

直播带货推动农业经济发展路径研究

朱颖

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年6月26日; 录用日期: 2024年10月23日; 发布日期: 2024年10月30日

摘要

直播带货与乡村传统产业深度融合形成的业态新模式已经成为推动乡村经济发展的新力量。通过各平台为农产品直播带货以解决当地村民就业创业的民生问题, 有助于推动乡村振兴。本研究聚焦于直播带货对农业经济发展的推动作用, 在深入分析直播带货模式特点的基础上, 探讨了其对农业产业链的优化、农产品销售模式的创新以及农民收入增长的积极影响。研究发现, 直播带货通过打破传统销售模式中的地理限制, 为农产品提供了更广阔的市场空间, 有效提升了农产品的品牌影响力和市场竞争力。同时, 直播带货模式还促进了农业产业链的整合, 提高了农业生产效率, 为农民提供了更多元的增收途径。本文为农业经济发展路径的探索提供了新的视角和思路。

关键词

直播带货, 农产品, 农业发展, 经济

Research on the Path of Live Streaming to Promote the Development of Agricultural Economy

Ying Zhu

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 26th, 2024; accepted: Oct. 23rd, 2024; published: Oct. 30th, 2024

Abstract

The new business model formed by the deep integration of live streaming and rural traditional industries has become a new force to promote the development of rural economy. Through various platforms, live streaming of agricultural products can be used to solve the livelihood problems of local villagers in employment and entrepreneurship, which will help promote rural revitalization.

This study focuses on the role of live streaming in promoting the development of agricultural economy, and discusses its positive impact on the optimization of the agricultural industry chain, the innovation of agricultural product sales model and the growth of farmers' income on the basis of in-depth analysis of the characteristics of live streaming mode. The study finds that live streaming provides a broader market space for agricultural products by breaking the geographical restrictions in the traditional sales model, and effectively enhances the brand influence and market competitiveness of agricultural products. At the same time, the live streaming model also promotes the integration of the agricultural industry chain, improves agricultural production efficiency, and provides farmers with more diversified ways to increase income. This paper provides a new perspective and ideas for the exploration of the path of agricultural economic development.

Keywords

Live Streaming, Agricultural Products, Agricultural Development, Economy

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

中新网2月22日电 商务部22日召开例行新闻发布会,商务部新闻发言人何亚东在会上介绍,2024年2月17日,为期一个月的“2024全国网上年货节”圆满收官,实现了“消费促进年”12场重点活动的开门红[1]。2024年中央一号文件明确提出,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。由此可见,通过电商销售农产品的形式,已成为帮助农民增加收入与实现共同富裕的重要途径。直播带货作为一种新兴的商业模式,不仅改变了传统的商品销售方式,更为农业经济发展提供了新的思路和方法。然而,当前关于直播带货对农业经济的研究尚显不足。因此,本研究旨在深入探讨直播带货在促进农业经济发展方面的作用机制。

2. 直播带货的模式、特点

近年来,随着移动互联网技术和智能手机的普及以及发展成熟的无线网络技术的推广,上网成本不断降低、流量费用逐步下调、移动互联网用户不断增多[2]。随着科技的飞速发展和移动互联网的普及,网络购物已逐渐成为多数用户的首选购物方式。在这个信息爆炸、时间碎片化的时代,人们日常生活中的面对面交往逐渐减少,社交圈子也日趋缩小,这在一定程度上限制了人们的视野和信息获取。然而,直播这种新兴的内容形式却以其独特的仪式感和互动性,为消费者带来了全新的购物体验。

2.1. 直播带货的模式

直播带货是近年来电商领域迅速兴起的一种新型销售模式。它借助直播这一网络平台的直播功能,将传统的购物方式与实时互动相结合,让商家通过视频直播的形式向消费者展示产品,主播利用视频直播的互动性、实时性和直观性,与观众进行实时互动,解答疑问,并通过推送购买链接、优惠券等方式,促进观众进行购买。直播带货的模式主要有四种,一是单品直播模式,这种直播模式以产品为核心,主播在直播过程中专注于介绍和展示某一或几个单品;二是产地实地直播模式,产地实地直播模式将直播间搬至产品原产地,尤其适用于水果、农产品等生鲜类产品。通过实地拍摄和直播,真实呈现产品的生长环境和采摘过程;三是秒杀直播模式,这种直播模式利用消费者的抢购心理和限时优惠策略,通过设

