

乡村振兴背景下农产品电商直播营销策略研究

毛 颖

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年8月1日; 录用日期: 2024年11月4日; 发布日期: 2024年11月11日

摘 要

农产品电商直播作为一种极具潜力的新兴发展模式, 在乡村振兴的宏伟蓝图中扮演着举足轻重的角色, 不仅为农产品打开了更广阔的市场空间, 还促进了农业产业结构的升级与农村经济的多元化发展。本文采用文献分析研究法, 发现电商直播在助力农产品销售的过程中, 仍面临直播行业发展不规范、基础设施承载力不足、直播人才素养不够高、农产品产业价值链短等问题。针对这些问题, 本文提出了四条优化路径, 即健全直播行业发展规范、提高基础设施承载力、培养高素质直播人才、延伸农产品产业价值链。

关键词

乡村振兴, 农产品, 电商直播, 营销策略

Research on Live Marketing Strategies of Agricultural Products E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Ying Mao

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Aug. 1st, 2024; accepted: Nov. 4th, 2024; published: Nov. 11th, 2024

Abstract

As an emerging development model with great potential, agricultural e-commerce plays a pivotal role in the grand blueprint of rural revitalization, which not only opens a broader market space for agricultural products, but also promotes the upgrading of agricultural industrial structure and the diversified development of rural economy. This paper adopts the method of literature analysis and finds that in the process of helping the sales of agricultural products, e-commerce live broadcasting

文章引用: 毛颖. 乡村振兴背景下农产品电商直播营销策略研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 2253-2259.

DOI: 10.12677/ec.2024.1341390

still faces problems such as non-standard development of live broadcasting industry, insufficient infrastructure carrying capacity, insufficient quality of live broadcasting talents, and short value chain of agricultural products industry. In response to these problems, this paper puts forward four optimization paths, namely, improving the development norms of the live-streaming industry, improving the carrying capacity of infrastructure, cultivating high-quality live-streaming talents, and extending the value chain of the agricultural products industry.

Keywords

Rural Revitalization, Agricultural Products, Live E-Commerce, Marketing Strategy

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

2024 年中央一号文件指出：“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”[1]。在当前乡村振兴的战略背景下，作为农业数字化发展的一种创新模式，农产品电商直播营销应运而生，正逐渐成为推动农村经济发展、促进农民增收的重要途径，并为农业领域创新带来更多发展机遇。然而，从实际来看，作为一种新业态，农产品电商直播在发展过程中仍面临诸多挑战，这些挑战也在一定程度上制约了其进一步发展。因此，深入分析当前农产品电商直播所面临的现实问题、探讨乡村振兴背景下农产品电商直播的营销策略，具有重要的现实意义。

2. 乡村振兴背景下电商直播助力农产品销售的价值意蕴

2.1. 拓宽农产品销售渠道，提升农产品知名度

传统的农产品销售主要依赖于农贸市场、超市等线下渠道，这些渠道的覆盖面有限，导致农产品销售不畅。而电商直播作为一种线上销售方式，突破了地域限制，将农产品直接从产地运往消费者手中，可减少因经过多层分销商导致的农产品损耗问题，更有助于提升农产品的实际销量[2]，让农产品销往全国各地，甚至是国际市场，从而降低了销售成本，提高了利润空间。此外，电商直播通过直观的展示和互动，也能让消费者直接看到农产品的生长环境、生产过程和质量情况等相关信息，这有助于提升消费者对农产品的认知度和信任度，从而增加购买意愿。同时，直播过程中的互动交流也能增强消费者的参与感和满意度，进一步提升农产品的品牌形象。

2.2. 带动农村就业创业，助力农民增收致富

农产品的电商直播营销为农村地区开辟了丰富的就业渠道。随着电商直播的兴起，农村地区涌现出一批批“网红”主播，他们不仅亲自上阵，通过直播平台直接销售自家的农产品，还带动了相关产业链的发展，包括培训并雇佣农业经理人、直播货运人员、专业摄影师、视频编辑等职业人才，这些岗位和职业在为农村地方就业提供更多机会的同时，也吸引了大量年轻人选择返乡创业，从而全面促进了农村地区的就业增长。此外，通过电商直播，有助于带动更多农户参与农产品种植，使其规模进一步扩大，形成良性循环，从而不断为农村经济的多元化发展提供新动力。无论是通过精心种植还是积极销售，农民都能够实现经济收入的显著提升。

