

乡村振兴背景下“电商直播”发展的机遇、挑战及策略研究

黄 蓉

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年5月14日; 录用日期: 2024年5月30日; 发布日期: 2024年8月7日

摘要

农业是国家发展的重要基础, 随着乡村振兴战略的实施, “电商直播”作为一种新型商业模式在助推乡村振兴中扮演着重要角色, 也为农业的发展提供了新的机遇和挑战。“电商直播”在发展过程中既迎来国家政策扶持、交通设施不断完善、互联网技术不断发展等优势, 又面临着产业链亟完善、“电商直播”人才短缺、电商直播驱动力不足等问题。为适应“电商直播”健康、平稳发展和实现全面实施乡村战略的需要, 我们更需完善产业链, 及时解决物流最后一公里问题, 抓住农产品特色打造精准品牌效应、完善“电商直播”人才孵化体系、多元化促进农村“电商直播”可持续发展。

关键词

乡村振兴, 电商直播, 机遇, 挑战, 策略

Study on Opportunities, Challenges and Strategies for the Development of “E-Commerce Live” in the Context of Rural Revitalization

Rong Huang

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: May 14th, 2024; accepted: May 30th, 2024; published: Aug. 7th, 2024

Abstract

Agriculture is an important foundation for national development, with the implementation of ru-

ral revitalization strategy, “e-commerce live” as a new business model to promote rural revitalization plays an important role, but also for the development of agriculture provides new opportunities and challenges. “E-commerce live” in the development process not only ushered in the national policy support, transportation facilities continue to improve, the continuous development of Internet technology and other advantages, but also faced with the urgent need to improve the industrial chain, “e-commerce live” talent shortage, e-commerce live driving force is insufficient and other issues. In order to adapt to the healthy and smooth development of “e-commerce live” and realize the needs of the comprehensive implementation of the rural strategy, we need to improve the industrial chain, solve the logistics last kilometer problem in a timely manner, seize the characteristics of agricultural products to create a precise brand effect, improve the “e-commerce live” talent Incubation system, diversified promotion of rural “e-commerce live” sustainable development.

Keywords

Rural Revitalization, E-Commerce Live, Opportunities, Challenges, Strategies

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

乡村振兴战略在我国备受瞩目，党的二十大报告指出，“全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村。坚持农业农村优先发展，坚持城乡融合发展，畅通城乡要素流动。加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴”^[1]。我国是一个农业大国，“三农”的发展问题也成为全党工作重中之重，“电商直播”随即成为推动农业、农村发展的重要推手。乡村振兴的背景下“电商直播”在其稳步发展的过程中迎来政策支持、公路物流、网络的不断发展等优势，但也面临着产业链亟完善、“电商直播”人才短缺、电商直播驱动力不足等问题。故急需完善产业链，提升品牌效应、完善“电商直播”人才孵化体系、多元化促进农村“电商直播”可持续发展解决当前所面临的困境，对症下药，以便更好地促进乡村振兴。

2. 乡村振兴背景下“电商直播”发展的机遇

随着时代的发展，在支持乡村振兴的基础上，“电商直播”在政策、基础设施、直播平台等方面迎来了政策支持、公路物流、网络的不断完善等机遇，它更是推动了乡村振兴的进程。近年来，电商直播作为一种新型商业模式，在增加就业、扩大内需、促进数字经济发展等方面发挥了积极作用。国家统计局数据显示，2021年社会消费品零售总额超过44万亿元，其中，电商直播销售额约为22万亿元，其市场份额占比约5%。电商直播在国家政策的扶持、交通网络产业的不断发展从而成为消费的新型市场。

2.1. 国家政策支持

产业的发展离不开国家政策的支持，它直接地促进了“电商直播”的发展，不仅需要发展，更是以高质量的发展为目标，国家于2021至2024年出台了一系列支持乡村电商直播的政策(见表1)，2023年的中央一号文件中提出，“全面推进县域商业体系建设。加快完善县乡村电子商务和快递物流配送体系，建设县域集采集配中心，推动农村客货邮融合发展，大力开展共同配送、即时零售等新模式，推动冷链物流服务网络向乡村下沉”。2024年中央一号文件确切指出电商在促进农业农村发展的重要性，“实施

