

直播助农驱动乡村振兴的价值、问题及其对策

汪 航*, 陈 长#

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月7日; 录用日期: 2025年3月26日; 发布日期: 2025年4月24日

摘 要

直播助农是在数字经济蓬勃发展形势下助推乡村振兴的重要途径之一。直播助农的勃兴为农村发展建设提质增效, 是新质生产力助推农业农村现代化的生动实践。本文结合当前乡村情境中的直播助农实践, 探讨直播助农驱动乡村振兴的多维价值意蕴、现实问题以及应对策略。研究发现, 直播助农驱动乡村振兴以助推乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴为价值彰显; 在直播助农驱动乡村振兴已经取得了一定的成效的同时, 一些阻碍直播助农效能发挥的问题开始凸显, 具体表现为专业人才缺乏、基础设施建设不完善以及品牌意识薄弱等等; 基于此, 需要加强人才培养、强化基础设施建设以及品牌塑造, 为直播助农驱动乡村振兴注入强劲动力。通过探讨直播助农驱动乡村振兴的价值、问题及其对策, 对建设产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的和美乡村有一定指导意义。

关键词

农村电商, 直播助农, 乡村振兴

The Value, Problems and Countermeasures of Live Streaming for Agricultural Assistance Drive Rural Revitalization

Hang Wang*, Zhang Chen#

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 7th, 2025; accepted: Mar. 26th, 2025; published: Apr. 24th, 2025

Abstract

Live streaming for agricultural assistance is one of the important ways to boost rural revitalization

*第一作者。

#第二作者。

文章引用: 汪航, 陈长. 直播助农驱动乡村振兴的价值、问题及其对策[J]. 电子商务评论, 2025, 14(4): 1692-1699.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1441060

under the booming digital economy. The rise of live streaming for agricultural assistance has enhanced the quality and efficiency of rural development and construction. It is a vivid practice of how the new-quality productive forces are driving the modernization of agriculture and rural areas. This paper, in combination with the current practice of live streaming for agricultural assistance in rural areas, explores the multidimensional value connotations, practical problems, and coping strategies of how live streaming for agricultural assistance drives rural revitalization. The study finds that the value of live streaming for agricultural assistance in driving rural revitalization is reflected in promoting the revitalization of rural industries, talents, culture, ecology, and organizations. While certain achievements have been made in driving rural revitalization through live streaming for agricultural assistance, some problems that hinder the effectiveness of live streaming for agricultural assistance have begun to emerge, specifically manifested as a lack of professional talents, imperfect infrastructure construction, and weak brand awareness, among others. Based on this, it is necessary to strengthen talent cultivation, reinforce infrastructure construction, and enhance brand shaping to inject strong impetus into driving rural revitalization through live streaming for agricultural assistance. By exploring the value, problems, and countermeasures of live streaming for agricultural assistance in driving rural revitalization, this paper provides certain guiding significance for building a harmonious and beautiful countryside with prosperous industries, livable ecology, civilized rural customs, effective governance, and affluent living standards.

Keywords

Rural E-Commerce, Live Streaming for Agricultural Assistance, Rural Revitalization

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

近年来,随着科技技术的不断发展,技术的应用场景也随之逐渐拓展到乡村。在“数商兴农”政策背景下乡村直播行业异军突起,为农产品销售开辟出一条全新路径。在数字经济形势下农民积极拥抱数字技术,农民开始利用手机开展直播宣传、销售农副产品,手机已然成为了不同于传统农具的新农具[1]。直播助农新模式摆脱了传统的地域区隔的限制,将副产品的市场拓展到全国各地,甚至是海外市场,提高乡村农产品的知名度与销售额。直播助农通过数字化手段,塑造了全新的农产品产销模式,促进乡村产业融合与高质量发展,为建设新时代和美乡村以及助力农民增收富裕提供了切实可行的发展路径。2023年中央一号文件明确指出,要“全面推进乡村振兴”“深入实施数字乡村发展行动”。2024年中央一号文件提出,实施农村电商高质量发展工程,推进县域电商直播基地建设,发展乡村土特产网络销售。同时2025年“中央一号”文件明确指出,为全面推进乡村振兴要推动农村电商高质量发展。直播助农作为乡村振兴经济增长的新引擎,激活了现有农村电子商务系统,以产业融合和高质量发展,不断为乡村现代化发展注入活力[2]。电商直播助农作为一种新兴的农产品产销方式,为乡村农产品的销售提供了新的机遇,从多维度为全面推进乡村振兴提质增效。

