直播带货，如何从“一时火”变成“一直火”

《人民日报》（2022年09月02日18版）

跟着渔民出海，展现打鱼场景，讲述渔民故事，近日，山东省青岛市的一个渔家小妹组织团队直播带货，引起刷屏。一场场直播把当地时令海鲜卖到全国各地，也带动了不少渔民增收。“不仅要让网友了解我们这里的海鲜美味，也了解出海的艰辛，这样的故事是我们做直播独特的优势。”谈起创业的经验，渔家小妹这样说。

近年来，农产品直播带货迅猛增长，越来越多的农民搭上了“电商快车”，农产品成了新网货，手机成了新农具。目前全国农村网商、网店超过1632万家，今年上半年，全国直播带货增长58.2%。红火的农产品直播带货为乡村产业振兴注入了强劲动能。

农产品直播带货快速发展的同时，也出现了标准缺失、货不对版、配送滞后等问题。一些带货主播因为农产品质量不过硬、特色不足、辨识度不高等，退出直播。农产品直播带货，如何由“一时火”变成“一直火”？

农产品要卖得俏，质量安全是第一位。要通过标准化把分散的农户组织起来，进行无公害、绿色、有机生产，构建起标准化、常态化的供应链体系，这是农货变网货的基础。当务之急是要通过市场倒逼，实现产业链的标准化、数字化变革，引导龙头企业、合作社等新型经营主体，带动农户形成生产标准统一、利益分配共享的共同体，实现农产品从种到销全程标准化，拧紧“安全阀”。要借助数字技术，尽快实现农产品从地头到餐桌质量安全全程可追溯，让消费者放心埋单的同时增加销量、提高附加值。

酒香还要会吆喝。在保证质量安全的前提下，要打好农产品特色牌、差异化牌，顺应个性化、多元化、绿色、健康等消费趋势，满足人民群众日益增长的美好生活需要。盘点农产品直播带货成功案例，几乎都有好故事，而且乡土文化特色鲜明，通过深入挖掘农产品背后的历史文化、传统习俗、农耕文明等文化元素，勾连与农产品密切相关的田园风光、田间劳作、乡愁记忆、亲情爱情等人文情怀，用温度感动人，用情怀留住人。当消费者震撼于查干湖冬捕的低沉号子声，沉醉在眉山春橘的柔美树荫下，回想着淡淡的乡愁，咂摸着儿时的味道，这些动人故事构建起的传播场景，无疑会引发消费者更多的情感共鸣，从而促进销售，增强消费黏性。

拓展农业多种功能，挖掘乡村多元价值，发挥好农产品的食物功能、文化功能，直播带货定能更好带火乡亲们的日子，为乡村振兴提供源源不断的新动能。