

基于“直播带货”思考衡阳 农村精准扶贫工作的新路径

李皎洁 欧阳琳¹

(湖南财经工业职业技术学院, 湖南 衡阳 421002)

【摘要】:“直播带货”作为一种新兴的电子商务形式,在巨大的引流效果下形成了较为广泛的社会影响力。本文主要对当下最为热门的“直播带货”助农现象进行探讨,并结合湖南省衡阳市农村精准扶贫工作,介绍“直播带货”这一新路径的应用现状、存在的不足以及可行的优化策略,为推动衡阳“直播带货”与精准扶贫工作的深度融合提供一定的参考。

【关键词】:衡阳 农村 精准扶贫 直播带货

【中图分类号】F323.8 **【文献标识码】**A

在2020年全面建成小康社会的攻坚任务下,湖南衡阳市持续发力,深入开展精准扶贫工作,并基于不同区域、不同特色制定稳定的脱贫长效机制。衡阳市有丰富的农林资源,第一产业产值高,依托农业开办的加工企业、合作社数量多,但是农民群体中贫困人口多、精准扶贫工作任务重,增加销量、扩大生产、提高产品附加值是保障农民增收、创收的主要途径,也是从根本上完成精准扶贫工作的关键。近两年来,“直播带货”成为最热门的产品营销模式,通过“直播带货”可以面向全国消费者推介产品、销售产品,为此,衡阳市在开展农村精准扶贫工作中正在积极尝试探索“直播带货”模式的应用。

1 “直播带货”及其助农优势

早在2015年,国务院就提出可以应用电商来带动扶贫工作的开展,“直播带货”是一种新的电商形式,因此,应用“直播带货”来开展精准扶贫成为了一种自然而然、且被普遍认可的方式。“直播带货”基于流量产生交易量,同时依托粉丝红利,主播可以与观众进行一定程度的沟通,其与电视购物有一定的相似之处,但是相比电视购物,其走的是新媒体路线,一部手机既可以看直播,又可以直接在页面中点击购买来完成交易,之后在家等待送货上门即可。对于消费者来说,购买行为变得有意思、有互动,也更便捷。

“直播带货”对于贫困地区农特产品、手工艺产品等的销售来说像是一针“强心剂”,其有效解决了这些产品的推广介绍、信息传播、货物产销低、库存压力大的问题,在线帮助农民打开销路,提高农民收入,具有影响力大、见效快的助农优势。

2 衡阳农村“直播带货”精准扶贫工作现状

作者简介:李皎洁(1994-),女,湖南衡阳人,本科,硕士,助教,研究方向:经济管理、职业教育
欧阳琳(1981-),女,湖南衡阳人,研究生,硕士,教授,研究方向:经济管理、职业教育。

基金项目:2020年度衡阳市社会科学基金项目《衡阳农村电子商务与精准扶贫工作融合机制研究》(项目编号:2020D006)的研究成果

2020 年是衡阳农村精准扶贫工作的决胜年，开展在尝试应用“直播带货”模式之后，将“直播带货”定为开展精准扶贫以及未来农村脱贫致富的新路径。从 5 月份开始，衡阳市搭上了“直播带货”助农精准扶贫的顺风车，在地方政府主导或者支持下，有官方合作的“直播带货”，有乡村企业开展的“直播带货”，甚至连农民自己也成为了带货主播，为自己家的产品代言，“直播带货”活动开展如火如荼，并且取得了巨大的成效。衡阳广电官方抖音号“看衡阳”除了开展新闻直播，也将“带货”纳入到了直播业务，其是继深圳卫视之后的全国第二家具备“直播带货”权限的抖音媒体号，为衡阳农村精准扶贫工作的开展提供了大力支持。9 月 25~27 日，衡阳举办了“电商扶贫直播带货节”，将衡阳 7 县 5 区的上千种农特产品进行直播销售，并且形成了线下展销、线上同步销售的模式，活动第一天就完成了 109 万元的销售额。

3 衡阳农村“直播带货”精准扶贫工作存在的不足

3.1 产品销售过于依赖主播及平台

“直播带货”能够在短期内具有十分巨大的营销影响力，并且可以同步卖出很多产品，提高产品销量，解决直销库存问题。但是“直播带货”想要真正达到产品销售的效果，其往往是大型媒体平台所举办的“直播带货”会，或者是头部主播、网红红星直播兜售才能实现，没有流量和粉丝的情况下，并无法把货卖出去，特别是在衡阳市农村精准扶贫工作中，很多产品没有知名度，即使是依靠主播和平台来引流，也需要其进行一定的宣传才可以。所以，“直播带货”也是有成本、有策略的，并非随意开设一个直播账号就能达到卖货的效果，

3.2 难以形成完善的产业经济链条

“直播带货”往往只是产业经济链条中的一个环节，虽然利用“直播带货”的产品销售模式具有一定的助农效果，而且能够及时将农特产品等销售出去，但是就当前来看，几乎没有专门的农特产品“直播带货”平台，也没有主播是专门为农村精准扶贫、农特产品销售来服务的，往往只是特定的农特产品来“搭”相应媒体平台或者是知名主播的“直播东风”。虽然能够将产品销售出去，但是却无法形成回购效果。

3.3 未形成地方农特产品“品牌”