2. 文献综述

信息化的不断发展为乡村振兴提供了有力保障,直播助农的农产品产销模式则为乡村脱贫致富带来新出路。目前学界对直播助农的相关研究成果较为丰富,学者从不同的研究视角探讨直播助农的价值、实践以及提升策略。具体来看,以乡村振兴为价值导向的直播助农研究聚焦在主体层、工具层、效果层

三个维度。在主体层主要关注直播的农民主体、政府主体[3]以及专业直播带货机构的带货行为方面研究, 在研究中探讨以农民为主体的直播助农带货为核心议题, 剖析在直播助农模式下对农民主体社会资本的提升[4]以及农产品产销策略的转变[5]。在工具层主要以数字技术为核心关注, 尤其探讨以直播平台为直播助农的关键联结点塑造的数字交互场景对供需双方的重要作用[6]。在效果层学界从经济、社会、文化等多维角度阐释直播助农对乡村社会的结构性重塑, 聚焦直播助农对乡村振兴以及乡村现代化发展积极作用[7]。可以看出目前学界的研究成果十分丰硕, 为理解以乡村振兴为价值导向的直播助农产销模式提供了思路。然而, 直播助农作为一种助力乡村振兴的新的经济策略手段, 在实践层面还存在诸多亟待解决的问题。因此本文在明确直播助农的价值基础上, 研究如何提升直播助农的实际效果以更好助力乡村振兴, 具有十分重要的现实意义和理论意义。

3. 直播助农驱动乡村振兴的内在价值

助农直播推动乡村产业振兴是其核心要义。在数字经济背景下直播助农作为区别于乡村传统产销模式的新途径, 其内在价值同乡村振兴战略的核心内涵有天然的高度契合。基于此, 直播助农驱动乡村振兴内在价值就在于直接推动产业、人才、文化、生态、组织振兴。

3.1. 直播助农促进乡村产业振兴

数字经济背景下直播助农推动农村产业结构升级转型, 以产业融合及其高质量发展重塑了乡村产业形态[8]。第一, 通过助农直播可以助推产业升级转型, 优化农业产业结构、调整农业产业布局。通过直播平台塑造了一个让农业主体同消费者互动交流的数字情景空间, 使得农户得以打破地域区隔的限制向消费者展示农产品的生产过程、产品特点等等, 以此吸引更多的消费者甚至是企业合作。一方面, 农户通过直播间的平台面板统计数据、直播互动交流等形式了解到消费者对相关农产品的偏好, 以此为基础, 农户可以及时调整自身的农产品生产结构。譬如, 调整生产农副产品的种类、种植面积以及加工方式满足消费者的个性化需求, 增强消费者的付费意愿; 另一方面, 从市场需求侧出发, 通过直播农户可以敏锐地捕捉到市场对相关产品的实际需求。基于此, 农户可以淘汰相关的落后产能, 将人力、物力以及相关营销策略集中于特色农业产业中。特别是基于市场导向, 通过直播助农提高本地特色农产品的知名度, 集中力量打造本地农产品品牌, 提高产品的市场价值并将其转化为经济效益, 为乡村产业振兴注入强大的推动力。

第二, 以产业链塑造推动产业融合发展。农产品在电商直播助力下, 形成了一条以农产品销售为核心的现代产业链。该现代产业链通过线上线下的相互支撑和配合, 形成了线下种植收购、烘干加工、分拣打包、销售发货的供应链体系, 以及线上产品展示、情景体验、互动反馈评价以及数据宣传推广的需求端数字经济产业链体系。同时带动助农直播的发展也带动了包装、印刷、装卸、仓储、运输、快递和物流配送等整个物流产业链的发展。目前在直播助农途径下农产品交易通过现代化手段进行, 通过产业供应链、需求端数字经济产业链以及物流产业链塑造, 形成了互为补充、互为支撑的局面。

