

乡村振兴背景下农产品 直播电商发展的问题 与应对策略

朱 倩

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年3月14日; 录用日期: 2025年3月27日; 发布日期: 2025年4月30日

摘 要

乡村振兴战略是党的十九大提出的推进农业农村现代化、实现城乡融合发展的重要决策部署。随着互联网的普及和电子商务的快速发展,直播电商已成为农产品销售的新渠道。同时,由于之前公共卫生事件的影响,农产品直播电商的形式由于市场的时效性较好,被越来越多的人所接受。在全国脱贫攻坚的大背景下,利用直播电商帮助贫困地区销售农产品已成为一种流行的农产品销售方式,而直播商品的活力也在不断增强,未来可能成为全国农产品销售的重要渠道。为此,国家已逐步实施相关政策,支持和鼓励电商平台的发展。在乡村振兴战略的大背景下,本文深入研究分析农产品直播电商发展对积极推进乡村振兴战略的实施具有重要的理论意义和现实意义。

关键词

乡村振兴, 农产品, 直播电商, 问题, 应对策略

Problems and Countermeasures of the Development of Live Streaming Agricultural Products E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Qian Zhu

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

Received: Mar. 14th, 2025; accepted: Mar. 27th, 2025; published: Apr. 30th, 2025

Abstract

The rural revitalization strategy is an important decision and deployment proposed at the 19th National Congress of the Communist Party of China to promote agricultural and rural modernization and achieve integrated urban-rural development. With the popularization of the Internet and the rapid development of e-commerce, live streaming e-commerce has become a new channel for agricultural product sales. At the same time, due to the impact of public health events, the form of live streaming e-commerce of agricultural products has been accepted by more and more people because of the timeliness of the market. Against the backdrop of the national poverty alleviation campaign, using live streaming e-commerce to help impoverished areas sell agricultural products has become a popular way of selling agricultural products, and the vitality of live streaming products is constantly increasing, which may become an important channel for national agricultural product sales in the future. To this end, the country has gradually implemented relevant policies to support and encourage the development of e-commerce platforms. In the context of the rural revitalization strategy, this article conducts in-depth research and analysis on the development of agricultural product live streaming e-commerce, which has important theoretical and practical significance for actively promoting the implementation of the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Revitalization, Agricultural Products, Live Streaming E-Commerce, Problems, Countermeasures

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

在新媒体飞速发展的时代，电商直播已经逐渐成为网络营销的重要方式之一，农产品直播作为其中不可缺少的一个组成部分，为农业的发展以及农民的增收做出了巨大贡献。网络直播在形式上不仅是营销方式的创新，也是传播方式的变革，对现阶段农业发展的传播模式产生了重大影响[1]。在全民越来越倾向于网络购物的环境下，利用互联网推动农产品销售方式的转型升级为乡村振兴奠定了坚实的基础，推进农产品从实体经营向电子商务方向发展，既拓宽了农村发展的渠道，又激发了农村发展的潜能[2]。农产品电商直播作为一种新兴的销售模式，在乡村振兴中发挥着重要作用，然而，农产品直播电商在发展过程中也面临诸多问题，例如人才短缺、物流不便捷、管理秩序混乱和创新性不足等。本文将对这些问题进行深入分析，并针对相关问题提出应对策略，以此为农产品直播电商往后的健康发展提供一定参考。

2. 农产品直播电商发展概况

2.1. 农产品直播电商的定义与特点

农产品电商直播是指通过网络平台和直播技术，将农产品的生产、加工、品质、特色等信息以视频、音频、图片、文字等形式展示给消费者。同时利用直播间的互动功能，与消费者进行实时沟通、咨询、订购、支付等环节，实现农产品的在线销售的一种营销模式。农产品电商直播的主体包括农民、乡村合作