定较低的价格和有限的库存，激发消费者的购买欲望。四是福袋模式，福袋模式则将秒杀引流款替换为福袋秒杀形式，利用福袋发放的等待期进行打单。这几种销售模式既为消费者提供了更直观、真实的购物体验，也为商家带来了更多曝光和销售机会。

2.2. 直播带货的特点

2.2.1. 实时互动

直播带货的最大特点之一是实时互动性。主播可以在直播过程中实时回答观众的问题，解决疑惑，并通过抽奖、红包等互动形式吸引观众参与，提高直播的趣味性和吸引力。

2.2.2. 形式灵活

直播带货在形式和设备要求上非常灵活。主播无需投入大量资金购买专业设备，只需一台电脑或者是一部手机，即可开始直播。同时，直播场景的选择也十分多样，无论是户外风景还是室内环境，只要布置得当，都可以成为直播的场地。这种灵活性极大地降低了直播的门槛，使得更多的个人和企业能够参与到直播营销中来。此外，居家直播的便捷性也降低了成本，提高了直播带货的可行性。

2.2.3. 直观便捷

通过视频直播，观众可以直观地看到商品的外观、使用效果等，从而增加对商品的了解和信任。主播也可以现场演示商品的使用方法，让观众更直观地感受到商品的特点和优势。观众可以在直播间内实时了解商品信息、价格优惠等，并通过点击购买链接直接完成购买过程，方便快捷。

2.2.4. 用户明确

直播作为一款拥有庞大用户基数的短视频平台，其直播带货模式能够覆盖更广泛的用户群体。观众在观看直播时具有自主选择权，不同年龄、地域的用户可以根据自己的兴趣和需求选择观看的直播内容和主播。因此，进入直播间的用户大部分是产品的潜在消费者，或是对产品感兴趣的用户。这种用户与直播间的高度匹配，使得直播营销更具针对性和效率，有助于提高转化率和销售额。

2.2.5. 反馈性强

直播带货平台建立了有效的用户反馈渠道，如直播间内的留言板、调查问卷等，鼓励用户对产品、服务或直播内容提出意见和建议。消费者可以通过与其他消费者的互动，更好地作出购买决策，提高决策的质量^[3]。商家可以根据直播过程中进行互动的用户所反馈的问题或意见，进行整理归纳和总结分析，从而优化商品及营销方式。

3. 农产品直播带货的现状和发展机遇

3.1. 政策驱动：农产品直播带货迎来发展春天

政府通过出台一系列政策措施，支持农村电商和直播带货等新兴业态的发展，为农产品直播带货提供了广阔的市场空间和发展机遇。2021年10月在《“十四五”电子商务发展规划》提到积极开展“数商兴农”活动，加强农村电商新型基础设施建设，不断发展订单农业，推动赋能赋智产业升级；2022年4月出台了《2022年数字乡村发展工作要点》明确了农村电商带货的目标：稳中推动乡村数字经济加速发展，农业生产信息化水平稳步提升，农产品电商网络零售额已突破4300亿元。可见，我国农产品直播带货的发展前景广阔。

3.2. 消费变革：直播间购物成为新风尚

随着互联网技术的飞速发展和消费者购物习惯的变化，直播间购物已成为一种新兴的消费风尚。与

传统的购物方式相比，直播间购物具有更加直观、互动性强、体验感丰富的特点。在直播间中，消费者可以实时观看主播展示商品、解答疑问，甚至与主播进行互动交流，这种购物方式为消费者带来了全新的购物体验。自 2019 年全民“直播带货”元年开启以来，淘宝、京东、拼多多等电商平台纷纷采用“直播 + 电商”的营销策略，通过体验式导购和消费者中心的直播特色，充分激发了消费者的潜在需求。同时，直播、快手等短视频平台也凭借前期直播内容的积累，成功培养了用户的消费习惯，推动了用户从娱乐向消费的转变。中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第 48 次《中国互联网络发展状况统计报告》中指出截至 2021 年 6 月，我国网民规模达 10.11 亿，较 2020 年 12 月增长 2175 万，互联网普及率达 71.6%，较 2020 年 12 月提升 1.2 个百分点。