更为关键的是, 在农产品原产地进行直播可以让观众通过数字平台感受乡土生活、文化, 以乡土情感培育感召消费者进行乡村旅游, 以此带动乡村产业的融合升级。以农业发展积极推动制造业、产品加工业等第二产业发展, 不断以乡村特色文化产业积极培育诸如乡村特色旅游业等第三产业的健康发展, 为乡村产业兴旺, 乡村富裕, 乡村和美提供源源不断的产业经济动能。

3.2. 直播助农促进乡村人才振兴

乡村人才振兴是乡村摆脱贫困走向富裕的基本要求, 通过直播助农可以激活乡村人才发展引擎。首先, 在数字经济时代与直播相关智能设备和数字技术能为乡村农民赋能, 提高农民的数字素养。通过直

播助农将传统靠天吃饭的农民, 打造为灵活运用“直播 + 农产品 + 电商”销售模式的新农人。其次是直播助农得到政策的大力支持, 如 2023 年 8 月, 商务部等九部门联合发布《县域商业三年行动计划(2023~2025 年)》提出“加强与直播平台的合作, 开展直播带头人技能培训, 激发农村直播电商创业就业热潮”。该文件的颁布使得在外务工年轻劳动力开始往农村回流, 甚至吸引一批大学生、乡村能人、企业家等人才回到乡村加入到创业中来, 这无疑提升了乡村振兴的人才密度, 促进了就业创业。同时, 为当地农业发展带来更多更新的技术与知识, 既提高了农产品的质量与竞争力, 也在无形中帮助农村人口提高其素质, 为乡村振兴以及乡村现代化发展提供了人才支撑。最后, 乡村能人、农业秀才直播, 特别是通过直播传递农村农业技术的乡村秀才直播, 可以推动提高乡村高质量发展, 便捷农民农业知识学习, 提升农民人力资本[9]。直播助农这一新的农产品销售模式所带来的人才虹吸效应, 不仅增加了农民经济收入、提供更多的就业岗位, 更以人才不断加入到乡村振兴工作中弥补了乡村振兴工作中的人才缺口, 为乡村带来无限可能, 为乡村振兴注入源源不断的人才活力。

3.3. 直播助农促进乡村文化振兴

助农直播通过技术平台塑造了一个围绕农产品销售的数字化即时交互场域, 借助该场域所具有的高交互性、高参与性、高传播率特性融入乡村文化内涵, 在助农直播间讲述农产品背后的故事, 了解产品的历史由来、制作工艺、名人轶事[10]。第一, 通过直播间主播以“第一视角”展示当地的传统民俗文化、风土人情, 不仅激发了深埋在观众血脉中的乡土情感提高了农产品的成交率, 并且生动展现了乡村文化艺术的无限魅力, 使得乡村文化得以进入大众视野, 促进乡村文化自信繁荣; 第二, 在直播过程中“农民主播”在相同账号、相同时间段、相同场地向观众展示自然风光、乡土民俗, 这种体验式与陪伴式的直播方式, 促进观众对乡村文化的认同感, 使根植于优秀农耕文明中的乡土传统文化在新时代焕发光彩, 更好地保护和继承乡村优秀文化遗产, 助推乡村文化振兴; 第三, 农民借助直播间创新乡村文化的传播、表达形式, 通过小红书、抖音等直播平台进行乡村文化创新, 输出独具乡村文化特色直播内容。这不仅使得乡村文化得以传承延续, 还使得农产品具有一定的文化烙印, 塑造出独一无二的具有乡村文化基因特色品牌, 提升农产品的文化价值, 展现乡村文化底蕴。因此深入挖掘乡村文化内涵、为直播助农销售新模式注入文化基因, 是乡村文化振兴的必然要求。

