

吉林省乡村振兴战略下返乡大学生自媒体创业路径探析

刘 芳

长春光华学院电影学院, 吉林 长春

收稿日期: 2024年11月25日; 录用日期: 2024年12月29日; 发布日期: 2025年1月6日

摘要

本文通过对吉林省乡村振兴战略现状、自媒体在乡村的发展态势以及返乡大学生自媒体创业现状与挑战的深入剖析, 从内容创新、营销创新、技术应用创新和人才培养与团队建设创新等方面探索可行的创新路径。旨在为返乡大学生在自媒体创业中提供理论指导与实践借鉴, 推动吉林省乡村振兴与大学生创业协同发展, 同时也为相关领域研究提供参考。

关键词

乡村振兴战略下, 返乡大学生, 自媒体创业

Exploring the Pathways for University Students to Start Their Own Media Businesses in Jilin Province under the Rural Revitalization Strategy

Fang Liu

School of Film, Changchun Guanghua College, Changchun Jilin

Received: Nov. 25th, 2024; accepted: Dec. 29th, 2024; published: Jan. 6th, 2025

Abstract

This paper provides a thorough analysis of the current situation of the rural revitalization strategy in Jilin Province, the development trend of media in rural areas, and the current situation and challenges of self-media entrepreneurship among college students returning to their hometowns. It

explores feasible innovation paths from aspects such content innovation, marketing innovation, technological application innovation, and talent cultivation and team building innovation. The aim is to provide theoretical guidance and practical reference for college students to their hometowns to engage in self-media entrepreneurship, to promote the coordinated development of rural revitalization in Jilin Province and college student entrepreneurship, and also provide a reference for research in related fields.

Keywords

Rural Revitalization Strategy, College Students Returning to Their Hometowns, Self-Media Entrepreneurship

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. 理论基础与实践关联

1.1. 自媒体传播理论

自媒体具有去中心化、交互性强等特点。返乡大学生利用自媒体平台传播乡村信息时，需遵循传播规律，如根据不同平台的用户特征与算法机制，制定精准的内容传播策略。例如，短视频平台注重内容的视觉冲击力与短时间内的信息传递效率，返乡大学生可制作简短精悍且富有吸引力的乡村生活短视频，利用平台的推荐算法，实现快速传播。

1.2. 乡村发展理论

1) 乡村可持续发展理论要求返乡大学生在自媒体创业过程中，注重乡村资源的合理开发与利用。如在乡村旅游宣传中，不能过度商业化，而应在保护乡村生态环境与文化传统的基础上，实现旅游资源的可持续开发，通过自媒体传播乡村旅游的生态友好与文化内涵，吸引游客长期关注与支持。

2) 产业融合理论指导返乡大学生整合乡村一、二、三产业资源。例如，将农产品种植与加工、乡村旅游、农村文化体验等产业有机结合，通过自媒体打造综合性的乡村产业品牌，提高乡村产业的整体竞争力与附加值[1]。

1.3. 创业理论

1) 创新理论强调返乡大学生在自媒体创业时要不断创新商业模式与内容形式。如采用共享经济模式，整合乡村闲置房屋打造乡村民宿共享平台，通过自媒体进行推广运营；在内容形式上，结合虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等新兴技术，创新乡村文化与产品的展示方式。

2) 资源基础理论促使返乡大学生充分认识并挖掘吉林省乡村的资源优势。包括丰富的农业资源、独特的民俗文化资源、优美的自然风光资源等，将这些资源转化为创业项目的核心竞争力，通过自媒体传播放大其价值。

2. 吉林省乡村振兴战略现状

吉林省在农业现代化进程中成绩斐然，农业机械化水平持续攀升，智慧农业蓬勃发展。农村产业融合态势良好，农产品加工业茁壮成长，形成了以玉米深加工、人参产业等为代表的特色产业集群。乡村

旅游也呈现出繁荣景象，长白山区、松花湖周边等地的乡村旅游景点游客络绎不绝，带动了餐饮、住宿等相关产业的兴旺。

同时，吉林省出台了一系列支持乡村振兴与大学生返乡创业的政策。在财政方面，专项扶持资金为从事农业生产、农产品加工、乡村旅游等项目的创业者提供资金补贴与税收优惠。人才政策上，“大学生返乡创业计划”为返乡大学生提供创业培训、场地、贷款等支持。此外，农村基础设施建设投入不断加大，交通、通信、水电等条件日益改善，为创业营造了良好的外部环境。

3. 自媒体在吉林乡村的发展态势

3.1. 乡村自媒体普及程度与平台应用

随着智能手机在农村的广泛普及，自媒体平台在吉林省乡村的用户数量呈迅猛增长之势。抖音、快手等短视频平台以其直观、生动的传播形式深受乡村用户喜爱。微信公众号则在乡村企业、组织与个人的信息传播与品牌推广中发挥着重要作用。乡村用户在这些平台上主要关注农业技术知识、乡村生活趣事、农产品销售信息等内容，且参与互动的积极性逐渐提高，点赞、评论、分享等行为日益频繁。

