

数字农业视域下直播带货口语表达的场景应用

赵彧 谢昀桐

黑龙江职业学院, 黑龙江哈尔滨, 150090;

摘要: 习近平总书记在党的二十大报告中提出要全面推进乡村振兴以来,乡村振兴战略成为新时期我国发展的重要战略。在此发展大背景下,各地政府、资本更加关注到农村下沉市场的经济活力,加之近年来我国互联网技术的不断革新与普及,进一步推进了农村电商的发展,而直播带货作为近年来电商最流行的互联网营销方式,在推进农业农村经济发展方面起到了不可忽视的作用。本研究认为,区别于通用电商直播,农业领域的口语表达需深度融合产品特性、生产知识与情境氛围,形成具有真实性、知识性与感染力的独特话语体系。通过分析不同农业场景对口语传播的差异化需求,能提升农产品营销的效能与温度。

关键词: 数字农业; 直播带货; 口语表达; 场景应用

DOI: 10.64216/3104-9702.25.08.023

随着数字农业的推进,这不仅关乎生产环节的智能化,也深刻影响着农产品的流通与价值呈现方式。直播带货的兴起,为农产品直达消费者提供了可能。然而,实践中经常是直接将通用电商话术套用在农产品推广上面,其效果不佳。它忽略了农业本身蕴含的生命历程、地域文化与品质故事。所以,在数字农业的广阔视域下,探究如何根据不同的农产品类型、生产阶段与消费情境,建立恰如其分的口语表达方式,是关乎产业价值有效传递的重要课题。

1 数字农业、直播与口语表达的概念

在分析具体场景之前,需要先理解数字农业、直播带货与口语表达三者间的基础联系。数字农业其实就是借助信息技术管理农业生产与经营,利用数据提升决策和操作的精确性。直播带货作为一种新兴的线上销售模式,它能够将农业生产中的各类信息,以实时互动的方式呈现给消费者。

而口语表达则是一种综合性的信息转化工作。主播需要将数字农业所涉及的专业数据,具体的生产记录,以及农产品特有的生长条件和背后的农耕经验,融合成通俗易懂日常语言。这三者共同构成了一个完整的链条:数字农业提供扎实的内容基础,直播搭建了即时传播的场景,而恰当的口语表达则是将内容有效传递并打动用户的关键。这一整体构成了当前农产品线上营销的重要基础。

2 农产品直播带货口语表达的特征转向

相较于标准化工业品,农产品具有自然生长规律,地域文化、时节方面的特点,它决定了其线上营销的话语体系必须进行革新。当前,成功的农产品直播在口语表达上主要展现出三个核心的特征转向,目的是拉近田间生产与线上消费之间的一个连接关系。

2.1 从功能陈述到生命叙事

有效的农产品直播,其口语表达的重点主要是建立一个完整生命叙事,去描绘一个从起源到餐桌的动态故事。主播需要向后端溯源,将产品放在一个具体的时间与空间中。例如,介绍一款山地苹果,应重点描述该品种如何适应本地高海拔气候,经历较长的生长期和显著的昼夜温差积累糖分。介绍一袋稻米,则可以讲述其作为传统品种的传承,在特定水土条件下的生长节律,以及遵循农时的收割过程。这种叙事方式就是将农产品还原为一个有来处、有历程的生命结晶,通过赋予产品时间上的深度(生长周期)和空间上的独特性(风土条件),唤起消费者对自然过程的感知与尊重,从而建立较深的情感连接与价值认同感,使购买行为承载了更多的意义。

2.2 从抽象参数到情境感知

数字农业技术产生了大量关于生产环境与过程的数据,如土壤成分、灌溉记录、农事操作日志等。然而,直接播报这些数据对于大多数消费者而言是无效沟通。口语表达充当专业的“转译者”,将这些抽象的认证、标准和技术参数,转化为消费者能够轻易理解和感知的

具体情境与行动细节。

在解释有机种植，应描述为保证有机状态所采取的日常措施：如何通过人工定期除草而非使用除草剂，如何设置物理诱捕装置来控制害虫，以及如何利用发酵的堆肥来养护土地。说明物流保鲜，需要具体勾勒出操作链条：如果实如何在凌晨温度最低时被采摘，如何被迅速送入田头的预冷设备进行降温处理，再如何被装入有温度监测的包装中发出。这种情境化的口语表达，用生动、可验证的细节将不可见的投入和标准，转化为一连串可见、可想象的行动画面，增加了消费者对产品的信任感。