2.3. 传承发展乡村文化，激发农民创新意识

直播电商以新的形式推动了乡村文化的宣传，不仅可以帮助农产品走出去，也可以通过这一方式展示乡村文化[3]。电商直播结合乡村的自然风光、人文景观、民俗活动内容，全方位、多角度地展现乡村文化的魅力，使消费者能够直观地感受到乡村的风土人情、历史文化，从而增强对乡村文化的认同感和归属感。这种文化认同感、归属感的提升，不仅有助于乡村文化的保护和传承，还有助于提升乡村居民的文化自信和自我认同感。此外，电商直播平台为乡村居民提供了展示自我才华和创造力的舞台，直播过程中的互动交流也能激发农民的文化创新意识。农民可以根据直播中消费者的需求，调整种植或养殖计划，生产更符合市场需求的农产品，这种以需求为导向的生产方式，能够激发农民的创新意识，不断推动他们尝试新品种、新技术。

2.4. 优化农业产业结构，落实乡村振兴战略

通过电商直播的反馈机制，农民可以及时了解市场需求的变化，调整农业生产结构，优先种植、销售市场认可度较高的农产品，提高农产品的市场竞争力，从而推动农业产业结构的优化升级。此外，电商直播还可以推动农业产业链延伸，加快形成从种植、加工、销售到物流、仓储、配送等全链条的完整体系。这种优化升级有助于提升农村经济的整体实力和可持续发展能力，带动农村基础设施建设、物流体系完善、人才回流等，进而为乡村振兴注入新的动力和活力。

3. 乡村振兴背景下电商直播助力农产品销售的现实困境

3.1. 直播行业发展不规范

近年来，农产品电商直播行业发展迅速，为众多内容创作者、电商平台、社交媒体平台等带来了巨大的商业机会和用户流量。但与此同时，这一行业也暴露出了诸多不规范的问题，这些问题主要体现在农产品电商直播市场不完善、农产品电商直播管理制度缺失、农产品供应链体系相对分散等方面。

第一，农产品电商直播市场不完善。在一些地区，农产品电商直播市场缺乏规范和监管，导致了市场秩序的混乱，影响了行业的良性发展[4]。目前，电商直播市场尚缺乏统一明确的规范与标准体系，致使包括农民、电商直播平台以及广大消费者在内的各类参与者难以在统一的框架内顺畅协作，从而影响了市场的整体效率和合作深度；

第二，农产品电商直播管理制度缺失。直播门槛低导致直播人员素质良莠不齐，平台认证也只需提交基本信息即可[5]。由于直播门槛相对较低，大量主播和商家涌入市场，其中部分主播和商家为了吸引眼球，不惜夸大产品效果，进行虚假宣传，甚至销售假冒伪劣商品，欺骗消费者。这种行为不仅损害了消费者的合法权益，也破坏了直播行业的信任基础；

第三，农产品供应链体系相对分散，生产规模化程度不高，涉及冷链、品控和售后等环节需要较高的成本。农民通过网络直播自主发货的农产品往往缺乏专业分类和分级，产品质量差异大，质量安全问题难以追溯，消费者权益容易受损。这将导致助农直播往往演变成“一次性消费”，难以形成持续的销售模式。

3.2. 基础设施承载力不足

农村电商直播的基础设施承载力不足在一定程度上会影响物流效率与成本、限制直播效果与消费者体验、阻碍农产品品牌建设与市场推广，进而影响农民收入与农村经济发展。现阶段，基础设施承载力不足主要表现在数字基础设施薄弱、物流不畅、道路设施滞后等方面。

第一，农村电商想要稳健发展，必要的数字基础设施不可少[6]。当前，大多数农村地区的数字基础设施建设仍明显滞后、进展缓慢，仅少数经济较为发达的农村地区刚刚开始着手推进这一领域的建设。这一现象导致了农民群体的信息技能普遍较为薄弱，进而加剧了城乡之间的数字鸿沟，对农村电商的蓬勃兴起与持续发展构成了不利影响；

第二，农产品电商直播的核心是实现农产品的在线销售，而物流配送是销售的重要环节。然而，农村地区的物流设施和服务还不完善，存在物流成本高、速度慢、范围窄、服务差等问题。这导致农产品电商直播的物流效率低下，影响了消费者的购物体验 and 农产品的口碑。此外，对于需要保鲜的农产品而言，冷链物流的缺乏是一个严重的问题。许多农产品在运输过程中因缺乏冷链保护而变质损坏，导致流通率低下，影响了农村电商直播的商品质量和信誉；

