

直播电商赋能乡村振兴的策略研究

盛佳炜

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年8月26日; 录用日期: 2024年9月9日; 发布日期: 2024年11月26日

摘要

随着互联网技术的迅猛发展, 电商直播作为一种新的销售模式应运而生, 在促进农产品销售、推动乡村振兴战略中起到重要的助推作用。然而, 农村电商直播的发展存在人才资源匮乏、产品质量保障不足、市场监管不力、直播内容单一、团队运营缺乏专业性和基础设施不足等一系列问题, 需要通过着力培养直播人才、加强市场监管、创新直播内容、提高直播运营团队素养、加强基础设施建设等举措, 以确保乡村经济的繁荣发展, 促进乡村经济进一步发展, 助力乡村振兴。

关键词

直播电商, 乡村振兴, 农产品, 策略研究

Study on Strategies of Rural Revitalization Enabled by Live Streaming E-Commerce

Jiawei Sheng

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Aug. 26th, 2024; accepted: Sep. 9th, 2024; published: Nov. 26th, 2024

Abstract

With the rapid development of Internet technology, e-commerce live broadcasting, as a new sales model, has emerged at the historic moment, playing an important role in promoting the sale of agricultural products and promoting the strategy of rural revitalization. However, the development of rural e-commerce live streaming has a series of problems, such as a lack of talent resources, insufficient product quality assurance, weak market supervision, single live streaming content, lack of professionalism in team operation and inadequate infrastructure. It is necessary to focus on cultivating live streaming talents, strengthening market supervision, innovating live streaming content, improving the quality of live streaming operation team and strengthening infrastructure

construction. To ensure the prosperity and development of rural economy, promote the further development of rural economy, and help rural revitalization.

Keywords

Live Streaming E-Commerce, Rural Revitalization, Agricultural Products, 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

习近平总书记在党的二十大报告中作出“全面推进乡村振兴”“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”“加快建设农业强国”等系列论述[1]，这就要求各地区不断推动优化乡村现代化发展，而如今，直播电商在我国经济格局中日益发挥着重要作用，凭借着超高的流量、低廉的成本以及高互动性等优势，为乡村农产品的推广开辟了新的道路。但是在机遇与挑战交织下，直播电商在乡村面临了人才短缺、基础设施薄弱、团队协作机制不健全、商品品质堪忧以及市场监管体系不完备等问题。为实现农村经济的繁荣兴盛，我们需保持高度的警觉性，密切关注并及时解决这些难题，推动我国农村直播电商行业走向可持续发展，助力乡村振兴。

2. 直播电商赋能乡村振兴的价值意蕴

自从 2018 年开始，“直播购物”这一创新型的网络消费方式在社会中风靡。而 2020 年的新冠疫情则极大地推动了直播行业的繁荣，使得“居家经济”现象在全国范围内兴起。根据最新数据分析，2022 年，电商平台累计直播场次超 1.2 亿场，而农村网络零售额超过 2 万亿元，同比增长 3.6%，农产品的网络零售额高达 5313.8 亿元，同比增长 9.2% [2]。习近平总书记在陕西考察时曾指出：“直播电商转为新兴业态，既可以推销农副产品，帮助村民脱贫致富，又可以推动乡村振兴，是大有可为的。” [3]显而易见，直播电商在乡村经济领域内已经成为一股新风向，它在加速乡村振兴步伐、促进农村现代化进程中发挥着不可或缺的作用。

2.1. 推动乡村产业的转型升级

数字经济作为一种新兴经济形态，旨在构建全覆盖的数字化基础设施网络，培育具有现代科技素养的“兴新农民”。农户们可以借助智能传感器等高科技智能产品，将农产品的种植、研发、仓储、物流及销售等全链条环节，以直观生动的形式展现给了消费者，极大地提升了产品的透明度以及消费者的信任度。例如在重庆黔江区，有 7300 余亩的猕猴桃产业园区已成功引入了手机端追溯查询系统，实现了对销售源头的精准追溯，该系统已惠及超过 50 家企业，覆盖了 100 余种农产品的全流程管理。