2.3 从单向推销到知识分享

随着消费者对食品安全、健康与生活品质的关注日益深入，他们对农产品的消费决策越来越依赖于认知和理解。所以，口语表达呈现出从推销向分享的价值转向。主播的角色，需要转变为该领域的知识顾问或生活助手，在直播过程中，需要适时的融入与产品相关的实用知识。在销售茶叶时，可以讲解不同品类适宜的冲泡水温与时间对其风味释放的具体影响；在推荐特色菌菇时，传授几种家庭常用的保存方法以延长食用期，并介绍简单的鉴别技巧；在推广杂粮产品时，可以科普其基本的营养成分，并建议几种易于操作的食用搭配。这种知识分享的目的是提前解决消费者潜在的使用疑惑，提升他们购买后的体验满意度。通过提供有价值的信息，主播建立了专业性与可信度，与消费者形成了基于知识传递的平等互动关系，增强了沟通的亲合力与长期影响力。

3 多元场景下的口语表达策略细分

数字农业的应用实践覆盖了从初级产品到深加工品乃至生产资料的广阔领域。不同的产品形态与直播场景，对口语表达提出了不同的具体要求。有效的表达方式必须与具体场景进行绑定，让内容与形式达到精准匹配，才能达成理想的传播与说服效果。

3.1 原产地直播场景，构建沉浸式真实叙事

当直播场景直接设置在田间、果园、牧场或渔场时，主要优势是环境本身所赋予的、不可复制的真实性。此时，口语表达的任务是构建一种沉浸式的真实叙事，将观众带入生产的源头。主播的语言应充当观众的感官延伸，进行详细的、多维度的描述：不仅是肉眼可见的作物长势、土壤色泽、周边生态，还应包括环境声音，如

风声、鸟鸣、农作声响；甚至是对空气湿度、光照强度的体感描述。表达需充满现场发现感和过程感。

在果园中，可以指出果实向阳面与背阴面色泽的微妙差异，并联系近日的日照情况加以说明；在茶园，可以展示茶树间特定的植被，解释其保持生态平衡的作用。重点是将它们的地缘优势，如特殊气候、水土成分，全部放入对眼前具体物象和劳作的描述中。通过这种身临其境般的叙述，强化了产品的原真性信任背书。

3.2 生鲜果蔬类直播，聚焦鲜度验证与过程透明

在生鲜果蔬的直播销售中，产品的价值是它的鲜度与品相，而消费者最大的顾虑也正在于此，即远程购买的货物能否如描述一般新鲜完好。因此，该场景下的口语表达需要以验证为核心、以过程透明框架进行说服，语言标的要尽量具体一点，将抽象的“新鲜”承诺变成消费者能看得见，听明白、可验证的现场动作与客观陈述。具体可按以下两个层面同步推进：

第一层面是即时性的鲜度验证。这要求主播通过实时操作进行实证。例如，使用糖度仪测量并清晰报出数值，将果实切开直观展示果肉的质地、色泽与汁水充盈度。描述口感时，需搭配真实的试吃反馈，运用酥脆、细嫩、化渣等能激发具体感官联想的词汇，使屏幕前的消费者能够近乎同步地体验产品状态。

第二层面，也是建立长期信任的关键，要展现产品从采摘到交付的全链路品控过程。口语表达需要严谨：首先说明采摘的特定时机，选择在清晨或傍晚温度较低时进行，以利于保存养分；接着描述采摘后的第一道工序，果实经过筛选后立即进入冷水预冷或风冷流程，以快速散去田间热。要解释分选的具体标准，比如果径大小、着色均匀度、表面瑕疵的允许范围等。最后，必须详细说明包装材料如保温箱的厚度、冰袋的放置位置与数量，以及物流公司的时效保障与特殊情况处理方案。整个解说过程应保持冷静、笃定的语调，通过罗列这些可追溯、可理解的细节，将“新鲜”的一个营销概念包装成了客观结果，彻底打消消费者因距离产生的品质疑虑，建立稳固的购买信心。