3.3. 技术赋能：农村互联网基础设施全面升级

5G、AI 等技术的普及为直播带货提供了更流畅、更智能的观看和购买体验。通过 AI 技术可以实现智能推荐、智能客服等功能，提高直播的互动性和购买转化率。随着移动互联网技术的日新月异和 5G 时代的到来，政府也随之加强了农村数字基础设施建设，提高农村地区的网络覆盖率和网速，为农产品直播带货提供了良好的网络环境。《中国互联网络发展状况统计报告》显示，农村地区互联网普及率从 2018 年的 23.52% 跃升至 2021 年的 57.6%，城乡间的上网差距不断缩小。目前，我国所有行政村已实现“村村通宽带”的目标，贫困地区的通信难题也得到有效解决。这一基础设施的完善，为农产品网络营销和在线销售的蓬勃发展奠定了坚实的基础。

4. 直播带货对农业经济的积极影响

随着电商行业的蓬勃发展，直播平台迅速崛起，逐渐成为了流行的营销手段并普及大众。直播以其低门槛、低成本、强传播性和互动性强的特点，为农产品销售开辟了新的路径。利用电商直播的优势，将电商直播与农产品销售结合起来，增强了消费者的认可度，提升了他们的购物体验感^[4]，从而在一定程度上增加了消费者的购买意愿。这种结合不仅为农产品销售带来了显著的效益，还对整个农业发展和经济发展起到了积极的促进作用。

4.1. 增加就业机会，促进乡村人才振兴

随着各平台的直播带货兴起，出现了如农业经理人、数字化采购、直播主播等新职业。这些新职业不仅为乡村青年提供了更多就业机会，还吸引了更多人才回流乡村。直播带货涉及农产品的选品、包装、运输等多个环节，这些环节都需要大量劳动力。因此，直播带货带动了农产品产业链上下游的就业机会，为乡村提供了更多就业岗位。直播带货为乡村提供了更多就业机会和发展空间，吸引了部分在外工作的青年和大学生回流乡村，为乡村注入了新的活力。随着直播带货的兴起，越来越多的专业人才开始关注乡村市场，如电商运营、供应链管理等方面的专家纷纷投身乡村事业，为乡村发展提供了更多智力支持。

4.2. 带动产业链发展，加快农业转型升级

直播带货促进了农产品生产环节的优化和升级。农民在直播中直接面对消费者，对市场需求有了更直观的了解，从而能够更有针对性地调整种植结构、提高产品品质。同时，也促进了农业技术的推广和应用，提高了农业生产效率。随着消费者对农产品深加工产品的需求增加，直播带货为农产品加工业提供了更广阔的市场空间。直播带货还促进了农产品包装、物流等配套产业的发展、带动了农产品销售终端的创新和升级。直播带货作为一种新型的农业销售模式，推动了农业与信息技术的深度融合，加速了农业现代化进程，促进了农产品品种的多样化、品质的提升以及产业链的延伸。同时，直播带货也带动了农产品加工业、物流运输业等相关产业的发展，推动了农业产业结构的优化和升级。

4.3. 提高农产品知名度，促进农民增收

直播平台拥有庞大的用户基础，直播带货能够迅速将农产品推向更广泛的受众并且直播内容传播速度快、传播范围广，不局限于当地市场，且经营成本低，能够拓宽农产品销售渠道，为实现“小农户与大市场”[5]提供了有利条件。此外，直播平台上的网红、明星等拥有大量的粉丝和影响力，他们通过直播带货农产品，能够迅速吸引大量粉丝的关注和购买。这种网红、明星效应能够进一步提高农产品的知名度和影响力。农民通过直播带货，能够获得更高的销售价格，从而增加收入。直播带货不仅销售产品，还能够通过直播内容、互动等方式，打造农产品的品牌形象。农民通过直播带货，能够建立起与消费者的直接联系，积累口碑和信誉，形成独特的农产品品牌。这种品牌效应能够进一步提高农产品的知名度和市场竞争力，从而增加农民的收入。

