大学生的责任意识, 促进大学生就业创业, 而且有助于推动乡村振兴, 传承乡村文化。当然, 大学生返乡直播助农也面临一系列现实挑战, 比如直播经验不足、产品了解有限、品牌意识不强、基础设施欠缺等等。因此, 必须坚持以上述问题为导向, 从注重人才培养定期组织培训、增加产品了解创新直播内容、打造特色品牌强化品牌效应、加强政府引导优化发展环境等多方面着手, 进一步优化并创新其发展路径。

关键词

大学生, 直播助农, 乡村振兴, 现实挑战, 发展路径

Research on the Problem of College Students Returning Home to Help Farmers by Live Broadcast under the Rural Revitalization Strategy

Tianyu Yan

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Mar. 7th, 2025; accepted: Mar. 26th, 2025; published: Apr. 25th, 2025

Abstract

Returning home to help farmers is an effective channel for contemporary college students to make full use of the emerging e-commerce model of online broadcast platforms and promote and sell

agricultural products in response to the national rural revitalization strategy. In terms of its significance, it not only helps to strengthen the sense of responsibility of college students, and promote the employment and entrepreneurship of college students, but also helps to promote rural revitalization and inherit rural culture. Of course, college students returning to their hometown to help farmers also face a series of practical challenges, such as a lack of live broadcasting experience, limited product understanding, weak brand awareness, lack of infrastructure, and so on. Therefore, it is necessary to adhere to the above problems as the guidance, and further optimize and innovate the development path from many aspects, such as organizing regular talent training, increasing product understanding and innovative live broadcast content, building characteristic brands and strengthening brand effect, strengthening government guidance and optimizing development environment.

Keywords

College Students, Live Broadcast to Help Farmers, Rural Revitalization, Realistic Challenges, Development Path

Copyright © 2025 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，人才振兴是基础，科技振兴是关键[1]。近年来，随着信息技术的进步和电子商务的发展，网络直播带货作为当下一种新兴商业模式逐渐成为发展乡村产业、助力乡村振兴的重要引擎。在此背景下，越来越多的青年大学生选择搭乘“互联网 + 农业”的时代快车道，依托电商直播平台，以返乡直播带货的方式助力家乡经济发展和文化建设，成为农特产品的“代言人”、乡村振兴的“推动者”。然而，任何事物的发展并不是一帆风顺的，大学生返乡直播助农在现实生活中也不可避免地面临一系列问题和挑战。鉴于此，本文拟从重要意义、现实挑战、发展路径三重维度展开对乡村振兴战略下大学生返乡直播助农问题的尝试性探讨，以便助益于新时代道路上农村电商产业的发展与乡村振兴战略的实施。

2. 大学生返乡直播助农的重要意义

2.1. 有助于强化责任意识

青年大学生是推进乡村振兴战略实施的重要力量。返乡直播助农是新时代青年大学生胸怀家国情怀、勇担社会责任的生动体现。之所以如此阐述，一方面是因为返乡青年大学生在参与直播助农的过程中通过对家乡农特产品的讲解宣传，从种植生产到收获仓储、从加工销售到物流运输，能够深切领悟到农民劳作之不易以及农业生产之艰辛，这有助于增强他们对家乡的情感认同和价值共鸣，进而激发其强烈的社会责任感；另一方面是因为开展直播助农实践让返乡大学生实现了从学生到主播的角色转变，这种身份角色的转变不仅能够帮助返乡大学生在物质上为家乡发展做出贡献，提高农民收入，改善生活水平，而且在精神上也能够帮助家乡的父老乡亲排忧解难，利用网络平台解决农户销售难题。从某种意义上而言，这种物质与精神上的双重正向激励作用有助于让返乡大学生获得实现个人价值与社会价值相统一的幸福感、满足感、成就感，从而在一定程度上帮助他们以更加自信的青春姿态融入社会生活，履行社会责任。

2.2. 有助于促进就业创业

党的十八大以来,习近平总书记高度重视青年就业问题尤其关注大学生的现实就业问题,多次强调要充分发挥数字平台对于大学生就业创业的积极带动作用。近年来,利用电商平台进行直播销售这一新兴商业模式在农村逐渐得到认可与推广,这在有效拓宽农特产品的销售渠道的同时,也激发了许多有志青年返乡投身于电商直播助农事业的强烈意愿,从而带动了大学生就业创业。具体而言,一方面,“短视频直播带货助农降低了大学生的就业创业门槛”[2]。借助电子商务直播平台,大学生不仅能够在自己的家乡获得比较满意的工作岗位,将其专业所长应用于乡村发展,而且能够积累有关电子商务的工作经验,在实践中不断提高自身专业技能,增强就业创业能力。另一方面,大学生通过开展助农直播,吸引了更多人投身农村发展,推动了乡村人才的振兴,激发了乡村就业创业活力[3]。换言之,大学生助农直播有助于实现个人就业机会需求与乡村振兴人才需求的有效对接,这在更好地推动乡村产业发展的同时,也吸引了越来越多的大学生选择返乡就业创业。

