

# 新媒体环境下电商直播的发展策略与影响研究 ——以榕江县摆贝苗寨村民在直播销售蜡染工艺品为例

李小兵

浙江越秀外国语学院, 浙江 绍兴 312030

**摘要：**以贵州榕江县摆贝苗寨村民通过直播售卖蜡染工艺品为例，本文围绕新媒体环境下农村振兴中电商直播的具体实践和发展策略，对电商直播如何助力当地特色文化传承和经济发展进行了深入剖析。文章首先概述了新媒体环境对电商直播的推动作用，随后对包括内容创新、主播本地化和特色化、供应链优化、新型营销等在内的摆贝苗寨电商直播发展战略进行了详细探讨。同时，还从提升产品知名度、拓宽销售渠道、促进农民增收、促进农村产业转型升级等方面分析了电子商务直播对当地社会经济的影响。最后，以案例研究为基础，提出了加强品牌建设、深化技术应用、优化用户体验等新媒体环境下电商直播可持续发展的战略建议，以及强化政策扶持和行业规范，以期为电商直播的可持续发展和乡村振兴战略的深入实施提供强有力的支撑。

**关键词：**新媒体环境；电商直播；互联网经济；电商经济；品牌效应

## Research On The Development Strategy And Influence Of e-Commerce Live Broadcasting In The New Media Environment -- Take The Villagers Of Baibei Miao Village In Rongjiang County As An Example Of Live Broadcast Sales Of Batik Crafts

Li Xiaobing

Zhejiang Yuexiu University of Foreign Languages, Zhejiang, Shaoxing 312030

**Abstract：** Taking the villagers of Baibei Miao Village in Rongjiang County, Guizhou Province as an example, this paper focuses on the specific practices and development strategies of e-commerce live broadcasting in rural revitalization under the new media environment, and makes an in-depth analysis of how e-commerce live broadcasting can help local cultural inheritance and economic development. The article first Outlines the role of new media environment in promoting e-commerce live broadcasting, and then discusses in detail the development strategy of e-commerce live broadcasting in Baibei Miaozhai, including content innovation, anchor localization and specialization, supply chain optimization, and new marketing. At the same time, it also analyzes the impact of e-commerce live broadcast on local social economy from the aspects of enhancing product awareness, expanding sales channels, promoting farmers' income and promoting rural industrial transformation and upgrading. Finally, based on the case study, strategic suggestions for the sustainable development of e-commerce live streaming under new media environment such as strengthening brand building, deepening technology application, and optimizing user experience are put forward, as well as strengthening policy support and industry norms, in order to provide strong support for the sustainable development of e-commerce live streaming and the in-depth implementation of rural revitalization strategy.

**Keywords：** new media environment; e-commerce live broadcast; internet economy; e-commerce economy; brand effect

### 一、榕江县蜡染工艺品电商直播的兴起与影响分析

在榕江县摆贝苗寨，一场关于蜡染工艺品的电商直播盛宴成为推动乡村振兴的亮丽风景线。摆贝苗寨，以其独特的蜡染技艺闻名遐迩，但长久以来，这些精美的手工艺品受限于传统销售渠道，难以走出大山，被更多人所知。

去年夏季，一场精心策划的电商直播活动在摆贝苗寨启动。直播中，几位身着苗族传统服饰的主播，手持色彩斑斓的蜡染作

品，穿梭在古朴的村寨中，向全国乃至全球的观众展示着蜡染的制作过程：从选布、点蜡、染色到脱蜡、清洗，每一步都充满了匠人的心血与自然的韵味。主播们不仅详细介绍了每道工序的意义和技巧，还分享了蜡染背后的文化故事和民族风情，让观众仿佛置身于苗寨之中，亲身体验这门传统艺术的魅力。

直播过程中，观众们纷纷留言点赞，对蜡染工艺品的独特魅力和文化内涵表现出极大的兴趣。主播们实时互动，耐心解答观众的问题，分享穿着搭配心得，进一步激发了消费者的购买欲

