

项目 3 常见的几种网络直播

任务 3.1 生鲜农产品的网络直播

电子教案

| 课 题 | 直播营销 | | | | |
|------|-----------------|--|--|----|--------------|
| 授课班级 | | 授课时间 | | 课时 | 2 课时 |
| 教学目标 | 知识目标 | 1. 熟悉通用生鲜农产品直播关键准备步骤和相关营销。 2. 掌握通用一般生鲜农产品直播全流程 | | | |
| | 能力目标 | 1. 通过掌握通用一般生鲜农产品直播全流程,锻炼逻辑思维、说话技巧、方案安排能力。 | | | |
| | 素质目标 | 1. 具有可持续发展的学习与适应能力 2. 具有良好的心理素质 3. 具备良好的职业素养和强烈的商业信誉观 4. 具有良好的团队协作意识和沟通、协调能力 5. 具备吃苦耐劳的意志品质和严谨认真的工作作风。 | | | |
| 教材分析 | 重 点 | “九”项准备 | | | |
| | 难 点 | 直播流程的掌握程度 | | | |
| | 关 键 | 认识农产品直播的弊端和益处 | | | |
| 教学方法 | 教法分析 | 讲授法、图例讲解分析法、讲练结合 | | | |
| | 学法分析 | 小组学习法 | | | |
| 教 具 | 多媒体 | | | | |
| 教学过程 | 教学分析 | 教学内容 | | | 教师调控 学生活动 |
| | 板书设计紧扣本课教学重点，突出 | 项目 3 常见的几种网络直播 任务 3.1 生鲜农产品的网络直播 一、准备工作（“九”项准备） | | | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | <p>(3) 其他辅助物品，包括产品相关，如桌架、宣传海报、明星同款照片、指示标识牌、各项产品等；工具相关，包括大功率充电宝、支架、话筒、计算器、摄像头、稳定器、灯光等。</p> <p>2. 人员准备</p> <p>(1) 直播人员选择</p> <p>①个人（农户等），需要学习直播技巧；</p> <p>②“1+1”型，县长、市长等领导（信誉保障）；明星、达人主播等（流量保障），专业主播、公司等（技术保障），存在不能长期开展且费用高预约难、销售想象出入等问题。</p> <p>(2) 辅助人员选择，可包括控场人员、技术人员、平台对接人员、后台人员等。</p> <p>3. 个人形象准备</p> <p>根据直播人员选择类型进行形象准备，尽可能符合个人IP定位：</p> <p>①服装，以直播农产品类型为方向，衣着干净简洁、日常或务农、乡土等服装。可穿特色标识性服装，如水果类、海鲜类产品，服装上加上水果、海鲜标识或品牌标识；个人IP方向服装，如干练服装、古风类服装、质朴服装、搞笑服装等。</p> <p>②妆容，尽量以素妆或淡妆为主，质朴妆容。</p> | |
|--|--|--|--|



图 农产品的直播

4. 场地准备（直播间布置）

农产品直播场地主要分为室内或室外，生鲜农产品的场地以室外为主。包括果园、蔬菜大棚、发货仓、水产养殖地、农家空旷地等。一般室内可能多为“1+1”型室内室外两地连线直播销售。

直播间布置以真实自然背景即可，需要注意尽可能为简单、整洁背景，色彩不可复杂多样，让观众专注于产品。如乡村小路、庄稼、农具、水流、建筑等都会吸引人停留在直播间。



图

5. 时间准备

根据直播类型选择以室外或室内为主的形式。室外直播需要光线充足，日常在 11:30-20:00 期间，工作黄金时间在 12:00-14:00，周末则整个下午均可。以室内直播为主，室外为辅的形式时间则尽量选择在 17:00-24:00 时间段，是直播的黄金时间，此形式一般直播 1h 后连线户外直播间。

6. 商品选择准备

商品选择是农产品直播的核心，无论是个人主播还是达人主播在选择卖货农产品时，要进行综合考虑，包括产品品牌度、优势性、性价比、运输条件等因素。如大五星枇杷，各地都在种植，农户在售卖自身农产品时，考虑怎样提升产品优势，如地域优势、品质高、运输快、品牌化等特点。

所以选择时最好为品牌化农产品，如延安苹果、阿坝车厘子、五常大米、安岳柠檬等。若不是著名品牌的产品，也应加上自身品牌，提高产品可信度。可采用“地域+水果名称”的形式，如丽江石榴、浦江猕猴桃、果冻橙、黑美人西瓜等。