2.2. 打破地域限制，推动青年返乡创业

我国农村区域正面临着青年劳动力短缺、城市毕业生数量连连增加、城镇就业市场竞争压力大等难题。直播电商作为一种新兴的媒介形态，凭借其年轻化、时尚化及操作便捷等优势，成功吸引了大批应届毕业生回到家乡，自行创业，为新农村的发展注入了勃勃生机。

乡村商品的销售模式主要为农民与供销社合作进行互助合作。如今，电商直播为农民与消费者之间

建立了新的互动平台,有效拓宽了农产品的销售渠道。在政府的精准扶持下,据相关媒体报道,重庆火锅底料、广西砂糖橘、新疆奶制品等地方特色农产品分别实现了 712%、604%和 432%的显著增长。

2.3. 打造产品文化,形成当地特色品牌

直播电商赋能乡村振兴仅仅是解决农产品滞销、运输条件困难这些简单问题,现进一步跃升成为发展数字化营销、打造地方特色农产品品牌、与农民共享科技红利的新型商业模式,更加持久地振兴乡村农业[4]。在农业品牌振兴的过程中,涌现出了一批“网红官员”。例如,山东省惠民县的殷梅英书记,亲自为当地的“香酥梨”直播带货,通过在直播上的热情介绍,网友们争相购买,现如今惠民县已线上销售香酥梨 3200 多吨,带领当地 3 万果农在直播卖货中受益,推动了当地经济的高速发展。

农村直播电商不仅促进了产品价值的多元化,也强化了农产品的品牌效应。重庆涪陵的榨菜,山西沁洲的黄小米、赣南的脐橙,山东烟台的红苹果等各地特色农产品不断发扬自身品牌的知名度。快手在 2022 年启动了“快手农技人计划”,平台通过超 30 亿流量资源的扶持,成功培育出一千余名农业方面的技术人才,为农业知识的普及贡献了力量。

3. 直播电商赋能乡村振兴的发展现状

3.1. 直播电商的发展如日中天

随着数字经济的兴起,网上交易方式逐渐被民众所接受,网络购物也早已深入人心,直播电商就在这样的环境中悄然壮大[5]。电商直播模式有着得天独厚的优势,通过直播,主持人可以全面展示商品的外观,介绍商品的内在特点,最能激起消费者兴趣的是网购能提供比实体店更优惠的价格。其实很多地区的农产品品质优秀,物美价廉,但由于缺乏品牌影响力,导致它们没有得到广泛认可,销量惨淡,严重影响了农民的收入。高效的电商直播打破了时空限制,将农产品的详尽信息以最快的速度推广至全国的每个角落,有效解决了农产品的滞销难题。

3.2. 农村经济消费潜力激增

直播电商这一新型销售模式为农民开辟了全新的发展道路,他们借助短视频内容创作、电商代运营及产品代理销售等手段,生动展现了农村新风貌,同时融合当地文化旅游产业,有效拓展了农产品的市场,塑造了特色农产品品牌。依据《中华人民共和国 2022 年国民经济和社会发展统计公报》中关于 2022 年国民经济发展的统计数据,全国居民人均可支配收入已高达 36,883 元,而农村居民的相应数值为 20,133 元,占全国平均水平的 67.78%。由此可见,直播赋能农业、电商助力乡村振兴的策略实施,不仅显著增加了农民收入,优化了其生活品质与消费潜力,还积极促进了乡村经济的繁荣与消费升级,进而加速构建双循环新发展格局,有助于实现以人为本的发展理念,逐步迈向共同富裕的宏伟目标。

3.3. 国家大力支持农村经济的发展

政府采取了一系列有力措施来解决目前城乡发展不均的问题,助力农村直播电商就是其中一个有力举措[6]。国家扶持的政策主要持续保障软硬件设施的建设。通过奋力建设乡镇地区的物流网络,加大人力提供物流配送,保障产品的顺利运输,来提高农产品在互联网的竞争力。此外,国家积极推进产业升级,聚焦产业创新,提升农产品附加值,进而推进绿色有机农业的蓬勃兴起,激励农民主动参与市场良性竞争。在此过程中,国家也大力规范市场,对产品进行合格检测与运营管理,杜绝恶性竞争事件。通过颁布一系列详尽标准,有效遏制了低质产品冒充优质、宣传与实物不符等不良现象,切实维护了消费者的正当权益,提升了农产品的市场竞争力,为农村地区电商直播产业的健康发展奠定了基础。