第三，在部分农村地区，地形复杂多变，山峦叠嶂且陡峭，加之远离主要交通干线，导致公路建设面临重重挑战，现有道路网络及基础设施尚不健全。这种地理环境严重制约了农产品的外销能力，使得许多优质的农产品只能局限于本地市场，以自产自销的方式消化，难以广泛流通至更广阔的市场。

3.3. 直播人才素养不够高

农产品直播要最大化地展现其良好的销售效益指标，离不开优秀的直播人才作为核心驱动力。这些人才对于提升直播质量、吸引观众关注、促进产品销量等至关重要。然而，据相关数据统计，预计到2025年，农产品上行电商人才需求缺口将达350万[7]。目前，农产品电商直播人才素养不够高主要体现在专业知识不足、营销技能欠缺、技术操作能力有限、法律意识淡薄等方面。

第一，专业知识不足。农产品的种类繁多，每种产品都有其独特的生长环境、营养价值、食用方法。然而，部分直播人才对农产品的了解不够深入，无法准确地向消费者传达产品的相关信息，影响了消费者的购买决策；

第二，营销技能欠缺。电商直播不仅需要主播具备一定的产品知识，还需要他们具备出色的营销技能。然而，一些农产品电商直播人才在营销方面存在短板，如语言表达不够生动、互动能力不足、缺乏创意等，难以吸引和留住观众；

第三，技术操作能力有限。电商直播涉及到多个技术环节，如直播设备的使用、直播平台的操作、网络环境的维护等。部分农产品电商直播人才在技术操作方面存在困难，影响了直播的流畅度和观众的观看体验；

第四，法律意识淡薄。在电商直播中，遵守相关法律法规是至关重要的。然而，一些农产品电商直播人才对法律法规的了解不够深入，容易在直播过程中出现违规行为，如虚假宣传、侵犯知识产权等，给自身和平台带来了不必要的麻烦。

3.4. 农产品产业价值链短

从农产品生产到最终消费者手中的过程中，中间环节较少，导致整个产业链的价值增值空间有限，使得当前我国农产品产业价值链呈现出短、窄、薄的特点，影响了其电商直播营销效果，一定程度上阻碍了乡村振兴进程。究其原因，可能与信息不对称、生产分散与规模小、缺乏深加工与品牌化等有关。

第一，信息不对称。一方面，生产者难以准确捕捉真实的市场动态与需求信息，导致生产决策可能偏离市场需求，影响产品的市场适应性和竞争力。另一方面，消费者也难以全面地了解产品的性能、质量及背后的生产过程，这种信息的不透明性削弱了消费者的信任，限制了他们为高质量农产品支付更高溢价的意愿，进而影响了产品的整体价值实现和市场的健康发展；

第二，生产分散与规模小。许多农产品的生产模式以家庭为单位，规模小且分散，这种生产格局难

以有效整合资源，实现规模经济效应，同时也阻碍了统一品牌形象的建立和推广。因此，农产品的品牌效应难以凸显，市场辨识度不高，进而限制了产品附加值的提升和市场竞争力的增强；

第三，缺乏深加工与品牌化。在现阶段的农产品电商直播营销工作中，通常仅有初级农产品，并未销售其他深加工产品[8]。这类农产品因缺乏独特的地域特色而显得单调，同时，这种单一性也限制了其产业链向更广泛领域延伸的能力，使得农民在销售环节面临更大的挑战和风险，不利于农民收入的稳定与增长。

4. 乡村振兴背景下电商直播助力农产品销售的优化路径

4.1. 健全直播行业发展规范

健全直播行业发展规范是确保行业健康、可持续发展，保护消费者权益，维护社会公序良俗的重要举措。在乡村振兴背景下，要不断完善农产品电商直播市场、强化农产品直播管理制度、加强农产品供应链体系，以促进农产品电商直播行业的健康发展。

第一，完善农产品电商直播市场。首先，政府应出台更多支持农产品电商直播发展的政策措施，包括财政补贴、税收优惠、信贷支持等，降低农户和电商企业的运营成本，激发市场活力，推动农产品电商直播营销形成抱团合力[9]；其次，政府应建立健全农产品电商直播的法律法规体系，明确各方权责，规范市场行为，保护消费者权益，进一步强化对农产品质量、主播从业资质及农产品供应渠道的全面监管，为农产品电商市场健康发展提供法律保障；

第二，强化农产品直播管理制度。首先，应深化直播平台与政府之间的合作，携手制定更为全面细致的直播监管制度，并共同构建信誉评价机制，对农产品资质报告进行定期和不定期检查，一旦发现违规行为或质量问题，立即给予警示并勒令相关方进行整改，同时依据违规情况扣除相应的信誉分值；其次，要求农产品直播商家在销售过程中使用追溯码，确保消费者可以查询到农产品的生产、加工、检测等全过程信息，增强消费者信任；

