

# 农村电商赋能乡村振兴的机制与策略研究

## ——东方甄选直播带货农产品的观察与思考

王述洋

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年6月11日; 录用日期: 2024年6月24日; 发布日期: 2024年8月21日

### 摘要

随着互联网不断向农村地区延伸, 农村电商的发展日益完善, 成为乡村振兴的重要驱动力量。直播电商是农村电商基于运行模式的一种全新探索, 因此本文以东方甄选直播带货农产品为例来探讨农村电商赋能乡村振兴的内在机制、现实困境和发展策略选择。结果发现, 农村电商有助于从促进农村产业现代化转型升级、乡村人才孵化、传递乡村知识和情怀、推动农业绿色生产以及完善乡村组织体系建设等方面赋能乡村产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴以及组织振兴。但是目前农村电商的发展还存在产业规模小、分布散、发展薄弱、农村电商人才队伍不够壮大、行业制度规范体系不够完善等现实问题制约乡村振兴建设。据此, 本文也提出了未来农村电商的路径选择, 即: 推动农业转型和农村电商市场协同、强化农村电商人才培养和优化农村电商制度环境。

### 关键词

农村电商, 乡村振兴, 内在机制, 现实困境, 策略研究

# Research on the Mechanism and Strategy of Empowering Rural Revitalization through Rural E-Commerce

## —Observations and Reflections on the Live Streaming Sales of Agricultural Products by Dongfang Zhenxuan

Shuyang Wang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 11<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jun. 24<sup>th</sup>, 2024; published: Aug. 21<sup>st</sup>, 2024

## Abstract

With the continuous extension of the Internet to rural areas, the development of rural e-commerce has become increasingly perfect, becoming an important driving force for rural revitalization. Live streaming e-commerce is a new exploration based on the operation mode of rural e-commerce. Therefore, this article takes Dongfang Zhenxuan's live streaming sales of agricultural products as an example to explore the internal mechanism, practical dilemmas, and development strategy choices of rural e-commerce empowering rural revitalization. It was found that rural e-commerce helps to empower rural industry revitalization, talent revitalization, cultural revitalization, ecological revitalization, and organizational revitalization by promoting the modernization and upgrading of rural industries, incubating rural talents, transmitting rural knowledge and emotions, promoting green agricultural production, and improving the construction of rural organizational systems. However, there are still practical problems in the development of rural e-commerce, such as small industrial scale, scattered distribution, weak development, insufficient growth of rural e-commerce talent team, and incomplete industry institutional norms, which constrain the construction of rural revitalization. Based on this, this article also proposes path choices for future rural e-commerce, namely: promoting agricultural transformation and rural e-commerce market synergy, strengthening rural e-commerce talent cultivation, and optimizing the rural e-commerce system environment.

## Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Internal Mechanisms, Realistic Dilemmas, Strategy Research

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

乡村振兴是十九大作出的关乎我国三农发展的重要战略部署，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴是全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务。农村电商是伴随着互联网、物联网、大数据等高新技术发展起来的，以农产品销售和同业产业链延伸为核心内容，在农村地区开展的电子商务活动[1]。在过去的发展中，农村电商在促进农业产业结构优化、拓宽农产品销售渠道、带动农民就业等方面初显成效，成为推动乡村振兴的重要抓手[1]。2024年中央一号文件指出“实施农村电商高质量发展工程”，为我国农村电商新阶段的发展指明了新的方向。直播电商是农村电商基于运行模式的一种全新探索，利用淘宝、京东、拼多多、东方甄选等大型电商平台以及抖音、快手等短视频平台打通营销渠道以达成营销目的的一种新型电商形态。相较于传统的农村电商来说，直播电商的形式更加立体丰富，更容易激发消费者的视觉和听觉，通过增强消费者的互动参与感，使得农产品同步带货成为可能，从而也为乡村振兴的发展提供了新的机遇。