2.3. 有助于推动乡村振兴

乡村振兴是涵盖产业振兴、人才振兴等多方面的全面振兴。从本质上来看,大学生返乡直播助农在促进乡村产业发展、培育乡村人才队伍的过程中发挥重要作用,对于全面推进乡村振兴意义非凡。一方面,有助于赋能乡村产业振兴。助农直播作为乡村振兴和网络扶贫深度融合发展的新兴产物[4],是涉及产品销售、仓储物流、售后服务等多个环节的系统工程。大学生返乡直播助农不仅有助于推动当地农产品种植业、加工业以及农村电商产业等多个产业的发展,也有助于带动其他相关产业的发展,比如乡村服务业、乡村运输业,等等。另一方面,有助于赋能乡村人才振兴。随着网络技术的发展和人们认知水平的进步,越来越多的返乡助农大学生因带动家乡农特产品“出圈”而“走红”。这在帮助农民增收致富的同时,也吸引了众多青年人才回流乡村,为乡村振兴提供人才支撑。除此之外,返乡大学生作为新时代直播助农的重要主体,也在推动乡村文化振兴、生态振兴、组织振兴等方面发挥着不可忽视的作用。

2.4. 有助于传承乡村文化

助农直播是借助新兴媒体传承乡村文化的重要途径。现如今,返乡大学生直播助农的实践背后展现的不仅仅是对家乡经济建设任务的主动作为,更是对家乡文化传承使命的自觉担当。这主要表现为以下两个方面:一方面,丰富乡村文化的传承主体。随着返乡直播助农大学生数量的不断增加,乡村文化传承的主体已经不再仅仅局限于本土的地方农民群体。一批批返乡大学生主播通过网络助农直播迅速走红,将当地的农特产品变成“网红零食”,将当地的乡村景区变成“网红打卡点”,为家乡的文化遗产注入青春力量。在此影响下,当地村民的文化遗产意识也将随之不断增强。另一方面,拓宽乡村文化的传承渠道。为了更好地避免助农直播间出现内容同质化等问题,返乡大学生在直播讲解的过程中不仅详细介绍乡村农特产品本身,而且往往倾向于将其背后的历史文化渊源、民间传说故事以及当地的社会风俗习惯等融入其中,旨在增加直播内容的故事性与创新性的同时,借助网络直播平台拓宽乡村文化的传承路径。

3. 大学生返乡直播助农的现实挑战

3.1. 直播经验不足,缺乏培训指导

电商直播助农是一项综合考验人的协调沟通能力、语言表达能力以及临时应变能力的工作,对主播的专业素养要求较高,需要以长期的经验积累为基础。但从现实情况来看,很多返乡大学生由于社会阅历较少、工作经验不足在这些方面往往有所欠缺。具体主要表现为以下几个方面:首先,在产品讲解上,不少大学生在面对镜头时会引发心理上的紧张情绪,所以在直播的过程中容易出现表情僵硬、声音较小

以及言语单一等问题,导致直播内容缺乏创新性,从而难以吸引消费者的关注和兴趣。其次,在设备调试上,直播间的摄像机、麦克风、灯光等专业设备的调试状况都是影响直播效果的关键。然而,很多大学生在返乡直播助农初期由于自身直播经验不足再加上缺乏场控人员的专业指导,在直播过程中往往容易出现场景切换困难、收音质量不佳等状况。最后,除上述之外,不少返乡直播助农的青年大学生在直播的时间安排、互动频率、反馈服务等方面也相对欠缺经验,这些也是影响直播效果与产品销量的重要因素。

3.2. 产品了解有限,缺乏专业知识

全面深入了解助农产品相关的专业知识是返乡大学生做好助农直播工作的必要前提,也是其将为消费者负责的核心理念贯穿于助农工作的重要表现。然而,从现实情况来看,这逐渐成为很多返乡大学生主播容易忽视的一大短板。一是对直播间助农产品的种植或生产知识了解有限。虽然大学生相较于农民主播来说,专业素养更高、知识储备更丰富[5],但其普遍对于家乡农特产品的种植条件、生长环境缺乏了解,这在一定程度上会降低消费者对助农产品的可信度和购买欲。二是对直播间助农产品的价值或功能作用了解有限。功能价值对消费者购买意愿具有重要的正向影响[6]。换言之,如果返乡大学生在直播过程中不能详尽介绍产品的营养、文化等价值,那么产品的销量很有可能也会受到影响。三是对直播间助农产品的储存或暂存条件了解有限。由于大学生主播对农特产品的储存条件了解不足或介绍不够全面,导致售后产品容易出现腐烂、变质等问题,这不仅会影响消费者的购物体验,而且会影响助农产品的宣传口碑。

