

乡村振兴视域下“农产品 + 直播”营销策略分析

马嘉雯, 刘力彰, 贾蕊蕊, 王振丽*

新疆科技学院, 新疆 库尔勒 841000

DOI:10.61369/SE.2026070009

摘 要 : 乡村振兴战略的实施为“农产品 + 直播”营销模式提供了广阔舞台, 该模式有助于调整优化乡村产业结构。拓宽农产品销售渠道, 提升农产品附加值, 促进农民增收与人才培养, 对推动乡村全面振兴具有重要意义。当前“农产品 + 直播”营销仍存在诸多不足, 亟需从打造农产品 IP、构建营销新范式、培育直播人才、完善物流体系、推动产业融合发展等方面入手, 优化营销策略, 为乡村振兴注入新的动力, 文章在剖析“农产品 + 直播”营销现实意义的基础上, 以问题为导向, 提出相关推进策略, 以供借鉴。

关 键 词 : 乡村振兴; 农产品; 直播营销; 策略路径

Analysis of the Marketing Strategy of "Agricultural Products + Live Streaming" from the Perspective of Rural Revitalization

Ma Jiawen, Liu Lizhang, Jia Ruirui, Wang Zhenli*

Xinjiang University of Science and Technology, Korla, Xinjiang 841000

Abstract : The implementation of the rural revitalization strategy has created broad opportunities for the "agricultural products + live streaming" marketing model, which helps adjust and optimize rural industrial structures. It expands sales channels for agricultural products, raises their added value, increases farmers' income and fosters local talents, thus playing a vital role in advancing comprehensive rural revitalization. At present, the live streaming marketing of agricultural products still faces various deficiencies. It is urgent to optimize marketing strategies by building agricultural product IPs, establishing innovative marketing paradigms, cultivating live streaming practitioners, improving logistics systems and advancing integrated industrial development, so as to inject new momentum into rural revitalization. On the basis of analyzing the practical significance of "agricultural products + live streaming" marketing, this paper adopts a problem-oriented approach and puts forward relevant promotion strategies for reference.

Keywords : rural revitalization; agricultural products; live streaming marketing; strategic paths

引言

农业农村现代化是全面建设社会主义现代化国家的重要内容, 党的二十大报告提出, 全面推进乡村振兴, 加快建设农业强国。扎实推进乡村产业、人才、文化、生态和组织振兴, 在数字经济时代, 农产品营销亟需创新突破, 直播作为新兴营销方式, 为农产品销售带来新的增长点, “农产品 + 直播”营销模式应运而生, 为破解“谁来种地、谁来买单”难题提供了新思路。

一、乡村振兴视域下“农产品 + 直播”营销的现实意义

(一) 助力乡村产业结构调整与升级

产业兴旺是乡村振兴的重点, 长期以来, 我国乡村产业结构不优, 第一产业比重高, 农业增加值和农民收入水平偏低, 发展

“农产品 + 直播”营销, 可以有效整合农业生产、加工、流通等环节, 延伸产业链条, 提升农业产出率和综合效益, 通过直播让消费者直观了解农产品信息, 农户也能更精准把握市场需求, 从而优化种植结构, 发展生态农业、品牌农业。直播营销还能带动农产品深加工、休闲农业、乡村旅游、农村电商等新业态新模式发展, 促进三产融合, 推动乡村产业全面升级, 为农民就业增收拓

基金项目: 本文系2024年大学生创新创业训练计划项目《兼葭集》(编号: X202413561110)。

通讯作者: 王振丽(1979.04-), 女, 汉族, 河南鄢陵人, 公共卫生硕士, 副教授, 研究方向: 养老服务管理。

宽渠道。“农产品+直播”是乡村产业振兴的重要抓手,有利于提升农业竞争力和可持续发展能力。博斯腾湖拥有广阔的芦苇湿地,芦苇生长茂盛,是中国四大芦苇集中产区之一。芦苇作为巴州博湖的特色资源,不仅具有极高的生态价值,还具有显著的经济价值。通过直播营销可以带动芦苇制品(如芦苇画、芦苇工艺品等)、芦根饮品等养生茶的生产与销售,促进当地产业结构优化升级^[1]。

