



农业科技管理  
Management of Agricultural Science and Technology  
ISSN 1001-8611, CN 22-1143/S

## 《农业科技管理》网络首发论文

题目：乡村短视频嵌入乡村振兴的现实困境与对策研究  
作者：贾静，张文政  
收稿日期：2024-09-09  
网络首发日期：2025-01-15  
引用格式：贾静，张文政. 乡村短视频嵌入乡村振兴的现实困境与对策研究[J/OL]. 农业科技管理. <https://link.cnki.net/urlid/22.1143.S.20250115.1540.002>



**网络首发：**在编辑部工作流程中，稿件从录用到出版要经历录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿等阶段。录用定稿指内容已经确定，且通过同行评议、主编终审同意刊用的稿件。排版定稿指录用定稿按照期刊特定版式（包括网络呈现版式）排版后的稿件，可暂不确定出版年、卷、期和页码。整期汇编定稿指出版年、卷、期、页码均已确定的印刷或数字出版的整期汇编稿件。录用定稿网络首发稿件内容必须符合《出版管理条例》和《期刊出版管理规定》的有关规定；学术研究成果具有创新性、科学性和先进性，符合编辑部对刊文的录用要求，不存在学术不端行为及其他侵权行为；稿件内容应基本符合国家有关书刊编辑、出版的技术标准，正确使用和统一规范语言文字、符号、数字、外文字母、法定计量单位及地图标注等。为确保录用定稿网络首发的严肃性，录用定稿一经发布，不得修改论文题目、作者、机构名称和学术内容，只可基于编辑规范进行少量文字的修改。

**出版确认：**纸质期刊编辑部通过与《中国学术期刊（光盘版）》电子杂志社有限公司签约，在《中国学术期刊（网络版）》出版传播平台上创办与纸质期刊内容一致的网络版，以单篇或整期出版形式，在印刷出版之前刊发论文的录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿。因为《中国学术期刊（网络版）》是国家新闻出版广电总局批准的网络连续型出版物（ISSN 2096-4188，CN 11-6037/Z），所以签约期刊的网络版上网络首发论文视为正式出版。

# 乡村短视频嵌入乡村振兴的现实困境与对策研究

贾静 张文政\*

(甘肃农业大学管理学院 兰州 730070)

**摘要：**作为互联网时代应运而生的产物，短视频平台是助力数字乡村发展的智慧平台，也是促进乡村振兴的重要工具。针对乡村短视频面临的内容创作、传播与推广及经济效益等困境，应以坚守乡土文化为内核，通过鼓励创作者深入挖掘乡村文化，创作地方特色的短视频、持续完善基层网络设施等措施推进乡村文化有序传播，积极培育新的产业形态，助力乡村优势资源转化为全面振兴的强劲动力。

**关键词：**乡村短视频；乡村振兴；特色产业

## Research on the realistic dilemma and countermeasures of rural short video embedding in rural revitalization

Jia Jing Zhang Wenzheng

(College of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou, 730070 China)

**Abstract:** As a product of the application of the Internet era, short video platform is a smart platform to help the development of digital countryside, and also an important tool to promote rural revitalization. In view of the difficulties of content creation, communication and promotion, and economic benefits faced by rural short videos, it is necessary to adhere to local culture as the core, promote the orderly dissemination of rural culture by encouraging creators to dig deep into rural culture, create short videos with local characteristics, continuously improve grass-roots network facilities and other measures, and actively cultivate new industrial forms. Help rural superior resources into a strong driving force for comprehensive revitalization.

**Key words:** Rural short video; Rural revitalization; Characteristic industry

### 1 引言

随着科技的飞速发展和信息时代的到来，新媒体技术，特别是短视频技术，

收稿日期：2024-09-09

基金项目：国家社科基金一般项目（22BKS161）；甘肃省哲学社会科学规划项目（2021YB066）

作者简介：贾静（2001-），女，在读硕士研究生。主要研究方向：行政管理。

张文政为本文通讯作者。

已成为社会生活中不可或缺的一部分。2024年1月31日，习近平总书记在主持中共中央政治局第十一次集体学习时指出：“科技创新能够催生新产业、新模式、新动能，是发展新质生产力的核心要素”<sup>[1]</sup>。乡村作为中国社会的重要组成部分，其振兴与发展更是国家战略中的关键一环。在这样的背景下，乡村短视频作为一种新兴的媒介形式，全面展示了乡村的特色生活，有效推动了乡村经济的发展，并实现了农民多元自我价值<sup>[2]</sup>。其独特的传播力和影响力，为乡村振兴注入了新的活力与希望。

