

乡村振兴背景下短视频推动农村电商发展的路径探析

王俊伟*, 曹 兵, 周学亨, 卢建雄

甘肃农业大学马克思主义学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年5月26日; 录用日期: 2025年6月13日; 发布日期: 2025年7月15日

摘 要

在乡村振兴战略背景下, 短视频以其直观、互动性强等特点, 成为推动农村电商发展的重要工具。本文从短视频在农村电商中的应用现状出发, 分析其推动农村电商发展中具有降低营销门槛、拓展销售渠道、增强用户信任等优势。同时也发现当前短视频推动农村电商发展仍面临着短视频制作能力不足、农村电商基础设施薄弱、平台支持机制不完善以及区域品牌与产业链建设滞后等诸多问题与挑战。针对这些问题, 本文提出以下发展路径: 一是提升短视频制作能力, 培养农村电商人才, 打造高质量内容; 二是完善农村电商基础设施, 加强物流、网络等硬件建设; 三是优化短视频平台支持机制, 提供流量扶持和精准推荐; 四是打造区域品牌与产业链, 形成特色农产品竞争优势。希望通过以上路径, 短视频将进一步赋能农村电商, 助力乡村振兴, 推动农业现代化和农民增收。

关键词

短视频, 农村电商, 乡村振兴, 发展路径

Analysis of the Path of Short Video to Promote the Development of Rural E-Commerce in the Context of Rural Revitalization

Junwei Wang*, Bing Cao, Xueheng Zhou, Jianxiong Lu

College of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: May 26th, 2025; accepted: Jun. 13th, 2025; published: Jul. 15th, 2025

*第一作者。

文章引用: 王俊伟, 曹兵, 周学亨, 卢建雄. 乡村振兴背景下短视频推动农村电商发展的路径探析[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 1160-1165. DOI: 10.12677/ecl.2025.1472286

Abstract

In the context of the rural revitalization strategy, short video has become an important tool to promote the development of rural e-commerce due to its intuitive and interactive characteristics. Based on the application status of short video in rural e-commerce, this paper analyzes its advantages in promoting the development of rural e-commerce, such as lowering the marketing threshold, expanding sales channels, and enhancing user trust. At the same time, it is also found that the current short video to promote the development of rural e-commerce still faces many problems and challenges, such as insufficient short video production capacity, weak rural e-commerce infrastructure, imperfect platform support mechanism, and lagging regional brand and industrial chain construction. In response to these problems, this paper proposes the following development paths: first, improve the production capacity of short videos, cultivate rural e-commerce talents, and create high-quality content; the second is to improve the rural e-commerce infrastructure and strengthen the construction of logistics, networks and other hardware; The third is to optimize the support mechanism of short video platforms, providing traffic support and accurate recommendations; Fourth, build regional brands and industrial chains, and form competitive advantages of characteristic agricultural products. It is hoped that through the above paths, short videos will further empower rural e-commerce, help rural revitalization, promote agricultural modernization and increase farmers' income.

Keywords

Short Videos, Rural E-Commerce, Rural Revitalization, 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

新时代,推动乡村全面振兴是实现国家乡村振兴战略的重要举措。乡村振兴战略的实施主要以经济、文化、生态、民生等多个目标维度的协调发展,促进农村地区的进步与繁荣。在这一背景下,农村电商成为了促进乡村加快发展的重要抓手。在电商的推动下,农产品在销售和种植方面获得了更加高效的产销协同,为各类农产品的销售和农民增收开辟了一条全新的发展渠道,有效促进了农村经济的转型升级。

但是,电商在农村的发展并不是一帆风顺的,其发展仍然面临着许多挑战。例如,农产品产销信息不对称、品牌影响力不足、营销手段单一等种种发展困境。在这种困境之下,一种与电商紧密结合的营销手段——短视频应用而生。短视频的出现本来就是为供人们分享生活,在空闲时间休闲娱乐的。但是最近几年短视频的快速崛起却为农村电商带来了新的发展契机。一时间,以抖音、快手等为主的短视频平台凭借着其生动、直观、进入门槛低的特点,迅速成为了销售信息传播和农产品推广的重要媒介。短视频通过场景化、视觉化的内容呈现方式,有效地吸引了消费者的关注,增强了产品的市场竞争力。短视频结合电子商务,为农村各类农产品的发展提供了全新的营销方式,还为农村经济发展注入了新的发展活力[1]。在短视频的帮助下,农民可以向消费者展示农产品真实的生产过程,特点、品质以及其特有的文化内涵,拉进了商家和顾客之间的距离,还提升了消费者对农产品的信任度,为农产品增加了附加值。

