

地方政府对“村+”类体育IP助推直播电商发展的扶持研究

——以榕江县“村超”和台江县“村BA”为例

黄万婷

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月13日; 录用日期: 2024年11月22日; 发布日期: 2024年11月29日

摘要

在新媒体网络时代, 数字技术发展了电子商务, 而电子商务热潮推动了直播电商的快速发展, 催生了以“三新”经济为代表的数字经济。地方政府在农村发展直播电商中作为规划制定者、基础设施和服务的供给者, 维护市场公平的监督者以及新时代服务型理念的推崇者, 哪些扶持促进了直播电商的发展, 本文在进行文献回顾、政策文本研究的基础上以贵州榕江县“村超”和台江县“村BA”为比较研究案例, 以政府经济职能理论和服务型政府理论为基础探讨火热流量的背后, “村+”类体育IP引流助推直播电商发展中地方政府的扶持研究。

关键词

政府扶持, 直播电商, “村+”类体育IP, 三新农, 乡村振兴

Research on Local Government's Functions for “Village+” Sports IP to Boost the Development of Live Streaming E-Commerce

—Taking “Cun Chao” in Rongjiang County and “the Village BA” in Taijiang County as Examples

Wanting Huang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 13th, 2024; accepted: Nov. 22nd, 2024; published: Nov. 29th, 2024

Abstract

In the era of new media networks, digital technology has developed e-commerce, and the e-commerce boom has driven the rapid development of live streaming e-commerce, giving birth to the digital economy represented by the “three new” economy. In rural development of live streaming e-commerce, local governments, as planners, providers of infrastructure and services, supervisors of market fairness and advocates of service-oriented concepts in the new era, have supported and promoted the development of live streaming e-commerce. On the basis of literature review and policy text research, this paper takes “the Cun Chao” and “the Village BA” in Rongjiang County, Guizhou as comparative study cases, and based on the theory of government economic function and service-oriented government theory, discusses the support of local governments behind the hot traffic and the “village+” sports IP drainage to boost the development of live streaming e-commerce.

Keywords

Government Functions, Livestream E-Commerce, “Village+” Sports IP, Three New Dimensional Rural Issues, Rural Revitalization

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

电子商务热潮得益于互联网、大数据等数字技术的快速发展和深入推进，在全球范围内得到各国的具体实践，也根据本土发展情况总结出独属于本国的电子商务发展模式。而中国互联网技术的发展与农村经济结合产生了中国农村电商产业，电商产业发展了数字经济，而“三新”经济是数字经济的代表，它是新产业、新业态、新模式的总称，并且这种经济在经过国内 2020 年疫情和国际局势百年未有之大变局的多重挑战下，依然能够保持逆生长并在 2022 年国内宣布疫情结束仍能稳定持续地增长，具有强大发展韧性[1]。

从 2017 年欣欣向荣的新业态适应市场需求，满足消费者多样化个性化需求，促进经济发展在“两会”期间得到充分认可。再到 2018 年多部门提出要“促进电子商务等新业态发展以促进就业，推动经济发展”，之后国家统计局顺势公布“三新”统计，可以看到我国“三新”经济的强韧发展态势[2]。之后 2019 年政府工作报告提出大力发展新业态新模式，培育壮大新动能。再之后经过疫情以及结束疫情恢复各行各业正常发展期间，政府工作报告多次提出电商网购等新业态发挥了不可估量的作用，要出台相关支持政策，推进“三新”经济发展[3] [4]。2022 年以来，贵州台江县“村 BA”“村超”相继火爆出圈，广受国内外关注，走红全网，“村超”更是挤进 2023 年网络十大热词，带来了百亿流量，打造了“村+”体育 IP 结合文旅发展模式促进当地经济增长，看似火爆出圈的背后，实质是把“流量”变为“增量”，尤其通过引流带动了当地的直播电商发展，在拉动消费、增加就业、赋能传统经济、助力乡村振兴等方面具有重大实践意义。从理论方面来说，在对直播电商的研究中就政府扶持一般从政府作用的角度展开，大多都是针对直播电商发展存在的问题，强调政府的监管职能[5]，本文从政府经济职能理论和服务型政府理论出发，运用文献研究法、案例研究法和比较研究法看榕江县“村超”和台江县“村 BA”在引流发展直播电商中，地方政府除

了本身监督管理者的角色之外,如何做好当地电商产业发展的引导者发挥自己经济职能,而地方政府的扶持要件又会对当地直播电商产业什么样的发展,本文也就是通过关注具体行为和扶持要素进行集中探讨,试图探究影响直播电商发展的重要扶持要素。在此基础上搭建本文的分析框架(如图 1 所示)。