3.3. 品牌意识不强,缺乏推广力度

近年来,助农直播已经成为返乡大学生竞相角逐的热门赛道。尽管越来越多的返乡大学生已经充分意识到助农产品的品牌价值对于产品销售的附加带动作用,但从现实情况来看,大学生助农直播产品的品牌建设力度仍普遍亟待提升。其原因主要包括以下几个方面:第一,大学生品牌建设意愿不强。部分返乡大学生在参与助农直播的过程中将目光仅仅聚焦于直播的销售额与产品的利润率上,缺乏长期的品牌建设规划战略,进而忽视了产品品牌建设效应对于消费者购买行为的正面影响作用。第二,大学生品牌建设能力不足。一方面,返乡大学生由于受到当地政策、资金等条件限制,再加上欠缺相关领域的资源支持,这通常致使他们在品牌建设上力不从心。另一方面,大学生群体在品牌建设方面普遍存在知识短板,对于如何加强品牌建设、推动品牌传播等问题了解不够深入。第三,大学生品牌维护意识薄弱。面对各种突发性的品牌危机,大学生普遍欠缺品牌危机管理意识以及相应的处理策略,容易导致乡村及品牌声誉受损。

3.4. 基础设施欠缺,缺乏配套服务

“直播带货”需要齐全的配套设施[7]。因此,除上述现实挑战之外,大学生返乡参与直播助农在客观条件方面也存在一些影响因素,这集中体现在农村基础设施滞后这一关键环节上。其一,部分乡村网络状况不佳,助农直播不畅。网络是开展助农直播不可或缺的设施支撑。然而,当今很多农村地区尤其是偏远贫困地区的网络设施仍不完善,网络覆盖率较低且信号较差。因此,直播卡顿、网络延迟也是返乡大学生在工作中所面临的重大难题,这不仅会影响消费者的直播观看体验,也会降低其消费欲望。其二,部分乡村物流交通不便,产品供应困难。物流基础的强弱、交通条件的优劣,将直接影响到直播助农的效益[8]。某些乡村由于物流运输条件有限,导致很多消费者难以及时收到其在线购买的助农产品,从而影响购物体验。其三,部分乡村仓储条件不足,存储数量有限。当今部分农村地区的冷链存储、定

温储存技术仍有待完善。因此大学生在助农直播的过程中如果没有达到销售预期，可能会给农民造成不同程度上的经济损失。

4. 大学生返乡直播助农的发展路径

4.1. 注重人才培养，定期组织培训

乡村振兴，人才为本。在新时代大学生直播人才的培养上，唯有政府、高等院校以及乡村这三方携手并进、同向发力，才能为乡村直播助农事业的蓬勃发展提供源源不断的人才支撑。首先，政府要充分发挥其在返乡大学生直播助农人才培养方面的独特优势，通过建立直播助农培训基地、定期组织直播助农专业培训以及提供直播助农实践岗位等方式来激发大学生返乡直播助农和直播推广的参与热情，并不断提高其专业水平。其次，高等院校作为培养青年电商直播人才的重要基地，不仅要通过开发短视频创作课程、直播带货技巧、账号运营的训练班等[9]来引导大学生努力学习并掌握相关理论知识，而且要通过定期组织大学生电商助农直播竞赛来提高其直播实践技能。最后，乡村在组织大学生返乡直播助农人才培训时，要始终坚持电商直播人才与电商运营人才两手抓，既要通过邀请专家授课等方式培养电商主播，又要通过组织专业培训等方式打造运营队伍。唯有如此，才能让大学生电商“新农人”的青春力量更好地赋能乡村振兴。

4.2. 增加产品了解，创新直播内容

返乡大学生对助农产品的了解程度是影响直播效果的重要因素。换言之，直播内容的创新都是建立在对助农产品有充分了解的基础上进行的。从具体的了解路径来看，一是要对助农产品开展实地调研。一般而言，这通常是大学生在参与返乡直播助农过程中了解当地农特产品的最直接的方式。譬如，许多返乡大学生为了更加全面地了解助农产品，会主动参与到产品的种植、养殖及采摘过程当中去。与此同时，这些宝贵体验也是增加直播内容真实性与趣味性的重要素材。二是要与当地农民进行深入交流。这不仅能够帮助返乡大学生更加详细地了解当地农特产品的种植或生产过程，而且能够帮助他们更加全面地了解其所具有的功能作用及文化底蕴。三是要开展市场调研与竞争分析。当前，在各大直播平台的助农产品直播间中，同质化现象尤为突出[10]。因此，返乡大学生要想在众多助农直播中获得优势、赢得主动，就必须对产品的价格、消费者的购物偏好等进行充分的市场调研与分析。