因此,在乡村振兴背景下,探索短视频和农村电商结合的路径具有非常重要的现实意义。通过分析短视频在农村电商发展中的应用现状、各种优势以及存在的问题,可以为优化农村电商发展模式提供理论支持和实践指导,助力乡村振兴战略的实施。

2. 研究现状

现如今,短视频以其独特的营销优势,已经成为了推动农产品销售的主要方式之一,不断为农村电商的发展注入新活力。众多农户在抖音、快手等主流短视频平台中也看到了农产品销售的新渠道,成功凭借短视频为产品销售打开了销路,实现了增收致富。通过短视频去销售农产品,不仅能够向消费者展示生产过程、品质特点,还能将当地的特色文化融入农产品之中,为农产品增加吸引力和附加值。例如,短视频平台上较为火爆的“李子柒”,她通过短视频营销,成功地把当地独特的传统手工艺和农产品推向了全球市场,成为了短视频和电商相结合发展的典范。在短视频当中,“李子柒”通过拍摄唯美和质朴的农忙场景,展现在快节奏的生活之下,农村生活却安然祥和,向人们展示出独特的乡村魅力,从而吸引了大量的粉丝,并带动了相关农产品的热销[2]。通过这一现实“榜样”的示范,许多普通农户也开始模仿“李子柒”的发展模式,以真实、接地气的方式展示水果、蔬菜等自家种植的农副产品,并迅速积累了用户信任,实现了销售转化。

但是,在实际发展过程中,短视频在农村电商发展中的应用仍然面临着一些问题。部分的农民缺乏专业的短视频剪辑和制作能力以及相关的运营能力,从而导致视频内容质量不高,难以吸引到目标客户。与此同时,支付、物流等基础设施的不完善也是制约其发展的一大困境。尽管如此,短视频在促进农村电商发展的应用方面仍然有巨大的潜力,可以通过解决优化内容创作,加强培训和完善基础设施等关键问题,将短视频打造为推动农村电商发展的重要力量。

3. 短视频推动农村电商发展的优势

短视频有着直观、生动、低门槛的特点,对于推动农村电商的发展有着显著的优势,现如今已经成为乡村振兴的重要助力。除了直观、门槛低等主要特征之外,短视频还具有高效率、低成本的特点。具体来说,短视频的制作和传播成本较低,农户仅仅只需要一部智能手机就可以完成相关视频的制作以及发布。这对于资源有限的农村地区来说大大节约了推广成本,农户只需通过手机拍摄来展示农产品,快速让潜在消费者接触到自己必需的产品信息,极大地降低了营销门槛。其次,短视频平台自身也可以通过算法推荐技术,依托精准营销的能力将农产品精准地推送给目标用户[3]。这种可以根据消费者兴趣和行为的算法推荐技术不仅提高了农产品营销效率,还减少了资源浪费,帮助农户更有效地打开了潜在用户的市场。

此外,在品牌塑造方面,短视频也有着独特的优势。农户可以自主拍摄农产品的生产过程、品质特点以及其背后的文化故事,然后通过短视频自带的各种有趣的特效、丰富的视频标签等元素,将视频内容修饰地更加生动直观,再打上农产品独有的地域特色来增强消费者对农产品的信任感和认同感。例如,“李子柒”等短视频博主通过对视频内容的精心制作并通过内容营销,成功打造了高附加值的农产品品牌,为“短视频+农村电商”的发展树立了典范。

总之,短视频以其低成本、高效率、精准营销和品牌塑造的优势,为农村电商发展提供了强有力的支持,成为推动乡村振兴的重要路径。

4. 短视频推动农村电商发展中存在的问题与挑战

短视频在推动农村电商发展的进程中确实存在着巨大的潜力,但是在实际应用的过程中仍然面临着许多问题与挑战。

4.1. 短视频制作水平低

对于农户而言短视频确实是门槛低、易上手的营销方式。但是，现如今短视频已经进入了一个比较大众化的发展阶段，许多有流量、有粉丝的网络主播层出不穷，他们对于短视频内容制作有着非常丰富的经验和创意，视频内容质量较高，对观看者的吸引力也很强。相对比而言，农村地区许多农户文化水平不高，思维守旧，对这些新兴事物的接受能力较弱。因此，他们的短视频制作方面能力不足，在视频内容质量方面参差不齐。而且许多农户缺乏专业的拍摄、剪辑、和内容策划能力，制作的视频往往缺乏吸引力和传播力，难以有效吸引目标用户[4]。再加上视频同质化严重，缺乏创新和特色等等，这些问题导致了在农村地区农户拍摄的视频在实际激烈的市场竞争中难以脱颖而出。

