

# 电商直播助农模式创新研究

方卉<sup>1</sup> 胡小玥<sup>2</sup> 赵骏<sup>3</sup> 金婕<sup>4</sup>

1. 湖北工业大学工程技术学院; 2. 湖北工业大学工程技术学院;  
3. 湖北有鲤电子商务有限公司; 4. 湖北工业大学工程技术学院

**[摘要]**直播行业的兴起为脱贫攻坚的工作提供了新的思路,带动了中小农户的经济发展。本文首先概述了电商直播助农现状,接着分析了电商直播助农的新模式及效果,然后根据电商直播助农存在的困境提出了优化路径,进一步助力农村经济的健康持续发展。

**[关键词]**直播带货; 电商助农; 创新

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-627X.2020.03.1561

## 一、引言

近几年,社交媒体的迅猛发展,“直播+”的新形式逐渐进入到大众的视野中,让人们的生活和工作方式出现了新的变化,为我们带来了更广的机遇及挑战。各大短视频平台纷纷推出电商直播助农项目,将原生态的生产环境、农产品的采摘等面貌全方位的展示给大众,借助本土主播及流量网红的引流优势,助力农产品的渠道开拓,让更多的农村商户转型到直播电商的队伍中来,加速推进贫困区域的经济发展。

## 二、电商直播助农现状

2019年1月淘宝直播发布助农计划“村播计划”,上线三年后平台累计已有11万农民主播,开播超过230万场,通过直播带动农产品销售超50亿元。一根网线,一部手机,连接了城乡,直播电商让农特产品乘“云”走向全国,给越来越多的“新农人”开启致富门路,也为传统农村电商提供了有效的转型途径。总体来看,电商直播助农的方式主要存在以下一些特征:

(一)技术门槛低,直播业务易上手。电商直播助农拉近了小农户和消费者之间的距离,通过借助数字化媒介工具,让农户可以便捷的学习网络营销知识,进而合理优化生产配置。同时,市长、县长们在拼多多、抖音、淘宝等各大平台直播带货,在网络上推广文旅、销售农产品、招商引资,为直播团队引进了更多的个体,也使团队的底蕴更丰富,结构更多样。

(二)渠道多元,加速农产品及文化旅游业的流动。直播平台可以将偏远地区的农户产品代入消费者的视野,不仅大幅度减少了渠道的分销成本,同时也让消费者直观的了解农产品的各种信息,从种植环境到培育,从材料设备到加工工艺等等,有力带动了贫困农户的经济收入。同时,主播在展示产品的过程中也可以介绍当地的乡土人情,直播助农在无形中带动了当地的旅游产业,增加了农户的经济来源。

## 三、电商直播助农新模式及效果分析

### (一)政府鼓励+引导模式

政府部门加大对农村寄递物流体系的建设,创新电商物流模式,全面推动实施邮快合作。政府领导亲自“披挂上阵”,借助政府的公信力增加产品的可信度,帮助农民解决农产品销售困难的问题,消费者也往往认可政府官员或网红主播公众形象的背书而去选择购买。如江西省寻乌县县长在拼多多和央视新闻发起的助农直播间,当起了“带货主播”,让脐橙、百香果等农产品滞销变热销。快手发起“百城县长,直播助力”助农活动,邀请全国各地县长在快手直播间售卖当地特色农产品,并匹配粉丝100万以上的快手主播连线助力。

### (二)市场调节+消费模式

电商直播助农模式将企业、农户、平台和消费者对接了起来,为各方提供了更多的选择与机会。企业可以与短视频平台合作,选择合适的地区,联系当地的农户,借助自身的营销手段通过直播带货去解决农产品销售难的问题,增加了

农户收入,企业也赚取了不少利润,消费者也能更快地了解并购买到各种农产品。

### (三)媒体联手+宣传模式

越来越多的主流媒体选择和直播平台进行合作,通过自身的巨大影响力,结合直播电商强大的热度及用户亲切度,既激发了市场需求,也巩固了自身品牌形象的市场地位,实现了双赢的效果。如人民日报新媒体将推出“乡村振兴·人民助力”乡村振兴传播计划直播带货专场,主持人沈涛、演员王祖蓝现场助阵,以实际行动助力地方优质农副产品走向全国。四川电视台牵手微博,协调政务、媒体、明星等领域的优质账号资源围绕扶贫助农等活动进行联动,共同在微博推动主旋律、正能量内容的传播,为脱贫攻坚等全民关注的重大事件营造良好的舆论氛围。

