

农民农产品电商直播创业存在的问题及对策

寿柯君

浙江理工大学法政学院、史量才新闻与传播学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年9月20日; 录用日期: 2024年10月16日; 发布日期: 2024年11月29日

摘要

数字经济时代, 电商直播正成为农产品销售的新兴渠道。农民借助这一创新模式, 不仅拓宽了销路, 还提升了农产品附加值。然而, 在探索过程中, 农民专业化水平不高、农产品标准化生产滞后、产销对接机制不健全等问题日益凸显。针对这些挑战, 研究提出加强农民培训、推进农产品标准化生产、完善产销对接机制等对策建议。深入分析表明, 通过政策支持、技术创新和多方协作, 农民电商直播创业有望成为推动乡村产业振兴、实现共同富裕的有效途径, 为农村经济发展注入新动能。

关键词

农民创业, 农产品, 电商直播, 乡村振兴, 对策

The Existing Problems and Countermeasures of Farmers' Agricultural Products E-Commerce Live Broadcasting Entrepreneurship

Kejun Shou

School of Law and Politics & Shi Liangcai School of Journalism and Communication, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Sep. 20th, 2024; accepted: Oct. 16th, 2024; published: Nov. 29th, 2024

Abstract

In the era of digital economy, e-commerce live broadcasting is becoming an emerging channel for the sale of agricultural products. With this innovative model, farmers not only expand sales, but also improve the added value of agricultural products. However, in the process of exploration, problems such as the low level of farmers' specialization, the lagging standardized production of agricultural

products, and the imperfect production and marketing docking mechanism have become increasingly prominent. In response to these challenges, countermeasures and suggestions were put forward to strengthen farmer training, promote standardized production of agricultural products, and improve the production-marketing docking mechanism. In-depth analysis shows that through policy support, technological innovation and multi-party collaboration, farmers' e-commerce entrepreneurship is expected to become an effective way to promote the revitalization of rural industries and achieve common prosperity, and inject new momentum into rural economic development.

Keywords

Farmer Entrepreneurship, Agricultural Products, E-Commerce Live Broadcast, Rural Revitalization, Countermeasure

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

近年来,随着互联网技术的快速发展和智能手机的普及,电商直播已成为农产品销售的重要渠道。据商务部数据显示,2023年全国农产品网络零售额达5870.3亿元,同比增长12.5%。这一增长趋势凸显了电商直播在农业经济中的重要地位。然而,农民电商直播创业作为一种新兴模式,仍面临诸多挑战。本研究旨在深入分析农民电商直播的问题及对策,为推动农村电子商务健康发展、促进农民增收和乡村振兴提供理论依据和实践指导。

2. 农产品直播电商的崛起与行业特色分析

2.1. 数字经济驱动下的农产品营销新模式

数字经济的蓬勃发展催生了农产品营销的创新范式,电商直播作为其中的佼佼者,正在重塑农业价值实现方式。这一新模式突破了传统农产品销售的地域限制和信息不对称,通过实时互动和沉浸式体验,构建起了生产者与消费者之间的直接桥梁[1]。农民借助移动互联网和智能终端,将田间地头变身直播间,实现了从“靠天吃饭”到“靠屏吃饭”的转变。这种创新不仅提高了农产品的市场渗透率,还激发了农村电商生态的活力,为乡村振兴注入了新的动能。

2.2. 农民电商直播创业的主体构成与形式多样性

农民电商直播创业呈现出多元化的主体构成和形式特征。参与主体不仅包括传统农户,还涵盖了返乡青年、农业合作社和新型农业经营主体等。这种多元化趋势促进了知识、技能和资源的整合,提升了创业的整体竞争力。创业形式也呈现出多样化趋势,从个人单打独斗到团队协作,从单一品类到全产业链运营,再到“直播+体验”等创新模式的出现,反映了农民创业者对市场需求的敏锐把握和灵活应对[2]。这种多样性不仅丰富了农产品电商直播的内容,也为不同背景、能力的农民提供了适合的创业路径。

3. 农民农产品电商直播创业存在的问题

农民农产品电商直播创业作为一种新兴模式,虽然发展迅速,但仍面临诸多挑战。主要存在以下六个方面的问题:

(1) 农民电商直播专业化水平不高:农民电商直播专业化水平不足主要源于文化素质与创业能力的

局限性,以及系统培训的缺乏。多数农民对互联网技术和现代营销理念的理解尚浅,难以有效利用直播平台推广产品和塑造品牌[3]。现有培训体系往往忽视了农民的实际需求和接受能力,导致效果欠佳。这不仅影响了直播质量和销售成果,还制约了农民在电商领域的长期发展潜力,阻碍了创新能力的提升。

(2) 农产品标准化生产与品控管理滞后:农产品标准化生产与品控管理的滞后体现在质量参差不齐和包装设计落后两个方面。缺乏统一生产标准和严格质量管控导致同类农产品存在较大品质差异,削弱了消费者信心[4]。包装设计未能充分展现产品特色和文化内涵,难以在市场竞争中脱颖而出。这些问题不仅降低了农产品的市场竞争力,也制约了农民电商直播创业的可持续发展,亟须引起重视。

