

乡村振兴战略下直播助农的路径研究

——以江苏省淮安市为例

邵晶晶

南京林业大学人文社会科学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年12月3日; 录用日期: 2024年12月18日; 发布日期: 2025年1月26日

摘要

2019年中央一号文件提出, 发展壮大乡村产业, 实施数字乡村战略, 深入推进“互联网+农业”, 扩大农业物联网示范应用, 实施“互联网+出村进城”工程。2020年中央一号文件强调, 要有效开发农村市场, 扩大电子商务进农村覆盖面, 推动农产品进城、工业品下乡双向流通。随着“互联网+”战略的不断推进, 农村电子商务得到了长足的发展, 并在推动脱贫攻坚及乡村振兴工作中发挥着重要作用。而电商直播作为电子商务发展的一种新的销售模式, 有其独特的发展优势, 其成本低, 效率高、效果好, 能够更好地推动农产品销量及农户收入的增加。

关键词

乡村振兴, 直播助农, 电商, 路径

Research on the Path of Live Streaming Assistance to Agriculture under the Rural Revitalization Strategy

—A Case Study of Huai'an City, Jiangsu Province

Jingjing Shao

School of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Dec. 3rd, 2024; accepted: Dec. 18th, 2024; published: Jan. 26th, 2025

Abstract

In 2019, the No. 1 central document proposed to develop and expand rural industries, implement

文章引用: 邵晶晶. 乡村振兴战略下直播助农的路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 3144-3148.

DOI: 10.12677/ec.2025.141395

the digital rural strategy, deeply promote “Internet plus agriculture”, expand the demonstration application of agricultural Internet of Things, and implement the “Internet plus going out of the village to the city” project. The No. 1 central document of the central government in 2020 emphasized that we should effectively develop the rural market, expand the coverage of e-commerce in rural areas, and promote the two-way circulation of agricultural products into cities and industrial products into the countryside. With the continuous promotion of the “Internet plus” strategy, rural e-commerce has made great progress and played an important role in promoting poverty alleviation and rural revitalization. As a new sales model for the development of e-commerce, e-commerce live streaming has its unique advantages, such as low cost, high efficiency, and good results, which can better promote the sales of agricultural products and increase farmers’ income.

Keywords

Rural Revitalization, Live Streaming to Assist Agriculture, E-Commerce, Pathways

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

随着互联网在农村的不断发展,移动智能手机的普及,2015年农产品电视直播开始兴起,并开展得如火如荼,成为脱贫减贫及推动乡村振兴的重要形式之一,据不完全统计,2018~2019年,阿里巴巴涉农直播20多万场,超过10亿件农产品通过直播输送到6亿消费者手中。2020年疫情期间,央视主持人朱广权联合淘宝主播李佳琦直播带货为湖北助力,仅2h的直播,销售额超4000万元;为了更好地解决因疫情导致的农副产品滞销问题,多地县长、市长也成为“兼职主播”,走进直播间为当地产品“代言”,推动地方经济发展复苏[1]。直播助农为乡村产业振兴提供新动能,开辟新路径,直播助农对农产品多维度、立体化的展示,增强了消费者购买体验,与农业、农民建立的强关联也在不断释放出乡村产业的新价值,有效提升了农民收入。淮南市为了更好地推动直播电商赋能乡村振兴,出台了一系列政策。

2. 江苏省淮安市直播助农进展

2.1. 政策支持与体系建设

淮安市政府积极响应国家乡村振兴战略,出台了一系列扶持政策,鼓励农民和农业企业利用直播电商销售农产品。清江浦区等地还印发了专门的农产品电商培育扶持补贴细则,为参与短视频、直播培训的农业从业者提供补贴基金,针对区内农业公司、新型农业经营主体、家庭农场主及产品电商“新农人”等参与短视频、直播培训的学员,将给予不同额度的补贴基金。

2.2. 直播助农实践

甘露村党总支支委、村委会副主任陈华梅直接将直播间搬到田间地头,推介甘露大米销往全国。除了田间直播,甘露村还通过打造红新直播间。实现了胚芽大米、羊肚菌、草莓等一系列特色农产品线上直播销售,“久逢甘露”品牌影响力持续提升。目前已开展直播10余场,首次直播即累计关注人数达570人次,点赞量超过3.3万次,带动销售2.2万元[2]。积极培养本土主播,通过组织培训、邀请网红主播讲解技巧等方式,提升他们的直播带货能力。一批具有乡村本土特色的网红成功“出道”,在直播前与全国网民见面。

