

# 社会工作者培育乡村直播人才的路径探索

## ——以云南省保山市为例

李艳梅

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月19日; 录用日期: 2025年4月8日; 发布日期: 2025年5月13日

### 摘要

近年来,网络直播带货的流行带动了农产品通过直播平台销售的模式,成为促进农村经济发展的新动力。但是,培养乡村直播人才和推动农村可持续发展仍面临挑战。本研究深入探讨了农村直播带货在农产品销售中的应用和遇到的问题,以云南省保山市为例进行分析,并研究了社会工作者在培养乡村直播人才中的优势和作用。研究从个人、组织和社区三个层面进行了详细分析,并提出了从依赖外部支持到提升内部自我发展能力的转变路径,目的是为乡村直播人才的培养和成长提供实用的建议和指导。

### 关键词

乡村直播, 社会工作, 路径探索

# Exploring the Pathway for Social Workers to Cultivate Rural Live Streaming Talents

## —Taking Baoshan City, Yunnan Province as an Example

Yanmei Li

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 19<sup>th</sup>, 2025; accepted: Apr. 8<sup>th</sup>, 2025; published: May 13<sup>th</sup>, 2025

### Abstract

In recent years, the popularity of online live streaming has led to the sale of agricultural products through live streaming platforms, which has become a new driving force for promoting rural economic development. However, there are still challenges in training rural live broadcast talents and promoting sustainable rural development. This study deeply discusses the application and problems

of rural live streaming in agricultural product sales, takes Baoshan City of Yunnan Province as an example to analyze, and studies the advantages and roles of social workers in cultivating rural live streaming talents. The study carried out a detailed analysis from the three levels of individuals, organizations and communities, and put forward the transformation path from relying on external support to improving internal self-development ability, with the purpose of providing practical suggestions and guidance for the cultivation and growth of rural live broadcast talents.

## Keywords

Rural Live Streaming, Social Work, Pathway Exploration

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

农产品销售问题对于农村经济发展与乡村振兴来说至关重要,随着我国经济的持续增长,农产品的流通机制面临重大挑战。最近几年,通过网络直播来卖农产品变得越来越流行,很多乡村地区通过这种方式不仅展示了自己独特的文化,还帮助当地农民增加了收入,实现了脱贫。然而,云南省保山市等偏远山区的发展水平相对滞后。我们这次的研究就聚焦在云南省保山市,深入调研直播带货在农产品营销中的应用现状及所面临的问题,并由社会工作者主导提出一些切实可行的解决方案。这项研究不仅为传统的农产品销售方式和现在的直播带货提供了理论上的支持,还为其他可能的销售方式或直播带货提供了宝贵的经验。这些努力对于开拓农产品市场、增加农民的收入、推动农村经济的发展,以及确保我国农业的长期可持续发展都具有重要的意义。

## 2. 农村直播带货的现状与社会工作介入的优势分析

### 2.1. 农村直播带货模式及存在问题研究

#### 2.1.1. 主播层面

首先,直播带货专业人才短缺。农产品直播销售对技术人才的需求较大,且需要有专门的团队成员参与销售的各个环节。但是,目前农村地区难以吸引并留住大量专业人才,许多大学生不愿意回家乡工作,导致保山市农村地区常住人口中老年人占多数,而年轻人参与生产和劳动的比例较低,这使得产品销售人才的供应严重不足[1]。另外,直播带货的主播普遍学历不高,缺乏品牌服务意识,难以满足日益增长的直播人才需求,专业人才培养的缺失使得人才供需矛盾更加突出。

其次,产品销售过度依赖外来主播和平台。缺乏专门针对农产品“直播带货”的平台,也没有主播专门致力于农村精准扶贫及农产品销售[2]。尽管“直播带货”在短期内能产生巨大的营销影响力,并同时提升产品销量,解决滞销库存问题,但其成功销售往往依赖于大型媒体平台或头部主播、网红的参与。在流量和粉丝基础不足的情况下,产品难以售出,特别是在云南省保山市农村地区,产品知名度较低,即便依靠主播和平台引流,仍需一定的宣传投入。因此,“直播带货”并非无成本、无策略的营销方式,开设直播账号并不保证销售效果[3]。

