

乡村振兴背景下“短视频+直播+电商”新零售业态探讨

强亚男

南宁职业技术学院 广西 南宁 530008

【摘要】：“短视频+直播+电商”是一种新零售业态，在乡村振兴背景下，对于促进农产品销售有着重要的意义。本文通过文献资料法，对乡村开展“短视频+直播+电商”的新零售业态进行了系列分析，主要分析了优势，并提出了问题和解决方案。

【关键词】：短视频+直播+电商；乡村振兴；助农

中国有五千多年的悠久历史，村落是中华民族传统文明的发祥地，在经济社会发展中一直发挥着重要作用。我国已进入实施乡村振兴“三步走”战略的第二阶段——坚持特色振兴道路，系统解决重大问题。2021年5月，中共中央办公厅印发了《关于向重点乡村持续选派驻村第一书记和工作队的意见》，继脱贫攻坚之后第一书记再次肩挑重担。同时，2020年，直播电商正全面爆发，伴随疫情洗礼，“短视频+直播+电商”的新零售业态加速兴起，极大地影响了人们的消费方式。

本文作者在《中国学术期刊网络出版总库》中以“短视频+直播”进行主题检索检索出4314条文献，可以看出，学术界对“短视频+直播”研究保持着高度的热情；进一步以“短视频+直播+电商”为主题在上述结果中检索，只检索出十几条。因此，本文试图通过分析“短视频+直播+电商”这种新零售业态的优势及目前存在的不足，从而针对性地提出对策建议，以期为我国乡村振兴提供借鉴与指导。

1 “短视频+直播+电商”新零售业态的兴起

短视频是指在不同的新媒体平台播放的视频内容，时长普遍较短，数秒至数分钟不等，内容是分享各种技巧、幽默、时尚等话题。截至2020年12月，中国短视频用户量有8.73亿，较2020年3月增长约1亿，占网民整体的88%。

而网络时代到来，电视直播逐渐被网络直播取代，成为“直播”的代名词，直播的概念有了新的拓展和发展，一般通过一个独立的信号采集设备（音频+视频）进入导频（导频设备或平台），然后利用网络上传到服务器，发布到各类网站以供人们观看。

据艾媒咨询公布的调查数据显示，到2020年底，中国预计将有550万流媒体直播用户。随着5G、人工智能等信息技术的发展，还有各种互联网头部平台的涌入与垂直领域应用的发展，视频流产品的用户数量还有继续扩大的趋势。

2 “短视频+直播+电商”的优势

“短视频+直播+电商”作为电商销售的一种新模式，它能够动态地介绍、展示、推荐商品，通过实时互动的方式激活用户感性消费，提升用户体验，进一步激发消费者购买欲望，并且实现即时购买。此外，“短视频+直播+电商”简单易学、成本相对较低，能使农民直接参与其中，具有造血功能，它有以下优点：

2.1 农产品“短视频+直播+电商”的设备和相对简单，进入门槛较低

“短视频+直播+电商”一般只需要一台电脑或一部智能手机，通过有关直播平台办理简单的注册手续即可实现，具有成本低、简单易学的特点。我国已然实现了全球领先的农村网络覆盖，因此，“短视频+直播+电商”的基本条件已经具备。且从内容来看，农产品主播通常是农民或者农业工作者，即便对技能有所要求，更多是本色出演，技术难度不大。

2.2 “短视频+直播+电商”的实时性和真实性缓解了农产品交易中的信息不对称难题

从农产品的生产到消费者的餐桌，这中间的多个环节中都存在着许多信息不对称现象，比如农产品的供需信息不对称、价格信息不对称等。且现在的消费者对农产品的需求更多集中在健康、有特色，直播可以让消费者更加直观地看到农产品的生产环节及存放的环境。生产环节直播可以使消费者实时看见农产品从生产到包装、运输的各个环节，等同于实时监控农产品的生产过程，这样就能充分了解产品的原产地，种植的环境，使消费者买得明白、吃得放心。

2.3 农产品直播具有趣味性、互动性，激发消费者购买欲望

相较于传统的电商，直播的形式超越了“图片+文字”的宣传模式，为消费者带来身临其境的感觉，具有更加生动的宣传效果，对一些消费者来说，观看农产品的生产过程就是

一种乡村旅游的体验。而且直播中的互动,拉近了主播和消费者的距离,增强了相互的了解和信任,甚至会产生友情,这种友情让消费者更愿意购买其推荐的产品。

2.4 农产品直播降低了交易成本,帮助农民实现了增收

“短视频+直播+电商”的新零售业态下,农民可以跨越多重中介直接面对消费者,减少了传统销售模式带来的资源浪费问题,同时消费者清楚地观看产品生产、加工、包装等整个过程,明白其中的不易和价值,从而接受优质优价,同时口碑效应显著,进而打开农产品知名度,提高销售量,增加销售收入。

3 “短视频+直播+电商”的问题

农产品“短视频+直播+电商”为农村经济发展增添了新活力,但在带来销量增加的同时,也暴露出一些问题,主要表现在以下方面:

3.1 夸大宣传,以次充好

农产品直播销售中,一些主播进行虚假宣传、货不对板成为一种新的隐患。有一些主播以贫困地区的农产品滞销、农民损失惨重来博取消费者的同情心,而消费者收到的却是质量低劣的农产品,伤害了消费者的助农爱心。

