

# 数字经济背景下农产品直播带货营销模式研究

李 涛

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月7日; 录用日期: 2025年3月27日; 发布日期: 2025年4月30日

## 摘 要

数字经济背景下的农产品直播带货营销模式已成为销售农产品的主要方式之一。当前农产品直播带货呈现出参与主体多元化、电商市场扩大和带货联动产业效应的现状,但同时也面临着农产品质量与标准化不统一、直播带货主播不专业与基础设施不完善等问题。针对上述困境,应该加强市场监管、培养专业直播带货人才和完善基础设施等优化策略,从而进一步提升农产品的直播带货效能,推动乡村振兴。

## 关键词

数字经济, 直播带货, 乡村振兴

# Research on the Marketing Model of Live Streaming of Agricultural Products in the Context of Digital Economy

Tao Li

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 7<sup>th</sup>, 2025; accepted: Mar. 27<sup>th</sup>, 2025; published: Apr. 30<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

The marketing model of agricultural live streaming with goods in the context of the digital economy has become one of the main ways to sell agricultural products. Currently, the live streaming of agricultural products presents the status quo of diversification of participating subjects, expansion of the e-commerce market, and the linkage of the industry effect of live streaming, but it also faces the problems of inconsistency in the quality and standardization of agricultural products, unprofessional live streaming hosts, and imperfection of the infrastructure. In view of the above dilemmas, optimization strategies such as strengthening market supervision, cultivating professional live-streaming talents

and improving infrastructure should be adopted to further enhance the effectiveness of live-streaming of agricultural products and promote rural revitalization.

## Keywords

Digital Economy, Live Streaming, 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

数字经济正以革命性力量重塑全球经济格局。《中国数字经济发展指数报告(2024)》显示,我国5G、人工智能等技术创新持续取得突破,数据要素市场加快建设,数字经济产业体系不断完善,数字经济全要素生产率巩固提升,支撑了我国新质生产力的积累壮大[1]。在此次产业数字化浪潮中,直播带货这一新兴电商营销模式迅速崛起,并在农产品销售领域中广泛应用。然而,农产品直播带货的发展也正面临着诸多挑战。本文尝试深入研究农产品直播带货的营销模式,分析相关问题并提出优化策略,尝试为其参与者提供指导;助力农民、农业企业提升销售效率;为平台优化、政府政策制定提供依据。

## 2. 农产品直播带货营销模式的解析

### 2.1. 农产品直播带货的内涵

农产品直播带货是指借助互联网直播平台,主播以实时展示、讲解和互动的方式向消费者推销农产品的一种新型销售模式。在带货过程中,主播将通过镜头把农产品的生长环境、种植、采摘或捕捞场景以及产品的外观、品质等全方位地呈现给观众,从而让他们能够直观地了解到的农产品的相关信息。同时,主播与消费者之间可以进行实时互动,为消费者解答相关的购物疑问。简言之,它主要是以实时视频流媒体为技术载体,通过场景化呈现、互动式营销与即时性交易完成农产品价值传递的新型商务模式。该模式在“数商兴农”政策框架下获得制度性发展动能。“数商兴农”即“发展数字商务振兴农业”,其内涵包括了振兴农业的途径,即发展数字商务,以及发展数字商务的目的,即振兴农业[2]。

### 2.2. 农产品直播带货的特征

第一,农产品直播带货建构双向交互的沉浸式消费场景。它区别于单向输出的传统销售,直播电商依托5G技术构建了实时交互的立体化沟通场域。消费者通过云端接入打破地理区隔,在数字界面中实现24小时无缝对接。在直播过程中,用户可通过弹幕互动、虚拟礼物、即时评论等方式进行多模态交流,而智能算法支持的实时数据看板使主播能精准捕捉用户需求图谱。这种对话式营销不仅增强消费体验,更通过情感联结构建品牌忠诚度。

第二,农产品直播带货也具有直观性强的特点。互联网能够打造全维度的感官验证体系:直播技术重构了农产品品控的可视化路径——4K超清镜头可微观呈现赣南脐橙的果径纹理,VR全景技术还原黑龙江五常稻田的生态场景,红外成像展示内蒙古草原羊肉的冷链保鲜过程等。主播通过场景化演绎建立品质认知,如在海鲜直播中实时测量帝王蟹腿长,用糖度检测仪验证海南芒果甜度。更有溯源系统即时调取农产品检测报告,区块链技术呈现从田间到餐桌的完整数据链。这种多模态呈现方式使消费者获得