最后,利润分配的不均衡以及本土品牌构建的困难也是不容忽视的问题。在多数情况下,农产品的销售依赖于电商平台的收购,由电商公司负责农产品的直播带货宣传、销售及售后服务等一系列活动。

电商公司进行直播带货的优势在于其专业性和较高的销售效果，农户因此无需涉足复杂的销售流程。然而，农户通常以成本价将产品销售给电商公司，导致其收益受限[4]。此外，尽管邀请网红进行带货能够带来一定的市场影响力，但同时也伴随着高昂的费用和潜在的市场风险。尽管产品销售得以实现，但与农户直播带货相比，产品价格较高，难以形成持续的回购效应。所以，从未来发展趋势来看，还需要提高农户的直播带货经验，可以有效降低农产品的价格。此外，网红仅参与销售环节，缺乏对农产品及其生产者的深入情感认知，难以激发消费者的情感共鸣，亦无法助力特色本土品牌的打造。

### 2.1.2. 政府层面

首先，人才培育体系落后，培训课程缺少统一标准和实际操作，内容缺乏新意。这导致直播内容千篇一律、带货方式单调、风格无法凸显地方农产品特色[5]。这些问题主要是因为政府没有对直播主体的创新意识进行培训，也没有足够重视精准化和个性化营销。受“随大流”心理和市场追求利润的影响，直播带货的博主们倾向于模仿顶尖主播的风格和营销手段，使得农产品直播带货难以形成独特的风格，难以激起消费者的购买欲望。同时，市场经济的趋利性和成本限制，也减弱了直播带货创新的动力。

其次，缺乏持续的支持。一方面，只提供短期培训，缺少持续的跟进和监督。直播带货依赖新媒体技术，而目前成功的农产品直播带货案例大多是在专业运营团队的帮助下实现的。农户自己操作很难达到预期效果，他们对互联网的认识和文化水平有限，缺乏运营团队可能会带来一系列问题，影响农产品形象，严重时甚至损害政府的信誉。另一方面，对带货主播的监管不够。主播队伍包括个体农场主、企业员工、本地网红、政府工作人员等，他们的直播技能和专业素质参差不齐，导致管理困难。有些主播在没有筛选农产品的情况下就将其引入直播间，导致未经检验的商品流入市场，影响消费者的体验。

最后，参与直播电商的动力不足。鉴于直播电商是一个新兴行业，目前在理论研究上还不够深入，缺乏系统性的分析和讨论。在实践操作上，也显得经验不足，尚未形成一套成熟有效的操作模式。一方面，政府在推广和应用农产品直播方面往往缺乏经验，这导致他们在政策制定和执行上信心不足，难以提供有力的引导和支持。另一方面，农户作为农产品直播的直接参与者，他们对这种新型销售方式持观望态度，可能是因为他们还没有亲眼看到或亲身体会到直播电商为农产品销售带来的实际好处和积极变化。因此，农户普遍缺乏参与的兴趣和动力，不愿意主动尝试和采纳这种新的销售方式。

## 2.2. 社会工作介入培育乡村直播人才的优势

### 2.2.1. 运用优势视角，激活村民内生动力

社会工作者拥有坚实的专业知识，他们不仅懂得社会工作的理论，还具备实际操作的经验，能够更准确地识别和满足乡村居民的需求。首先，在乡村直播的培训方面，社会工作者可以将心理辅导、沟通技巧、团队合作等社会工作技能融入到人才的培养中，为他们的职业发展提供全方位的支持。其次，社会工作者擅长整合资源。他们通过与教育、科技等领域的专家合作，能够为乡村直播人才提供多方面的支持，帮助学员了解市场需求、技术更新和策略，从而提高他们的竞争力。最后，社会工作者注重每个人的个性发展。他们关注每个人的特点和潜力，能够根据乡村直播人员的兴趣、能力和市场需求，制定个性化的培训方案，使培训更加精准有效。这种个性化的指导，能够激发乡村人才的创造力，增强他们的自信心，提高农民的参与热情，激发村民的内生动力，从而提升整体直播的质量[6]。

