

乡村振兴背景下农产品网络直播营销策略研究

陈思洋

常德职业技术学院,湖南 常德 415000

摘要:在实施乡村振兴战略背景下,农村电商直播成为促进农村经济发展的新方式。基于此,通过实证研究分析了农产品网络直播营销在乡村振兴中的重要作用,发现了农产品网络直播存在管理混乱、农产品存在同质化、内容原创程度不高、直播营销专业人才缺乏等问题,提出了提升农产品品质、建设农产品品牌、加强直播人才培养、增加直播优质内容等对策建议,以便促进我国广大乡村农产品网络直播良性发展,真正实现乡村振兴。

关键词:乡村振兴;农产品;网络直播;营销

中图分类号:S37

DOI: 10.3969/j.issn.2097-065X.2024.01.035

0 引言

2023 年中央 1 号文件明确指出:必须坚持不懈把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重,举全党全社会之力全面推进乡村振兴,加快农业农村现代化。我国是农业大国,农产品非常丰富,如何把农民丰收的农产品快速的销售出去,传统的销售渠道

已经不能满足。农村电子商务改变了农产品原来的销售模式,越来越多的农产品走进了直播间,并受到了广大消费者的喜爱,预计在未来几年,农产品网络销售额每年会不断得到提升(图 1)。但是,农产品网络直播营销在实践中仍然存在一些问题,必须分析其原因,从而提出相应的解决措施。

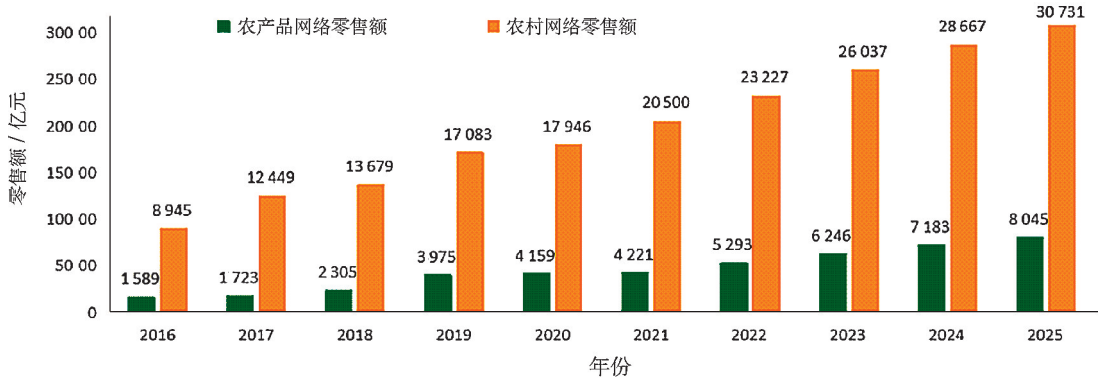


图 1 2016—2025 年中国农村网络零售额与农产品网络零售额及预测

数据来源:农业农村部、艾媒数据中心。

1 农产品网络直播营销在乡村振兴战略中的重要作用

1.1 电商平台助农直播帮扶明显

直播电商行业标准日益规范,农产品网络直播营销越来越规范成熟。同时,各大电商平台也加大了助农帮扶力度。例如:2022 年,抖音电商“山货上头条”溯源农产区,一年内重点覆盖 8 个省份 146 个县市,以专项扶助、培训指导、长期规模化运营等方式帮助农产品商家及新农人优质经营,扶持了 69 个地标农产品产业化发展。2022 年 7 月 25 日,阿里巴巴发布《热土计划 2022》,从产业振兴、人才振兴、科技振兴、脱贫成果巩固等方向公布 18 条乡村振兴新举措,通过“村播项目”,累积培养 11 万乡村主播,开设 230 万场乡村直播,培育乡村数字化人才。各

