
创新乡村电商直播研究

——以丽水市淘宝村为例

陈爱丹 李海鑫 吴欣怡 詹任音 陈奕彤 吴启闻¹

(宁波财经学院, 浙江 宁波 315000)

【摘要】: 通过对浙江省丽水市淘宝村电商的深入调研, 综合发挥团队的专业、经验和地域优势, 灵活运用公益直播这一形式深度融入乡村电商, 进而探索提出解决当下乡村传统电商中存在的营销渠道不畅、从业人才匮乏、物流保障滞后、品牌效应不高、平台引流成本较大等实际问题的路径。

【关键词】: 直播 电商 问题 对策

【中图分类号】 F323.7 **【文献标识码】** A

1 前言

自互联网普及中国, 抖音、快手等 APP 也占据大家的生活。这些带有多功能的应用软件不仅丰富了人们的精神世界, 而且在一定程度上也带动了经济的发展。互联网技术的兴起直接带动了直播这一新兴行业。

2020 年疫情的打击下, 全国经济整体受到较大影响, 乡村经济也受到极大的冲击, 急于需要一种现代的直播带货方式挽救。像李佳琪、薇娅这样娱乐圈的各种明星、行业名人等纷纷加入直播营销带货行业, 直接带动了实体经济的高速发展, 使疫情下的中国经济并没有受到毁灭式的打击。在此背景下, 直播带货的优势被新农村的各界人士借鉴并由部分乡村干部率先响应, 带领新农村诞生了乡村直播经济的新模式。

2 调查方案设计及调查结果分析

2.1 调查目的与意义

随着党的十九大顺利召开, “美丽乡村建设”这一重要话题引起人们广泛关注, 全国各地也积极的投入到乡村改建中去。然而, 2020 年春节即将到来之际, 一场突如其来的疫情打破了一切——农民的作物销路不畅。传统“买、卖、物同步”的方式受到了极大的冲击, 产品的储存和销售渠道是他们所要思考的一大问题。在现代互联网为主的时代, 一种“云直播”的方式极大地解决了销售渠道的问题。实现买者、卖者之间的实际需要, 采用云经营的方式, 实现农村经济稳步发展。

2.2 调查方法

问卷调查法。为全面了解被评为淘宝村县镇的经济发展状况和对直播这个新兴行业的理解程度, 采取随机调查的方法, 在

作者简介: 陈爱丹(2001-), 女, 浙江丽水市人, 本科在读。

丽水市被评为 6 个淘宝镇 21 个淘宝村中，在 6 个淘宝镇中随机抽取一个乡镇。由于受村民文化程度的限制，为了保证调查结果的真实性和合理性，将每一份调查问卷都亲自送到农民手中，对村民采取面对面口头调查的方式进行。同时，考虑到大部分的村民还是会使用智能手机和微信，因此电子调查表，纸质调查表和口头调查三者同时进行。走访的 70 户以家庭种植业为主的农户中，共计收到有效调查问卷 70 份，经过选择过滤，收到有效问卷 64 份，问卷有效率达 91.4%。

2.3 调查结果分析

(1) 农户基本信息。

从统计的数据看出，农户以壮年人居多并且大部分的人都收看过直播，那么也会对直播助农这一行业有所了解。因此，通过后期的深入研究是可以利用他们农作的技术和互联网相结合来带动疫情下农村经济的发展。从受访的 64 家农户中，我们可以看出使用过流行软件的还是大部分人，仅仅只有 3% 左右的家庭是没了解直播的，这些都可以是潜在人群，为未来直播带动农村经济的重点攻克对象。

(2) 销售的产品种类。

对销售过农产品农户从中细分可以看出在直播平台上应季农产品是占主要的。如应季水果等，而为了迎合大众多口味的需求，直播这样一种从线上到线下的一种方式可以实现水果自由，无疑是直播的一个闪光点。

(3) 认为直播中购买产品的便利程度。

从已经多次购买直播中产品的农户当中，有 52 户是认为直播是非常便利的，占比 36.84%；31 户认为直播仅仅是一般便利的，占比 54.39%；5 户认为直播根本没有便利的，占比 8.77%。

(4) 认为直播助农未来发展前景。

从受访的农户中可以看出，5 个农户中对直播未来发展不感兴趣，占比 8.77%；2 户农户不倡导其发展，占比 3.51%；37 个农户人为直播的发展前景是很有前途的，认为利大于弊，希望其发展的越来越好，占比 64.91%；是持有观望态度的，认为可以试一试的有 13 户，占比 22.54%。

(5) 身边是否有人从事直播行业。

从受访的农户中看出，大多数人是并没有从事直播带货这一行业的，占比 52.63%；而有那么几个人是从事这行业，占比 40.35%；只有 4 户农户身边大部分人从事这一行业，占比 7.02%。

3 丽水市淘宝村传统电商存在的问题

3.1 传统电商模式在营销渠道方面具有局限性

传统电商营销方式比普通线下实体店买卖方式下所带来的买卖力度更加强有力，但是在中国这个飞速发展的社会环境中，传统的电商营销模式还是不能达到供给市场所期待的市场需求量。营销渠道的单一和狭窄制约了传统电商模式的发展壮大。受营销渠道狭窄的影响，形成“屯货”危机。这种情况对于农产品的一个重要的卖点——“新鲜度”而言是致命的，并且在此情况的影响下，商家对于农产品的储存又需要花费一笔钱，成本随之提高，即便是如此农产品往往还是身价大跌从而损害商家的

