

农产品直播电商的演进逻辑、 现实困境与突破路径

胡赛赛

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年2月23日; 录用日期: 2025年3月6日; 发布日期: 2025年4月8日

摘要

在数字化浪潮与政策扶持的加持下, 农产品直播电商迅速崛起, 已然成为推动乡村振兴战略实施的重要力量。然而, 其发展进程中也暴露出诸多问题。产品质量受自然条件和生产技术影响, 难以标准化, 引发需求侧信任危机; 偏远地区物流配送存在困境, 电商直播内容同质化严重、形式单一, 且专业直播人才稀缺, 极大地限制了行业发展。为实现可持续发展, 需构建完善的质量追溯与标准体系, 优化农村物流配送网络, 鼓励直播内容创新并加强人才培养, 为农产品直播电商注入持久动力。

关键词

农产品直播电商, 现实困境, 突破路径, 乡村振兴

The Evolution Logic, Realistic Dilemmas and Breakthrough Paths of Live-Streaming E-Commerce for Agricultural Products

Saisai Hu

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Feb. 23rd, 2025; accepted: Mar. 6th, 2025; published: Apr. 8th, 2025

Abstract

With the impetus of the digital wave and policy support, the live-streaming e-commerce of agricultural products has risen rapidly and has become an important force in promoting the implementation of the rural revitalization strategy. However, many problems have also emerged during its

development process. The quality of products is affected by natural conditions and production technologies, making it difficult to standardize, which has triggered a trust crisis on the demand side. There are difficulties in logistics and distribution in remote areas. The content of e-commerce live streaming is severely homogeneous and the forms are monotonous. Moreover, there is a shortage of professional live streaming talents, which greatly restricts the development of the industry. In order to achieve sustainable development, it is necessary to establish a complete quality traceability and standard system, optimize the rural logistics and distribution network, encourage innovation in live streaming content, and strengthen talent cultivation, so as to inject lasting impetus into the live-streaming e-commerce of agricultural products.

Keywords

Agricultural Product Live-Streaming E-Commerce, Real-World Dilemmas, Breakthrough Approaches, 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

随着数字技术的快速渗透与乡村振兴战略的深入推进，直播电商逐渐成为农产品流通模式革新的核心驱动力。当前，我国农村电商发展势头强劲，2024 年中央一号文件明确提出“实施农村电商高质量发展工程”，政策红利持续释放。与此同时，5G、AI 等技术重构了农产品交易场景，直播电商通过突破时空限制，将农产品生产、加工、销售等环节直观呈现给消费者，实现从田间到餐桌的直连，大幅缩短供应链并降低中间成本。然而，农产品直播电商在快速扩张的同时，也面临质量监管缺位、物流设施滞后、内容同质化等现实困境。本文旨在系统梳理其演进逻辑，解构发展痛点，并提出突破路径，为行业可持续发展提供理论与实践参考。

2. 文献综述

国内学者对农产品直播电商的研究集中于营销模式、政策支持及技术应用等方面。在营销模式方面，有学者指出农产品短视频直播带货内容质量参差不齐，存在创意和专业性不足、真实性难保证、同质化严重等问题，应深化内容创新，如加强农产品知识普及、引入创意元素与互动环节等提升直播吸引力[1]。姚洪珊提到农产品电商直播销售存在产品质量和溯源、物流配送、主播专业性与诚信度等问题，建议建立严格质量控制体系、优化物流配送网络、提升主播专业素养和诚信意识[2]。在政策与发展方面，有学者认为政府应加强监管，制定相关政策和标准，保障消费者权益，同时电商平台应提供更多支持和服务。

国外在农产品数字化营销领域的研究多聚焦于供应链优化与消费者信任构建。研究聚焦于欧美“Farm-to-Table”模式中的数字化创新，强调利用数字技术优化农产品供应链，提升农产品质量追溯能力，比如有的学者研究指出通过先进技术实现农产品从农场到餐桌全程信息透明，增强消费者信任[3]。不过，国内外研究均对政策适配性、可持续性运营关注不足。国内研究多围绕当下突出问题提出应对策略，而国外研究侧重于成熟数字化模式的经验分享，未来需进一步加强对农产品直播电商长期发展机制及政策精准适配的研究。