大电商平台针对农村地区的特色农产品进行内容生成、平台资源倾斜等一系列措施,帮助农村地区的特色农产品拓展销路、对接目标消费者,进而助力乡村振兴发展。

1.2 解决农产品滞销问题,拓宽农产品销售渠道

随着网络普及不断深化,用户规模逐步增加,“互联网+”模式层出不穷,大量企业开始向乡村下沉,由此引发的市场聚集效应推动农村地区物流及数字服务设施的进一步完善,农村直播市场基础不断夯实^[1]。由于直播电商门槛低、速度快、低成本的优势,有利于解决农产品销售不畅的困难,有利于降低农产品销售成本,也有利于解决农产品滞销的问题。商务大数据监测显示,2021 年全国农村网络零售额 2.05 万亿元,占全国网络零售额的 15.66%,同比增长 11.3%。2022 年上半年,全国农村网络零

售额 9 759.3 亿元,同比增长 2.5%^[2](图 2)。农产品网络直播带货,打破了传统的地域销售格局,使农产品滞销的问题得到解决、销售渠道拓宽。

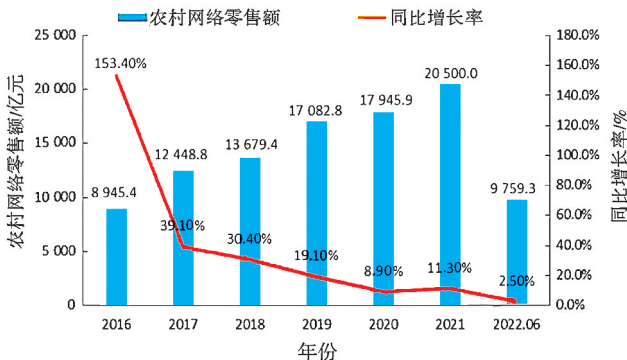


图 2 2016—2022 年农村网络零售额
数据来源：商务大数据。

1.3 提升农产品竞争力,推动农村经济发展

农产品不断取得丰收,要扩大销售范围,产品自身的竞争力是关键因素。而农产品直播电商将作为农产品销售的一种新模式。充分利用互联网的便捷,打破传统销售中时空界限,改变农产品营销,从传统销售转变到互联网销售,通过直播这种独特的形式,有利于农产品的销售渠道拓宽,有利于农产品的介绍更为生动和丰富,使农产品的竞争力得到提升,为农村电商注入了新的活力,使农村经济的发展得到快速发展。

1.4 衔接脱贫攻坚,加快产业转型

乡村振兴以脱贫攻坚为基础和前提,脱贫攻坚的巩固和深化有利于乡村振兴。网络直播营销模式扩大了当地农产品销售范围,有利于促进农产品生产的规模化、形成地域品牌、特色农产品销售半径提高、品牌知名度提高、推动乡村产业转型升级。农产品网络直播营销通常采用场景式营销,主播常常下到“田间地头”实地展示农产品的生态环境和生长环境,加工流程等各个环节,通过对当地绿色生态环境的展示,激发消费者的购买欲望以及对乡村旅游的向往,从而“以点带面”发展当地的休闲农业、游学、康养等项目,延伸农业产业链,实现多业态有机融合,提高产业附加值,有利于产业体量不断壮大,巩固脱贫成果和加速实现乡村振兴^[3]。

1.5 高质量的直播营销人才是农村电商发展的重要推动力量

在农村从事电子商务的有些是中年人,这部分人员存在文化水平不高、不熟悉使用计算机及各种电商平台、对市场信息捕捉不准确、对消费者市场不敏感的情况,以及对农产品营销知识匮乏,没有农产品品牌建设观念。乡村振兴,人才先行。吸引一批能吃苦,懂电商的大学生到农村就业创业,为农村的发展贡献力量,培养一支直播营销队伍,从而扩大农