4. 电商直播赋能乡村振兴存在的问题

4.1. 缺乏训练有素的直播人才

一场直播的成功离不开专业的主播。然而,在我国的广大农村以及偏远山区,优质的主播很是稀少,这在一定程度上阻碍了直播电商在乡村的深入发展。因为绝大多数农村地区的主播文化水平不高,存在口齿不清、普通话水平不达标等问题,在直播过程中很难准确传达产品的特色与优势,严重影响了消费者的购买意愿,导致直播间流量降低,人气低迷。此现象在农村直播领域非常普遍,是农村电商直播生态中的一大难题。另外,农村经济相对落后的现状,限制了其在人才培养方面的资金投入能力,加上农村地区人才流失问题严峻,加剧了专业直播人才的短缺[7]。资金不足与人才流失的双重挑战,使得农村直播电商停滞不前,成为制约农村电商直播发展的主要原因。

4.2. 市场监管力度不足,无法保证产品质量

严格的市场监管是经济发展的重要组成部分。然而,由于网络监管技术的发展滞后,容易造成了网络交易的一些漏洞,影响了消费者的权益,不利于农村经济的发展[8]。甚至有些农民为了获取更大的利益,在直播间展示优质产品,但出售时却将劣质产品充当优质产品进行运输,欺骗消费者。产品质量是经济长远发展的基础,若任由产品质量问题频发,不仅仅是在削弱消费者对直播电商的信任度,阻碍其在农村地区的进一步发展,更会对整个农村经济的长远发展造成负面影响。

4.3. 缺乏内容创新,无法吸引更多观众

由于直播电商行业的火热,直播数量的激增不可避免地带来了许多问题。例如农村电商直播间作为该领域的新兴力量,面临的竞争尤为激烈。由于缺乏资源和创新能力,许多农村直播间往往出现内容雷同的问题,这直接影响了其吸引观众的能力,进而达不到预期的营销效果[9]。当前,电商直播模仿之风盛行,一旦某种新颖的直播方式受到消费者喜爱,便会迅速引发大量的模仿,导致直播内容趋于雷同。这种怪象不仅削弱了消费者的购买欲望,还限制了整个行业的多元化发展。更为严重的是,部分商家为了提高自身竞争力,采用夸大其词的宣传手段,如标榜“全网最甜”、“极致性价比”、“全网独一份”等绝对化用语,以此误导消费者[10],此类行为严重损害了消费者的合法权益。长此以往,对于正处于发展初期的农村电商直播来说,无疑是巨大的打击。

4.4. 缺乏专业团队运营

电商直播的蓬勃发展依赖于专业团队的运营。一个专业的运营团队应当囊括主播、副主播、网络技术维护人员、中控管理、后期制作师等多类角色。然而,大部分农村电商直播都存在运营团队专业化不足的问题,更有部分直播间仅仅依赖单一主播独立承担销售与直播的双重职责,这样只会加剧主播的工作负担,无法达到直播的预期效果。这种现象从长远来看,只会阻碍了乡村电商产业的转型升级,制约乡村产业的兴起。只有构建专业的运营团队体系,方能更有效地激发乡村电商直播的活力,助力乡村经济的发展。

4.5. 基础设施薄弱,影响产品销售

首先,缺乏完备的网络设备。一场成功的直播非常依赖于先进网络信息技术的支持,但在一些偏远山村,网络技术极为落后,更有部分山区直接信号全无,电商直播所需的硬性条件无法得到有效保障[11]。这不仅影响主播与消费者在直播间进行实时弹窗互动,还会导致上新产品时供应链不及时,影响直播效率,长此以往消费者丧失耐心就会错失订单。其次,产品的运输也是一大难题。在一些地区,由于路