农村电商高质量发展工程，推进县域电商直播基地建设，发展乡村土特产网络销售。”[2]为深入贯彻落实党中央、国务院关于发展数字经济、建设数字中国的总体要求，进一步推动“十四五”时期电子商务高质量发展。中央网信办与商务部于2021年联合印发《“十四五”电子商务发展规划》，此报告深刻分析了电商行业的发展现状、面临形势，指明了电商行业发展的应对策略。为应对电商行业从发展到高质量发展，转变农业发展方式，保障农民幸福生活从而促进攻坚脱贫和全面促进乡村振兴，2024年发布的《商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见》表明电子商务在乡村振兴上“充分发挥联通线上线下、生产消费、城市乡村、国内国际的独特优势，全面践行新发展理念。”[3]。

Table 1. List of selected policies 2021~2024 (data compiled from selected relevant policies from 2021 to 2024)
表 1. 2021~2024 部分政策一览表(数据根据 2021 至 2024 部分相关政策整理)

年份	相关政策
2024 年	《2024 年中央一号文件》《商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见》
2023 年	《2023 年中央一号文件》
2022 年	《2022 年上半年中国网络零售市场发展报告》，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》
2021 年	《“十四五”电子商务发展规划》

2.2. 交通设施不断完善

便捷的交通系统是促进“电商直播”的关键，其发展已逐步成为电商直播助力乡村振兴的重要因素，交通与“电商直播”相互融合，进一步说明了“交通设施能够进一步加强商贸物流的纵向延伸。”[4]不断加快促进区域一体化进程。交通是百业兴旺的关键，交通与农村电商的发展密不可分。“农村交通运输的发展和乡村经济的不断发展有着密不可分的联系。农村交通建设作为推动乡村振兴的最基本载体，建设一个完整和完善的农村交通运输体系必然的趋势。”[5]。加强交通运输发展的关键在公路，公路里程也将随着时代发展而稳步提升(见图 1)。2016~2022 年国家公路网里程变化情况得出近七年公路总体呈现线性、稳步上升趋势。明显地，2016 年到 2020 年公路里程数处于持续增长状态，几年间共增加了 65.85 万公里。此外，2017 年较 2016 年公路里程增加了 7.72 万公里，2018 年较 2017 年公路里程增加了 7.3 万公里，2019 年较 2018 年公路里程增加了 16.6 万公里，2020 年较 2019 年公路里程增加了 18.56 万公里，2021 年较 2020 年公路里程增加了 8.26 万公里，2022 年较 2021 年公路里程增加了 7.41 万公里，其中 2018 年到 2020 年的增量最为明显，两年内公路里程数共增加了 35.16 万公里，公路里程的不断拓宽，为“电商直播”的发展奠定夯实的基础，为电商交易农产品提供了强有力的物流道路，货物可以及时的运送至消费者手中，交通设施历年的增长，突破了城乡间的障碍，加快货物的流转，更是增加农产品的销售量，各地交通的发展促进了区域化一体化进程，为乡村振兴的发展贡献出更宽厚的力量。

随着互联网技术的不断发展，商品的买卖方式更多地从线下的物物交换转至线上购物，农村紧跟时代步伐促使网购成为一种潮流，网购热潮逐步从城市蔓延至农村，逐渐兴起的农村物流行业成为连接城乡生产和消费的重要纽带，而全国各乡镇地区物流快递网络体系逐渐完善，其覆盖率接近 98%。截至 2021 年，在全国电商乡村扶贫建设的推动下，238 个国家级贫困县实施电子商务进村综合示范项目，并在资金、技术、服务的助力下，中国乡村地区的物流配送网点总量已突破 2500 个[6]。当前，每天有 1 亿多件快递包裹在农村地区流动。高质量的农村物流是现代流通体系的重要组成部分，对满足农村群众生产生活需要、释放农村消费潜力、促进乡村振兴具有重要意义。物流行业在农村的发展为“电商直播”促发展提供有利的运输平台，也成为“电商直播”助农的有力武器，其中 2016 年~2022 年农村网络销售额呈

稳步增长的状态(见图 2), 2021 年农村网络销售额高达 2.005 亿, 2017 年较 2016 年的农村网络销售额增加了 3.5034 千万, 农村逐步成为“电商直播”的重要市场。

2.3. 互联网持续技术增强

互联网是承载数字经济发展的重要武器, 在信息化产业中扮演重要角色, 其市场理应覆盖农村, 网络成为影响“电商直播”助农发展的另一关键性因素, 而“在当前互联网时代, 加强农产品的网络营销, 对于加快农业农产品推广, 繁荣农村经济有着重要的推动作用。”[7]就目前现状而言说, 我国已于 2022 年已基本农村网络全覆盖, 全面实现“县县通 5G, 村村通宽带”, 拓宽了农产品的销售渠道, 转换购物方式, 提升人民的幸福感。据第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 农村地区从 2018 年 12 月至 2022 年普及率逐步攀升(见图 3)。2018 年 12 月至 2020 年 12 月普及率增长大于 2020 年 12 月至 2020 年 12 月, 说明以 2020 年为农村地区互联网转折普及率由较为快速增长转变至稳步增长, 农村