（二）拓宽农产品销售渠道，破解“卖难”问题

小农户“卖难”问题一直困扰农村经济发展,既有农产品自身标准化、品牌化程度不高等主观因素,也有销售渠道不畅、物流成本高等客观制约,发展“农产品+直播”营销,能有效破解这一瓶颈,借助直播平台,农产品可直达消费者,减少中间流通环节。降低物流、人工等成本,主播们熟悉互联网语言,通过直播间讲解产品特色、在线答疑,拉近与消费者距离。提升粉丝黏性和复购率,直播数据实时反馈,大数据分析也让产销、供需更加精准对接,在家门口就能把生意做到全国,既节约了交易成本,又打开了销路,为农民增收提供新通道。巴州博湖的芦苇制品通过直播平台,可以迅速扩大市场知名度,吸引更多消费者关注与购买,破解销售难题。

（三）促进农民增收与农村电商人才培育

发展“农产品+直播”,让农民搭上互联网快车,为增收拓宽渠道。以巴州博湖为例,当地可充分挖掘芦苇经济特色,将资源禀赋转化为直播优势。例如,围绕芦苇工艺品、生态文化等主题开设定制化培训课程,培养既能讲述芦苇故事、又精通电商运营的本土带货人才。通过“以促促产、以播带销”的实践路径,不仅能提升农户数字技能,更能为乡村振兴培育一批懂技术、善经营、有情怀的致富带头人,实现产业发展与人才振兴的双向赋能。以巴州博湖为例,当地可充分挖掘芦苇经济特色,将资源禀赋转化为直播优势。例如,围绕芦苇工艺品、生态文化等主题开设定制化培训课程,培养既能讲述芦苇故事、又精通电商运营的本土带货人才。通过“以促促产、以播带销”的实践路径,不仅能提升农户数字技能,更能为乡村振兴培育一批懂技术、善经营、有情怀的致富带头人,实现产业发展与人才振兴的双向赋能,成为新时代乡村网红,为农村电商注入新活力,直播成为乡村人才振兴的重要途径,既助力农民就地就近就业,又为乡村振兴培育更多带头人、致富能人^[2]。

二、乡村振兴视域下“农产品+直播”营销的现实困境

在乡村振兴推进过程中,“农产品+直播”模式为乡村产业发展、农民增收赋能成效显著,但结合巴州博湖芦苇特色农产品直播实践来看,该模式在落地发展中仍存在诸多现实困境,制约其长效赋能乡村振兴,具体可分为三方面:

（一）产品标准化缺失，品牌竞争力薄弱

目前乡村农产品直播存在非标化问题,大部分农户生产经营比较分散,缺少统一的生产、加工、包装和质检标准,就博湖芦

苇制品和芦根养生茶而言,大部分由农户手工制作,产品在工艺、品相和规格上存在差异,缺少规范的质检模式,无法满足电商平台的售卖要求。同时,当地特色农产品大多依靠自然资源,缺少品牌策划和文化深入挖掘,直播销售主要采用低价走量的方式,产品同质化竞争非常严重;一些主播为了增加销售量会夸大产品的功效并美化产品品质,这既让消费者产生信任危机,也使本地特色农产品很难形成差异化优势,无法达到溢价增值的效果,进而限制产业的长期发展。

（二）专业人才留存不足，人才赋能后劲乏力

尽管各地逐渐进行农村直播电商培训,但是人才不足仍然是主要瓶颈,农村地区在基础设施、薪资待遇和职业发展空间上比较有限,短期培训主要用来普及基础的直播技能,很难培育出同时具备产品认知、运营策划、流量变现和售后维护能力的复合型人才;大部分本土主播只能进行简单的带货,他们不熟悉账号运营、粉丝维护和品牌推广的方法,直播形式比较单一,内容也存在严重的同质化问题。此外,农村电商缺少完整的激励和保障方式,专业直播及运营人员难以有效进行引流和留存,人才流失情况比较严重,博湖芦苇特色产业缺少专门带货人才,难以深入挖掘芦苇文化内涵,无法形成特色直播IP,使直播带货仅限于浅层销售,很难实现产业和人才互相帮助^[3]。