社、农村的小微企业、电商平台、政府以及社会的一些组织等。

稳步发展的农产品直播电商具有以下特点：第一是低成本，农产品电商直播不需要建设实体店铺，只需要利用手机、网络、直播软件等设备和工具，在农田、果园、养殖场等地进行直播，节省了中间环节的费用，降低了农产品的流通成本，提高了农产品的价格优势和竞争力。第二是高效率，农产品电商直播可以实现农产品的即时展示和销售，缩短了农产品的销售周期，提高了农产品的流通效率，避免了农产品的滞销和损耗，增加了农产品的利用率和价值。第三是广覆盖，农产品电商直播可以突破地域、时间、空间的限制，将正在销售的农产品信息传递给广大消费者，扩大农业市场的规模和数量，促进农产品的销售和农民的收入[3]。第四是强互动，农产品电商直播可以利用直播间的评论、点赞、打赏、抽奖、红包等功能，与消费者进行实时的互动和沟通，增强了农产品的吸引力和感染力，提升了消费者的购买意愿和忠诚度。

因此，越来越多的消费者开始喜爱直播购物的方式，并享受这种在线的购物体验。

2.2. 农产品直播电商的成效与进步

近年来，随着互联网的普及和发展，以及公共卫生事件的影响，农产品电商直播这一模式迅速兴起和发展，成为农业农村发展的新亮点和新动力。据《2024 年中国农产品电商发展报告》显示，2024 年，全国农产品电商直播的主播数量达到了 150 万人，直播间的观看人数超过了 10 亿人，直播带货的交易额甚至超过了千亿。

而农产品直播电商的巨大成效体现在“主流媒体 + 社会各界”这一点上。2020 年，我国央视栏目推出大型助农直播节目，央视新闻主持人朱广权，人称“段子一哥”和淘宝主播李佳琦同时亮相直播间，代表湖北销售农产品热干面、洪湖藕等，两人在节目中金句频出，秒杀 4000 万元成交额。最终，1.2 亿人次观看，销售额达四千余万元。直播当晚，朱广权 5 次登上微博热搜榜，每条搜索阅读量都达到了千万甚至上亿次。在助农直播活动中，央视主持人一改以往官方的语言腔调，积极向民间话语靠拢，虽然语言通俗易懂，气氛轻松幽默，但在推销农产品时，也为观众细心讲解产品背后的故事，为整个直播增添了丰富精彩的内容，让整场直播更具趣味性，也展现了两位主播十足的个人魅力，吸引了无数粉丝。

央视主持人作为国家主要的新闻传导人，在当下的全媒体时代，也紧跟媒介融合的步伐，既迎合了当下的市场需求，也紧扣住了主流媒体，坚守住了央视主持人的责任标准，更是在直播带货方面做出了大胆的尝试。“直播带货”这一举措的显著效果逐渐得到了社会的认可，大家参与热情高涨，一些企事业单位工作人员也不例外。为了帮助农民减损创收，解决地方农产品滞销的问题，不少县市行政领导都当起了各自市、县的“主播”，支持当地农产品的销售。他们将政府形象、政府公信力与产品有效结合，同时宣传当地历史、文化和品牌，迅速打开了产品销售市场，推动了当地产业的发展[4]。

农产品直播电商的发展不仅促进了农产品的销售和农民增收，还推动了农业产业结构的优化和升级。通过直播电商，农产品可以直接面向全国乃至全球市场，实现农产品从田间地头到消费者餐桌的无缝对接，显著提升了农产品的市场竞争力和销售额。

3. 农产品直播电商发展存在的问题

尽管农产品电商直播取得了显著的成效和进步，但在发展的过程中，也面临着一些问题和挑战，主要表现在以下几个方面。

3.1. 人才短缺

农产品直播电商需要具备一定的网络技术、直播技巧、营销策略和产品知识等方面的能力。然而，

目前农村地区的直播人才储备不足，农民的网络素养和直播水平参差不齐，导致农产品电商直播的质量和效果不尽如人意。同时，农村地区的直播人才培养和激励机制也不健全，缺乏有效的培训、指导、评价、奖励等措施，影响了农产品电商直播的持续发展和创新。而人才缺乏的原因主要包括：第一，学历水平较低，农民一般没有较高的学历水平，以往农业生产思维根深蒂固，缺乏学习新知识和新技术的动力，导致电商技术在农村区域难以有效落实。第二，合作意识不足，过去农业生产建立在小规模家庭劳动模式的基础上，因此，规模化生产过程中面临诸多问题，农民没有良好的合作能力和防范能力，规模化生产模式难以体现农村电商发展的优势[5]。第三，市场信息存在滞后性，农村地区经济发展水平较低，地理位置偏远，因此农户往往不能第一时接收到的最新的市场信息，难以做出准确的产业选择定位。

