

农村电商直播赋能 乡村振兴的创新模式研究

张芝榕

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

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8日

摘要

本文研究农村电商直播如何助力乡村振兴, 分析了其发展现状及创新模式, 包括直播 + 农产品品牌化、产业链整合、社群营销等。同时, 指出了其面临的基础设施、人才、产品质量等挑战, 并提出了加大网络覆盖、人才培养、质量标准化等对策, 以促进农村电商直播健康发展, 进一步推动乡村振兴战略的深入实施。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 直播, 创新模式

Study on an Innovative Model for Empowering Rural Revitalization through Digital Technology

Zhirong Zhang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 14th, 2024; accepted: May 30th, 2024; published: Aug. 8th, 2024

Abstract

This article studies how rural e-commerce live streaming can help rural revitalization, analyzes its current development status and innovative models, including live streaming + agricultural product branding, industry chain integration, community marketing, etc. At the same time, it points out the challenges faced by infrastructure, talent, product quality, and proposes countermeasures such

as increasing network coverage, talent cultivation, and quality standardization to promote the healthy development of rural e-commerce live streaming and further promote the in-depth implementation of the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Live Streaming, Innovative Model

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

随着信息技术的飞速发展，传统农村销售模式正面临前所未有的挑战与机遇。特别是在数字化浪潮的推动下，农村电商直播作为一种新兴的销售和营销手段，为乡村振兴注入了新的活力。其不仅能拓宽了农产品的销售渠道、提高了农民的收益，还带动了相关产业的蓬勃发展[1]。农村电商直播作为一种创新模式，在乡村振兴中发挥着重要作用。本文将从理论分析和案例研究相结合的角度，深入探讨农村电商直播的发展现状、创新模式、面临的挑战以及相应的解决策略，以期农村电商直播的持续发展与乡村振兴提供有益的参考和借鉴。

2. 农村电商直播的发展现状

2.1. 普及率与市场规模

随着国家政策的推动和市场需求的不断增长，农村电商直播的普及率不断提高，市场规模持续扩大。相关研究报告指出，中国直播电商市场规模在 2020 年已达到 1.2 万亿元，年增长率为 197.0%，预计未来三年年均复合增速为 58.3%。这一万亿市场正不断涌进乡村，农村电商直播已成为农村经济发展的新引擎[2]。

2.2. 平台与商家增长

农村电商直播平台数量不断增加，国内外互联网巨头纷纷进入农村电商市场，为农村电商直播的发展注入了新的活力。同时，各地政府也积极引导农村电商直播的发展，建设了一批具有地方特色的农村电商平台。商家方面，农村网商数量迅速增长，直播电商占比逐年提高，已成为农村电商的重要组成部分。

2.3. 商品品类与消费者需求

农村电商直播的商品品类逐渐丰富化，从最初的农副产品销售逐渐扩展到服装、家电、汽车等各个领域。这与农村消费者需求的多样化密切相关。与城市市场相比，农村市场的消费需求更加多元化，农村居民对于生活品质的追求也越来越高。农村电商直播通过直观、互动的展示方式，满足了农村消费者的购物需求，提高了购物的满意度和便捷性[3]。

3. 案例研究

3.1. 案例一：浙江平阳的“三农”经济拉动模式

浙江平阳依托其独特的地理优势和产业基础，通过农村电商直播打造特色品牌，实现线上线下融合

发展。平阳县通过建设青创农场、数字中心、电商园区和电商村等方式，对农村市场进行数字技术设施的改造，借助直播带货强化数字化提升。同时，平阳县还通过“农产品 + 电商”“农产品 + 旅游”“农产品 + 直播”“农产品 + 社区”的多渠道并举，有效拉动了“三农”经济的发展，让农民腰包鼓起来，网购成为农村新时尚[4]。

3.2. 案例二：云南普洱直播电商基地

普洱市位于云南省西南部，是普洱茶的发源地。然而，由于地理位置偏远，普洱茶的知名度一度受到限制。为了推动普洱茶的销售和普洱茶产业的发展，普洱市积极引进电商直播平台，打造直播电商基地[5]。普洱市不仅通过直播展示普洱茶的制作工艺和品质特点，还结合普洱茶的历史文化进行推广，让消费者在了解普洱茶的同时，也感受到普洱茶文化的魅力。同时，普洱市将直播电商与茶叶种植、加工、销售等产业链环节紧密结合，形成完整的产业链闭环。农民通过直播直接销售自家茶叶，提高了茶叶的附加值和利润。此外，普洱市政府出台了一系列扶持政策，包括提供场地、资金、培训等支持，鼓励农民和企业开展直播电商业务。通过直播电商基地的建设，普洱茶的知名度和销售额均得到了显著提升。同时，也带动了当地茶叶产业的升级和发展，为乡村振兴注入了新的活力。