3.4. 直播助农促进乡村生态振兴

生态振兴是乡村振兴的题中之义, 是农村可持续发展的基本要求和必要条件。直播助农促进乡村生态振兴的作用主要体现在两方面: 一是促进产业升级转型, 发展乡村绿色产业, 实现乡村产业生态化。以直播助农为契机, 在乡村乘势发展绿色产业、摆脱乡村传统的污染型产业。同时借助直播助农提高乡村资源流通率和资源利用效率, 带动乡村数字经济发展, 促进了农业数字化、绿色化、低碳化转型, 进而改善农村生态环境; 二是以乡村资源禀赋为基础打造循环生态经济, 实现乡村生态产业化。主播助农依托当地特有田园景色以及乡土文化通过直播间进行展示, 将乡村景色与宁静传递给城市居民, 激发城市居民的旅游体验欲望, 以此为突破口发展乡村生态旅游业。观众通过线上观看感受和线下实际体验感受乡村独特韵味, 提高乡村经济收入, 在乡村好风光通过直播顺利变现的同时, 又将生态经济收入涵养乡村生态。通过直播助农打造绿色生态乡村, 让乡村环境更宜居、产业更绿色、经济更有韧性, 进一步促进乡村生态振兴, 为乡村的可持续发展创造良好条件。

3.5. 直播助农促进乡村组织振兴

直播助农作为数字经济与乡村振兴深度融合的创新模式, 正通过“流量变现”重构乡村组织生态。

在直播助农的过程中组织充分发挥引领作用,同时直播助农也使得乡村组织得以振兴。在数字经济形势下,直播助农为乡村发展提供了不可多得的机遇,以直播助农为契机农村基层党组织、乡党委书记以及村支书积极加入到直播助农的行列中,真正发挥出基层党组织的战斗堡垒作用和党员干部的先锋模范作用。借助组织的保障和影响力进行助农直播提升观众的信任度,进而提高了农产品的成交率。同时农村基层党组织为顺应农村电商的发展积极直播助农新模式,因地制宜地探索出“农户+合作社+支部+电商”的发展模式,整合乡村资源,以组织能力建设促进乡村组织振兴,为乡村振兴提供组织保障。

4. 直播助农驱动乡村振兴的现实困境

直播助农作为数字经济形势下畅通农产品“产-播-销”链条的新模式,助推乡村农产品与市场进行深度链接,提高市场销售额。并以此为契机助推乡村产业、人才、文化、生态以及组织振兴,从而多维度地为乡村振兴赋能、为乡村高质量、可持续发展注入强劲动力。但是,直播助农作为一种新兴的农产品销售模式仍处在快速发展时期,在实际运行层面尚存在一些问题影响其效能的发挥。

4.1. 助农直播专业人才缺乏、综合素质不高

农村直播助农的农产品销售模式,其目的在于拓展产品市场、提振乡村经济势能,以农村产业高质量发展带动乡村振兴。在直播助农的整个运行链条中需要大量的专业人才作为支撑,就目前乡村直播助农的现状看,虽然直播助农培育和吸引了一定的人才回归乡村,但是直播专业人才缺乏的问题较为突出,难以保证乡村直播助农模式稳定可持续发展。一方面,从直播助农的过程环节上看,从最开始的市场分析、选品、策划运营、售后服务以及技术保障等等环节缺乏专业人才把关,导致的直接后果就是直播各环节间配合尚不流畅,一旦某个环节出现问题,其直播效果就难以保证;另一方面,直播助农的关键人物为“主播”,但是在农村进行直播助农带货的主播多为农户,其综合素质尚有提升空间^[11],包括语言表达能力、肢体表达能力、氛围营造能力、卖点捕捉、情感维护能力等。其能力不足最终导致个人形象塑造不鲜明,缺乏辨识度;直播内容同质化严重,形式单一、缺乏创新^[12];营销策略单一,难以抓住观众眼球。最终,这些问题导致农产品成交率不高,甚至影响农户直播热情。

4.2. 基础设施配套不完善

直播助农作为数字经济时代促进乡村发展的新模式,其健康发展离不开相关的基础设施保障其稳定运行。与其他的产业相比而言,直播电商行业对配套的基础设施要求高尤其是互联网基础设施。首先,进行直播需要较为齐全的技术设备才能保障直播效果,与此同时还需要较为稳定的网速支持,但相较于城市来说乡村网络基站建设稍显不足、技术设备尚不齐全,因此导致直播间卡顿、观众迅速流失,也因此直播助农的效果大打折扣;其次,直播助农还需要较为成熟的物流链体系,包括仓库建设、冷链配送等等。尤其是乡村产品多是生鲜产品对物流的时效性要求很高,加之乡村地理位置较为偏远,目前,乡村基础设施的建设尚不能充分保障直播助农发挥其作用。

