

直播带货助农的可持续发展研究

甘智慧 陈桂云*

长沙医学院, 中国·湖南 长沙 410200

【摘要】直播带货是通过互联网平台所发展的全新商业营销模式。在政府支持与互联网平台的带动下, 当前直播带货已是电商助力农业发展的新模式, 在解决农产品销售的难题上施展了关键的作用。可是直播带货也面临着相应的问题, 需要政府与平台以及行业协会等各方主体协作推动直播带货助农的可持续发展。

【关键词】直播带货; 助农; 可持续发展; 研究

【基金项目】湖南省大学生创新创业训练计划项目, 项目编号: 湘教通〔2020〕131号-3937。

目前, 直播带货已是新型电商销售模式, 由于其符合消费者需求, 转化率较高, 营销成效良好, 备受社会各界的关注。目前, 很多电商平台均开启“政企协作、直播助农”的探索。在新时代新背景下, 电商平台将此种模式逐渐变成新常态化发展, “市长县长当主播, 农户多卖货”已经成为助农发展新模式。

1 直播带货已是电商助农新模式

在直播电商不断发展的当下, 其带货类型重点集中在美妆护肤、食品以及服装家纺等种类。近年来, 在政府大力支持与平台带动下, 直播带货模式已渐渐渗入到农产品营销领域中, 成为电商助农的全新模式。重点体现在几个方面。

1.1 国家政策引导, 充分重视电商助农扶贫政策

近年来, 我国一号文件当中均提出利用互联网推动农业产业升级与农产品营销, 在脱贫攻坚会议当中, 习总书记提出“要切实解决扶贫农畜牧产品滞销问题, 组织好产销对接, 开展消费扶贫行动, 利用互联网拓展营销渠道, 多途径解决农产品销售难的问题。”^[1]国家农业农村部近年来指导发起农活产销对接的模式, 由农户、个体到网红、明星与地方官员均逐渐通过直播平台对农产品进行销售, 获得良好的成效。

1.2 各个电商平台逐渐通过直播模式带动农产品上行

在前两年的某平台直播“县长来了”活动, 邀请县长或是基层干部进行直播, 帮助本地农户销售农产品。之后与多个省市的代表一同启动“村播计划”, 在全国与多个县域构建长期协作, 培养农民直播, 助力农业发展。根据相关数据统计, 截止到2020年第一季度, 淘宝平台有关农产品直播达到140余万场, 覆盖了31个省市, 有2000余各县, 引导60000多农户的加入。快手平台数据显示, 2019年, 有将近2000万人进驻该平台, 其中有500余万人来自各地区贫困县, 年营销总额高达近200亿元^[2]。在2020年, 某平台开展“政企合作、直播助农”等活动, 发展“市长县长当主播, 农户多卖货”的助农模式, 多个地区市长县长均直播带货, 帮助农户进行网络销售。

2 直播带货助农的运营媒介与主要特点

按照直播带货农产品直播媒介差异, 具有“农产品+N”的多元化融合直播带货运营模式。

2.1 农产品+电商

经过农产品电商平台对产品进行销售。主要通过淘宝、拼多多、抖音等平台对媒体对农产品展开营销, 淘宝与拼多多等平台具有超高流量^[3]。通过平台推荐与展示功能, 对要进行营销的产品展开文本编辑与图片处理, 生成购买详情界面, 经过图片、视频、直播等形式对农产品进行推销, 使消费者能够具有明确的认识与购买体验。

2.2 农产品+微商

微商可通过家人与朋友在朋友圈进行引流推广, 从而得到更多的消费者资源。再把农产品相关信息发到朋友圈, 对农产品的种植、成长与采摘等信息进行分享, 让消费者可以在第一时间通过朋友圈掌握农产品现况, 激发消费者的趣味性以及购买欲望。通过朋友圈宣传能够得到获得消费者的认可与信任, 打造更具特色的品牌形象, 并且有助于构成稳定的消费群体与用户忠诚度。

2.3 农产品+众筹

农产品私人订制形式在脱贫攻坚当中具有非常关键的作用。例如寿宁县下党乡的扶贫定制茶园形式已是存在增长收益的关键举措。将私人定制需求运用在互联网中, 就能够构成农产品+众筹的营销模式, 也就是利用网络发布定制的果蔬等农产品筹款项目、制定目标金额, 同时向此项目有意向的公众筹集资金, 再完成之后提供给出资方定制的农产品。此种模式能够有效解决农产品传播与滞销等相关问题。是原生态、无污染、无激素、无添加的产品销量大增。做到农产品由田间至舌尖的直供, 把原生态农产品快速直接的配送到用户手中。