第三，加强农产品供应链体系。首先，发展农业合作社，集中为农户提供种子、化肥、饲料等生产原料和资源，同时对农户在种植或养殖技术上进行指导和培训。这有助于将分散的农户组织起来，产生规模效益；其次，推广信息化技术，运用物联网、大数据、云计算等现代信息技术手段提升农产品供应链的信息化水平，实现供应链各环节的信息共享和协同作业。

4.2. 提高基础设施承载力

完善的基础设施能够为农村电商的蓬勃发展构筑稳固的支撑体系与坚实的后方保障，不仅能够促进农产品的流通效率和市场覆盖范围扩大，还能够提升直播营销效果并推动农村经济的发展。因此，需要不断完善数字基础设施建设、提高物流配送水平、加强道路设施建设。

第一，完善数字基础设施建设。数字基础设施建设是推动数字经济发展、促进经济社会全面转型升级、助力乡村振兴的重要基础。要加大对农村地区的宽带网络建设与普及力度，采用有线无线相结合的方式，提高宽带网络覆盖面和接入速率。在有条件的县城周边、中心乡镇等区域建设光纤网络，解决带宽不足、网速较慢的问题；

第二，提高物流配送水平。首先，应加大对路网建设的投资规模，积极促进农村公路网络的完善与码头设施的升级，提升乡村道路的通行效率与承载能力；其次，针对偏远地区物流覆盖不足的问题，支持社会服务主体进村入户开展配送业务，充分发挥新兴物流方式如无人机、无人车等的应用潜力[10]；最后，针对农产品保鲜需求，还可以发展冷链物流，以确保农产品在运输过程中的品质和安全；

第三，加强道路设施建设。道路是农产品从田间地头到消费者手中的关键通道。加强道路建设，能

够显著提升农产品的运输效率和流通速度，降低运输成本，从而增强农产品的市场竞争力。首先，政府应投入资金，推进农村公路的硬化工程，铺设水泥或沥青路面，使农村公路更加平坦、顺畅。此外，通过规划和建设，将不同村庄、不同区域的公路连接起来，形成一个通畅便捷的公路网络，这有助于农产品在更大范围内流通，提高销售效率。

4.3. 培养高素质直播人才

农产品电商直播为农民提供了更加便捷、高效的销售渠道，高素质直播人才通过专业的直播技巧和营销策略，能够进一步拓宽农产品的销售市场、推动行业健康发展，助力乡村振兴。因此，针对上述直播人才素养不够高这一困境，可以从提升专业知识、增强营销技能、提高技术操作能力、加强法律意识四个方面培养出更多高素质的直播人才。

第一，提升专业知识。首先，在乡镇或县级层面设立专门的直播学院或培训中心，利用现有教育资源，如职业学校、成人教育中心等，进行资源整合，加强对农产品知识的教育，包括农产品的种植、生长过程、品质特点等方面的知识^[11]，使主播能够深入了解所推销产品的特点、用途及市场定位；其次，采用灵活的培训形式，如线上与线下相结合的方式，线上课程可以覆盖更广泛的人群，降低培训成本，而线下则注重实操演练和互动交流。此外，政府可以为参加培训的农民提供一定比例的学费补贴或奖励，减轻他们的经济负担；

第二，增强营销技能。首先，聘请有经验的直播从业者或本地网红作为讲师，让他们用接地气的方式教授农民一些销售话术、沟通技巧、客户需求分析等技能，提高销售转化率。其次，组织成功的农村直播人才进行经验分享，传授实战经验，激发更多人的参与热情；最后，定期举办农村直播比赛，让主播在实践中学习经验和教训，加强主播与观众的互动能力，包括提问、回答、抽奖等环节的设计和实施，提高观众参与度和粘性；

第三，提高技术操作能力。一方面，与当地高校、职业院校合作，建立直播实训基地，提供直播设备使用、直播平台操作、视频剪辑等技术的培训，确保主播能够熟练掌握直播所需的技术工具。此外，鼓励企业与科研机构合作，研发适合农村直播销售的特色产品，提高产品附加值和竞争力；另一方面，通过模拟直播、现场指导等方式，让主播在实践中不断提升技术操作能力；

