

乡村振兴背景下农产品直播电商发展路径研究

林琳

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年1月9日; 录用日期: 2025年1月24日; 发布日期: 2025年2月28日

摘要

农产品直播电商为乡村振兴注入了全新活力, 能够显著提升农产品销售, 促进乡村产业、文化、人才与生态振兴。然而, 农产品直播电商面临着直播内容同质化、监管体系不完善、缺乏品牌意识及优秀人才匮乏等困境。对此, 应当推进农产品直播电商差异化运营, 打造具有本土特色的农产品品牌, 健全相关法治体系和监管体系, 培育农产品直播电商人才, 从而进一步激发农产品直播电商发展潜力, 为乡村振兴战略的深入实施提供有力支撑。

关键词

乡村振兴, 农产品直播, 发展路径

Research on the Development Path of Live Agricultural Products E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Lin Lin

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jan. 9th, 2025; accepted: Jan. 24th, 2025; published: Feb. 28th, 2025

Abstract

Live agricultural products e-commerce has injected new vitality into rural revitalization, can significantly improve the sales of agricultural products, and promote the revitalization of rural industry, culture, talent and ecology. However, agricultural products live e-commerce is facing the dilemma of homogenization of live content, imperfect supervision system, lack of brand awareness and lack

of outstanding talents. In this regard, we should promote the differentiated operation of agricultural live streaming e-commerce, build agricultural products brands with local characteristics, improve the relevant legal system and regulatory system, and cultivate agricultural live streaming e-commerce talents, so as to further stimulate the development potential of agricultural live streaming e-commerce, and provide strong support for the in-depth implementation of the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Revitalization, Live Broadcast of Agricultural Products, Development Path

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

全面推进乡村振兴是解决农业农村农民问题的重大战略决策，是解决城乡发展不平衡问题的必然要求。农产品直播电商不仅能够有效促进农产品的市场拓展与销售增长，进而提升农户的经济收益，而且在推动乡村产业升级、文化振兴、人才引进及生态环境保护等方面展现出显著效能，是推进乡村振兴的重要抓手与全新动力。然而农产品直播电商作为一种新兴业态，仍具有诸多亟待解决的问题，如内容同质化、缺乏监管和品牌意识淡薄等。因此，深入分析农产品直播电商的价值意蕴与现实困境，并提出具有针对性的农产品直播电商发展路径，对于促进农产品直播电商行业的可持续发展，助力乡村全面振兴，推动中国特色社会主义现代化建设与中华民族伟大复兴具有重要的现实意义。

2. 农产品直播电商的价值分析

2.1. 促进农产品销售

农产品直播电商为农产品销售拓宽渠道。一方面，农产品直播电商凭借直观性、互动性和实时性的优势，使农产品成功获得“出圈”机会[1]。农产品直播不仅生动直观地呈现了农产品的原生态风貌，增强了消费者的感官体验与信任感，还通过实时互动机制，有效拉近了生产者与消费者之间的距离，促进了信息的深度交流与需求的精准对接，从而让农产品在激烈的市场竞争中脱颖而出，赢得了更为广泛的市场认可与青睐。另一方面，网红与明星作为桥梁，巧妙地将个人魅力与农产品的独特价值相融合，构建了一种新颖且富有吸引力的消费情境。农产品直播电商巧妙地运用了网红与明星的营销策略，通过邀请这些自带庞大粉丝基础与社会影响力的公众人物参与直播活动，充分利用其粉丝经济的强大效应，为农产品带来了前所未有的关注热潮与销售增长。网红与明星做“带货主播”不仅显著提升了农产品的市场曝光率与知名度，还借助粉丝群体的情感共鸣与消费冲动，有效转化为实际的购买行为，从而大幅度增加了农产品的销售量。

2.2. 推动乡村产业振兴

乡村产业振兴是增强农业农村内生发展动力的源泉，是全面推进乡村振兴的基础和关键。农产品直播电商凭借现代化信息技术的高效运用，依托于受众广泛的网络直播平台，实现了多方资源的优化配置与高效整合，进而有力地促进了乡村产业的全面振兴与发展。一方面，农产品直播电商有助于带动农业多元化、特色化与智能化发展。农产品直播电商通过精准匹配市场需求，促进农业产业升级与产品多样

