

# 新媒体时代张掖市农产品直播促销路径探究

郭炜雯 徐有芳

河西学院 甘肃 张掖 734000

**【摘要】**：在新媒体时代，张掖农产品直播促销面临诸多棘手问题。本文对张掖市农产品直播促销的相关模式进行了研究，分析了目前张掖农产品直播促销存在的问题，提出了校园主播直播助农的具体方案，探讨高校学生如何利用专业知识为直播助农赋能，旨在为张掖农产品的发展提供新思路、新途径。

**【关键词】**：校园达人；直播助农；新农人

张掖市立足地域优势特色，充分发挥凉爽、有机、错季等自然优势，特色种植产业成为助力农业增效、农民增收的重要推动力。与此同时，直播助农成为推动张掖农产品上行及助农脱贫的营销新形态。在新媒体时代，农产品加直播成为特色农产品售卖新形式，一部分农户开始为自家农产品背书。但直播助农是一项长期基础工程，其售前售中售后涉及维度之广，专业知识要求之高，仍有很多农户力所不能及。因此“助农”关键是要帮助农户成长为“新农人”。当地大学生加入直播助农序列中不失为一种可行之策，各相关专业大学生通过成立直播助农团队，深入田间去解决特色农产品促销难题，尝试“一站式”助农，助推当地农产品上行。

## 1 张掖市特色农产品直播促销的现行问题

### 1.1 “农户缺乏直播经验”

很多农户很难迈出直播卖货第一步，很大一部分农户不会操作直播间，不了解直播平台的卖货方式。有一部分农户虽知道如何开直播，但担忧自己的形象不佳和普通话不标准问题，不愿在网络平台抛头露面。还有一小部分农户，虽然尝试直播带货，但由于缺乏直播经验，不懂如何表达出自己的农产品特色及优势，还有方言等现实问题，导致直播成绩惨淡，农户们直播带货的自信心受到打击。

### 1.2 “直播促销模式较为单一”

如今，张掖市的助农直播主要有两种带货模式，分别是以张掖市政府牵头，市长、县长等地方领导干部为主要参与者的“腰部模式”；还有以有一定粉丝量的短视频创作者为代表的“尾部模式”。

张掖市的“腰部模式”较为成熟，基层干部们对于当地具体农副产业情况更为了解，2020年6月16日，张掖六县区党政领导纷纷走进抖音网红“丽江石榴哥”直播间，推广宣传张掖特色农产品。6小时内，直播间共计销售2万4千多单，销售金额达186万元。但类似这样的特色农产品直播活动由于种种原因，并未持续多次进行下去。

张掖市“尾部模式”直播带货的主播并非普通农民，通常情况下他们是中小网红、电商创业者。他们带货具有强烈的商业性质，虽然在一定程度上解决了农产品滞留问题，但并未从深处助农惠农。

### 1.3 “农产品分销链需进一步简化”

农产品上行需要将农产品标准化、规模化、品牌化之后销往城市。从张掖特色农产品产业链整体而言，张掖市农业长期存在分销脱节的问题。产业从农产品的种植到收购增加了很多中间商环节，这些冗杂环节增加了特色农产品最终的售价，减弱了特色农产品的价格优势。与此同时很多农民缺少把农产品分类、分级的货源品质意识，货源品质参差不齐，这也阻碍了特色农产品的可持续发展之路。

## 2 在校大学生直播助农的具体实践

发挥学科优势，服务地方经济社会发展是地方院校的立足之本，高校担责，学子践行。在校大学生深入田间，实事助农，助力农户直播促销农户，让小农户与全国大市场实现低成本对接。

### 2.1 农产品直播售前准备 1 组建校园直播团队

#### (1) 选择合适校园助农主播

团队的网络直播卖货主要是通过网络电商平台，营销队伍前期是校内相关专业学生及老师，后期营销队伍将不断扩大，吸收各种专业人才进行专业化的运营和管理，聘请相关市场营销等专业学生参与直播策划。带货主播则主要是前期发掘和聘请河院已有账号并积累了一定粉丝的学生，然后通过组织和培训打造一只主播团队。从匹配度、直播经验和形象三方面考虑最终选择了4位“校园小主播”。线上线下推广各个直播平台的营销号，增加粉丝。增加账号在各个平台的活跃度。培训直播人员。从直播技巧、形象气质和语言等方面对直播员进行培训，增强直播能力。联系需要直播的农产品小企业，农户等，为他们提供直播带货服务。

#### (2) 直播选品与直播脚本策划

在正式直播售卖前，团队对所售卖产品进行严格的筛选，保证物有所值保证顾客拿到的产品与直播时所见到的产品一致，直播间拟定的销售产品的价格完全满足和适合广大中低收入者。在实地考察与农户沟通后，最终选择性价比高，客单量低的产品，比如临泽小枣、民乐洋芋粉条等张掖市特色农产品进入直播间。