2.4 农产品+社群

农产品在社群方面运营模式是社区农场与共享农场。消费者可在农场进行耕作体验, 农场通过互联网平台对生产计划进行呈报、展示运作情景。消费者和生产者进行实时互动。胥骨社群对农产品进行销售, 让农户和消费者进行直接联系, 做到实时的沟通与互动。消费者为农产品种植提供相应的资金, 同时参与种植全过程, 让社群成员和生产者有机融合。此种模式实现通过信任、情感、产品、利益为理念的社群销售模式。锁定目标用户, 开展精准销售, 进一步提高农产品的价值, 做到农户增收。

3 直播带货助农存在的相关问题

3.1 骤增销售量考验产品体验以及供应链能力

很多直播产品是具有特色的农产品, 经过直播平台, 短期需求量剧增, 存在临时组货打包的情况, 针对产品与服务的平稳性有着相应挑战。因为农产品生产重点是分散农户, 生产组织规模化不高, 而且通常是基于单一种植、加工以及营销形式发展, 对商品的分级包装意识缺少充分的意识, 品控未能精细化, 未能构成规模化的供应链, 难以形成规范化以及特色化直播带货力度。另外产品形态与质量良莠不齐, 通常会发生消费者真正拿到的产品与直播展示存在差异的现象, 对于消费者体验与重复购买行为产生极大的影响。

3.2 直播带货市场监管体系不完善

直播带货快速发展, 巨大利益诱惑下避免不了有人存在非常规操作, 进行虚假宣传与产品信息不完善、质量存在隐患、刷单、售后等问题与不正当竞争行为对于整个市场造成不良的影响, 侵

犯消费者权益,特别是农产品还会对消费者人身健康造成威胁。此类现象单一凭借主播个人难以有效解决,应当在直播带货的事前、事中、事后进行严格的把关控制,重视消费者反馈与构建有关机制体系对市场进行规范化监督管理,推动市场的良性可持续发展。

3.3 农产品直播企业专业运营以及系统管理能力有待提升

直播带货农产品不单单是直播的问题,还包含产品的生产、分层、包装与物流等众多层面的问题,属于系统性的工程。当前很多农产品直播运营方的专业化能力以及服务方面有待提升,缺少系统化与专业化的运营管理。首先,企业选择产品不能充分凸显地区特色,后续的视频拍摄、制作以及宣传等方面缺少科学有效的运营,所以不能凸显产品品牌效应。其次,企业售后服务质量有待提高。不能确保产品按时发货,产品配送与质量问题不能获得及时的处理与反馈等情况。

3.4 直播带货助农可持续发展问题

直播带货新形态当前基于营销业绩而言非常可观,可是因为乡村地区特别是贫困地区供应链体系不健全,商品流通成本较高,直播农产品基本都是初级农产品,产品附加值不高,当前直播带货重点是听过政策补贴、打感情牌、低价销售获得销售量,此种方式是否可以农户创造更好的效益,能否可持续发展有待观察。

4 直播带货助农可持续发展的具体措施分析

4.1 加快农产品升级转型,拓展农业产业链

直播带货的全新营销模式,拉近农户和消费间的距离,有效拓展农产品市场,为农产品提供全新的营销途径,可是要在根源处有效解决销量问题,重点是提升农产品的质量,唯有质量过硬,获得良好的口碑,留住消费者。首先,农产品生产企业务必完善农产品标准化生产机制,对生产全程进行标准化规范化管理,进行分层筛选、保鲜、商品包装,农产品加工规范化操作,做到产品、重量、包装标准化。其次,加速农产品技术深加工研究,做到产业升级转型,扩展产业链,做到产业结构配置合理化、生产规范化、质量严格化、产业品牌化,提升核心竞争实力。

4.2 加强直播过程全面管理,提升专业化运营水平

农产品直播带货务必要加强全面的精细管理,才可以维持可持续发展。首先要合理选择产品,可通过网上预热方式,经过大数据对热销农产品进行分析,通常选择更具地区特色以及品牌效应的农产品。经过设计具有独特的包装,提升产品附加值,让消费者回购率更高。其次,选择带货主播。通过网红、明星、地方领导或是基层干部的特殊身份,通过多元化的直播形式,例如观众互动、直播农产品采摘过程等方式开展。最后,强化服务。根据直播过程中承诺,按时发货,同时在发货之前,对产品展开相应的检查,保证消费者收到产品时的质量。做好售后工作,对客户反馈进行及时的跟踪,同时进行针对性的改善优化。