短视频作为一种集视觉、听觉、情感于一体的传播方式<sup>[3]</sup>，其时长短、传播速度快的特点能够迅速抓住观众的眼球，传播乡村的声音和故事。现阶段，短视频、直播成了广大农村地区销售农旅产品的一条新途径<sup>[4]</sup>。然而，尽管乡村短视频在乡村振兴中展现出巨大的潜力，但在实际操作过程中，仍面临着诸多现实困境。因此，文章旨在探讨短视频嵌入乡村振兴的现实困境与对策，通过对当前乡村短视频发展的现状分析，深入剖析其面临的困境和挑战，提出切实可行的对策和建议。短视频、直播成了广大农村地区销售农旅产品的一条新途径。

## 2 乡村短视频的发展现状

短视频的最早起源于2011年在美国上线的微视频客户端 Viddy，目前关于短视频盈利模式研究比较稀缺，国外早期便出现了 Vine 和 Instagram 两类具有短视频特点的 App，而国内对于短视频的研究起步较晚，国内短视频的兴起可以追溯到2013年至2014年这一时间节点<sup>[5]</sup>。具体来说，2013年前后，一些新型的短视频应用开始涌现，如快手、抖音等，这些应用不仅推动了整个短视频市场的萌芽阶段，也开始在年轻用户中迅速流行起来。

在2014年，快手和抖音等短视频应用相继推出，开始受到用户的欢迎，这一年也被认为是国内短视频的元年。随着移动互联网技术的不断发展和视频压缩技术的进步，以及4G网络的普及，短视频得到了更广泛的普及和认可。随后，在2016年至2017年，短视频应用开始大规模普及，用户规模和内容数量大幅增长。短视频内容也开始多元化，涵盖了美食、旅游、美妆等各个领域。2018年至2019年，短视频平台之间的竞争日益加剧，各大平台开始加大对内容创作者的扶持力度，推出了更多的创作工具和奖励计划，吸引了大量的内容创作者加入到短视频行业。从2020年至今，短视频行业进入到了内容创作和商业化并重的阶

段，短视频平台在继续扩大用户规模和内容数量的同时，也开始探索更多的商业化模式，如电商、直播等。而由于短视频平台的内容多样化、时长短小精悍、互动性强、创意性强以及个性化推荐等特点也为其赢得了广泛的用户群体和市场份额。

随着农村地区的互联网普及率不断提高，农民接触和使用互联网的机会也越来越多。这为短视频在乡村地区的普及提供了基础设施保障。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）在北京发布第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年 12 月，我国网民规模达 10.92 亿人，这其中，我国网络视频用户规模达 10.67 亿人，占网民整体的 97.7%，这为短视频在乡村地区的传播提供了广阔的空间。其次，短视频平台通过调整用户定位和市场定位，逐渐下沉到乡村市场。如快手发起“幸福乡村带头人”“快手点亮百县”等乡村项目策划，抖音紧随其后推出“新农人计划”“文旅扶贫计划”等支农计划<sup>[6]</sup>。借助短视频平台的影响力和传播力，乡村短视频蓬勃发展，创作市场也日益活跃，为地区的文化传承和发展注入了新的活力。