3. 发展现状与特征

3.1. 发展现状

农产品直播电商，作为新兴商业模式，已成为农产品销售重要渠道。近年来，农产品直播电商的市场规模持续扩张。互联网普及、移动设备广泛应用，促使农产品电商直播市场规模与用户数量双双增长，众多农民与农业企业投身其中，各电商平台也大力推动。以 2024 年为例，全国农村和农产品网络零售额分别达 2.49 万亿元和 0.59 万亿元，增速超网零总体[4]。直播形式日益多样，除传统带货，互动问答、场景体验等新型模式不断涌现，增强趣味性与互动性，提升消费者认知与购买意愿。例如部分主播会在直播中设置问答环节，解答消费者对农产品种植、营养价值等方面的疑问。

3.2. 发展特征

从发展特征视角审视，农产品直播电商呈现出三大显著态势。其一，市场规模扩张强劲。随着互联网全方位普及以及移动设备的深度渗透，消费者线上购物倾向日益凸显，为农产品直播电商构筑起广阔的成长空间。援引艾媒咨询数据，2020 年中国农产品直播电商市场规模攀升至 3000 亿元，预估到 2025 年将成功跨越 8000 亿元大关。其二，参与主体多元协同。农户能够借助直播平台，生动展现农产品的种植、养殖细节，增强产品可信度；网红主播、明星凭借自身影响力，拓宽农产品销售版图；电商企业与农产品加工企业则依托供应链、品牌等优势，全方位推动农产品线上流通。其三，营销模式创新迭代。在传统产品展示、讲解及促销基础上，创新性地融入社交营销等模式，借助社交媒体的传播效能，实现口碑传播与裂变式营销，主播与观众实时互动，极大提升消费者购买意愿。

4. 农产品直播电商现实困境的多维解构

4.1. 产品质量与标准化困境

农产品生产受自然条件、种植技术、管理水平等多因素影响，难以达成标准化与规模化生产模式，致使产品质量呈现较大离散性。例如，不同产地的同种水果，在甜度、口感及外观等品质特征上存在显著差异。在直播销售场景下，消费者实际收到的产品与直播间所展示的样本之间，易出现较大偏差，这无疑会引发消费者对产品质量的信任危机[5]。

我国农产品质量监管体系尚处于完善阶段，缺乏严格统一的质量检测标准以及行之有效的监管手段。部分不良商家受利益驱使，采取以次充好、虚假标注产品信息等不正当手段谋取利润，而监管部门由于现有体系的局限性，难以及时察觉并惩处此类违规行为。此外，农产品质量追溯体系建设进展缓慢，消费者难以获取产品从生产源头到销售终端的完整信息链条，无法对产品质量进行全方位、全流程的有效监督。

4.2. 物流配送困境

农村地区物流基础设施建设相对薄弱，物流网点在地理空间上的覆盖程度较低，特别是在偏远山区，快递服务难以实现全域覆盖。诸多乡村区域尚未设立快递站点，致使村民在邮件的收取与寄发过程中面临诸多不便，这不仅显著增加了物流活动中的经济成本，还大幅延长了时间成本[6]。如此状况，不仅会对消费者的购物体验造成负面影响，还在很大程度上限制了农产品电商直播业务的市场拓展范围。

农产品具有易腐坏、保鲜周期短暂的特性，故而对冷链物流服务有着较高的需求。然而，现阶段我国冷链物流行业发展相对滞后，资源在区域间的分布呈现出失衡态势，多数农村地区的冷链设施处于匮乏状态。相关数据表明，我国农产品在冷链环境下的流通比率与发达国家相比存在较大差距，大量农

产品在运输及储存过程中因缺乏完善的冷链保障而发生腐损，由此造成了严重的经济损失[7]。此外，高昂的冷链物流成本进一步压缩了农产品的利润空间，极大地影响了电商直播从业者的积极性与参与度，对农产品电商直播行业的可持续发展构成了阻碍。

4.3. 直播内容与人才困境

当前，农产品电商直播领域存在内容同质化现象，呈现出较为严峻的态势。大多数主播在直播过程中，仅对农产品的外观进行常规展示，且在价格介绍方面也流于表面，直播内容普遍缺乏创新性与深度挖掘[8]。他们未能充分探寻农产品所蕴含的深层次故事以及独特的文化内涵，致使直播内容难以对消费者产生持续的吸引力，无法有效维系消费者的关注度。更为严重的是，部分主播为追求流量与关注度，采取夸大农产品功效、进行虚假宣传等不当手段。此类行为不仅严重侵害了消费者的合法权益，还对整个农产品电商直播行业的生态环境造成了极大的破坏，扰乱了市场秩序。