（三）基础设施薄弱，产销运营体系不完善

农村偏远地区在网络、物流和冷链仓储等方面存在的配套设施不足,对直播电商的发展产生了极大限制,博湖位置偏远,芦苇工艺品和芦根茶等产品的物流链条较长且运输成本较高,手工芦苇制品容易破损,生鲜芦根产品也容易变质,本地冷链仓储设施比较缺乏,造成售后损耗率较高。此外,乡村直播大多由散户自主运营,缺少整体产销对接方式;供应链稳定性不够,经常发生爆单后产能跟不上、缺货断货的现象;平台流量竞争非常激烈,乡村小型直播间缺少流量扶持,获客成本高、粉丝粘性低,难以形成稳定客源,极易出现昙花一现的直播热度,无法形成可持续的直播营销模式,难以持续助力乡村产业振兴。

三、结合巴州博湖芦苇经济的“农产品+直播”营销策略路径

（一）打造芦苇特色IP，强化区域文化赋能

通过直播展示芦苇的生长环境、制作工艺及文化故事,打造富有吸引力的芦苇IP形象,要深入挖掘博湖独特的芦苇资源禀赋和悠久的芦苇文化底蕴,细致提炼芦苇产业的核心特色。如芦苇编织技艺背后的家国情怀、传承创新的坚守精神,芦苇湿地的生态价值、滋养万物的母亲河情结等,多维度、立体化地诠释芦苇的美学内涵和人文魅力。要围绕芦苇IP,精心策划开发一系列文创衍生品,如芦苇画、芦苇饰品、芦苇家居等,突出芦苇元素的美学特质,提炼人文内核,赋予更丰富的文化内涵,全面增强芦苇产品的文化附加值和艺术感染力,要创新开展“芦苇王国”主题创意大赛、“穿越芦苇海”直播挑战赛等线上互动活动,在精彩纷呈的体验中充分调动消费者参与热情,沉浸式感受芦苇IP的独

特魅力，不断提升芦苇品牌的影响力和美誉度^[4]。

（二）构建“芦苇－文化－直播”新范式，提升消费体验

要围绕芦苇经济，构建独具特色的“芦苇－文化－直播”营销新范式，在芦苇产品直播中要巧妙融入民俗风情展示、非遗技艺传承等文化元素。如邀请老艺人现场展示芦苇编织、芦苇刻画等传统工艺，娓娓道来技艺背后的动人故事，充分彰显“匠心”理念，传递文化自信，主播可身着芦苇元素服饰，用方言土语讲述芦苇的前世今生，娓娓道来芦苇与当地的渊源联结，充满烟火气息，渲染浓郁的乡土气息。精心打造沉浸式的芦苇田园体验，开设“云游芦苇海”“云赏湿地美景”等特色直播专题，借助VR、全景等前沿技术，让消费者身临其境地感受芦苇产业的全景魅力。沉浸其中、流连忘返，要积极将芦苇直播与博湖旅游相结合，精心设置“打卡芦苇公园”“体验芦苇采摘”等线下互动项目，鼓励线上粉丝转化为实际游客，引导更多人“零距离”感受芦苇的魅力^[5]。

（三）培育本土直播带货人才，建设芦苇产业“主播军团”

要充分挖掘本土人才潜力，加强芦苇直播带货人才的培养和引进，积极鼓励熟悉芦苇产业、有直播天赋的农民、大学生、返乡青年等成为芦苇主播，建设一支“土生土长”、情怀满满的“芦苇宣传队”。让他们成为芦苇经济发展的“点灯人”和“领头雁”，要定期举办芦苇直播培训班、创业大赛等多样化活动，全方位、系统化地提升农民的直播技能，让更多“田秀才”茁壮成长成为“新农人”，积极引进国内外优秀网红机构，开设“博湖芦苇直播孵化基地”。组织专业力量开展“传帮带”，为本土主播提供场地、设备等硬件支持和实战指导，积极搭建芦苇产业主播联盟平台。

