

乡村振兴背景下短视频带货助农发展的挑战与路径研究

徐凯莉

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年4月1日; 录用日期: 2024年4月15日; 发布日期: 2024年5月30日

摘要

二十大召开之后, 乡村振兴开展得如火如荼。作为乡村振兴五大核心之一的产业振兴, 在如今短视频带货的扶持下发展得越来越好。三农类博主越来越多, 他们凭借勤劳朴素的农民特质, 通过拍摄农村生活的短视频涨粉, 进而直播带货并且变现, 推动了农村经济的增长, 实现了农村产业结构的升级。但是在产品质量、电商人才、物流运输等方面仍然存在问题。因此对这三个问题进行分析, 并以此探寻优化路径, 助农增收, 对实现乡村振兴战略具有重要价值。

关键词

乡村振兴, 短视频带货, 三农博主, 助农, 路径

Research on the Challenges and Pathways of Short Video Sales to Assist Agricultural Development in the Context of Rural Revitalization

Kaili Xu

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 1st, 2024; accepted: Apr. 15th, 2024; published: May 30th, 2024

Abstract

After the 20th National Congress, rural revitalization has been in full swing. As one of the five core

areas of rural revitalization, industrial revitalization is developing better and better with the support of short video sales nowadays. There are more and more bloggers specializing in agriculture, rural areas, and farmers. With their hardworking and simple farmer characteristics, they have gained followers by shooting short videos of rural life, and then live streaming to promote sales and monetize, promoting rural economic growth and achieving the upgrading of rural industrial structure. However, there are still problems in terms of product quality, e-commerce talent, logistics and transportation. Therefore, analyzing these three issues and exploring optimized path to help farmers increase their income is of great value for achieving the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Revitalization Short Video Sales, Three Rural Bloggers, Assisting Agriculture, Path

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. 引言

2021年2月25日,国家乡村振兴局正式挂牌,这是贯彻落实习近平总书记关于实施乡村振兴战略指示精神的重大举措。在二十大报告中习近平总书记再次对推进乡村振兴做出深刻论述和全面部署,报告指出“全面建设社会主义现代化国家,最艰巨的任务仍然在农村”[1]。2024年中央一号文件中指出要实施农村电商高质量发展工程,发展乡村土特产网络销售[2]。因此,短视频直播带货促进农村经济发展和产业升级已经是大势所趋,并且是很好的销售农产品的渠道和手段,它倒逼网络基础设施建设、缩小城乡数字鸿沟[3]。

随着互联网的浪潮和短视频平台的发展,涌现出了一批又一批的三农博主。现代人都往城市涌,农村成了大家回不去的乡愁,加上新农村建设初见成效,农村内容的短视频天然就对用户有很大的吸引力。其中,短视频平台很多,但是目前发展得好,受众面广,并且较为成熟的平台主要有两个:快手和抖音。像“张同学”“潘姥姥”“康仔农人”“乡村小乔”“东北雨姐”等三农博主从农村美食、农村养殖生产等角度拍摄短视频,在平台有很大的粉丝量,直播带货能力也是非常的强,他们是电商扶贫的受益者,也是幸福乡村计划的带头人,在自己收入提高的同时,也带动了当地经济的发展。

2. 三农博主短视频带货助农策略分析

在抖音和快手平台,通过三农流量扶持板块,对他们视频的播放量点赞量以及他们的粉丝量进行筛选,总共寻找到了10名¹三农主播代表,通过对他们的视频进行观看和分析,发现这些三农博主在视频的拍摄、个人的定位、直播的选品方面具有很多的共性以及特性。这些方面的成功,给他们带来更多的流量,这也正是他们直播带货的策略。

(一) 视频拍摄涨粉,记录乡村生活

手机是“新农具”,视频拍摄是“新农活”,他们是丰饶大地上的翅膀,把土地的馈赠与农民的希望,用网络传递给世界。三农博主的视频内容大致分为四个方向:农村美食、农畜牧业养殖、传统手工艺、流水账式记录农村生活。每一位三农博主的视频拍摄都非常的专业,从场景的切入,镜头的切换,脚本