4.3. 品牌意识不足

在直播助农的过程中以“农户”为助农直播主体的“主播”,品牌意识不足,导致直播助农的经济效应尚未得到充分发挥。首先,在直播过程中主播在进行农产品推广时,只注重农产品本身卖点,没有对相应的农产品注入相关的文化要素、情感要素进行品牌内容的塑造。这也就导致了用户的粘性较低,用户在进行一次购物之后,很有可能因为该农产品没有品牌名、品牌包装以及品牌内核而将该产品淡忘,不利于该农产品的持续销售和培养忠实的品牌追随者;第二,农产品的品牌意识不足直接导致农产品附

加值不高, 冲击中高端市场乏力, 农产品经济转换率较低。同时, 也不利于农户寻求相关企业合作, 建立稳定的客源。第三, 忽略品牌声誉的维护, 导致各种假借乡村农产品知名销售假冒伪劣产品, 损害乡村农产品的口碑, 减低消费者的信任感。

4.4. 各主体之间合作不紧密、利益分配失衡

在直播助农的不仅是一种新的销售体系, 并且还是一种新的经济业态, 其促进乡村各产业发展, 为乡村振兴提质增速。但是, 在直播助农的各参与主体之间合作尚不紧密, 参与方之间的关系错综复杂, 缺乏统筹协调, 没有形成强大的合力助推直播助农良好运行。在乡村农户、商家、直播平台、合作社等由于目标不一致, 常常导致良好的合作机制难以达成。同时, 直播助农所产生的经济分配上难以一致, 出现利益分配失衡的问题。特别是直播助农是一种新的业态, 在直播的上下游环节往往被分走不小的利润, 而辛苦种植、培育农产品的农户得到的收益与付出不协调。

4.5. 直播监管体系尚不完善

直播助农作为一种新兴农产品销售模式, 在快速发展过程中为乡村经济腾飞注入活力的同时也给市场监管带来了监管挑战。第一, 由于市场经济具有天然的逐利性, 在直播行业中存在部分创作者和商家为追求不当利益, 通过直播进行虚假宣传, 以直播伪装自己打造虚假人设、以直播包装产品销售劣质产品, 甚至挂羊头卖狗肉欺骗消费者, 导致消费者利益受损。第二, 一些主播为吸取流量, 提高直播变现能力毫无道德底线, 利用直播间传播低俗文化、扭曲价值观, 诱导大众进行冲动消费, 对社会道德风尚造成冲击; 第三, 直播监管的相关主体合作水平尚有待提高。在线上主要依托平台监管, 线下则以相关政府部门监管为主。但二者之间尚未形成线上线下联动的监管机制, 导致部分不法创作者和商家钻空子, 腐蚀良好的直播风气。

5. 直播助农驱动乡村振兴的提升策略

直播助农作为驱动乡村振兴的新模式, 为保障其功能、效用的发挥必须结合实际情况进行提升以更好服务国家战略, 为建设产业兴旺、产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的和美乡村注入新的动力。

5.1. 明确农民主体地位, 培养复合型直播新农人

在乡村进行直播的主体是农民, 不仅如此直播助农的核心目的也是为了农民增收致富。农民不仅是农产品的生产者, 也成为了利用手机等技术设备进行农产品直播带货的新农人。明确农民的主体地位, 才能找准人才发展方向。最重要的是为农民赋能, 提升农民的人力资本, 将农民培养成复合型人才。一是政府要加强政策引导和资金支持, 积极举办助农直播培训班, 提供直播技能、市场分析、视频剪辑以及销售能力等方面的专门培训。在具体操作层面, 政府可以引导开设阶梯式“直播新农人”培训课程。例如, 在初级阶段开设时长为一个月的基础班, 分享基础手机拍摄、短视频剪辑、直播话术等内容; 在提高阶段开设时长为 2 个月的进阶班, 负责分享数据分析、粉丝运营、直播场景搭建等中阶技能; 在高级阶段开设时长为 3 个月的定制班, 主要分享针对特色农产品设计营销方案等内容。同时, 建立“线上 + 线下”双通道培训模式, 即每周开展 2 次线下实操工作坊。在线上搭建微信小程序学习平台, 以提供碎片化课程。此外, 还可以设立专家在线答疑通道。二是强化外部合作学习, 积极与高校、直播职业培训机构合作, 共同培养直播专业人才。三是打造一批有特色、有辨识度的优质助农主播, 以点带面形成积极的引领示范作用, 加强交流学习促进直播技能提升。同时, 要加大人才引进力