(3) 产销对接机制不健全:产销对接机制的不健全表现为“农户+合作社+电商”模式推广不足和信息不对称问题。现有产销模式缺乏有效组织协调,难以实现规模化生产和集中销售。信息渠道不畅导致农户难以把握市场需求,电商平台也无法准确了解农产品供给情况[5]。这种失衡增加了农产品滞销和价格波动风险,严重影响了农民电商直播创业的效益和稳定性。

(4) 农村物流配送体系不完善:农村物流配送体系的不完善主要体现在“最后一公里”配送困难和冷链设施不足两个方面。农村地区分布分散、基础设施薄弱,快递服务难以深入,导致配送成本高昂、效率低下[6]。冷链物流设施匮乏使得生鲜农产品运输过程中容易损耗,影响产品质量和消费体验。这不仅增加了流通成本,还限制了农民电商直播创业的市场覆盖范围和产品种类。

(5) 农民专业合作社带动能力不足:农民专业合作社带动能力不足主要表现为规模小、运营不规范,以及与电商直播融合度低。资金、人才和管理经验的缺乏使许多合作社难以形成规模效应和品牌影响力[7]。与电商直播的融合不够深入,未能充分发挥组织优势和资源整合作用。这导致合作社在农民电商直播创业中的支撑作用有限,难以为农民提供有力保障,制约了创业的可持续发展。

(6) 农民电商直播创业支持政策有待完善:农民电商直播创业支持政策的不足体现在资金技术扶持力度不够和法律法规建设滞后两方面。现有政策难以满足农民创业的实际需求,在资金支持、技术培训、基础设施建设等方面仍显不足[8]。电商直播领域法律法规体系尚不健全,在知识产权保护、消费者权益保障、农产品质量监管等方面存在空白,增加了创业风险和不确定性。

4. 促进农民农产品电商直播创业的对策建议

4.1. 加强农民电商直播培训,提升创业能力

构建多维度、全方位的农民电商直播培训体系是提升创业能力的关键。采用“线上+线下”混合式教学模式,结合虚拟仿真技术,打造沉浸式学习环境[9]。课程设置应涵盖电商平台运营、直播技巧、农产品营销策略、品牌塑造等核心内容,并融入数据分析、消费者心理学等前沿知识。引入“导师制”帮扶机制,邀请成功农民网红和行业专家进行一对一指导,实现知识传递与经验共享[10]。建立培训效果评估和反馈机制,通过大数据分析持续优化课程内容和教学方法。探索建立农民电商直播技能认证体系,为学员提供职业发展路径。组织电商直播创新创业大赛,激发农民创新思维,培养团队协作能力。鼓励培训学员组建互助小组,形成学习共同体,促进知识交流与技能提升。

4.2. 推进农产品标准化生产,提高商品质量

建立全程质量管控体系是推进农产品标准化生产的核心。构建涵盖种植、采收、加工、储运全过程的质量标准体系,引入物联网和区块链技术,实现全程可追溯。推广精准农业技术,利用遥感、大数据分析优化种植方案,提高产品品质一致性。在产地建立智能化质量检测站,运用人工智能图像识别技术,实现农产品品质快速筛选。开发农产品品质评估APP,为农户提供实时指导。鼓励农户参与制定地方特色农产品标准,提高标准的适用性和执行力[11]。建立农产品质量信用评价体系,将评价结果与金融支持、

市场准入挂钩，激励生产经营者主动提高产品质量。组织开展农产品品质提升行动，通过科技创新选育优质品种，改良种植技术。探索“区块链 + 农产品”模式，增强消费者信任。

4.3. 完善“农户 + 合作社 + 电商”产销对接机制

创新“农户 + 合作社 + 电商”产销对接机制是提高农产品流通效率的关键。培育发展新型农业经营主体，提高农业组织化程度和规模化经营水平。鼓励电商平台与合作社建立战略合作关系，通过签订长期供货协议和提供技术支持，保障农产品稳定供给。构建农产品大数据平台，整合气象、市场、物流等多维度信息，实现供需精准匹配。引入人工智能算法，优化农产品生产与销售预测模型，减少供需错配[12]。推动农产品期货市场发展，引导农户合理规避市场风险。建立基于区块链技术的质量追溯体系，增强消费者信心。发展定制化生产模式，实现产销精准对接。探索“直播 + 认养”“直播 + 众筹”等创新形式，拓展农产品营销渠道。组织线上线下相结合的农产品产销对接会，搭建多元化交流平台。

4.4. 加快农村物流基础设施建设，畅通双向流通

构建智能化、网络化的农村物流体系是畅通双向流通的关键。完善农村公路网络，提高交通可达性。建设智能化物流配送中心，运用大数据优化仓储布局和配送路径。推广智能快递柜、无人配送车等新型配送方式，解决“最后一公里”问题。加强冷链物流设施建设，引入相变材料技术，提升生鲜农产品保鲜能力和运输效率。培育本土化物流服务企业，发展农村电商快递品牌。建立物流信息平台，实现车货匹配和资源共享。推动农村物流与电子商务融合发展，构建“互联网 + 农村物流”新模式[13]。鼓励发展共同配送、众包配送等新型物流模式，提高配送效率。开展农村物流示范县创建活动，树立标杆。探索“无人机 + 物流”在农村地区的应用，突破地理限制。