### 3 乡村短视频嵌入乡村振兴的现实困境

#### 3.1 内容创作困境

1) 短视频内容同质化严重，缺乏创新。在乡村振兴的浪潮中，乡村短视频作为一种新兴的传播方式，其创作和生产对于提升乡村文化影响力、推动乡村经济发展具有重要意义。但由于乡村短视频的创作和生产缺乏专业知识和经验的支持，使得其内容质量参差不齐，难以形成持续、稳定的输出。这主要是由于短视频创作者看重内容的广度，却忽略内容的深度及缺乏能够持续盈利的专业运营团队<sup>[7]</sup>。大多数短视频的创作主体是村民个人，很少有专业的公司和团队参与“三农”短视频的创作<sup>[8]</sup>。乡村短视频创作者缺乏专业的运营知识和经验，难以将短视频内容与乡村文化、乡村经济紧密结合<sup>[9]</sup>。因此，为了推动乡村短视频的发展并融入乡村振兴的整个过程，我们需要加强专业团队的培育和建设，提升村民的技能培训和内容引导能力，并促进上下游多环节的协同合作。

2) 短视频内容难以全面反映乡村真实面貌和民生需求。短视频内容难以全面反映乡村真实面貌和民生需求的问题，主要缘于短视频这种媒介形式本身的局限性和一些现实挑战。短视频的时长限制使得内容难以深入。由于短视频的时长

通常在几分钟以内，这种限制使得创作者难以在有限的时间内全面、深入地展现乡村的真实面貌和民生需求。乡村生活丰富多彩，既有美丽的自然风光，也有复杂的人际关系、经济结构和文化遗产，这些都需要通过较长的篇幅来详细描绘和解读。其次，短视频创作和传播的门槛相对较低，导致内容质量参差不齐。一些创作者可能缺乏专业知识和经验，无法准确把握乡村的真实情况和民生需求，从而导致内容失真或误导观众。因此，要想通过短视频全面反映乡村的真实面貌和民生需求，需要创作者具备深厚的乡村背景和专业知识，同时还需要对乡村的复杂性和多样性有深入的理解和把握。

### 3.2 传播与推广困境

1) 乡村地区网络基础设施薄弱，影响短视频传播效果。乡村地区的网络基础设施薄弱是当前短视频传播效果受到影响的重要因素之一。由于地理环境的限制，乡村地区的基站建设相对较少，导致网络覆盖范围有限<sup>[10]</sup>。很多乡村地区的居民在家中无法接收到稳定的网络信号，从而无法流畅地观看和分享短视频内容。且乡村地区的网络速度往往较慢。这导致短视频的加载时间较长，用户需要花费更多的时间等待视频加载完成，影响了用户的观看体验。同时，视频的加载时间也限制了用户在乡村地区上传和分享短视频的效率。

2) 缺乏有效的推广渠道和策略，导致短视频影响力有限。乡村短视频在传播过程中往往受限于推广渠道。主流的社交媒体平台、视频分享网站等虽然为短视频提供了传播的机会，但由于竞争激烈，乡村短视频很难在众多内容中脱颖而出。此外，缺乏精准定位，很多乡村短视频在创作之初没有明确的受众定位，导致推广时难以找到精准的目标群体。缺乏精准定位不仅会影响短视频的播放量，还会降低用户的互动和参与度。

### 3.3 经济效益困境

1) 短视频创作者收益不稳定，缺乏持续创作动力。短视频创作者的收益在很大程度上依赖于广告、播放量和点赞量等。与城市题材相比，乡村题材的短视频受众可能较少，导致播放量、点赞、评论等数据不高，从而影响收益。乡村题材的短视频内容创新难度较大，需要创作者不断挖掘新的创意和角度，以保持观众的兴趣。很多乡村短视频创作者的收益主要来源于平台的广告分成，缺乏其他稳定的收益来源。创作者收益不稳定，会导致他们缺乏持续创作的动力。

2) 短视频与乡村产业的融合度不高, 难以形成良性互动。乡村短视频可能更多关注于乡村生活、风景、文化等方面, 而乡村产业则涵盖了农业、手工艺、旅游等多个领域。两者在内容上的差异性可能导致融合度不高。两者之间缺乏合作平台, 乡村短视频创作者与乡村产业之间的合作平台相对较少, 缺乏有效的沟通渠道和合作机制。并且存在信息不对称的问题, 乡村产业可能不了解短视频的推广效果和潜力, 而短视频创作者也可能对乡村产业的具体情况和需求了解不足。现阶段, 乡村短视频经济发展尚处于自发、随意阶段, 缺少符合实际的乡村产业规划, 难以形成“短视频经济 + 特色产业”的完整生态。

