

游播：电商直播服务于新农村建设的实践与思考

——以“中国兴化菜花旅游节”直播活动为例

薛卓之 龚丽淋¹

（常州纺织服装职业技术学院，江苏 常州 213164）

【摘要】 随着信息技术的发展和农村信息工程的推进，我国农村电子商务发展迅猛，尤其是“直播+电商”模式，在推动新农村经济平稳健康发展发挥了重要作用。以“兴化菜花旅游节”为例，将电商直播服务于新农村建设的实践中，并提出相应的发展建议。

【关键词】 乡村振兴 电商直播 新农村 农村电商

【中图分类号】 F274 **【文献标识码】** A

2022 年 2 月 22 日中央一号文件发布，在开启全面建设社会主义现代化国家新征程之际，一号文件的发表促使我国乡村振兴战略扎实有序推进。依托国家对农村项目的重视，结合第三产业创新，挖掘乡村振兴内涵，打破目前游播货和场的局限性，开拓以乡村为背景、文化为载体、游播为实践途径的新游播模式，激活第三产业新生命力^[1]。

1 直播助农背景

电商直播带货在政府推动和平台带动下，形式逐步渗透到农产品销售领域，成为电商助农的新形态。直播助农的发展背景主要体现在以下三个方面：

一是国家政策引导，高度关注电商助农消费扶贫。近五年的中央一号文件中均关注互联网带动农业产业升级和农产品销售，国家农业农村部近两年牵头发起各类助农活动，农民、直播明星、地方官员纷纷开始借助各类直播平台销售农产品，取得了一定成效。

二是受国内外经济环境变化影响，根据文化和旅游部财务司发布 2021 年国内旅游数据显示，国内旅游总人次 32.46 亿，人口流动性的降低使得文化传播特别是实施乡村振兴战略背景下农村文化传播受阻，进一步造成文化周边例如文创产品、地方特色美食等滞销；2021 年我国原材料、劳动力等生产要素流通有所不畅，木材、海绵、有色金属等原材料不断上涨，产业发展一定程度上受限。文化传播受阻和产业发展受限，造成了人均收入降低，最终影响乡村振兴战略实施推进。

三是各类平台纷纷用直播形式推动农产品上行。各级政府官员都在尝试线上直播，直播平台积极配合，淘宝直播与来自河南、山西等 11 个省市的代表共同启动了“村播计划”，与全国 100 个县域建立长期直播合作，培育农民主播，助力农产品出村

作者简介：薛卓之(1992—)，女，讲师，硕士，研究方向：电子商务应用。

基金项目：2021 年江苏省大学生创新创业训练计划省级一般资助项目(编号：202112807010Y)；常州纺织服装职业技术学院 2022 年教师企业实践锻炼项目；2021 年常州纺织服装职业技术学院优秀骨干教师项目资助

进城^[2]。

在新农村建设加快推进背景下，在开启全面建设社会主义现代化国家新征程之际，基于当前电商直播行业如火如荼发展及巨大市场前景和潜力条件下，探索和寻求能为文化传播打开“快车道”、能为产业平稳有序健康发展提供保障的新电商直播模式——游播尤为重要。

2 兴化菜花节游播可行性分析

在传统经济受国内外市场变化影响，新经济动能也在迸发涌现，危中有机，危中寻机，也为电商直播、直播助农迈向高质量发展提供契机。服务于新农村采用游播模式的适用性，是传统直播模式的拓展，尤其是适合于场景化直播，讲好中国故事、中国文化势在必行。

iiMedia Research 发布的《2020-2021 中国在线直播行业年度研究报告》中数据显示，2020 年整体在线直播用户规模达 5.87 亿人，旅游直播等细分领域快速发展，旅游企业为激活市场纷纷加入直播大军，开辟新的旅游产品营销路径。

