

特色农产品直播电商发展困境与对策研究

——以泗洪县半城镇为例

黄朕艳¹, 车向前²

¹南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

²河北工业大学建筑与艺术设计学院, 天津

收稿日期: 2024年10月23日; 录用日期: 2024年11月14日; 发布日期: 2025年1月10日

摘 要

党的二十大报告指出, 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, 要坚持农业农村优先发展, 全面推进乡村振兴。随着互联网技术的飞速发展, 和各大电商平台的相继崛起, 电商直播为农产品销售提供了新渠道, 为农村产业发展注入了新活力, 成为乡村振兴的新引擎。然而, 由于农村电商人才的稀缺、农产品的特殊属性以及电商平台不断变化的规则等一系列问题的存在, 特色农产品电商直播发展面临困境。本文以泗洪县半城镇为例, 深入分析当地农产品电商直播面临的困境, 并提出相应的对策建议, 旨在为推动特色农产品电商直播的发展, 实现乡村振兴提供参考。

关键词

特色农产品, 电商直播, 泗洪县半城镇, 对策研究

Research on the Development Dilemma and Countermeasures of Live Broadcast E-Commerce of Special Agricultural Products

—Taking Bancheng Town, Sihong County as an Example

Zhenyan Huang¹, Xiangqian Che²

¹Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

²School of Architecture and Art Design, Hebei University of Technology, Tianjin

Received: Oct. 23rd, 2024; accepted: Nov. 14th, 2024; published: Jan. 10th, 2025

文章引用: 黄朕艳, 车向前. 特色农产品直播电商发展困境与对策研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 1013-1019.
DOI: 10.12677/ec.2025.141127

Abstract

The report of the 20th National Congress of the Communist Party of China pointed out that the most arduous and arduous task of building a modern socialist country in an all-round way is still in the rural areas, and it is necessary to adhere to the priority development of agriculture and rural areas and comprehensively promote rural revitalization. With the rapid development of Internet technology and the successive rise of major e-commerce platforms, e-commerce live broadcasts have provided a new channel for the sale of agricultural products, injected new vitality into the development of rural industries, and become a new engine for rural revitalization. However, due to a series of problems such as the scarcity of rural e-commerce talents, the special attributes of agricultural products, and the ever-changing rules of e-commerce platforms, the development of e-commerce live broadcast of special agricultural products is facing difficulties. Taking the Bancheng Towns of Sihong County as an example, this paper deeply analyzes the dilemma faced by the local agricultural product e-commerce live broadcast, and puts forward corresponding countermeasures and suggestions, aiming to provide a reference for promoting the development of e-commerce live broadcast of special agricultural products and realizing rural revitalization.

Keywords

Special Agricultural Products, E-Commerce Live Streaming, Bancheng Towns in Sihong County, Countermeasure Research

Copyright © 2025 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

在数字化时代, 电商直播作为一种新兴的商业模式, 正以惊人的速度重塑着传统的农产品销售格局。特色农产品直播电商的崛起, 为农村经济发展带来了新的机遇和挑战。特色农产品凭借其独特的地域特色, 在市场上具有广阔的发展前景。然而, 其发展并非一帆风顺, 面临着诸多困境。泗洪县半城镇, 以其丰富的水产资源和特色农产品, 在电商直播的浪潮中积极探索发展之路。但在实践过程中, 也暴露出人才匮乏、品质与营销真实性挑战、品牌建设滞后以及平台规则制约等问题。深入研究半城镇特色农产品直播电商的发展困境与对策, 具有重要的学术价值和现实意义。从学术角度来看, 本研究有助于丰富农村电商发展的理论体系。通过对半城镇的案例研究, 可以深入探讨特色农产品直播电商中“人、货、场”等关键要素的作用机制, 为后续研究提供实证依据。同时, 也可以为农村产业融合、新型农民培育等相关领域的研究提供新的视角和思路。从现实意义来看, 本研究旨在为半城镇及其他类似地区的特色农产品直播电商发展提供可行的对策建议。通过解决人才、品质、品牌和平台规则等方面的问题, 可以促进特色农产品的销售, 推动农村产业发展, 增加农民收入, 为乡村振兴战略的实施贡献力量[1]。