### 2.2.2. 运用系统思维，构建“平台 + 村民 + 合作社”协作网络

系统思维注重从全局角度理解事物之间的联系和变化。在培养乡村直播人才时，社会工作者意识到，仅靠个人或单一机构的力量是不够的，无法实现长期的发展。因此，构建一个多方合作的网络显得尤为重要。在这个网络里，乡村直播平台、村民和合作社相互支持，共同促进乡村经济的成长。在打造“平台

+ 村民 + 合作社”的合作网络时，社会工作者扮演了沟通和连接的角色，定期组织各方交流与合作，保证信息流通和资源合理利用。他们还关注各方的需求和利益，建立一个公正、开放、透明的合作环境，确保每个参与者都能在合作中得到实际利益。通过这种系统思维，社会工作机构可成功推动乡村直播产业的持续发展[7]。

### 2.2.3. 维护本土文化特色，防止过度商业化

社会工作者在维护本地文化传统方面扮演着至关重要的角色。他们懂得乡村的特殊文化环境，这有助于他们更有效地开展教育和交流工作。社会工作者深入理解乡村文化，能够协助直播人才在创作内容时融入地方特色，增强直播的吸引力和共鸣。这种文化的融合不仅让乡村直播成为经济活动，更使其成为文化遗产的平台。在培养乡村直播人才的过程中，社会工作者需要与来自不同背景的人士交流，比如城市的技术专家和市场营销人员。他们运用对文化的敏感性，有效地连接了这些不同的文化和价值观，促进了相互理解和合作。社会工作者积极以乡村的自然地域文化为创作核心，进行内容的制作和创作。他们利用县域文化中具有代表性的独特元素，展现了文化的多样性，并构建了以特色乡村的历史和文明价值认同为核心的乡村文化品牌内容定位。

## 3. 社会工作者培育乡村直播人才的路径

### 3.1. 个体层面：能力建设与身份认同

#### 3.1.1. 技能培训：直播技术与电商运营

农产品种植与养殖从业者主要为中老年人群，他们经验丰富，但教育程度不高，新媒体运用能力有限。作为直播销售农产品的主角，农民们往往没有接受过系统的营销训练，使得他们的直播内容单调，难以吸引目标消费者，也无法准确展示产品的优势。社会工作者在直播领域可以发挥重要作用，他们需要对乡村直播人才进行专业培训，提高他们的专业水平和操作技能。社会工作者应该深入了解市场需求，掌握直播行业的发展动态和热门领域，设计出适合乡村的培训课程。例如，在农产品直播方面，社会工作者可以与专家合作，利用市场调研数据帮助乡村直播人才了解消费者的喜好和需求。此外，情境模拟教学是提高实际操作能力的重要环节。社会工作者应该模拟直播环境，指导学员进行实践，学习如何设置直播设备、选择合适的题材和话题，以及如何与观众有效互动。通过学习优秀的直播案例，学员们还可以掌握不同的直播风格和技巧，积累经验。最后，在电商运营方面，社会工作者需要指导村民选择适合直播销售的商品，并教授供应链管理知识，确保商品的质量和及时配送。