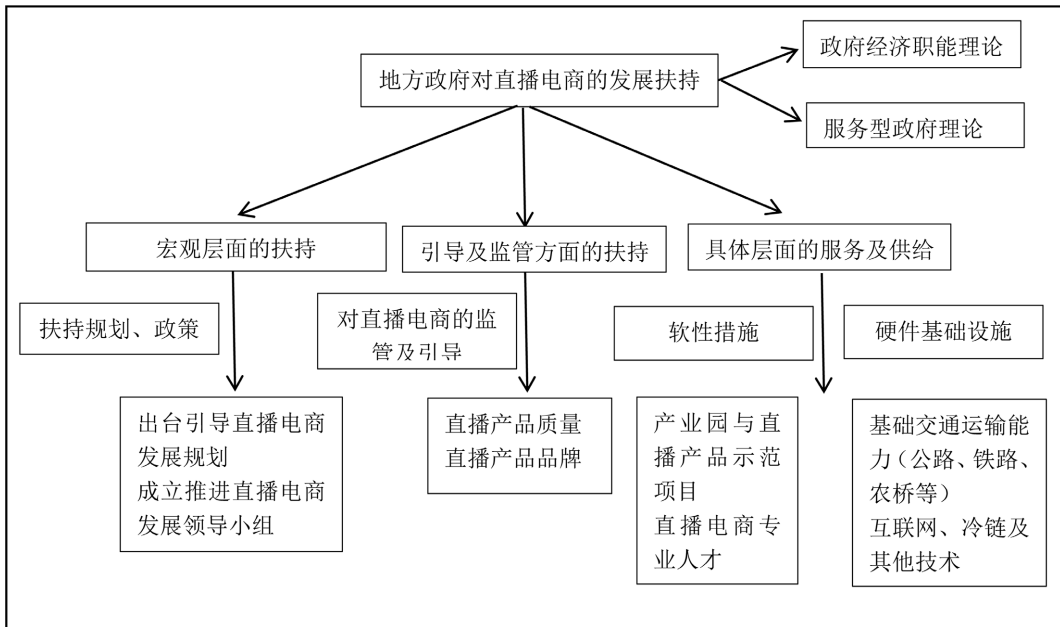


Figure 1. Analysis framework of local government functions for live streaming e-commerce
图 1. 地方政府扶持直播电商的分析框架

2. 榕江县“村超”和台江县“村BA”直播电商发展现状

2.1. 榕江县“村超”直播电商发展现状

榕江县位于贵州省东南部,地处湘黔桂三省(自治区)结合部中心地带,面积 3316 平方公里,总人口 38.5 万人。首先自然资源和文化资源丰富,其生态环境优良,是国家重点生态功能区,不仅有“国家级森林康养基地”平阳小丹江,被誉为“自然空调”“天然氧吧”,且榕江民族多彩、旅游资源丰富,荣获“2023 中国西部文旅新榜样”,还有侗族大歌世界非物质文化遗产、侗族琵琶歌等 11 项国家级非物质文化遗产,同时也被誉为“中国民间文化艺术之乡”“百节之乡”“文化千岛”。其次榕江瓜果飘香、物产资源丰富,是优质西瓜之乡、中国原生态锡利贡米之乡。大力发展农业产业,以精品果蔬·两茶一药”为主导产业,熟知的有榕江小香鸡、榕江葛根、榕江罗汉果、塔石香羊、黄金百香果、脐橙等特色本地农产品品牌,另外当地卷粉、牛羊瘪汤、烧鱼、腌鱼、腌肉等特色美食让人流连忘返,被誉为“人间烟火气·云贵小江南”。最后榕江区位优势、发展潜力大,贵广高铁、厦蓉高速、荔榕高速、剑榕高速、雷榕高速穿境而过,到贵阳、桂林 1 小时,深度融入粤港澳大湾区高铁 3 小时经济圈。榕融高速、都柳江航道正在建设,黎榕高速和涪柳铁路、兴赣铁路正纳入规划。

近年来,火爆全网络的“村超”就发源于贵州省榕江县,一经火爆出圈得到相关主流媒体包括央视新闻、人民日报、新华社、人民网等报道稿件超 550 条。主流媒体平台等 100+平台跟进直播,BBC 等国外媒体超千次跟进正面报道,村超相关视频在网络上浏览量超 700 亿次,全网观看直播人数超 6 亿人次,单日最多 1 亿多人观看直播,村超上榜 2023 年中国十大流行语[6]。当地政府狠狠抓住这波流量,让体育流量变经济增量。政府扶持榕江发展直播电商,通过“互联网+”农产品,发展电子商务,2021 年就创

新提出的“三新农”发展理念助推“三新”经济发展,即让手机变成新农具、让数据变成新农资、让直播变成新农活,通过与高校合作,贵州大学对口帮扶榕江村超,开辟了一条新媒体赋能乡村振兴新赛道。通过整理榕江县关于直播电商相关政策发布,目前榕江县重点发展方向是通过打造直播赋能包括“直播+旅游产业”、“直播+特色产业”、“直播+网红主播”这三个“直播+”发展模式加快直播产业发展,大力推动网红直播经济资源要素聚集,引导和扶持企业发展。其一“直播+旅游产业”利用网络平台、主流电商平台和OTA平台打造有当地特色的旅游品牌,推动形成网红打卡地,目前通过村超打造了“超好玩”“超好游”“超好住”“超好行”等“村超”旅游品牌,其中榕江县星罗棋布的传统村落成为网红打卡点。其二“直播+特色产业”通过县内直播电商企业参与特色农产品线上销售,实现增产增收,黔东南某公司青白茶系列产品通过这一模式2023年实现线上销售156万元[7]。其三“直播+网红主播”通过政府搭台、企业唱戏、溯源卖货,实现网红经济,目前已有806个乡村主播获得职业资格证书、1万余名村寨代言人新媒体人才、本地网络直播营销团队2200余个[7]。