途遥远、道路质量差、人力物力不足等原因，产品质量可能会下降。由此可见，基础设施匮乏这一瓶颈将严重阻碍了农村地区直播电商进一步扩张。相关部门亟需加大在基础设施建设上的投入力度，才能为电商直播的蓬勃发展创造更加有利的环境。

5. 直播电商赋能乡村振兴的策略建议

5.1. 加大培养农村电商直播专业人才

(1) 农村地区正面临人才外流困境。青年群体作为国家复兴的关键，其贡献对于实现乡村振兴至关重要。因此，政府应当加大政策支持，包括增加资金补助、实施税收优惠政策、健全返乡创业的配套措施[12]，并设计一系列福利待遇与基础保障措施，以保障青年人的权益，消除其后顾之忧。这一系列举措旨在构建一个良好的就业环境，从而激励更多青年人才投身乡村，参与家乡的经济发展，为乡村振兴注入新的活力。

(2) 为解决人才短缺问题，农村地区可积极探索，与周边发达地区进行人才资源共享[13]。政府应促进区域间合作，搭建共享平台，邀请周边地区的电商直播专家前往农村举办直播知识讲座，这样不仅能加深农村民众对电商直播的认识，还能激发他们加入直播活动的积极性与热情，以促进农村地区直播电商的发展。

(3) 除此之外，乡村政府部门还应注重提升直播人员的专业素养。例如聘请专业的形体教练与普通话教师，为直播人员提供专业的形体训练与普通话课程，从而全方位提升主播的职业素养，为观众提供更加优质的内容。这一培养模式有助于打造一支专业高效率的电商直播团队，显著提高直播的影响力和带货能力，为农村经济的转型升级与繁荣发展贡献力量。

5.2. 加强市场监管，优化产品质量

(1) 政府部门理应设立产品质量专项管理机构，专门负责农村电商运营的监管工作。通过派遣检察人员定期深入乡村地区，实施产品质量的抽检工作，即可有效消除药物残留超标、品质不达标等安全问题，阻止低劣产品流入市场，损害消费者健康。

(2) 由于产品运输环节繁冗复杂，相关部门需要强化监管力度。特别是那些容易腐败，依赖冷链运输的农产品，应该建立严密的温度控制体系，确保农产品的运输环境符合国家标准，避免因运输条件不当而损害产品品质，不仅损害消费者权益，对农户来说也是极大的损失。加强运输过程中的管理既维护了产品新鲜度，也保障了消费者权益。

(3) 政府还应该构建高效的售后服务监管体系，包括设立简单方便的投诉反馈平台，确保所有年龄段的消费者都能对产品的品质做出评价。同时，对购买过程中的任何违规行为采取严厉的处罚措施，不论是商家还是消费者，都不能为私利扰乱市场，树立行业典范，提升整个买卖过程的服务质量与诚信水平。

5.3. 创新直播内容，增强消费者粘性

(1) 在直播开始之前的准备尤其重要，主播需要熟知各种营销技巧进行预热宣传，广泛吸引对应的观众群体。例如精心制作短视频内容，尤其是融入时下热门的创意短剧与幽默段子，能够有效激发潜在观众的兴趣点，提前打造浓厚的期待氛围。这种预热环节不仅可以提升公众关注度，更为后续直播活动的顺利开展奠定基础。

(2) 在直播进行时，内容的实时创新成为主播需着力克服的核心难题，只有时刻保持内容的新颖，才能源源不断地吸引新观众。由于当前直播市场抄袭严重，主播可以将热门话题、相声艺术及趣味段子等娱乐元素融入于直播场景中，为观众带来乐趣，不仅增强了观看体验，还能进一步激发消费者的购买意

愿,将直播内容变现。通过此类创新策略的实施,农村电商直播有机会焕发新生,不仅拓宽了受众范围,更为推动农村经济的繁荣发展注入了新的动力。

5.4. 推动促进直播运营团队专业化

(1) 组建专业的直播团队是关键一步。为降低成本,各村可聘请适合的直播运营团队,因地制宜,弄清楚该地区村民的广泛爱好,为当地居民提供便利的服务,这样有利于满足村民观看直播的各类需求。专业团队的使用可以使农村地区的电商直播更加有组织化与系统化。