化,实现农业的多元化发展。在此基础上,强调农产品地域特色与文化内涵的挖掘与展示,增强了农产品的差异化竞争力,推动农业特色化发展。同时,借助大数据、人工智能等现代信息技术,农产品直播电商实现了农业生产的智能管理和精准营销,加速了农业的智能化进程。另一方面,农产品直播电商促进乡村产业结构优化。农产品直播电商不仅促进了农业发展,还能推动包装业、运输业、制造业等乡村产业发展,有利于农业经济形成规模化经营[2],不断升级与完善农业产业链,提高农业生产的效率和质量。此外,通过直播电商平台,乡村地区可以引入更多的外部资源和投资,发展乡村旅游、手工艺品等特色产业,有助于丰富乡村经济的产业结构,提高乡村经济的整体实力和竞争力。

2.3. 推动乡村人才振兴

人才是乡村振兴的第一资源,推动乡村人才振兴是实现全面乡村振兴的题中应有之义。目前,乡村人才短缺是阻滞乡村振兴战略深入实施与取得实质性进展的关键问题之一。乡村地区普遍面临青壮年劳动力外流严重的问题,导致本地人才资源严重不足,而且由于教育资源分配不均、职业发展机会有限等因素,乡村难以吸引和留住外部优秀人才,进一步加剧了人才短缺的状况。农产品直播电商催生了包括直播主播、电商运营、物流配送、农产品加工等多个环节的就业岗位。这些新兴岗位不仅为乡村居民提供了多样化的就业选择,还以其相对灵活的工作模式和较高的收入潜力,有效吸引了年轻人回流农村、反哺家乡,给年轻人提供了就业创业的平台与机会[3]。年轻人才带着创新思维、市场敏感度和互联网技能进入乡村,不仅为乡村经济注入了新的活力,也促进了乡村产业结构的优化升级,为乡村振兴战略的深入实施提供了重要的人才支撑。

2.4. 推动乡村文化振兴

乡村文化振兴是乡村振兴的铸魂工程。文化为乡村的全面振兴提供源源不断的精神滋养与动力,引领着乡村社会风貌的焕然一新。农产品直播电商不仅能够有效地促进农产品的销售流通,还在一定程度上成为推动农村地区文化交流与传统传承的重要桥梁,极大地丰富了农村地区的精神生活画卷。农产品直播既是对农产品的线上销售获得经济利益的过程,同时也是传播地域文化特色的重要传播行为[4]。农产品直播在展示农产品质量与特色的同时,将农村的传统习俗、手工艺、乡土故事等多元文化元素,通过直播的镜头生动展现给广大观众,唤醒了外界对农村文化的浓厚兴趣与关注,也激发了农村居民对自身文化身份的认同感与自豪感。农产品直播带货不仅实现了物质财富的积累,更促进了文化资本的增值,为农村地区的精神文明建设注入了新的活力与内涵,使得乡村文化的传承与发展在现代化进程中焕发出别样的光彩。

2.5. 推动乡村生态振兴

乡村生态振兴是乡村振兴的重要支撑,良好的生态环境为农业的蓬勃发展、农村的欣欣向荣以及农民的富足生活提供了强有力的生态保障。农村电商发展能够通过促进农业绿色生产、提高农村信息化程度两条途径提高农业生态环境质量[5]。一方面,农产品直播电商的兴起促使乡村农户更加注重农产品的品质与安全性,倾向于采用更加环保、可持续的农业绿色生产方式,如减少化肥农药的使用,推广有机耕作与生态农业实践,不仅有助于保护乡村土壤与水源,减少环境污染,还促进了生物多样性的保护与恢复,为乡村生态环境的改善提供了强有力的内在动力。另一方面,农产品直播电商的发展提升了农民的数字技能与媒介素养。农民可以利用信息技术获取最新农业科技、环保政策与市场信息,增强对绿色生产重要性的认识,更好地掌握环保型农业技术的操作要点,提高农业生产的环境适应性和可持续性,进一步促进农业生态环境的良性循环。

