

短视频+直播助力农技传播

编者按：中国社会科学院农村发展研究所课题组近日发布报告《农技传播在短视频、直播平台的生态及价值创造》。报告指出，以抖音为代表的短视频、直播平台在农技推广中的应用不断增加，正在助推农技推广体系进一步完善。同时，农技内容的创作者和使用者在应用过程中持续迭代更新，不断创设出新的技术推广模式和价值收益机制。短视频、直播通过智能推荐机制，提高了农技供需的配置效率，提升了农技推广的普惠性。通过短视频、直播，农技创作者与需求者创造了即时反馈路径，形成农技创作者社会价值和经济价值双重实现的自励机制，推动农技推广体系的长效良性发展。

改革开放以来，经过不断建设与完善，我国农技推广体系已初具规模，推广机制明显改善，取得了令人瞩目的成就。与此同时，现行的农技推广体系面临着经费投入不足、队伍力量薄弱、服务范围有限等挑战。随着短视频、直播平台的兴起与

发展，短视频、直播成为了农技推广的有效补充途径。短视频、直播平台上的农技推广内容丰富、形式多样、呈现直观生动，覆盖不同地区、不同层次、不同需求的群体，有效提升了农技推广体系的服务能力。

丰富推广渠道，提升传播效率

短视频、直播提升公益性农技传播效能。受经费短缺、体制不顺的制约，公益性农技体系长期存在服务强度不足、推广方式陈旧、培训内容单一等问题。一方面，短视频、直播平台根据阅读量、播放量等激励农技创作者提供优质的公益性农技推广内容，推动创作者参与公益性农技推广。短视频、直播平台提供数字和运营技能培训、农技专题推广活动，夯实公益性农技推广长期可持续的基础。另一方面，短视频、直播协助政府部门提升农技推广效率。越来越多的基层农技工作者意识到短视频、直播在农技传播中的优势，开始借助短视频、直播进行农技推广。政府农技推广部门积极通过与短视频、直播平台合作，培育、扶持更多优质专业的农技创作者，打造更多专业优质的“农技视频知识库”，提升农技推广效率。

短视频、直播缓解经营性农技传播制约。传统经营性农技推广大多采用以销售农资为目标“技物配套”模式，存在成本转嫁、农技创新“物资化”等问题。同时，线下知识付费模式面

临线下培训规模小、盈利难的困境。短视频、直播依托自身的信息优势，有效缓解了传统经营性农技推广存在的难题，实现各参与者之间的有效互动。农技提供者传授最新的农业科技成果和技术方法，并根据农民的建议和反馈，了解实际生产中的农情农需；农业生产者展示自己的优质农产品；农产品消费者了解农产品的生产过程和品质特点，与农业生产者或经营者进行互动和交流。

短视频、直播推动农技推广的参与主体更多元。在传统的农技推广体系中，政府农技推广部门、科研机构专家及农资经销商是主要的农技提供者，广大农民是主要的农技需求者。短视频、直播降低了农技推广的参与门槛，使更多有经验的农民、农技达人、知名农业专家等个人参与到农技推广中来，提供更为丰富、实用的农技知识和技术。通过短视频、直播，农民不仅能以更低的成本，更便捷地获得农技知识，还能化身农技推广的创作者和传播者，分享农业生产经验和

实现有效互动，形成可持续自励机制

短视频、直播平台上的农技内容创作者与受众开展良性互动，积极创造社会价值和经济价值，形成可持续的自励机制。

短视频、直播带来经济收益激励。农技推广在向农民传播农技知识的同时，以农资农产品销售、付费农技课程等方式获取收益，建立农技内容与农资产品之间优质优价的正向循环机制，促进短视频、直播平台的农技推广体系的可持续良性发展。例如，在短视频、直播平台上，部分农技创作者以农资、农业产品的“带货”为媒介，建立从农技内容到农资产品的全链条

获益机制，使得优质农技推广内容获得变现的可能，通过“以技带物”的方式实现农技推广的可持续发展。

短视频、直播带来社会认同激励。自励机制具备广泛的示范效应，使个人的自励行为逐步形成广泛的社会认同和效仿应用。农技创作者通过短视频、直播平台，树立了有趣、有为的乡村能人形象，也吸引大量懂技术、理念新的“新农人”返乡从事农业生产，获得数字技能及传授农业技术带来的成就感、认同感等心理满足。