4.5. 发挥农民专业合作在电商直播中的纽带作用

强化农民专业合作在电商直播中的纽带功能是提升农产品营销效能的关键。鼓励合作社组建专业直播团队，整合农户资源，提升直播质量和效率。支持建设智能化农产品加工、包装、仓储等配套设施，提高产品附加值。引导品牌化经营，运用大数据分析消费者偏好，打造符合市场需求的地方特色农产品品牌。与电商平台、物流企业建立战略合作，构建稳定供应链。开展基于区块链技术的农产品溯源体系建设，增强消费者信心。推动合作社横向联合，实现资源共享和优势互补。培育合作社电商直播带头人，发挥示范引领作用。支持合作社建立农产品直播基地，提供专业化服务[14]。鼓励合作社探索“直播 + 体验”“直播 + 认养”等创新模式，拓展营销渠道。建立合作社电商直播绩效评估机制，激励持续创新。

4.6. 健全农民电商直播创业扶持政策，优化创业环境

构建多元化、精准化的农民电商直播创业扶持政策体系是优化创业环境的关键。设立专项资金，提供低息贷款和风险补偿，缓解资金压力。实施差异化税收优惠政策，根据创业者规模和发展阶段给予适当减免。建立集培训、孵化、融资于一体的创业孵化基地，提供一站式服务。完善农产品质量安全法规，明确责任界限，保障消费者权益。加强知识产权保护，鼓励农产品品牌创新和文化 IP 开发[15]。构建基于区块链技术的信用评价体系，为优质创业者提供更多政策支持。制定创业指导目录，引导合理布局和差异化发展。建立创业服务平台，整合多方资源，提供全方位支持。开展创业大赛，营造良好创业氛围。探索“互联网 + 政务服务”模式，简化行政审批流程，提高服务效率。

5. 结语

农民电商直播创业是顺应数字经济发展大势、破解农产品“卖难”困境的创新举措。当前，农民电

商直播已初具规模，为乡村振兴积蓄新动能，但仍存在诸多掣肘因素。下一步，应着力构建普惠性农民创业政策体系，加快健全乡村商贸流通基础设施，创新完善农民培训模式，畅通农产品产销渠道，强化农民专业合作社示范引领，促进农民创业与乡村旅游、乡村治理等有机融合。唯有在良好创业生态中释放农民创业活力，激发农民创业潜力，农民电商直播创业才能焕发勃勃生机，以创业之力推动乡村全面振兴。

参考文献

- [1] 陈力铭. 数字经济时代农产品直播电商的“信息茧房”困境及其伦理反思[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2024, 45(7): 141-148.
- [2] 姚雨婷, 张仕军, 朱吉庆, 等. 特色农产品电商直播情境下消费者购买意愿影响因素与作用机理[J]. 商业经济研究, 2024(12): 81-84.
- [3] 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.
- [4] 张君慧, 马恒运, 毕文泰, 等. 我国生鲜农产品电商直播发展水平时空演变及影响因素研究——以抖音为例[J]. 农业现代化研究, 2024, 45(3): 488-499.
- [5] 高克玮, 乔光华. 农户电商参与行为的收入效应研究——兼论不同电商模式的增收差异[J]. 商业经济研究, 2024(6): 104-108.
- [6] 颜燕华. 农产品电商化过程中的红利分配与技能重组——以安溪茶叶产销模式转型为例[J]. 中国农业大学学报(社会科学版), 2023, 40(6): 170-184.
- [7] 高归飞, 邓义. 农户采纳农产品电商决策的邻里效应研究[J]. 价格理论与实践, 2023(6): 103-108.
- [8] 张幸. 地理标志农产品“直播 + 电商”营销模式研究[J]. 中学地理教学参考, 2023(24): 82.
- [9] 戴昕, 潘青. 新电商背景下农产品“直播+”营销模式构建[J]. 农业经济, 2023(8): 126-128.
- [10] 林霜. 大数据时代农产品电商营销助力乡村振兴[J]. 植物学报, 2023, 58(4): 672.
- [11] 宋旭超. 电商直播对农产品营销的影响机制分析——基于粉丝经济的中介作用[J]. 商业经济研究, 2023(7): 80-83.
- [12] 檀学林. 农产品电商新营销模式分析[J]. 中国果树, 2023(3): 144.
- [13] 徐春秋, 邢连发. 电商背景下农产品直播模式及退货策略选择[J]. 管理现代化, 2022, 42(6): 85-92.
- [14] 赵捷, 谭琳元. 数字经济下直播电商嵌入农产品供应链的运作模式及发展对策[J]. 商业经济研究, 2022(22): 107-110.
- [15] 赵彩霞, 韩静, 徐慧丹. 新媒体时代“电商直播 + 农产品”营销策略优化[J]. 商业经济研究, 2022(17): 103-105.