超越实体店购物的验证体验。

第三，农产品直播带货还能够重构价值链的成本优化模型。相比传统卖货模式，直播带货减少了中间环节，农产品可以直接从生产者销售到消费者手中。这降低了流通成本，使得消费者能够以更实惠的价格购买到农产品。同时，主播在直播过程中还会推出各种优惠活动，如限时折扣、满减、赠品等，进一步吸引消费者购买。其中，价格策略即呈现动态博弈的特征：除常规的限时秒杀、阶梯满减外，更衍生出“产地价格竞猜”“种植成本解密”等创新玩法。

### 3. 农产品直播带货营销模式的现状

#### 3.1. 参与带货主体的多元化

在农产品直播带货的营销模式中，涉及多个参与主体，每个主体都扮演着不可或缺的角色，发挥着独特的作用，共同推动着农产品直播带货行业的运转。其主要主体有农户、电商平台、主播和消费者。农户是农产品的生产者，也是整个产业链的源头。他们拥有丰富的农业生产经验，熟悉农产品的种植、养殖过程，能够确保农产品的源头品质。电商平台为农产品直播带货提供了重要的技术支持和运营服务。平台拥有强大的技术团队，能够不断优化直播功能，确保直播的流畅性和稳定性，为消费者提供良好的观看体验。主播是连接农产品和消费者的桥梁，他们的表现直接影响着直播带货的效果。主播们需要具备良好的沟通能力和销售技巧，能够生动形象地介绍农产品的特点和优势，解答消费者的疑问并激发消费者的购买欲望。消费者是农产品直播带货的终端，他们的需求和购买行为决定了农产品的市场前景。消费者通过直播平台，能够更加直观地了解农产品的品质和特点、与主播进行互动并获得更好的购物体验。参与主体多元化的现状加速了农产品电商的规模化与专业化，但这也同时暴露农产品直播带货所存在的漏洞，如供应链短板、主播人才缺口等。

#### 3.2. 农产品电商市场的扩大

2020年至今，直播电商经过4年的蓬勃发展，已经成为消费者日常生活中不可或缺的一部分，成为电商企业拉动增长的重要渠道[3]。直播电商打破了地域限制，推动农产品走向全国甚至海外市场。据抖音电商近日发布的《2024丰收节抖音电商助农数据报告》显示，2023年9月至2024年9月，平台累计销售农特产品71亿单，同比增长61%，平均每天有1740万单农特产包裹销往全国各地，持续带动优质农特产品“出村进城”；同时，平台全年农货商家数量同比增长63%，三农创作者数量同比增长52% [4]，越来越多的农货商家和达人通过抖音电商连接到更广泛的消费者。实际上，这种成功离不开政府、农户与主播等相关主体的共同努力。人们必须使消费者感到安心和放心，市场的规模才能继续再创新高。

#### 3.3. 带货联动产业的出现

农产品直播带货的兴起不仅为农村经济注入活力，更通过产业链的联动效应推动多领域协同发展，形成良性循环的产业生态。在物流领域，直播电商对时效性和保鲜度的要求促使企业加速布局冷链运输网络，偏远地区的农产品得以通过“产地直发+县域云仓”模式快速触达消费者。与此同时，农产品加工产业迎来转型契机，企业针对直播消费场景开发便携式小包装、即食型产品，并引入透明化加工流程直播，使初级农产品的附加值平均提升两倍以上，其中具备溯源码认证的商品复购率显著提高。更值得注意的是，产业链各环节的升级形成相互促进的正向循环：物流效率的提升扩大了农产品销售半径，加工技术的创新增强了产品竞争力，而配套服务的完善则降低了农户参与门槛。这种深度融合的发展模式，既激活了传统农业的数字化潜能，也为乡村振兴开辟了可持续的增长路径。

## 4. 农产品直播带货营销模式的困境

### 4.1. 农产品质量与标准化问题

农产品的质量参差不齐是当前农产品直播带货面临的一个突出问题。由于农产品生产受自然条件、种植技术和管理水平等多种因素的影响,不同产地、不同农户生产的农产品在品质上存在较大差异。一些农户为了追求产量,过度使用化肥、农药,导致农产品的品质下降,农药残留超标。一些农产品在采摘、运输和储存的过程中,可能存在保鲜措施不到位的情况,从而容易出现商品腐烂、变质等问题,影响农产品的质量和口感。其次,农产品缺乏标准化也是制约农产品直播带货发展的重要因素。目前,我国农产品标准化程度较低,缺乏统一的质量标准、分级标准和包装标准。在这种情况下,农产品相似度极高,当某一种农产品成为热卖品后,此时必定会有一大批企业争先恐后生产、销售,进而出现同质化问题,只能通过低价来获取销售业绩[5]。这可能导致一些不利于农产品直播带货未来可持续发展的行为出现,例如在直播销售大米时,有的商家将普通大米标注为优质大米,以次充好,欺骗消费者;有的农产品包装简陋,缺乏必要的标识和说明,消费者无法了解农产品的产地、生产日期、保质期等信息。这些问题都会影响消费者的购买体验,从而降低消费者对农产品直播带货的信任度。