2.2. 台江县“村BA”直播电商发展现状

台江县位于贵州省东南部、雷公山北麓,总面积1108平方公里,总人口17.3万,地理位置优越交通便利,东西部交通大动脉沪昆高铁、沪昆高速、320国道以及南北干线211国道穿县而过,距州府凯里仅半小时车程、凯里黄平机场仅1个半小时、凯里高铁站不到1个小时车程,属“凯里半小时经济圈”、黔中经济区辐射范围,北上重庆,南下广州,东出湖南,西进贵阳的现代化交通网络已形成。台江县生态环境优美,是中国十佳最具原生态旅游大县、全国休闲农业和乡村旅游示范县。自然资源和少数民族文化资源丰富多彩,全县拥有385个自然寨,有多条溪河在境内流过,水能资源丰富,同时还是南方风能富集区之一,有丰富矿产资源以及上百种珍稀物种和中药材等木材草药资源。县内有各个不同的9个苗族支系,还有苗族姊妹节、施洞独木龙舟、反排木鼓舞等14项国家级非物质文化遗产,苗族衍生的苗银、苗绣等具有少数民族特色的非遗手工艺品,苗歌、芦笙舞、舞龙嘘花等少数民族文化。

台江县借助村“BA”火爆出圈契机,积极推广“手机变成新农具、数据变成新农资、直播变成新农活”的“新三变”模式,目前出台《台江县依托村“BA”流量推行全民直播带货助推乡村振兴的工作方案》,推动资金、人才、政策等资源要素向农村电商倾斜,加快补齐农村电商短板。围绕全县“做精一袋米、养好一条鱼、做香一锅酸汤、建强一个加工园、打响一个村BA直播带货品牌”思路,打造“碧桂园鲟鳇鱼系列”“苗家黄金鲤”等区域公共品牌,通过“以节促销+以赛带货”的方式转化“村BA”流量为经济增量。2023年全年实现电商网络零售额1200余万元。其中农产品销售540万元,村集体经济增收30余万元。厚植智力支撑,培育复合型新农人。实施农村电商人才素质提升工程,对县域内的网络社群组织负责人、网络作家、网络主播、视频红人、职业电竞选手等电商人才进行重点摸排,将农村党组织书记、“三社联建·寨富驿点”负责人、网联会会员、电商从业者、致富带头人、职校电商班学生纳入电商人才培养台账,建立个人档案。采取“教、学、练、做”四位一体培养模式,借助贵州财经大学信息学院帮扶资源,邀请专家教师通过“线上+线下”专题授课、“实操+竞赛”以赛带训等方式,培育本土网红,为电商人才持续注入“源头活水”。2023年,共挖掘培育电商人才75人、团队3个,开展电商专题培训3期1040人次[8]。

3. 榕江县“村超”和台江县“村BA”直播电商发展中的地方政府扶持

3.1. 榕江县和台江县政府在直播电商发展过程中的扶持

3.1.1. 出台相关引导直播电商发展规划的文件

榕江县直播电商发展过程中得益于地方政府承接上级政府政策引导的同时积极落实,有效发挥地方

政府自主性，出台相关促进直播电商发展的政策。2022 年开始先后印发《县人民政府办公室关于印发榕江县支持直播产业经济发展的若干措施(试行)的通知》《榕江县 2023 年农村电商“三新农”新媒体助力乡村振兴工作实施方案》和《榕江县促进新媒体电子商务发展扶持暂行办法》，制定《榕江县乡镇(街道)推动高质量发展新媒体考核方案》，以县委、县政府主要领导为双组长去跟进相关直播电商落实情况，成立直播电商督查小组跟进相关项目的进展。

台江县依托村“BA”流量驱动，地方政府印发出台《台江县依托村“BA”流量推行全民直播带货助推乡村振兴的工作方案》，与贵州多家企业联合打造“村 BA”品牌，在《贵州省黔东南州台江县生态文明建设示范区规划(2023~2030 年)》政策文件中提出开展台江县“村 BA”深山集市及线上平台建设项目，推进建设直播楼 461.82 m²，提升改造“村 BA”文创餐厅 323.23 m²，集市配套电力设施、给排水设施、配套标识标牌建设，集市交易区配套设备，集市景观改造，搭建集销售、宣传、赛事预约等为一体的“村 BA”综合线上服务平台。