如抖音官方平台对于达人直播生鲜农产品，要求至少一周进行选品。要明确并介绍产品特点、当地风土人情，方便后续连麦。

7. 直播脚本准备（确定直播内容）

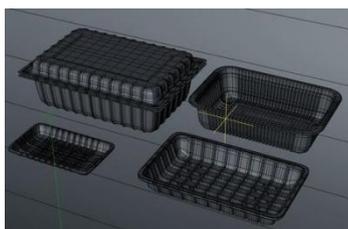
直播脚本是每场直播前需要准备的必要流程。新人主播可观察其他同行直播过程不断熟悉。主要为直播内容的确定，根据自身 IP 定位，生鲜农产品类型大致分为销售技巧直播、产品科普、美食教程、农业教育等方向，如农业教育类，进行柿饼清洗削皮、日晒压捏、整形、定形捂霜整个流程，进行直播销售。以一场两小时（晚上 7 点—11 点）的苹果直播为例。

表：农产品的脚本（单品）

| 时间点 | 直播模块 | 模块说明 | 福利发放 | 互动说明 |
|-----|------|------|------|------|
| | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|-----------------|-------------------|---|---|--|
| | | 9:00-9:15 | 开 场、 预 热 | 用 唱山歌 或其他 娱乐方 式互动 | 宣 布及讲 解今日 的优惠 或福利 | 增 加直播 间的气 氛、调 动情绪 |
| | | 9:15-9:30 | 留 人 | 通 过秒杀 活动或 刷屏面 单优惠 留住粉 丝 | 如 1.9元 —9.9 元秒杀 活动或 点赞留 言刷屏 免单 | 留 住人 气，引 导粉丝 参与活 动 |
| | | 9:30- 10:50 | 产 品讲解 | 讲 解苹果 的产地、 生长环境 与气候， 种植技术 | 领 取直播 间的特 别优惠 券 | 增 加粉丝 对农产 品的认 知，增 加购买 欲望 |
| | | 10:00- 10:30 | 卖 货（卖 点讲解） | 从 苹果的 口感、 营养成 分等讲 解 | 加 粉丝团 特别优 惠 | 刺 激下 单、增 加粉丝 数量 |
| | | 10:30- 10:45 | 答 疑 | 回 答粉丝 的疑问 | 无 | 解 答疑 问 |
| | | 10:45- | 结 | 加 入粉丝 | 粉 丝团特 | 建 立社 |

| | | | | |
|---|---|------------------|-----|-------------|
| 11: 00 | 束 | 团并告 知即将 下播 | 别优惠 | 群, 增 加粘性 |
| <h3>8. 预热准备</h3> | | | | |
| <p>预热主要包括预热内容和预热宣传。</p> | | | | |
| <p>(1) 预热内容, 主要为新颖原创内容, 包括小游戏、宣传短视频、宣传海报、直播间链接等。</p> | | | | |
| <p>①有条件者可选择具有一定名气的达人主播、县长、市长等录制宣传视频, 具较好宣传作用, 如某县长的产品宣传视频在抖音平台播放量达 1700 多万次。</p> | <p>小知识: 抖音平台短视频推荐要点, ①分辨率高; ②画质清晰; ③内容原创有趣; ④最好不要添加 LOGO.....</p> | | | |
| <p>②无条件者则在内容上需要创新, 如小故事宣传、知识科普、产品绕口令、脑筋急转弯或挑战吃播等。如黑蒜因为某直播挑战试吃, 反应夸张, 因难吃、挑战而上了微博热搜, 起到了反向宣传作用。</p> | | | | |
| <p>(2) 预热宣传, 主要为宣传渠道的选择。目前直播宣传渠道主要包括微博、微信、直播平台、短视频平台(抖音、快手)、新闻媒体等自媒体平台。</p> | | | | |
| <h3>9. 包装售后工作准备</h3> | | | | |
| <p>包装售后是农产品直播后顾客好评、回流的关键。因农产品存在保存时限、运输易损等特点。故直播前要做好水果、生鲜运输盒的最佳选择, 如泡沫、珍珠棉、瓦楞纸、珍珠网袋、保鲜箱、冷藏袋、水溶膜等, 其次是运输公司的选择, 要进行实地考察, 考虑运输时长、准时率、产品损坏情况等。</p> | | | | |
| <p>农产品包装是提升价值的方式, 无论知名或不知名, 包装是必要的。在不知实际品质下, 人们更愿意购买外观美丽的物品。</p> | | | | |



