

乡村振兴战略背景下高校助农直播探索研究

李如平

(常州工程职业技术学院, 江苏 常州 213000)

摘要:在信息时代背景下,助农直播呈现出蓬勃发展态势,成为落实乡村振兴战略的重要载体。高校在地方经济的发展中占据重要地位,通过发挥其具有的资源优势,整合各方力量,可以开展更为优质的助农直播,为农民带来更多收益。本文从乡村振兴战略的视角出发,分析农产品直播销售现状,并提出高校助农直播的实践策略,为农产品直播销售提供新的思路。

关键词:乡村振兴;高校;助农直播

伴随着手机、电脑等移动终端的普及,新媒体营销模式的发展速度加快,并逐渐应用于各行各业。教育部提出要注重高等院校的发展,调整传统的教学格局,开设助农相关课程,培养出符合乡村振兴战略需求的人才。通过直播的方式,提升农产品的影响力,使农民成为利益受益者,更好的建设社会主义新农村。

一、农产品直播销售现状

在当前的时代背景下,农产品直播销售的开展,虽然取得了一定的效果,但也伴随着一些问题的出现,具体问题如下。

首先,缺乏配套服务。在当前农产品直播销售过程中,没有形成配套服务,直播的运营人员大多来自于本地农民,他们通过自学的方式,掌握直播操作,实际的直播销售缺乏专业性,发展速度较为迟缓。同时,由于农产品保质期较短,对于储存条件具有较高的要求,如果在运输、仓储等环节出现问题,往往会对配送、保鲜质量产生不良影响,导致各类售后问题的出现。

其次,农产品尚未形成品牌。在当前农产品的生产与加工环节,大多是小微企业以及农户负责,他们缺乏包装设计和品牌意识,在直播销售农产品时注重农产品的质量和价值,并没有从当地特色出发,缺乏对农产品品牌价值的挖掘。

最后,农产品直播的专业人才不足。在当前农产品直播过程中,主播一般分为两种类型,一类是由网红、明星等作为主体,借助自身的影响,带动农产品销售,但需要花费较高的费用,同时不利于农产品品牌的长效发展。另一类是农产品的生产者、经销商等,他们缺乏产品讲解能力,实际的直播内容缺乏趣味性,很容易导致观众出现审美疲劳。

二、乡村振兴战略背景下高校助农直播实践策略

(一)加强资源梳理,加强助农教学

高校具有较强的教育性,拥有丰富的营销、传播以及产业建设等理论知识,在高校中设有工会、学生委员会等组织,可以为助农直播的开展进行专业指导,同时可以为相关活动提供人员、场地的支撑。因此,在助农直播的开展环节,高校需要注重校园不同组织积极性的激发,通过梳理校内资源,不断丰富活动内容,推动助农直播影响力的提升。

另外,为了更好地开展助农直播活动,高校可以将营销、农学等知识进行整合,开展助农直播教学活动,帮助学生掌握丰富的知识内容,得到综合素养的提升。在直播活动中,高校鼓励学生积极参与,可以为后续助农直播的开展提供丰富的人才储备。同时由于直播活动中农产品缺乏知名度,可以将高校作为推广主体,借助线上直播的实施,更好的激发高校教职人员的参与度,为后续农产品的宣传奠定基础。

(二)完善培训机制,培养专业人才

为了使农民掌握良好的直播技巧,高校可以加强与政府的合作,注重培训机制的完善,其中具体可以采取线上线下融合的方式进行。通过线上课程的开展,使村民掌握更多的电商意识。政

府可以出台激励企业的政策,鼓励线下直播培训的开展,培养农民的直播能力。通过以上活动的开展,可以更好地发挥出高校与政府的作用,培养出高素质的直播人才,为助农直播提供人才基础。

(三)完善直播条件,提升助农效果

在高校助农直播活动中,为了取得良好的助农效果,直播条件的完善属于首要因素,具体的完善策略包括以下内容:首先,注重直播场景和硬件的完善。从农产品选品的角度出发,选择出合适的直播场所,如加工基地、直播场所等室内,大棚、种植场所等室外,拉近与观众的距离。其中可以将不同区域进行划分,如货品准备区、直播区等,推动直播场景的优化。在选择直播背景的过程中,可以借助液晶屏、农产品货架等方式,更好的将农产品特点展现出来,使观众得到更好的视觉感受。在直播条件环节,硬件设备会直接影响到实际的直播效果。在选购直播设备的过程中,需要贯彻实用性以及专业性原则,为直播的清晰度提供保障。其中在直播活动中,硬件设备包含许多种类,如笔记本电脑、补光灯以及声卡等。在实际的直播环节,农产品运营人员需要从品牌以及农产品特点出发,进行光源的合理调整,包括色温、色调以及拍摄角度等,从而使观众在直播中感受到舒适。