3.1.2. 对直播产品质量的把控、品牌的监督

榕江县对此一是强化人员监管，成立新媒体协会和网络人士协会，对全县网红主播、村寨代言人等进行统一组织发动和监督管理，强化网络文明建设宣传教育。二是强化内容监管。出台相关政策，通过“舆情秘书”等技术手段，常态化对辖区内新媒体发布内容进行实时巡查监测，确保发布内容正能量。三是强化产品监管。聚焦农特产品、手工艺品和文艺制品等热门产品，组织相关部门对相关厂家产品质量常态化检查，对各网络直播间售卖产品进行巡查抽查，确保销售产品质量安全。

台江县对电子商务领域市场监管进行部署，一是加大对县域平台内电商经营者、直播带货等新兴行业领域的市场监管力度强化质量安全管理，加强电商领域产品质量安全的检查，二是对利用电商、直播宣传销售商户的燃气器具、家用电器等 CCC 认证产品进行查验，严格查处不符合 CCC 认证要求的产品。三是对辖区内的电商经营者开展合规经营指导，规范经营行为，依法公开公示证照信息，规范展示商品及信息，不误导、欺骗消费者。

3.1.3. 建设电商产业园区，电商直播基地

榕江县在村超还没有引入火爆流量之前就已经在 2021 年 11 月成立榕江县新媒体产业园，围绕“三新农”理念发展直播电商、线上 + 线下营销、短视频等新业态，助力当地农产品销售，在 2022 年新媒体兴起后，扩宽当地销售渠道，大范围鼓励农户种植，截止目前，该园区引进超 50 余实企，孵化超 10,000+ 账号入驻平台管理，在村超引流之后更是在前期充足准备基础上，通过新媒体产业园发展直播电商，全平台带货当地农产品、非遗手工艺品、当地特色美食等产品，产业园发展起来后建设完成了新媒体助力乡村振兴文创产业园二期工程项目，以便后期申报创建省级电子商务示范基地。在发展国内直播电商，同时支持跨境电商发展，建设运营跨境电商店铺，为企业在当地投资自建或租用公共海外仓提供优惠便利补助政策，并在销售额达到 1000 万美元以上的企业一次性 5 万元补助，单个企业每年最高补贴 10 万元。促进国内外电商共同发展，扩大销售市场，促进当地经济发展。

台江县目前还没有建立电商产业园区，而是打造“村 BA”深山集市，在集市举办“一村一队”直播带货比赛，通过教学训练和实操演练的方式开展直播电商，形成以集市为中心的直播带货圈，目前电商直播楼和“村 BA”大酒店等均在一栋建筑内，形成专业直播电商专区。《贵州省黔东南州台江县生态文明建设示范区规划(2023~2030 年)》中指出台江县要建设完成新建非遗展示楼 461.82 m²，直播楼 461.82 m²，美食区 5157 m²，集市舞台建设 706.5 m²，提升改造“村 BA”文创奶茶店 42.5 m²，提升改造“村 BA”文创餐厅 323.23 m²，广场硬化 108,28 m²，内部道路改造 4237.5 m²，集市配套电力设施、给排水设施、配套标识标牌建设，集市交易区配套设备，集市景观改造，搭建集销售、宣传、赛事预约等为一体的

“村 BA”综合线上服务平台。

3.1.4. 建设直播人才队伍

榕江县大力建设直播人才队伍，组建网红孵化园区，据《榕江县促进新媒体电子商务发展扶持暂行办法》政策解读，鼓励通过内培外引，启动“万人行动”计划引进新媒体人才，再引进市场主体和推动当地企业转型为直播带货提供商品销售市场和平台跟进售后服务，实现“网店创建—产品营销—直播带货—物流仓储”等新媒体电商产业集群发展，针对优秀网红主播当地通过奖金奖励补贴对其带货流量、平台粉丝量以及销售额达到较高网络销售目标的实施1万、10万、50万、100万元一次性奖励，这也是通过各种奖赏方式吸纳激励人才。在此过程中，党校培训干部、企业培训主播、职校培训学生，组织开设直播电商服务班，对直播电商实务、短视频直播运营和拍摄剪辑、数据分析与应用、网络营销等内容进行培训，结合产业发展实际，订单式培养电商主播和直播运营人才，推动直播电商人才向职业化、专业化方向发展，并在培养电商人才时免费将非遗传承人、留守妇女、返乡青年、村组干部、搬迁群众、弱劳动力等群体培养成“村寨代言人”，做到优化队伍促进新媒体电商主题蓬勃发展。每月对直播电商人才、村寨代言人进行激励考核，及时调整电商直播模式，在考核过程中得到优质发展，培养出优秀直播电商人才。