二、农产品直播营销

1. 把准农产品直播核心公式

公式：真实（原产地、实物等）+新鲜（当场采摘、展示、试吃等）+体验（劳作过程，如抓鸡、制作等）+特色（地域、水源等）。

生鲜农产品直播，从本质上是让观众体验真实、新奇的感觉，真实感受农产品质量、体验采摘、试吃、制作、劳作等过程，除本身优惠外，提高参与感，大幅度促进购买欲

望。

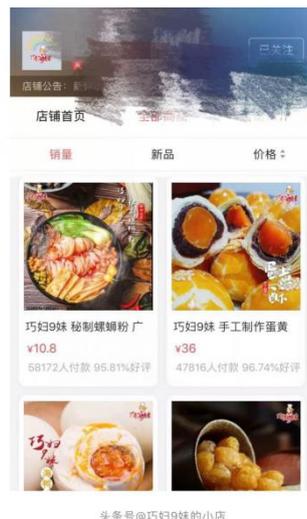
2. 了解基础抖音卖货

(1) 卖货渠道

①抖音上橱窗功能，接入淘宝、天猫、京东等电商平台；

②开通抖音小店，抖音官方电商平台，可在抖音内进行交易，避免跳转等；

③头条小店、头条好货引流微信进行销售。（今日头条-功能实验室-头条小店申请）



(2) 养号与引流

利用抖音直播，因为不可能维持每日长时间持续直播，那么平常的养号养粉是提升直播销售的关键。即使是农产

品，也应保持一天1~3条短视频的发布，吸引新粉丝，稳固老粉。可宣传产品制作、果园修枝、施肥、做菜、抓鱼等均可。

3. “红包+优惠券”永不过时

直播中最让人无法拒绝的是红包和优惠券。红包虽好，但选择时机很重要，如开场吸粉、尬场缓解、互动固粉、卖货助力、结束预告等更有效的红包攻势。

4. “网红农民”直播人才培养

目前农民+村干部、网红仙县、明星、县长等“1+1”模式成为农产品带货火爆模式。但作为生鲜农产品直播而言，农民为自身农产品代言，是更具可信度和说法的形式。但目前大多直播农民缺乏直播经验和技巧，难点在于名气、平台和经验，缺少农产品直播网红的产生。

技能学习和优质内容是王道，培养网红农民，打造网红IP，可大力促进农产品直播长效发展。

三、农产品直播

农产品直播可分为直接销售型，间接体验型等，本次以单人主播“体验流+吃播”结合型实例，展示一般农产品直播全流程。

| 生鲜农产品直播 | |
|---------|---------------------------|
| 前期计划 | |
| 直播目的 | ①农产品卖货变现 ②吃货农民人设 IP 塑造 |
| 直播平台 | 抖音 |
| 直播人员 | 主播:李某; 辅助人员:王某; 后台卖货人员:陈某 |
| 直播内容 | 通过户外实景体验和吃播出售安岳柠檬等农产品。 |

| | | | | |
|--|--|-----------|---|--|
| | | 直播产品 | 安岳柠檬、柠檬加工品（柠檬精油、脱水柠檬、浓缩柠檬汁、柠檬酱、蜂蜜柠檬茶）、安岳稻田鱼（干）、安岳米【8件产品】 | |
| | | 直播工具准备 | <p>①基础设备：两部华为 256G 旗舰手机、大功率充电宝、脚架、话筒、手机稳定器、防风板等</p> <p>②产品相关：桌架、盆、刀具、厨具和调料、米饭、简易灶台、木材等。</p> | |
| | | 直播间标题 | 中国第一柠檬，不可错过！ | |
| | | 主播名称 | 安岳柠檬哥 | |
| | | 封面设计 | 主题设计：稻田游鱼，柠檬系列 | |
| | | 直播间场景选择设计 | <p>①起始点：从农屋出发，尽量干净整洁，移动拍摄沿途大田、沟渠、流水、动物、果园等。背景稻田、农屋。</p> <p>②主要直播点：果园和稻田鱼养殖地外空旷地，移动直播与定点直播。背景为果园或山体等景。</p> | |
| | | 直播红包和优惠内容 | <p>①100 个 5~10 元红包</p> <p>②柠檬组合大套餐 8.8 折+赠送 50g 稻田鱼干</p> <p>③买 3 送 1 活动促销</p> <p>④直播间专享折扣满 200 减 30 元</p> <p>⑤前 100 名赠送安岳特色柠檬扣环</p> | |

