

产学研融合发挥短视频直播优势助力乡村振兴

李青梅

(江苏财会职业学院, 江苏连云港 222061)

摘要:随着党的二十大推进宜居宜业和美乡村的建设,农产品电商以短视频直播带货作为“新农活”得到了迅猛发展,通过网络更好地销售乡村的特色农产品,增加了乡村地区的经济收入,目前成为经济热点之一。做精做好短视频直播已成为乡村振兴的有效途径,针对当前农产品电商直播营销中存在的人才缺乏、质量问题、物流监管、行业管理混乱和品牌营销意识差等现实问题,实行校政企联合,产学研融合增强农村电商短视频直播的人才培育,健全配套冷链设施,规范农村电商短视频直播过程,挖掘各地资源建设农村电商品牌等策略,应用数智化助力乡村振兴,优化农产品电商短视频直播营销,做大做强特色短视频直播,建设美丽乡村,提升文化自信。

关键词:产学研融合;短视频直播;乡村振兴;数智化

一、新发展格局下乡村的振兴战略

科技引领,数智兴农,《中共中央、国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》加大卓越“新农人”人才培养力度,建设宜居宜业和美乡村,与科技普及、数字及智能化工具等新技术、新业态发展。乡村振兴作为新时代中国特色社会主义发展建设的重大战略,是粮食生产稳字当头的经济复苏,全面实施乡村振兴战略,扩大内需战略基点,形成了新的发展格局。

乡村振兴是包括了产业、人才、文化、生态和组织等各方面的全面振兴,其中产业兴旺是目前解决农村问题的关键前提。重点依托优势资源,大力发展劳动密集型产业、有特色的种植养殖林果业等,综合景观、美食、娱乐、健康优化生态资源,积极发展乡村旅游、休闲农业等新业态,乡村产业才有发展前景,农民才有就业和创业机会,才能更好地发展电商助农,建设最美乡村。

二、“短视频+直播”为实现乡村振兴提供机遇

在党的大力发展乡村振兴的新形势下,越来越多的农技类、科普创作者涌入抖音、快手等平台,通过短视频和直播传播农技知识。通过2022年7月发布的《抖音农技知识数据报告》显示,截至2022年6月30日,在农业技术方面万粉创作者年增长率为66.85%,种植、养殖、农业机械方面的内容投稿量年增长率为50.4%,抖音的农技内容播放量平均每天高达10亿次。过去一年中,通过抖音电商实现农资转化的创作者就超过了10万名。抖音与中央农业广播电视学校共同推出的“新农人计划2022·来抖音学农技”,为“兴农人”打造了农技视频知识库。抖音将从农广校引进1500+农技专业人员及相关农技培训存量课程,与农广校共同培育和扶持更多优质的专业农技创作者,并与抖音电商打通,助力农民提高农业生产技能,实现增产增收。通过短视频直播助力农业技术和发展传播,培养有效的人才队伍、为乡村振兴战略营造良好的舆论环境,发展现代化农业建设美丽乡村。

三、短视频直播助力乡村产业振兴

在农科院做了37年科研的李文娟从老百姓的“米袋子”到“菜篮子”再讲到最新发展的农业技术,返乡的90后大学生用废弃的玉米杆种植菌菇,她希望农村的年轻人可以回到家乡,用自己学到的知识闯出一片天;抖音用户周昌南分享农业知识就是采用了

抖音短视频的方式,将从前用大喇叭广播的科普知识做成短视频,既能够与农民随时交流技术,又可以快速广泛地推广技术方案,知识改变农业通过短视频落到了实地,短视频直播切实走进了乡村产业振兴,走进了千家万户。

(一)短视频直播的优势

针对农产品的区域性、季节性和时效性特征,短视频和直播能够通过画面展示发挥看得见优势,仿佛用户亲临现场,拉近了消费者与农产品的距离,为乡村资源和城市及各地市场实现跨时空的信息匹配,解决各地农产品在销售中信息滞后和信息不对称等问题,从而降低了用户信息获取和市场交易的成本,为藏在深山缺乏售卖渠道的山区农产品打通销路。此外,还把一些革命老区优美的生态环境和健康营养的农产品向城市消费者展示出来,帮助革命老区发展出具有高附加值的小众农业,不仅帮助群众快速增加收入,还打造了红色旅游区,传承优良的革命情怀,激发老区的乡村振兴与美丽乡村建设。