望。短短几小时内，直播间的销售额就突破了历史记录，众多蜡染工艺品被抢购一空。

这次电商直播活动带动了摆贝苗寨蜡染工艺品的销售，极大地提升了产品的知名度和美誉度。许多原本对蜡染一无所知的消费者，通过直播了解并爱上了这一传统手工艺，成为忠实粉丝。他们不仅自己购买，还通过社交媒体分享给亲朋好友，形成了良好的口碑效应。

榕江县蜡染工艺品电商直播的成功还为摆贝苗寨带来了更多的发展机遇。当地政府和企业看到了直播经济的巨大潜力，纷纷加大投入，建设更加完善的直播基础设施，培养更多的直播人才，推动蜡染工艺品产业向数字化、品牌化方向发展。直播活动还带动了当地旅游业的发展，吸引了更多游客前来体验苗寨风情，购买蜡染工艺品。

摆贝苗寨蜡染工艺品的电商直播之路，不仅让传统手工艺焕发了新的生机，也为地方特色产品走向市场、推动农村经济发展提供了宝贵的经验和启示。

电子商务直播也采取了许多营销手段，进一步促进蜡染工艺品的销售量的提升与品牌知名度的提高。一是在直播中推出限时折扣等促销方式以吸引消费者下单消费；二是在社交媒体与短视频平台进行多渠道宣传以扩大产品的曝光度与影响力；三是利用电商平台进行定向营销以提升销量与客单价；同时也通过线上互动的方式与消费者进行良性沟通增加顾客黏性和复购率；最后也是最重要的一点是以线下实体店为基础进行品牌宣传与消费体验的提升。以上种种营销策略的实施与落地能够使产品在销量与品牌认知上得到明显提升。

## 二、榕江县蜡染工艺品直播电商的粉丝深耕策略

从榕江县蜡染工艺品的直播电商实践中看，商家与粉丝的深耕和经营策略密切相关，这是促使销售增长与品牌塑造的重要驱动因素，尤其是对特定文化产品和地域特色的直播电商而言，更是如此。

主播在直播过程中积极与观众互动，解答关于蜡染工艺的疑问，分享使用心得和搭配建议。通过实时互动，建立起与粉丝之间的紧密联系。

设立粉丝专属优惠和福利，如直播间专属折扣、粉丝专属礼品等，提高粉丝的参与度和忠诚度。

### （一）个性化定制与情感链接：

提供个性化定制服务，满足粉丝对独特、专属产品的需求。粉丝可以根据自己的喜好和需求，定制具有特殊意义的蜡染工艺品。

通过讲述蜡染背后的故事和工匠的辛勤付出，激发粉丝对产品的情感共鸣和认同感。

### （二）品牌塑造与文化传播：

强调工坊的品牌理念和文化价值，打造具有地域特色和文化底蕴的品牌形象。

参与各类文化活动和展览，提升品牌知名度和美誉度。同时，利用社交媒体等渠道进行品牌宣传和推广。

要注重文化定位，它是吸引和留住目标观众的基础，这有利

于吸引有相同文化偏好的粉丝，还能增强直播内容的独特性和吸引力，充分展现榕江县蜡染工艺品的独特魅力和文化内涵，讲述背后的历史故事民族风情和制作工艺，激发观众对传统文化的兴趣和认同感，因此明确主播与产品的文化定位至关重要。

重点突出直播内容的创新与多样性，使粉丝有更多元化的需求得到满足。除了产品本身的介绍之外，主播还可结合特定的节日庆典或者是特殊主题来设计形式多样的直播内容，例如蜡染技艺的现场教学民族服饰搭配的展示文化故事的分享等等，做到有滋有味有声有色地与粉丝进行互动交流以吸引更多的人眼球。

## 三、农产品营销模式的创新

现在处于新媒体环境下的农产品营销也随着时代的发展而推陈出新了。电商直播等一系列新型营销途径使得农产品能够更加方便快捷的进入市场进行销售；新的销售途径也拓宽了农产品的销路；这一变化使农产品的品牌形象和市场竞争力都得到了很大的提升；并且对于农民增收和农村经济发展也有一定的促进作用；在新媒体环境下的农产品营销也随着时代的发展而不断创新。