(1) 兴化菜花节游播具有得天独厚的政策条件。早在 2019 年，兴化市委书记李卫军在千垛菜花旅游节筹备工作会上对菜花节的举办提出要求。一是要充分挖掘特色亮点，把兴化旅游资源“聚宝盆”转化为旅游产品“万花筒”，形成百花齐放、百花争艳的“大旅游”格局；二是软实力要强，要扎实推动“智慧旅游”建设；三是要主动对接高端媒体，充分利用“多端”平台，不断创新对外推介的途径和方式，全面推介兴化的优质资源。

(2) 在兴化菜花节游播具有“场”的有利条件。兴化，俗称梦里水乡，是全球重要农业文化遗产，江苏省四星级乡村旅游点，千垛景区以“垛田”特色地貌享誉全球，是全球唯一的水上油菜花海。

(3) 在兴化菜花节游播具有“货”的有利条件。江苏兴化“垛田”农业系统，以其相关景观、生物多样性、知识和文化的保护体系成为联合国全球重要农业文化遗产保护地之一，孕育出以兴化大米、兴化龙香芋、兴化荷藕、兴化鱼圆、兴化大闸蟹、兴化小龙虾为代表的特色农产品。

(4) 传统的游播主要面向于旅游行业，以慢直播的方式推广旅游目的地或旅游产品，从而促进旅游地区的经济增长。“随走、随看、随体验、随直播”的游播模式正是传统直播的全新升级，多层次展现产品或服务的特质，与传统游播模式相比更是拓宽了“场”和“货”，“场”不仅仅面向旅游目的地，还包括新农村、企业生产环境、商品制作工艺等，“货”也不再局限于旅游产品、带货卖货，拓展到民俗风情、文化输出、工艺展示等，更为平实亲近地向用户展示“场”和“货”。

3 电商直播服务于新农村建设活动的实践

3.1 造势，活动前准备

3.1.1 直播平台选择、账号搭建

随着新技术的发展，各类直播工具平台纷纷进入人们的视线，如抖音、快手、微视频、花椒、淘宝直播等平台，“直播+”的产品与内容创新不断显现，涉足于短视频、电商、游戏、泛娱乐等领域，在线直播平台也更加注重精细化与专业化运营，通过产品、形式与内容的创新塑造和强化自身差异化优势，并通过技术赋能提升用户体验，布局更多业务和内容模块。在选择直播平台时，应该立足于内容定位，充分考虑到用户群，选择合适的平台。兴化菜花节游播活动旨在传达千垛美景、当地人文及新农村建设成果，传播账户的名称、头像、签名等设置也是活动行走的形象标签，选择了抖音和微视频平台，借助短视频预热和账号积

累粉丝，展示公益性质的文化输出^[3]。

3.1.2 搭建直播场景

一场高质量的直播，场景是非常重要的，尤其是游播板块，场景是首要因素，不管是目的地景区，还是具体到当地的文化产品输出，都需要考虑到游播的属性，与传统的带货直播不同，是一场体感型消费，每个人对游播回馈的理解也会有所不同，粉丝们观看的不仅仅是产品指标，更加会带入自己的感情或情怀，更需要深入到场景中才能给粉丝们带来比较直观的感受，从而刺激消费者的消费观、体验感。因此，游播对于场景设计的要求更高。千垛菜花旅游节直播场景遵循游客们的游览路线，主要设置四处，分别是开幕式观众席、菜花田间、游船、新农村公社，以常纺服装秀为主线，顺着模特脚步深入目的地，让直播间粉丝领略别样的菜花之美、青春之美、文化之美。

3.1.3 拍摄直播短视频

优秀的短视频可以达到上百万甚至千万级曝光效果，在直播前进行短视频预热显得尤为重要。直播短视频的预热话题需要锁定目标群，提炼主流需求，兴化千垛菜花旅游节的目标受众，是一群热爱旅游、春天踏青的周边用户，在前期短视频引流内容选择上集中于新农村美食、美景、文化、建设四个方面，引导视频观看者关注直播间。