4.2. 基础设施不完善

短视频在推动农村电商发展中还面临着物流、支付等基础设施不完善的问题，这些问题也严重制约了农村电商的发展。在乡村振兴战略的实施下，许多中部、南部的农村已经实现了道路交通网络和电子通讯网络的全覆盖，乡村振兴发展的正如火如荼。但是在偏远的山区和西部农村地区仍然有部分农村地区在道路，网络等基础设施建设方面发展不完善。这导致有些山区农村的特色农产品的配送成本高、效率低，影响了消费者的体验，最终致使农产品销量不佳，阻碍了农户发家致富的道路。此外，支付方式单一，支付安全性不足等问题，也限制了电商交易的便捷性和信任度。

4.3. 平台支持机制效能不足

短视频平台规则复杂，农民缺乏专业运营知识也是阻碍短视频推动农村电商发展的又一困境。短视频平台的算法推荐机制、流量分配规则以及广告投放策略等对农民而言较为复杂。许多农户文化水平不高，知识面较窄，在面对算法推荐、流量分配等专业性问题时总是束手无策，难以有效利用平台资源进行精准营销，从而导致农产品滞销、销路阻滞等问题呈现。同时，农民对数据分析和用户运营的认知不足，导致难以持续优化内容，提升转化率[5]。

总之，短视频推动农村电商发展仍面临制作能力、基础设施和运营知识等多方面的挑战，需要通过加强培训、完善设施和优化平台支持，才能充分发挥其潜力，助力乡村振兴。

5. 短视频推动农村电商发展的路径探析

5.1. 提升短视频制作能力

若要切实促进短视频推动农村电商发展，提升短视频的制作能力是关键路径之一。首先要把加强培训作为提升农户短视频制作能力的重要举措。在培训方面，政府和社会组织要成为为农户提供培训机会的主力，要积极为不懂“短视频 + 农村电商”知识的农户提供系统化的短视频制作和运营培训。具体可以通过举办线下培训班、线上课程或者工作坊等方式，帮助农户掌握拍摄、剪辑、内容策划等基本的短视频制作技能，与此同时还要积极向农户普及短视频平台运营的基本规则和相关算法机制，提升他们精准营销能力。此外，还可以引入专业团队或成功案例进行经验分享，为农民提供实践指导，增强其信心和创作动力。

此外，还要把内容创新作为提升短视频竞争力和吸引力的核心。农户首先应当要深入了解自己地域农产品所承载的文化底蕴以及功效特点，例如，苦水玫瑰作为兰州市市花，承载着古丝绸之路的商贸记忆，是高原富硒玫瑰的稀有品种；静宁苹果生产地被农业部评为“黄土高原优生苹果最佳栽植区域”。农户需要在对自家农产品有着丰富认知的基础上结合地方文化特色和农产品特点，打造独具特色，高辨识度的农产品推广视频[6]。同时，农户可以运用故事化叙事、互动化直播多样化的表现形式来增强广

大网友的参与感和粘性。

总之，通过加强培训和内容创新，农民能够制作出更高质量、更具吸引力的短视频，从而有效提升农产品的市场竞争力，为农村电商发展注入持续动力。

5.2. 完善农村电商基础设施

电商基础设施的建设和完善是推动短视频与农村电商深度融合的重要保障。具体而言，首先要加强物流体系建设，切实解决农产品配送“最后一公里”的问题，这是提升农村电商效率的关键。政府应当充分认识到“要想富，先修路的”核心理念，在农村要加大农村物理基础设施的投入，建设冷链物流、仓储中心和配送网络，降低农产品运输成本和时间。同时，鼓励物流企业与电商平台合作，创新配送模式，如设立村级物流站点、发展共享配送等，确保农产品能够快速、安全地送达消费者手中，提升用户体验和信任度。

其次，还要推动农村网络普及，提升短视频传播效率，不断扩大农村电商影响力。政府要积极加快偏远农村地区宽带网络和移动通讯设施的建设，不断缩小和其他网络设施完善地区的数字鸿沟，确保落后地区的农户可以便捷地接入互联网，让农户尽快享受上“短视频 + 农村电商”的时代红利。同时，还可以鼓励短视频平台优化技术，降低视频加载和播放的流量消耗，提升用户观看体验。此外，可以通过提供网络资费补贴或免费 Wi-Fi 服务，降低农民使用短视频平台的门槛，进一步扩大传播覆盖面。