度, 出台优惠政策, 吸引外地优秀电商人才进入乡村发展, 诸如大学生、退役军人、乡村能人等等, 为乡村带来更多新鲜血液。

5.2. 加强基础设施建设, 推动网络物流合理布局

第一, 要加强农村现代化信息化建设。虽然在当今时代互联网已基本普及, 但与城市相比尚且不能满足直播需求, 因此需要加大资金投入, 进一步强化乡村互联网基础设施建设, 建设满足直播需求的农村直播基站, 提升农村网络质量和速度。同时, 发展农村公共互联网服务体系, 建设电商服务站点。例如, 相关政府职能部门引导各乡镇建设标准化服务站, 配备电脑、打印机、包装材料等基础工具。同时, 服务站提供免费代运营、产品检测、资质认证服务与快递企业签订保底合作协议。第二, 可适时规划建设农村直播助农基地, 将直播场地规划至固定地点, 以标准化建设满足直播需求; 第三, 加大投入建设现代智慧物流体系, 提高农村物流基础设施建设水平[13]。要结合直播助农所具有的产品“上行”特征, 以数字化手段打造数字物流, 投资建设物流园区、快递服务站尤其是保鲜冷链设施建设, 通过物流设施建设提升物流效率。

5.3. 文化为品牌赋能, 促进农产品品牌建设

农产品进行品牌建设是扩大其经济效益的必然选择。现今, 电商平台的助农直播间难以计数, 农产品市场竞争激烈, 激烈的价格竞争、形式多样的营销策略, 使得农产品只有走品牌化建设战略, 才能提升自身的市场辨识度、市场价值、市场占有率。进行品牌建设的关键在于质量与文化两方面。一方面, 要想进行品牌建设, 必须保证产品的高质量, 这是农产品品牌建设的根本, 以此才能收获市场的认可、消费者的信赖以及积攒品牌声誉; 另一方面, 要积极运用乡村特色文化进行农产品品牌塑造, 为农产品注入灵魂。以乡村独特的田园风情、人文风俗设计独特的品牌名称、品牌包装尤其是塑造独特的品牌价值。同时, 围绕品牌价值, 以品牌故事打造独一无二的品牌形象, 走差异化经营策略, 提升农产品的附加值以及寻求稳定的市场合作。在具体操作层面来看, 首先, 相关政府职能部门邀请民俗专家团队, 为每个乡镇特色农产品提炼 1 个核心文化故事, 通过讲好品牌故事, 赋予农产品文化灵魂。其次, 为农产品举办“品牌命名大赛”, 发动农民群众的想象力, 打造具有地方特色的品牌标识。并基于此设计多套包括传统纹样以及现代极简风格特色包装方案。最后, 进行农产品 IP 运营推广, 开发系列文创周边, 比如节气主题礼盒以及农耕文化等盲盒。同时邀请非遗传承人参与品牌代言, 并拍摄品牌故事短视频吸引顾客关注。

5.4. 强化主体间协同合作, 优化利益分配策略

在主体间协同合作维度, 要建立基于信任的合作机制, 强化政府的引导作用, 不同的主体基于自身优势各司其职, 发挥系统合力[14]。政府营造一个健康的营商环境, 农户、电商平台以及 MCN 机构在其中大展拳脚, 其主要通过数据共享、服务标准的共同建立来强化主体间协作。同时, 可以设立直播产业协同发展基金来强化主体间协作、利益共享以及风险共担。在利益分配策略上, 在保障农户收益的基础上, 可将流量转化率、复购率等指标与收益关联保证按贡献公平分配, 实现对利润的合理配置, 促进多方共赢。例如, 政府引导多方参与制定含术语规范、售后响应等多项指标的《直播服务标准》以及按口感、外观等指标分级建立《农产品分级认证体系》。同时, 在多方主体间提高供应链协同效率, 实现库存、物流数据实时共享。