## 2. 文献综述

关于农村电商和乡村振兴的相关研究，一方面农村电商对乡村振兴具有积极的影响。有的学者认为农村电商通过降低交易成本和提高信息透明度，促进了技术、资本等生产要素在农村地区的流动和配置，

进一步推动城乡之间的经济交流和互动[2]。有的学者认为农村电商为农村居民提供了更加便捷的购物方式,有效地满足了农村居民的多样化选择[3]。还有的学者通过构建计量模型运用实证研究的方法对农村电商的影响效应进行了分析。展进涛等[4]人基于 2014~2020 年全国 1809 个县以及淘宝村数据分析了农村电商的收入效应和溢出效应。张添洋等[5]人基于要素流动视角实证分析了农村电商对城乡一体化发展具有显著的促进作用。尹志超等[6]人运用多时点双重差分模型验证了电商下乡能够显著缩小农村家庭消费不平等。另一方面,农村电商也存在一定的负面效应。殷光华[7]指出农村电商存在产品质量安全问题,在“看得见、摸不着”的情况下,一些商家为了降低成本,可能出现质量不过关、服务不到位的情况;或是在产品生产或采购环节中存在质量控制问题,导致产品存在缺陷。孙伟等[8]人认为农村电商存在的信息不对称问题导致农户难以了解到农产品的具体价值浮动,从而引发农产品恶劣营销事件的频发。

通过梳理相关文献发现,关于农村电商赋能乡村振兴的研究多集中单个途径的研究,对于农村电商赋能乡村振兴整体性、全面性的作用机制还需进一步的补充和完善。随着科技的迅猛发展,直播电商成为农村电商的重要组成部分,而东方甄选又为直播电商搭建了多样化的电商场景、为直播带货提供了机会和场地。基于此,本文将以东方面直播电商为例,对农村电商赋能乡村振兴的内在逻辑、现实制约以及路径选择进行深入探讨。

### 3. 农村电商赋能乡村振兴的内在机制

#### 3.1. 农村电商促进产业现代化转型升级

农村直播电商的快速发展为农业产业现代化发展转型提出了新要求,也为乡村振兴提供了新思路。一是直播电商推动产业链优化升级。电子商务作为连接农产品生产与销售、农户与市场的重要媒介,使得原有的市场供应由线下转移到线上,由地区交易拓展到全球交易,农产品的仓储和运输借助科学的物流管理使其更加有效,优化农产品的产、供、销等多个方面全产业链条。二是直播电商促进农业产业融合。东方甄选为使产品全方面、多角度的呈现给消费者会将直播场景设在田间地头,并且通过短视频的方式记录农产品的生长发育过程,以此有助于消费者对产品的生产、销售等方面拥有更加直观、清晰的了解,同时丰富多样的乡村面貌也呈现在大众面前。例如,东方甄选 CEO 带领团队深入到全国各地的原产地上游,一户一户的考察,一件一件的挑选。用购物的心态,为用户严格挑选最符合甄选标准的产品。在这一过程中也使得更多的人被原生态的乡村风貌和恬静的田园生活吸引,从而带动了当地乡村旅游业、非遗产业、康养产业等多产业融合发展。

#### 3.2. 农村电商孵化乡村人才,提高农民收入

农村直播电商的迅速崛起,为乡村振兴注入了强大的人才动力。农村直播电商带来的巨大收益吸引了一些有资金、有知识、有人技能的企业家和人才纷纷参与到乡村产业的发展中来,带动农民致富创业,并且借助直播电商的流量进一步扩大产业规模,以此形成直播助农的良性循环。例如,东方甄选主播董宇辉由新东方教师转变成卖货主播得过程中,不仅创造销售奇迹,而且收获了大批粉丝。双语教学对于新东方的老师来说,并非难事,但用在直播带货中,确实奇事。与此同时,董宇辉自带的文化气息,让农产品有了故事载体,在情感的共鸣中,玉米、大米成了童年的回忆,牛排、猪肉、鸡翅成了奋斗的故事,在共情中,实现了用户与产品的连接。东方甄选通过直播带货的形式帮助农民,不仅实现了自身价值也为乡村振兴开辟了一条新道路。