5.3. 优化短视频平台支持机制

优化短视频平台支持机制是帮助农户在短视频运用过程中减重降压的重要举措，是呼吁短视频平台方为乡村振兴发展贡献自己的一份力量，也是推动农村电商发展的重要路径之一。具体而言，首先，希望平台可以提供流量扶持，帮助农村电商账号获得更多曝光，是提升农产品销售效率的关键。短视频平台可以通过算法优化，优先推荐优质农村电商内容，如农产品展示、乡村文化故事等，增加其触达用户的概率。同时，平台也可以设立专项流量扶持计划，为农村电商账号提供免费或低成本的流量资源，如首页推荐、热门标签等，帮助农户的视频账号快速积累粉丝和提升影响力[7]。此外，平台还可以通过举办农产品促销活动或直播专场，集中流量资源，助力农民实现销售突破。

其次，短视频平台还可以简化规则，降低农户参与门槛。可以通过优化注册、认证和运营流程，提供清晰易懂的操作指南，帮助农民快速上手。同时，可以推出针对农村电商的简化版规则和优惠政策，如降低佣金比例、提供免费培训资源等，减轻农民的运营压力。此外，平台应加强客服支持，设立专门的农村电商服务团队，及时解决农民在运营过程中遇到的问题，提升其参与信心。

5.4. 打造区域品牌与产业链

短视频的发展还为打造区域农产品品牌和完善产业链提供了重要机遇。短视频可以通过塑造区域农产品品牌，提升市场竞争力。短视频平台可以通过内容创作和传播，挖掘农产品的独特价值和文化内涵，如地域特色、生态种植方式等，打造具有辨识度的区域品牌。农民和电商主体可以利用短视频展示农产品的生产过程、品质优势和食用场景，增强消费者信任感。同时，平台可以通过话题策划、达人推广等方式，扩大品牌影响力，形成“一村一品”或“一县一业”的品牌效应，提升农产品的市场竞争力。

此外，短视频平台还可以发挥链接作用，促进农业生产者、加工企业和销售渠道的协同合作，形成从种植到加工再到销售的闭环产业链。例如，通过短视频展示农产品的深加工过程，提升附加值；通过直播带货和电商平台，打通销售渠道，实现产销对接[8]。此外，政府和企业可以借助短视频平台，推动标准化生产和规模化经营，提升产业链效率，降低成本，增强区域农产品的市场竞争力。

6. 结论

在乡村振兴战略背景下，短视频已成为推动农村电商发展的重要工具，其直观性、互动性和传播力强等特征为农产品销售开辟了新路径。本文通过分析短视频在农村电商中的应用现状，发现其在降低营销成本、拓展销售渠道、增强用户信任等方面具有显著优势。然而，当前发展仍面临短视频制作能力不足、农村电商基础设施薄弱、平台支持机制不完善以及区域品牌与产业链建设滞后等问题。为此，本文提出以下发展路径：一是提升短视频制作能力，培养专业人才，打造高质量内容；二是完善农村电商基础设施，强化物流、网络等硬件支持；三是优化短视频平台支持机制，提供流量扶持和精准推荐；四是打造区域品牌与产业链，形成特色农产品竞争优势。通过以上措施，短视频将进一步赋能农村电商，助力乡村振兴，推动农业现代化和农民增收。未来，应持续探索短视频与农村电商的深度融合，为乡村振兴注入新动能。

参考文献

- [1] 谢慧敏. 论“百千万工程”背景下短视频在农村电商中的应用和影响[J]. 乡镇企业导报, 2025(1): 39-41.
- [2] 苏维微. 乡村振兴战略背景下“短视频 + 直播”农村电商模式研究[J]. 山西农经, 2024(19): 23-25.
- [3] 杨浩. 短视频对新农村电商发展的推动作用[J]. 三角洲, 2024(4): 221-223.
- [4] 徐彦浩. 我国农村电商高质量发展建议[J]. 中国外资, 2023(18): 67-71.
- [5] 余昌彬. 短视频营销服务福建农村电商发展的策略研究[J]. 广东蚕业, 2023, 57(7): 123-125.
- [6] 吴玉. 乡村短视频中新农人形象的建构研究[D]: [硕士学位论文]. 吉首: 吉首大学, 2023.
- [7] 黄丽娟, 谢国杰, 郑雁玲, 等. 乡村振兴背景下农村电商创业企业促进农村韧性发展的案例研究[J]. 江西财经大学学报, 2023(5): 78-90.
- [8] 杨笠. 重庆市江津区花椒企业开展农村电商的对策研究[D]: [硕士学位论文]. 雅安: 四川农业大学, 2023.