

“数商兴农”背景下农产品电商直播营销的问题及优化路径研究

崔媛

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年4月28日; 录用日期: 2024年5月13日; 发布日期: 2024年8月5日

摘要

2022年, 中央一号文件明确提出实施“数商兴农”工程, 推进电子商务进乡村, 为农产品电商直播的发展带来了契机和机遇。在“数商兴农”的背景下, 电商直播营销作为一种新兴的商业模式, 对于增加农民的收入, 促进农村劳动力就业, 改善农民生活水平, 推动农村三产融合, 助力乡村产业振兴具有重要的现实意义。但是, 当前农产品电商直播营销在实际操作中存在问题。有鉴于此, 对农产品电商直播营销的相关问题进行分析, 并在此基础上提出针对性的优化路径, 以期为农产品直播营销的健康、可持续发展提供有益的参考和借鉴。

关键词

数商兴农, 农产品, 电商直播, 优化路径

Research on the Problems and Optimization Paths of E-Commerce Live Broadcast Marketing of Agricultural Products under the Background of “Digital E-Commerce to Promote Agriculture”

Yuan Cui

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 28th, 2024; accepted: May 13th, 2024; published: Aug. 5th, 2024

Abstract

In 2022, the No. 1 document of the central government clearly proposed the implementation of the project of “digital commerce to promote agriculture” and promote e-commerce into rural areas, which brought opportunities and opportunities for the development of e-commerce live broadcast of agricultural products. Under the background of “digital commerce to promote agriculture”, e-commerce live broadcast marketing, as an emerging business model, has important practical significance for increasing farmers' income, promoting rural labor employment, improving farmers' living standards, promoting the integration of rural three industries, and helping rural industrial revitalization. However, there are some problems in the actual operation of the current e-commerce live broadcast marketing of agricultural products. In view of this, this paper analyzes the related problems of agricultural products e-commerce live broadcast marketing, and on this basis, puts forward targeted optimization paths, so as to provide beneficial reference for the healthy and sustainable development of agricultural products live broadcast marketing.

Keywords

Digital Commerce to Promote Agriculture, Agricultural Products, E-Commerce Live Broadcast, Optimization Path

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

党的十八大以来,我国一直将“三农”问题视为全党工作的核心要务,不断推进乡村振兴战略的深入实施。中共中央、国务院于2022年2月发布了《关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》,明确提出实施“数商兴农”工程,推进电子商务进乡村,促进农副产品直播带货规范健康发展[1]。2023年1月,中央一号文件进一步提出深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程,鼓励发展农产品电商直采、定制生产等模式[2]。

作为农村电商的升级理念,“数商兴农”旨在充分释放数字技术和数据资源在农业农村领域的巨大潜力,全面提高农村商务的数字化、网络化、智能化程度,进而推动农村电子商务向更高质量的方向发展,为农业生产发展和乡村振兴提供有力支持。在此背景下,电商直播营销作为一种新兴的商业模式,正在逐渐崭露头角,并展现出巨大的市场潜力和发展空间。它利用现代科技手段,将农产品的生产、加工、销售等环节紧密连接,为消费者提供了更加便捷、直观的购物体验,推动了农村地区的经济发展。然而,在实际操作中,农产品电商直播营销面临着一些问题。因此,需要立足现状,分析农产品电商直播营销的意义及问题,深入探讨优化路径,以期助力农产品电商直播行业的健康、可持续发展。

2. “数商兴农”背景下农产品电商直播营销的现实意义

2.1. 增加农民收入

过去,农民主要依靠种植、养殖等传统产业维持生计,收入来源单一,且受限于地理环境、市场需求等因素,难以实现持续稳定的增收。而电商直播的出现,打破了传统产业地域限制,使农民能够在

家门前开展业务。通过电商直播，农民可以直接将优质农产品推向全国乃至全球市场，拓宽了销售渠道，增加了收入。

此外，农产品电商直播营销实现了农户和消费者的直接对接。这种模式使农户能够实时了解市场的动态，以消费者需求为导向，灵活调整生产计划，减少因产能过剩或供应不足带来的风险，从而获得更高的收入。农产品的销售链条也因此得以缩短，减少了传统销售模式中多个中间环节所带来的成本，降低因中间商加价而导致的利润流失，有效地提升销售利润和市场份额，使农民的收入稳步增长。

