



码上看报



码上订报



# 违反常识追求流量

# 农产品带货直播乱象如何破解

日前,中消协发布2022年“618”消费维权分析报告,数据显示,6月1日至6月20日期间,共收集吐槽类“消费维权”信息5540365条,占“消费维权”信息总量的15.9%。收集有关“直播带货”类负面信息237115条。其中,有关违反常识的农产品带货直播考验消费者忍受限度的讨论引发关注。违反常识的农产品带货直播到底是什么内容?为什么会引起众多网友的吐槽?

## 违反常识的农产品带货直播引发关注

在一个推销山竹的视频中,商家从地上捡起一条藤上挂着六七颗山竹的藤蔓,随手摘一颗,切开向观众展示。在另一段视频中,山竹又密密麻麻地长在树干上。实际上,山竹的果实和苹果等水果一样,都结在枝头上。海南省保亭热带作物研究所副所长吕小舟说:“山竹长在树干上,这个说法是不对的,因为山竹是热带水果,结果在枝梢上,从主干上看不到的。”

在这个视频中,卖家用醒目的标题写着“四季结果草莓树”。而草莓,顾名思义,是一种多年生草本植物。更有甚者,还出现了鸡蛋树的视频。

虽然在评论区里能看到不少网友质疑他们违反常识,但此类视频仍大量充斥在日活量几亿的网络直播和短视频平台上。

## 违反常识追求流量 伤害产业健康发展

四川农村电商小李:“刚开始的时候直播根本就不用投钱,都会有流量,因为毕竟直播的人很少,消费者在农户直播间买的概率就很大,但是现在你可以看到你打开手机随时都是直播间,所以需要花更多的钱去买跟你对标的、购买力很强的那种人。”

随着电商直播卖货行业的竞争越来越激烈,以及大部分农村主播自身流量有限,带货效果不够理想,一些卖家开始用内容夸张、违反常识的视频来博取流量。

中国传媒大学网络法与知识产权研究中心主任王四新说:“直播它是一个有法律明确要求的活动,它需要你传递的信息是真实的客观的,以明显违背法律法规的一种方法来获取流量,这种风气也会破坏整个直播行业的健康良性稳定发展。”

## 多措并举 构建健康的农产品直播生态

农产品带货直播不仅仅是靠流量,更要靠质量。专家指出,需要多方共同努力,构建健康的农产品直播生态。

今年六月,国家广播电视总局、文化和旅游部共同制定了《网络主播行为规范》,其中明确规定:网络主播在提供网络表演及视听节目服务过程中,不得出现夸张宣传误导消费者等违反广告相关法律法规的行为。对问题性质严重、多次出现问题且屡教不改的网络主播,应当封禁账号,将相关网络主播纳入“黑名单”或“警示名单”,不允许以更换账号或更换平台等形式再度开播。

王四新说:“像这种违背诚信原则而进行的销售活动,我们市场监管部门也可以对它进行监管,在这个过程中,我们可以针对平台以及主播违法情节的不同,分别适用不同的法律。” (据央视新闻客户端)

## 晒红同州 网嗨助“荔” 陕西大荔首届网红推介大赛启动

本报渭南讯(全媒体记者陈小文)为加快推进农村电商创新发展,挖掘培育农村电商人才,推动电商直播与大荔名优特产、乡村振兴、生活服务、文化旅游、招商引资融合发展,近日,以“晒红同州网嗨助‘荔’”为主题的陕西省渭南市大荔县首届网红推介大赛启动。

“瓜果飘香同州府,美食美景大荔县。近年来,我们坚持以‘双轮驱动’为引擎,以‘三个率先’为抓手,大力发展标准化冬枣基地42万亩、时令水果45万亩、设施蔬菜36万亩,认证大荔冬枣、高石脆瓜、大荔花生、大荔西瓜、沙苑红萝卜、沙底辣椒、大荔黄花菜等国家地标产品7个,特别是大荔冬枣设施栽植面积全国最大,连续7年位居中国果品品牌价值榜20强,品

牌价值53.68亿元,枣类排名全国第一。先后招引培育电商企业1300余家、网店微店4600余家,电商、微商从业人员达到3万余人,线上交易总额28亿元,居全市第一”。推介大赛的开幕式上,大荔县委常委、常务副县长卢高昌对大荔农业发展现状作了简要概述。

“我叫石敏,网名:石头哥美美美,作为一名‘网红村长’,在今后的工作中,我将进一步坚定信心、大胆创新,充分发挥网络自媒体的优势,进一步探索线上线下相结合的方式。推介农特产品,为农民群众创造一条更宽广的致富之路;推介美食、美景,为特色文化旅游产业增添一个新的网络平台。为促进全县的文化、经济、社会全面发展,贡献出自媒体人的积极作