台江县培养电商人才通过建立电商人才个人档案，将县域内的网络社群组织负责人、网络作家、网络主播、视频红人、职业电竞选手等电商人才进行重点摸排，将农村党组织书记、“三社联建·寨富驿站”负责人、网联会会员、电商从业者、致富带头人、职校电商班学生纳入电商人才培养台账，采取“教、学、练、做”四位一体培养模式，借助贵州财经大学信息学院帮扶资源，邀请专家教师通过“线上+线下”专题授课、“实操+竞赛”以赛带训等方式，培育本土网红，为电商人才持续注入“源头活水”。2023年，共挖掘培育电商人才75人、团队3个，开展电商专题培训3期1040人次。自2024年3月开始抓住“村BA”爆火流量机遇，抢跑“新媒体+”新赛道，探索“5000人自媒体矩阵”和“一村一队”模式，开展电商直播培训，深层次培育电商直播达人，前期摸排出辖区内电商从业者和爱好人员5000余名，共组建村级直播队伍90个513人，中期通过赛训结合，在“村BA”深山集市举办“一村一队”直播带货比赛，目前，实现对全县73个村居社区培训全覆盖，共128个班次，参训人员达到5413人次；直播带货比赛1小时出单量为1680单，销售收益约5.5万元[8]。后期精准选育，打造电商人才队伍。由台江县委集传播有限责任公司组织电商团队派驻到乡镇、村落，通过全民电商直播人员网格化管理，实时动态监控，了解网格人员直播水平、数据流量等。

3.2. 两县地方政府对直播电商的扶持对比分析

通过实地调研，榕江县和台江县在地方政府的扶持下直播电商发展的实际情况具有较大差距，两地同属贵州省黔东南州，地理交通区位都非常便利且自然资源和少数民族文化资源丰富多彩，分别都有着火爆全网的“村+”体育IP，即“村超”和“村BA”带来的火爆流量助推了当地的直播电商发展，而“村BA”的火爆在“村超”之前，但“村超”让榕江县直播电商在多个方面比台江县取得的成效更好(如表1~3所示)。

4. 直播电商发展中地方政府的扶持偏差及成因分析

4.1. 对上级政策同质化累加和机械式承接，政府职能边界不清

榕江县在2018年贯彻落实《关于印发《2018年电子商务进农村综合示范工作实施方案》的通知(黔商发[2018]165号)政策文件通过签订榕江县国家级电子商务进农村示范县项目合同，不断跟进公示示范县建设实施进度，促进电子商务在县域发展，后续多次根据自身发展情况出台相关政策文件改进电子商务发展。在出台引导直播电商政策方面，榕江县在“村超”没引爆之前，就已经提出“三新农”理念，

Table 1. Comparison of development status and government support between Rongjiang County and Taijiang County (self-made by the author)

表 1. 榕江县和台江县发展现状及政府扶持对比(作者自制)

县	电商发展规划	电商领导小组	示范项目	产业园情况	直播电商专业人才	“村+” 品牌	“村+” 品牌助力黔货出山
榕江	有	县委、县政府主要领导为双组长	贵州省电子商务产业发展示范区/直播示范基地/示范企业	超媒体产业园(省级示范)、电商物流园	“贵州村超”乡村主播劳务品牌、电商类致富带头人培训、累计培训 4 万余人次	超好吃、超好住、超好行、超好游、超好购、超好玩等超字号系列	村超板材、村超可乐、蜜蜂、乐榕百香果、忠诚牛瘪、榕江西瓜、青白茶、腌鱼等
台江	有但以承接为主	县政府分管领导为召集人，县直相关单位和个别企业共同促进	电子商务进农村示范县项目	无产业园，但建设了村 BA 直播楼	“5000 人自媒体矩阵”和“一村一队”，累计参训 5000 余人次	村 BA 深山集市、线下体验店、主题餐厅和主题茶饮店、系列文创	台江鲟鱼、鲤吻香米、台江革一枇杷、“村 BA·淳酸”酸汤产品等

Table 2. Comparison of the development level of live streaming e-commerce in the two counties (self-made)

表 2. 两县直播电商发展层面对比(自制)

县	区位因素	电商发展效率	自然和文化资源	直播电商氛围	“村+” 品牌建设	政策环境
榕江	良好	助力向新业态发展	丰富	活跃	建设	扶持
台江	良好	注重数量速度而非质量发展	丰富	适宜	建设	扶持

Table 3. Comparison of live streaming e-commerce in the practice level of government support in the two counties (self-made)

表 3. 两县直播电商在政府扶持的实践层面的对比(自制)

县	电商发展规划	电商领导小组	示范项目	产业园情况	培育直播电商专业人才	“村+” 品牌助力黔货出山
榕江	有并结合县域特色进行规划	有	有且是省级示范	有	有	农林牧渔产业均有设计
台江	有仅承接上级规划	有	有	否	否	农渔

资料来源：《县人民政府办公室关于印发榕江县支持直播产业发展的若干措施(试行)的通知》《榕江县 2023 年村超联名产品新媒体供应链服务平台项目实施方案》《榕江县促进新媒体电子商务发展扶持暂行办法》《台江县依托村“BA”流量推行全民直播带货助推乡村振兴的工作方案》《贵州省黔东南州台江县生态文明建设示范区规划(2023~2030 年)》等自制。

