

# 短视频平台助农营销研究

苏越

(延边大学 吉林 延吉 133002)

**摘要:** 以 5G 为技术基础,人们娱乐形式会越来越多元化。随着信息技术的发展,在未来短视频营销会逐渐代替传统营销方式,成为新时代的重要营销方式。截止到 2018 年底,农村网民的规模达到的近几年的峰值且呈持续增长的趋势,有近 2.22 亿的农村网民短视频营销具有成本低、传播广、互动性强等特点。所以,越来越多的商家选择依托短视频营销的方式去宣传产品,刺激消费者的消费需求。

**关键词:** 移动短视频;农产品;营销

## 1. 短视频及农产品营销现状

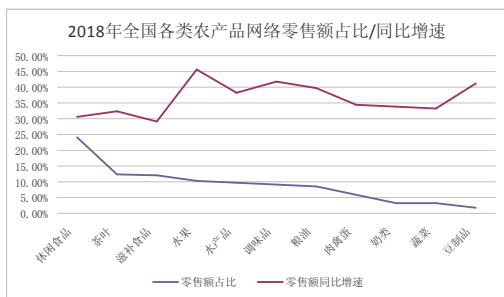
### 1.1 短视频营销现状

近些年来,短视频日益崛起,短视频的营销概念也得到了大众的认可。我们从其营销方式中也可以看出,短视频本身不是传统意义上完全的新事物,短视频是在电视、PC 平台的基础上发展而来的。短视频平台通过对内容制作技术以及内容创新点的不断迭代,才形成了我们现在看到的短视频平台。而且,短视频平台在各个媒体上发挥其营销作用时,又是以不同的方式去进行的。

2016 年,短视频开始成为人们的娱乐方式之一。2017 和 2018 年头部短视频媒体平台尝试将短视频与商业营销进行了搭建。与此同时,短视频娱乐方式的也逐渐成为人们的主要娱乐方式。因此,在 2018 年短视频营销迎来了快速发展的时期,短视频营销市场也相应的迎来了第一发展高峰,其规模达 140.1 亿元,同比增长超过 520.70%。短视频营销市场快速发展的另一原因在于,农村电商的不断发展和壮大。

### 1.2 农产品网络营销现状

随着农村网络、物流等基础设施的不断完善,2018 年全国农产品网络零售额达 2305 亿元,同比增长 33.8%,比全国网络零售额增速高 9.9 个百分点。其中,休闲食品、茶叶、滋补食品零售额排名前三,占比分别为 24.2%、12.5%、12.0%;水果、调味品、豆制品等农产品同比增速排名前三,分别为 45.6%、41.9%、41.3%。



数据来源:商务大数据

对于农产品来说,短视频和直播能够让消费者更加直观和方便的了解产品,让产品能够真实的展示在客户面前,对农产品销售起到了重要的作用。短视频有利于消费者在碎片化时间更加直观真实地了解产品,大大提高了转化率,能实现从公域到私域流量转化的一个非常好的手段。

## 2. 短视频平台助农营销存在的问题

### 2.1 平台充斥低质内容,无关促农反伤农

平台满足了用户自我表现的需求,每个人都有机会对外展示自己,提升了平台的活跃度。但不同人在表达自我宣传自我时有着不同的方式,不免存在部分“畸形”宣传。在农产品营销领域

很多农民用户不懂得该如何最好的展示自己的商品,催生大量低俗视频内容。

### 2.2 缺少专业技能技巧

由于收到农村地区客观条件限制以及农民用户缺少相关视频剪辑拼接的技术手段,导致我们在消费一些农产品相关内容时并没有良好的用户体验。同时对于平台来说优质的内容可以减少审核带来的工作量,大量的画质不清晰的内容也给平台审核带来巨大挑战。消费者如通过难以辨识真假的视频进行消费也会对后续的维权产生一定障碍。所以清晰有保障的内容是平台、农民、消费者共同的诉求。

## 3. 短视频平台助农营销改进措施

### 3.1 完善平台监管机制,提升产品宣传门槛

当前确实存在大量短视频用户通过发布虚假内容来获取关注宣传低质量产品,这也是短视频平台门槛较低的缘故,所以提升产品宣传门槛是有必要的。和多数正规电子商务平台相比较,在短视频平台上购买的商品在售后和服务方面也有较大差距,实际产品与描述不一致、退货无门等现象频发。在提升产品宣传门槛的同时还应加强对低质量内容的审核力度,完善内容监控体制机制,严格实施相关处罚措施。

### 3.2 提高主播专业技能,增强平台信息的丰富性

在短视频平台无论是发布视频内容还是直播进行讲解都是从用户不同感官来进行全方位的输入,新颖优质的内容,丰富全面的产品种类能够使发布者快速赢得关注从而带动产品的销量。因此培养农民用户依靠专业设备对内容进行修饰优化能够提升消费者对产品的关注度,增加视频体验的流畅感并非进行虚假宣传,利用更好的消费体验提升农产品销量。

## 4. 结语

短视频用户通过碎片化的时间消费了视频内容,从而更加真实的了解农产品从产地到餐桌的全过程增加了其对产品的信赖程度,从而平台收获了用户的活跃度促进了平台的发展,农民进行了农产品的销售增加收入,用户更买到了更放心的产品这使得三方共同受益。一个优秀的视频内容一定是经过精心设计修改的,发布能够吸引消费者的视频内容才是实现共赢的根本路径,短视频助农在未来也一定大有可为。

### 参考文献:

- [1]方建生,叶健麟,汤金婷,沈颖慧.电商视角下短视频变现模式分析——以抖音为例[J].电子商务,2020(08):57-59.
- [2]张增强,杨艳玲,冯国杰.乡村电商人才培养教学内容及路径研究[J].工业设计,2020,2(04):73-79.