3.3 加工农产品直播，阐释工艺价值与时间积淀

对于茶叶、粮油制品、腌制食品、干货等经过加工的农产品而言，更多的是后续加工环节所赋予的独特风味、稳定品质与人文内涵。在这一场景下，主播需要扮

演工艺解说者与品质见证人的角色向消费者揭示那些隐藏在成品背后、决定其最终价值的工艺流程与时间积淀。

要将完整的加工链条分成为一个个可感知、可理解的步骤，如介绍一款手工茶叶，不能只说清香醇厚，还需要逐步说明采摘的嫩度标准、摊晾的时间与湿度控制、铁锅杀青时的手势与温度感知、揉捻的力度与方向如何塑造条索，以及烘焙火候的微妙把握对香型的影响。介绍传统腊味的时候，则需要详述选肉的特定部位与肥瘦比例，食盐与香料的精确配比，腌制时的温度与时长控制，以及在后期的晾晒或熏焙过程中，水分如何缓慢蒸发、风味物质如何协同转化。每一个环节都必须具体。

同时，在时间、温度、湿度等的描述方面，需要解释，为何特定的发酵时长能带来更丰富的口感层次，为何缓慢的自然脱水比机械烘干更能保留原有风味，为何窖藏的环境要求如此苛刻。通过这种解读，加工成为一种融合了经验智慧与自然规律的创造性活动。比如说明酱油的酿晒，可以描述在日晒夜露的周期性循环中，微生物是如何协同工作，逐步将原料中的成分转化为鲜美的氨基酸，将产品从普通的食物提升为技艺与时间的结晶。这种深入工艺细节的表达，不仅是为了说明产品如何制成，还给消费者带来了稀缺性与可信度。让消费者理解，所支付的溢价对应的是无法被工业化快速复制的经验、耐心与独特的地域性知识，提升产品的文化附加值与消费者的心理认同，从而在众多同质化商品中建立深刻的差异化认知。

3.4 农业科技产品直播：衔接技术参数与应用效益

销售对象为新型农业经营主体时，如种植大户、家庭农场或农业合作社，其关注点是投入产出效益与问题解决能力。该场景下的口语表达，必须在技术严谨性与表达通俗性之间取得平衡。首先，对技术参数、性能指标（如农机作业效率、种子发芽率、肥料配比）的表述必须准确无误，这是建立专业信誉的基础。

要将技术语言转化为应用语言，清晰地描述该产品

或技术旨在解决生产中的哪些具体痛点。在介绍智能水肥一体化系统时，除了说明其节水节肥百分比，还需要具体描述它如何通过传感器实时监测土壤墒情；在介绍一款抗病新品种时，需结合当地常见病害发生规律，要说明它的抗性机理如何减少打药次数，从而降低人工成本和农药残留风险。表达应善于搭建各种应用场景，进行与传统方式的对比分析，始终将技术优势导向可预期的经济效益提升、劳动强度降低或风险管控改善等实际结果，与专业受众的决策进行同步。

4 结论

数字农业的发展，为农产品营销开辟了新的空间，也对连接产销双方的直播口语表达提出了更高要求。成功的表达，是基于对农业深刻理解之上的创造性转译。它要求从业者深入场景，把握不同农产品从生产到消费的叙事线索，将数字信息、自然属性与文化价值编织成富有感染力与信任感的口语传播文本。只有这样，直播带货才能真正成为数字农业价值实现的加速器，让优质的农产品凭借语言的力量，更精准、更生动地抵达人心。

参考文献

- [1] 李曼妹. 农村电商直播语言研究[D]. 四川: 西华大学, 2023.
- [2] 王珍. 乡村振兴背景下农产品带货主播的口语传播研究[D]. 南京艺术学院, 2024.
- [3] 赵小琴. 乡村振兴背景下助农主播的直播叙事研究[D]. 华东师范大学, 2023.
- [4] 田凤琴, 黄杰俊, 陈波. 农产品直播带货赋能乡村振兴的效果、问题与优化对策[J]. 农村经济与科技, 2025, 36(22): 221-223.
- [5] 郝雪松, 邵瑶春. 农产品直播带货策略探讨[J]. 农村·农业·农民, 2025, (10): 21-24.
- [6] 雷焕贵, 向俊杰, 刘俊芳, 等. 数字劳动: 农产品“直播带货”的虚拟在场与实体空间叙事[J]. 中国劳动, 2025, (04): 49-61.