在直播前，对同类产品以及同类型直播进行深入的调研，把握产品的价格、性能、质量所具备的优势。制定出直播目标、人员安排、直播时间、直播主题、流程细节。在直播卖货之前，校园主播切身去使用或者感受商品的各方面性质，向消费者表达自身的真实感受，以

此来满足消费者多方面要求。

### (3) 直播间搭建

直播间搭建一般囊括直播设备、灯光设备、场景分配、场景布置四大模块。因为农户们初期投入资金有限,我们试行两套直播设备并行的方法。农户用手机小荧幕开直播。在校园团队下乡时用专业直播设备进行专场直播。在直播场景方面,选择室外实景直播,校园小主播与农户主播们在田间地头近距离地向观众展示张掖农产品的生长环境。

## 2.2 张掖农产品直播实施

### (1) “校园小主播+农户”双主播形式

校园小主播反应能力较强,能合理掌控直播时间,保持直播节奏。农户主播作为直播间的压舱石来为自家农产品背书,校园直播幕后团队负责实时监控数据与推送商品链接,校园小主播负责直播前场预热的商品展示与粉丝互动环节,辅助农户主播讲解内容,在直播间冷场时用话术帮助农户烘托直播间气氛。目的是让农户成为直播间的主播主体,不断积累经验与信心,了解新媒体运作流程和思维后能够自主直播,成为“新农人”。

### (2) 直播数据分析与内容经营

通过分析数据,运用工具挖掘关键词和长尾关键词,不断去尝试与优化,布局核心关键词,长期持续获取大量的精准用户。通过拍摄农村生活创意短视频吸引更多的粉丝关注,以期打造个人IP。

## 3 在校大学生直播助农的建议

### 3.1 代际传承,长期助力“新农人”

对于在校学生而言,周末节假日有大量的实践时间可以深入周围农村,因而在未来,组建直播助农的社团至关重要。社团实施“传帮带”制度,实行“一对一”

和“一对多”方式为新生培养直播助农相关知识。以高年级向低年级传帮带的形式,长期稳定地为直播助农贡献自己的青春力量,不断提升当地农民对电商的参与度,让农业经营主体与消费者直接对接,减少交易环节,降低产品成本,让农户获益最大化。

### 3.2 将乡村美学融入到直播销售过程中

河西走廊不仅是一条农业长廊,更是一条文化走廊,通过研学经验塑造多元化的农副产品消费场景,为消费者提供别样的视觉消费体验,加以情感赋能。校园小主播要走出室内直播间,去广袤的河西大地中与消费者直播互动,增强消费者对商品的文化体验,让直播间观众跟随阵阵驼铃,在了解河西特色农产品的同时,产生对河西走廊的向往之情。

### 3.3 深耕特色农产品

年轻消费者逐渐成为直播消费的主流群体,与此同时年轻用户对价格、品牌的注重程度减弱。在校大学生应该依据目标客群的喜好特征及消费水平,在采购端针对性布局,搭配组合特色农产品套餐售卖。同时在自媒体平台发布有内容、有深度的创意视频,打造出爆品特色农产品实现引流,并为张掖市农产品打造差异化优势。

## 结语

在校大学生直播助农是一个长期工程。需要一届又一届学生长期深入乡村从学校到课堂,与农户面对面、与市场面对面。对大学生来说,“直播助农”对他们的动手能力、沟通能力和应变能力都是一场实操式的历练。同时也有助于农户提高互联网思维,顺利成长为时代新农人增收致富。若高校师生、政府、行业协会、新农人等多方主体共同发力,定能带动张掖市特色农产品上行。

## 参考文献:

- [1] 张天喜. 乡村振兴战略下高职教育的助农路径研究 [J]. 山西农经, 2021(10):164-165.
- [2] 左宇, 李蛟. 互联网背景下农特产品上行问题探讨 [J]. 现代商业, 2020(20):30-32.
- [3] 丛智超, 潘忠翠, 蔡紫微. 大学生“互联网+”助农扶贫新趋势与改进方向 [J]. 南方农机, 2021, 52(18):87-89.
- [4] 张焕. 乡村振兴视角下陕西农产品直播的问题及对策 [J]. 辽宁农业科学, 2021(05):57-61.
- [5] 孙晟好, 马悦鸣, 党浩轩, 黄佳瑶, 张丰钰. 利用新媒体平台对辽扶贫助农的新路径研究 [J]. 营销界, 2021(38):126-128.
- [6] 刘欣庭, 汪玲. 新媒体时代直播助农营销模式与路径探究 [J]. 传媒论坛, 2021, 4(19):156-157+160.

作者简介: 郭炜雯(2000.11), 女, 汉族, 山西长治人, 本科在读。