产品的销量,真正实现乡村振兴^[4]。

2 农产品网络直播营销存在的问题分析

2.1 农产品网络直播管理混乱,直播退货严重

直播行业的准入门槛低,目前还没有统一、规范的行业标准。由于直播面很广,各电商平台缺乏对主播的道德水平、综合素质以及直播能力的审核,导致主播的水平良莠不齐。另外,由于农产品本身的特质,即易腐烂、难运输、保质期不长、不容易储存等特性,有时发生农产品直播带货翻车的现象,直播退货现象频发。首先,由于农产品监管力度不严,有时会发生消费者“拍甲发乙”的现象,消费者收到的实物要么与直播间的样品不符,要么与主播讲解的实际情况不符,导致消费者购买体验差,从而产生退货现象;其次,因为农产品自身的特点,在物流过程中会出现腐烂变质的问题而使消费者退货;最后,由于在网络直播中,存在较强的互动性,主播效应明显,部分的消费者存在冲动购物现象,部分消费者购买产品之后会选择取消订单或者退货,导致退货和售后问题严重。

2.2 农产品存在同质化,品牌营销意识欠缺

当某种农产品成为畅销产品后,会使部分企业跟风生产和销售,产生一定程度的农产品同质化问题,使农产品直播带货陷入通过价格战来扩大销量的恶性竞争,从而导致低质量的农产品充斥直播间。农产品存在同质化现象的原因有两方面:第一,差异化的价值对农产品本身来说是不足的;第二,独特的品牌形象没有树立起来。有的主播善于制造氛围,为了获取利益,存在虚假宣传农产品,导致直播间展示的农产品与发货时的农产品存在不一致的情况,影响消费者对农产品直播带货的体验感和信任度。有的直播间农产品质量较好,但是农产品同质化严重,主播介绍农产品的话术相似,直播流程雷同,直播间没有提供附加的服务体验,直播间复购人数不多,吸粉率不高。

2.3 直播流程和内容原创程度不高,缺乏亮点

在新媒体时代,每个人都可以是内容的生产者,唯有做好内容才能赢得口碑和更多的市场份额。链接产品和消费者的纽带是内容运营,直播间吸引粉丝是通过输出优质的原创内容,增强粉丝黏性的重要途径。然而,目前农产品网络直播营销存在很多乱象,使得直播间的内容和流程同质化严重,且缺乏亮点。第一,假如有一种直播方式火了,那么会引来其他人模仿该直播的拍摄方式、场景、背景音乐,导致有盗窃照片的情况,甚至有恶意差评出现在评论区,使消费者的购买决策产生动摇,同时因为平台利用计算技术,对粉丝在直播间的停留时间、刷屏次数及评论留言情况进行统计,使产品包装、营销话题造

成同质化。第二,主播的话术风格、在直播间的表现千差万别。主播以试吃、现场制作、直播间抽奖等形式和消费者互动,流程简单重复,导致消费者对农产品的购买欲望降低,使直播间下单转化率降低。

2.4 农产品网络直播营销专业人才缺乏

农村本地主播水平有高有低,相关的技能培训不足,同时缺乏与粉丝的互动能力。有些主播在直播时大部分只关心产品的销量,而对客户的购物体验关注较少,对产品的售后服务关注更少,从而影响农产品的销售业绩。有些主播对客户服务意识不强,主观认为消费者只要下单了,自己也发货了,这样交易也就完成了,而对用户黏性和复购等一系列数据重视不够,忽视了客户关系管理和售后服务。比如,在直播时没有及时关注消费者的留言导致回复不及时,面对黑粉没有控场的技巧和方法,缺乏直播间沟通技巧等,导致客户留存时间短,粉丝沉淀低,农产品网络营销出现瓶颈。

