

# 乡村振兴背景下“三农”短视频发展研究

——以四川雅安市晏场镇为例

宋光丽 唐洁 王新星 杨舒豪 张雪梅

四川轻化工大学 四川自贡 643000

**摘要：**没有乡村振兴，就没有民族振兴。没有农村农业的现代化，就没有整个国家的现代化。自党的十九大提出实施乡村振兴战略以来，我们党就一直把乡村振兴的任务放在国家建设重中之重的位置，实施乡村振兴战略也成为了关系全面建设社会主义现代化国家的全局性、历史性任务。在乡村振兴战略引导下，互联网企业积极谋求担当重要角色，一些短视频平台通过运营培训、流量扶持、变现指导等支持“三农”短视频创作。短视频作为“三农”题材内容创作和传播的载体和手段，进一步丰富了互联网在乡村振兴领域的应用和价值。本项目小组积极响应国家号召，顺应时代发展潮流，践行马克思主义实践与理论相结合的基本原理，以四川省雅安市晏场镇为例，通过对于大量文献资料的分析研究，认为通过发展“三农”短视频的方式来助力晏场镇农村经济发展，实现乡村振兴有切实的可行性。本文结合短视频背景，以雅安市晏场镇茶产业为例，创新性提出“三农”短视频促进乡村资源一体化，形成完善的农产品营销体系。同时通过营销策略的优化，带动农村现代化发展，从而为乡村全面振兴提供助力。

**关键词：**乡村振兴；三农短视频；茶产业；流动空间；数字化赋能

## 一、晏场镇“三农”短视频发展现状与生态分析

### （一）区域概况与产业基础

晏场镇地处四川省雅安市雨城区南端，位于四川盆地西缘向青藏高原过渡的生态敏感带（北纬29°44′，东经103°07′），海拔803-2000米，属亚热带湿润季风气候区。年平均降水量1700mm，森林覆盖率达70%，形成“高山云雾出好茶”的独特生态条件。作为雨城区“南部高山有机茶区”核心区域，全镇茶园面积3.8万亩，其中无性系良种茶园1.16万亩，蒙顶黄芽、高山绿茶等获国家级奖项。产业结构以“林、茶、畜”为支柱，2024年茶叶综合产值达7500万元，占农业总产值的42%，已形成“种植-加工-销售”初级产业链。近年来依托高叠洞峡谷、海子山湿地等生态资源，探索“茶旅融合”发展路径，但数字化渗透率不足15%，存在“生态资源丰富与数字转化滞后”的矛盾。

### （二）“三农”短视频在晏场的发展演进轨迹

#### 1. 萌芽期（2016-2018）：技术启蒙与自发记录

伴随抖音、快手等UGC平台兴起，少数村民开始用手机拍摄茶园采摘、农事活动等碎片化内容，典型如代河村茶农通过抖音发布手工制茶过程，但内容呈现原始化、非结构化，年均发布量不足50条，未形成传播声量。此阶段特征为：创作者无职业化意识，内容以“生

活记录”为主，平台算法推荐机制尚未对乡村内容倾斜。

#### 2. 探索期（2019-2021）：政策驱动与零星突破

国家乡村振兴战略实施后，短视频平台推出“新农人计划”“乡村守护人”等激励项目（如抖音2020年投入10亿流量扶持三农创作者），晏场镇出现首批农业带头人尝试内容创作。聚祥春茶厂负责人通过快手直播黄茶制作工艺，单场观看量突破1万，但全镇活跃账号不足10个，内容同质化严重，90%为“茶叶采摘+产品展示”单一模式，缺乏叙事设计。

#### 3. 瓶颈期（2022-2024）：规模停滞与转型困境

当前全镇“三农”短视频账号约37个，粉丝量超1万的仅2个，内容生产面临三重制约：

**主体老龄化：**创作者中50岁以上占比68%，数字技能薄弱，仅12%能使用剪辑软件；**内容内卷化：**85%的视频为茶园风光、茶叶包装等硬广，缺乏“茶农故事”“制茶非遗”等情感叙事；**变现渠道单一：**仅依赖短视频挂链销售，2023年电商销售额占茶叶总产值不足8%，远低于全国平均水平，其丰富的产业和自然资源有待进一步发掘。

## 二、晏场镇“三农”短视频发展的影响因素

### （一）区域资源禀赋与数字化基础的制约

晏场镇虽拥有3.8万亩茶园、70%森林覆盖率的生态

资源及蒙顶黄芽等非遗技艺，但数字化渗透率不足15%，成为短视频发展的结构性瓶颈。一方面，高山茶园的地理优势尚未转化为内容优势，85%的短视频仅停留在茶园风光、茶叶包装等硬广层面，缺乏对“高山云雾出好茶”生态价值的深度叙事；另一方面，冷链物流、物联网监控等基础设施建设滞后，导致“短视频+电商”闭环中物流可视化不足，难以建立消费者信任。