2.3. 电商产业园与产业集聚

建立了多个电商产业园，如清江浦区数字经济产业园、中禧臻选电商产业园管理有限公司等，吸引了一批行业龙头企业相继进驻，带动了本土及周边地区数字经济相关产业的发展。为更好地服务互联网行业发展，清江浦区成立了全市首家网络主播新业态党支部，为白余家商户及关联企业作抖音公益讲座，全力做好互联网企业的“店小二”，营造“互联网+”良好发展环境。

3. 淮安市实施直播助农的意义

3.1. 经济价值

首先，直播助农作为一种新型的农产品销售模式，增加了农民销售的渠道，有利于提高农民的收入。它为农产品提供了一个直观、生动的展示平台，消费者可以通过直播了解农产品的生长环境、种植过程、品质特点等，从而增加购买意愿。直播过程中，主播与消费者的实时互动有助于解答消费者的疑问，增强购买信心，提高转化率；通过直播平台的推广和营销，农产品可以迅速扩大市场份额，提高销售额。比如，车桥镇卢滩村带货芡实，苏嘴镇沙吉村直播吆喝小西瓜，复兴镇朱庄村代言“农村东哥”水果玉米，苏嘴镇大胡村网上叫卖“阳光玫瑰”普通均带来了良好的经济效益[3]。

其次，这种新型销售模式促进了电商、物流等相关产业的发展，农产品通过电商平台销售，需要完善的物流体系和包装服务来支撑。这些相关产业的发展不仅为农产品销售提供了保障，还带动了更多的就业机会和经济增长点。并且通过市场需求反馈，引导农民调整种植结构和销售策略，优化农业资源配置。农民可以根据市场需求选择种植高附加值、受欢迎的农产品，提高农业生产效益。

3.2. 社会价值

直播助农是乡村振兴的重要手段之一。通过直播销售农产品，可以增加农民收入，提高生活水平；还有助于提升农村基础设施建设和公共服务水平，推动农村经济社会全面发展。直播要求农民掌握一定的电商知识、直播技巧和市场营销能力。这促使农民不断学习新知识、新技能，提升自身素质。经此实践，农民可以更加了解市场需求和消费者喜好，有助于调整生产方式和销售策略。助农过程中，农民、消费者、电商平台等多方共同参与，形成了紧密的合作关系。这种合作关系有助于增强社会凝聚力，促进社会和谐稳定。农民还可以通过直播展示乡村文化、民俗风情等特色元素，推动文化传承与创新。消费者通过直播了解乡村文化，可以增进对乡村的认同感和归属感，有助于推动乡村文化的繁荣发展。同时直播助农的蓬勃发展可以吸引大量的大学生回到家乡就业，为大学生面临的在大城市内就业难问题增加更多的地域选择机会，为农村的发展注入新的活力[4]。

4. 淮安市直播电商发展的瓶颈

4.1. 重视程度低

直播电商发展没有列入省对市的考核，市对县也没有将直播电商工作纳入考核范围，考核对于县区政府而言是工作指挥棒，没有考核的工作属于一般性工作，投入的人力和财力相对较少，工作重视程度普遍较低[5]。淮安处于苏北腹地、产业、科技、人才基础较弱，电商主要群体以内贸消费电商为主，大多由传统贸易商转型而来，税收贡献率不高，列统较少，因此大部分县区政府不重视电商，对电商发展没有产业规划和产业政策。

4.2. 产业基础弱

目前，我市产业布局整体较为分散，集聚程度偏低，各县区产业主导型不强，特色不鲜明。全市产

业发展规划上,存在县域间协同不足、内容重复、产业链条短,而且多数处于产业链下游,龙头企业和产业链上下游配套企业较少,其次是产业深度融合不够,科技创新能力不足,产品附加值较低,核心竞争力不强,未能形成特色鲜明的产业链上下游配套企业较少,其次是产业深度融合不够,科技创新能力不足、产品附加值较低,核心竞争力不强,未能形成特色鲜明的产业集群,品类主要是中间产品,缺乏终端产品,而淮安电商企业主要还是以消费电商为主,产业和电商之间缺乏融合点,导致电商企业在淮安缺乏供应端[6]。