3.2. 乡村自媒体内容生态与受众反馈

当前，吉林省乡村自媒体内容涵盖农业生产、农村文化、乡村旅游等多个领域。其中，农业生产技术分享类内容较为实用，受到农民群体的广泛关注；乡村旅游宣传类内容则对游客具有较大吸引力。然而，部分乡村自媒体内容存在质量参差不齐、创新性不足等问题。受众对高质量、具有地域特色和创意的内容需求强烈，期望通过自媒体更深入地领略吉林乡村的独特魅力与文化内涵。

4. 吉林省返乡大学生自媒体创业现状与挑战

4.1. 创业规模与分布领域

近年来，吉林省返乡大学生自媒体创业人数逐步增多，但总体规模仍相对较小。创业主要集中在长春、吉林、延边等经济相对发达、农村资源丰富且网络基础设施较好的地区。涉足领域较为广泛，包括农产品电商推广、乡村旅游宣传、农村文化传播等。例如，部分返乡大学生通过抖音直播销售当地特色农产品，如延边大米、长白山人参等；一些则通过微信公众号、短视频等形式推广乡村旅游景点，吸引游客前来体验乡村生活。

4.2. 面临困境剖析

1) 资金短缺：返乡大学生创业初期资金来源有限，难以承担设备购置、技术研发、市场推广等高额费用。银行贷款门槛较高，需要抵押物或担保，而大学生往往缺乏相应资产。风险投资对乡村自媒体创业项目的关注度相对较低，导致融资困难，限制了创业项目的规模扩张与技术升级。

2) 技术与运营能力不足：在自媒体运营方面，许多返乡大学生缺乏专业的视频拍摄、剪辑技术，难以制作出高质量、具有吸引力的视频内容。同时，对自媒体平台的算法规则了解不够深入，在内容推荐与流量获取方面存在困难。在数据分析、粉丝运营等运营管理能力上也较为薄弱，无法精准把握受众需求与市场趋势，难以实现有效的商业变现[2]。

3) 流量竞争压力：自媒体市场竞争激烈，海量的信息内容使得新进入的返乡大学生自媒体账号面临巨大的流量竞争压力。在没有品牌知名度与大量粉丝基础的情况下，难以在众多自媒体账号中脱颖而出，获得足够的曝光机会与用户关注。即使吸引了部分流量，也面临着用户留存与忠诚度提升的挑战。

4) 农村资源整合困难：吉林省乡村资源丰富，但分布较为分散，返乡大学生在整合农业产业资源、

文化资源、旅游资源等方面存在困难。例如，在农产品电商推广中，难以与众多分散的农户建立稳定的合作关系，保证农产品的供应质量与数量。在乡村旅游宣传中，对旅游资源的整合开发不够深入，无法提供完整的旅游产品与服务链条，影响游客体验与旅游产业的可持续发展。

5. 吉林省乡村振兴战略下返乡大学生自媒体创业路径

5.1. 内容创新

1) 深度挖掘乡村特色资源

吉林省拥有朝鲜族、满族等丰富的少数民族民俗文化。返乡大学生可深入挖掘朝鲜族的传统节日，如上元节的“燃灯祭”、秋夕节的“农乐舞”等，通过拍摄精美的视频、撰写生动的文章，详细介绍节日的起源、习俗、特色美食等内容，让更多人领略朝鲜族民俗文化的魅力。对于满族文化，可以展示满族传统建筑“口袋房”的独特构造、满族刺绣的精美工艺以及萨满教的神秘仪式等，传承与弘扬民族文化瑰宝。

吉林省是我国重要的农业产区，具有众多特色农产品。大学生可以聚焦于吉林的优质大米、玉米深加工产品、特色水果等，深入农业生产基地，拍摄农产品从播种到收获的全过程，展示绿色、有机的种植养殖模式。例如，制作关于长白山蓝莓种植的系列视频，介绍蓝莓的生长环境、采摘技巧以及营养价值，结合现代科技手段，如无人机航拍蓝莓种植园的壮丽景色，为观众呈现一场视觉与知识的盛宴。

吉林的自然风光得天独厚，长白山的雄伟壮丽、松花湖的波光粼粼、向海湿地的生态奇观等都是极具吸引力的自然景观资源。返乡大学生可通过自媒体平台，以直播、短视频等形式带领观众领略这些自然美景。如在冬季直播长白山的雪景，展示滑雪胜地的激情与魅力；拍摄松花湖四季的变换，春天的繁花似锦、夏天的碧波荡漾、秋天的层林尽染、冬天的银装素裹，吸引游客前来观赏游玩，促进乡村旅游的发展。