| | | | | | |
|--|--|--------------|--|--|--|
| | | 预热方式 | 内容 | <p>抖音等发布视频</p> <p>①挑战无表情吃柠檬（安岳柠檬）视频</p> <p>②柠檬小知识和安利视频</p> <p>③“按时吃柠檬”故事视频</p> <p>④柠檬系列产品绕口令视频</p> | |
| | | | 渠道 | 抖音短视频预热；微信、朋友圈、平台、粉丝群等通过视频、海报推广。 | |
| | | 直播时间 | 2019年10月12日 周六 10:00--17:00（5h） | | |
| | | 直播开启前 1-2 小时 | | | |
| | | 各项检查 | 包括电量、网络、手机性能测试，仪器、桌架摆放、直播环境等检查。 | | |
| | | 主播就位 | 主播一般需要提前 1~2 小时到现场，农户直播选择特色服饰或朴实服饰即可，根据直播思路进行逻辑整理。 | | |
| | | 产品布置 | 将商品或样品按照直播顺序合理放置在相应位置，挑选美观产品放置前方。 | | |
| | | 彩排 | 再度检查，彩排 1~2 次，重点是沿途场景舒适度、收音、摄像头、主播形象、话语技巧、产品入境数量等。 | | |
| | | 直播开始前 15min | 主播进行快速梳理产品讲解流 | | |

| | | | |
|--|------|-------------------------|---|
| | | | 程，包括介绍、卖点、农产品特性、优惠信息、直播话术等。 |
| | | 直播开始 | |
| | | 按照直播脚本计划进行直播（以下为细致化关键点） | |
| | 开场环节 | 开场话术 | <p>【拉近关系，简要说明】直播间的的朋友们大家中午好啊！吃过午饭了吗，今天柠檬哥要给大家介绍下柠檬精的诞生地！中国第一柠檬产地—安岳，安岳也是我的家乡，著名的柠檬之乡。这里水土植被丰富，好水、好山养好物，也养好人，嘿嘿…。不知道大家了解听过安岳吗，听过的公屏打个1……</p> |
| | | 互动 | <p>【留住人】那话不多说，先来一波红包，大家打出“柠檬之都”，多看看美丽的安岳。当然，没抢到的朋友后面还有更多福利，大家多多关注安岳柠檬哥，点点关注，好货多多，福利多多，后面还有更多的福利和特色美食、美景等着大家哦……</p> |
| | | 转点聊天 (3~5min) | <p>【制造问题，引人入胜】今天柠檬哥先带大家去看看柠檬精是怎么产生的。大家知道柠檬一般可以用来做什么吗？今天要带大家领略一下柠檬的绝密配方。大家看看周围稻田、水渠，稻田游鱼多美啊。以前经常在这里抓鱼……（拍摄细节）。</p> |
| | | 卖货 | 安岳柠檬卖 |

| | | | | | |
|--|--|-------------------|----------------------|---|--|
| | | 环节 (A) | 货(核心) (15min) | <p>临其境】</p> <p>前 5min, 到柠檬果园, 大家看到这些大个的柠檬了吗, 柠檬哥已经流口水咯。这是著名的安岳柠檬, “黄金果” 采摘部分介绍 (拍摄细节) 转场果园外定点直播台</p>   <p>10min 卖货时间。2~3 卖点。</p> <p>非常知名的品牌, 全球五大柠檬产地之一, 已经卖向全世界 30 多个国家, 国优级水果, 多少项发明专利, 不是普普通通的柠檬, 是中国第一柠檬!!</p> <p>安岳柠檬都是绿色无污染农产品, 柠檬含有 XX 多种维生素和抗氧化剂, 美容养颜的功效显著, 清洁肝脏等。而安岳柠檬品质世界一流, 更是效果显著, 大家都知道安岳的妹子很漂亮哦~</p> <p>安岳柠檬堪称灭霸级黄金水果! 大家一定要试试顶级的安岳柠檬, 吃过的都杠杠的~~成柠檬精了。</p> <p>活动: 切开柠檬, 挤柠檬汁调杯饮料, 挑战无表情吃柠檬 (后真</p> | |
|--|--|-------------------|----------------------|---|--|