3.1.4 分享，直播中展示

(1)账号引流、短视频持续输出。直播开始前，在直播平台预热，一方面鼓励观众关注直播间，积累原始粉丝；另一方面调试软件与硬件，争取在直播正式开始前达到最佳状态。直播进行时，短视频的输出仍然是引流的重要手段，可以选择直播花絮、直播现场等内容设计。在兴化千垛菜花旅游节直播阶段，拍摄搞笑、文化输出、名人推荐等类型的优质短视频内容，如在抖音平台直播时，充分利用短视频引流方式吸引用户进入直播间。

(2)游播展示。游播活动紧扣目的，围绕效果预期来设定，分为开场、过程、收尾三个阶段，游播团队需要将“获取感知、提升兴趣、促成接受”的阶段目标友好地植入执行环节。

1. 开场设计。游播开场尤为重要，是留给观众的第一印象，观众进入直播间会在1分钟之内决定是否停留，主要根据开场判断，如开场是否有吸引力，主播是否有特点等因素。开场观众主要来源于前期宣传和平台流量，为促进直播间的持续火爆，主播需要主动引导观众分享并邀请朋友加入直播间。菜花节游播活动中，开场的阶段目标是获取感知，需要利用开场让观众第一时间了解这场直播的内容、形式、组织者等信息^[4]。

2. 过程设计。游播过程设计是主要内容输入环节，达到提升观众兴趣的阶段目标，一方面使观众对直播本身产生兴趣；另一方面使观众对游播所倡导的理念、观赏的风景、传递的文化、推荐的产品产生兴趣。在主播选择上可以优先考虑有特色、接地气、个性化的主播，比如针对兴化千垛菜花游播活动，将当地人文和景观有机融合能提高内容质量，兴化土生土长的主播用家乡话直播更有亲切感。主播要学会与观众做“朋友”，针对兴化千垛菜花游播，可以充分利用场景优势，邀请现场观众一起参与直播，做互动游戏或分享感受。

3. 收尾设计。好的游播收尾环节能够起到“画龙点睛”的作用，让观众接受并喜爱当地文化、风景、产品、理念等游播输出的内容，同时愿意分享到其他自媒体平台上形成二次传播的效果。

3.3 维粉，活动后复盘

游播活动复盘主要包括数据分析和经验总结两部分。每场直播都会产生直接的数据，通过相应的计算可以产生二次数据，一系列数据反馈出当次游播活动的效果，结合直播过程的剖析和总结，客观反应本次游播的效果。游播团队还需要通过自我总结、团队讨论等方式整理经验，如可以从“人、机、料、法、环”五个因素进行全面梳理，随后按照“经验、教训、问题、方法”进行归类和整理，只有不断总结、汲取经验，才能发挥数据的最大价值，有效对粉丝维护和管理，优化并提升后期游播活动。

兴化菜花节游播活动将赏心悦目的时装秀、悦耳动听的花田音乐会等传统文化活动展示出来，带着云上游客品美食、鉴民俗、赏美景，与兴化旅游项目相结合，提升了兴化旅游文化品牌影响力。助农电商游播模式不仅仅停留于传统的直播电商带货模式，在带货和流量火爆的背景下，是对农村农业产业化发展的新思考和农村旅游品牌化发展的新思路^[5]。

4 总结与反思

4.1 游播与乡村振兴建设的有效衔接

4.1.1 讲好中国新农村故事，赋予新农村新时代特征

讲好中国新农村故事，是有效向外传播新农村对自然、对历史、对世界、对未来的看法，就一定要关注平凡而勤劳、普通而伟大的新农人奋斗圆梦的故事。一是要采用合适的直播形式，通过直播方式的对比，结合兴化菜花节成效显著的案例，游播是讲好新农村故事、赋予新农村新时代特征的有效直播方式；二是要通过建立专业的游播平台，在新农村的大环境下孵化新农村品牌，打造具有一定影响力和广泛受众的直播专业发布平台，搭建起新农村-新农人-游播平台-消费者的连心桥。