2) 创新内容形式与表达

利用短视频的快速传播性和直播的实时互动性，打造独特的内容体验。例如，在农产品推广中，先制作精美的短视频介绍农产品的特色与优势，吸引用户关注，然后通过直播进行现场采摘、品尝、销售，解答观众的疑问，实现从流量到销量的转化。在乡村旅游宣传方面，拍摄旅游景点的短视频作为预告，直播旅游过程中的精彩瞬间，如民俗表演、特色美食制作等，让观众身临其境，增强旅游的吸引力。

引入虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术，为用户提供沉浸式的乡村体验。在乡村旅游推广中，开发VR旅游应用，用户可以在家中通过VR设备身临其境地游览吉林乡村的各个景点，感受乡村的自然风光与民俗文化。在农产品展示方面，利用AR技术，用户只需扫描农产品包装或宣传海报，就能看到农产品的三维立体模型，了解其详细信息，如产地、种植过程、营养价值等，提升用户对农产品的认知与信任度。

5.2. 营销创新

1) 精准定位与细分市场开拓

根据吉林省不同地区的乡村特色，精准定位受众群体。例如，对于延边地区的乡村自媒体创业项目，由于其独特的朝鲜族文化特色，可以将目标受众定位为对朝鲜族文化感兴趣的国内外游客、文化爱好者以及朝鲜族同胞。通过制作具有朝鲜族特色的美食、舞蹈、民俗等内容，在抖音、小红书等平台上进行定向推广，吸引目标受众的关注。对于吉林市周边的乡村，依托松花湖的旅游资源，将受众定位为周边城市的休闲度假游客，宣传乡村民宿、水上娱乐项目等旅游产品。

针对不同的乡村产品进行市场细分。以吉林的农产品为例，对于高端有机农产品，如有机大米、绿色蔬菜等，将目标市场定位为注重健康生活品质、追求绿色环保食品的中高端消费群体，如一线城市的高收入家庭、高级餐厅等。通过在微信公众号、微博等平台上发布专业的农产品品鉴报告、有机种植过程介绍等内容，塑造高端品牌形象，采用会员制、定制化服务等营销方式，提高产品附加值。对于普通农产品，则面向广大普通消费者，通过电商平台、社区团购等渠道进行大规模推广销售，满足大众的日常饮食需求。

2) 整合营销传播渠道

整合微信、微博、抖音、快手等社交媒体平台的力量，实现协同推广。在微信公众号上发布深度文章、专题报道，对吉林乡村的文化、产业、旅游等进行全面解读，吸引用户关注并分享。利用微博的话题性与传播速度，创建热门话题，如“吉林乡村之美”“吉林特色农产品推荐”等，引导用户参与讨论，扩大品牌知名度。在抖音和快手平台上制作生动有趣的短视频和直播内容，吸引大量用户观看与互动，将流量引导至其他平台，实现粉丝的多平台沉淀与转化。

开展线上线下融合的营销活动。线上通过自媒体平台举办农产品众筹活动、乡村旅游抽奖活动等，吸引用户参与，提高品牌曝光度与用户粘性。线下则与乡村旅游景点、农产品展销会等合作，举办现场体验活动。例如，在乡村旅游景点设置自媒体打卡点，游客在打卡点拍摄照片或视频并分享到社交媒体上，可获得相应的优惠或礼品。在农产品展销会上，通过现场直播、互动游戏等形式，吸引观众关注并购买农产品，实现线上线下营销的无缝对接。

5.3. 技术应用创新

1) 优化自媒体运营技术

提升视频拍摄与剪辑水平，投资购买专业的视频拍摄设备，如高清摄像机、无人机等，学习先进的拍摄技术，如多角度拍摄、特写镜头运用、延时摄影等，以提升视频的画面质量与视觉效果。强化数据分析与应用能力，利用自媒体平台提供的数据分析工具，深入分析用户数据。如通过分析用户的地域分布、年龄层次、性别比例、兴趣爱好等数据，了解目标受众的特征与需求，为内容创作与营销推广提供精准依据。同时，分析视频的播放量、点赞数、评论数、转发数等数据，评估内容的传播效果，找出存在的问题与不足，及时调整运营策略，提高运营效率与效果。

2) 引入新兴技术助力创业

在农产品电商推广中，引入区块链技术，为农产品建立溯源体系。从农产品的种植源头开始，记录种子、化肥、农药的使用情况，到农产品的采摘、加工、运输、销售等各个环节的信息。消费者可以通过扫描农产品包装上的二维码，查询到农产品的详细溯源信息，了解农产品的生产过程，增强对农产品质量与安全的信任度，促进农产品销售。利用人工智能技术，开发智能推荐系统。根据用户的浏览历史、搜索记录、购买行为等数据，为用户精准推荐吉林乡村的相关内容与产品，如个性化的乡村旅游线路推荐、符合用户口味的农产品推荐等，提高用户体验与转化率。