助推农技创作者收益走向多元化

短视频、直播拓展农技创作者多元化收益渠道。传统经营性农技推广大多将提供农技服务作为销售农资的手段，容易产生农技创新方向异化和农技服务内容碎片化等问题，无法满足生产者的农技需求。短视频、直播平台上的农技创作者为获取关注、口碑和受众信任，会精心准备、发布原创农技推广内容，增加了农业技术内容公益属性，有效解决了因从属于农资销售等目的而导致的农技推广内容失真问题。短视频、直播平台为农技创作者提供了多样化的回报形式，如农资产品销售机会、农技知识付费培训收益、直播打赏和基于阅读量、播放量的内容收益等，提高农技创作者的经济收益。

线上农技培训惠及更多中小农户

短视频、直播增强农技传播的普惠效应。传统的线下农技传播效率较低，很难惠及大部分中小农户，而短视频、直播平台上农技内容的可达范围广阔，更能覆盖农户群体。相较于传统的线下农技培训，短视频、直播平台上的农技内容大多免费、方便获取，大大降低了农户的农技获取费用和成本，吸引广大中小农户群体。调查显示，在种植规模在50亩以下的小农户中，通过短视频、直播平台等线上平台满足农技需求的占25.7%，高于规模在50亩以上的种植大户。

短视频、直播提升农技传播的涓滴效应。在传统农技推广中，农技推广者与中小农户的互动机会较少，造成农技推广脱离普通农民实际生产的“农技悬浮”问题。短视频、直播凭借即时性和互动性优势，帮助农户更快地了解最新的农业技术和市场信息。同时，短视频、直播促进农户之间、农户与专家之间的

拥抱新形态，完善优化推广效果

相对于短视频、直播平台对农技传播的积极作用而言，存在的问题更多地表现为发展阶段的问题。未来，应加强政策支持和引导，充分发挥短视频、直播对农技推广的支撑作用。

在应用中不断解决问题，持续迭代更新。基于此，适应农业生产的变化和需求，提高短视频、直播平台的吸引力和影响力，增强农民的参与度和学习效果。例如，完善短视频和直播的互动机制，增加用户参与，包括通过专项活动提供奖励，提高农民学习农技的兴趣和动力，增强农技知识的传播和应用，促进农业生产的发展和创新。

加强与政府及农技提供者的合作，引入更多优质、专业、权威的农技资源。基于此，保证农技内容的质量和准确性，提高农民的信任度和满意度，促进农业生产效率和质量的提升。例如响应《全国农业科技现代化先行县乡村振兴带头人培育“先锋计划”2022年度工作方案》，推动传统农技推广体系的数字化

转型。

目前，政府农技推广部门由过去与个别农资企业、个别单位专家合作的形式之外，开始摸索与短视频、直播平台的更多合作，以提升公益性农技推广的效率。例如抖音、字节跳动公益与中央农业广播电视学校合作，联合打造的“农技视频知识库”，就为农民农业生产提供了专业可靠的内容支撑。在推广农技知识的同时，也引入了新的农技专业人才，培养了一批适应数字乡村发展的人才。

促进内容创作、农技推广、农产品电商融合发展的商业模式，实现商业利益对公益传播的反哺。利用相应矩阵账号在农产品电商方面的优势，导入农技推广和知识普及等传播内容，丰富直播电商的话语体系，间接促进农技推广效果的优化。

（本文由中国社会科学院农村发展研究所农产品贸易与政策研究室主任、报告主笔人胡冰川撰写）



抖音农技创作者@王静(农村生活记录者)正在讲解菌菇种植技巧。

案例 @刘天英讲植保

这是由山东省寿光市农业农村局农技推广科刘天英创办，为广大蔬菜种植户提供技术服务的抖音账号。主要以刘天英日常工作发现作为农技视频的创作基础，大大提升了农技推广服务的针对性和时效性。截至2023年2月，刘天英在抖音平台的粉丝达9.6万人，还成为了抖音平台三农扶持措施“乡村守护人”的一员。作为一名基层农技推广人员，以抖音平台推广农业技术，让其不仅能服务于当地蔬菜种植户，还可以惠及更广范围的蔬菜种植技术需求者。