#### 3.3. 农村电商传播乡村知识和情怀

乡村具有丰富的自然和人文资源,人们在长期的农业生产生活实践中形成了独具特色的乡村生活。

随着短视频和直播的火爆,借助农村直播电商的优势,东方甄选运用直播平台讲好农村故事,通过弹幕、评论等方式与用户实时互动,在介绍产品的同时将其背后所蕴含的传统技艺、生产的自然环境以及丰富多样的民俗活动等呈现给用户大众,甚至传播到全球各地,让更多的人了解到乡村的魅力。同时东方甄选主播时刻传递中国传统知识分子的家国情怀,东方甄选用数字助农的方式助力农业产业化,帮助广大农民朋友,这是用行动传递家国情怀。这种情怀是可以和广大网友产生内心共鸣的,情怀的共鸣是最强的粉丝凝聚力。在这一过程中,农村直播电商与乡村形成了良好的互动关系,乡村知识和其内含的情怀依托直播电商传播,也提升了乡村的知名度和影响力。

### 3.4. 农村电商推动绿色生产

随着农药、化肥等的大量投入使用,农业生态环境逐渐恶化,推动农业绿色可持续发展是实现乡村振兴的重中之重。农村直播电商在促进乡村经济发展的同时也能够倒逼农业生产方式的转变从而促使农村生态环境改善。一方面,新时代条件下,人们追求健康安全的生活方式,也因此更加注重农产品的品质。为了满足消费者的多样化需求,越来越多的农业生产者开始注重农业生产过程中农业化学品、污染物等的投入使用,逐渐走上绿色可持续的农业发展之路。另一方面,东方甄选主播通过向消费者分享绿色安全农产品的生产、加工过程,农户间接获得了巨大的经济效益,农村收入水平的提升也促进了乡村环境治理,大大提升了乡村生态文明水平,加速了“美丽乡村”的建设。

### 3.5. 农村电商完善乡村组织体系建设

在推进乡村振兴建设的过程中,基层组织发挥着基础性力量的作用,是联系广大农民群众的桥梁和纽带,也是有效开展乡村各项工作的关键。农村直播电商充分激活了乡村市场活力、基层干部的领导力和农民群众的创造力。不少乡村干部纷纷现身抖音直播间,开展“官员直播带货”活动,以身示范,充分发挥自身的责任担当,为农村直播电商经济新业态健康发展提供了便利和保障[9]。例如,山东省临沂市蒙阴县原副县长李守东通过在东方甄选直播帮助当地农户卖蒙阴蜜桃[10]。不仅解决了农产品滞销问题,还在一定程度上提升了农产品的品牌价值。部分地区相继成立直播电商协会,连接市场和农户,针对性的定制农村直播电商相关的培训方案,乡村主播扶持计划等,为农村直播电商的发展营造良好氛围。

## 4. 农村电商赋能乡村振兴的现实困境

通过以上分析可以看出,农村电商是乡村振兴发展的助推器,然而新事物的发展也伴随着一定的现实制约,接下来将从以下几个方面来分析农村电商赋能乡村振兴的困境与阻碍。

### 4.1. 小、散、弱问题突出

“大国小农”是我国的基本国情,农业小规模分散生产和经营是乡村振兴发展的一大制约。农村电商将农产品从集贸市场转移到互联网,拓宽了农产品的营销渠道但同时也极易出现农村电商产业小、散、弱的问题。许多农村电商经营者为个体经营或者是家庭作坊,规模化程度较低。虽然有些地区发展了村镇服务站,但是由于人员流动程度较大、信息瓶颈未打通、管理不完善等问题存在,未能发挥出预期经济效益,甚至出现服务站点变“空壳”的现象。尤其是偏远闭塞的地区农村电商小、散、弱的现象更为突出。农产品生产、销售受环境影响程度较大,基础条件较为落后的地区由于地理位置和自然条件的限制,刚刚进入农村电商领域的企业和个体更易分散在不同的村庄或乡镇。同样,农村电商的经营和管理缺乏科学性和规范性,面对市场环境下激烈的竞争能力不足,进而导致农村电商发展薄弱。在以上各种现实问题的存在下,农村电商赋能乡村振兴存在一定的制约。