通过短视频直播广泛展示和宣传绿色的生态资源,如画的美景和世人惊叹的非遗手艺,实现经济文化的有机融合。有助于进一步做强做大“电商+乡村旅游”的发展模式,例如北京市门头沟区妙峰山镇充分利用现代数智化技术,通过短视频直播方式将红色资源挖掘与乡村旅游有机结合,打造和推广了妙峰山镇地域文化品牌,吸引了众多游客参观学习和传承红色文化、实现了富民、强民壮大经济的共赢局面。

(二)短视频直播成为“新农具”

在深入学习总书记到福建考察的重要讲话精神后,永安市新锐捷文化有限公司积极配合青水畬族乡挖掘本地产品,设立抖音官方账号“青水畬族乡”借助线上直播促销,打造区域公共品牌“青水印象”,月均直播近60场,进行常态化直播与本地风土人情的短视频推介。一个月创造农产品直播带货销售额达130余万元的新高,打造了乡村短视频近500条,播放量破5000万,收获粉丝7万多,点赞60万。增进了消费者对畬族乡的地域认知、品牌认同和消费认购,提升了产品的知名度、美誉度和市场竞争力,激发了居民的消费需求。在举行的“中国绿都乐购三明”暨集时有你来去永安启动仪式上,青水畬族乡通过直播青水畬族乡特色的古建筑讲解、文艺表演和直播带货活动,得到了广大网友的好评和热情回应,青水畬族乡党委副书记、乡长钟家富,人大主席唐名茂更是化身直播达人,通过产品展示、竹竿舞表演,让消费者直观、全面了解青水畬族乡产品的具体情况和风土人情,大力助推青水畬族乡产品和文化走出青水发扬光大。兴农人把短视频直播当成新农活,为实现最美乡村增添了新动力。

(三)短视频直播与乡村振兴结合的关键点在乡村产业

短视频直播在助力乡村产业振兴,对“电商+旅游”实现农旅融合的新经济模式中有非常重要助力作用,电商带动农产品线上销售,旅游带动农产品线下销售。中国互联网信息中心发布数据显示,截至2022年6月,我国网民规模为10.51亿人,其中直播用户规模达7.16亿,占网民整体的68.1%,短视频用户规模为9.62亿,占网民整体的91.5%。尤其是偏远地区的县域可以通过短视

频直播内容为当地抢占流量资源,抖音通过“三农自媒体”认证将平台内的相关资源整合起来,使短视频和直播成为机构和个人传播农技知识的新农具,适应了农民在田间地头、工作间隙随时随地学习的需要,有利于农业技术知识的整合传播,在抖音平台分享菌菇种植技术的王静就是农村电商的实践者之一,新疆布尔津禾木村的话题浏览超过2.8亿次。通过短视频走红后,当地大力发展餐饮、住宿、马拉爬犁等特色产业,吸引了众多旅游爱好者的光顾。

四、“短视频+直播”助农要做到“五味俱全”

短视频直播对于老百姓来说是易于接受和喜欢的传播方式,近年来在帮助农民解决农产品滞销和发展乡村旅游等方面发挥了重要作用。但是助农短视频、直播质量良莠不齐,须调动多方主体积极建构和充分挖掘乡村文化的优质创作元素,用“五味俱全”打造更有品质、更具特色和烟火气的短视频直播精品,充分发挥新媒体赋能乡村振兴的优势。

土味一抹不去的乡愁。无论置身繁华闹市、乡野陋巷,美丽的家乡、儿时的玩伴、妈妈的味道已是人们心中挥之不去的牵挂,助农短视频、直播以有温度的镜头真实记录乡村充满诗意的自然风光,勾起人们对家乡的记忆,产生无尽的情感连接。所以助农短视频应以“土味”为基调,客观真实地记录和传播农村自然风光、风土人情、生产劳作,只有内容主题、言语谈吐符合农民的身份及生活习惯,符合农村的生产生活场景,才能具有生命力、传播力和感染力。

美味一止不住的口水。随着人民生活水平的提高和消费理念的转变,绿色农产品越来越受到消费者青睐。作为助农致富的短视频、直播,要尊重人们的生活习惯和器官感受,展示绿色农产品的健康、营养、美味。用镜头客观记录农产品的生产、加工、贮存、运输、流通和使用过程,真实展示农产品的绿色无污染,让人们买得放心、吃得安心,运用技术手段展示农产品的细节与味道鲜美的感觉。可以借用权威机构的鉴定报告客观真实地加以展示,切忌夸大其词、虚假宣传。