5.4. 人才培养与团队建设创新

1) 自我提升与专业培训

返乡大学生应树立终身学习的理念，积极自主学习自媒体运营、农业知识、市场营销等方面的知识。通过阅读专业书籍、行业报告、优秀自媒体案例等，不断拓宽知识面与视野。同时，积极参与自媒体实践活动，创建自己的自媒体账号，从内容创作、运营管理、营销推广等各个环节入手，不断尝试与探索，在实践中积累经验，提升自己的综合能力。同时，积极参加各类专业培训课程，提升专业技能^[3]。

2) 构建多元与协同团队

组建一个多元化的团队，包括自媒体专业人才、农业技术专家、市场营销人才、文化创意人才等。建立灵活高效的团队协作机制，采用项目制管理模式。根据创业项目的不同需求，组建相应的项目小组，如农产品电商项目小组、乡村旅游宣传项目小组等。每个项目小组明确目标任务、分工协作、时间节点等要求，在项目实施过程中，充分发挥团队成员的主观能动性与创造力。同时，利用互联网工具，如微信、钉钉、腾讯文档等，实现团队成员之间的实时沟通与协作，提高团队协作效率，降低沟通成本，确保创业项目的顺利推进。

6. 实证研究：成功案例分析

90后肖金海农业专业出身，毕业后赴川滇实践种植8年。2022年返吉林辉南县样子哨镇，任当地温室果蔬种植合作社技术经理，借抖音直播销售特色葡萄。从葡萄生长各阶段拍摄展示，邀果农出镜，互动答疑，直播促销量大增，解果农销售难，提其收益，带相关产业发展，创就业机会。

98年的晨阳受乡村振兴政策鼓舞返乡，从果蔬种植起步探索新型农业。开发家庭菜园认领项目，借抖音、快手直播农产品，记录乡村生活。其直播画面与文案动人，吸粉众多，与政府合作办乡村文化活动，如美食节、农事体验活动等，传乡村文化，引网络关注，助乡村全面发展。

成功的返乡大学生创业主要有以下因素：一是深入挖掘家乡特色，如肖金海依据家乡种植条件推葡萄，晨阳结合乡村环境与城市需求开家庭菜园认领项目，将家乡特色与市场结合在自媒体展示；二是注重优质内容创作，肖金海直播呈现葡萄种植全程，晨阳融合乡村美好与农事乐趣，以高质量有创意内容吸引观众并保持粘性建粉丝群；三是运用有效营销策略，肖金海利用抖音直播互动卖葡萄并依反馈调整，晨阳借短视频吸粉再融入项目销售，且善用社交关系链口碑传播；四是重视团队合作与持续学习，组建多专业团队应对需求，积极参加培训学习紧跟时代优化项目。

7. 结论与展望

本文深入剖析了吉林省乡村振兴战略下返乡大学生自媒体创业现状与挑战，融合多学科理论提出内容、营销、技术应用、人才培养与团队建设等创新路径，并以成功案例实证分析加以验证。这些路径有助于返乡大学生借助自媒体推动乡村产业、文化、形象发展，实现创业与乡村振兴双赢，为其创业提供了全面且深入的理论与实践指引，并为相关领域研究提供了有力支撑。未来，随着科技的迅猛发展与社会的持续进步，吉林返乡大学生自媒体创业机遇与挑战并存。技术层面，新兴技术将深度融合，进一步拓展创业空间，如5G技术将提升直播与视频传输的流畅性与清晰度，为用户带来更好的体验；人工智能与大数据的更精准应用将优化内容推荐与商业运营模式。市场层面，消费者需求不断升级，返乡大学生需持续创新优化产品与服务，如开发更多个性化、高品质的乡村旅游产品与特色农产品。大学生应敏锐把握机遇、积极应对挑战、坚持持续创新，为吉林省乡村振兴注入源源不断的活力与动力，在新时代书写乡村创业的辉煌篇章。

基金项目

2024年度吉林省教育厅社会科学研究项目一般课题，课题名称：返乡大学生自媒体创业助力吉林省乡村振兴策略研究(项目编号：JKH20241659SK)。

参考文献

- [1] 郭建斌,念鹏帆.传播何以助力乡村振兴:中国乡村传播研究评述(2017-2022) [J].江西师范大学学报(哲学社会科学版),2023,56(3): 101-112.

-
- [2] 徐榛, 王先伟. 乡村振兴故事的自媒体短视频叙事——兼论新农人“川香秋月”VLOG 的主体性建构[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2023, 23(2): 158-167.
 - [3] 李静. 返乡青年“短视频/直播+带货”的主体建构与平台逻辑研究[J]. 青年记者, 2023, 17(8): 68-70.