电商直播是一个新兴应用型概念, 吕永洁(2021)界定“直播助农的初级模式”这一概念, 其将此模式视作在乡村发展进程中担当行动主体角色, 借助庞大流量池来实现产品销量转化, 进而达成促进农村产业振兴目标的一种新型电商销售形式。国内学者将 2019 年定义为直播带货的元年, 受到 2020 年疫情影响, 农产品大量滞销, 脱贫攻坚压力大增, 农产品直播作为能够有效解决上述诸多问题的途径之一, 逐渐进入大众视野并为人们所熟知。在知网中以“电商直播”、“直播助农”、“农产品直播”“乡村振

兴”等为主题进行检索发现,目前关于直播助农的研究主要集中在近三年,并正在逐年增多,涉及研究内容主要有以下几个方面:一是关于农产品直播电商意义优势以及赋能乡村振兴路径的研究。二是关于农产品直播电商模式的研究。三是对于农产品直播电商现存问题与发展建议的研究。四是从消费者角度出发研究农产品直播电商中对于消费者购买行为与消费心理的影响因素[2]。

2. 推动特色农产品直播电商发展的意义

2.1. 拓宽销售渠道,提升农产品销量

在传统的农产品销售模式中,由于交通不便、信息不畅等因素,特色农产品往往面临着销售半径有限的困境,很多优质的特色农产品只能局限于当地销售,难以进入更广阔的市场[3]。而通过直播平台,农产品供应链实现了重构。由农产品生产者构成的“供给端”可以通过“直播端”实时展示农产品的生长环境、采摘过程等原生态场景,让全国各地的“需求端”都能直观地感受到产品品质。再者,通过直播间,需求端与供给端实现良性的互动与沟通,消费者在直播间提出与农产品相关的各种问题,主播进行实时解答,不仅有利于增强消费者购物体验感,而且能够吸引更多潜在消费者加入购物环节,从而提升农产品销量。

2.2. 促进产业融合,带动相关产业发展

特色农产品直播电商的发展不是孤立的,它能有力地促进产业融合。一方面,直播电商的兴起带动了物流产业的快速发展。为了确保农产品能够及时、完好地送达消费者手中,乡村地区的物流配送网络得到了极大的完善和升级,新建了许多物流站点和仓储设施,增加了就业岗位,提升了物流配送效率。另一方面,直播过程中对农产品的深加工需求也日益凸显。消费者对于农产品的品质和包装要求越来越高,这就促使乡村地区加大对农产品的深加工力度,发展农产品加工业,将原本初级的农产品进行精细加工、包装,打造出具有地域特色和品牌价值的农产品深加工产品。同时,直播电商的火爆也吸引了广告、营销、电商运营等相关服务产业向乡村地区聚集,形成了完整的产业链条,推动乡村从单一的农业生产模式向多元化的产业融合模式转变,实现了乡村经济的协同发展,为乡村全面振兴创造了有利条件。

2.3. 解决当地剩余劳动力就业问题,促进农民增收

一方面,特色农产品电商直播的发展能有效解决当地剩余劳动力就业问题。在传统农业生产模式下,农村往往存在大量的剩余劳动力,这些劳动力因缺乏合适的就业机会而处于闲置状态。而特色农产品直播电商的兴起,催生了一系列与之相关的新岗位,如直播策划、电商运营、客服服务等。这些岗位为当地剩余劳动力提供了就业契机,让他们不再局限于田间劳作。乡村居民可以通过参与直播电商的各个环节,发挥自己的才能和技能,实现就地就业。另一方面,农民在直播平台直接参与到农产品销售过程,与消费者建立联系,省略了通过经销商和批发市场等中间商与消费者建立联系的步骤,极大地节约了中间环节的成本[4]。

2.4. 培育新型农民,为乡村振兴注入活力

在直播电商的运营过程中,乡村居民需要不断学习新的营销知识、技术和理念,如如何利用社交媒体进行推广、如何进行直播内容创新等。在这个过程中,一批具有创新精神和电商技能的新型乡村人才逐渐成长起来。他们以开放的思维和创新的手段,不断探索适合本地特色农产品的直播电商模式,为乡村振兴注入了新的活力和动力,推动乡村在新时代背景下实现创新发展,从根本上提升乡村的发展质量和可持续发展能力[5]。