品牌创建与质量追溯体系的建立都是农产品生产者在营销过程中不可忽视的环节。农产品生产者可通过直播的形式向广大消费者介绍农产品的生产过程和质量把关情况来增强消费者对产品品质的信任度。

## 四、榕江县农村电商的兴起与面临的挑战

新媒体环境对地方经济的影响，在榕江县的农村电子商务就成了不可忽视的现象。农村电商的发展路径和面临的挑战都有独到之处。随着新媒体技术在农村地区的不断渗透，榕江县的农村电商像雨后春笋一般迅速崛起，为当地经济注入了新的活力，在拓宽农产品的销售渠道和增加农民收入的同时，还带动了相关产业的发展，如物流包装设计等。农村电商的兴起使得榕江县诸多优质农产品能够“走出去”，比如蜡染工艺品等得以走出大山走向全国及全球市场，实现价值的最大化。可以说，农村电商在促进地方经济发展的同时，也带来了巨大的社会效应。

直播电商快速发展的同时，榕江县的农村电商面临的挑战也不少。滞后的基础设施建设，依然是制约其再上台阶的瓶颈。尽管近几年网络覆盖率和物流体系有所提升，但农村地区的网速和物流成本相对于城市而言依然处于较高的水平，这对电商业务的效率和竞争力都造成了影响。农村电商面临的另一大问题是人才短缺。由于农村地区教育资源和就业机会相对有限，电商专业人才聚集难度较大，导致农村电商缺乏专业人才的支撑，在经营、推广、管理等各方面都存在着一一定的短板，对整体发展水平和市场竞争力造成了一定的阻碍。

## 五、网红直播电商的机遇与挑战

网红直播电商因其独特的魅力和强大的带货能力在电商领域

占据重要地位。农村电商可以适度利用网红效应孵化网红，这对产品营销知名度提高等许多方面都大有裨益。如在广西柳州市融水苗族自治县安陞乡江门村的村民委员会主任杨宁带领村民通过直播销售百香果，取得了显著的经济效益。通过短视频平台孵化出本地“乡村网红”，直播销售当地特色农产品。网红以其真实的农村生活为背景，生动介绍农产品种植过程与品质，迅速提升产品知名度，带动当地农产品热销，有效助力乡村振兴。

## 六、大数据在电商直播中的应用

大数据技术在电子商务直播中的运用，使商家能够以更精准高效的方式进行营销手段的制定与执行，通过数据分析技术对消费者的需求与购买习惯等进行深入了解，进而为企业的战略决策提供有力支撑的同时，也能帮助商家提高整体运营效率并优化库存管理，使电商直播的效果得到进一步的提升与强化，为电商直播的可持续发展提供有力支撑，大数据技术在电子商务直播中的运用，也为消费者带来更优质的购物体验，并为企业提高营销效果提供了更为有效的手段。

## 七、电商直播中的品牌塑造与传播

品牌通过直播的形式，让消费者在感受品牌独特魅力的同时，也能通过直播的形式展示自己的文化、理念和产品特色。主播以专业的产品介绍、生动的使用示范、真诚的沟通互动，帮助品牌树立良好的形象与口碑，作为品牌与消费者沟通的桥梁。这种建立在直播基础上的品牌塑造和传播方式，不仅可以提升品牌的知名度和美誉度，还可以提升消费者对品牌的信赖感，提升消费者对品牌的忠诚度。

## 八、电商直播中的消费者行为分析

网红营销对购买决策过程的作用是显而易见的，特别是电商直播的情况下，网红主播直接引导消费者进行购买，并通过实时互动和个性化推荐激发消费者的购买欲望与决策速度。另外也不能忽视网红主播在口碑效应上扮演的角色，他们的评价和推荐往往左右着消费者的购买决定。例如被誉为“口红一哥”的李佳琦，凭借其专业的美妆知识、亲自试色以及极具感染力的直播风格，在淘宝直播平台上积累了庞大的粉丝群体。他的直播间常常能吸引数百万观众同时在线观看，每一次的推荐和试色都能迅速转化为销售数据。

1. 实时互动与个性化推荐：李佳琦擅长与观众进行实时互动，解答疑问，甚至根据观众的个人喜好和需求提供个性化的产品推荐。这种个性化的服务让观众感受到专属的购物体验，进一步增强了购买意愿。

