

# 乡村振兴战略下农旅建筑物短视频创作实践探究

赵晓勇 孟 欧 张振鹏 赵路祥

西安培华学院 陕西西安 710125

**摘要:** 短视频是农旅建筑物呈现窗口, 本文建议不断挖掘短视频的多元价值, 呈现农旅建筑物并进行优化创新, 助力乡村振兴。

**关键词:** 乡村振兴; 农旅建筑物; 短视频

## Exploration on the Practice of Short Video Creation of Agricultural and Tourism Buildings under the Rural Revitalization Strategy

Zhao Xiaoyong, Meng Ou, Zhang Zhenpeng, Zhao Luxiang

Xi'an Peihua University, Xi'an Shaanxi 710125

**Abstract:** Short video is the presentation window of agricultural and tourism buildings. It is necessary to continuously explore the diversified values of short videos, present agricultural and tourism buildings, to help the rural revitalization.

**Keywords:** Rural revitalization; Agriculture and tourism buildings; Short video

**基金项目:** 本文属于2022年度西安培华学院校级和陕西省教育厅大学生创新创业训练计划项目阶段性成果, 项目名称: 乡村振兴战略背景下陕西省汉阴县“三柳农家”农旅短视频创作实践; 项目校级编号: PHDC2022002, 省级编号: s202211400050。

打造区域品牌、文化赋能创意产业、农业创新的一体化设计和可持续理念, 在乡村振兴战略的时代背景下成为潮流。乡村农旅模式的新探索, 通过农旅建筑物短视频宣传乡村文化, 呈现乡村农旅特色。

### 一、短视频拍摄农旅建筑物对于乡村振兴的重要意义

#### (一) 加快产业升级, 助力乡村振兴

在当今新媒体风生水起的时代, 运用新媒体手段助力乡村振兴已成为全社会瞩目的热点。为解决三农问题, 以摇一摇、快手为代表的短视频平台, 以其强大的内容生产力, 为促进农业农村农民发展提供了有力支撑, 提供了鲜活的情境和样本, 让短视频助力农村振兴发展。用短视频讲好乡村故事, 展现美丽乡村, 促进乡村振兴, 将村民的日常生活、农副产品的生产过程以及村民在乡村振兴中展现出来的精神风貌及时展现给观众, 能够吸纳社会多方资源参与乡村振兴, 赋能乡村振兴。通过短视频呈现农旅建筑物, 可以挖掘乡村新价值, 塑造乡村品牌新形象。

#### (二) 为乡村振兴产业发展注入新活力

汉阴县积极推进农旅融合, 打造了双河口镇三柳村的田

园综合体; 其次, 要以三柳镇农村振兴示范村为契机, 抓好农旅融合、产业发展等方面的工作。挖掘汉阴县乡村地域文化资源, 以农旅建筑物文化为基础, 以短视频平台的内容生产创作, 积极构建农旅建筑物特色与乡村农旅发展新模式有机融合十分必要, 能够以品牌优势与品牌的聚合效益, 为汉阴县乡村振兴产业发展注入新的活力。

#### (三) 吸引乡村人才实现人才振兴

农村的发展离不开人才的支撑, 而发展短视频平台、实施乡村振兴战略, 又吸引了一大批能人回流农村。汉阴县是西安培华学院助力县域经济的合作单位, 西安培华学院在汉阴县建立了陕西省经济学会县域经济汉阴研究基地、陕西省农村振兴专业研究会汉阴研究基地、西安培华学院农村振兴(三柳)教学科研实训基地三个基地。汉阴县与西安培华学院的深度合作, 使这所高校的大学生们获得了这次呈现当地农村生活、展现新时代农民形象的宣传汉阴县的机会。他们扎根农村拍摄真实可知感的“三柳农家”短视频, 用自己储备的知识和技术优势, 为观众更好更直观地展现农村的发展变化, 把当地农旅建筑特色有效地呈

现，带动汉阴县的经济的发展，实现应用型人才的培养。

## 二、陕西汉阴县农旅建筑物短视频创作目前存在的问题

### （一）品牌建设资金不足

要通过短视频宣传当地农旅建筑物特色离不开品牌支持。汉阴县经济发展水平不高，各级政府和有关部门投入财力、人力、物力建设“三柳农家”品牌在汉阴县十分有限，具有专业管理和经营能力的高层次人才在当地相对缺乏。这些因素都导致汉阴县“三柳农家”在产品设计、品牌创建、宣传推广、电子商务经营、产品物流管理等方面整体发展、专业化发展的步伐迈不开。