案例 @李文娟农业科普

主讲人李文娟是中国农业科学院研究员，主要从事农业布局、区域发展、农药环境风险评估等研究。在年轻人偶然的建议下，她开始利用业余时间通过抖音短视频科普农产品、农业技术等相关知识，从老百姓的“米袋子”“菜篮子”讲到最新发展的农业技术，短短9个月就吸引了近80万粉丝关注，成为了抖音上深受粉丝欢迎的李老师。李文娟认为，做农业科普或者农技信息普惠是一件利国利民的事情。一方面，可以把一些最新的科研成果、科研结论通过抖音科普传播出去，如果对农民朋友有用，这些信息很快就可以转化成为生产力；另一方面，农技科普对建立消费者信心意义重大，可以促进消费者了解、购买技术创新的农产品，促进农民增收和农业生产的发展进步。

案例 @王静(农村生活记录者)

这是一个由“90后”大学生返乡农业创业者王静创作的短视频账号。与前面的农技创作者相比，返乡创业者王静的农技传播之路更加特殊。具备菌种种植经验的她于2020年在抖音平台注册账号，尝试记录乡村生活。最初她的创作内容源自日常生活，集中于农产品的生产、收购。而后，她偶然拍的用玉米芯种蘑菇的短视频大火，涨粉37万多，这也让食用菌种植成为她农技创作内容的核心竞争力。作为一个返乡创业的“网红达人”，王静在平时的直播交流中也鼓动懂技术、理念新的“新农人”返乡创业，用所学的知识反哺家乡。借助抖音平台，王静做农业技术分享，分享农村生活，记录工作状态和农村环境，通过教农民种植菌菇等农作物，在线上带货售卖菌菇种子、基质和其他普通农产品，一年帮村民销售出50吨农产品，帮助当地村民获得了不错的收益。

案例 @小周说农资

这是农技博主周昌南创建的抖音账号。该账号主要通过拍摄农技短视频的方式服务新农人，专注传播水稻病虫害的防治技术，并推荐便宜有效的农资产品，帮助农民朋友更好地从事农业生产、增产增收。周昌南目前已发布了500余条视频，收获了154.4万粉丝，还参加了“来抖音学农技”专项活动，仅一条简单易懂的“农业口诀”视频就获得了3000多万点击量。得益于直播平台的传播特性，农技科普的受众面大大被拓宽。从开一场农民会仅能教50个人，到春耕时分推广一个技术方案，两三天便能通过抖音精准抵达上万用户。通过线上知识传播，农业科普的效率显著提高，惠及人数显著增加。

案例 @蜂王黄国忠

这是经过20余年不懈探索、实验，成功破解了人工驯养胡蜂“密码”的农民黄国忠创立的抖音账号。该账号主要拍摄、分享人工养殖胡蜂的农技知识短视频，用线上知识传播的方式服务农民，传授人工养殖胡蜂的技术，以帮助更多农民增收致富。目前已发布250条视频，收获了38.5万赞。借助智能推荐机制，原本小众的人工养殖胡蜂技术收获了15.6万粉丝的关注，农技科普的受众面被大大拓宽。通过线上知识传播，农业科普的效率显著提高，惠及人数显著增加。

专家观点：

中国社会科学院农村发展研究所研究员杜志雄：

当前中国农业已逐渐脱离传统农业的经营方式，向知识和技术密集型产业发展，农技在生产中的应用范围逐渐从单纯的农业生产走向全产业链，农业经营者对农技的需求越来越多元化和复合化。在此背景下，农技传播必然需要匹配更便捷、服务更有效的技术传播方式，而短视频、直播平台上良性发展着的农技传播生态，则提供了一种解决方案，且很能适应上面技术需求的变化。

过去，农技推广体系曾一度面临着“网破、线断、人走”的局面。这些年这个局面有所改变，但面对如今农业技术的重大需求及其对乡村产业发展的重要性，仍然存在技术供给和服务的不足。就像农村电商为农业强国建设发挥着越来越大的作用，相信信息技术在为农民提供农业技术的服务、促进乡村产业发展和振兴方面，也能提供新渠道、发挥好作用。

江苏大学中国农业装备产业发展研究院教授张宗毅：

短视频、直播平台上农技传播具有两大特点：农技供需双方的精准匹配和创作者激励机制的完善。中国地大物博，不同规模、不同类型的农户主体的需求千差万别。传统的农技推广受限于人员、经费等限制，只能提供具有普适性的、适合大规模农户群体的农技培训，不能完全满足细分的农技需求。而抖音等短视频、直播平台上，细分的农技需求能被更容易地察觉和满足，并实现匹配。

短视频、直播平台上的农技推广体系能持续、良性发展，离不开其多元化的价值创造机制。传统的农技知识缺乏价值变现的途径和机制，而在抖音等平台上，优质的农技创作者可以获得内容激励、直播打赏等收入，这种激励机制同时也是一个“择优”的过程。这种多元化的价值变现机制，让农技传播的生态保持活力。