用。”随后,来自美白镇太丰村的“网红村长”石敏,代表大荔县从事电商的众多自媒体人表达出自己的心声。

当前,随着网络直播的异军突起,农村电商加速赋能,对农民来说,手机变成新农具,直播变成新农活,数据变成新农资,农产品直播带货已成为农村电商营销的重要途径。大荔县举办首届网红推介大赛,正是抓住该县特色资源优势,通过“直播+网红+名优特产”的方式,构筑大荔电商新高地。希望电商企业、网红主播充分发挥自身优势,广泛宣传推介销售大荔县特色产品。通过推动电商发展,促进农业转型,带动农民增收,为实现“大美大荔共同富裕”贡献更大力量。

## 向学明:年销农产品4500万元 上央视为家乡代言



向学明(右)参与央视举办的“2020中国农民丰收节金秋消费季”直播活动。(资料图片)

7月5日,向学明在重庆主城基本敲定了一笔100万元的消费帮扶订单。与此同时,在200公里外的石柱县大歇镇农村电商综合服务站,10余名村民正在马不停蹄地将豆腐干、腊肉、炒花生等农产品打包,他们要抢抓完成这笔订

单的发货。

销售石柱土特产,带动600余户农户,年销售额4500万元,这是石柱电商达人向学明奋斗6年多交出的“成绩单”。

2016年,向学明在家乡开设了自己的首家网点,并挨家挨户动员村民发展产业,帮助他们在网上售卖。但由于村民没有经过统一的培训和学习,种出的农作物质量参差不齐,加上物流、加工等配套不完善,效果并不理想。

2017年,充分总结了经验后,向学明拿出15万元积蓄,成立了

大歇镇第一个农村电商综合服务站——一个集农产品仓储加工、线上交易、线下体验、物流配送、培训孵化、便民服务于一体的电商平台。这一次,在充分了解市场需求后,向学明采用“以销定产”的逆向发展模式,引导村民种植黑花生、小米花生、糯玉米等,再通过电商服务站辅助收购,分装、销售,电商事业自此迈入正轨。

平台越做越大,向学明越来越忙碌,他带动周边10余名农村青年做起了电商,培养了自己的团队。2020年,在央视联合拼多多共同举办的“2020中国农民丰收节金秋消费季”“庆丰收,为老乡拼一单”活动上,向学明更是作为西南地区代言人之一,身穿土家族民族服装,为家乡代言。(据《重庆日报》)

## 直播钓鱼采摘 生态园聚起人气

前段时间,原本还在为西瓜销售发愁,可是转眼间,4个大棚的西瓜就被游客采摘一空,价格还比市场价高,山东省滨州市滨城区秦皇台雨昂生态园负责人董玲红的心里乐开了花。

“2020年,我们建起了占地330亩集采摘、垂钓、餐饮于一体的生态园,虽然建起来了,但是因为没有知名度,客流量非常少。”董玲红说。

年轻人解决问题的方式是网络。董玲红建立了一个微信群,每天在群里推送生态园的照片和视频。可是,就在前来垂钓和采摘的人员越来越多、生态园开始走上正轨的时候,今年3月份,疫情出现反复,生态园陷入了低谷。

看着冷冷清清的生态园,“赋闲”在家的董玲红可没闲着,她想到了网络直播钓鱼。但是与大多数主播不同的是,她是直播学钓

鱼,正是这种“与众不同”的直播方式,短短半个多月,直播间就吸引了同城粉丝3000多人观看。

疫情防控常态化后,生态园重新营业。此时,恰好是大棚西瓜成熟上市的时候,董玲红利用网络直播积累的人脉,又开始做起了西瓜采摘直播。一时间,前来采摘、垂钓的游客络绎不绝,4个大棚的西瓜短时间内被游客采摘一空。(张志刚)

## 农产品“触网” 激活乡村经济新业态

金湖小龙虾、南望村金丝皇菊、金绿源草莓……近日,江苏省金湖县一批农产品亮相“总经理助农”专场直播农副产品活动,短短一个多小时,销售额便突破6.5万元。

金湖农产品热销是江苏鼓励农产品“触网”,激活乡村经济新业态的缩影之一。笔者在多地采访发现,运用直播、“上云”等数字化手段助力乡村振兴蔚然成风。

最近,常州市武进区礼嘉镇的

特色果品葡萄上市,当地成立“礼嘉优农”直播团队,以公益助农直播形式为农产品打开数字化销路。

常州礼新果品专业合作社负责人陆校金种植60亩葡萄田,培育了多个热销品种。他告诉笔者,“去年通过直播,线上销售额达20多万元;今年刚开市,每天的销售额已有一两万元,预计业绩将超过去年。”

苏州市高新区通安镇树山村出产的翠冠梨果皮薄、肉脆汁多,每

年都会吸引大批游客前来采摘、尝鲜。为进一步提高翠冠梨的知名度,通安镇举办“通‘新’惠农,与‘梨’相约”电商直播新业态技能培训,引导和培育乡村经济新业态发展。

参加培训的树山村村民袁卫英说:“我们要做‘树山主播团!’”原来,她日常喜欢拍短视频为自家农产品促销,这次有机会向专业的老师学习、请教,坚定了她提升翠冠梨销量的信心。(刘巍巍)