3.2. 质量不稳定，物流不便捷

由于农业生产受自然条件影响大，农产品质量存在一定的不稳定性，这对直播电商的销售带来了一定的困扰。而农产品电商直播的主要核心是实现农产品的在线销售，而农产品的物流配送是销售的重要环节，直接关系到农产品的品质、安全和消费者的满意度。然而，目前农村地区的物流设施和服务还不完善，存在着物流成本高、速度慢、范围窄、服务差等问题，导致农产品电商直播的物流效率低下，影响了农产品电商直播的信誉和口碑。笔者认为物流不便捷通畅的原因主要包括：首先在一些农村地区，网络设备状况差，网络不稳定，很难实现 24 小时网络畅通运行。即使存在网络连接，农村地区由于地处偏远，人口密度低，网络运营商在农村地区的收费较高，导致农村电子商务的运营成本较高。其次，运输能力不强，农村地区交通网络不便利，农产品运输到其他地区需要花费更多的时间和精力。此外，很多物流公司没有在农村地区规划更多的站点，严重阻碍了农村电商的发展。第三，冷链运输能力和城市相比有很大差距，大部分农产品在运输过程中存在破损、变质等问题，导致农村果蔬等产品的周转率不足 10%，农村果蔬运输成本高[6]，是很多农民无力承担的农产品种类之一。

3.3. 管理秩序混乱

农产品电商直播涉及到农业、电商、直播、广告等多个领域，需要有相应的法律法规、标准规范、监督机制等来规范和指导。然而，目前农产品电商直播的管理体制和制度还不健全，存在着管理主体不明确、管理职责不清晰、管理措施不到位等问题，导致农产品电商直播的秩序混乱。出现了虚假宣传、价格欺诈、质量问题、侵权纠纷等现象，损害了农产品电商直播的公信力和社会效益。而管理秩序混乱的原因主要包括：第一，法律法规不完善，农产品电商直播作为一种新兴的商业模式，相关的法律法规和标准规范还未及时制定和完善，导致在管理过程中缺乏法律依据和标准指导。第二，监管力量不足，农村地区的监管力量相对薄弱，监管人员数量和素质都难以满足农产品电商直播的发展需求，导致监管不到位、不及时。第三，行业自律不足，农产品电商直播行业缺乏自律机制，一些企业和个人为了追求利益最大化，采取不正当手段进行竞争，破坏了市场秩序。

3.4. 创新性不足

农产品电商直播作为一种新型的营销模式，需要不断地创新和改进，以适应市场的变化和消费者的需求。然而，目前农产品电商直播的创新能力和水平还不高，存在着直播内容单一、直播形式刻板、直播技术落后、直播平台同质化等问题，导致农产品电商直播的吸引力和竞争力下降，难以形成自身的特色和优势。笔者认为创新性不足的原因主要包括：第一，思维模式固化，农民和农业企业往往习惯于传统的销售模式，缺乏对新兴营销模式的认知和接受度，导致在创新过程中缺乏主动性和积极性。第二，技术水平有限，农村地区的网络技术和直播技术相对落后，缺乏先进的技术支持和创新平台，导致在直

播内容和形式上的创新受到限制。第三，市场需求把握不准，农产品电商直播在创新过程中往往难以准确把握市场需求和消费者偏好，导致创新方向不明确、效果不显著[7]。

4. 农产品直播电商发展优化的策略

“直播 + 电商”的模式将有效促进乡村振兴，加快农民致富，丰富现有农村电商体系，对农村精神文明建设产生积极影响。然而，鉴于目前农村直播电商发展面临的问题，需要采取相应的应对策略，以促进农产品直播电商的健康发展。

4.1. 加强队伍建设

人才是农产品直播电商发展的关键。要加强农产品直播电商人才队伍建设，提高农民的网络素养和直播水平，培养一批具备网络技术、直播技巧、营销策略、产品知识等方面的能力的专业人才。

4.1.1. 培养本地人才

一方面，政府应成立专业的直播培训机构，定期举办农产品直播电商培训班，邀请专业人士进行授课和指导，对本地农户、农业企业开展相应的电商培训，培养出当地自己的专业直播运营人才，提高农民的直播技能和营销能力。另一方面，学校应高度重视产教融合，培养出更多的农村直播电商人才。通过与农产品直播电商企业合作，开展实习实训，校企合作等项目，提高学生的实践能力和职业素养，为农产品直播电商的发展提供人才保障。可以通过开展培训、讲座、现场指导等形式，提高农民的网络素养和直播技巧。