### 4.2. 直播带货人才短缺

网络主播直播带货,作为线上虚拟营销的一种形式,通过主播的桥梁作用连接农产品生产与消费市场[6]。然而,专业主播的短缺是当前农产品直播带货行业面临的又一严峻挑战。专业主播不仅需要具备良好的表达能力、销售技巧和直播经验,还需要对农产品的相关知识有深入的了解,能够准确地向消费者介绍农产品的特点、优势和食用方法等。目前,大部分农产品直播带货的主播缺乏专业的培训,对农产品知识了解不足,在直播过程中无法准确回答消费者的问题,影响了直播带货的效果。一些主播在介绍农产品时,只是简单地重复产品的基本信息,缺乏生动的描述和个性化的推荐,难以吸引消费者的关注和购买。此外,运营人才在农产品直播带货中也起着至关重要的作用,他们直接与主播的工作相关联。直播的策划、组织、推广和数据分析等工作都是直接由运营者所把握。他们需要能够根据市场需求和消费者反馈,制定合理的直播策略,提高直播的曝光度和转化率。然而,目前农产品直播带货行业的运营人才相对匮乏,很多运营人员缺乏电商运营经验和市场营销知识,无法有效地开展直播运营工作。在直播策划方面,缺乏创意和吸引力,无法吸引更多的观众;在直播推广方面,缺乏有效的渠道和方法,导致直播的知名度和影响力较低;在数据分析方面,无法准确地分析直播数据,为直播优化提供依据。因此,这两方面的人才短缺可能导致行业的创新能力受到限制,难以适应市场的变化和发展。

### 4.3. 基础设施不完善

基础配套设施保障不足是制约农产品电商直播发展的一个关键问题,网络基础设施不完善成为农产品直播电商发展的一大障碍[7]。在偏远农村,4G/5G基站覆盖率低、信号不稳定是普遍问题,影响直播的流畅性。此外,部分农村缺乏预冷库、冷藏车等设施,生鲜果蔬运输损耗率高,例如某柑橘产区就因物流延误,致使直播订单中半数产品腐烂,引发大规模退货。同时,电力与硬件设施缺失成为直播生态的“基础断层”,西部部分村庄存在季节性断电问题,常使直播被迫中断;专业直播间、补光灯、稳定器等设备投入超出农民承受能力,简陋环境下拍摄的粗糙画面难以吸引消费者;还缺乏标准化分拣中心和防潮仓储,仓储设施落后,农产品品控困难,退货率居高不下。

## 5. 农产品直播带货营销模式的优化策略

### 5.1. 加强市场监管

直播带货助农须确保农产品质量，因此建立一套覆盖农产品种植和生产全过程，贯通加工、运输多环节，全产业链、全供应链的标准化制度体系势在必行[8]。首先，为了提升农产品品质，政府必须建立严格的质量管控体系。从源头抓起，加强对农产品生产过程的监管，确保农产品的种植、养殖环节符合绿色、环保、安全的标准。严格控制农药、化肥的使用量，推广绿色防控技术，减少农业面源污染。建立农产品质量检测机制，对农产品进行定期检测，确保农产品的质量安全。在农产品上市前，进行严格的质量检测，只有符合质量标准的农产品才能进入市场销售。其次，政府需要建立完善的农产品标准体系是实现农产品标准化的关键。制定统一的农产品质量标准、分级标准和包装标准，明确农产品的品质要求、规格大小、外观色泽等指标，使农产品在生产、加工、销售等环节有章可循。对水果的分级标准可以根据果实的大小、色泽、甜度、口感等指标进行划分，分为特级、一级、二级等不同等级，每个等级对应不同的价格和市场定位。同时，政府还可以加强对农产品标准化的宣传和推广，提高农民和农业企业对标准化的认识和重视程度。通过举办培训班、发放宣传资料等方式，向农民和农业企业普及农产品标准化知识，引导他们按照标准进行生产和加工。建立农产品标准化示范基地，发挥示范引领作用，带动更多的农民和农业企业参与到农产品标准化建设中来。

