



码上看报



码上订报

# 什么样的农特产品在电商平台上好卖?

**编者按:**近年来,农特产品凭借其绿色、环保、有机的优势,已经走进了城镇千家万户。随着农村电商平台的兴起,越来越多的消费者开始热衷于通过各类电商平台购买农产品,像农村淘宝、京东

直营、拼多多等平台,都汇集了多品类的农产品,为农户、批发商、零售商及用户提供了广阔的网络交易渠道,通过线下和线上的资源整合,不仅刺激了农产品消费的增长,增加了农户的收入,也催生

出除淘宝、京东平台之外的其他农产品卖货形式,像这几年盛行的抖音直播、微店分销、小程序等平台卖货,可以说,农村电商已经步入了多电商平台相辅相成的共赢局面。

## 网络直播让“没人知道”的产品被售卖

短视频、直播为农产品外销难题提供了一个解决思路。“销路不好是因没人知道,只要宣传出去,就可以卖得很好。”何瑜娟说。

5年前,何瑜娟放弃城市生活,从成都来到中国嘉绒藏族聚居区之一的阿坝州小金县。她开设抖音号@嘉绒姐姐阿娟用自己的镜头呈现着小金县的雪山草地、辽阔天空,让网友看见人间天堂般的纯净。

这几年,何瑜娟也试着用网络直播帮村里销售蜂蜜、苹果、牦牛肉,让一度滞销的农产品意外被一抢而空。前年,通过一场直播,何瑜娟为结斯沟廖家园村当时的建档立卡贫困户销售跑山鸡198只、为马尔康龙尔甲乡干木鸟村销售老腊肉164斤、帮日尔乡董马山村卖出4000多枚鸡蛋、销售小金苹果近3万斤。

如今,何瑜娟还在镇上建起农村主播孵化基地。“如果能培养出一批我

这样的带货达人,大山里也能卖出一个亿。”何瑜娟一边以网络直播带货带动当地村民致富,一边帮助当地村民学习新媒体技能,截至2021年底,逾3000人接受过她的培训和教育。“我见证了滞销的山货变热销,见证了贫困的家庭变富裕,见证了害羞的山里姑娘成了镜头前侃侃而谈的主播,也见证了小山村成为游客钟情的世外桃源。”扎根乡村多年,何瑜娟的电商事业推动了小乡村的诸多变化,也成就了她自己。截至目前,她的抖音账号“嘉绒姐姐阿娟”已拥有粉丝近300万。

我国地大物博,物产资源丰富,每个地方都有“没人知道”的特色农产品。因为有了千千万万@嘉绒姐姐阿娟,他们将手机和三脚架立于农村田野,通过直播和短视频把各自的生活描摹、农产品“从何而来”传递给城市消费者,拉近了农产品与市场的距离,从而助力源



何瑜娟用网络直播帮村里销售苹果。

头农户增收,带动产业链面向用户需求迭代升级。

中国社会科学院经济研究所课题组发布的《短视频、直播助力普惠性发展研究报告》指出,从经济学角度来看,信息的透明化、无数的买卖双方是完全竞争市场的必要条件。短视频、直播平台之所以具有典型的普惠性发展特征,关键在于创作低门槛与巨大的可竞争性、进入退出灵活、潜在受众面极其宽广且包容性极高。具体而言,在短

视频、直播平台中,随着内容的多元化,内容生产者、消费者逐步形成了关于特定兴趣、商品乃至服务的潜在市场,从而可以对创作者带来诸如打赏、带货或者直播变现的可能性。尤为重要的是,内容生态中不断按用户兴趣迁移与热点需求形成的“网格机制”,保障了短视频内容创作者及其粉丝的高动态性和流动性,从而避免了平台视频内容的同质化和创作者主体的“躺平化”。

## 将“田园记忆”转化为“田园经济”



在喧嚣的城市待得越久,那些灯光闪耀的繁华打卡点就越难打动人,反而是田园牧歌唤醒了当代人沉睡已久的向往。于是,以乡村为主题的短视频创作者也借着这股东风开始将“田园记忆”转化为“田园经济”,贵州铜仁小伙儿周周便是其中之一。