3.3. 案例三：湖南湘潭县“山水莲乡”

湖南湘潭县通过打造“山水莲乡”直播电商模式，将农村电商与乡村旅游、文化传承相结合，推动乡村振兴。该模式注重挖掘农产品的乡土故事和文化历史渊源，通过视频、直播等形式进行宣传和推广[6]。同时，组织农民参与直播销售，提高农民的参与度和获得感。此外，还结合乡村旅游和美食文化，打造具有特色的消费品牌。该模式不仅提升了农产品的附加值和品牌形象，还促进了乡村旅游和文化产业的发展。农民通过参与直播销售，增加了收入渠道和就业机会，提高了生活水平。

4. 农村电商直播赋能乡村振兴的创新模式

4.1. 直播 + 农产品品牌化模式

直播 + 农产品品牌化是一种创新的农产品销售模式，它通过直播平台将农产品的生产、加工、销售等环节与品牌建设紧密结合，以实现农产品的品牌化、标准化和市场化。农民和农业企业能够直接向消费者展示农产品的种植、养殖、加工等全过程，以及产品的品质特点和营养价值。这种直观、真实的展示方式，有助于提升农产品的品牌形象和消费者信任度，结合地域文化和特色，打造具有地方特色的农产品品牌，进一步提升农产品的市场竞争力。具体表现在直播过程中展示农产品的品牌标志、包装和宣传语等，强化消费者对品牌的认识和记忆，同时，消费者能够直观了解农产品的生长环境、采摘过程、品质特点等。此外，农民还可以与消费者进行实时互动，解答消费者的疑问，增加消费者的购买信心。

但这种直播模式存在产品质量难以保证和退货机制不完善的问题，由于直播平台的开放性和实时性，农产品的质量难以得到完全保证。在直播过程中，可能存在夸大宣传、虚假宣传等问题，导致消费者对产品的信任度降低。其次，由于农产品的特殊性，退货机制相对复杂。如果消费者在购买后发现产品存在质量问题或不符合期望，退货流程可能较为繁琐，给消费者带来不便。

4.2. 直播 + 产业链整合模式

直播 + 产业链整合模式将直播技术与产业链的各个环节紧密结合，形成完整的产业链闭环。例如，通过电商平台连接农民、合作社、加工企业、物流企业等各个环节，实现资源共享和互利共赢。通过直播的形式展示产品的生产、加工、销售等全过程，实现产业链的整合和优化。这种模式不仅提高了农产

品的附加值和利润，还促进了农村一二三产业的融合发展。通过直播平台，农民可以了解到市场需求和消费者偏好，从而调整种植结构和养殖规模，实现农产品的定制化生产。就直播实施情况而言，直播 + 产业链整合首先需要整合产业链上下游的资源，包括供应商、生产商、分销商等，其次，利用直播技术，将产品的生产、加工、销售等全过程进行实时展示，消费者可以通过直播了解产品的原料来源、生产工艺和质量检测等环节，增加对产品的信任度和购买意愿。

但此种直播模式难以保证流畅性，因为直播技术需要稳定的网络环境和高质量的音视频传输技术，如若技术不过关，可能会导致直播卡顿、画质模糊等问题，影响消费者的观看体验，此外，直播 + 产业链整合涉及多个环节和多个企业，监管难度较大，需要建立完善监管机制和标准体系，确保直播内容的真实性和合规性。

4.3. 直播 + 农民参与模式

这种直播模式旨在通过直播平台让农民直接参与到产品的推广和销售中，与消费者建立更紧密的联系。鼓励农民积极参与直播电商业务，让其成为直播的主体和产品的推广者。农民通过直播展示农产品的生长过程、品质特点等，增强了消费者对农产品的信任感和购买欲望。同时，农民参与直播还能够促进农业产业发展、提高其自身收入水平和经济地位，进一步激发其参与乡村振兴的积极性和创造性。就直播实施情况而言，直播 + 农民参与对农民有一定的要求，需对农民进行直播培训，教其使用直播工具、与观众互动和介绍产品，此外，具备直播素养的农民根据自己的实际情况和农产品特点，策划直播内容，内容包括农产品的种植、养殖、采摘、加工等过程，以及农产品的品质、口感和营养价值等方面的介绍。