(2) 各村应该积极利用政府推出的各项扶持政策,有效利用乡村内部的人力资源开展职业技能培训。通过在乡村选拔优秀有潜力的直播人才,对他们进行创意构思、视频创作、后期制作等一系列专业技能培训,以此来全面提升团队成员的综合能力,为后续的农村电商直播的蓬勃发展奠定坚实的人才储备基础。

5.5. 完善基础设施建设,为直播电商打好基础

在构建电商直播产业体系过程中,完善基础设施建设是其关键。有关部门必须深刻认识到这一点,并致力于基础设施建设,以保障农村经济持续繁荣[14]。

(1) 网络基础设施的完善是不可或缺的。虽然数字经济已经成为推动社会进步的核心动力,但其发展仍然依赖于高超的网络信息技术[15]。因此,政府亟需在网络信号落后的地区适当增加建设移动通信基站,增强网络信号强度,为农村地区的电商直播构建一个稳固可靠的运行平台。这不仅能够有效促进农村经济的快速增长,还能进一步拓宽农产品市场渠道,大大提升农产品销量。

(2) 随着产品销量的稳步增长,产品的物流运输也面临了更为强劲的压力。当地政府应当加大财政支持,着力改善农村道路质量不佳的状况,以提升物流运输效率,从而更有效地发挥直播电商在乡村振兴中的积极作用。

通过不断完善基础设施建设,不仅能够为农村直播电商的卓越发展奠定基础,营造更加优越的发展氛围,还能为乡村经济的蓬勃发展添砖加瓦,进一步加速乡村振兴。

6. 结语

随着数字经济的出现,直播电商迎来了前所未有的发展。然而,当前农村直播电商领域仍然面临多重挑战亟待解决。鉴于此,本文旨在通过深化人才培养机制、强化市场监管、创新直播内容新思路、构建专业化运营团队以及完善农村基础设施等策略,加速推动农村地区直播电商行业的茁壮成长,为乡村振兴战略的实施注入新的色彩。

参考文献

- [1] 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[M]. 北京:人民出版社, 2022.
- [2] 今年前三季度,全国农村网络零售额达1.7万亿元,增长12.2%[J]. 大众投资指南, 2023(21): 2-3.
- [3] 田晓丽. 习近平点赞水木耳“史上最强带货”红遍全网[N]. 人民日报, 2020-04-27(02).
- [4] 王怡. 电商直播、心理契约与消费者粘性[J]. 商业经济研究, 2023(6): 123-126.
- [5] 何阳. 新农业背景下农产品网络直播营销模式对乡村振兴的影响[J]. 农业经济, 2024(2): 131-133.
- [6] 袁崎芳. 以直播“流量”撬动富农“增量”[N]. 巴中日报, 2024-08-06(006).
- [7] 东秀萍, 陈涵, 陶仁亮. 乡村振兴战略视域下农村电商人才发展对策探究[J]. 长春理工大学学报(社会科学版), 2022, 35(6): 74-77+108.
- [8] 刘欢. 数字经济视域下直播电商赋能乡村振兴策略研究[J]. 智慧农业导刊, 2023, 3(8): 113-116.
- [9] 万佳迪, 夏小艳. 江西农产品直播电商营销策略探讨[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(10): 206-208.

-
- [10] 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.
 - [11] 王桃. 探究农村电商与乡村振兴的相互作用[J]. 商场现代化, 2023(23): 13-15.
 - [12] 曾敏茹. 乡村振兴背景下特色农产品网络直播营销策略分析[J]. 科技经济市场, 2022(2): 158-160.
 - [13] 员雯洁, 黄镕川. 乡村振兴背景下农村电商人才培育路径探究[J]. 中国集体经济, 2023(24): 28-31.
 - [14] 赵雪峰, 孙东涛. 农村电商直播助力乡村振兴“产业 + 人才”发展策略研究[J]. 商场现代化, 2021(18): 43-45.
 - [15] 汪文忠. 电子商务时代农产品网络营销创新模式分析[J]. 上海农村经济, 2020(6): 32-34.