3. 半城镇特色农产品电商直播发展概况

半城镇位于洪泽湖西岸,镇域面积 199 平方公里,水域面积 94 平方公里,是江苏省水产强镇,全镇有精养蟹塘 6.5 万亩大闸蟹,年产量达 9750 吨,年产值达到 4.75 亿元,亩均效益实现 4000 元以上。“蟹、虾、米、桃”是半城镇四大主导产业,尤以大闸蟹为主导的水产产业发展为最。2021 年 1 月,半城镇因特色水产大闸蟹被农业农村部授予全国“一村一品,示范镇荣誉称号。半城镇作为“霸王蟹”的核心产区,积极融入宿迁市“宿有干香,霸王蟹”品牌,同时享有“泗洪大闸蟹”地理标识使用权。近年来河蟹的销售渠道不断扩宽,从最初的塘口交易,到大闸蟹市场交易、网络电商销售、出口贸易等多种销售模式。半城镇大闸蟹畅销上海、苏州、天津等国内大型农产品市场以及韩国、日本等国家。目前,全镇从事大闸蟹交易的水产经纪人达到 486 人,大闸蟹养殖户 6240 余户,河蟹带动年人均增收 16,000 元以上。(来源:泗洪县人民政府官网)

半城镇政府对当地特色农产品电商直播进行了大力扶持,投资对原电商园进行改造提升,建成江苏省县域电商产业集聚区,配备了直播、办公、培训和健身等功能区域,为特色农产品电商直播发展提供了良好的硬件基础。对入驻电商给予各种补贴政策,吸引了更多企业和人才参与到特色农产品电商直播中。例如,免费提供直播间给企业使用,降低了企业的运营成本。此外,当地政府积极建设培训功能区,定期邀请创业导师、电商讲师、创业成功人士,分层分类开展全民创业政策宣讲和网店运营、直播带货等电商技能培训,为特色农产品电商直播培养了大量专业人才。

4. 半城镇特色农产品电商直播面临的困境

4.1. 人才匮乏之困

在半城镇特色农产品直播发展进程中,专业人才短缺问题日益凸显,成为制约其进一步发展的关键瓶颈。一方面,直播专业人才严重不足。当下半城镇农产品直播带货主播主要有两种人群。第一,是当地农产品种植户充当带货主播,他们只懂农产品专业知识不懂直播营销技能。第二,当地合作社或特色农产品经销商以发放佣金的形式聘请专业主播来进行当地特色农产品直播带货活动,这类主播对农业农产品知识了解有限。特色农产品直播需要具备多方面能力的复合型人才,既要有扎实的农业知识,能够深入了解各类农产品的生长环境、种植技术、营养价值等,以便在直播中准确地向观众介绍产品特色;又要熟练掌握直播技巧,包括直播设备的操作、画面的构图与切换、语言表达的感染力以及与观众的互动能力等。然而,目前半城镇这样的专业人才极为稀缺,在一定程度上影响了消费者对于农产品直播间的黏性[6]。

另一方面,电商运营人才匮乏。特色农产品直播的成功不仅仅取决于直播过程中的表现,还需要有专业的电商运营人才在幕后进行精心策划和管理。从店铺的搭建与装修、商品的上架与描述,到客户服务的响应与处理、销售数据的分析与利用等各个环节,都离不开电商运营人才的专业操作。但在半城镇,这类人才严重短缺,导致直播销售的整体运营效率低下,难以形成可持续的发展模式。人才短缺问题严重束缚了半城镇特色农产品直播的发展步伐,亟需采取有效措施加以解决。

4.2. 品质与营销真实性之挑战

半城镇特色农产品直播在产品品质和直播营销真实性方面面临着严峻挑战。就产品品质而言,由于生鲜水产品生产过程中的不确定性以及缺乏严格的质量管控体系,产品品质存在较大波动。一方面,农产品的生长受自然环境因素影响较大,如气候、土壤、病虫害等,这使得同一批次的农产品在品质上可能存在差异。另一方面,生鲜农产品对物流运输以及冷链系统有着极高的要求,必须要保证产品运输全

过程控制在适当的湿度温度,并在极短的时间送达至消费者,这脱离了农户的可控范围。如河蟹在采购物流运输过程中难免会有一些损坏,农户在包装发货的时候确保了产品的完好,但消费者在收到产品时也会出现收到死蟹的情况。

在直播营销真实性方面,也存在一些问题。部分直播从业者为了追求短期利益,夸大产品的品质或产地优势,甚至进行虚假宣传。例如,夸大特色农产品的营养价值、药用价值,或者虚构产品的产地故事等。这种不真实的营销行为一旦被消费者发现,不仅会损害消费者的利益,还会严重影响半城镇特色农产品的品牌形象和信誉度。同时,也会破坏整个特色农产品直播市场的生态环境,降低消费者对直播销售模式的信任度。