| | | | |
|--|--|----------------|---|
| | | | <p>实夸张表情)，柠檬绕口令、柠檬恋曲（给大家唱首柠檬恋曲，酸酸甜甜就是你）。</p>   |
| | | 引导下单 | <p>【促单保障】强调关键卖点：品牌、国家级、口感、美容养颜等。优惠券互动抢购。强调坏果包赔、72小时发货等保障。强调此次直播间独有优惠、限量抢购等。</p> <p>（大家知道柠檬日常有哪些用途吗，今天柠檬哥给大家好好摆一摆）</p> <p>柠檬小知识：清楚冰箱异味、使软蔫的菜叶变新鲜，半杯柠檬水；几滴柠檬水防止米饭黏糊，提升色泽，巴适的很。柠檬浴可以白皙肌肤哦；风湿病、冻疮用柠檬摩擦可以减轻等。</p> |
| | | 互动抽奖 | <p>先抽一波50位安岳特色柠檬扣环，和安岳柠檬更配哦。……</p> <p>引导大家点赞、关注。</p> |
| | | 柠檬加工品 （每件商品 | <p>【带动紧促节奏、体验】</p> <p>柠檬加工品（柠檬精油、脱水柠檬干、浓缩柠檬汁、柠檬酱、蜂</p> |

| | | | | |
|--|--|----------------|--|---|
| | | | <p>5~10min)</p> <p>蜜柠檬茶) 5 件商品</p>  <p>商品卖点：美容效果、便捷性、营养成分、做菜风味、原生态无添加、精华、风味独特、清香浓郁、物美价廉</p> <p>活动：做试验、商品体验、案例</p> <p>话术：无法拒绝的味道，安岳柠檬独特香味像...；一滴放在菜里，便胜却万千味道...；拌面、拌饭、做菜绝佳搭档，想到口水都流出来了.....；浓缩柠檬汁是一些调兑酒的灵魂，一口像在云朵上遨游.....</p> | |
| | | | <p>引导下单</p> | <p>【意想不到的便宜】强调卖点，多买多优惠、柠檬大礼包组合套餐优惠、赠送；情感牌，强调公益性（助农，成交一笔公益捐助）；中国特色产品，送人有新意、有价值、也实惠，倍有面。老少皆宜。抽红包和安岳特色柠檬扣环小礼品。</p> |
| | | <p>卖货环节 (B</p> | <p>互动</p> | <p>【互动转场】大家看过中国第一柠檬后，柠檬哥给大家玩个简单小游戏，打个谜语。“有头无颈、有眼无眉、无脚能走、有翅</p> |

| | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|
| | |) | <p>难飞”，大家猜猜是什么，猜中有奖哦。红包、弹幕互动引出下一个产品——稻田鱼。转场至稻田直播处，大家有没有看到一样绝佳美味。</p> <p>欢迎新朋友，引导点赞、关注。</p> | | |
| | | | <p>吃播活动 (B) 15~30min</p> | <p>【厨艺为次要，关键在原生态】</p> <p>辅助人员帮助拍摄抓稻田鱼过程，绿色稻田，鲜嫩的鱼儿，美景美物。抓鱼过程中科普相关知识，稻田鱼从 1700 多年前就已经开始养殖了，鱼稻共生，这是田鲤鱼、草鱼、白鲫鱼、白鲢等，你看这个，经过稻田的滋养，味道美的很。（指着个头大的鱼，说这条长得小，吃掉正好...）。</p> <p>转移厨艺操作直播，科普抓鱼、处理鱼、鱼料理小知识。进行稻田鱼肉展示、制作过程，呈现吃货本色。</p> <p>做好后，强调关键步骤，特色调味，必然是安岳柠檬汁，挤上柠檬汁或浓缩柠檬汁，这味道不摆了。摆上一碗米饭，开始吃播介绍。米就是后面水稻鱼的水稻制作的，软糯、可口、还有醇香的味道，配上稻田柠檬鱼，真的！！绝了！！大家一定要试试！</p> |  |