¹注释:包括@东北雨姐@乡村小乔@康仔农人@张同学等三农博主。

的选择，都经过精心的设计。但是最重要的还是真实，真情实感的流露，最真实地展现农村人的生活。视频中真实的场景加上技术的剪辑，使得视频流畅，完整性好，能够引起大家的共鸣，这样一来，视频的播放量有所提高，在这个流量即金钱的时代，流量带来更多的粉丝，这也就为直播带货打下基础。纵观所有的三农博主，几乎都是通过短视频记录乡村生活，一般更新周期为三到五天，这样更容易提高粉丝黏性，拉近与粉丝的距离。

(二) 博主定位鲜明，打造个人 IP 形象

网络平台 ID 是他们的“新名字”。个人 ID 形象是三农博主的门面，是网民对该博主的第一印象。每位三农博主的共性在于都是记录农村生活，特殊性则就大不相同。不同的定位，会给人不同的感觉和视觉，比如@东北雨姐的视频，让人感受到东北人的豪放和农村生活的快乐，@李子柒的视频则让人感受到了“采菊东篱下，悠然见南山”的诗意，@康仔农人的视频传达了农村耕种自给自足的幸福，体现了劳动人民的勤劳与智慧。在个人 IP 品牌的创建中，“新农人”短视频将乡村日常生活与传统美食、传统手艺相结合，表述和传达了“新农村、慢生活”的价值理念[4]。当博主的个人 ID 定位好以后，平台也会根据受众群体为视频推流，将这些视频推送给相应的群体，让网民感受到农村生活的朴实与幸福，达到博主与网民的双奔赴。

(三) 带货选品独特，符合大众需求

“三农”问题，一直是国家和每一个市民心中的重中之重。民以食为天，在忙碌的现代生活中，人们越来越注重饮食的健康和安全。三农博主在 ID 形象设定好以后，直播带货的选品也多为符合大众需求的农副产品，这样也更具说服力。一般来说，博主网络直播带货分为两种模式，第一种是自产自销模式，即博主来到某一个具有特色的地方，为当地的农民直播带货，促进农民产品的销量，增加农民收益。例如在新疆带货大枣、牛羊肉，在东北带货五常大米等等。另外一种模式就是综合型农副产品，这些产品都已经经过加工和包装，也即博主直接与工厂合作，间接性的帮助农民增收。最重要的一点仍然是在选品上要符合消费者的需求，同时要把握好货物的质量，只有这样才能拉近与消费者的关系，拢住消费群体。

3. 三农博主短视频带货的机遇与挑战

(一) 三农博主短视频带货的机遇

(1) 拓宽农产品的销售渠道

“互联网+”时代，农村博主直播带货的浪潮越来越汹涌。其中，最明显的一个优势就是拓宽了农产品的销售渠道。原本农村的农业产品销售渠道多为自产自销，农民耕种的农产品一部分留存为自己生存必须，多出来的农副产品多在集市上卖掉，往往销售渠道狭隘，卖出的货量也很少。但是三农博主直播带货的方式，将农产品销往全国各地，大大减少了农村产品因滞销损坏的问题。如果是助农直播，货物直接从原产地发出，如果是综合型直播带货，供销商也会向农民收购粮食然后为主播提供足量的库存，这也间接性的助力农产品的销售。

(2) 增加岗位需求，助农增收

农村电商直播带货并非博主在镜头面前简单的卖货，这需要一个完整的运营体系，如果博主粉丝较多，甚至会成立传媒公司。因此，三农博主在短视频带货的同时，需要更多的人来维持团队的运营，这也就为农村创造了更多的就业岗位，助农增收。像只需体力的快递打包、分拣、装车等，农民完全有能力完成这些工作。像客服、运营等岗位可以开设给那些有些有文化学识的人。部分有能力的农村博主，例如@乡村小巧，直接在村里开设棉被厂，通过直播带货自产自销，为农民提供了很好的就业岗位，让很多人不必外出务工，在家里就可以获得可观的经济收入。

(3) 促进城乡经济的联系与合作

电商平台作为一个媒介，拉近了农村与城市之间的距离。首先，通过三农博主短视频带货，城市居民可以更加方便地购买到新鲜、优质且价格合理的农产品，满足他们对健康、绿色食品的需求[5]。其次，博主带货种类丰富，不仅仅包括农副产品，还有很多城市的产品，这样也有助于农民买到合适的产品，促进城乡之间的经济流动。另外，短视频带货的发展使得城市也出现了更多的岗位，也为农民提供了就业的机会，这也促进了城乡之间的流动，带动双方经济发展。