### （二）政策支持与市场机制的协同不足

雅安市虽推出茶产业专项资金及“新农人计划”流量扶持，但存在政策落地“最后一公里”问题。例如，针对短视频创作的专项培训覆盖率不足30%，且多集中于基础拍摄技巧，缺乏IP孵化、流量运营等系统化指导（刘瑞琪等，2025）。市场层面，短视频平台算法对乡村内容存在“流量倾斜不足”现象，晏场镇头部账号粉丝量超1万的仅2个，远低于全国平均水平，加之变现渠道单一（2023年电商销售额占比不足8%），难以形成“创作-变现-再创作”的良性循环。

### （三）文化认同挖掘与内容创新的深度欠缺

晏场镇短视频对茶文化的呈现多停留在“采摘-炒制-售卖”的表层流程，缺乏对蒙顶黄芽非遗技艺、茶马古道历史等文化内核的挖掘。对比“李子柒”对传统工艺的沉浸式叙事，本地内容未能构建“技艺传承-生活方式-情感共鸣”的叙事链条，导致“茶农故事”“制茶非遗”等情感类内容占比不足15%，难以通过文化认同激发传播裂变。此外，受限于创作者认知，尚未开发“茶旅融合”“文创IP”等衍生内容，错失文旅消费场景拓展机遇（张森、邓峰，2025）。

## 三、晏场镇“三农”短视频的发展模式构建

乡村振兴与现代化的核心在于城乡要素流动。基于曼纽尔·卡斯特尔“流动空间”理论，雅安市晏场镇可通过“三农”短视频引致人流、物流、资金流、信息流汇聚，为晏场镇茶产业振兴提供新路径。

### （一）人流：激活乡土人才引擎

根据《CNNIC：第54次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2024年6月，我国网民规模达10.9967亿，互联网普及率78.0%，短视频职业化推动农民生产方式向“半耕半网”转型（李竹筠，2022）。晏场镇地处雅安南端，海拔803—2000米，拥有3.8万亩茶园与丰富乡土资源，但存在劳动力外流问题。可依托茶产业特色，设计“短视频创作者孵化计划”，吸引返乡青年拍摄茶产业vlog，打造“采茶姑娘”、“制茶匠人”等原生IP。同

时晏场的剩余劳动人口，可通过“农民讲述农民故事”的乡土叙事（如茶叶采摘、茶饮制作短视频），引发受众共鸣，形成“网红茶农”矩阵，带动青年回流。

### （二）物流：构建产销闭环体系

利用“短视频+电商”模式，晏场镇可搭建“茶鲜叶交易市场+冷链物流”体系来促进生产。农夫山泉2024年收购临沧4000吨夏秋茶鲜叶案例，实现了提价30%激发茶农积极性，同步引入“溢价+标准+建厂”模式，推动乡村茶产业标准化。晏场茶叶也可通过短视频全程展示采摘、加工、运输环节，与大型资方实现对接，解决夏秋茶滞销难题。同时，短视频中植入“一键下单”链接，实现“流量种草-直播转化-冷链配送”闭环（刘瑞琪，2024）。

### （三）资金流：多元变现路径构建

第一，IP与茶企流量分利。推动“采茶姑娘”等原生IP与聚祥春茶厂合作，以获“蒙顶山杯”金奖的蒙顶黄芽为核心，在短视频中植入场景化广告，同步开展“非遗制茶”直播带货，按“创作者40%+茶厂30%+平台30%”分利（参考安岳柠檬“E-R-C模型”）。第二，MCN职业化运营。签约本地9个合作社茶农，提供拍摄培训与设备支持，打造“茶产品测评”等内容矩阵，对接电商平台实现“广告+佣金”变现，2024年目标孵化10个10万+粉丝账号。第三，文旅资源引资开发。通过短视频展示高叠洞、海子山湿地，设计“茶园打卡+制茶体验”研学路线，联合政府举办投资峰会，吸引资本开发茶主题民宿，可参考济南“超然楼”IP商业化路径落地千万级项目来进行模式构建（延磊，2025）。

### （四）信息流：数字治理双驱动

制作《晏茶种植100问》短视频，由种植大户讲解太阳能杀虫灯使用等技术，挂载《操作手册》链接，同步推动30%茶园物联网改造，实时展示生长数据。政策与环保治理：借鉴山西“方言短剧”模式，用四川方言制作政策解读短视频，解读雅安市1万元创业资金等支持；发起“守护晏场绿”征集活动，以短视频作为环保考核依据，实现“内容创作-治理监督”闭环。