4.3. 品牌建设滞后之局

半城镇在特色农产品品牌建设方面存在诸多不完善之处,严重阻碍了特色农产品直播的可持续发展。首先,品牌意识淡薄。半城镇河蟹产业直播带货以小企业或小农户自营为主,在销售市场也存在严重的同质化现象,品牌建设相对滞后,总体呈现散、弱、小的特点。例如当地“大魏蟹农”和“金苏蟹”两个品牌属于同一产地,同质化程度较高,品牌定位相似,品牌价值和影响力总体水平不高,导致农产品在直播售卖过程中产生“劣币驱除良币”现象[7]。

其次,品牌推广力度不足。虽然半城镇有一些特色农产品,但在品牌推广方面投入有限,缺乏有效的推广渠道手段以及资金。没有充分利用互联网、社交媒体、线下活动等多种渠道进行品牌宣传,使得消费者对半城镇特色农产品的认知度较低。同时,品牌形象的塑造也不够统一和规范,缺乏系统性的品牌推广策略。例如“金苏蟹”品牌,早经央视推广,有一定的知名度,但后期缺乏持续性的品牌维护与推广,导致品牌发展难以维系。

4.4. 平台规则制约之难

一方面,平台的流量分配机制复杂多变,给特色农产品直播带来了极大的不确定性。各大电商直播平台为了实现自身的商业利益和用户体验,不断调整流量分配规则。这使得半城镇的特色农产品直播难以稳定地获取流量,直播团队需要不断投入大量的时间和精力去适应平台规则的变化。然而,由于缺乏专业的运营团队和足够的资源,往往难以在平台规则的变化中占据优势,导致直播的曝光度和影响力有限。另一方面,平台对直播内容和商品质量的监管越来越严格。为了保障消费者的权益和平台的信誉,电商直播平台加强了对直播内容和商品质量的监管力度。特色农产品直播需要确保产品质量符合相关标准,直播内容真实、合法、合规。对于半城镇的直播团队来说,这无疑增加了很大的压力。他们需要投入更多的成本进行产品质量检测和直播内容审核,同时还要不断提升自身的合规意识和运营水平,以避免因违反平台规则而受到处罚甚至被封禁直播间。平台规则的制约给半城镇特色农产品直播的发展带来了巨大挑战,需要积极寻求应对之策。

5. 特色农产品电商直播优化策略

5.1. 提升农产品直播人员专业性

一方面要加大本地人才培育力度。政府、企业及相关机构应联合举办针对农民、合作社成员与特色农产品经销商的直播电商培训课程,涵盖农业知识、直播技巧与电商运营等多方面,以培养复合型人才。如邀请农业专家阐释本地特色农产品生长环境、种植技术与营养价值,同时邀请专业直播达人传授直播设备操作、画面构图及互动技巧等技能。另一方面也要积极引进外部人才。制定具吸引力的人才引进政策,如提供住房补贴、创业资金支持与子女教育优惠等,吸引有经验的直播专业人才和电商运营人才入

驻半城镇。可与高校、电商企业建立合作关系, 引进相关专业毕业生或有实践经验者。此外, 还可通过项目合作方式, 邀请专业直播团队和电商运营团队为半城镇特色农产品直播提供短期指导与支持, 提升本地团队专业水平。

5.2. 严格把控品质与规范营销

针对产品品质波动与营销真实性不足问题, 须采取有效措施。在产品品质方面, 建立健全质量管控体系。加强对农产品生产环节监管, 优化种养殖技术, 提高农产品的抗风险能力。同时, 强化物流运输环节管理。与专业物流企业合作, 构建高效冷链物流体系, 确保生鲜农产品在运输中温度、湿度适宜, 减少产品损坏率。对于易出问题的生鲜水产品如河蟹, 可采用特殊包装材料与技术, 提高抗损能力。

在营销真实性方面, 加强行业自律与监管。制定直播营销规范, 明确直播从业者责任与义务, 严禁虚假宣传、夸大产品功效等行为。建立诚信评价体系, 对直播从业者营销行为进行评价与监督, 严肃处理违规行为。同时, 加强对消费者的教育与引导, 提高其辨别能力与维权意识, 共同营造良好直播营销环境[8]。