第四，加强法律意识。组织关于新媒体职业道德、广告法、消费者权益保护法等法律法规的培训，提高主播的法律意识和合规意识。分析直播行业中因违法违规而受到处罚的案例，让主播认识到遵守法律法规的重要性。建立健全的审核机制，对主播的直播内容进行日常监管，确保内容合法合规。

4.4. 延伸农产品产业价值链

农产品电商直播营销不仅仅局限于销售农产品本身，而是可以涵盖农产品的种植、加工、包装、品牌建设等多个环节。这有助于提升农产品的附加值、推动农村产业升级和促进乡村振兴。因此，在推动农产品电商直播营销的过程中，应注重延伸产业价值链的各个环节，以实现农产品销售的持续发展和农村经济的全面振兴。

第一，解决信息不对称问题。首先，要强化地方农业信息中心和基层乡镇农业信息服务站建设，完善农产品信息网服务体系，确保信息的及时、准确传递；其次，引入竞争机制，缓解农产品市场信息不对称。通过信息供给方面的竞争，打破信息优势方的信息垄断，防止逆向选择和道德风险的发生；最后，政府应发挥主导作用，特别是在粮食市场等关键领域，加强信息体系建设，提供免费和廉价的市场信息，帮助农民和消费者做出更明智的决策；

第二，解决生产分散与规模小的问题。首先，要推动农业规模化经营，鼓励土地流转和集中，通过

合作社、家庭农场等新型农业经营主体，实现土地的规模化经营；其次，政府需要提供政策支持和资金扶持，引导农民向规模化、专业化方向发展；最后，还应充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，推动资源要素向农业生产性服务业优化配置；

第三，解决缺乏深加工与品牌化的问题。首先，要鼓励新型农业经营主体发展农产品初加工和精深加工，延长供应时间，提高质量效益，推动由卖初级农产品向卖制成品转变，促进农产品就地加工转化增值；其次，加强品牌宣传和推广，以市场为导向，利用品牌标志将品牌定位渗透到消费者的思想之中[12]；最后，制定完善农产品产地环境评价体系、品质监测体系、质量监管体系和追溯体系，实现农产品从田间到餐桌的全产业链监管。

5. 结语

随着乡村振兴战略的深入实施与全面推进，农产品电商直播作为一种新兴且高效的营销方式，正逐步成为推动农村经济发展、助力乡村振兴的重要力量。它不仅为农产品开辟了更广阔的市场空间，还成为促进农村经济多元化发展、增强乡村活力的关键力量。因此，深入探究如何将这一模式更有效地融入到乡村振兴的整体战略中，并寻找出切实可行的实践路径，对实现农业现代化、农村现代化以及农民现代化具有重要的现实意义。基于此，本文深入剖析了农产品电商直播存在的问题，提出了科学合理的优化路径，以期为实现乡村振兴目标贡献智慧和力量。

参考文献

- [1] 本刊讯. 2024 年中央一号文件全文发布[J]. 中国水产, 2024(3): 2-3.
- [2] 张佳, 王超齐. 数字经济赋能农业产业价值再创造的作用机理与实现[J]. 农业经济, 2024(3): 14-16.
- [3] 金兰名, 殷云丽. 互联网背景下辽宁乡村文化的传播路径探究[J]. 新楚文化, 2023(11): 81-84.
- [4] 万文峰, 易文彬. 农产品电商直播助力乡村产业振兴优势、存在问题与解决路径研究[J]. 山西农经, 2024(9): 7-11.
- [5] 廖紫薇, 李军毅. 乡村振兴背景下直播助农存在的问题及对策研究[J]. 智慧农业导刊, 2024, 4(7): 17-20+26.
- [6] 李秋燕. 数字经济背景下农村电商助力乡村振兴路径研究[J]. 中国市场, 2024(20): 182-185.
- [7] 2025 年人才缺口将达 350 万[N]. 人民邮电, 2020-06-12(007).
- [8] 张舜歌. 数字经济背景下农产品电商直播营销策略研究[J]. 全国流通经济, 2024(10): 24-27.
- [9] 蒙菊花, 李良, 李辉. 农产品电商直播营销发展现状、现实困境与优化策略[J]. 商业经济研究, 2024(11): 126-129.
- [10] 胡旭阳. 乡村振兴背景下扶农助农直播电商发展策略研究[J]. 黑龙江粮食, 2024(5): 106-108.
- [11] 戴静雯. 数字经济背景下农产品电商直播营销的策略[J]. 全国流通经济, 2024(1): 40-43.
- [12] 李颖. 基于营销视角的农产品产业价值链流量提升策略分析[J]. 辽宁农业科学, 2021(4): 35-38.