4.1.2. 引进外部人才

可以通过制定优惠政策、提供创业扶持等措施，吸引外部人才到农村地区从事农产品直播电商工作。同时，可以与高校、科研机构等建立合作关系，引进高素质的专业人才和技术团队，为农产品直播电商的发展提供智力支持。此外社会层面，政府可以制定优惠政策，吸引城市直播人才和电商专业人才到乡村创业就业，为农产品直播电商发展提供人才支持。

4.1.3. 建立激励机制

建立农产品直播电商人才的评价和奖励机制，对表现优秀的农民主播、直播团队等进行表彰和奖励，激发其积极性和创造力。同时，可以建立农产品直播电商人才的流动机制，促进人才的合理流动和优化配置。社会组织还可以设立农产品直播电商奖励基金，对在农产品直播电商领域取得突出成绩的个人和企业进行表彰和奖励，激发农民的积极性和创造力[8]。

4.2. 完善物流基础设施

物流是农产品直播电商的重要环节。要加强农村物流基础设施建设，提高物流配送效率和服务质量，降低物流成本，为农产品直播电商提供有力的物流保障。解决不同地区不同农产品的物流问题，需要综合考虑地理、气候、产品特征、市场需求等多方面因素。

4.2.1. 加强物流基础设施建设

针对东北地区、华北地区、华南地区、西部地区都制定出详细的输送路线，加大对农村物流基础设施的投入，建设和完善乡村物流网络，提高农产品的物流配送效率。同时，可以加强农村物流节点的建设，完善农产品的仓储、分拣、包装、运输等环节，降低物流成本，提高物流服务质量。对于加强网络设施建设，政府还应加大对农村网络设施建设的投入力度，提高网络覆盖率和稳定性，降低农民的上网成本。

4.2.2. 推广冷链物流技术

加强冷链物流技术的研发和推广，提高农产品的保鲜能力和运输效率。同时，可以建立冷链物流的监管机制，加强对农产品冷链物流的监管和管理，确保农产品的品质和安全。

4.2.3. 优化物流配送模式

探索和创新农产品物流配送模式，如建立农产品直供直销体系、发展农产品冷链物流配送平台等，提高农产品的配送效率和覆盖面。同时，可以加强与电商平台的合作，实现农产品的线上销售和线下配送的无缝衔接。建设物流站点，政府和社会组织可以在农村地区建设物流站点，整合物流资源，实现快递进村，解决农产品上行“最后一公里”问题。此外，还可以利用大数据、物联网等现代信息技术手段，优化物流配送路径和方案，提高物流配送路径和方案，提高物流配送的智能化和自动化水平。

4.3. 加强行业监管与自律

要加强农产品电商直播的行业监管和自律，建立健全相关法律法规和标准规范，规范市场秩序，保障消费者的合法权益，提高农产品电商直播的公信力和社会效益[9]。

4.3.1. 完善法律法规

制定和完善农产品直播电商的相关法律法规和标准规范，明确各方的权利和义务，规范农产品直播电商的市场秩序。同时可以加强对农产品直播电商的监管力度，对违法违规行为进行严厉打击和处罚。政府应完善农产品电商直播相关的法律法规和标准规范，明确管理主体和职责，规范市场秩序。

4.3.2. 建立监管机制

可以建立农产品直播电商的监管机制，加强对农产品直播电商的监测和评估，及时发现和解决存在的问题。同时，可以加强对农产品直播电商平台的监管和管理，确保其合法合规经营[10]。政府应加强对农产品电商直播的监管力度，建立健全监管机制，加强对虚假宣传、价格欺诈、质量问题、侵权纠纷等行为的打击力度。

4.3.3. 加强行业自律

可以加强农产品直播电商行业的自律管理，建立行业协会或组织，推动行业内部的合作和交流，共同维护行业的形象和声誉。同时，可以加强对农产品直播电商从业人员的职业道德教育和管理，提高其职业素养和道德水平，农产品电商直播行业应建立自律机制，加强行业内部的监督和管理，推动行业健康有序发展。