## 4 乡村短视频嵌入乡村振兴的对策研究

### 4.1 内容创新策略

1) 鼓励创作者深入挖掘乡村文化, 创作具有地方特色的短视频。优质内容是乡村短视频吸引网络用户的最主要因素, 也是保障其持续发展的根本动力。乡村短视频要想取得长足发展, 助力乡村振兴, 就必须在内容上多下功夫, 特别是要深入挖掘优秀乡村传统文化资源。乡村, 作为中国传统文化的重要载体, 蕴含着丰富的历史底蕴和民俗风情。这些独特的元素, 如果能被巧妙地融入到短视频的创作中, 不仅能为观众带来新颖、独特的观赏体验, 更能助力乡村文化的传承与发展。除此之外, 创作者需要运用自己的智慧和创意, 将乡村文化的元素巧妙地融入到短视频的各个环节中。例如, 可以通过讲述乡村故事、展示乡村风光、呈现乡村生活等方式, 让观众在欣赏短视频的同时, 也能感受到乡村文化的魅力。同时, 还可以结合当地的特色美食、手工艺品等元素, 为短视频增添更多的地方特色。正如乡村博主宁夏牧飒, 立足当地特色资源, 长期致力于深耕乡村短视频品牌建设, 做成了百万级“抖音网红”。

2) 加强与乡村产业的融合, 创作与乡村经济发展相关的短视频。加强与乡村产业的融合, 创作与乡村经济发展相关的短视频, 是一种富有创新且实用的方式, 它不仅能够促进乡村经济的繁荣, 还能通过视觉化的形式, 让更多人了解和关注乡村的发展。

### 4.2 传播推广策略

1) 加强乡村地区网络基础设施建设, 提升短视频传播速度和稳定性。加强

乡村地区网络基础设施建设是提升短视频传播速度和稳定性的重要措施。通过深入实施信息进村入户工程、加快新型基础设施的建设、完善网络服务体系、加强网络安全防护以及鼓励乡村用户参与网络内容创作等方面的努力,可以为乡村地区的短视频传播提供更加坚实、快速、稳定的网络环境。

2) 精准定位, 提高乡村短视频供需匹配度。为了有效推广乡村短视频, 我们可以充分利用社交媒体和电商平台等多元化渠道。例如通过精准定位目标受众, 在社交媒体平台上, 通过分析用户数据, 我们可以精准地定位到对乡村文化和特色产品感兴趣的目标受众, 从而实现更高效地推广。广大农民是乡村文化的直接接触者和直接受益者, 而不同类型的农民群体对乡村文化的需求存在较大的差异<sup>[11]</sup>。针对不同农民群体的需求特征, 提供针对性的乡村文化服务和文化产品供给, 有利于提高乡村短视频的播放量。其次还可以创建官方账号和社群, 在各大社交媒体平台上创建乡村短视频的官方账号和社群, 定期发布短视频内容, 与粉丝互动, 增加用户粘性。根据艾莉森·兰斯伯格提出的“假肢记忆”的概念, 认为通过大众媒介的传播与互动, 人们可以体验没有经历过的事件, 包括情感上的, 甚至身体上的, 通过互动很好地巩固了粉丝的黏性<sup>[12]</sup>。假肢记忆能够承载情绪, 记录情绪事件, 从而成为情绪二次社会分享的对象和动力<sup>[13]</sup>。

### 4.3 经济效益提升策略

1) 建立人才队伍, 健全短视频创作者收益机制。一方面我们积极倡导和支持返乡人才投身创业浪潮, 为他们创造丰富的就业岗位, 实施灵活的创业政策, 激励他们自主制作关于乡村的短视频, 留住这些回乡创业者; 另一方面, 我们也需要注重培育具备技术专长且热爱农业的新型职业农民, 激发他们的内在活力, 并提升他们在乡村短视频领域中运用短视频进行内容创作和产品销售的能力<sup>[14]</sup>。通过这些举措, 真正让乡村短视频成为推动乡村振兴的强大动力。通过完善流量变现机制, 激励短视频创作者的热情与信心是确保短视频行业可持续发展的关键。