利益，大家只有在认售价低的时候才选择入手，而价钱高涨时无人问津，因为他们并没有从以往的消费中发现农产品的优质品质，不利于持续经营发展。至此，在传统电商模式下营销渠道是一个巨大的局限。

3.2 传统电商模式在从业人才方面具有匮乏性

“电商人才”是具备直播带货能力、运营管理能力实践能力、战略指定能力、创新型能力的人才。当前农村电商最缺乏的就是实践人员，因为对于农村电商而言，他们没有经过系统化和理论化知识体系的构建，缺乏专业人士的引导和宣传，同时也缺乏实际操作运营模式的机会，不能更好地经营自己的团队。但是一般意义上，农村电商不具有聘请高知人才的能力，他们只能选择一些操作人员，这部分人指的就是能够从事使用支付工具、懂得退换货等基本的网购操作人员，农村电商的奔波之路人才匮乏是最大的瓶颈。

3.3 传统电商模式下的物流存在明显弊端

供应链短路、市场反应慢、不利于物流总成本的控制、库存管理中存在效益背反、改进传统物流系统等。供应商和销售点的库存，往往双方是不通气的，库存商品在整个供应链上不透明，无法达到信息共享。这会造成双方都积压库存，都造成损失；或者某方库存很多，另外一个地方却断货了。其实库存不是商业秘密，只有整个供应链的库存是透明的，才可能利益最大化。要使库存透明，成本达到最低，效率达到最高，就要改进传统物流，让农产品可以更好更快地送到买家的手上。

3.4 传统电商面临重大的品牌效应不足

品牌效应通俗来说就是指品牌对企业或者公司所带来的效应，就比如口碑、利润、文化传承等一系列有利于公司企业可持续发展的概念。传统电商在品牌效应方面做的却并不是很突出的。淘宝是我们现在买东西不可缺少的一部分，它作为最为公众所知的传统电商，我们打开各种店铺仔细观察可以发现，除了一些品牌的旗舰店之外，其他的店铺的界面可以说是非常简洁的，甚至连介绍产品可能都不能淋漓尽致。那么，作为发展较为前端的淘宝都尚是如此，那么其他各乡镇地方的传统电商的发展空间那必定是不可估量的。

4 丽水市淘宝村创新电商模式举措

4.1 建立建成冷链物流运输；改革“人找货”形成“货找人”；采用短视频联合现场直播方式营销

首先，小件快递在包装上也能够做到降温处理，能在运输时保持果蔬产品的新鲜度，不至于因为温度升高而腐败变质。其次，改革传统电商模式营销中的“人找货”模式，通过快速传播的网络渠道，进而形成“货找人”模式，所谓“货找人”，利用好时下的网络技术，让产品自动找到买家，买家被需要的产品“发现”，从而诱导客户下单购买。最后，其实我们还可以通过短视频记录产品的生长、采摘、出库等全过程。再通过网络直播的方式，通过与直播平台中的网络名人合作，通过利润分层的形式进行销售。这样销售方式可以有效提升销量，最大程度地开发线上需求，开拓网络销售渠道。

4.2 根据当地的实际情况来制定一套专门的人才需求方案并且给予奖励制度，吸引更多的专业人士来从事这份工作，推出支持大学生返乡就业的政策，同时需要高校院所的智力支持

在农产品种植技术和质量方面对农村电商工作人员给予智力支持。再者需要企业的经济支持。企业可以对于自己所看好的电商给予经济支持，进行投资，一方面可以开设专门的研究课程，培养出更多的专业人才，提升现有农村电商经营模式的局限性，另一方面也可以给农村电商更好的经营环境和经营条件，吸引更多的人进行这份工作，同时引进更多的设备，扩大农产品的生产力度和推销力度。

4.3 将传统物流转变为创新电商模式下的现代物流，完善公益乡村直播下的物流体系

面对顾客需求变化、流通渠道重组以及其他挑战，现代物流同传统物流相比，有突出优势：物流反应快速化、物流功能集成化、物流服务系列化、物流作业规范化、物流目标系统化、物流经营市场化、物流手段现代化和物流组织网络化。丽水市淘宝村可以抓住现代电商物流模式的优势之处，与各大经济实惠又物流快捷的现代物流公司达成长期合作，如邮政、顺丰、韵达等。村里还需要建立集中物流存放地——村村驿站，方便村民集中包装、发货，甚至还可以将业务发展到邻村，一起直播卖货，利益共享。

4.4 构建社群粉丝体系，挖掘品牌会员价值建立在粉丝经济、会员经济和熟人经济的社交营销基础上，放大“熟人”的造血作用，激发主动搜索并带动更多人消费

加强差异化业态融合，拓展多元运营模式创新企业应加强与大数据管理平台、文化传媒公司等异业之间的交流与合作。提高品牌黏性与流量变现能力。将主要精力和资金放在布局策划及包装价值上，在抖音、微信等主流社交平台上开设专栏，将时尚买手短视频创作、网红博主直播带货等用于营销推广；从微信私人号自媒体入手，启动微网红“造星计划”，熟悉平台商品，创新包装、文案等，积累垂直精准粉丝群体。

参考文献:

- [1]王秀梅. “互联网+”背景下特色生鲜农产品供应链的优化策略——以从化火龙果为例[J]. 商业经济, 2021 (04).
- [2]徐晨曦. 智能仓储的解决方案从“人找货”到“货找人”[J]. 中国战略新兴产业, 2018 (21).
- [3]康蕊. “粉丝”经济在农产品销售中的影响意义研究[J]. 农业经济, 2021 (03).
- [4]李文荣, 康玉国. 我国棉花现代物流业发展对策探讨[J]. 中国棉花加工, 2008 (04).