2.2. 促进农村劳动力就业

农产品电商直播营销的兴起，为农村地区注入了新的发展活力，开辟了多元化的就业渠道。许多具备文化素质和表达能力较强的农民化身网络主播，直接在直播间向消费者展示和销售农产品。电商直播背后还需要供应链管理、客户服务、数据分析等岗位的支持，这为农村地区创造了更多类型的就业机会。同时，随着电商直播带来的市场需求增加，农产品生产规模也相应扩大，从而带动了农业生产的就业机会，包括种植、养殖、加工等环节。

电商直播还有助于促进农村劳动力向非农产业的转移。在我国城市化进程的背景下，农村劳动力向城市转移成为大势所趋。然而，这一过程中，部分农民存在就业技能不足、适应能力较弱等问题。电商直播为农民提供了一个低门槛、易于上手的创业平台，使他们可以在熟悉的领域发挥专长，逐步实现产业转型，提高就业机会。

2.3. 改善农民生活水平

电商直播营销农产品，助力农民提升生活质量。直播销售可以使农民能够获得更高的收入，有宽裕的资金来购买好的商品，不仅包括家庭日常所需的食材、用品等，还可以扩展到家居、家电等更高品质的产品，居住环境也可因此得到改善，生活更加舒适。

农村电商高质量发展，需要网络基础设施提供有力支撑[3]。过去的几年里，我国政府高度重视农村网络基础设施的建设，投入大量资金和人力资源，使得农村地区互联网普及率稳步增长，数字基础设施建设和信息化服务取得了显著成果。农民得以享受更便捷的信息服务，从而切实改善生活品质，提高整体生活水平。

2.4. 推进农村三产融合

农村三产融合是指以农业为依托，通过产业联动、产业集聚、技术渗透、体制创新等方式有机整合农产品生产、加工、销售等环节和农业休闲、其他服务业等，以实现农业产业链延伸、产业范围和产业规模扩展、农民收入增加的过程[4]。在“数商兴农”的政策背景下，电商直播营销在推进农村三产融合中扮演着至关重要的角色，不仅能够促进农产品的销售，提高农民的收入，还能够推动农业产业链的延伸和产业范围的扩展。

电商直播营销农产品的方式推动了农业与其他产业的跨界融合。农村电商直播通过展现农村地区的自然风光和人文景观，让观众感受到农村的自然之美和人文魅力。身临其境的体验，能够激发观众对农村的向往之情，从而带动农村旅游产业的发展，实现直播营销与休闲农业、文旅产业的有机融合。

2.5. 助力乡村产业振兴

乡村产业振兴是当前我国经济发展的重要议题，旨在促进乡村产业结构优化升级，推动农村经济持续增长和乡村居民收入增加。在“数商兴农”背景下，农产品电商直播营销在推动乡村产业振兴方面发挥着至关重要的作用。

农产品电商直播营销有助于推广和发展乡村特色产业。借助直播平台，乡村特色产业可以展示自身独特的产品和文化魅力，进而吸引更多消费者的关注和认可。直播营销不仅可以帮助乡村特色产业拓展销售渠道，还提升了产品的知名度和美誉度，促进品牌的建设和市场拓展，助力乡村特色产业的发展壮大，提升其竞争力和影响力。

农产品电商直播营销还促进了乡村产业的数字化转型和创新发展。一方面，乡村产业利用大数据、云计算等数字化技术，实现了农产品生产、加工、销售等各环节的数字化管理，提高了农业生产效率和市场响应速度。另一方面，促进了产业间的合作与交流，推动了产业链的协同发展和产业集群的形成。有助于提升乡村产业的创新能力和核心竞争力，推动乡村产业的持续发展和振兴。

3. 农产品电商直播营销存在的问题

农产品不同于其他商品，其生产、储存、运输等环节都具有一定的特殊性，这意味着电商直播带货农产品并非易事。虽然在“数商兴农”背景下，农产品电商直播营销得到了迅速发展，但在这个过程中，也暴露出了许多亟待解决的问题。