中国科普研究所研究员朱洪启：

就农业技术科普和推广而言，目前更多针对的是种养大户，因其需求明确，也好组织一些，针对小农户的信息分发相对欠缺。虽然我们也强调通过大户带动小户，但实际上有些大户并不一定能很好地带动小户。而现在的短视频、直播平台能帮助农技直达小农户。

从文化培育的角度来说，通过网络平台，能够宣传现代农业的理念以及模式。就像我们古代有耕织图，除了传播技术之外，也传播农业文明。同时，网络平台能够充分发挥视觉传播的优势，生动、细腻地展示着技术、农村生活和景观，具有很强的代入感。短视频、直播平台也在传播一种现代农业的理念和模式，有利于促进发挥农业的多种价值。

中国农业大学经济管理学院院长司伟：

农业的包容性增长，意味着在发展过程要把更多的小农户纳入现代化的大轨道中，这意味着农技传播也要走向多中心治理的模式。现代化农技推广体系除了强调以政府为主导的农技传播体系，还需以农户、企业等农业经营主体作为补充。在数字技术与农业发展相结合的当下，抖音等短视频、直播平台能通过技术弥合物理上的鸿沟，联系农技的提供者和需求者，实现技术普惠和互补效应所带来的价值创造。

对于农技传播体系的多元化建设和价值创造，《报告》亦指出，短视频、直播对传统农技推广体系起到了补充和更新作用，吸纳了来自田间地头具备农技实践经验的“田秀才”“乡村达人”等加入，他们有丰富的农业种植经验，传播的是更加灵活、市场化的农技，如部分农技创作者在教授种植技术的同时，也会介绍农产品销售的时点选择、包装经营技巧等。他们帮助农民在农业生产的实践中拓展出更丰富的农业价值。这种价值创造既包括农产品品质提升带来的农民收入增长，也包括涉农产业链延伸带来的价值的结构性创造。

商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇：

近几年大家的认知已经改变，“手机是新农具”这句话非常深刻地映入人们心中。农民最信任的是谁？除了村干部外，最信任的就是周边已经致富的农民，即乡村致富带头人。所以我们需要农村的农民带头人在网上给我们讲课。很多地方都是鼓励乡村带头人给大家做一些知识性的分享，带大家利用短视频、直播，利用农业技术进行致富。

随着数字技术的发展，以抖音为代表的短视频、直播平台凭借直观易懂的农技内容形式、高效匹配农技供需双方的智能推荐机制，以及低门槛的制作、观看模式，使得小众、垂类的农技内容也可以触达到绝对数量不小的农技需求群体，推动了面向不同禀赋的农户的普惠性农技传播，为更市场化的农业发展提供了技术创新、实践的传播基础，成为了对现有农技推广体系的有效补充。

西南科技大学生命科学与工程学院教授郑祥江：

短视频、直播平台上的农技传播受到农户欢迎的背后，体现了这种农技传播渠道具有较强的知识普惠性。特别是在许多地理阻隔较远的地区，想获得持续的农技知识培训比较困难。而短视频、直播平台就成为了这些地区跟进农业生产技术变革和应用的低成本渠道。

中央一号文件提出，要坚决守住不发生规模性返贫底线。支持脱贫地区发展特色产业，加强劳务协作、职业技能培训，促进脱贫人口持续增收，就要增强农村科技普及力度，用现代化手段赋能防返贫。像四川大凉山，当地的村民要出村需要爬铁梯子，非常艰苦。而通过短视频、直播这种方式，从农技普惠效应的角度，能帮助每一位农民真正受益，跟上技术的传播，起到避免返贫情况出现的作用。

中国社会科学院政治学所副研究员陈明：

现代数字技术扩展了农业科技推广的形式，使得农业技术扩散更为开放。其开放性在于，供需双方可以利用互联网机制启动多重反馈，客观上形成了一个“技术知识学习迭代的密集网络”。这种新生态的建立，使得中国农业技术扩散体系的跨越发展成为可能。

随着农业生产模式转变，专业农户在商业化农产品供应中的贡献度快速提高，也对农技供需配置提出更高要求，在客观上也催生了农技推广方式的更新。短视频的兴起，很好地补充了传统实体化的农技推广体系的不足。比如公益性的可以满足小农户需求，经营性的能够满足专业农户需求，实际上就很好地把这种公益性和经营性结合起来了。