然而，由于农民对直播技术的掌握程度有限，以及直播对时间和经历的投入要求较高，可能导致农民参与度不高，此外，由于农民的文化水平和表达能力有限，可能导致直播内容参差不齐。

4.4. 直播 + 社群营销模式

直播 + 社群营销模式是一种结合直播技术和社群运营的新型营销方式，利用社交媒体平台，建立农产品消费者社群，通过产品展示、现场体验、直播推广、互动交流等方式，吸引更多消费者关注和购买当地农产品[7]。社群营销不仅能够扩大农产品的销售范围，还能够增强消费者与农产品之间的情感联系，提高消费者的忠诚度和复购率，同时，提高社群运营增强用户粘性和活跃度，实现品牌推广和销售增长。此外，能够实现精准营销，社群用户具有相似的兴趣和需求，可以实现精准营销，提高转化率。

就直播实施情况而言，其需要有清晰明确的使用价值和服务宗旨，以便吸引和留住用户；内容需要围绕用户需求展开，提供有价值的产品知识、使用技巧等，以内容吸引用户并增强用户粘性；还要做到直播前置的倒流，通过社群进行直播预告和互动，引导用户关注直播，提高直播的观看量和转化率。

然而，这种模式也存在一些问题，例如，一些主播为了追求高点击率，可能会夸大产品优势或发布虚拟信息，损害消费者权益，同时，如果直播时间和频率不合理，可能会导致用户错过直播内容或产生审美疲劳。

4.5. 直播 + 乡村旅游模式

结合乡村旅游资源，通过直播平台展示乡村的自然风光、民俗文化、农产品等特色，吸引消费者前来旅游体验[8]。就直播实施情况而言，选取的乡村景点应该具有丰富的自然资源和独特的乡村风情，能够吸引观众的眼球。同时，根据乡村旅游的特点和目标市场，制定合理的直播计划，包括直播时间、内容、互动环节等。此外，可以邀请专业主播或当地村民进行直播：主播需要具备良好的沟通能力和表达能力，能够生动地介绍乡村的风土人情和特色产品。当地村民的参与则能够增加直播的真实性和可信度。

这种模式不仅促进了乡村旅游的发展,还增加了农民的收入来源,推动了乡村经济的多元化发展[9]。具体表现在,拓宽乡村旅游的推广渠道,通过直播平台,乡村旅游可以突破地域限制,吸引更多潜在的游客,其次,增强游客的参与感和体验感,直播的实时互动功能可以让游客更加深入地了解乡村的风土人情和特色产品,增强游客的参与感和体验感[10]。最后,促进乡村经济的发展,乡村旅游的发展可以带动当地农产品的销售和相关产业的繁荣,促进乡村经济的发展。

然而,这种模式可能导致监管和审核的难度加大,直播平台需要对直播内容进行监管和审核,以确保内容的合法性和真实性。但是,由于乡村旅游涉及的领域广泛,监管和审核的难度也会相应增加。此外,虽然直播可以激发游客的线下参与兴趣,但是游客的线下参与度仍然受到时间、交通等因素的限制。

4.6. 直播 + 农村文化传承模式

通过直播平台展示乡村的传统文化和民俗活动,传承和弘扬乡村文化。农民或文化工作者可以利用直播平台记录和传播乡村的传统文化和民俗活动,让更多人了解和认识乡村文化[11]。同时,直播平台还可以为乡村文化产品提供销售渠道和推广平台,推动乡村文化产业的发展。就直播实施情况而言,需要选定直播主题,根据农村文化的特点,选定具体的直播主题,如传统手工艺制作、农事活动、民俗节日等。同时,寻找合适的直播场景,选择具有代表性的农村场景进行直播,如农田、手工艺作坊、传统民居等,让观众能够更直观地感受到农村文化的魅力。此外,邀请当地文化传承人或村民参与,邀请熟悉农村文化、掌握传统技艺的村民或文化传承人参与直播,他们可以为观众详细解说和展示农村文化的独特之处。