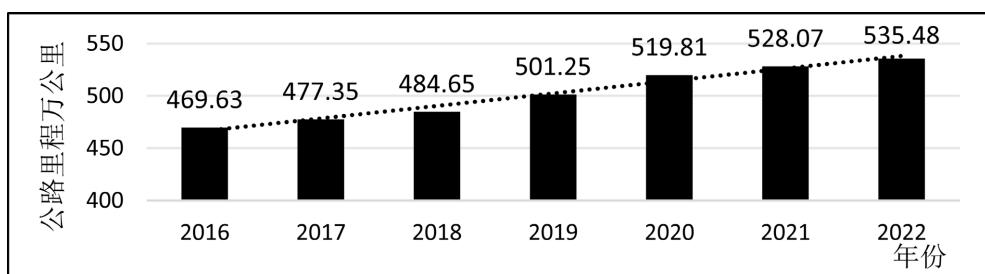


Figure 1. Changes in the mileage of the national highway network in 2016~2022 (based on data published in the China Intelligent Highway Development Report)

图 1. 2016~2022 年国家公路网里程变化情况(根据中国智慧公路发展报告公布数据整理)

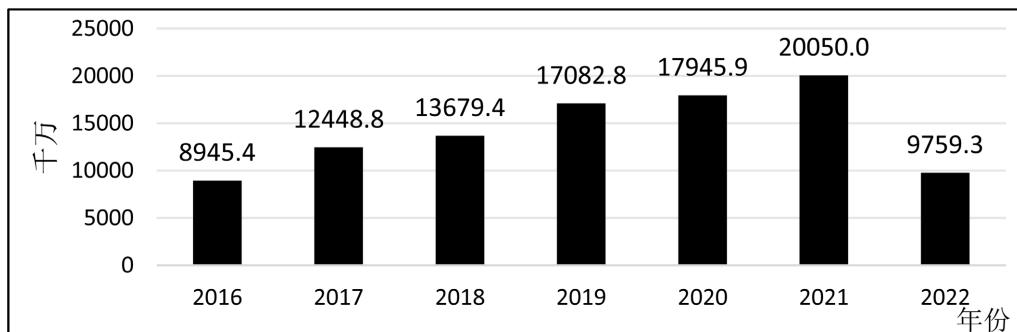


Figure 2. Rural online retail sales, 2016~2022 (based on data published in the China Rural E-commerce Development Report)

图 2. 2016~2022 年农村网络零售额(根据中国农村电子商务发展报告公布数据整理)

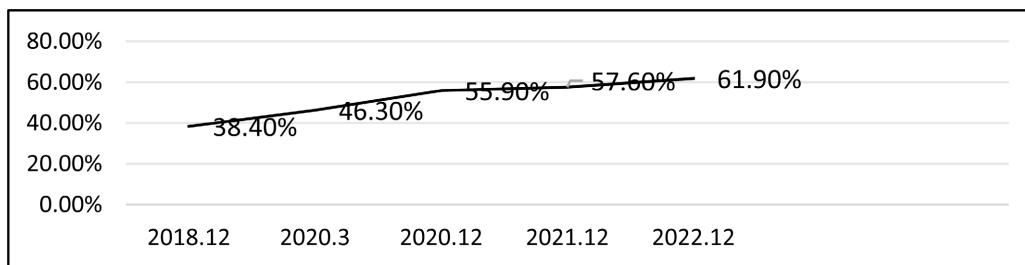


Figure 3. Internet penetration rate in rural areas, 2018~2022 (based on data published in the 51st China Internet Development Statistics Report)

图 3. 2018~2022 农村地区互联网普及率(根据第 51 次中国互联网络发展状况统计报公布数据整理)