(二) 三农博主短视频带货面临的挑战

(1) 主播短视频带货产品质量参差不齐

三农博主通常来自农村，他们对农产品有着天然的了解和亲近感，但是在带货质量方面还存在着很多问题。一方面，自产自销的农村产品由于监督不到位以及生产过程不严谨等导致质量存在不过关的问题。另一方面，大部分三农博主并非专业的农学专业毕业，甚至有的博主没有读过大学，因此并非所有三农博主都具备足够的农产品知识和鉴别能力，导致他们在选品时难以确保产品质量。同时，部分博主可能因为佣金或其他利益的驱动，而忽视了产品质量，选择推广利润更高的产品，博主自己在使用过这个产品以后，哪怕感觉质量不过关，仍然卖给消费者。目前网络直播带货竞争十分激烈，为了吸引消费者，一些博主可能会夸大产品效果或隐瞒产品缺陷。选品质量参差不齐对消费者而言是一个潜在的风险，消费者可能因为信任博主而购买到劣质产品，这不仅损害了消费者的权益，也影响了三农博主和整个行业的信誉。

(2) 农村电商发展所需人才不足

乡村要振兴，人才必振兴。在乡村振兴战略的背景下，国家对农村短视频带货给予很大的支持，包括政策支持、流量扶持等等。但是由于短视频带货发展速度太快，人才的培养需要一个过程，因此电商人才缺失也是一个问题。首先，为了迎合市场的需求，大学设置了电子商务专业，专门用来培养电商人才，但是人才的培养最低要三年才能走向社会、服务社会，周期过于长，电商人才供不应求。其次，多数农村大学生毕业以后，不愿回到农村，多数学生更愿意留在大城市发展，为了寻求更多的发展空间和更高的薪资。这样一来，让原本就紧缺的电商人才更难走向农村，农村电商人才就更加匮乏，这也会导致农村短视频带货体系不完整，频繁出现各种各样的问题。

(3) 农村物流发展体系有待整合

在乡村振兴的背景下以及短视频带货的推动下，农村物流迅速发展。同样，政府在农村物流发展方面也给予很多的政策扶持，但是总体来说，农村物流体系还不够成熟。一方面是物流基础设施落后，从交通角度看，相对城市而言，我国农村路网建设规划整体落后，基层配送难以提供快速、高效的物流配送服务，多数农产品都为生鲜食品，运输过久会损坏新鲜度[6]。另一方面，农村博主位置比较分散，不够集中。很多博主带货发货都是直接与当地的快递对接，然而村里多没有快递网点，一般都设在镇上，这增加了运输的成本和时间。倘若可以将短视频带货集中到一个基地中，在基地建立一套完整的物流体系，这样可以节省很多的人力物力。

4. 三农博主优化短视频带货的实践路径

短视频带货的浪潮不可逆转，它是推进乡村振兴经济发展十分重要且有效的手段。但是针对其中存在的一些问题，只有提出整改优化路径，才能让乡村短视频带货更好的为乡村振兴服务。

(一) 强化农产品质量监督，提高博主带货质量

首先，要想提高农产品的质量离不开政府的宏观调控，政府发布的有关政策，都有助于优化直播带货的整体环境。实施乡村振兴战略，利用电商平台发展农村经济必须要有互联网技术的支持，在此方面，

需要政府给予政策支持和人才供给，培养出更加专业的技术人员维持电商工作的开展。另外，政府要给予乡村振兴资金上的扶持，积极与民间信贷管理部门为有序推进农产品电子商务发展，颁布担保款和贴息政策，进而让农产品有足够的资金支持做大做强，做出区域品牌特色，扩大营销范围。

其次，提高带货产品质量必须要强化监督。一方面要监督特色农产品的生产，要在源头上保证农产品的质量。这就要求必须在乡村民众中加强农产品品质重要知识宣传，通过政府和有关部门的介入来规范农产品的生产，加工和销售流程，避免出现农药残留等不合格的现象。另一方面，针对三农主播带货选品质量不过关的问题，政府在也应该派专员深入到内部了解情况，经常性的进行抽样调查，严格把控产品质量，对不合格的销售行为进行严厉打击，净化短视频带货环境，输出更多高质量农产品，保证电商企业不会损害到农村经济的发展。