其次,撰写直播脚本。在直播活动中,通过直播脚本的设置,有助于规范流程,更好地把握节奏,推动直播效果的提升,在设置直播脚本的过程中,需要将直播场所、设备以及产品等作为标准,使直播脚本更加合理。直播脚本通常以表格形式存在,其中涉及许多方面的内容,如直播时间、目的等。在实际的撰写环节,直播管理者可以从消费者价值、竞品等角度出发,进行卖点的分析,不仅可以对农产品加工、食用等基础信息进行讲解,还可以将品牌文化、包装以及营养等方面出发,更好的展现出农产品特点,取得更为良好的竞争效果。例如,在介绍有关茶叶的相关内容时,可以在直播环节,将采茶、炒茶等环节进行展示,使观众对茶叶的由来产生直观了解,更好的感受乡村文化。

最后,加强对直播预热,进行引流活动。在高校助农直播环节,通过预热活动的开展,可以吸引更多群众进入直播间,使消费者产生更深刻的记忆,使后续的正式开播具有更高的人气。从直播主题出发,通过优质内容的发掘,可以开展更好的创新活动,不断收集农产品音频、图片等素养,推动素材库的搭建。同时可以借助图片处理、剪辑等工具的应用,更好的进行视频制作。高校可以借助多个网络平台,开展宣传预热活动,更好地吸引粉丝关注,为正式直播奠定基础。例如,网站首页的海报、微信公众号推文等形式,进行更好的农产品宣传活动,其中可以在宣传信息中融入优惠券、抽奖等信息,借助福利的设置,吸引更多的用户参与其中,加强其对特色农产品的关注。

(四)保持平等视野,展现乡村景象

在以往的社会环境下,农民与城市精英的身份存在不对等的关系,其中受到传统媒体的影响,农民、乡村往往属于城市精英

凭借现象进行论述的角色。在新媒体的时代背景下,短视频平台的风靡,显著提高了农民的自主性,真实的展现出来农民的日常生活的景象。但由于农民受到知识水平的限制,在实际的短视频拍摄与直播活动中,往往迎合城市精英的想象,很容易出现迷失自我的情况,如身穿花棉袄等过时服装,表演的贪小便宜等有损农民形象的内容,与真实的乡村景象存在较大出入。

在我国五千年的发展过程中,农耕文明一直占据主导地位,其中乡村大地上具有的民俗、传统工艺等展现出新的活力,出现了现代元素和传统工艺的结合、民俗体验场所以及有机农场等,这些真实情景可以通过新媒体进行展现,从而改变城市群体对乡村的刻板印象,展现出良好的新农村景象。

另外,在当前的时代背景下,政府对乡村精神文明建设极为看重,注重文明乡风建设,保障乡村振兴战略的落实。基于乡村媒介化程度的深化,其中直播、短视频成为了主流的文化展示元素,农民受到新媒体的影响,逐渐形成了良好的乡村文化环境。同时由于新媒体成为了农民获取信息以及农产品宣传的主要渠道,其在乡村经济发展中,扮演的角色更加重要。基于此,高校在助农直播活动中,需要帮助农民转变以往的直播活动,避免出现低级趣味元素,从平等视野出发,将乡村的真实情况展现出来,丰富其中精神层面的内容,加强主流价值的宣传,吸引更多的观众。因此,在直播活动的设计与开展环节,直播人员需要遵循真实性原则,重点关注农民言行,保持客观的态度,鼓励农民将自身在乡村振兴环节出现的故事加以讲述,从其角度出发,进行农产品的推广活动,丰富农产品的精神内涵。例如,在销售大米的过程中,农产品直播运营人员可以邀请农民进行大米的介绍,如大米的生长环境、不同的食用方式等,并结合自身通过大米解决贫困问题的故事,从而更加生动的介绍大米质量,使农产品销售直播更具吸引力,与观众产生情感共鸣,从而显著提高其购买积极性。

(五) 树立全局观念,优化直播活动

在农产品直播销售环节,为了实现销售目的,更好地吸引消费者,实际的直播活动,加工种植、采摘以及产地等情况进行展示,逐渐成为了农产品直播的重要组成。但由于农产品直播的时间较长,不仅可以机械能农产品介绍,还可以进行当地风土人情的介绍,展现出美丽的乡村生活情境,甚至可以借助农产品开展吃播活动。通过以上活动的开展,可以更好地进行农产品推广,加深关注对当地特色农产品的了解,同时可以在一定程度上认识乡村文化与发展状况,为乡村振兴战略注入活力。通过全局观念的形成,农产品直播活动得到了优化,不仅可以展现出乡村特色,提升直播吸引力,还可以使农产品更具文化内涵,更好的进行品牌与乡村文明建设。