3. 农产品直播电商面临的困境

3.1. 农产品直播电商内容同质化

农产品直播的主播群体主要由农民构成，他们虽具有丰富的农业知识，却在直播技巧的精进与营销策略的运用上显得力不从心。由农户主导的电商直播内容局限于采摘、加工和展示农产品信息[6]，直播内容趋于单调，难以有效吸引观众的目光。而且，农产品直播电商领域内存在着显著的模仿效应：一旦有某位主播或直播间凭借其特色脱颖而出，便会有一波追随者竞相模仿，这不仅加剧了直播内容与形式上的同质化趋势，也极大地削弱了行业的创新活力。与此同时，农产品直播电商的蓬勃兴起吸引了大量资本的涌入。资本的介入虽在一定程度上推动了行业的快速发展，但也在无形中为直播内容的创作设置了诸多限制，使得直播活动愈发倾向于商业化运作，而失去了原本应有的创新与个性色彩。消费者在面对单调且缺乏新意的直播内容时，往往会感到枯燥乏味，甚至产生抵触情绪。此外，随着社会的不断发展，消费者的需求也在不断变化，更加追求个性化、差异化的产品和服务。同质化的直播内容无法精准对接消费者需求，不利于农村经济的可持续发展。

3.2. 农产品直播电商监管体系不完善

农产品直播电商当前面临着监管体系不完善的问题，不仅制约了行业的健康发展，也影响了消费者权益的有效保障。首先，相关法律法规不健全。针对农产品直播电商的专门法律法规尚不完善，相关法规对平台经营者与主播的责任界定划分尚未进一步厘清[7]。其次，监管手段和技术相对落后，难以适应农产品直播电商快速发展的需求。现有的监管没有实现与大数据和人工智能等先进技术的深度融合，在面对农产品直播电商的线上化、即时化、碎片化特征时显得力不从心，难以实现对直播内容的实时监控、交易数据的动态分析以及潜在风险的及时预警。再次，监管职责划分不明确。农产品直播电商的监管涉及多个部门，如农业、市场监管、商务等，但各部门之间的职责划分不明确，导致在实际操作中容易出现监管空白和重复监管的问题。最后，农产品直播电商监管中存在执法力度不足的问题。由于电商直播行业的快速发展及其特有的线上、即时、跨地域特性，现有的监管资源和手段往往难以全面覆盖和有效应对。同时，部分监管人员对新业态的理解不足、专业技能有限，以及监管技术手段的相对滞后，导致在实际执法过程中，对于违法违规行为的查处不够及时、有力，难以形成足够的威慑力。

3.3. 农产品直播电商缺乏品牌意识

品牌对于提升产品附加值、增强消费者忠诚度以及构建差异化竞争优势具有重要作用。农产品直播电商普遍存在着品牌建设意识淡薄的现象，不仅制约了农产品直播电商的长期发展潜力，也削弱了其在市场竞争中的优势地位。由于传统农业生产经营模式的影响、教育资源分配不均与信息传播渠道有限，农民往往更多地关注农产品的产量与短期经济效益，接触品牌管理、市场营销等现代商业知识的机会较少，导致其在品牌建设方面的知识储备不足。多数农产品经营者往往经营各种农产品，涉及品牌种类繁多，并没有把建设农产品品牌当作自身长远发展的目标[8]。多数农产品直播电商缺乏品牌定位和故事，忽视品牌形象塑造，缺乏品牌宣传和推广，缺乏长期品牌建设规划，缺乏对于品牌内涵的深度挖掘和精准定位，未能有效整合农产品地域特色、文化内涵以及消费者需求等要素，形成具有独特辨识度和市场影响力的品牌形象，限制了农产品直播电商的长期发展。

3.4. 农产品直播电商人才匮乏

人才短缺导致直播内容创新不足、营销策略单一、消费者体验欠佳等一系列连锁反应，严重影响了农产品直播电商的竞争力与可持续发展能力。首先，农产品直播电商缺少优秀的直播人才。目前，农产