## 4.2. 农村电商人才队伍不够强大

乡村振兴，关键在“人”。虽然农村电商的发展有利于乡村人才的培育和壮大，但是就目前发展状况来看，农村电商人才队伍还存在不够强大的问题。农村电商的发展需要有互联网技术、运营推广、数据分析、美工设计、物流管理、互联网金融等方面的人才参与。东方甄选的带货主播大部分都有着十几年甚至几十年教龄的教师转型过来，所以其知识储备程度都不是一般的主播可相提并论的。这是独属于左手提升产品能力，右手提升文化能力的东方甄选的特色，他人是无法复刻的。然而农村地区多存在老龄化、空心化的现象，农民上网操作水平较低，很难利用互联网创业。并且很多地区从事农村电商的人员为未经过系统化、专业化培训的人，尤其缺少直播带货的技能。此外，很多农民的电商意识比较薄弱，难以传统农业向数字化农业的转型，更多的依旧是在固有的经验中生产、加工和销售产品。因此，农村电商亟需农业专业化种植技术、农业系统化推广技术、农业科学化管理技术的人才推动农业转型和农村经济可持续发展。

## 4.3. 行业制度规范体系不够完善

农村电商是一个涉及市场、产业、包装、物流、售后服务等多个方面的系统工程，这也使得该行业对产品质量、个人隐私、科学管理的要求更高。加强农村电商行业领域的制度体系建设对于构建良好的农村电商生态具有重要意义。但是我国农村电商的发展并不长，相关领域的政策制度也比较缺乏。比如，由于缺乏相应的制度规范，一些商家“以次充好”、“以假乱真”、难以保证产品如期发货、售后问题不能得到及时的解决和反馈等都会对消费者的购物体验造成负面影响，并且产生信任危机。另外，农村电商和乡村振兴的发展建设会涉及到多级政府和多个相关机构，一些部门在参考国家关于农村电商的政策制度时，未能根据当地的实际情况因地制宜地制定具有一定针对性的落实举措。不同地区农村电商的发展水平和实际需求不尽相同，地区政策制度趋同化难以满足农村电商发展的多样化和个性化需求。

## 5. 农村电商赋能乡村振兴的解决措施

### 5.1. 推动农业转型和农村电商市场协同

农业转型有利于引起农村电商市场的变革，农村电商模式的更新变化又会促进农业转型升级。根据地域、资源、经济状况的不同，将乡村旅游、特色农产品加工、绿色食品等产业融合起来，针对性的打造独具当地特色的农产品品牌，推进农产品就地转化和农工商结合。对于分散程度较高的电商产业要加强政府的帮扶、组织、管理等方面的力度。

### 5.2. 强化农村电商人才培养

人才振兴是乡村振兴的重要组成部分，人才也是发展农村电商的基础和保障。强化农村电商人才培养，一是联合政府、高校和企业搭建电子商务培训和实习基地，多渠道打通农村电商人才交流障碍。二是培养有利于发展农村电商的本土人才。本土农民更熟悉农产品的特性以及当地的营销环境，加强对本土农民的培训力度，增强农民电商技能和销售技巧，培养一批农民网红，为农村电商的可持续发展提供坚实的人才支撑。三是建立健全人才社会保障机制。加大对人才引进的资金投入，并做好对相关人才的配套优惠扶持政策，提供医疗、教育等方面的人才倾斜资源，全力打造农村电商和乡村振兴发展人才库。

### 5.3. 优化农村电商制度环境

突破农村电商发展的制度困境需要构建农村电商行业发展的长效监督机制。一是完善直播平台入驻和营销全过程监管机制，规范市场主体行为。及时收集用户反馈，适当提高对商家的管控水平，对商家