#### 3.1.2. 心理支持：克服“数字畏难”情绪，构建“新农人”身份认同

培养本地化的乡村主播，帮助农民转型成为网络主播，将直播活动与农业生产相结合，打造“村播”产业基地[8]。首先，要培养乡村文化，农民们拥有丰富的传统文化和独特的地域特色，社会工作者应帮助他们认识到自己作为乡村文化传承者的重要性。通过展示乡村文化、传统技艺和生活故事，激发乡村直播人才对自己身份自豪感，增强文化自信[9]。举办文化节、乡村市集等文化活动，不仅有助于他们展示特色，还能提高直播时的表达热情和自信。其次，建立社交网络，社会工作者应创建乡村直播人才的交流平台，鼓励他们互相学习、分享经验，建立社群认同感。通过定期举办交流会、沙龙等活动，促进乡村人才之间的相互支持和共同进步。在这样的平台上，他们不仅能学习到实用技巧，还能分享遇到的困难和挑战，从而在心理上获得满足和支持。最后，社会工作者应积极宣传乡村直播人才的成功故事，通过媒体传播、社交平台等多种渠道，提升他们的知名度和影响力。当乡村直播人才在行业内得到广泛认可，他们将更容易建立强烈的身份认同感，这将有助于推动他们的职业发展和自我价值的实现[10]。通过培养新兴职业农民，不断挖掘乡村的内生动力，从内部破局，强化乡村发展的“造血功能”。

## 3.2. 组织层面：互助小组与链接资源

### 3.2.1. 组建村民直播互助小组

组建村民直播互助小组，通过细致的分工，包括主播、选品、售后等，来提升直播带货的效率和质量。社会工作者不仅致力于为村民提供必要的技能培训，还努力促进村民之间的相互合作与交流。他们通过组建村民直播互助小组，根据每个村民的特长和兴趣，将他们分配到不同的岗位上。在这样的小组中，村民们可以担任主播、选品人员或售后人员等角色，每个角色都有其明确的职责和任务。主播负责在直播过程中介绍产品并进行互动，选品人员则根据市场需求和产品的质量进行精心筛选，而售后人员则负责处理顾客的退换货和投诉问题。这种分工合作的模式不仅显著提高了直播的效率和质量，而且极大地增强了村民之间的团队协作意识。通过互助小组的建立，村民们能够相互学习、相互支持，共同提升直播带货的能力和水平，从而为整个社区带来更多的经济收益和积极的社会影响。

### 3.2.2. 链接资源

在培养乡村直播人才时，社工不仅要建设团队，还要积极联合外部资源[11]。社工应整合网络平台、教育机构、政府和社会力量，全面培养主播人才。首先，社工可与当地农业合作社和企业合作，获取产品供应、技术支持和市场推广等帮助，增强产品市场竞争力。其次，与高校和职业培训机构合作，引入专业教育资源，提升村民直播技能和知识。例如，邀请网络营销老师指导课程，提高直播专业性[12]。再次，与电商平台合作，利用其流量和培训提升乡村直播的曝光和销售效率。最后，建立区域性支持网络，促进乡村直播团队间的经验交流和合作，通过交流活动分享经验，形成学习机制，推动乡村直播发展。社工在这一过程中，不仅是资源的链接者，还是促进者和引导者，需关注市场动态，及时调整策略，确保直播小组有效运营[13]。

## 3.3. 社区层面：文化赋能与可持续发展

### 3.3.1. 挖掘乡土文化 IP，融入直播内容

乡村的魅力往往蕴藏在其独有的文化和传统里。社会工作者深入这些乡村，深入了解它们的历史、民俗、艺术和手工艺，以发现那些具有地方特色的文化资源。这些乡村文化资产不仅能够丰富农产品的品牌内涵，还能吸引众多观众，让营销和直播活动更加丰富多彩。在挖掘了丰富的乡村文化资产后，社会工作者可以与当地的年轻人和创业者携手合作，共同进行内容的创意和策划。例如，利用传统节日，策划直播活动，展示当地的民俗表演和传统美食的制作过程，以此吸引观众并增强当地人的文化自豪感。社会工作者还可以利用各种直播平台来推广乡村文化。比如，在微信公众号、抖音、快手等平台上创建乡村文化专栏，定期发布相关内容，吸引观众的注意。这样的做法不仅能促进当地文化的传播，还能为乡村带来经济效益。