农产品电商直播行业的健康发展，高度依赖既精通农业专业知识，又熟悉电商运营模式与直播技巧的复合型专业人才[9]。然而，农村地区由于教育资源相对匮乏，在培养此类复合型人才方面面临诸多困难与挑战。与此同时，农村地区的工作环境、薪资待遇等方面与城市相比存在明显差距，这使得农村地区在吸引外部专业人才流入时面临较大阻碍。人才的短缺直接导致农产品电商直播的运营水平难以提升，营销策略也较为单一，严重制约了农产品电商直播行业的创新发展进程，阻碍了行业向更高层次迈进。

5. 农产品直播电商持续发展的突破路径

5.1. 强化产品质量与标准化建设

农产品质量是直播电商发展的核心，相关部门应建立严格的农产品质量追溯体系，利用物联网、区块链等技术，对农产品从种植、养殖到加工、销售的全过程进行信息记录与跟踪。如山东省政府联合技术公司开发了基于区块链技术的“寿光蔬菜”质量追溯平台，在直播过程中，主播可实时扫描产品二维码，向消费者展示从种植到运输的全过程数据，消费者也能通过手机 APP 清晰了解农产品的产地环境、施肥用药情况、采摘时间、加工流程等信息，实现产品质量的全程可追溯，极大增强了购买信心[10]。这一模式为农产品质量追溯提供了有效范例，确保消费者能获取真实、全面的产品信息，提升对农产品质量的信任度。

推动农产品标准化进程，政府相关部门联合行业协会、农业科研机构等，制定统一的农产品分级、包装、质量标准。以安吉白茶为例，当地政府联合电商平台，通过直播展示安吉白茶的采摘、制茶过程，结合当地的竹海风光和禅茶文化，打造了独具特色的品牌，同时注重标准化生产，提升了产品品质和市场竞争力[10]。标准化生产不仅有助于提高农产品质量稳定性，还能提升品牌形象，促进农产品直播电商的可持续发展。

5.2. 优化物流配送体系

农村物流基础设施的完善是农产品直播电商发展的重要支撑。加大对农村地区道路建设的投入，改善交通条件，提高大型运输车辆的通行能力。同时，大力发展冷链物流，鼓励社会资本投资建设农村冷链设施，如冷库、冷藏运输车辆等，以满足生鲜农产品对运输温度 and 环境的特殊要求，政府可通过专项基金支持冷链物流技术研发与设备更新，提高冷链物流的智能化水平，降低运营成本。同时，整合冷链物流资源，建立区域冷链物流联盟，实现资源共享与协同运作，提高冷链物流的配送效率。如广东省农业农村部门与物流企业合作，在主要消费区域建立了一系列智能化前置仓，配备物联网感应设备和 AI 控制系统，可根据直播销售数据实时调整库存和温度，订单生成后能自动选择最近的前置仓进行配送，大

幅缩短了配送时间，降低了农产品损耗率[10]。

优化物流配送流程，提高配送效率。物流企业应加强信息化建设，利用大数据、物联网等技术实现物流信息的实时跟踪和管理。同时，建立高效的配送团队，提高配送人员的专业素质和服务意识。例如，一些物流企业推出的“定时达”“冷链专送”等服务，满足了消费者对农产品配送时效性和新鲜度的需求。此外，还应完善物流售后服务，及时处理物流过程中的问题，提升消费者的购物体验[11]。

5.3. 创新直播内容与培育专业人才

丰富直播内容是吸引消费者的关键。主播应突破传统的产品介绍模式，融入更多元素。主播应自觉挖掘农产品背后的故事、文化内涵，创新直播内容形式。比如，结合当地的农耕文化、民俗传统，开展特色农产品直播活动。在直播中，主播不仅介绍农产品的特点与优势，还讲述农产品的种植历史、传统种植方法以及与当地文化的渊源，增加直播的趣味性与文化底蕴[12]。同时，利用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术，为消费者提供沉浸式的购物体验，如通过 VR 技术让消费者仿佛置身于农产品种植基地，直观感受农产品的生长环境。