这种模式可以让更多的人了解和认识农村文化,提高农村文化的知名度和影响力、激发人们对传统文化的兴趣和热爱,促进农村文化的传承与发展。同时,也可以吸引更多的年轻人回到农村,参与到农村文化的传承中来。此外,吸引更多的游客前来参观和体验,带动当地经济的发展。

但这种模式由于主播的能力和水平不同,直播内容的质量也会存在差异,一些直播可能缺乏深度和广度,无法全面展示农村文化的魅力,此外,虽然直播具有实时互动的特点,但观众的参与度仍受到一定的限制,如何提高观众的参与度和互动性,是需要解决的问题之一[12]。

5. 农村电商直播创新模式发展面临的挑战与困境

5.1. 基础设施挑战与困境

农村地区的网络覆盖普遍滞后于城市,网络速度不稳定、信号覆盖不全等问题,直接影响了电商直播的流畅性和用户体验。这不仅限制了电商直播在农村的普及,也制约了农产品在线销售的规模和效率。农村地区的物流体系相对薄弱,缺乏高效的物流网络和配送体系。这导致农产品在运输过程中易受损、配送周期长、成本高,难以满足电商直播中消费者对产品质量和时效性的要求。

5.2. 人才短缺挑战与困境

农村电商直播需要具备直播技能、产品知识、营销能力等多方面的人才。然而,当前农村地区这类人才稀缺,缺乏专业的培训和指导,导致电商直播的效果不佳,难以形成品牌影响力。农产品营销需要了解市场需求、消费者心理、营销策略等多方面的知识。然而,农村地区农产品营销人才不足,缺乏专业的市场分析和营销策略制定能力,导致农产品销售困难,难以实现电商直播的赋能效果。

5.3. 产品质量与标准化挑战与困境

农村地区农产品质量参差不齐,缺乏统一的质量标准和认证体系。这导致消费者在电商直播中难以

判断产品质量，降低了购买意愿和信任度。农产品标准化程度低，缺乏统一的规格、包装、标识等要求。这不仅增加了电商直播的运营成本，也影响了产品的竞争力和市场认可度。

5.4. 品牌建设推广挑战与困境

农村地区品牌意识薄弱，缺乏有影响力的农产品品牌。这导致农产品在电商直播中难以形成品牌效应，降低了产品的知名度和竞争力。农村地区推广渠道有限，缺乏有效的宣传和推广手段。这导致农产品在电商直播中的曝光度不足，难以吸引更多消费者关注和购买。

5.5. 资金与技术投入挑战与困境

农村电商直播发展需要大量的资金投入，包括网络建设、人才培养、物流体系建设等方面。然而，当前农村地区资金投入不足，难以满足其快速发展的需求。农村电商直播需要先进的技术支持，包括直播平台、数据分析、智能推荐等方面。然而，当前农村地区技术支持不足，缺乏专业的技术团队和研发能力，制约了其创新和发展。

6. 农村电商直播创新模式发展对策与建议

6.1. 加大农村网络覆盖率，完善农村物流体系

政府应进一步增加农村地区的网络通信设施投入，确保网络覆盖的广度和深度，提高网络速度和稳定性。建立农村物流网络，优化物流配送流程，降低物流成本，提高配送效率。同时，加强农村冷链物流设施建设，保障农产品的新鲜度和质量。

6.2. 加强农村电商直播人才培养，引进外部人才

开展针对农村电商直播人才的培训课程，提升他们的直播技能、产品知识和营销能力。鼓励高校、培训机构等参与农村电商直播人才培养，形成多元化的培训体系。通过政策扶持、优惠待遇等方式，吸引城市中的电商直播人才到农村发展，为农村电商直播注入新的活力和创意[13]。

6.3. 建立农产品质量标准体系，推广农产品标准化生产

制定和完善农产品质量标准体系，加强农产品质量监管和认证工作，提升农产品品质和竞争力。同时，加强农产品品牌建设，培育具有地方特色的农产品品牌。引导农民采用标准化生产方式，提高农产品的标准化程度。加强农产品包装、标识等方面的规范，提升产品的整体形象和竞争力[14]。

6.4. 提高品牌意识，拓宽推广渠道

加强农村地区的品牌意识教育，让农民认识到品牌对于农产品销售的重要性。鼓励农民积极参与品牌建设，提升农产品的品牌价值和影响力。利用多种媒体手段，如社交媒体、短视频平台等，拓展农产品的推广渠道。通过举办农产品展销会、文化节等活动，提高农产品的知名度和美誉度。