互联网普及率的稳步升高成为数字经济与农业发展的稳步融合的关键举措，促进乡村振兴，以多媒体数字化等信息化技术服务人民，为民创增收、谋福祉。

互联网普及率的不断增高，各种以互联网发展基石的短视频平台或直播平台兴起，其成为乡村振兴促发展的有效媒介，它是沟通城镇与农村交流的有力武器。抖音、快手等短视频平台逐步成为销售农产品的重要平台，其创作内容逐步与电商直播挂钩，逐步形成完善的产业以短视频内容为直播带货引流，抖音短视频平台“用户通过内容消费产生商品消费，短视频带来的商品交易总额同比增长 161%。”^[8]快手电商商品第三季度交易总额达 2225 亿元，同比增长 26.6%；依托流量和效率优势，持续吸引更多商家入驻，新开店商家数量同比增长近 80%^[9]。短视频兴起的同时直播行业也伴随其发光发热，“截至 2022 年我国网络直播用户高达 7.51 亿。”农村直播在“电商直播”的成为乡村振兴的新形式，其逐步发展成熟并试图将新型技术与农产品、或是乡村振兴融合稳步的通过直播带货让农产品走出农村，增加农民收入的同时，城镇居民也能够收获更绿色、更健康的农产品。

3. 乡村振兴背景下“电商直播”面临的挑战

各地不断促进“电商直播”与相关产业深度融合，主动适应新型的经济发展模式，大力推动“电商直播”与农业结合，助推经济高质量发展。随着农村逐步数字化、信息化，“电商直播”已经在电商行业取得显著成就，促进农村居民释放消费潜力，但是在巨大的发展机遇面前，其仍面临不可忽视的挑战。

3.1. 产业链亟亟完善

虽然我国农村保有高质量的农产品，但农产品标准化程度较低，“电商直播”转化难度较大，随着短视频对农产品宣传力度的不断加大，城镇对农产品的需求不断增高，中国农村电子商务发展报告公布了关于 2021 年各地区农产品网络零售额占比统计(见图 4)，东北地区对高质量农产品的需求更是高达 64.7%，所以对完善“农产品 - 物流 - 顾客”这一产业链提出更高的要求，而农村地区仍然面临产业链落后，诸如农产品分级、包装、冷链、物流、仓储等问题，这影响了农产品的配送的质量，降低了顾客的消费体验。且当前农村有一些电商直播人员，他们多是规模很小的个体经营者，缺乏专业能力，主要表现在直播缺乏规划性和专业性，对售后服务不重视或无法建立完善的售后服务体系，物流体系虽然有着长足进步，但智能化物流农村与城市仍然有着较大的差距，由于农村居住较为分散是，在物流“最后一公里”这一问题上仍然乏力。农村物流的另一关键问题在于，网点的建设落后且分散，快递员对业务不熟悉导致物流配送迟缓；农村智能化程度不高，需人工筛选，需投入人工费用较高。此外农产品的品牌效应低，国内大多数农产品是无品牌产品，没有形成自身独特的品牌，从而影响“电商直播”对农产品的宣发与销售，“电商直播”也缺乏建立市场与创新农产品品牌的方式方法，致力农村电子商务发展的公司缺乏建立农产品品牌效应的能力。所以我们更应该对症下药，“针对庞大的直播电商主体，

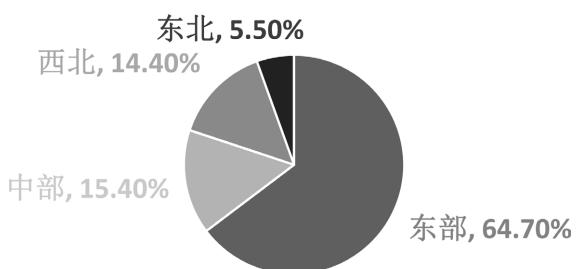


Figure 4. Share of e-tailing sales of agricultural products by region in 2021 (based on data published in the China Rural E-commerce Development Report)

图 4. 2021 年各地区农产品网络零售额占比(根据中国农村电子商务发展报告公布数据整理)