专业人才是农产品直播电商发展的重要保障。政府、高校和企业应加强合作，建立多元化的人才培养体系。一方面，政府可将直播技能培训纳入相关政策实施范畴，整合资源，联合高校、培训机构等专业力量，在农村地区开设常态化的直播营销培训课程依托农村职业教育体系，邀请行业专家、资深主播进行授课，不仅要涵盖直播操作技巧，还要包括营销策略、内容创作、数据分析等专业领域，帮助农户构建系统化的直播运营思路，培养本土专业人才[13]。另外一方面，直播平台也可定期开设直播学院，聘请经验丰富的主播担任导师，通过线上线下相结合的方式，提供全流程的直播运营指导。

6. 结论与展望

6.1. 结论

农产品直播电商作为数字化与乡村振兴融合的创新实践，已从新业态发展为农村经济转型升级的重要动力。然而，农产品直播电商发展中面临诸如产品质量受自然和技术影响，标准化程度低，监管不完善；农村物流基础设施差，冷链不足，影响生鲜农产品流通；直播内容同质化，缺乏文化与技术创新，复合型人才短缺等问题。针对这些问题，本文提出了强化质量追溯与标准化，利用区块链等技术构建透明体系，提升产品溢价；优化物流网络，政府与社会资本协同完善冷链设施，借助智能化提升配送效率；推动内容创新与人才培养，挖掘农产品文化价值，运用 VR/AR 技术，构建“政校企”联动的人才孵化机制等突破路径。这些路径不仅回应了现实痛点，更从制度、技术与文化维度为行业可持续发展注入新动能。

6.2. 展望

未来，农产品直播电商的发展将呈现三大趋势：其一，技术驱动下的模式革新。随着 5G、AI 与元宇宙技术的普及，直播场景将进一步虚实融合，消费者可通过沉浸式体验深度参与农产品生产全流程，推动“云种植”“云养殖”等创新模式落地。其二，政策与市场的协同深化。政府需加强顶层设计，完善农产品电商标准体系与数据安全法规，同时通过税收优惠、金融支持等手段激发市场主体活力；电商平台则需强化社会责任，构建公平透明的交易环境。其三，全球化与本地化并行的市场拓展。在国内市场趋于饱和的背景下，依托跨境电商平台推动特色农产品“出海”，同时深耕区域文化 IP，打造差异化品牌，形成“一村一品”的生态格局。我们要抓住这些机遇，在技术、制度与文化的共振中开辟新路径，为乡村振兴与农业现代化提供持久动力。

参考文献

- [1] 王鹏远, 高利雯. 农产品短视频直播带货现状和改进措施研究[N]. 中国食品报, 2024-06-07(007).
- [2] 姚洪珊. 直播电商行业现状、问题与未来发展策略探讨[J]. 现代营销(信息版), 2020(5): 63-65.
- [3] 郑阳阳, 梅林峰, 刘瑞峰. 农业数字化转型的国际经验、本土实践和政策启示[J]. 世界农业, 2025(1): 18-30.
- [4] 洪涛. 2024 中国农产品电商发展报告[M]. 北京: 中国商业出版社, 2024: 30-35.
- [5] 杜敏. 数字经济背景下农产品电商直播营销的策略[J]. 农业开发与装备, 2024(12): 136-138.
- [6] 陆婷婷. 农产品直播电商营销模式优化对策研究[J]. 商场现代化, 2024(17): 75-77.
- [7] 黄有志. 农产品直播电商营销模式优化策略[J]. 全国流通经济, 2024(22): 24-27.
- [8] 赵美, 戴馨. 农产品直播电商的发展现状、现实困境和路径选择[J]. 商场现代化, 2025(4): 45-47.
- [9] 吴年飞. 数字经济时代直播电商促进乡村振兴的策略研究[J]. 全国流通经济, 2025(1): 28-31.
- [10] 邢耀华. 乡村振兴背景下农产品电商直播营销策略研究[J]. 农业开发与装备, 2025(1): 82-84.
- [11] 何瑞杰. 乡村振兴背景下直播电商助力生鲜农产品营销发展研究[J]. 现代营销(下旬刊), 2025(2): 56-58.
- [12] 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.
- [13] 杨长忠, 谭潇. 乡村振兴战略下农产品直播电商的发展模式与挑战研究[J]. 中国商论, 2024, 33(23): 73-76.