## 四、电商直播助农困境

### (一)农村电商直播人才缺乏

现阶段,政府部门领导、网红主播共同组成农村电商直播队伍,其中大多数为从事农业活动的农户,并非专业营销人员,缺少丰富的产品营销经验与技能。一名优秀的主播必须具备良好的语言表达能力,还要具备较强的临场应变能力,及时掌握客户需求与产品卖点,快速吸引粉丝,提高成交量。但是农村主播由于没有接受过专业训练,加之对直播营销缺少了解,在直播过程中容易缺少应变力,与客户沟通不畅,最终对产品经营成效造成负面影响。电商直播环节,主播是决定流量高低、用户转化率的关键,必须以优秀的营销能力、解说能力以及灵活的互动来征服用户。但是,大多数农村本地主播缺乏专业培训,在专业技能上仍旧存在以下问题。第一,产品营销水平较低、缺乏市场嗅觉,难以激发用户购买欲望;第二,产品解说缺乏生动性、专业性、有趣性;第三,缺乏对电商直播平台规则、流程、活动的深入理解;第四,与用户的互动形式相对单一,缺少创新、有趣的互动设计。

### (二)农村电商直播基础设施不完善

与以往相比,农村交通、物流取得了一定进步,但在农产品供应链建设方面仍存在不足。建立农产品供应链是一个复杂的项目,包括生产、包装、运输、售后等流程,而大多数农村地区仍处于生产阶段。究其原因,基础设施落后、产品服务缺乏、产业结构不合理、物流范围小等因素制约了能够农产品供应链的发展。现阶段,农产品物流仍以低成本的人力劳动为主,严重影响了乡村地区的发展。在电商时代,必须充分利用短视频直播促进经济发展这一契机,积极探索乡村可持续发展路径。

短视频直播的诞生,为农产品销售提供了更便捷、快速的途径。由于大多数地区农产品属于生鲜产品,必须打造一条冷链物流系统来确保农产品的新鲜度。但现有的冷链物流系统严重欠缺,已无法满足巨大的供应量需求。此外,农村电商直播农户往往只注重产品销量,而忽视了产品物流及售后服务问题,容易出现商品漏发、破损,从而导致客户满意

度下降。这些问题都会对农村经济增长产生阻碍，必须加快对农村电商基础设施的建设，持续优化产品及产业结构。

### （三）农产品直播品牌意识薄弱

目前，我国农产品标准化程度较低，也缺乏一定的品牌效应，难以获得消费者信任、提高其忠诚度。当前农村贫困地区由于自然资源、经济条件的限制，农产品市场化水平较低，并且产品附加值也处于偏低状态，这就导致其缺乏市场竞争力，即使发展农村电商直播，也难以扩大市场规模。另外，现阶段农产品供应链发展较为落后，一方面农产品难以长期储存，另一方面采用冷链物流需要高昂的投资成本，而农村地区经济实力较差，无法解决冷链物流这一问题。

随着互联网的发展，农村地区也纷纷尝试通过直播来销售农产品，许多农户成为了“田间村播”，利用直播平台向大众介绍当地的风土人情、推荐特色农产品。然而大多农户直播过程中存在产品同质化的问题，因此只能通过降低产品售价来促进销售，或者过分夸大产品质量，最终导致消费者失去对产品的信任。另外，农户主播缺乏对直播营销手段、直播平台规则以及配套政策的深入了解，容易出现违反规则的行为，难以实现直播营销目标。

## 五、电商直播助农的优化路径

### （一）加强人才的引进及塑造

打造高质量电商人才队伍是农村贫困地区发展电商直播经济的重要基础，应制定优惠政策吸引人才，构建高水平电商队伍，充分利用其经验与技术，探索合适的特色电商发展道路，同时加强对农户主播的电商知识培训，培养新的人才加入直播团队。同时，还必须打造本土化直播人才队伍，全面提升农村地区主播综合能力与素质，为扶贫工作的开展注入新鲜血液。农户主播也应结合本土特色打造鲜明人设，提升自己的辨识度，致力于解决农产品销售问题。

近年来，不论是城市还是农村，各行各业对人才的需求日益增多。为满足社会发展，政府应加大对农民电商技能的培训力度，不断提升农户的电商技能，制定配套的人才引进机制，进一步提升农村软实力。具体而言，政府与行业组织农户参与直播技能实操培训，培训内容涉及推广引流、产品画像以及营销技巧等方面，与职业院校开展合作，以产教融合的形式开设电商专业课程，借助多方主体力量培养本土化直播人才。另外，成立农村直播电商协会，号召电商从业者、电商企业、青年参与主播评选活动及知识培训，重点提升返乡青年、创业群体的创新创业水平；与职业院校合作实施农民培养计划，对农户进行营销、物流、直播方面的专业培训，大力支持返乡青年积极参与农村电商发展，运用专业知识助力乡村振兴。