| | | | | |
|--|--|--------------------------------------|--|--|
| | | |  | |
| | | <p>稻田鱼、安岳米</p> <p>卖货 (10min)</p> | | <p>【有些商品可组合售卖】2~3 卖点</p> <p>①安岳米、稻田鱼，好水养好鱼、鱼养稻、稻养鱼，生态有机循环，长期经过考验的方式，质量有保障！</p> <p>②污染少，鱼儿能够良好生活，投喂饲料均是青草、浮萍等，健康无污染，品质上乘。</p> <p>③相比普通养殖鱼和稻米，鱼肉鲜美，营养成分高，乾隆吃了也说好；稻米软糯可口，含磷量高，搭配安岳柠檬一绝。</p> <p>活动：结合安岳柠檬系列产品吃播、实物展示，大部分做菜一定要加安岳柠檬汁，美味。</p> |
| | | <p>再次引导下单[3~5min]</p> | | <p>【联动促销】</p> <p>稻田鱼、稻田鱼干和安岳米组合售卖优惠价、安岳柠檬、柠檬酱、浓缩柠檬汁组合优惠。强调组合配方，味道绝佳，强调限量、限时销售，促进购买。强调产品优秀品质和及时的物流信息。情感促销，如慈善公益捐助、农民辛苦付出、真实无添加、乡村振兴、扶贫等。</p> |

| | | | | | |
|--|--|---|------------------------|--|--|
| | | <p>结束环节</p> | <p>预告</p> | <p>【下期内容、时间】红包预告下场直播主要内容，朋友们弹幕打出“安岳红花藕”抢红包哦，肥的很我们这养的，那滋味不摆了。下次直播时间在明天 12 点，美景美物美食在等着你们哦...</p> | |
| | | | <p>结束 [1~3min]</p> | <p>【黏住人】今天柠檬哥的直播马上就结束了，舍不得大家，感恩旧朋友，欢迎新朋友。柠檬哥会不断提供越来越好的高质量农产品给大家，大家多多关注、点赞，明天继续见美丽的安岳...</p> | |
| | | | <p>复盘</p> | <p>数据分析、反馈总结、改进提升，根据直播间流量反映此次体验流吃播销售农产品是否有效。</p> | |
| | | <p>【注意事项】</p> <ol style="list-style-type: none"> 直播前一定要进行 1~2 遍简要彩排，覆盖核心要点，特别是新手主播。 生鲜农产品有时更注重过程，直接观感比口头表述更重要。 生鲜农产品季节性强，合理利用选择组合农产品售卖。 合理利用生鲜农产品处理、鉴别、对比等实用生活小知识会大大提高观众可信度。 <p>【案例链接】</p> <p>生鲜农产品直播的红利时代和质量时代</p> <p>随着 5G 时代来临，三农领域直播面临重大机遇，是机遇也是挑战，如何平衡目前农产品直播所面临的重大问题，提升直播水平，更好的促进直播发展。</p> <p>今年 4 月，柞水县副县长与农民李某共同售卖柞水木</p> | | | |

耳。连线李佳琪、薇娅直播间，24吨柞水木耳被一抢而空，抵得上柞水县几个月的销量。同样，抖音开展13场“市长带你逛湖北”直播活动，推介当地农产品等，带货销售额达1793万元。

但农产品直播存在质量标准、运输标准和品牌等问题，也逐渐成为各大直播人员的考验。

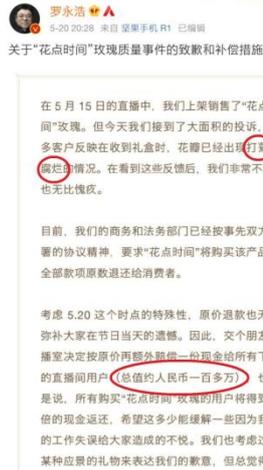
如罗永汉在5.20期间销售玫瑰，因未按时送达、质量糟糕等原因造成了直播危机。最后自掏腰包100万，并几十条微博道歉才挽回了信誉。

《向往的生活》节目中，知名带货主播薇娅帮助销售当地滞销水果农产品，卖货量显著。但却因差评上了热搜，包括水果大小不一、运输导致坏果、品质等问题。

而同样，“口红一哥”李佳琦2019年因销售“阳澄状元蟹”礼盒，直播中称其为阳澄湖大闸蟹，品牌硬。但后期因并非为阳澄湖大闸蟹，惹上了“虚假宣传”的信誉危机，其后也基本不直播卖生鲜、水果等农产品。



图 李佳琦“状元蟹”事件



| | | | |
|-------------|---|---|--|
| | | 【分析提示】 三农产品质量保障是核心要点，但产品选择、保存时限、物流运输等薄弱问题不可忽视。直播中体现的“鲜、真”，如何在消费者拿到后一致是最重要的。 | |
| 小 结 | 教师对本堂课的重点难点内容进行总结。 | | |
| 作 业 | 1. 通过对“体验+吃播”型农产品直播案例了解，开展一场自己家乡或常见农产品直播。 | | |
| 教学后记 | | | |