2) 推动短视频与乡村产业的深度融合, 打造乡村经济新增长点。宁夏牧飒的短视频案例为我们展示了如何将乡村文化、特色产品与短视频平台相结合, 实现文化遗产与产业推广的良性互动。通过他的多场助农直播, 大力带动了当地农产品的销售, 也为当地的旅游业和特色产品的发展注入了新的活力。政府也应出台相关政策, 鼓励和支持短视频平台与乡村产业的合作, 为双方提供政策保障。

其次，政府可以设立专项资金，用于支持短视频与乡村产业融合发展的项目，降低企业和个人的创业成本。此外，政府也可以搭建短视频与乡村产业合作的平台，促进双方交流和合作，推动资源共享和优势互补。通过“政府+短视频”的模式，促使乡村振兴成果丰硕。

## 5 结论与展望

短视频既是新时代科技发展的产物，也是创新农产品营销体系的重要手段。其具有传播速度快、力度大和互动性强的特点<sup>[15]</sup>，在宣传乡村振兴战略的过程中，可以直观、生动地展示乡村的魅力与活力，让用户更加直观地了解乡村振兴的实际情况和成果，成为乡村振兴宣传的主要手段之一。且乡村物流配送、数字支付及电商经营等领域日趋成熟，为乡村短视频经济的发展提供了强有力的全方位支持。为了将短视频有机融入乡村振兴的宏伟蓝图，我们需以整合乡村特色资源为基石，精心培育乡村产业的新兴业态，并精心打造“三农”品牌。这一过程中，不仅能增加村民的增收机会，更能传承和弘扬质朴的乡土文化，实现乡村在文化、产业和乡风等多方面的全方位振兴。通过科技与文化的深度融合，我们共同描绘出乡村振兴的美好蓝图。

## 6 参考文献：

- [1] 习近平在中共中央政治局第十一次集体学习时强调：加快发展新质生产力扎实推进高质量发展[N].人民日报，2024-02-02（1）
- [2] 李明德，史楠.乡村短视频的发展生态、现实困境与因应策略研究[J].电视研究，2022，（8）：83-86
- [3] 朱鹏羽，陈扬.基于“直播+短视频”的农产品内容营销体系构建[J].农业经济，2024（8）：139-141
- [4] 王慧.短视频与直播赋能乡村振兴的内在逻辑与路径分析[J].社会科学家，2021（10）：105-110
- [5] 姜雪松，徐鑫，徐妍，等.基于数字经济的短视频自媒体盈利模式研究[J].商业经济研究，2022（19）：88-92
- [6] 夏箐.数智时代短视频赋能乡土文化传播的有效路径探究[J].武汉冶金管理干部学院学报，2024，34（3）：12-15
- [7] 李谌涵.“三农”短视频赋能乡村振兴的主要困境及对策[J].湖南科技学院学报，2024，



45 (4) : 106-109

- [8] 崔娜.乡村振兴视域下“三农”短视频创作价值实现困境及对策[J].乡村科技, 2021, 12 (1) : 24-25
- [9] 闫欣, 马芊红.短视频经济嵌入乡村振兴的困境、模式与实践[J].农业经济, 2024 (4) : 60-62
- [10] 慎婵焯.新媒体技术对乡村振兴战略的影响[J].记者摇篮, 2024 (9) : 15-17
- [11] 王俊.乡村振兴视域下县级融媒体在乡村文化传播中的挑战与创新之道[J].宁波开放大学学报, 2024, 22 (3) : 77-80
- [12] Hobson, Wayne K. Prosthetic Memory: The Transformation of American Remembrance in the Age of Mass Culture[J]. History Reviews of New Books, 2004, 33(1):10,
- [13] 刘于思, 潘鹤.个体与共同体的联结: 集体记忆传播和共享的中观层次与关键议程[J].新闻记者, 2023 (4) : 49-63
- [14] 武国峰, 王蕊, 柏宗春, 等.乡村振兴背景下江苏促进科技人才向乡村流动的对策研究[J].农业科技管理, 2021, 40 (6) : 82-85
- [15] 阳继乐.媒体融合背景下乡村振兴短视频的传播路径研究[J].视听, 2024 (9) : 102-105