### （二）建立健全农村电商体系

为提升农产品售后服务，减少农产品质量问题，必须积极鼓励企业优化产业链，对易变质的农产品进行加工，促进产业转型升级，结合地方特色统筹农业发展。针对经济技术条件落后的地区，政府应加大资金投入，提高贫困地区供应链水平，与企业建立技术合作，共同建设冷库。同时，还要推进快递物流的发展，不断延伸快递点，以提高农产品运输速度及质量。

农产品质量是消费者关注的重点。要想促进直播助农事业稳定发展，必须建立高效、便捷的物流体系，优化农产品存储方式，解决农村地区交通不畅问题。因此，政府应采取有效措施帮助贫困地区提高运输效率，以减少农产品物流成本，推动贫困地区农产品冷链配送的发展，制定合理科学的配送路线，从根本上减少物流损耗。

结合农村电商直播特征及要求，加强基础设施建设，完善相应的软硬件设备，加快农产品冷链物流体系建设，结合农产品储存需求制定物流标准，打造一套高效、便捷、完

善的仓储冷链体系，实现电商直播线上与线下运营的有效衔接。

贫困地区应与各大电商平台建立合作关系，如阿里巴巴以电商脱贫为目的，启动“阿里巴巴脱贫基金”，开发“一县一品”模式，与乡村合作并帮助其打造品牌、提升销量。与大型电商平台合作能够大幅度提升电商脱贫效率，因此贫困地区应发挥地方特色，加强基础设施建设，扩大物流覆盖范围，为直播电商的发展奠定良好基础。

农村电商直播必须充分利用文旅、乡村特色生态、民俗文化等资源，为消费者提供独特的消费体验，使其能够从农村电商发展中感受当地的乡土人情、乡村特色，以突出农村直播电商差异性，提高电商直播收益。

### （三）塑造农产品区域品牌形象

当前农村电商商户仍旧缺乏品牌意识，没有正确认识到品牌营销是农村电商保持核心竞争力的关键。究其原因，大多数农村电商商户的文化程度及从业门槛较低，缺乏对电商直播的学习和了解，对产品的策划营销能力不足。因此，必须积极塑造农产品品牌，加强品牌营销，不断提高农产品附加值，才能获得更高的收益。

产品质量保证是品牌营销的首要条件，如无法保障产品质量，即使营销手段如何创新，也难以得到消费者的认可。必须确保农产品具有良好品质，才能获得消费者的信任。主播可借助电商平台向消费者展示农作场景，如种植、收割、运输等环节，将产品背景故事融入品牌培育，并在直播推广中解答消费者的各类疑惑，拉近与消费者之间的关系，使其对品牌产生信任。

根据消费者需求策划直播内容，将农产品中蕴藏的人文元素融入其中，充分展现农产品的独特性，并将富有故事性、情感性的内容与直播相结合，加深消费者对产品的了解，潜移默化地建立起与消费者之间的情感联系，并巧妙地利用手段将这种联系转化为购买行为。消费者习惯在主流媒体的推荐下购买，出于信任而进行消费，但最终消费者的满意度取决于产品质量。主流媒体能够搭建起消费者与产品之间的桥梁，促进消费者对产品的信任，但主流媒体的公信力取决于产品售卖，产品的质量会对其公信力产生反作用，一旦质量出现问题将会使主流媒体陷入负面舆论。

在塑造农产品区域品牌的过程中，政府应扮演好主导角色，合理利用各类资源，发挥农产品地理标志优势，吸引公众的关注，组织开展生态旅游节、丰收节、农博会等活动进行品牌宣传，提高乡土农产品的品牌知名度。同时，加强对农产品种植、加工、储存环节的卫生监管，对销售的全过程实施全方位监控，从重处理一切危害食品安全的违法行为，加大对假冒品牌的处罚力度，切实保障农村直播电商的合法权益。

## 六、结语

电商直播助农的创新模式打破了传统脱贫攻坚的局限，随着技术和市场的不断成熟，通过主播达人、平台流量以及政府三方的协作支持，使得农村电商直播迅猛发展，推动了贫困地区的产业经济。但其发展仍然存在着许多问题需要不断去改进和完善，通过研究电商直播助农模式的创新方式，探寻该模式下的优化路径，从而助力于农村经济的多元化发展。

### 参考文献

- [1]李瑾.“互联网+”视角下直播电商发展研究[J]. 产业科技创新, 2019.
- [2]马琦, 陈志轩. 大数据背景下的农村电商精准扶贫创新模式研究——以贵州省黔西县为例[J]. 现代营销: 学苑版, 2019(1): 4.
- [3]赵敏, 胡灿. 乡村振兴战略背景下农村电商人才培养模式研究[J]. 经贸实践, 2019.