5. 共同富裕背景下直播带货推动农业经济发展路径分析

5.1. 完善制度保障与直播监管，营造良性直播生态圈

2021年4月，国家互联网信息办公室等七部门联合发布的《网络直播营销管理办法(试行)》明确规定：“直播间运营者、直播营销人员从事网络直播营销活动，不得进行直播假冒伪劣、侵犯他人的知识产权或不符合保障人身安全、财产安全要求的商品。我国农产品电商直播的准入门槛较低，主播素质参差不齐，出现了不少农产品直播“翻车”事件，影响到整个农产品直播电商的发展格局[6]。因此，完善相关制度法规迫在眉睫。要建立健全监管机制，确立政府相关部门在农产品电商直播监管中的主体责任，确保各级部门职责清晰、协同配合。制定和完善相关法律法规，明确直播行为规范，为监管提供法律依据。设立或指定专门机构对农产品电商直播进行全面、系统的监管。加强对主播的法律培训，提高主播的法律意识，确保直播内容的合法合规。建立用户举报机制，为用户提供便捷的举报渠道，如设置举报按钮、提供举报邮箱等。

5.2. 完善农产品电商直播体系，全面推进乡村振兴

一场直播成功与否，在于直播开始前的策划、直播进行中产品的正常交易以及直播结束后产品的售后服务[7]。在从农产品买卖到售后完整的服务体系中，需要关注消费者观看直播的体验感。直播场景的搭建与内容的策划需要紧跟时代潮流，要从观众的需求出发，抓住他们的兴趣点与关注点，满足消费者的好奇心理，为他们打一针食安强心剂[8]。直播开始前的策划是成功的关键，要明确直播的目标受众、主题和内容，以及选择合适的直播时间和平台，要充分考虑农产品的特点、市场需求和消费者喜好，制定有针对性的营销策略。可以通过预热宣传、邀请网红或明星助阵等方式，吸引更多潜在消费者的关注。直播进行中的产品交易环节主播需要通过生动有趣的方式展示农产品的特点、优势和使用方法，引导消费者产生购买意愿。同时，要确保交易系统的稳定运行，提供便捷的支付方式。最后，优质的售后服务能够增加消费者的信任度和忠诚度，促进复购率的提升。电商企业应建立完善的售后服务体系，确保消费者在购买后能够享受到及时、专业的服务。同时，通过收集消费者的反馈和建议，不断优化产品和服务，提升品牌口碑和市场竞争能力。

5.3. 重视农产品的质量，保障消费者的权益

政府作为直播带货质量治理的主导者，要发挥好舆论监督作用，引导消费者积极、理性参与质量监督，使监管机制更加完善、监管效果更加突出[9]。通过建立严格的农产品筛选和审核机制，直播平台应与农业生产者建立紧密合作关系，明确农产品的筛选标准，确保只有符合质量要求的农产品才能进入销售环节。对农产品的产地、种植方式、食品安全等因素进行严格的审核和核查，确保农产品从源头就符

合质量标准。引入第三方机构对农产品进行质量检测，确保农产品符合相关的法律法规和标准要求。在直播平台上推广农产品的有机认证、绿色认证等标识推行农产品认证制度，为消费者提供权威的认证信息，增加对农产品品质的信任度。建立农产品的认证数据库，消费者可以通过扫描产品二维码等方式查询农产品的认证信息。主播在直播时应确保所推荐的农产品质量符合标准，且描述准确，不发布虚假或误导性的宣传信息。同时建立完善的退换货机制，保障消费者在购买后的权益。同时，设立维权渠道，对消费者在购买过程中遇到的问题给予及时解决，完善用户评价体系，为网络购物打造公平、和谐、有序的良好环境[10]。