先后建设新媒体产业园、电商智慧物流园，出台多个相关政策文件引领电商发展，发展“三新”经济，在 2023 年 5 月一经开赛“村超”火遍全网没多久同年 7 月商务厅授予榕江县新媒体电商直播基地为贵州省首批电商直播示范基地，而它的产业园区是在引流之前就已经建设并投入使用，在借助“村超”流量之后，更是变流量为经济增量加快直播电商发展，同年 12 月，榕江县入选全国农村直播电商优秀案例，贵州省拟推荐申报 2024 年农村直播电商优秀案例名单榕江县入选 2 个，“村超”出圈一年，县政府不仅主动结合县域特色制定了电商发展规划，还发展新理念，做到灵活变动承接上级政策。

而台江县 2015 年开始发展电子商务，2016 年申报创建全国电子商务进农村综合示范县并县政府印发了《台江县国家级电子商务进农村综合示范县实施方案》(台府办发[2016]80 号)，之后承接上级政策陆

续累计出台相关政策助力电商发展，但是直到 2022 年通过“村 BA”的爆火才是真正开始建设直播电商相关产业发展，而在这几年当中台江县仅仅是机械式承接上级关于促进电子商务进农村的政策文件，并未结合自身发展需求所制定出的电商发展规划，到 2023 年台江出台的《台江县依托村“BA”流量推行全民直播带货助推乡村振兴的工作方案》才是开始根据当地县域特色去做规划，在政策上过度依赖上级政府提倡的发展理念。

因此由于市场不能根据经济做出变化，需要政府扶持这只调节的手就要及时进入，政府对宏观调控的运用体现其基本职能，不仅政府行政活动的基本方向反映在电商政策的出台和制定促进电商发展规划，而且地方政府的现实职责同时也反映在其对地域经济的调节，很显然对比两县发展成效，台江县政府在发挥经济职能过程中较榕江县而言具有较模糊的边界性。

4.2. 在“村+”品牌和人才建设方面体现出地方政府差异化的公共服务供给

榕江县通过“村超”发展“超能经济”包括“吃住行游购玩”几乎全方位多角度进行打造“村超”品牌，涉及吃的美食产业、住的民宿酒店产业、行的新建公路和修村路及停车场等基础设施建设、游的周边村寨开发旅游产业、购的当地少数民族特色产品、玩的不同村游路线集一体的娱乐游玩一体化产业链发展。建设 1 个产业园区、15 个专业直播间包括 1 个村超产品直播间和 1 个村超特产展示店，以及电商智慧物流园暨大湾区物流专线物流园等电商集聚区。在电商直播人才队伍方面对外政府加强与佛山东西部协作引进相关企业发展直播平台，对人才队伍进行培育同时贵州大学进行对口帮扶输送人才，请有流量且较有成功经验的网红如 2020 优秀致富带头人王吉安来进行直播电商的培训，对内发展村寨代言人，村支书带头发展直播电商，超媒体产业园区成功孵化出例如榕江网红西瓜妹、村超推荐官阿毅、村超吉祥物设计师赖蕾等上百村超代言人。硬性基础设施和软性措施方面同时进行的努力。

台江县通过“村 BA”建设深山非遗集市，直播间依托集市进行赛事直播电商带货，直播楼也没有单独的产业园区进行区别划分，且与“村 BA”配套设施融合如文创园、酒店、美食街区、奶茶店等糅杂，“村 BA”在台江县台盘乡，距离县中心路程半小时距离，在“村 BA”火起来之后，地方政府建设周边村路、开设从县直达“村 BA”现场的交通，但实地调研过后发现该条线路并不是每天都在运行，只有在半决赛、决赛等较大赛事期间游客量增多会开设这条线路，篮球场可容纳观赛人数有限，且四周均有房屋建筑遮挡，看比赛的人员若超过场地限制则没有办法观看比赛，当地政府还没有推进建成容纳超过 3 万观众的室外室内篮球场，一旦遇到极端天气只能移到县中学篮球室内场，那么可容纳人数又将缩小，且场地附近小吃摊、停车场几乎等于是挤在一个范围内，实际现场更显拥挤，时常会造成交通拥堵，地方政府也是在周边新建了近 4000 个免费停车场，场地基础设施仍然在扩建阶段。直播电商人才队伍建设实际中并没有结合当地实际选取直播群众，培训群体定位不清晰，盲目选取培训对象，如硬性要求实体商铺老板进行直播电商培训，这是因为前期直播意愿调查没有做好。培训人员专业知识不强，很多充数的电子商务专业的大学生作为培训人员进行较浅显的培训，培训课程较乱，对真正引流直播没有较大帮助，导致培训质量参差不齐，且是短期培训没有注重长期跟踪，最终前期投入与后期成效成反比，没有培育出较大流量网红主播。