4.3. 打造特色品牌，强化品牌效应

“助农直播不仅是产品质量的竞争，更是品牌特色的较量”[11]。因此，大学生在参与返乡助农直播时要注重品牌建设，充分发挥助农品牌对于线上直播销售的附加带动作用。这主要包括品牌建设、宣传与维护这三个方面：第一，应深入挖掘品牌文化内涵。每一种助农产品都蕴含着丰富的乡土古韵和浓厚情怀，具有独特的地域文化内涵。返乡大学生要深入挖掘并提炼这些宝贵的历史文化元素并将其融入家乡的助农品牌建设之中。从某种意义上言，这不仅能够提升产品的附加值，而且能够有效激发消费者的乡土记忆和情感认同。第二，应不断加强品牌宣传力度。返乡大学生要积极联合当地政府和村民，利用抖音短视频平台、政府网站以及乡村电商平台等渠道，全方位地进行品牌宣传与推广。第三，应切实维护品牌信誉口碑。消费者对助农产品的评价反馈是建立品牌口碑与提升品牌信誉的关键环节。基于此，返乡大学生在做好助农工作的同时也要把好产品质量关、守好售后服务关，将品牌形象维护好。

4.4. 加强政府引导，优化发展环境

大学生返乡直播助农离不开政府的支持与引导。这主要表现为以下几个方面：其一，制定并完善针

对大学生返乡直播助农的相关政策。近年来,从2023年《县域商业三年行动计划(2023~2025年)》的出台,到2024年《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》的印发,再到2025年中央一号文件的发布,我国有关电商直播助农的相关政策日益完善,为乡村电商经济的发展提供了有力的政策支撑。尽管如此,针对返乡大学生群体的直播助农专项扶持政策及激励机制仍有待深化。其二,加大对大学生返乡直播助农的资金扶持力度。无论是直播设施建设,还是直播技能培训,抑或直播引流推广,大学生返乡直播助农工作的顺利开展必须具备一定的资金支持。为此,政府要通过设立专项扶持资金、提供税收减免等方式,鼓励和支持大学生返乡参与助农兴农事业。其三,加强对大学生返乡直播助农工作的监督管理。近年来,由于电商直播准入门槛相对较低,监管体系不完善,导致各种乱象频发[12]。对此,政府要建立健全相关监督管理机制,对大学生直播的产品质量、销售流程等做出严格规范,以确保消费者的合法权益不受损害。

5. 结语

综上所述,大学生返乡直播助农,无论对大学生自身的发展,还是对推动乡村振兴都具有重要意义。然而,在此过程中,也必须清醒地认识到大学生在主观以及基础设施建设欠缺等客观方面所面临的一系列现实挑战。展望未来,唯有始终坚持从政府引导、人才培养以及品牌建设等多方面着手、多角度发力,才能持续推动大学生电商直播助农事业蓬勃发展!

参考文献

- [1] 脱贫摘帽是新生活新奋斗的起点[N]. 人民日报, 2021-02-28(02).
- [2] 刘斌. 短视频直播带货助农促进大学生就业创业[J]. 现代农业研究, 2023, 29(7): 56-58.
- [3] 韩天文, 吕明泽, 刘彦滋. 乡村振兴战略背景下大学生直播助农案例实践分析[J]. 新农民, 2024(23): 4-6.
- [4] 李晓夏, 赵秀凤. 直播助农: 乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式[J]. 商业经济研究, 2020(19): 131-134.
- [5] 王荣强, 刘迪. 高校大学生助农直播带货的优势与路径[J]. 传媒与艺术研究, 2022(2): 10-16.
- [6] 张晓东, 朱敏. 网络口碑对消费者购买行为的影响研究[J]. 消费经济, 2011, 27(3): 15-17, 22.
- [7] 杨玥玥. 媒体“直播带货”助力乡村振兴的策略研究[J]. 新闻世界, 2021(5): 60-62.
- [8] 施丹梅, 肖瑜, 刘金花. “短视频 + 直播”背景下农产品营销策略探究[J]. 南方农机, 2021, 52(20): 107-109, 115.
- [9] 郭郡郡, 叶颖. 直播助农的赋能优势、现存问题与对策优化[J]. 安顺学院学报, 2022, 24(5): 34-38.
- [10] 鲁雨琦. 乡村振兴背景下直播助农存在的问题与解决对策[J]. 农业工程技术, 2024, 44(17): 107-108.
- [11] 熊云梅, 徐中春. 乡村振兴战略下直播助农问题及对策研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 9085-9095.
- [12] 咎梦莹, 王征兵. 农产品电商直播: 电商扶贫新模式[J]. 农业经济问题, 2020(11): 77-86.