情味一温度的交流。短视频、直播通过视听效果输出的不只是知识、产品和享受,更多的是价值传递、自我认同和情感交流,提升了用户的消费体验。短视频、直播的高互动、高转化的特点,大大缩短了传统的营销链路。从用户体验和消费者心理需求角度,用更多“沾泥土”“带露珠”“冒热气”的画面吸引观众的眼,留住听众的耳,用带温度、带烟火气、带人情味的特色农产品和乡村生活气息温暖每一个消费者的心,让助农短视频、直播扎根于农村生产生活,厚植于乡土文化,从而引起广泛的情感共鸣与关注。

趣味一文化的享受。受到用户追捧助农短视频、直播是内容和电商的结合,用户在观看短视频直播带货、乡村旅游、生活体验的同时,可以直观地感受到更加真实、有趣、高互动的内容,所以在文案设计、视频编辑、图案展示等方面要下足功夫,选取“贴近实际、贴近生活、贴近群众”的鲜活事件,塑造真正“可尝、可看、可闻、可品”的好作品,用人们喜闻乐见的形式去体会并展现乡土生活。

智味一赋能科技。加大助农短视频、直播产业链、创业链与人才链的结合,校政村企合作加大知识技能创新及大数据、智能软件Ai与无人机等技术的应用,优化数智化“新农人”技能,为直播兴农的环境营造提供全方位的科技支持。

五、解决短视频直播助力乡村振兴的瓶颈

目前,我国关于农业技术和发展传播还存在一定的局限性,短视频、直播如何助力最美乡村建设,实现人才、文化、生态和组织振兴,仍有不少瓶颈亟待思考和解决。

一是人才缺乏,随着我国城市化的发展,大量的农村青年进城务工,导致农村出现留守儿童和留守老人的状况,农村农业发展和短视频直播生产及运营人才严重不足,短视频制作和直播的主播素质良莠不齐,内容总体质量不高,且跟风模仿导致同质化现象严重,传播效果大打折扣,且缺少专业人士对传播内容的指导和把关,部分主播专业知识和直播技能不足等,难以发挥短视频直播对优质产品及信息传播的最大影响力。

二是品牌缺乏,在短视频和直播中农产品没有品牌的情况,不能给消费者形成深刻的记忆,没有品牌意识,很难带动大量的复购;而且有些在短视频直播中销售的农产品与消费者买到手的产品差距较大或出现各种问题,降低了消费者的购买力,且部分个人销售的农产品缺乏售后服务环节的管理渠道,消费者的问题不能得到妥善的解决,降低了消费者的信任度和复购率,而且短视频直播平台对农副产品、食品等检验检疫、审核管理的不到位,有较大的安全隐患,对短视频直播中农产品诸多环节的管理和规范形式仍需不断探索和完善。

六、数智化乡村建设是实现乡村振兴的重要举措

近年来,国家不断推动美丽乡村的建设,2022年6月,农业农村部科技教育司发布《全国农业科技现代化先行县乡村振兴带头人培育“先锋计划”2022年度工作方案》,以72个县为先行推进数字技术应用的转化、如农业产业数字化、乡村治理数字化等,突出需求导向和双向匹配,聚焦县域农村发展实际需求,经过长期合作、集中培训和线上学习,实践转化为一县一策,打造通俗易懂的优质短视频和直播带货类学习资源库;培养具有数智化创新思维能力和服务乡村及农业产业的乡村振兴带头人,结合高科技智能技术的应用实现数智化高效率的发展。如抖音与农广校联合打造的“农技视频知识库”,江苏财会职业学院商学院联合京东产业学院,产学研结合,校政村企携手搭建良好的短视频与直播平台,依托高校人才双创、文化挖掘和地区资源等优势,实现资源联用、发展联促,提升连云港的乡村海鲜、大米、果蔬等优质农作物的知名度与销售力度,助力乡村振兴全面发展,也为学生实践提供了优质平台。

参考文献:

- [1] 郑伟.以“短视频+直播”助力乡村振兴[J].新闻战线,2021(23):3.
- [2] 李京选.乡村振兴战略背景下“短视频+直播带货”产业价值研究[J].西部广播电视,2021,42(21):3.
- [3] 王婷.乡村振兴背景下“直播带货”对农村经济的促进作用[J].农业工程技术,2022,42(3):2.
- [4] 杨玥玥.媒体“直播带货”助力乡村振兴的策略研究[J].新闻世界,2021(5):60-62.
- [5] 伍晓.新媒体电商助力乡村振兴的策略研究[J].南方农机,2020,51(20):2.
- [6] 刘琦李百秀.乡村振兴背景下农产品电商直播营销策略研究[J].山东农业工程学院学报,2022,39(9):6.