品直播的主播主要为素人农民、网红或明星以及政府官员，但是农民缺少直播技巧，政府官员的引领效应大过经济效应，网红与明星的佣金高昂[9]，具备网络技术、直播技巧、营销策略、农业知识等多方面能力的直播人才在农村地区严重不足。其次，农产品直播电商人才流失严重。由于农村地区相对滞后的经济发展状况、有限的职业发展空间以及相对匮乏的生活配套设施，导致众多具备专业技能和丰富经验的直播人才纷纷流向经济更为发达、机会更加多元的城市地区。最后，农产品直播电商人才培养体系与激励机制不完善。在培训体系方面，缺乏系统化、专业化且针对性强的培训课程，导致新入职人员难以迅速掌握农产品知识、直播技巧及电商运营策略，而现有从业者则难以获得持续的职业成长与技能更新。在激励机制层面，农产品直播电商行业普遍存在着薪酬结构单一、晋升通道不明朗、绩效评价体系不健全等问题，不仅难以吸引并留住顶尖人才，还容易挫伤现有员工的工作积极性与创造力，导致人才流失率居高不下，行业内部动力不足。

4. 农产品直播电商的发展路径

4.1. 推进农产品直播电商差异化运营

农产品直播电商差异化运营能够使农产品直播在千篇一律的同类直播中脱颖而出，提高农产品的市场辨识度，激发消费者的兴趣与购买欲望，为农产品销售开辟新的增长点与发展空间。一方面，精准捕捉并呈现农产品的独特卖点与核心价值。农产品直播可以通过强调农产品的产地优势、品质特点与背后的文化故事，提升农产品对消费者的吸引力，与消费者建立情感共鸣，建立并巩固消费者对农产品的认同与忠诚。另一方面，将农产品直播内容与农耕生活相融合，与美丽乡村相连接[6]。农产品直播中通过实时、生动地展示真实的农民劳作情景，使消费者得以全方位、深入地了解农产品的种植、采摘、加工乃至包装的全过程，建立起对农产品的深厚信任和依赖。此外，农产品直播可展示乡村独特的生态环境和自然景观，融入乡村的传统手工艺、民俗活动、节庆习俗等文化元素，使消费者身临其境般地感受到乡村的宁静与美好。农产品直播差异化运营不仅极大地丰富了农产品直播的内容与层次，更在无形中提升了农产品的附加值，使其超越了单纯商品的概念，成为承载着乡村文化记忆与情感价值的特殊商品。

4.2. 打造具有本土特色的农产品品牌

通过品牌塑造，农产品可以更容易地被消费者识别与记忆，进而形成稳定的消费群体与市场份额。农产品生产者与经营者应当对具有地方优势的特色农产品进行品牌化打造与运营[10]。首先，要全面而深入的调研与分析地方特色农产品，明确其地理优势、品质特性、文化内涵及市场需求，基于调研结果进行品牌定位与差异化策略的制定，确定品牌的核心价值、目标消费群体及品牌形象等，形成独特的品牌识别度。其次，需注重产品质量控制与供应链管理，确保地方特色农产品的品质稳定与供应安全，以提升产品的市场竞争力。再次，利用多元化渠道推广品牌。农产品生产者与销售者可以充分利用现代数字媒体的强大传播力，通过精心策划与制作短视频内容，在诸如抖音、快手等短视频平台上积极推广其品牌，借助平台的算法推荐机制，精准触达目标消费群体，有效提升品牌知名度和市场认知度。农产品生产者与销售者还应在各大社交媒体平台上，如微博、微信、小红书等，积极发布与品牌相关的信息，通过社交媒体平台的互动功能，与消费者建立更为紧密的联系。最后，持续关注市场动态与消费者反馈，灵活调整品牌策略与运营方式，不断优化产品与服务，保持品牌的活力与竞争力，以应对市场变化与竞争挑战。

4.3. 健全法律体系和监管体系

健全农产品直播电商的法律体系和监管体系是保障农产品电商行业健康发展的重要举措，能够为农

产品直播电商提供明确的法律指导,使得农产品直播电商行业有法可依、有章可循,有效遏制行业内的违法违规行。首先,完善农产品直播法律法规。针对农产品直播电商的独特业态特征与运营模式,在现有法律框架的基础上,进一步制定或修订完整而系统的法律体系,明确经营者的资质要求、产品质量标准、广告宣传规范以及各部门监管责任等,为农产品直播电商的可持续发展奠定坚实的法治基石。其次,加强行业自律和诚信体系建设。行业协会要不断制定完善网络直播行业规范,切实规范和约束行业行为[11]。农产品电商应建立完善的农产品质量把控体系,确保销售的农产品符合相关标准和规定。平台应运用人工智能、大数据等技术手段加强对直播内容的监管,及时发现和处理违规行为。最后,加强消费者保护与维权。建立农产品直播电商消费者保护机制,为消费者提供高效便捷的投诉举报渠道,并且加强对消费者投诉举报的处理力度,确保消费者的合法权益得到及时维护。此外,加强对消费者的权益教育,提高消费者的自我保护意识和能力。