6.5. 加大资金投入，加强技术支持

政府应加大对农村电商直播的资金投入力度，支持农村电商直播的发展。同时，鼓励社会资本投入农村电商直播领域，形成多元化的投资格局。加强农村电商直播的技术研发和创新，推动先进技术在农村电商直播领域的应用。建立农村电商直播技术服务平台，为农民提供技术支持和解决方案。

总之，要克服农村电商直播赋能乡村振兴创新模式发展所面临的挑战和困境，需要政府、企业和社会各界的共同努力和支持。通过加强基础设施建设、人才培养、产品质量与标准化、品牌建设与推广以

及资金与技术投入等方面的措施,推动农村电商直播的健康发展,为乡村振兴注入新的动力。

7. 总结

本文围绕“农村电商直播赋能乡村振兴的创新模式”进行了全面而深入的研究。首先,文章从普及率与市场规模、平台与商家增长、商品品类与消费者需求三个方面深入探讨了农村电商直播的发展现状,展现了农村电商直播蓬勃发展的态势。随后,文章选取了浙江平阳、云南普洱、湖南湘潭县等地的农村电商直播案例,深入剖析了这些案例的成功经验和特色模式。这些案例为其他地区提供了可借鉴的经验和启示,也进一步验证了农村电商直播在推动乡村振兴中的积极作用。紧接着,文章总结出农村电商直播赋能乡村振兴的创新模式。这些模式包括直播+农产品品牌化、直播+产业链整合、直播+农民参与、直播+社群营销、直播+乡村旅游以及直播+农村文化传承等。每一种模式都有其独特的优势和作用,共同构成了农村电商直播推动乡村振兴的多元化路径。

然而,文章也指出了农村电商直播创新模式发展面临的挑战与困境,并针对挑战与困境,提出了相应的对策与建议。建议包括加大农村网络覆盖率、完善农村物流体系、加强农村电商直播人才培养、引进外部人才、建立农产品质量标准体系、推广农产品标准化生产、提高品牌意识、拓宽推广渠道以及加大资金投入和加强技术支持等。这些对策与建议旨在为农村电商直播的发展提供有力支持,进一步推动乡村振兴的进程。

参考文献

- [1] 刘茗. 乡村振兴战略下农村电子商务的发展前景与策略研究[J]. 现代营销(学苑版), 2021(35): 140-141.
- [2] 黄亮. 基于虚拟仿真技术的数字人农村电商直播研究[J]. 商场现代化, 2024(7): 27-29.
- [3] 陆郑义. 融媒体时代直播电商经济发展问题分析[J]. 中国商论, 2024(1): 53-56.
- [4] 刘春华. “八八战略”下电商推动乡村共富的作用机理与优化路径[J]. 温州职业技术学院学报, 2023, 23(2): 14-20.
- [5] 普洱农特产品搭乘电商“快车”热销全国[N]. 普洱日报, 2024-02-20(002).
- [6] 丁泽轩, 陈言. 特色产业引领乡村振兴的路径研究: 以湘潭县花石镇湘莲产业为例[J]. 山西农经, 2024(5): 157-160, 167.
- [7] 向武龙. 区域型电商环境下社群营销模式分析[J]. 商展经济, 2024(5): 59-62.
- [8] 张超. 直播电商平台赋能吉林市乡村旅游发展探析[J]. 北方经贸, 2024(4): 157-160.
- [9] 熊曦, 彭谦, 黄诗涵, 等. 特色产业引领县域城乡融合发展的动力机制研究——以长株潭都市圈为例[J]. 商学研究, 2023, 30(2): 45-52.
- [10] 全少莉. 智慧旅游背景下乡村旅游经济发展模式探索[J]. 商场现代化, 2022(14): 111-113.
- [11] 苑振冬. 乡村振兴背景下农村文化发展策略研究[J]. 新农业, 2023(22): 73-74.
- [12] 李盈. 移动直播新闻发展现状及趋势研究[J]. 中国传媒科技, 2019(11): 29-31.
- [13] 王焯冰. 数商兴农目标下城乡数字商务人才培养机制与路径探索[J]. 商展经济, 2024(7): 139-142.
- [14] 杨桂玲, 梁顺有, 丁明元. 关于临泽县加快设施农业发展的思考[J]. 农业科技与信息, 2024(4): 102-105.