2020年,周周回到家乡后,创建了抖音账号@念乡人周周,他拍摄的短视频仿佛使人置身于田园。下河摸鱼、上山砍柴……每一个生活场景都让人对乡村生活无比向往;腊肉炒蒜苗、回锅

肉、米豆腐……每一道农家菜都能勾起人们的无限回忆。后来,受粉丝强烈要求,他尝试直播带货,将贵州特产酸汤调料和糟辣椒火锅底料等美味搬到抖音电商平台,第一次开播就一下子卖出了10多万单。

周周的营销方式显然是成功的。“契合了地区特色农产品的营销需求,给小宗农产品提供了有效的营销方式。”中国农业大学教授、农业农村部市场预警专家武拉平对这种短视频直播带货的产销对接方式十分认可。“正可谓用数字赋能乡村,用电

商富裕农民。”

“数字平台帮我们打破了信息壁垒,贵州酸汤调料这种比较小众、长尾的商品通过抖音对接到了大市场。”周周庆幸,如今他已经拥有了1200多万粉丝,并且实现了流量变现。

亦如国家发展与改革委产经所研究员蓝海涛所说,农产品的“赌点”之一就是信息不对称,优质不一定优价。“抖音短视频恰好解决了这一难题。”蓝海涛说,“消费者‘眼见为实’,当他们认同了眼前的产品就是优质产品,产业也会逐渐发展起来。”

## 非标产品也有「春天」

一挂恰到火候的“水叶子”面,裹上散发着焦香的油辣子和各种调料,再配上几滴麻油,撒上些许碎花生和葱花……便成了一碗让重庆人欲罢不能、迈不开腿的地道小面。

“可喜的是,在电商平台的助力下,越来越多的品牌重庆小面经过创新研发,原汁原味地走进千家万户,让千里之外的吃货们足不出户也能享用到重庆小面的地道风味。”重庆特色小面——“老太婆摊摊面”非遗技艺第四代传承人秦云表示,为了真实还原重庆小面的堂食味道,技术团队经过两年多反复研发,终于推出老太婆摊摊面的“生包面”,并在今年1月正式上线抖音电商。由于面质、口感和味道都高度还原了实体店中的老太婆摊摊面,所以一经上市便深受消费者热捧,销售额每月保持50%以上的增速。“最重要的是,我们的复购率超30%。”秦云说。

2022年8月5日,“山货上头条”助农活动走进重庆,在抖音电商开设“风味川渝”专区,向全国消费者着重推介重庆小面。借着活动的热度,秦云说:“今年采购1440余吨面粉可能还不够用。”

作为非标产品,重庆小面“生包面”何以拥有如此“规模化销售能力”?对此,《数字经济平台价值创造机制研究报告》解读,短视频、直播等数字经济平台发展,缓解了传统市场流通过程中的地域、行业壁垒。这有助于消费者通过更低的成本来满足小众的、尚未满足的消费诉求,更是帮助了大量有特色的内容、商品获得了过去只有标准化产品才拥有的“规模化销售能力”。

一方面,通过电商平台,基于用户兴趣有效匹配商品和服务,让非标产品和服务也能触达对其感兴趣的潜在消费群体,使得非标品能拥有标品一般的规模化销售能力;另一方面,虽然内容可能是非标的,但是评价标准可以是标准化的,可以使得非标品在推荐过程中,实际上实现相互竞争的格局,鼓励非标产品的供应者提升视频和直播质量,努力创新。

(据中国农网)

广告

## 信息直通车

花卉、蔬菜、林果、中药材、牧草、瓜果等种子  
绿化、花卉、观赏、果蔬、杂果等苗木

本报特别声明,本栏目所刊发的广告信息,只为广大读者互通信息之用,不作为签订合同或进行交易的凭证。如需交易,请读者慎重考察和咨询,避免发生纠纷。

咨询电话:029-87031701

●扶风县老支书苗木专业合作社供应:苹果苗(品种:鲁丽、蜜脆、土岐);樱桃苗(砧木:大青叶、马哈利、吉赛拉);俄8、美早、沙王、早大果;葡萄苗:阳光玫瑰。合作社长年提供优质苗木,种子及接穗,组织专业嫁接工人,承接嫁接业务,签订合同、保证质量。联系人:件先生(13992757293)地址:陕西省扶风县绛帐镇南件村