4.3 健全直播带货助农供应链体系,提高信息化水平

很多消费者不愿在直播当中购买农产品或减少回购,其主要因素是由于运输配送时间较长,不能确保新鲜度。因此,应当积极通过国家推出新基建力度,加强对冷链设施的构建完善,创建多元化、配置合理、范畴广泛的农产品仓储保险冷链体系。提升农产品互联网销售供应水平,促使直播带货不但可以把农产品卖出去,还可以确保新鲜度配送到顾客手中,进而让消费者具有良好的直播带货购买体验,提升回购率。其次,农业生产企业经过强化和深加工企业的合作,构建大型冷藏保鲜库,确保果蔬采摘之后立即进行冷藏储存,在运输服务方面,利用冷藏车间、提升

冷链技术、快速制冷等等,确保农产品的新鲜度,配送运输当中不会发生变质损坏的现象,进而构架健全的农产品营销供应链体系。最后,直播企业可构建乡村信息共享平台,建立农产品信息管理系统,持续健全农产品供应链信息管理平台,同步更新乡村地区的农产品相关信息,做到乡村农产品营销途径和直播企业间的良好衔接。

4.4 促进直播带货市场的规范化发展,构建长效监管体系

直播带货助农可持续发展应当构建直播带货责任制与健全长效监管体系。首先政府应当积极实行农产品网络直播行业的有关法律条例,使农产品直播带来领域持续规范化、标准化。其次,构架直播带货农产品质量跟踪系统,对于直播运营者与平台担负的有关责任进行明确,对于不良行为与违规行为给予相应的惩处,特别是针对一些假借扶贫、助农等名义,对消费者进行欺骗的营销行为,应当依法给予严厉的处罚。再次,加大对农产品直播平台广告宣传的真实性进行严格审查,强化对助农媒体宣传大力监督管理,最大限度的防止发生假冒伪劣商品以及虚假宣传等情况。对直播带货助农的市场交易形式进行规范化管理,维护消费者权益,保证直播带货助农市场的良好发展,为促进农业发展奠定坚实的基础。然后,快速构建完善农产品直播带货营销准入体系,提升农产品直播行业的标准,加强对网络直播平台产品质量的审查力度。最后,针对农产品直播平台营销质量未达标或是假冒伪劣产品等加大惩罚力度,构建与健全网络直播平台诚信体系,推动直播带货助农的可持续发展。

4.5 加速对直播人才的大力培养,不断提升价值

通过现代化技术展开直播带货助农发展,应当具有相应的知识与技术水平。首先通过相关培训,可培养农民网红,有利于农民为自家农产品做代言,农民直播带货可以对自家农产品特色与优点进行全面的介绍。对于传统企业构建向短视频与直播带货升级转型的发展战略,针对选择推广媒介、搜集用户需求以及建立产品品牌、分析经营数据等技术进行相应的培训。其次,吸引各个类型创业人员成为乡村网红,拓展乡村电商人才储备,为农产品营销可持续发展提供一定的人才支持,让直播带货在贫困偏远地区充分普及,为求可以使各个地区的人们都可以通过直播带货模式,顺应当前新时代发展,承载互联网的便车。

5 结束语

数字经济已是网络时代发展下的主要经济形态,针对直播带货助农营销模式应当持续深化发展,从而推动农业产业和互联网经济的融合发展,促使农产品营销模式的升级转型。唯有让直播到货途径更加畅通无阻,才可以有效扩充农产品营销规模,推动城乡市场的有机融合。进一步推进直播带货助农的可持续发展,务必全面施展农户的主体效用,加速农产品的直播营销人才培养,增强对农户自主营销技能的培训,引导农户为自家农产品代言,促使农户具备一定的能力持续带货,做到增收致富。直播带货助农营销模式已是农业产业升级转型的全新巨额错,在推动农业的进一步发展中具有非常重要的作用。

参考文献:

- [1] 张竹心,雷金英,欧诗洋.乡村振兴下直播带货助农的可持续发展研究[J].市场周刊,2021,34(12):96-98.
- [2] 郭红东,曲江.直播带货助农的可持续发展研究[J].人民论坛,2020(20):74-76.
- [3] 罗德鑫.直播带货经济模式的可持续发展路径研究[J].环渤海经济瞭望,2021,000(002):163-164.