在两县政府扶持提供的公共服务中可以看到明显的差异化，由于硬件基础设施的缺乏以及软性措施的“形式”，导致供给与需求的不匹配，地方政府在提供农村电商产业发展所需的基础设施时没充分考虑每个县的特殊情况，供给和需求的落差将会持续影响农村电商的发展，也会成为硬性制约其深度发展的短板要素。软性措施的投入还需进一步思考，不可避免地存在着不均衡的供给状态。人才作为发展的第一资源，也是直播电商和贸易发展最基础的保证，各县域存在重视程度不同的偏差继而供给与所需不相匹配。当前直播电商对专业知识和对成功经验的学习诉求在不断增加，知识面覆盖更广的且能熟练

运用电商知识和相关品牌产品常识的综合性商务人才需求的口子正在被打开。

4.3. 管理理念的僵化和监管措施的单一导致地方政府监管不足

监管体系不仅体现在直播电商的过程中,更加覆盖到从产品的选取,品牌的打造以及销售售后这一整个过程,对此两县对此的政策性文件都不是太多,尤其是台江县几乎没有涉及对直播产品的选取把控质量以及品牌建设的监督。各县域电商产业发展存在差异,用同一路径下的监管理念和措施与电商发展的现实不相匹配,既有的政策法规是基于前期电商产业发展所面临的问题做出的决策,比如《榕江县市场监管局关于规范 2024 年贵州“村超”赛事期间市场经营行为的提醒告诫函》的公式对电商相关活动作出详细的解释,但对主体的授权和赋责没有作出说明,导致条款的重复性高效率低,所以在监管成本方面的消耗高于现实监管的成效获得。也更容易出现后置机制过早地干预市场陷入更窘迫的监管境地。

5. 提升地方政府对直播电商扶持水平的对策建议

5.1. 建立完善政策扶持体系和规范扶持评价机制,适度政策扶持带动产业活力发展

地方政府作为直播电商产要的扶持主体在承接中央政府的各项要求和指示后还应关注到扶持客体发展的复杂性。这要求既要重视地方政府的直接扶持与间接扶持相融合、地方与中央扶持相结合以及正式扶持和非正式扶持相融合,不断构建起健全的综合性扶持体系。直播电商产业在新时期作为“三农”问题的有效解决之道,对促进地方经济的发展起着重要支撑并展示着强大的生命力和活力。地方政府作为经济社会的主导者,对促进直播电商发展的各项扶持都起着重要的引导作用。与此同时表现出的地方政府在引导和监管方面的过度在位也体现出了一定的现实问题。直播电商的发展得益于地方政府的重视,但也凸显了直播电商产业发展所缺乏的自主性和创新性,二者之间存在较大的张力。即依据某一发展模式而重复低效的复制产业所导致缺乏活力的产业不符合当地发展实践。理论结合现实发展,地方政府应构建更为完备的扶持体系。地方政府扶持直播电商的发展应以中央作为统筹,省负总责,市县抓落实,所以地方政府在落实现实发展问题上承担着更为现实的任务。具体而言应通过政策扶持激发直播电商的内生活力和持久动力,赛事 IP 引领“村+”品牌发展模式,所以在战略部署和宏观干预的层面,应当出台促进直播电商发展的规划及政府,以充分考虑直播电商发展政策所需为基本出发点。

地方政府扶持直播电商还要关注各项扶持是否会偏离所需的导向和政策预期,所以把握扶持的评价标准也极有必要。首先,当前重要的问题是应适度地引导农村电商发展,地方政府有关电商发展的文件规划可以稍作精简,将更多的活力释放给农村让其有自我探索道路的机会和寻找适宜发展模式的实践。其次,应当减少政策指标,将更多的自主性归还给农村电商,也可以说将活力重新注入市场。适当调整扶持原则,以引导为主结合发展现实不断调整方向,形成长时段的配套协调扶持评价标准。

5.2. 完善基础设施匹配发展需求

在基础设施建设方面,道路建设、电商发展平台的铺垫和冷链技术的推广以及互联网硬件的配备都是直播电商发展所需的现实条件。具体包括公路、电力、互联网在内的“村村通”在内的各项工程建设。健全县、乡、村三级物流配送体系,地方政府的经济职能在此要有一定的体现作为,直播电商的发展得益于“流量”和“留量”而这就需要农村的基础设施建设作为重要的发展考量范围。

地方政府通过对人才的培育和技术的支持,提高薪酬福利待遇,不断吸引人才为农村电商产业做出贡献,才更引导了适宜直播电商发展的农村经济发展氛围。农村电商发展的软性基础设施建设并未朝夕之物,予以一定的财政支持是解决农村电商产业基础设施匮乏的根基,只有在较为完善的基础设施体系下电商产业才能进一步发展。当前新时代背景下,直播电商发展的多元的需求亟待需要电商发展所需的