3 农产品网络直播营销的对策分析

3.1 提升农产品品质,建设农产品品牌

要建设农产品品牌体现当地特色。首先,要充分挖掘农产品产地的人文因素,包括历史文化、民间传说、诗歌信仰、传统配方等,使品牌进一步形成品质和信誉。在农产品网络直播营销的过程中,可以用好“场景营销”,带领消费者去农产品的原产地进行溯源直播,通过在“田间地头”实时直播,消费者能够通过直播镜头感受到农产品生长的地理环境,包括纬度、光照、气候、土壤等各种自然因素,通过实地展示,突出自然资源的独特性,培育具有核心竞争力的优势产品,促成品牌的独特价值,并形成农产品的市场差异性。其次,要健全农业标准化服务体系,基于现代网络信息技术构建农产品溯源体系,使用信息图像识别技术,让不同地区生产的农产品都使用二维码,方便消费者溯源,消费者通过扫描二维码,可以看到农产品的生长环境、生产运输的过程,使消费者买得放心,加深消费者对农产品的信任。

3.2 加强直播人才培养,提升农产品网络直播整体水平

目前农村地区的电商人才非常匮乏,加强人才储备,既需要盘活存量,提升农民直播的水平,也需要注重增量,引进农产品网络直播人才。首先,政府相关部门要加强对农民主播进行专门的培训,才能使农民进一步理解自媒体时代直播带货的意义,例如网络营销技巧培训和SYB创业培训等,分模块对直播的话术、图文的编辑、直播间的运营、售后的服务进行专门的指导,通过培训培养优秀的经营管理者,使农民更好的销售产品,获取更多的利益。其次,当地政府要搭建桥梁,使地方高校与本地特色乡

村“结对子”,通过产教融合等方式推进校企合作,并引进更多的相关人才,尤其是吸引大学毕业生返乡创业,在农村建功立业。再次,地方政府需要牵头建立农产品产业园区,通过税收减免等优惠政策吸引优质的电商直播企业入驻,对优质农产品进行拍摄宣传,进行直播间的流量导流,推动商业变现。

3.3 优质内容助推农产品营销,增加消费者黏性

在内容为王的时代,只有有闪光点与文化内涵的主播和账号才会受到消费者的持续关注,农产品具有天然的淳朴亲切气息,优质的农产品直播团队需要给屏幕前的用户真实展示原产地的各个场景,主播除了能够清楚的介绍产品的卖点,还能够在直播间持续输出内容,引发用户的情感共鸣,农产品的主播形象要接地气,同时要善于与用户做好互动,农产品要嫁接故事力,从消费者的精神和情绪层面拓展品牌的内涵和外延。将农产品直播内容与相关人的故事结合,找出与农产品有关的故事。塑造使人印象深刻的主播人设,除了产品,直播间还需要给消费者提供情绪价值,保持消费者对账号的黏性,增加消费者对相关主播个人的信任与好感。

4 结语

乡村振兴战略是我国建设农业强国的一项重要举措,农产品网络直播营销是扩大农产品销路的一个重要方法。我们要善于创新,归纳总结经验教训,持续地挖掘农产品网络直播营销的潜力,通过直播的方式不仅能够推广当地特色农产品,引导消费者对乡村美好生活的向往以及对绿色农产品的喜爱,还能解决“农产品销路难”的问题,从而提高农产品在直播间的销量,提振农民的信心和积极性,提高农民收入,达到共同富裕,真正实现乡村振兴,从而全面带动我国乡村经济的发展。

参考文献:

- [1] 卢红辞,周胜芳,卓海弟.乡村振兴战略下农产品直播问题及对策研究:以温州市为例[J].商业经济,2023(7):77-79.
- [2] 千岛湖电子商务协会.中国农村电子商务发展报告(2021—2022)[Z].
- [3] 邵敏.乡村振兴背景下特色农产品网络直播营销的对策分析[J].中国商论,2023(5):40-43.
- [4] 傅承哲,梁倩盈,卢泳莉.乡村振兴中的大学生创业政策:供应内容、实现机制与行为效应:基于行为公共政策的视角[J].广西师范大学学报(哲学社会科学版),2021(9):62-76.

作者简介:陈思洋,女,1984年生,硕士,助教,经济师。研究方向为电子商务、市场营销。