3.1. 农产品电商直播监管不到位，乱象频发

3.1.1. 国家层面

目前，关于农产品直播营销的相关法律法规尚未建立健全。我国实施的《互联网直播服务管理规定》及《网络交易管理办法》等法规，仅对农产品营销产生宏观层面的约束作用[5]。2022年3月出台的《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》，虽对直播平台、农产品商家和主播行为进行了明确规范，但受制于直播平台监管主体较多，各部门的责权划分不明确，无法得到及时有效的监管。

3.1.2 直播平台层面

直播平台的准入门槛相对较低，个人或者企业只要完成实名认证并提交营业执照、经营者身份证件等相关资质材料，即可成功入驻平台，获得直播带货的权限。此过程并未涉及主播的能力和素质的审查。这导致一些直播平台出现虚假宣传、售假欺诈、刷流量等问题，既影响了消费者的购物体验 and 信任度，又不利于直播平台自身的发展。

3.2. 农产品标准化程度低，产品质量难以保障

农产品的生长受气候、种植模式、自然灾害等多方面因素影响，极易造成品质的差异。农产品的非标准化生产，使直播经营主体难以保证不同批次农产品品质的一致性，容易与消费者引起关于产品品质的纠纷，甚至还会让消费者对其食品安全性产生顾虑，严重制约了农产品电商直播的规模性发展[6]。

在生产环节，缺乏统一的生产标准和规范。在我国的农业生产中，家庭农场和中小规模农户占据了主体地位。由于农户的生产方式、技术水平以及生产资料的使用等方面存在差异，导致农产品在种植、养殖、加工等环节的质量控制参差不齐，容易产生不符合安全标准的产品。

在检测环节，由于我国农业生产中的信息技术应用水平不高，检测标准和手段落后，导致一些不合格的产品未能被及时发现和处理。且部分农产品电商直播间采用自主发货的方式，农产品没有经过检验就直接进入到流通领域，农产品质量安全问题难以得到有效控制。

3.3. 农村电商配套设施不完备，服务水平低

电商直播营销的快速发展，吸引大量农业商家入局，然而农村电商直播行业不单依靠台前主播的单一产业端口，更是复杂的配套基础设施与运营结构的统筹运作，需要农产品供应链系统、电商直播支持

系统以及配套服务系统的相互配合[7]。相较城市而言，我国农村地区电商配套设施的建设相对滞后，仓储管理、物流配送、售后服务等方面都存在的短板。这不仅影响了农村电商的效率和品质，也制约了农村电商的进一步发展。

农产品易坏易损的特殊性质，使其对物流运输及配送有着较高的要求。尽管近年来国家对于农村物流的建设投入了大量的资金和精力，但目前来看，我国农村地区物流网络尚未完全覆盖，还存在“最后一公里”的难题，农产品不能得到及时的运输和配送。此外，农村冷链物流的建设缓慢，农产品保鲜不到位，到达消费者手里时出现变质、腐烂等情况。不仅影响了消费者的购物体验，也不利于农产品电商直播营销的可持续发展。

售后服务是电商业务中不可或缺的一环，它直接关系到消费者的满意度。受技术、资金等方面的限制，许多农村电商商家侧重于商品销售环节，而对售后服务平台的构建与优化关注不足，导致整体服务水平不尽如人意。售后服务的渠道不畅、响应速度慢、处理效率低等问题频发，消费者的购物体验不佳、商品回购率低，对电商直播营销农产品的信任度下降。

3.4. 农产品带货主播专业性不足，难以建立信任关系

电商直播营销是一种虚拟的产品销售模式，消费者对农产品的了解和购买过程都通过直播平台完成。农产品的生产过程、外观及品质特点，主要依赖于主播的呈现与讲解。因此，对于消费者而言，主播的专业素养成为影响他们购买决策的关键因素。