5.4. 增强产品差异化与品牌建设

在农产品电子商务中，产品差异化和品牌建设是提升竞争力的关键[11]。农产品销售者需深度挖掘产品的独特价值，包括但不限于地理标志、别具一格的种植工艺及蕴含的文化内涵。借助直播这一现代化手段，直观地向消费者展示这些特色，从而显著提升产品的吸引力。同时，建立企业内部的品牌管理体系，统一品牌形象，统一公司的行为，保持品牌的一致性，通过品牌管理体系，确保品牌在各个方面的传播都保持统一和准确尤为关键。这需通过确立一套连贯的品牌传播战略来实现，如统一的视觉识别系统、引人入胜的品牌故事以及核心价值的精准传达。此外，充分利用社交媒体及多元化的网络平台进行品牌推广，积极参与各类媒体、宣传活动，及时丰富品牌新闻，加强社会影响力。通过品牌活动，不仅增强品牌在消费者心中的认知度和忠诚度。还能进一步扩大品牌的市场影响力。通过这些精心策划的举措，农产品电商不仅能在竞争激烈的市场中崭露头角，更能与消费者建立深厚的长期关系，为企业的可持续发展奠定坚实基础。

6. 结论

本论文深入探讨了共同富裕背景下直播带货在促进农业经济发展的重要作用 and 潜力。通过详细分析直播带货的运营机制、农产品质量保障、消费者权益保护等方面得出了直播带货是农业经济发展的新动力、重视农产品质量是直播带货成功的关键和保障消费者权益是直播带货可持续发展的基础这三个结论，揭示了直播带货在促进农业经济发展的重要作用，提出了完善的农产品电商直播体系、完善制度保障与直播监管等一系列具体路径。在今后发展中，直播带货在农业领域的发展潜力巨大。随着消费者对健康、绿色、有机等高品质农产品的需求不断增加，直播带货将成为农产品销售的重要渠道之一。同时，随着技术的不断进步和市场的不断扩大，直播带货将在农产品品牌建设、农产品深加工、农业旅游等领域发挥更加重要的作用，为农业产业的全面发展注入新的活力。我们有理由相信，在不久的将来，直播带货将成为推动农业经济发展的重要力量。

参考文献

- [1] 中国新闻网. 商务部 2 月 22 日例行新闻发布会[EB/OL]. <https://www.chinanews.com.cn/cj/2024/02-22/10167867.shtml>, 2024-08-06.
- [2] 蔡凝. 网络直播营销对消费者购买行为的影响因素研究[J]. 现代营销, 2021(23): 28-29.
- [3] 谢思玮, 张婷, 阮晓婧, 等. 直播带货营销模式对消费者购买决策的影响机制研究[J]. 现代营销(学苑版), 2021(12): 97-99.
- [4] 季芳. 生鲜农产品电商直播影响消费者购买意愿因素及对策分析[J]. 粮食科技与经济, 2023, 48(1): 33-35.
- [5] 廖珺瑜, 樊珊杉. 农产品电商直播人才培养的问题与对策: 以广西上林县为例[J]. 广东蚕业, 2023, 57(2): 111-113.
- [6] 蔡海川. 共同富裕背景下农产品直播带货的机遇、困境与策略——以抖音平台为例[J]. 现代营销(下旬刊),

2022(30): 129-131.

- [7] 陈晓宇. 农产品电商直播助推乡村振兴路径探究[J]. 山西农经, 2024(2): 48-50.
- [8] 亚南, 李永吉. 电商直播背景下山西农产品品牌提升策略探讨[J]. 运城学院学报, 2023, 41(1): 36-40.
- [9] 许怡. 直播带货营销模式发展现状、问题及对策研究——以抖音 App 为例[J]. 投资与创业, 2022, 33(17): 48-50.
- [10] 吴芙蓉, 余明英. 基于直播看电商新形态兴趣电商[J]. 老字号品牌营销, 2022(4): 48-50.
- [11] 杨金玉. 网络直播在农产品电子商务发展中的应用实践探究[J]. 商场现代化, 2024(14): 51-53.