### 5.2. 培养专业直播带货人才

开展针对农民和农业企业的培训是培养专业直播带货人才的重要途径。农民和农业企业是农产品直播带货的主体，他们的专业素质直接影响着直播带货的效果。地方政府可以牵头开设“村播”学院，整合教育培训资源，从当地农业发展实际出发，开设对口专业培训，将线下理论培训和线上直播实训相结合，快速培养村民对直播带货入门知识的掌握[9]。线上培训可以利用网络平台，如在线课程、直播讲座和学习论坛等，让学员可以随时随地进行学习，不受时间和空间的限制；线下培训则可以通过集中授课、实地参观和模拟直播等方式，让学员能够亲身体验直播带货的过程，提高实践能力。为了提高培训的最终效果，可以为学员提供个性化的培训服务，根据学员的实际情况和需求，制定针对性的培训计划，帮助学员解决实际问题。

### 5.3. 完善基础设施

农村地区信息化水平、交通物流等软硬件基础设施的建设力度，将直接影响直播助农效果[10]。于是，在偏远农村地区电商直播产业发展进程中，完善基础设施是关键所在，需从多维度协同推进。在通信设施层面，鉴于农村人口分布分散、地形地貌复杂，政府应与通信运营商协同设立偏远农村网络建设专项资金，运用地理信息系统等技术，结合人口数据与地形特征科学规划4G/5G基站布局，优先覆盖农产品资源丰富、电商潜力大的区域，并组建专业网络信号监测与维护团队，依托实时监测系统保障直播网络稳定。在冷链物流方面，地方政府需出台补贴政策，以财政补贴、税收减免、贷款贴息等手段，激励企业构建“县-乡-村”三级冷链物流体系，建设预冷库、购置冷藏车，运用冷链物流监控技术降低生鲜运输损耗。在电力保障上，电力部门应加大对西部农村电网改造投入，依据负荷分析升级线路、增设变压器，制定应急预案并配备应急发电设备，同时推广太阳能、风能等清洁能源技术，满足电商直播及配套设施用电需求。最后，在仓储设施优化中，政府还需引导企业建设标准化分拣中心与防潮仓储，配备自动化分拣、专业仓储设备，制定涵盖入库、存储、分拣、包装等环节的标准规范，运用质量管理体系提升品控水平，最终实现偏远农村地区电商直播产业的全方位、可持续发展。

## 6. 结语

综上所述,直播带货作为数字经济浪潮下的新兴营销模式,在农产品销售领域展现出巨大潜力,参与主体多元化、市场规模扩张以及产业联动效应明显。然而,质量参差不齐、标准化缺失、专业人才匮乏以及基础设施短板等问题,严重制约了其进一步发展。通过强化市场监管,建立严格质量管控体系与完善标准体系,能提升农产品品质与规范性;开展针对性培训,培养专业直播带货人才,可增强行业创新与运营能力;多管齐下完善基础设施,从通信、冷链物流、电力到硬件设备、仓储等全方位发力,为农产品直播带货提供坚实支撑。多措并举之下,农产品直播带货有望突破困境,实现高质量发展,在拓宽农产品销路、增加农民收入、带动农村产业发展及助力乡村振兴等方面发挥更大作用。

## 参考文献

- [1] 中国通信院. 中国通信院:《中国数字经济发展研究报告(2024年)》[EB/OL]. <http://www.citmt.cn/news/202408/107344.html>, 2024-08-28.
- [2] 汝军芳. “数商兴农”背景下农产品直播带货现状与营销策略分析[J]. 现代商业, 2025(3): 33-36.
- [3] 董彦喆. 直播电商现状、问题与优化路径的综述[J]. 河北企业, 2024(12): 19-23.
- [4] 网经社讯. 《2024 丰收节抖音电商助农数据报告》发布: 过去一年助销农特产品 71 亿单[EB/OL]. <https://www.100ec.cn/detail--6642196.html>, 2024-09-13.
- [5] 李洁婷. 特色农产品“短视频 + 直播”的运营策略探究[J]. 现代商业, 2024(22): 15-18.
- [6] 史睿雯. 直播带货赋能乡村振兴的现状分析及优化策略[J]. 新闻世界, 2025(1): 19-21.
- [7] 刘敏. “数商兴农”背景下农产品电商直播发展现状研究[J]. 阜阳职业技术学院学报, 2024, 35(4): 72-76.
- [8] 李晓晖, 李梦苏. 直播电商助农优化策略研究[J]. 四川省干部函授学院学报, 2025(1): 8-14.
- [9] 杨兴锐, 姜蒙蒙. 农产品直播带货的影响因素与传播策略研究[J]. 黄冈师范学院学报, 2025, 45(1): 118-126.
- [10] 丁晓. 直播助农赋能乡村振兴的发展路径研究[J]. 乡村科技, 2024, 15(11): 4-7.