《2020年中国农产品电商直播报告》显示，农产品电商直播的主播主要有三种类型：新农人主播、明星达人主播、政府官员主播。新农人主播作为农产品电商直播的主力军，他们对农产品信息有深入的了解，但缺乏专业的营销技巧和专业团队的引领。他们不熟悉如何有效地传递产品的特点、优势和使用方法，也可能不知道如何与观众建立良好的互动和信任关系。这种情况下，即使农产品本身的质量再好，也难以吸引和留住消费者。

明星达人主播虽然具备一定的营销经验，但农产品领域的专业知识相对匮乏。这导致他们在直播过程中，难以向消费者提供准确和详细的产品信息。在这种情况下，他们只能强调折扣力度有多大、价格有多优惠，而忽略了消费者真正关心的产品质量、种植过程、营养价值等方面的信息。导致消费者对直播销售农产品的信任度降低。

4. 农产品电商直播营销的优化路径

4.1. 完善顶层设计，直播平台加强自身监管

针对电商直播领域所出现的虚假宣传、售假欺诈、质量问题等诸多乱象，为确保消费者权益并促进产业健康发展，国家与直播平台需共同发力，以确保农产品电商直播行业的健康、有序发展。

4.1.1. 政府层面

监管政策和支持措施的制定与实施至关重要。政府部门应充分认识农产品电商直播的重要性和紧迫性，完善顶层设计，制定针对性的监管政策和措施。例如，完善相关法律法规，明确农产品电商直播的监管职责，确保各相关部门协同监管；加大对销售劣质农产品、严重侵害消费者权益等违法违规行为的处罚力度，维护市场秩序；设立专项基金，支持农产品电商直播行业的发展，提高行业整体水平。

4.1.2. 直播平台层面

直播平台作为直播销售的主要场所，应自觉加强自身监管。直播平台需要建立健全的内部监管机制和规范，对直播平台的广告、推广、商品展示等环节进行严格把关，发现违规行为及时进行处理，防止

虚假宣传和误导消费者的行为。同时，直播平台应提高准入门槛，落实实名制、资质审查等制度，严禁不符合条件的商家和主播入局。此外，平台还可以通过技术手段，对直播数据进行实时监控，防止数据造假，为消费者提供真实、透明的购物环境。

4.2. 数字化赋能农产品标准化，实现质量与效益双提升

数字化技术在农产品生产领域的广泛应用，正在深刻地改变着传统农业生产方式。它不仅极大地提高了农产品生产的便捷性，为农产品标准化提供了坚实的技术支撑，而且推动了农产品质量与效益的双重跃升，为农业产业转型升级注入了强大动力。

数字化技术促进农产品生产标准化的实现。通过引入物联网、大数据、云计算等尖端科技，我们能够实时监控农田环境、作物生长状态以及病虫害发生情况，实现对农产品生产全链条的精确监控与管理。这些技术手段为农业生产提供了精准的数据支持，使农业生产者能够根据实际情况制定针对性的管理措施，确保农产品在生长、加工、销售等各个环节都符合质量要求。这种管理模式不仅提升了农产品的品质与安全性，而且降低了生产成本，提高了农业生产的经济效益。

数字化技术促进农产品检验标准化的实现。通过引入先进的检测设备和软件系统，实现农产品的自动化、智能化检测，大大缩短检验周期，提高检验效率。对检验数据实时的分析和处理，能够及时发现潜在的质量问题，为农业生产者提供及时、准确的反馈信息。此外，数字化技术还可以促进农产品检验信息的共享和互通。通过建立全国性的农产品检验信息平台，为农业生产者、消费者、监管机构等各方提供检验信息，推动农产品检验的标准化和规范化。

4.3. 加强农村电商配套设施建设，完善配套服务

政府应加大农村电商数字化设施建设的投入力度，加强农村地区的配套设施建设，提高农产品交易的流通效率。首先，要建立健全覆盖县镇村的物流配送网络，打通电商销售农产品物流的“最后一公里”，确保农产品能够及时、安全地送达消费者手中。其次，应加强农产品产地仓储设施建设，优化农产品分级、包装、预冷等商品化处理设施，保证农产品的质量和新鲜度。再次，要依托物联网技术构建更加完善的冷链物流运输体系，建立集农产品分拣、包装、运输、仓储和配送为一体的农产品生鲜运输系统[8]。最后，农村电商商家应注重售后服务平台的构建与优化。通过整合现有资源，建立完善的售后服务体系，提高服务质量和效率。这样不仅能够提升消费者的购物体验，还能增加消费者的回购率和忠诚度。