专业人才来推动，以完善的软硬性设施回应发展需求。

5.3. 继续鼓励发展“三新农”理念，以服务型理念提升政府服务水平

培养健康协调、绿色创新适宜农村电商产业发展的环境是当前的任务之一。地方政府在助力直播电商产业的发展助推乡村振兴战略起着主导作用，良好的经济环境的营造和适宜直播电商发展的策略推进也是近些年来重要扶持体现。基于案例的对比分析，更新当前的服务理念与新时代“三新”经济发展要求是直播电商发展的必经之路。直播电商产业的发展需要地方政府不断调整服务理念，较大限度的减少审批和命令赋予直播电商发展以最大的活力，激发产业内生动力，而提倡具有公共价值的服务型政府正是服务型需要转变的一个方向，现在公共价值不断在服务型政府中被提及，正是其核心公共性的体现，服务型政府倡导公民本位是“以公为公”的积极的责任性政府，因此在新媒体时代，公共产品及服务、公共信息以及社会的公共生活都需要政府极大地调动各方力量刺激市场经济的发展进而实现高效的资源配置，让“村+”类体育 IP 流量激发直播电商产业，更好助力乡村振兴。

6. 结论

新时代电子商务热潮为解决“三农”问题提供新思路，为发展“三新”经济，提出的“三新农”和“新三变”是以产业促发展，以产业促振兴，农村电商产业的发展呈现出的良好态势为助力乡村振兴积蓄力，而直播电商得益于农村电商产业的发展，地方政府作为直播电商发展的规划制定者、基础设施和服务的供给者，维护市场公平的监督者以及新时代服务型理念的推崇者[9]-[11]，它在其中发挥何种职能作用，哪些扶持能帮助到直播电商的发展呢？探讨关键扶持要素还是有其理论和现实意义。本文在梳理文献和阅读中央、贵州省、黔东南州、榕江县和台江县的政策文本后，在文献方面对地方政府扶持研究的论文较少，且很多是关注地方政府的角色定位和作用，那么地方政府不仅是农村经济发展的领航者，还是推动乡村产业得以兴旺的有力主体，对直播电商的发展起着重要的作用，贵州省更是大力巩固脱贫攻坚成果，预防返贫大力推动乡村振兴，而贵州“村超”“村BA”带来的全网火爆流量引入大量游客直接带动榕江县和台江县两县经济 GDP 快速增长，在此两县政府分别抓住流量机会，发展直播电商，打造“村+”类品牌，助推当地农林牧渔产业发展，以文旅促发展，以直播电商促一二三产业发展，带动返乡创业、村民稳岗就业实现增产增收，结合当地资源大力宣传少数民族文化结合“村超”“村BA”形成具有县域特色的产品品牌发展。以两县直播电商发展现状看政府扶持状况，最后通过对比发现地方政府存在对上级政策同质化累加和机械式承接，政府职能边界不清、在“村+”品牌和人才建设方面体现出地方政府差异化的公共服务供给、管理理念的僵化和监管措施的单一导致地方政府监管不足的扶持偏差和成因，针对偏差成因提出建立完善政策扶持体系和规范扶持评价机制，适度政策扶持带动产业活力发展、完善硬性和软性基础设施匹配发展需求以及继续鼓励发展“三新农”理念，以服务型理念提升政府服务水平的提升对策。推动直播电商在新媒体时代发挥更大活力，助力乡村产业发展推动乡村振兴。

参考文献

- [1] 时澜娜. 2023 年我国“三新”经济增加值占 GDP 比重达 17.73% [N]. 工人日报, 2024-07-31(001).
- [2] 张翼. “三新”经济增速高于 GDP 增长[N]. 中国贸易报, 2022-08-02(001).
- [3] 李克强. 政府工作报告——2019 年 3 月 5 日在第十三届全国人民代表大会第二次会议上[J]. 中华人民共和国国务院公报, 2019(9): 6-20.
- [4] 李克强. 在全国深化“放管服”改革优化营商环境电视电话会议上的讲话[J]. 中国行政管理, 2019(7): 6-10.
- [5] 刘远亮. “互联网 + 政务服务”驱动政府效能建设的逻辑理路[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2020, 41(8): 207-212.

- [6] 吴秉泽, 王新伟. “村超”“村 BA”火爆出圈的密码[N]. 经济日报, 2023-08-10(012).
- [7] 榕江县人民政府网. 政府工作报告(2024 年 2 月 20 日在县第十八届人民代表大会第三次会议上) [EB/OL]. https://www.rongjiang.gov.cn/zwgk_5903530/zfxgk_5903533/fdzdgknr_5903828/lzyj_5903829/zfgw_5903832/202403/t20240315_83939071.html, 2024-03-15.
- [8] 台江县县人民政府网. 台江县探索“一村一队”电商模式推动农业增效农民增收[EB/OL]. https://www.gztaijiang.gov.cn/xwzx/bmdt/202407/t20240702_84937843.html, 2024-07-02.
- [9] 李贤, 崔博俊. 国内经济大循环视角下的“电商直播”[J]. 思想战线, 2020, 46(6): 56-63.
- [10] 薛梦阳. 乡村振兴背景下网络直播助力产业兴旺研究[J]. 中国经贸导刊, 2021(7): 42-43.
- [11] 白世贞, 许文虎, 姜曼. 电商平台大数据“杀熟”行为的协同治理研究——基于电商企业, 消费者和政府三方演化博弈分析[J]. 价格理论与实践, 2022(12): 141-144+203.