2. 口碑效应显著：李佳琦的推荐和评价在粉丝中拥有极高的信任度。他推荐一款产品时，几乎都会迅速成为热销商品，甚至引发“断货”现象。这种由网红主播带来的口碑效应，对于促进销售和品牌曝光起到了不可估量的作用。

## 九、电商直播的未来发展趋势

电商直播随着新媒体技术的发展以及消费者对多样化需求的增加而不断进化，今后的发展前景将呈现多元化个性化的特点。技术日益普及，智能推荐算法日益提高，电商直播在视频传输质量上的提升将使消费者的购物过程更加顺畅与个性化。另外由于消费者对产品品质和服务的要求也日益提高，因此电商直播在提升产品与售后服务质量上也将加大力度以满足消费者的多元化需求。

### 结语：

在互联网为基础的新媒体迅猛发展的推动下，电商直播正以它特有的互动性和即时性逐步成为连接品牌与消费者的重要渠道。电商直播突破了传统电子商务的局限，使我们对产品的认知和购买过程更为直观形象，利用深度的情感连接个性化推荐机制来激发消费者的购买热情和重塑消费体验。电商直播的日益普及和被接受程度的提高，5G、AI 等技术在跨境电商全球化布局中的应用，电商直播的边界也不断被拓展，在此过程中，内容的不断更新丰富；营销策略的科学精准定位；都将是电商直播取得成功的关键所在。我认为，只要各方通力合作，电商直播将能够带来一个更加繁荣多元且富有朝气的新时代，为全球经济注入新的活力与机遇。

### 参考文献：

- [1] 吴阳. 新媒体环境下电商主播的口语传播困局 [J]. 青年记者, 2021(12):89-90.
- [2] 王沁. 新媒体环境下农村电商发展策略研究 [J]. 新闻研究导刊, 2022,13(14):242-244.
- [3] 魏佳琦, 罗颖婷. 大数据背景下新媒体直播带货助农探索 [J]. 数字农业与智能农机, 2023(10):101-104.
- [4] 姜天琪, 王睿昕, 赵宇轩. 新媒体环境下农产品营销模式及其质量安全风险研究 [J]. 农村实用技术, 2021,6(4):27-28.
- [5] 刘畅. 新媒体营销环境下关于网红直播电商模式的研究 [J]. 商场现代化, 2022(15):47-49.
- [6] 徐鑫亮, 孟蕊, 徐建中. 新媒体环境中品牌粉丝效应形成机理研究 [J]. 运筹与管理, 2021,30(11):218-225.
- [7] 饶燕. 新媒体环境下网络消费现状分析及引导：以小红书为例 [J]. 中国市场, 2021(2):129-130.
- [8] 熊英. 浅析新媒体环境下电商直播人才培养模式 [J]. 互动软件, 2021(6):4280.
- [9] 赵丹琦. 新媒体环境下电商直播带货的蓬勃发展 [J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2022(8):107-108.
- [10] 哈金彤. 试析新媒体环境下的品牌营销：以“直播带货”模式为例 [J]. 商业故事, 2021(6):30-31.
- [11] 戴月, 马晓思, 许义瑶. 新媒体营销环境下直播电商粉丝经营探究 [J]. 商场现代化, 2022,5(3):58-60.
- [12] 毕志敏, 金贞花, 宋京灿. 电商直播中网红营销对消费者购买行为的影响 [J]. 全国流通经济, 2022(2):10-12.
- [13] 赵林艳. 电商与新媒体的竞争：亚马逊的流媒体进程与启示 [J]. 湖南工业职业技术学院学报, 2023,23(3):44-48.
- [14] 杨晶. 融媒体时代地方媒体入局直播带货的思考——以北京广播电视台“时间京选”直播间为例 [J]. 新闻研究导刊, 2023,14(7):97-99.
- [15] 夏曼, 李爱雄. 广西茶叶电商发展问题与应对策略 [J]. 广西职业技术学院学报, 2021,14(5):35-41.
- [16] 王璐, 杨磊. 基于农文旅视域的沧州市特色农产品推广策略探析 [J].《南方农业》2023-08-25.