4.1.2 创新游播新模式，打造新农村品牌内涵，赋予农村品牌新活力

新农村的发展有两个很重要的方面，生态和文化是最核心的两个支柱。新农村品牌化能够引导乡村振兴路径的转变，可以改变整个乡村的形象，迎合日趋年轻化消费市场“品牌消费”的特征。例如千岛湖的有机鱼头的畅销和长久以来的盛名在外，好水养好鱼的传统养殖理念缔造了长久以来的盛名，好水是淳安的生态，好鱼是淳安的产品；千岛湖有机鱼头通过直播平台成为了年货中的畅销货，让更多人了解千岛湖有机鱼头的养殖文化和当地的风俗人情，这是文化的传播。结合千岛湖有机鱼头的案例，笔者认为要激活农村品牌新活力，一是要做到创新游播模式。让受众沉浸式体验乡土人情和产品，边游走看乡村生态、边聆听品新农村产品沉淀的文化故事、边体会悟新农村产品人与自然和谐相处的文化沉积，消除消费者与乡村之间的距离感。二是要做到沉下去，挖起来，传出去。沉入新农村生活、生产和实践，以新农村产品为中间媒介，找寻产品体现的新农村生态基础，挖掘产品蕴含的新农村文化，形成好生态、新农村产品和新农村文化三者相互促进的良性循环。

4.2 强化游播监管，保障持续发展向好的势头

4.2.1 提升游播从业人员职业素养，营造良好的直播市场环境

目前，游播人员职业素养良莠不齐，游播市场环境鱼龙混杂。为保障长久以往游播对助力乡村振兴有利发展的成效，一是职业教育从业者要做到提升游播从业者的职业素养。通过职业素质培养，提升从业人员的服务意识、敬业素养和遵纪守法等道德精神素养；通过职业技能培养，提升从业人员直播把控能力、心理建设等职业技能素养；二是政府加强直播监管营造良好游播环境。通过建立健全游播行业规范，做好事前、事中和事后监管，让游播从业者做到知底线、守底线，有效制止“挂羊头卖狗肉”的擦边球行为。

4.2.2 完善游播路径，规范新农村游播环节

目前,新农村游播路径缺乏针对性,要充分整合线上线下资源,选择合适的平台制定科学合理的游播方案。新农村游播环节监管主要从两个方面,要实行严格的平台及主播的准入制度,切实核验主播的实际身份,加强对平台的有效监管。有关部门应该建立健全消费者反馈的渠道,对用户反馈的信息进行及时的回复和处理,从而形成消费者与商家之间的良性互动,形成双方之间有效沟通的闭环;另一方面,加强对直播内容的监管,不但要求主播规范自身的语言行为对用户进行正确的引导和示范,同时也要在直播房间中快速发现和处理有害信息,避免旅游直播中出现不良信息和行为的情况。在与观看直播的用户的互动中,可以使用自动屏蔽关键词、违规弹幕的功能,也可以鼓励用户对直播中出现的违法乱纪行为进行举报。

5 结语

良好的新农村游播不仅能提升知名度,吸引更多游客、增加就业岗位、提高农民收入,而且能够帮助传承和发扬乡村民族文化、保护当地原生态资源及环境,对农民创收增收、乡村可持续发展、以及国家社会繁荣昌盛都具有极大的意义。

助力乡村振兴、讲好中国故事势在必行。

参考文献:

- [1]郭红东,曲江.直播带货助农的可持续发展研究[J].人民论坛,2020(20):74-76.
- [2]袁甜,康杨.020 模式下农产品扶贫研究——以新余市罗坊镇高礪村雪莲藕项目为例[J].新余学院学报,2020(3):13-18.
- [3]奚琦,张蕴涵.扬州“世界美食之都”建设背景下旅游直播推广策略探讨[J].当代旅游,2021,19(9):29-31.
- [4]李晓夏,赵秀凤.直播助农:乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式[J].商业经济研究,2020(19):131-134.
- [5]赵美琛,苏雷.农村电商直播助力产业发展模式研究[J].电子商务,2020(5):13-14.