可进行分级分类监管。研究出台直播电商发展规划，打造一批有辨识度、有影响力的直播电商品牌，促进新型消费，提升消费品质。”[10]。

3.2. “电商直播”人才短缺

人才流失是农村发展的普遍现象，“电商直播”的发展极其依赖人力资源，人口流失成为“电商直播”助力乡村振兴的主要障碍。据数据表明：就目前而言，农村“电商直播”起步晚，基础设施不完善，没有强大的核心竞争力留住致力脱贫攻坚、乡村振兴的优质人才，当前农村更是面临人口空心化问题，留守农村的老龄化不断加深，农村常驻老年人口比重不断增加，见表2。根据《中国农村电子商务报告》数据所示，全体人口中60岁及以上人口的比重达到了20.04%，65岁及以上人口的比重达到了13.82%，这完全达到了“老龄化社会”的标准，并非常接近“老龄社会”标准。在常驻人口上，60岁以上人口占比达23.99%，65岁以上人口更是比全体人口数据多出2.57%，可见人口老龄化问题成为阻碍农村发展的关键性问题，而农村青壮年为就业或更好获得基础的教育、医疗等资源，大量的农村人口向城市迁移。在乡村面临着“乡村人口所面临的‘看病难、看病贵’问题相对严重，就医成本较高；交通设施较为薄弱，东北乡村人口外出不便，也限制了农产品向外运输；东北地区乡村教育资源不足，缺少优秀的师资力量等问题”[11]；此类问题也直接引发“电商直播”人才短缺，直播更多依存直播主体存在，其次是受人气与直播方式影响，而农村主要依靠经验丰富且人气较高的主播，“电商直播”主播缺乏完善的培养体系；更是缺乏既懂农业又懂“电商直播”的复合型人才：“由于农村地区整体电商发展生态和生产生活环境与城市差距较大，农村电商人才难找、难留和成本过高等难题依然存在，成为制约我国农村电商发展的重要因素之一。”农村地区的人口老龄化与人才流失问题，仍然阻碍“电商直播”的发展，也成为农民脱贫致富的一大困境，应面向人口问题，寻找平衡二者的核心，助力“电商直播”于农村扎实脚跟。

Table 2. Ratio of the entire aging rural population to the resident population (based on data published in the Comprehensive Survey and Research Report on China's Rural Revitalization)

表2. 农村人口老龄化全体人口与常驻人口比重(根据中国乡村振兴综合调查研究报告公布数据整理)

全体人口	比重	常驻人口	比重
60岁及以上	20.04%	60岁及以上	23.99%
65岁及以上	13.82%	65岁及以上	16.57%

3.3. “电商直播”驱动力不足

“电商直播”给企业、农村都带来了可盈利的空间，大量企业、市场资本涌向农村，将把农村市场开拓为未来市场，他们将资本投入物流、电商网点，农产品的宣发等。虽然获得一定成效，却引发了思考“电商直播”如何在资本投入的情况下实现可持续发展这一问题，单纯的资金的投入是否可以在农村实现可持续发展，投入是否与回报相对等。近几年，“电商直播”处于较快发展阶段，但是随着越来越多的资本占比增加，目前“电商直播”获利趋势逐步放缓，其资源的饱和状态成为“电商直播”助力乡村振兴的又一障碍。

4. 乡村振兴背景下“电商直播”的应对策略

乡村振兴背景下“电商直播”的广大受众是消费者，消费者担心“电商直播”中的产品质量，也关注性价比较高的农产品，为保证“电商直播”的平稳运行，我们不仅需要考虑顾客的需求，同时也要应对“电商直播”这一新方式存在的问题，结合目前“电商直播”的发展现状，助力乡村振兴。

4.1. 完善产业链，提升品牌效应

“电商直播”产业链不完善由物流体系的“最后一公里”“品牌效应不足”农产品表现为“初加工大于精加工”等方面。农村电商发展基础在于加强智能化的物流基础，改善农村的物流产业链，保证新鲜农产品准时送达顾客手中。故需加强农村物流的基础建设包括产品的打包、运输、卸货等，其次降低人工成本，应入人工智能配送；打响农产品的品牌效应，我们需要拓宽产品知名度，打造个性的农产品品牌，才能更好的促进乡村振兴，以农产品“绿色、无公害”作为其核心竞争力，扩大农产品规模，可以将农产品的采摘过程以“电商直播”中展示出来，让顾客买得放心，吃得安心。此外需留意农产品还停留在初加工阶段，因而需面向农产品的精加工，致力提升产品的附加值，打造顾客喜爱的农产品，同时完善售后渠道，当收到因运输导致坏掉的产品，能及时为顾客解决此问题，以优质的服务吸引更多消费者消费，促进当地的经济发展。

4.2. 完善“电商直播”人才孵化体系

“电商直播”线上营销方式的优于传统的营销模式，“电商直播”更急迫的需要电商人才助力乡村振兴，因为人才“电商直播”领域发挥着重要作用，“人才是乡村振兴第一资源，需要通过多种渠道全方位培养。一是需要着力打造人才中的创业者、领头羊、领军人物，发挥以点带面的示范性作用，提升人才返乡就业的信心。最直接的培养就是通过本地人才进行筛选、培训。”[12]此外，在乡村振兴背景下要发展农户成为新农人，持续推进“电商直播”进农村，在政府、高校、农村的相互合作下培养“电商直播人才”，首先，政府可加强与短视频平台、直播平台的合作，推出相关优惠政策吸引人才回流农村；其次，开展“电商直播”进高校，通过校招等方式吸引学生回家乡，助力家乡发展；最后，在农村注重培养农民对“电商直播”的敏感度，农民是最了解农产品的培育过程，将农民打造为新农人，在关注农业知识的同时，也要看到“电商直播”的巨大优势。