4.3. 产业环境弱

电商企业发展存在四个瓶颈,一是招人难和留人难,淮安目前的产业结构和薪资水平很难留住中高端人才,四通八达的高铁和高速反而导致了人才的虹吸效应,电商企业培养好的人才,很容易就跳槽到了苏南[7]。二是找商品难,淮安自身缺乏产品制造的基础,也缺乏产品贸易流通的基础,大部分的电商企业需要花时间去外地选品,这也导致了有些电商企业外移。三是融资难,这两年,地方银行开始针对电商企业有了一些融资政策,但整体而言还是门槛高、体量有限,国资平台的金融创新热情不高,淮安本地电商企业融资渠道和模式相对单薄。四是场地难,我市目前的政府平台场地,大多为科技孵化楼宇,捆绑了人才和科技指标,也有工业园区提供场地,捆绑开票销售和税收要求,我市电商企业主要以消费品销售为主,场地难求为办公和仓配一体,故多数企业租用工业厂房改造,企业布局零散,未能形成集聚。

5. 淮安市直播电商赋能乡村振兴的主要策略

5.1. 紧扣电商发展目标,强化组织保障措施

制定县区、部门联动的联席会议制度,并出台切实可行、有力的产业引导政策,重点围绕电商物流园区、电商特色产业园区发展拟定工作目标任务,并结合特色园区的产值、电商贡献度、税收贡献等内容,建立健全考核办法,引导电商销售业绩和税收留淮[8]。积极助力乡村振兴,进一步完善县域电商服务体系,引导电子商务服务企业建立县域服务机构,辐射带动乡村电子商务产业发展。

5.2. 调整优先招商模式,完善电商产业链条

围绕淮安现有的物流资源赋能,放大电商企业的链条属性,结合电商企业承载的上下游产业数据和消费数据,从终端产品的下游往上延伸,通过由政府引导变成政府主导投资建设基础设施,出台优惠孵化政策,招引一批带动力强的知名电子商务企业落户淮安,构建特色产业园,让电商成为助力我市产业集群发展的重要动力,更大力度推动实体经济和网络经济相融合[9]。比如淮安的第三仓主要是美妆和宠物用品,下一步主要是围绕电商的上下游,招引制造企业、仓配企业、销售企业形成混合业态产业园,进一步提升园区契合度和税收贡献度。

5.3. 整合人才服务资源,实现电商人才双招双引

结合我市当前人才政策实际,从对淮安产业实际需求和对本地产业贡献度上优化,整合市委组织部人才办和人社局等部门相关人才政策标准,将对本地产业贡献大的电子商务运用管理、短视频运营、直播等人才,纳入市级人才标准,并享受相关人才政策。其次从便于企业人才培养手续申报出发,进一步简化人社部门负责的技能人才留淮和培育政策申报流程和审批手续,实行不见面申报审批,让人才补贴金落到实处,提升企业人才培养动力,促进电子商务高质量发展。

5.4. 围绕现有物流优势,夯实电商产业发展基础

结合当前淮安电商企业发展需求和园区现有空置厂房、仓库情况,建设电商小微产业园,引导电商

企业集聚发展[10]。其次是结合淮安物流基础优势,规划高标仓配组合企业办公和高标厂房为主的大型电商物流集聚区,建设一批以加工、现代仓配、展销展示、办公等为特色的电商产业园区,进一步夯实电商发展基础。

参考文献

- [1] 雅茹,王来喜.数字经济视域下直播助农赋能乡村产业发展的策略研究[J].乡村论丛,2024(4):112-117.
- [2] 吴双,李瑞.乡村振兴背景下直播助农的现实困境与破解路径研究——以陕西省为例[J].新闻研究导刊,2023,14(7):18-21.
- [3] 胡煜子.乡村振兴背景下直播助农的路径探析[J].中国商论,2023(13):24-26.
- [4] 唐博文,吴文璟.乡村振兴背景下助农直播的优化路径——以抖音网络红人“天志”为例[J].新闻前哨,2024(8):46-48.
- [5] 赵美琛,苏雷.农村电商直播助力产业发展模式研究[J].电子商务,2020(5):13-14.
- [6] 韩笑笑,高美玲.“助农直播”背景下农业电子商务的发展探究[J].广东蚕业,2020,54(4):102-103.
- [7] 覃伟赋.乡村振兴背景下农民农产品电商直播创业存在的问题及对策[J].农村经济与科技,2022,33(1):131-133.
- [8] 宋雨惠.农产品直播带货的整合传播策略研究[D]:[硕士学位论文].保定:河北大学,2021.
- [9] 卫姝霖.乡村振兴背景下直播电商助力产业振兴的路径研究[D]:[硕士学位论文].武汉:华中师范大学,2022.
- [10] 郝岩.乡村产业振兴背景下网络直播的问题与对策研究[D]:[硕士学位论文].济南:山东师范大学,2023.