### 3.3.2. 构建“线下体验 + 线上直播”的文旅融合模式

首先，社区可以定期组织各种文化体验活动，比如体验农耕、手工制作、民俗表演等，让游客更深入地融入乡村生活。同时，社会工作者可以利用直播设备，将活动的精彩瞬间实时分享给观众，吸引他们参与。活动结束后，将录制的视频剪辑成精彩片段，在社交媒体上进行分享，这样不仅能够扩大活动的影响力，还能持续提高乡村的知名度。

其次，建立官方直播平台。为了更好地推动乡村文化和旅游的结合，社会工作者可以协助政府或社会组织创建一个官方的乡村直播平台，整合各种文化资源和活动信息。在这个平台上，游客可以轻松获取活动信息、报名参与，还能回看历史直播内容，从而形成稳定的线上观众群体和线下参与度。

最后,进行市场推广和旅游产品开发。在推动“线下体验+线上直播”模式的同时,社会工作者还应与当地旅游局和商业机构合作,开发新的旅游产品。结合线上直播,推出特色旅游套餐,例如“乡村文化深度游”,通过体验和直播相结合的方式进行推广。这样的策略不仅能吸引游客,还能提升活动的商业价值[14]。

#### 4. 结论

培养乡村直播人才将成为促进农村经济振兴的重要力量。随着越来越多的社会工作者投身乡村直播领域并付出努力,乡村直播人才的队伍将逐渐壮大,农产品的销售将越来越多地依靠直播带货的方式。同时,乡村直播的内容也将变得更为丰富多样,更加开放和创新,从而吸引更多的消费者关注和参与。本研究深入展示了社会工作者在培养乡村直播人才方面的重要作用和价值。未来,在政府的支持下,我们将进一步完善相关政策和制度,加大对乡村直播人才的扶持和引导,提供更广阔的发展空间。我们坚信,通过社会工作者的不懈努力和社会各界的合作,乡村直播产业将迈向更加繁荣的新时代,为推动乡村经济发展和提高农民收入做出更大的贡献。

#### 参考文献

- [1] 叶圆慧. 农村电商直播人才培养模式探索——以成都农业科技职业学院为例[J]. 黑龙江粮食, 2024(12): 122-124.
- [2] 李皎洁, 欧阳琳. 基于“直播带货”思考衡阳农村精准扶贫工作的新路径[J]. 农村经济与科技, 2021, 32(4): 163-164.
- [3] 沈静. 农村电商直播带货的问题及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京林业大学, 2022.
- [4] 卢妍, 杨洁, 叶东芳. 基于增长上限基模的农村直播带货助农现状及对策探析——以江西省为例[J]. 新媒体研究, 2021, 7(11): 29-34.
- [5] 王鹤霖. 全民网购背景下东北农产品直播带货的发展策略研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2023.
- [6] 潘旭冉. 乡村振兴战略实施中社会工作介入的路径探析[J]. 农村经济与科技, 2019, 30(21): 280-283.
- [7] 艾永同. 社会工作助推农村社区生计发展的实践研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州大学, 2021.
- [8] 宫志远. 农产品直播带货营销面临的问题及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 淄博: 山东理工大学, 2024.
- [9] 宋丹. 乡村振兴视阈下电商直播助农的现实困境与路径研究[J]. 农业机械, 2023(9): 67-69, 72.
- [10] 袁书冬, 杨续昌, 陶漫, 奚雷. 乡村振兴背景下农科研究生电商助农的经验、困境及对策研究[J]. 数字农业与智能农机, 2024(10): 17-19.
- [11] 孙祥. 社会工作助力农村精准扶贫研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 西北师范大学, 2018.
- [12] 赵洋. 社会工作介入脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接的路径分析[J]. 国际公关, 2023(9): 40-42.
- [13] 农积晓. 社会工作介入乡村振兴研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 哈尔滨工业大学, 2022.
- [14] 张蓝天. 农村社会工作推动乡村旅游发展的过程与服务策略研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆大学, 2023.