在“数商兴农”的背景下，还要充分利用数字化技术，将“智慧物流”融入农产品运输中，监控和追溯农产品采摘、仓储、运送、到达的全过程，并在物流信息传输、协同供应链管理和运输路线优化等方面做好工作，最终提高农产品整体运输服务水平[9]。

4.4. 开展农产品电商直播专业培训，提高主播专业素养

农产品带货主播作为连接农产品与消费者的桥梁，承担着信息传递、产品推广和品牌塑造的重要任务。不仅需要了解农产品的特点、种植过程、营养价值等方面的信息，还需掌握产品直播营销的技巧。因此，针对不同类型的农产品带货主播，需要设计不同的培训内容和方式，有针对性地开展专业培训。

对于新农人主播，培训的重点应该放在产品营销技巧、直播互动技巧、观众心理分析等方面。通过培训，帮助他们熟悉如何有效地传递产品的特点、优势和使用方法，以及如何与观众建立良好的互动和信任关系。同时，还需要培养他们的团队协作和沟通能力，以便更好地与团队成员和观众进行互动和交流。

对于明星达人主播，培训的重点应该放在农产品领域专业知识的学习上。通过培训，让他们了解农产品的种植过程、营养价值等方面的信息，以便更好地向消费者提供准确和详细的产品信息。

在此过程中，应该注重培训的实践性和互动性。可以通过组织实地考察、现场演示、模拟直播等方式，让主播在实践中学习和掌握相关知识和技能。同时，还可以通过邀请行业专家、营销高手等人士进行分享和互动，增强培训的实用性和针对性。

农产品电商直播营销是一个充满机遇和挑战的新兴领域。只有不断提高农产品带货主播的专业素养，才能更好地满足消费者的需求，促进农产品的销售和品牌的推广。

5. 结语

在“数商兴农”的背景下，农产品电商直播的发展前景广阔。各方应共同努力，不断完善行业生态，为消费者提供更安全、优质、便捷的农产品电商直播服务。展望未来，农产品电商直播将与物联网、大数据、人工智能等先进技术深度融合，实现农产品生产、加工、销售全链条的数字化和智能化。这将进一步提升农产品的品质和附加值，增强农产品的市场竞争力，为农民带来更多收益。同时，农产品电商直播还将推动农业产业升级和转型，促进农村经济发展和社会进步。总之，“数商兴农”背景下的农产品电商直播具有巨大的发展潜力和社会价值。我们应积极把握机遇，充分发挥各方优势，共同推动农产品电商直播行业迈向新的发展阶段。

参考文献

- [1] 中华人民共和国中央人民政府. 中共中央 国务院关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/2022-02/22/content_5675035.htm, 2024-03-18.
- [2] 中华人民共和国中央人民政府. 中共中央 国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/2023-02/13/content_5741370.htm, 2024-03-19.
- [3] 常钦. 按下农村电商发展“快进键” [N]. 人民日报, 2024-04-08(005).
- [4] 马晓河. 推进农村一二三产业融合发展的几点思考[N]. 经济日报, 2016-02-25(012).
- [5] 傅泽. 数字经济背景下电商直播农产品带货研究[J]. 农业经济, 2021(1): 137-139.
- [6] 咎梦莹, 王征兵. 农产品电商直播: 电商扶贫新模式[J]. 农业经济问题, 2020(11): 77-86.
- [7] 李淼. 数字经济背景下农产品电商直播营销的策略探析[J]. 商场现代化, 2023(2): 10-12.
- [8] 王广珑. 数字经济赋能背景下农产品直播电商营销策略[J]. 全国流通经济, 2023(15): 84-87.
- [9] 李金乐. 完善农产品物流体系的对策建议[C]//吉林省财政科学研究所. 财金观察: 2022 年第 1 辑. 长春: 长春财经学院, 2022: 70-73.