(二) 加强宣传与培训管理，培养农村电商人才

实施乡村振兴战略，其中人才振兴是关键。为了满足农村电商发展对人才的需求，必须培养出专业对口的电商人才。目前高校也已经开设电子商务专业，为电商产业输送人才，但是由于培养人才时间成本太高，目前仍然是供不应求的状态。因此，还可以对当地农民进行培训，让他们意识到农村短视频带货对乡村振兴经济发展的价值。

首先，高校层面对人才的培养。高校需要对学生进行理论培养，通过理论知识的学习掌握电商领域的内容。另外，社会实践也非常重要，高校应与“抖音、快手、淘宝”等短视频带货平台合作，为学生提供实习的机会，增强操作能力。其次，社会层面要鼓励农民参与专业化学习和技能培训。通过继续教育形成现代化电子商务思维，掌握基本的农产品电子商务运作技能。同时要坚持培训与就业实践相结合，举办“村播带货”培训班，构建三农博主带货人才链。最后，政府要进行政策扶持，出台一系列的优待政策，吸引高素质大学生返乡创业、引导大学生村官带头创业、定期开展电商从业人员技能培训等多种途径解决人才短缺的问题[7]，彰显人才的带动和引导优势。

(三) 推进农村基础设施建设，优化物流配送制度

三农博主带货主要是农副产品，像蔬菜、鲜牛奶等产品需要保证其新鲜度，这就要求物流的时效性。因此想要促进农村电商产业的发展，完整的物流体系也是极其重要的一环。第一，要改善农村道路状况。像西部、西南部一些偏远的地区，当地农副产品都极具特色，但是交通却非常不发达，因此，政府应该优化交通网络布局，条件允许的情况下开设电商专用物流通道，降低运输成本，提高快递时效性。第二，推进基础设施建设。目前农村短视频带货呈现点状，分布较为松散，可以建立农村电商基地，将三农博主以及带货达人集中在一个中心，打包发货都以电商基地为中心，这样大大缩短打包好的货物到运输上路的时间，提高物流速度。第三，利用云计算、物联网等技术，打造智能化物流管理平台，将电子商务和“合同物流”“仓库管理”等相融合，形成智慧物流体系。农村电商信息平台的运行可通过降低信息获取成本、构建双向物流从而降低物流运输成本[6]。例如社区投递柜配送、农村自提点自提等模式，充分利用好物流信息技术，让消费者精准的拿到自己的货品。

5. 结语

随着乡村振兴战略的深入推进和互联网技术的不断发展，短视频带货在乡村振兴中的作用将更加凸显。本文以乡村振兴为背景，对三农博主短视频带货面临的机遇与挑战进行分析，并且提出了针对性的优化路径，但是由于没有开展实地调查，本文的研究还不够深刻，未来计划开展实地调查或者问卷调查，为论文提供坚实的数据支撑。

我们期待看到更多的农民和短视频创作者加入到短视频带货的行列中来，共同推动乡村经济的发展和文化的繁荣。同时，政府、企业和社会各界也应加强对短视频带货的关注和支持，为其发展创造更加

良好的环境，更好地发挥短视频带货在乡村振兴中的作用，为乡村经济的发展注入新的活力。

参考文献

- [1] 习近平. 在庆祝中国共产党成立 100 周年大会上的讲话[N]. 人民日报, 2021-07-02(02).
- [2] 新华社. 中共中央 国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/gongbao/2024/issue_11186/202402/content_6934551.html, 2024-03-20.
- [3] 马梅, 姜淼. 乡村振兴视域下新农人短视频带货的身体叙事——以快手五位短视频带货新农人为例[J]. 传媒观察, 2021(7): 64-71.
- [4] 武胜良. 乡村振兴战略下“新农人”短视频带货及策略研究[J]. 价格理论与实践, 2023(9): 174-177.
- [5] 列柏洪. 浅议乡村振兴视域下“短视频 + 直播”助农的发展与对策[J]. 商场现代化, 2024(4): 37-39.
- [6] 罗河廷. 数字经济时代农村电商物流发展分析[J]. 中国储运, 2024(3): 98-99.
- [7] 高娟, 成华威, 陈强. 特色农村电商产业集聚发展路径研究[J]. 商业经济研究, 2024(5): 180-184.