另外,高校开展助农直播活动,可以使学生积极参与到农产品直播中,为其注入活力,不仅将新型营销方式传授给农民,使他们了解到农产品直播的技巧,同时可以使农民了解到直播推广的流程,在后续的农产品直播中,注重品牌建设,逐渐形成完善的产品销售方式。此外,学生在其中可以得到自身实践能力的提升,加深对乡村环境的认识,积极投身与美丽乡村建设中。在农产品直播环节,借助全局意识的导入,可以为农民开展营销活动提供参考,有助于知识助农的实现。

(六) 加强直播选品,调整产品结构

在高校助农直播活动中,为了取得良好的直播带货效果,需要加强规范选品的开展。直播人员需要对农产品的实际种植、运输等进行查看,加强对农产品食用方式、价格等方面的了解,严格选品标准。通过培养农产品直播销售人员的质量意识,从相关法律法规出发,在直播销售开始前,进行严格的选品活动。

另外,在直播选品的过程中,销售者需要从农产品以往的销

售数据、用户需求等数据出发,开展对直播产品的评估与筛选活动。如销售茶叶、姜等具有地方特色的农产品,可以更好地吸引消费者。选品活动的开展,有助于农产品品牌的形成,吸引更多的观众,推动流量红利的形成,提高农产品销售额。同时,销售者需要从农产品优势出发,根据消费者需求等因素,开展良好的产品划分活动,将其划分为引流、形象以及利润等不同款式,并依照数据的反馈,进行选品与配置的优化。最后,销售者需要加强对农产品质量的把控,开展质量追踪、产品满意度收集等,形成良好的售后服务。

(七) 形成营销思维,提升助农成效

在直播带货的过程中,不仅需要关注直播内容,还需要明确宣传以及线下活动的重要性,如宣传预热、直播账号维护以及活动热度延续等。该模式注重品牌、活动以及直播的融合,属于新型营销模式。在高校助农直播环节,对于农产品、民族节日等可用的推广费用不足。因此,高校需要注重整合营销思维的培养,加强互联网、新媒体等平台的应用,加强与校外媒体的联系,更好的借助有限成本,最大程度上拓展助农直播信息。以上活动的开展,不仅有助于提高助农直播的影响,还可以从高校角度出发,拓展直播助农的影响力,取得更好的效果,为乡村振兴注入活力。

另外,在实际助农直播活动中,在进行农产品销售时,需要对每一次直播的开展进行预热,把握直播的过程,并进行直播回顾。高校通过微信公众号、抖音等工具的应用,更好地进行特色农产品的推广,将直播涉及的信息加以扩散,不仅可以减低活动消耗,还可以推动活动影响力的提升,吸引更多的群众参与到高校助农直播中。整合营销思维与新媒体时代相契合,在其中受众转变了以往被动接受的情况,营销者需要加强对受众需求、情感等方面的关注,将受众作为中心。受到以上思维的影响,在高校助农直播活动中,直播人员需要加强对观众反馈的关注,优化观众体验,借助互动的开展,使观众得到被关注的感受。因此,在农产品直播销售活动中,高校推动直播人员传统思维的转变,注重直播话语,从口语化的视角出发,使话语更具感染力,加强与观众的互动。

三、结束语

综上所述,在信息时代背景下,为了实现乡村振兴战略,高校需要重视助农直播的开展,帮助农民宣传当地特色农产品。其中高校采取助农教学的开展、直播条件的完善以及营销思维的培养等方式,可以更好地进行农产品直播销售。通过高校进行的调整活动,可以为地方经济发展提供保障,推动农业的转型,为新农村建设提供强有力的人才支撑。

参考文献:

- [1] 熊文俊,郑军钰,常珂凡,等.高校大学生对乡村振兴类农产品直播带货购买意愿的实证研究[J].智慧农业导刊,2023,3(18):40-43.
- [2] 程海悦.高校“直播助农”助力乡村振兴实践探究——基于法约尔管理理论视角[J].农村经济与科技,2022,33(14):219-221.
- [3] 张博超,赵玉洲,马选,等.乡村振兴视角下河北省农产品电商直播人才队伍建设问题及对策研究[J].质量与市场,2021(22):16-18.
- [4] 沈璐,倪莉莉,汪玉莹.乡村振兴背景下地方高校助农直播模式的实践探究——以“铜官乐”电商平台为例[J].山西农经,2021(17):159-161.

本文系2022年度江苏省教育厅高等学校哲学社会科学研究项目,乡村振兴战略背景下地方高校助农直播探索研究(项目编号:2022SJYB1379)。