4.4. 培育农产品直播电商人才

加强农产品直播电商的人才培育不仅有助于提升农民和农业从业者的直播销售技能,拓宽农产品销售渠道,促进农民增收,还有助于改善农产品品牌形象,提升消费者体验与满意度,并且能够为乡村振兴提供源源不断的人才支撑。培育农产品直播电商人才,首先应秉持一种宏观统筹的思维方式,对现有的行业人才需求进行科学合理的分级划分,打破原有的专业和学科界限[12]。农产品直播电商人才培育体系应涵盖农产品营销、电子商务、直播技术、供应链管理等多个关键领域,注重培养人才的综合素质与实践能力,以更好地适应快速变化的行业环境与市场需求。其次,注重本土人才培养。提升农民设计个性化服务场景、提高观赏性和趣味性、增强实时互动等方面的能力[13]。再次,高校可以增设农产品直播电商相关的课程,帮助学生了解行业趋势、掌握直播技巧和销售策略。农产品电商企业可以与高校合作,为大学生提供实习岗位,让他们在实践中学习直播电商的运营和管理。最后,政府可以出台相关激励政策,引导和鼓励具有电商知识和技能的大学生加入农产品直播电商行业,例如为大学生在农产品直播电商领域的创业提供补贴和税收减免,降低其创业成本,激发大学生群体的创新活力与创业热情,为农产品直播电商行业注入更多新鲜血液与专业力量。

5. 结语

农产品直播电商虽然近年来取得了显著的发展与成长,在推动农产品销售、促进农业产业升级以及增强农村经济发展活力等方面发挥了显著作用,但是其面临的问题不可忽视。内容同质化、缺少品牌意识、人才短缺等多方面的挑战不仅考验着农产品直播电商行业的整体运营水平与市场适应能力,也对其能否实现长远、稳健的发展构成了关键性的制约。为充分释放农产品直播电商赋能乡村振兴的潜力,未来仍需社会各界共同努力,农民积极学习与掌握直播技能,农产品经营商主动打造特色农产品品牌,电商平台与直播平台加大对农产品直播电商的审核与约束,政府完善农产品直播电商相关法律法规并出台相应的激励政策,形成推动农产品直播电商可持续发展的多元协同格局。

参考文献

- [1] 邹良影,叶听蕉. 新媒体时代农村电商直播现象探析[J]. 传媒, 2023(4): 78-80.
- [2] 曾麟朝,马丹丹. 直播电商支持乡村振兴的机理与策略:以经济视角研究[J]. 商业经济研究, 2023(2): 95-98.
- [3] 王志和.“直播+电商”如何助力乡村振兴[J]. 人民论坛, 2020(15): 98-99.
- [4] 刘宗义.“互联网+”背景下农产品直播带货发展路径研究[J]. 农业经济, 2022(8): 138-140.
- [5] 陈苏,崔凯玲,潘丹. 农村电商发展的“绿水青山”效应:来自县域的证据[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2024(6): 112-124.

-
- [6] 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.
- [7] 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.
- [8] 咎梦莹, 王征兵. 农产品电商直播: 电商扶贫新模式[J]. 农业经济问题, 2020(11): 77-86.
- [9] 王建设. 乡村振兴背景下农产品直播带货的发展路径[J]. 传媒, 2023(11): 68-70.
- [10] 袁宇阳, 张文明. 社会资本视角下乡村直播带货的困境及其破解[J]. 中国流通经济, 2021, 35(10): 74-81.
- [11] 胡宇晗, 王黎. 乡村振兴背景下发展农产品直播带货的思考与对策[J]. 价格理论与实践, 2022(4): 185-188+208.
- [12] 徐思凡. 从“助力”到“赋能”: 新媒体时代农村电商人才培育策略研究[J]. 农业经济, 2024(10): 140-142.
- [13] 曾亿武, 马长江, 李丽莉, 郭红东. 直播电商与农产品上行价值重构: 机理与实现路径[J]. 农业经济问题, 2022(2): 108-117.