（四）完善农村电商物流体系，保障芦苇制品配送效率与质量

要着力完善“芦苇－电商－物流”一体化产业链，全面提升芦苇电商物流配送的效率和质量，加快布局乡村物流站点。因地制宜建设村级芦苇制品集散中心，完善仓储、分拣、包装等设施，着力打通从田间到餐桌的冷链物流网络，确保芦苇制品“原汁原味”，要广泛整合社会物流资源，鼓励快递、农资、供销等企业进驻农村，发挥各自优势，构建便捷高效、多元互补的物流

配送体系。积极搭建芦苇产品质量安全溯源平台，建立从田间信息采集、仓储智能调度、配送全流程监管等数字化管理系统，实现产品全程可追溯、可查询，大力落实快递进村工程，推动实现“村村通快递、户户用网购”。集约发展，降本增效，切实降低农村物流成本，创新推广芦苇制品的循环包装，积极发展共享快递等节能环保的配送模式，减少包装浪费，加强线上线下渠道整合，实现供需精准对接，畅通产销渠道，让博湖芦苇制品走得远、卖得好、有口皆碑。

（五）推动“直播＋旅游”融合发展，促进芦苇经济全面升级

要将芦苇直播与乡村旅游深度融合，打造独具魅力的沉浸式“云游芦苇海”新体验，充分依托博湖芦苇湿地、芦苇工艺、采摘体验等特色资源。开发一批具有芦苇文化特色的主题民宿、文创园区、观光路线等旅游新业态，打造沉浸式“慢游、深游”体验，积极开展“直播＋非遗”“直播＋美食”等跨界营销，深入挖掘博湖芦苇元素，创意开发富有地域特色的旅游商品，让游客“带着芦苇味道回家”，鼓励芦苇主播转型成为“文旅大使”，在直播间生动推介博湖的人文风貌、自然美景，接待线下游客开展互动体验，变身“文化解说员”，精心打造一批“网红芦苇打卡地”，建设集观光、采摘、编织、品尝等功能于一体的芦苇体验园。让游客亲身参与、动手感受，流连忘返，策划举办“芦苇嘉年华”“芦苇音乐节”等丰富多彩的节庆活动，通过直播互动导流，将游客吸引到博湖开展全域旅游，力争通过芦苇直播这一新型营销方式。将内销外销、线上线下、产业融合等多种模式有机结合，多点发力、系统集成，推动博湖芦苇经济实现全面升级，为乡村全面振兴注入新的动能，开辟新的赛道。

四、结束语

“农产品＋直播”模式为乡村振兴提供了新的思路与路径。结合巴州博湖的芦苇经济特点，通过打造特色IP、构建新范式、培育人才、完善物流体系及推动融合发展等措施，可以有效推动当地经济的转型升级与持续发展。未来，应继续深化“农产品＋直播”模式的应用与实践，为乡村振兴注入更多活力与动能。

参考文献

- [1] 张雪，李雪阳. 乡村振兴背景下农产品直播带货现存困境与优化路径 [J]. 商业经济研究，2026 (05):118-121.
- [2] 王佳宁. 农产品区域公用品牌 IP 赋能直播营销机制研究 [J]. 农业经济，2025 (09):132-134.
- [3] 刘思远. 数字乡村建设中农产品直播物流体系短板及完善对策 [J]. 物流科技，2025,48 (07):112-115.
- [4] 陈雨桐. 直播电商视角下乡村特色农产品产业融合发展路径 [J]. 农村经济与科技，2024,35 (16):178-181.
- [5] 赵浩然. 乡村直播人才培育体系构建研究 —— 基于农产品电商发展需求 [J]. 成人教育，2024,44 (03):65-70.