5.3. 全力推进品牌建设推广

在农产品市场里, 产品质量和品牌形象紧密相连。要强化农产品品牌培育, 深入挖掘其独特价值。着重展现种植环境、传统工艺以及技术优势, 彰显独特辨识度, 提升农产品质量。同时结合半城当地汉文化, 塑造农产品品牌, 凸显地域特色与养殖文化, 突出绿色健康优势, 像无添加、绿色有机这些特点。直播时, 宣传品牌故事和核心价值观, 提升品牌知名度与认同感。在短视频推广时期, 积极整合各类资源, 组建专业团队, 增强内容创作与品牌推广能力, 和优质平台、机构密切合作, 扩大影响力。此外, 对于同质化竞争问题, 政府应整合资源, 推动建立有半城镇地域特色的公共品牌, 制定系统性的品牌推广策略, 统一品牌形象, 规范品牌标识、广告语等的使用, 提高产品附加值与市场竞争力, 实现小品牌间合作共赢。

5.4. 平台优化规则, 助力农产品直播发展

在流量分配机制上, 应建立多元化评估体系, 综合考量特色农产品品质、地域特色、主播专业度及用户反馈等, 对具有地域文化内涵且主播表现优秀、用户评价良好的半城镇特色农产品直播给予更多流量支持。设立专项扶持计划, 特定时段为其提供免费流量推广, 并与地方政府或农业部门合作筛选优质项目重点扶持。同时, 提前公布流量分配规则调整方向和时间节点, 增强稳定性与可预测性, 便于直播团队规划运营活动。

在直播内容和商品质量监管方面, 投入资源建立专业审核团队, 运用人工智能、大数据等技术实时监测, 如用图像识别检测包装、语音识别分析虚假宣传。与专业质量检测机构合作, 提供便捷质量检测服务, 制定详细合规指南, 明确行为规范, 制作图文并茂的手册。对合规且质量优秀的直播团队给予奖励, 激励其提升合规意识和运营水平, 树立榜样[9]。

促进平台与地方合作也至关重要。搭建地方特色农产品专区, 集中展示推广半城镇特色农产品, 与地方政府、农业部门合作举办直播活动扩大影响力。利用大数据优势提供市场分析和销售数据支持, 分析消费者行为偏好, 为直播团队提供策略建议。与地方政府、培训机构合作开展人才培训, 举办直播技巧和电商运营培训课程, 提供直播设备和技术支持, 降低运营成本。通过这些举措, 可有效赋能半城镇特色农产品直播, 实现可持续发展。

6. 结论

综上所述, 特色农产品直播电商对于乡村振兴而言, 意义重大。以泗洪县半城镇为典型案例进行剖析, 当前其在特色农产品直播电商发展方面面临诸多困境, 诸如人才匮乏、产品品质与营销真实性存疑、品牌建设滞后以及受平台规则制约等问题, 在一定程度上对其发展形成阻碍。然而, 若能采取诸如强化人才培育与引进、严格把控产品品质并规范营销行为、全力推进品牌建设与推广加之平台的政策倾斜, 有望突破当前困境, 实现特色农产品直播电商的可持续发展。坚信在各方共同协作努力之下, 半城镇的特色农产品直播电商必将为乡村振兴注入更为强劲的动力, 为全面建设社会主义现代化国家作出更大贡献, 使农村在新时代焕发出更加璀璨的光彩。

参考文献

- [1] 邱钰博. 泗洪县农村电子商务发展研究[D]: [硕士学位论文]. 扬州: 扬州大学, 2019.
- [2] 吕永洁. 直播助农初级模式及其升级路径探析[J]. 当代电视, 2021(9): 26-29.
- [3] 王晨露. 特色生鲜农产品电商销售存在的问题与对策[J]. 南方农机, 2022, 53(14): 127-129.
- [4] 于涵, 汪家擎, 刘晓宇. 乡村振兴背景下生鲜农产品电商发展路径探析[J]. 商场现代化, 2023(24): 26-29.
- [5] 白美娇, 张志研, 王可人, 等. 新质生产力视域下直播电商赋能乡村产业振兴的路径[J]. 河北农业, 2024(8): 21-23.
- [6] 侯巧应. 生鲜农产品电商销售发展策略探究[J]. 广东蚕业, 2024, 58(8): 133-135.
- [7] 范姝慧, 苏波宇. “数商兴农”背景下河南省农产品电商直播发展策略研究[J]. 商场现代化, 2024(17): 35-37.
- [8] 姜晓东. 乡村振兴背景下农产品电商直播营销策略研究[J]. 南方农机, 2024, 55(17): 114-117.
- [9] 闫敏, 邓龙芬. 数字经济背景下直播电商农产品供应链的优化策略[J]. 时代经贸, 2024, 21(9): 38-40.