## 四、晏场镇“三农”短视频与茶产业融合发展优化策略

### （一）深挖茶文化内核，构建内容创新体系

将蒙顶黄芽制作技艺、高山茶园生态等元素转化为可视化符号，采用“非遗技艺+流行表达”模式。通过微距镜头聚焦炒茶手势、茶叶发酵等细节，搭配网络

热梗文案（如“这手速，茶界‘顶流’实锤”），在保持工艺本真性的同时降低年轻受众认知门槛（罗文雪，2025）。借鉴“李子柒”影视化手法，用降格镜头呈现茶园四季变迁，以环境音留白营造沉浸式体验，强化“高山云雾出好茶”的文化认同（罗文雪，2025）。同时，针对“茶叶采摘+产品展示”的单一模式，将茶农劳作、返乡青年创业等微观场景与乡村振兴战略结合。拍摄“00后茶农改造老茶园”系列，通过智能灌溉设备应用、电商直播等情节具象化“科技兴农”；借鉴方言短剧形式，用四川方言制作《晏茶三代人》微纪录片，避免生硬广告内容导致的传播疲劳（罗文雪，2025；邓安琪，2025）。

### （二）打通“短视频+茶产业”价值链

在短视频中植入“茶旅盲盒”互动，用户观看“手工制茶”视频后可领取“高叠洞茶园打卡券”，凭券兑换采茶体验或茶点试吃；开发“晏茶文创”周边，将“采茶姑娘”IP形象授权至茶具、茶包装，通过短视频购物车实现“内容种草-消费转化”闭环。参考“线上引流+线下转化”模式，定期举办“短视频茶旅节”，直播茶旅路线体验（滕玲玲，2025；罗文雪，2025）。同时也可探索在短视频中嵌入物联网监控画面，实时展示茶园土壤湿度、茶叶生长周期等数据，强化“有机高山茶”信任背书；复刻“新农人计划”流量扶持逻辑，拍摄“夏秋茶收购全流程”纪录片，通过“短视频溯源+直播砍价”模式解决滞销问题，将流量转化为产业增值动力（邓安琪，2025；罗文雪，2025）。

### （三）夯实支撑体系，提升可持续发展能力

晏场镇可以尝试与政企联联合，建立“政企校”三方培训机制：联合高校开设“短视频+茶产业”工作坊，教授AI剪辑工具（如自动生成茶园延时摄影）、直播数据分析等技能；引入智能灌溉、太阳能杀虫灯等技术，在短视频中设置“智慧茶园探秘”专栏，吸引青年返乡创作，破解68%创作者年龄超50岁的困境（邓安琪，2025；罗文雪，2025）。同时，申请“数字乡村”专项资

金建设直播基地，对入驻茶农提供设备补贴及流量扶持；通过平台后台监测用户画像（如中老年偏好方言政策解读，年轻群体关注“冷萃茶特调”），动态调整内容策略，避免“流量至上”导致的内容低俗化（滕玲玲，2025；邓安琪，2025）。

### 五、结论和展望

随着互联网技术的高度发展，未来必定会有越来越多的人参与到短视频的消费和创作中，短视频本身也会逐渐成为推动乡村现代化和乡村振兴的重要一极，参与到乡村的发展和治理当中来。本项目抓住互联网短视频发展势头良好的趋势，通过分析“三农”短视频产业对实现乡村振兴及精准扶贫的可行路径。得出乡村振兴战略对农村区域发展的影响结论的研究。促进乡村振兴建设的功能与价值，是一次新媒体促进乡村振兴的本土化尝试，为新媒体助力乡村振兴建设提供了一个实践样本和一条可参考的路径。

### 参考文献

- [1]张森，邓峰. “三农”短视频赋能乡村现代化：表现形式、内在逻辑与提升路径[J]. 现代经济探讨，2024，(07)：114-123.
- [2]刘瑞琪，王莹，舒丽璇，等. 短视频赋能农产品营销的路径探析——以安岳柠檬为例[J]. 优质农产品，2025，(01)：85-87.
- [3]延磊，马进，张婧. 济南广电“短视频+”特色发展模式分析[J]. 传媒，2024，(13)：29-31.
- [4]罗文雪，王义仁. 文化认同视域下中国传统文化类短视频传播维度与优化策略[J]. 中国出版，2025，(08)：61-66.
- [5]滕玲玲. 文旅抖音短视频传播策略优化[J]. 新闻世界，2025，(04)：76-78.
- [6]邓安琪，郑登元. 乡村振兴类短视频传播研究——基于抖音平台的数据分析[J]. 今传媒，2025，33(05)：35-38.