在衡阳农特产品“直播带货”时，主播往往会介绍衡阳的特色，这里的农村出产哪些特产，这些特产的口味、口感等，从而吸引消费者的购买，但是，衡阳今年所开办的一些“直播带货”活动中，大多并没有提及品牌概念，打的是城市品牌，地方政府扶农助农的理念，这样的话，对于消费者来说，购买产品时有一定的“情感分”，但是并不代表消费者真正喜爱这些产品。而且在缺乏品牌的加持下，这种为农村精准服务而开展的“直播带货”只能起到单次销售的作用，后期即便是消费者想要回购，也没有相应的渠道。

3.4 物流、售后等配套服务存在不足

在衡阳农村精准扶贫工作中，“直播带货”实现了大量产品的销售，但是在销售之后，不乏出现在物流环节以及平台或者主播的售后服务环节出现问题。比如利用普通的物流包裹来运输农特产品，有时可能会造成产品的损坏，特别是水果一类的产品遇到磕碰最容易变质；而且如果出现消费者的退换货需求，在“直播带货”主播或者平台这边处理起来是比较慢的，一方面，此类“直播带货”平台每天处理和销售的品类十分丰富、销量高，无暇提供有效的售后；另一方面，主播直播间只是起到销售中介的作用，想要退换货需要与地方政府或者商家进行比较多的沟通协商，处理效率低。

4 衡阳农村“直播带货”精准扶贫工作的优化策略

4.1 优化本地平台，培养粉丝群体

衡阳农村“直播带货”精准扶贫工作取得了一定的成效，并且也享受到了新型电商模式的红利，虽然现在其在开展“直播带货”时需要依托一些公司平台或者是知名主播直播间，以借助其粉丝经济的效应来实现销售，但是从长远目标来考虑本地农村精准扶贫工作的开展，衡阳市相关部门有必要进一步优化本地“直播带货”平台，并且培养出相应的粉丝群体，从而形成“本地平台”和“其他平台”协同作用的“直播带货”模式。就当前来看，衡阳市应投入资金着重打造“看衡阳”抖音直播平台，将其打造成专业的“直播带货”平台，形成地方特色，并培育出衡阳自己的明星主播，也可以在“直播带货”时邀请明星、网红等来助力平台直播，但不能脱离本地直播平台的建设，以形成长远效益。

4.2 注重引导回购，形成持续链条

“直播带货”在解决衡阳农村精准扶贫工作方面提供了新的思路和方法，但是农村精准扶贫是一个长期过程，并不能单靠几次“直播带货”就实现持续的产业链条发展，因此，在推动“直播带货”模式的应用时，还要注重引导消费者回购，这就需要更为稳定的销售平台，也需要通过“直播带货”来形成口碑传播。所以，“直播带货”的每一个环节都要做好，并在“直播带货”时给消费者介绍如何进行回购的方式，或者是在销售出去的产品包装中附带回购方式。

4.3 建设地方品牌，形成品牌效应

衡阳农村精准扶贫工作可以通过“直播带货”完成攻坚克难，但是脱贫工作是一项长期工作，一刻也不能放松，一旦放松，之前所努力的扶贫成果可能付之东流，所以，必须要建设衡阳农村特色品牌，并形成本地农特产品的品牌效应。衡阳市可以通过“一县一品”的品牌建设方案，集中优势资源，抓大放小，发展特色农业，通过一种农特产品来带动一个县农业的发展。就当前来看，衡阳耒阳红薯粉皮、祁东酥脆枣、常宁茶油、三樟黄贡椒、常宁无渣生姜等，都是各县的特色产品，可以专门打造成地方农特品牌，如同“库尔勒香梨”一样，形成全国性的品牌效应。为了增强品牌影响力，衡阳市还可以考虑打造“衡阳农特品牌”，就如同食品企业开发系列产品一样，衡阳市注册由政府持有的本地农特品牌，其中再设置系列农特产品，从而形成真正的品牌影响力和品牌带货效应。

4.4 加强物流合作，完善售后服务

衡阳市在推动“直播带货”精准扶贫的同时，要提前做好物流以及售后服务的对接工作，一方面，其有必要与平台、主播以及物流企业达成相应的物流保障协议，对于因为物流运输而造成产品损坏、变质的问题，需要物流公司承担全部责任，与此同时，衡阳市也需要考虑到不同农特产品在远距离运输时的特殊要求，做好合理有效的包装和保护；另一方面，平台内需要提供相应的售后退换货或者退款服务，带货主播直播间也需要为客户提供相应的售后服务，并在消费者提出问题后主动与衡阳市相关部门或者企业进行沟通，避免售出无售后的情况出现，另外，衡阳市也可以为此类精准扶贫“直播带货”设立单独的售后服务电话。

5 结语

综上所述，衡阳市必须制定农村精准扶贫“直播带货”长效机制，形成衡阳本地品牌，充分发挥出衡阳特色，真正通过“直播带货”来实现精准脱贫，拓展农特产品的销售渠道，提高农民收入，进入衡阳农特产品的“直播带货”新纪元。

参考文献:

[1]丁兰. 新时代打赢脱贫攻坚战的思考[J]. 吉林农业, 2019 (17).

-
- [2]姜婧. 社会治理框架下的精准扶贫事业发展探析[J]. 管理世界, 2018(04).
- [3]周翀. 浅析精准脱贫攻坚与乡村振兴战略实施[J]. 现代经济信息, 2019(06).
- [4]左停. 十八大以来农村脱贫攻坚政策体系的完善与创新[J]. 人民论坛, 2017(30).
- [5]曲亚宁, 赵海平. 精准扶贫的文献研究论述[J]. 广东蚕业, 2018(08).
- [6]鲁振满. 金融支持安康“精准扶贫”的实践与思考[J]. 西部金融, 2018(05).