3.2 标准化程度不高

“短视频+直播+电商”中农产品的标准化、物流的标准化及售后的标准化程度普遍较低。农村地区长期以来存在市场化水平较低,产品分级不严,品控粗糙等现象,导致消费者在直播间里看到的产品与实际到手的有差异,或者不同批次差异较大。

3.3 品牌意识不强

多数农户倾向于种植多种农产品,没有把农产品品牌建设作为其长期发展目标;从直播者角度看,缺少对农产品文化内涵的挖掘,直播的产品特色和优势不明显,缺少市场竞争力,更难卖上好价钱。且难以持久吸引顾客,影响回购率。

3.4 配套服务跟不上

乡村地区农产品的供应链比较落后,影响了农产品的保鲜和配送。另外售后服务体系不完善,购买者与客服联系不畅,有的客服不能及时反馈甚至不反馈消费者的信息,降低了消费者对农产品直播的信任度。

3.5 平台监管不完善

庞大的主播群体素质良莠不齐,有些主播带货存在虚假宣传、数据造假,有些主播以助农为噱头,销售质量低劣的

农产品,另外“短视频+直播+电商”“以主播带动观众”的推广模式,也会使部分素质不高的主播为了吸引观众作出违规行为。平台对售卖的农产品缺乏严格准入审核和统管理,一些农产品在没有通过检验检疫的情况下流入市场,存在较大的食品安全隐患。

3.6 直播内容同质化

农产品直播逐渐形成几种固定展示方式,如直播农作物施肥、打药、浇水、采摘、分拣、包装、运输等过程,内容千篇一律,缺乏创新,容易引起消费者的审美疲劳,缺乏内容创新。

4 “短视频+直播+电商”新零售业态的建议优化路径

4.1 搭建专属平台

可通过政府政策扶持、企业和社会力量的技术支持、资金投入等综合措施等,打造具有我国特色的助农直播平台或者专属通道。现有的直播平台在助农方面发挥了一定的作用,但有些主播一方面为吸引买家而不断对农产品压价,另一方面又收取比较高的提成,导致农民实际收入不高。因此,政府与电商平台应共同搭好农产品直播平台,让更多的市场主体参与到直播助农中来,将利润向农民倾斜。与此同时,降低现有助农直播平台中的各种费用,或开辟专门的助农通道,将其放在首页进行引流推广,减免或暂时不收取平台费用,让农民积极踊跃地参与直播。

4.2 加强直播监管力度

可以借鉴其他产业全时段直播的方式,每天24小时监控农产品的生产过程。今年疫情期间,武汉建设中的火神山雷神山医院就是一个很好的案例。据统计,火神山医院建设的直播总播放量超过了1亿。如果把这种在线直播的模式引入到农产品生产过程中,使消费者每时每刻都能看到生产情况,知道产品的真实情况,买得更放心。

4.3 打造本地直播明星

网络名人可以带动一个村庄的发展,如四川理塘的丁真。可根据贫困地区的文化特点、地域特点、农产品特点等,打造具有本地特点的网红人物或团队,进行“短视频+直播+电商”销售,带动地域经济的发展。

5 结语

我国是一个农业大国,乡村振兴则国家兴,在乡村振兴大发展的阶段,开展“短视频+直播+电商”的新业态零售,帮助农民朋友们学会使用这种新技术,为乡村振兴战略在农

村落地提供了可能性,通过技术培训,为农民赋能,培养农民朋友们乡村振兴能力,让他们把对美好生活的向往化为

参考文献:

- [1] 满承茵.乡村振兴战略下“三农”自媒体的问题与对策研究[D].南昌大学,2020.
- [2] 王玺秀.《西瓜视频》中农民形象自我呈现[D].郑州大学,2020.
- [3] 宋时艳,刘俊显.新时代直播带货助力特色农业脱贫新模式[J].合作经济与科技,2020(15):88-91.
- [4] 李晓夏,赵秀凤.直播助农:乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式[J].商业经济研究,2020(19):131-134.
- [5] 赵越,吴国蓉,庞贻英.短视频平台直播助农营销的问题及对策研究[J].新媒体研究,2020,6(19):42-44.
- [6] 方婵娟.大学生直播带货助农:“视听语言”课程教学改革新探索[J].视听,2021(04):198-199.
- [7] 杨树明,曾妍.脱贫攻坚与乡村振兴衔接发展路径探析--以H省W市下设四个典型村落为例[J].现代商贸工业,2021,42(03):23-25.
- [8] 黄楚清,郭金鸿,郭宝婷,黄剑炜,朱晓琳,刘丽莎.乡村振兴视野下粤西地区农产品电子商务发展策略研究[J].现代营销(下旬刊),2021(03):168-169.
- [9] 国征,王志霞.创新对农宣传 助力乡村振兴--寿光市融媒体中心发挥特色优势做活对农节目[J].现代视听,2020(04):24-27.
- [10] 李晓梅.浅谈短视频在“三农”自媒体中的应用[J].南方农业,2020,14(31):78-80+87.
- [11] 李毅彩,陈丽颖,刘裕华.特色农产品直播带货的营销策略研究[J].产业科技创新,2020,2(18):74-75.