4.4. 推动创新与发展

创新是农产品直播电商发展的动力。要加强农产品直播电商的创新与发展，推动直播内容、形式、技术和平台的创新，提高农产品直播电商的吸引力和竞争力。

4.4.1. 创新直播内容和形式

可以加强对农产品直播电商内容和形式的创新，如开发新的直播场景、推出新的直播形式、引入新的直播技术等，提高农产品的吸引力和竞争力[11]。同时，可以加强对农产品直播电商的营销和推广，提高农产品的知名度和美誉度。鼓励农民和农业企业创新直播内容，结合当地文化、风俗和旅游资源，开展多样化的直播活动，吸引消费者的关注和兴趣。

4.4.2. 推动品牌建设

可以加强农产品的品牌建设和管理，提高农产品的品牌价值和市场竞争力。同时，加强与电商平台

的合作,推动农产品的品牌化和电商化进程,挖掘特色的产品,打造具有地域特色的乡村品牌,通过直播电商平台展示和推广[12]。

4.4.3. 拓展销售渠道

可以拓展农产品的销售渠道,如发展农产品跨境电商、建立农产品直供直销体系等,提高农产品的销售量和附加值[13]。同时,加强与消费者的互动,拓展直播与销售的平台。

5. 结束语

农产品直播电商在乡村振兴战略背景下,具有重要的推动作用。然而,农产品直播电商在发展过程中也面临着一些问题,需要我们深入研究并提出有效的应对策略。首先,提高农产品质量是农村电商直播发展的基础。我们需要引进先进的农业生产技术,提高农产品的质量,同时,我们也需要完善对农产品物流配送的服务,确保农产品按时按质配送给消费者。其次,要加强对农产品直播销售的督察和引导,从多方面形成合力,进一步合理化网络传播形式,同时也帮助农村地区打造自己的特色农产品品牌,降低农产品运输成本,使商品服务得到提升,促进农村发展产业,提高农民的收入[14]。此外,还应将网络应用到更多地区,探索出一条提升农产品品牌竞争力、与商品共生共荣的新道路,为农村经济社会发展提供新途径,为乡村振兴贡献力量。

参考文献

- [1] 苏维微. 乡村振兴战略背景下“短视频+直播”农村电商模式研究[J]. 山西农经, 2024(19): 23-25.
- [2] 陈曦. 传播学视域下农产品直播带货现状及其优化策略研究[D]: [硕士学位论文]. 襄阳: 湖北文理学院, 2022.
- [3] 王蕊. 电商直播助推农村经济发展的现状、问题及对策分析[J]. 山西农经, 2023(23): 55-57.
- [4] 杨孟莹. 乡村振兴背景下直播助农的电商扶贫新模式研究[J]. 现代营销(学苑版), 2021(11): 166-168.
- [5] 赵忠芳, 毕于义, 狄俊峰, 等. 直播营销助力乡村产业品牌振兴研究[J]. 经济研究导刊, 2024(20): 36-39.
- [6] 李玮. 电商直播助力乡村振兴的现状、困境和策略[J]. 经营管理者, 2024(9): 82-83.
- [7] 李敏. 电商直播背景下农村电子商务助农策略探讨[J]. 商讯, 2024(12): 1-4.
- [8] 杜荣. 电商直播助推乡村产业振兴路径研究[J]. 南方农机, 2023, 54(6): 108-110.
- [9] 张晓丹. 网络直播在农产品销售领域的现状及策略研究[J]. 农村经济与科技, 2021, 32(10): 107-109.
- [10] 王鹤霖. 全民网购背景下东北农产品直播带货的发展策略研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2023.
- [11] 金瑾慧. 辽沈地区直播助农运营问题及对策研究[C]//第十九届沈阳科学学术年会论文集. 沈阳: 辽宁传媒学院, 2022: 595-597.
- [12] 丁祥伟. 农村电商直播助力产业发展模式初探[C]//中国智慧工程研究会智能学习与创新研究工作委员会. 2022社会发展论坛(贵阳论坛)论文集(一). 潍坊: 潍坊市技师学院, 2022: 168-169.
- [13] 赵宁, 董红, 赵改娟. 农产品电商成长课堂[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2023.
- [14] 陈俊杰, 倪莉莉, 骆芳. 农产品电商营销与运营[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2021.