4.3. 多元化促农村“电商直播”可持续发展

“电商直播”不能以单一的投资、或是单一的“电商直播”形式来促进农村的发展，多元化是促进农村“电商直播”可持续发展的关键手段。多元化促进农村“电商直播”可持续发展首先体现在投资多元化、农产品多元化、合作多元化等方面。在投资方面要避免一家独大，各家公司的合理竞争，合理投资才能促进整个行业的稳步发展，垄断无法盘活农村“电商直播”反而会让其陷入僵死的局面。其次，农产品是整个“电商直播”的核心，没有农产品的产出也就没有整个“电商直播”助力乡村振兴的计划，消费者的需求是多元化的，不同的地区对农产品的需求是多元化的，所以农民更需要加强对农产品的培育工作，不仅将一种农产品培育得优良，更是要根据消费者诉求，培育出符合地区消费习惯的农产品，顾客的选择也就是农产品多元化的导向；最后，多元化合作应当同时建立政府投入、企业主导、农民敢做的协同模式，政府不仅有政策支持，更有资金支持，企业不仅有技术投入，更有资金投入，此种去中心化模式让政府、企业、农民都可在三方融资的基础上，促进整个产业的发展，企业规模扩大的同时，农民增收，这在深层次上助力乡村振兴。更要“坚持市场化运作和政府引导相结合，推动农村电商的创新发展。农村电商涉及范围广、发展快、难度大，地方政府要采取有效措施引导农村电商健康发展”[13]。

5. 结语

“电商直播”在政策、技术的支持下，成为乡村振兴的重要方式，它不仅有效的解决农村所面临农产品滞销问题，增加农民收入，提升农村生活幸福感，促进整个“电商直播”产业的发展。但“电商直播”也面临乡村物流、网络设施、人才短缺等问题。对此，需强化政策扶持，加强基础设施建设，培养

农村电商人才，发挥直播电商在乡村振兴中的带动作用，将有助于实现乡村振兴战略目标。在未来更应将当地实际与“电商直播”“互联网技术”深度融合探索新路线助力乡村振兴。

参考文献

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[J]. 共产党员, 2022(21): 4-26.
- [2] 本刊讯. 2024 年中央一号文件全文发布[J]. 中国水产, 2024(3): 2-9.
- [3] 商务部 中央网信办 发展改革委关于印发《“十四五”电子商务发展规划》的通知[J]. 中国对外经济贸易文告, 2021(80): 3-15.
- [4] 李金秋. 电商平台发展、交通基础设施对农产品流通效率影响的实证分析[J]. 商业经济研究, 2023(20): 119-123.
- [5] 蒙金. 乡村振兴背景下农村交通发展研究[J]. 四川农业科技, 2023(6): 74-76.
- [6] 闫鑫. 乡村振兴背景下农村电商发展机遇、困境及对策分析[J]. 中国商论, 2023(7): 41-44.
- [7] 李长路, 李政春. 直播电商与互联网金融的融合模式研究[J]. 商场现代化, 2024(2): 19-21.
- [8] 抖音电商商品发展报告[EB/OL]. <https://www.sgpjbg.com/baogao/103957.html>, 2024-05-16.
- [9] 快手财务报告[EB/OL]. https://wenku.baidu.com/view/49119f09c3c708a1284ac850ad02de80d5d80607.html?fr=sogou&wkts_=1722828663900&needWelcomeRecommand=1, 2024-05-16.
- [10] 孙琳. 引导直播电商行业良性发展[N]. 人民政协报, 2024-05-13(009).
- [11] 梁秀妍. 老龄化背景下东北地区乡村人口流失对策研究[J]. 农村·农业·农民(B 版), 2024(3): 56-58.
- [12] 滕芫. “乡村振兴”背景下网络营销与直播电商专业人才培养路径探讨[J]. 商展经济, 2022(22): 138-140.
- [13] 傅潇潇. 乡村振兴视域下农村电商可持续发展研究[J]. 农村实用技术, 2024(5): 44-45.