5.5. 加强直播助农监管, 完善监管体系建构

首先, 要相关政府部门要加强行业法律法规制定, 以法制力量约束直播中的乱象。同时, 相关部门

要加强监管力度,从自身职能出发严格执法。例如,在具体操作层面,建立主播黑名单制度,违规3次永久禁入,将严重违规行为纳入征信系统以及对监管不力平台扣减年度税收返还。其次,对于直播助农模式更应该强调平台监管的作用。直播平台应充分地利用自身的技术、管理优势,强化对助农直播中的虚假浮夸、低俗引流的不当行为进行监管。最后,加强对以“产品质量”为核心的监管,这是助农直播监管的核心。主要从加强农产品质量监管、加强价格监管和信息透明、加强内容监管三方面,建构产品溯源体系倒逼行业自律。通过围绕“政府-平台-产品”监管体系的建构,为直播助农的健康环境护航。

6. 结论

在数字经济蓬勃发展形势下,直播助农作为电商进农村推动乡村振兴的深刻实践,为乡村现代化、高质量发展以及农民富裕注入强劲动能。直播助农作为农村新兴的农产品销售模式,不仅仅代表着一种新业态,更是农村发展思维转变的根本体现,是一位位乡村建设者的智慧结晶,对乡村振兴的价值不言而喻。但是,也要看到直播助农其中存在的问题,需要找到症结,对症下药,发挥出直播助农驱动乡村振兴的效用。本文的不足之处在于,理论分析框架以及实证研究较为欠缺,还需通过三角验证将直播助农的价值、问题以及对策进行系统总结,以期全面推动乡村振兴、构筑乡村现代化发展阵地、助力打造产业兴旺以及农民富裕的和美乡村贡献力量。

参考文献

- [1] 王瑞峰. 电商赋能农民共同富裕的演进逻辑、理论动因与实现机制[J]. 当代经济管理, 2023, 45(7): 8-17.
- [2] 王志和. “直播 + 电商”如何助力乡村振兴[J]. 人民论坛, 2020(15): 98-99.
- [3] 刘瑞一. 官员助农直播的经验沉淀与问题纠偏[J]. 电子政务, 2024(3): 117-124.
- [4] 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.
- [5] 吴雨妹, 李东晓. 网络联结与在地发展: 乡村直播中生产要素与商品的流动效应[J]. 中国农村观察, 2025(2): 147-168.
- [6] 陈卫洪, 耿芳艳. 网络营销赋能农村产业发展的机制研究——新媒体平台“直播 + 短视频 + 商城”助农案例及其分析[J]. 农业经济问题, 2023(11): 118-131.
- [7] 陈义涛, 赵军伟, 刘茜. 乡村振兴战略下助农直播价值共创机制研究——基于消费者视角的实证分析[J]. 价格理论与实践, 2024(1): 80-84.
- [8] 廖敏伶, 李明. 短视频、直播平台赋能乡村振兴: 实践探索、现实困境及优化路径[J]. 海南大学学报(人文社会科学版), 1-9.
- [9] 李明德, 张收鹏. 农技短视频赋能乡村全面振兴的有效路径[J]. 人民论坛, 2025(3): 56-59.
- [10] 丁和根, 陈袁博. 数字新媒介助推乡村文化振兴: 传播渠道拓展与效能提升[J]. 中国编辑, 2021(11): 4-10.
- [11] 何阳. 新农业背景下农产品网络直播营销模式对乡村振兴的影响[J]. 农业经济, 2024(2): 131-133.
- [12] 刘艺璇, 刘庆华. 新媒体平台“直播 + 短视频”助农现状、问题与实践优化研究[J]. 新闻爱好者, 2024(9): 85-86.
- [13] 葛梅, 白丽, 曹君瑞. 乡村振兴战略下农产品电子商务发展问题与策略研究[J]. 农业经济, 2023(8): 118-121.
- [14] 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.