### （二）缺乏品牌竞争力和乡村建筑物的吸引力

中国农业旅游在过去几年的快速发展中表现出一种勃勃生机的现象，但中国大多数村庄、可开发的旅游项目都很片面，缺乏可持续发展的特色。同时，这也是我们的项目《陕西汉阴县农旅短视频创作》目前比较难的问题，在当地乡村旅游项目中，都是以单纯的观光、当地特色菜系吸引游客为主，没有打造出建筑物的特色，盲目跟随知名景区的规划，导致越来越多的服务内容和产品都向国内比较有名的景区看齐，严重缺乏地域文化内涵，也无法突出当地民俗特色个性的特点，造成重复建设、同质化、缺乏亮点的严重问题，导致知名度不高，游客的回头率也很低。

县级市地级乡由于在发展过程中无法根据实际情况对项目设计进行改进，在瞄准农旅建设的同时，乡村旅游经济利润微薄，极大地阻碍了乡村旅游的发展。同时，农旅短视频跟随短视频平台出现如：抖音的房琪、李子柒等大V的发展使得农旅短视频的曝光率增加，这无疑增加了品牌建设和竞争力的难度，同时也正式因为农旅视频出现的增加使得其“质量”高低差异较大，好的视频可以给受众以及当地带来可靠的效益和宣传，但视频质量低下使得当地的“口碑”一落千丈，正因此，受众对于知名度不高或者刚出现的农旅视频关注度较低，想要养成“差不多”的品牌能力，需要一个较长的周期来实现。

## 三、乡村振兴背景下农旅建筑物短视频创作的路径

### （一）聚焦农旅建筑物特色，营造短视频品牌优质形象

乡村振兴短视频以陕西汉阴县三柳村综合田园体为拍摄对象，以“三柳农家”为主题的系列VLOG系列实践创作推广，围绕其农旅建筑物特色展开。将目前流量较高的农旅主题VLOG账号与视频进行梳理分析，再结合汉阴县三柳农家乐综合体，挖掘出具有实用创意的特色内容。以汉阴县部分特色建筑物及其产品为主题，围绕特色开展短视频系列实践创作，力争通过“短视频”推广本地乡土文化。

在产品和品牌营销上，短视频是主要手段。基于摇一

摇的算法推荐，点赞数高的头部主播视频、点赞低粉丝少的短视频，都会被推送到主页上。平台首页活跃着不同层次的内容，优劣内容对比会更加明显。同时，用户对短视频内容的第一印象，会影响到受众对短视频的评价，甚至影响到他们的消费欲望。乡村振兴短视频的品牌营销策略必须定位优质内容，在抖音平台算法的推荐下，注重账号界面的美感，打造好的第一印象。同时注重视觉界面的美感，短视频封面居中文字介绍乡村建筑物及其周边风景，简洁明了。塑造很好的短视频品牌的传播形象。

### （二）鼓励内容创新，完善内容审核机制

为鼓励“三柳农家”短视频创作者进行内容创新，其一，短视频平台应赋予“三柳农家”短视频创作者更多选择权，同时对其原创内容予以重点保护。目前，已注册了摇摇、快手等多个平台账号，并进行了短视频推送，对农村经济发展起到了一定的带动作用。

其二短视频平台自身要严格落实监管责任和管理责任，细化审核机制。尽管“三柳农家”短视频较高的浏览量和点赞量的确可以为平台带来更多的收益，但是短视频平台的追求应该不止于此，乡村振兴并不仅仅需要流量这么简单。基于此，在鼓励短视频创作者对“三柳农家”进行集思广益、完善内容的同时，也要对“三柳农家”的短视频创作明确底线，对低俗内容进行坚决抵制。为此，平台应完善内容审核机制，并鼓励用户举报反馈，减少反常识短视频或虚假宣传短视频的出现，保证“三柳农家”短视频的真实性和科学性，让受众了解更真实的农村生活。

### （三）合理利用平台热门话题，提升短视频品牌宣传效果

在乡村振兴战略的大背景下，“三柳农家”建筑物特色宣传的短视频，更好地传播陕西汉阴县农村、农业、农民三个方面的内容，展现新时期农村环境的变化和记录农村文化变迁、呈现农村生活状态的特色农产品。“三柳农家”短视频不仅可以扩大汉阴县的知名度，让汉阴县找到一个平台展示自己，还可以带动全县的经济发展，可谓一举多得。对农村优秀传统文化也要进行深入挖掘，传递积极向上的生活态度。

### 参考文献：

- [1] 张来英. “三农”题材短视频研究[D]. 南昌: 江西财经大学, 2021.
- [2] 吴昊阳. 乡村振兴战略下“三农”短视频的传播建构[J]. 新闻研究导刊, 2021(9): 104-106.
- [3] 王斌. 短视频兴农的核心要素[N]. 光明日报, 2020-12-14.