或主播的不良行为、违规行为做出相应的处罚，建立健全用户监督举报机制，规范营销过程。二是构建农产品质量安全可追溯系统，加大对互联网平台农产品质量和广告宣传的审查力度，最大程度上杜绝假冒伪劣商品。三是在国家政策的领导下，法治与德治双向发力，结合地区发展特色因地制宜制定乡村营商环境的具体制度规范。

## 6. 结语

在乡村振兴的战略背景下，农村作为经济最为薄弱的地区，振兴农村经济将成为中国经济高质量发展的应有之义，更是新时期经济发展的重点和难点。2024年，我国中央一号文件再次聚焦“三农”，并提出农村电商已逐渐成为乡村振兴的重要推动力，同时为我国农村电商新阶段的发展指明了新的方向。

农村电商是以平台为媒介的新型产业模式，依托于平台和互联网信息技术，能够突破地域限制，实现信息共享，降低市场信息不对称问题，弱化农村资源不足问题。从而利于从促进农村产业现代化转型升级、乡村人才孵化、传递乡村知识和情怀、推动农业绿色生产以及完善乡村组织体系建设等方面赋能乡村产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴以及组织振兴。本研究发现目前农村电商的发展还存在产业规模小、分布散、发展薄弱、农村电商人才队伍不够壮大、行业制度规范体系不够完善等现实问题，这些现实问题制约乡村振兴建设。据此，本文也提出了未来农村电商的路径选择，即：推动农业转型和农村电商市场协同、强化农村电商人才培养和优化农村电商制度环境。此外，随着互联网技术的普及和农村电商的快速发展，农村电商逐渐成为乡村振兴的重要推动力量。因此，研究农村电商赋能乡村振兴的机制与策略具有重要的现实意义和理论价值。

农村电商产业作为农村产业的重要组成部分，应承担起振兴农村经济的重担，搭起城乡协调发展的桥梁，为农业经济高质量发展作出贡献。未来农村电商的发展还需要全社会人员的共同参与来推动其发展和完善，促使其为乡村振兴提供更大的助力。

## 参考文献

- [1] 杨雅迪. 新时代下农村电商与乡村振兴战略的互动关系研究[J]. 商场现代化, 2024(8): 28-30.
- [2] 李晓夏, 赵秀凤. 直播助农: 乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式[J]. 商业经济研究, 2020(19): 131-134.
- [3] 周芑未, 孙颖, 高燕, 等. 基于抖音的农产品营销问题分析——以山东省寿光市为例[J]. 中国市场, 2023(7): 121-124.
- [4] 展进涛, 周静鑫, 俞建飞. 汇聚涓涓细流: 农村电商的收入效应与溢出效应研究——基于全国 1809 个县的证据[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2024, 24(2): 136-147.
- [5] 张添洋, 张颖, 张坤. 农村电商、要素流动与城乡一体化发展[J]. 商业经济研究, 2024(5): 117-121.
- [6] 尹志超, 吴子硕. 电商下乡能缩小农村家庭消费不平等吗——基于“电子商务进农村综合示范”政策的准自然实验[J]. 中国农村经济, 2024(3): 61-85.
- [7] 殷光华. 乡村振兴战略下农村电商对传统市场的影响及应对[J]. 商场现代化, 2024(6): 38-40.
- [8] 孙伟, 吴淑芳, 张安梅, 等. 乡村振兴背景下农村电子商务的带动作用[J]. 农家参谋, 2020(20): 20, 38.
- [9] 邓明磊, 叶继红. 担当视角下县域官员直播带货的发生机理研究——基于四个典型案例的分析[J/OL]. 电子政务: 1-13. <https://link.cnki.net/doi/10.16582/j.cnki.dzzw.2024.07.004>, 2024-04-18.
- [10] 孙文策, 严继超, 李华. 直播电商扶贫的实践模式总结与探讨[J]. 经营与管理, 2022(12): 45-50.