

生鲜农产品直播带货的发展路径研究

李莉, 马乐蓉

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年3月13日; 录用日期: 2025年3月26日; 发布日期: 2025年4月30日

摘要

随着互联网的发展, 直播带货模式兴起。生鲜农产品直播带货模式已经成为当下生鲜农产品销售的新模式, 它的出现不仅拓宽了生鲜农产品销售渠道带动经济发展, 同时也为消费者提供了一种更为便捷高效的购物方式。但在直播带货生鲜农产品的过程中, 也存在着许多问题。本文基于生鲜农产品直播带货模式的现状, 以SWOT分析模型为理论模型来分析, 对生鲜农产品直播带货模式的改进提出了建议, 以期更好地促进生鲜农产品在直播带货中的销售, 从而实现消费者和生鲜农产品商家互利共赢。

关键词

直播带货, 生鲜农产品, 发展路径

Analysis of the Development Path of Live Streaming of Fresh Produce with Goods

Li Li, Lerong Ma

College of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Mar. 13th, 2025; accepted: Mar. 26th, 2025; published: Apr. 30th, 2025

Abstract

With the development of the Internet, the live-streaming mode has emerged. It has not only broadened the sales channels of fresh agricultural products to drive economic development, but also provided consumers with a more convenient and efficient way of shopping. However, there are many problems in the process of live-streaming of fresh agricultural products. Based on the current situation of the fresh produce live-streaming mode, this paper takes SWOT analysis model as the theoretical model to analyze, and puts forward suggestions for the improvement of the fresh produce live-streaming mode, with a view to better promoting the sales of fresh produce in the live-streaming mode, so as to achieve mutual benefits for consumers and fresh produce merchants.

Keywords

Live Streaming with Goods, Fresh Produce, 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

随着农村互联网的发展以及智能手机等移动终端的普及, 生鲜农产品直播电商展现出巨大的发展潜力。近年来, 国家相继出台多项政策推动生鲜农产品直播电商发展。2021 年农业农村部颁布的《关于拓展农业多种功能促进乡村产业高质量发展的指导意见》明确提出, 培育直播电商新模式, 做活做新农村电商。2023 年 8 月, 商务部等 9 部门联合发布《县域商业三年行动计划(2023~2025 年)》提出大力发展农村直播电商。2024 年商务部等 9 部门印发《商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见》提出建设电商直播基地, 发展农产品网络销售。另外, 在设施设备、专业人才等层面给予不同程度的支持, 例如, 开设直播电商培训班、建设相关配套设施、吸引人才返乡创业等, 从而为农产品直播电商发展提供制度保障和软硬件支持。在政策影响下, 直播电商新模式、生鲜农产品直播带货脱颖而出, 生鲜农产品直播电商迎来新的发展机遇, 但仍然面临着诸多方面的阻碍, 因此破解现阶段的现实难题, 选择新的发展路径, 是促进生鲜农产品直播电商长足发展的关键所在。

2. 概念界定与理论模型

2.1. 概念界定

直播带货, 指的是以网络技术为基础, 与大数据的精确推送相结合, 在各种电子商务平台上, 由主播们利用自己对商品的亲身体验, 向消费者们介绍自己的产品特点, 同时还可以在平台上展开对产品的展示、介绍等相关行为的一种新业态的营销模式[1]。

直播带货由电商平台、直播平台、直播用户和在线用户四个要素共同组成。这是一种将“电商”与“直播”相结合, 将传统的线下商品转化为线上商品的介绍、推广和销售, 让消费者能够更加直观地体会到在网上购物的乐趣[2]。

《中国网络视听发展研究报告(2024)》显示, 截至 2023 年 12 月, 职业主播数量已达 1508 万人¹。当前, 主播呈现头部化、多元化、年轻化和个性化趋势, 明星、网红、主持人、企业家、创作者等进入直播带货, 直播带货成为一种新的职业选择。

2.2. 理论模型

SWOT 又叫波特矩阵, 是一种用于企业战略的分析方法是由肯尼斯·安德鲁斯(1916~2005)提出的战略分析框架。该方法通过对被分析对象的内部优势(Strength)、内部劣势(Weaknesses)、外部机会(Opportunities)和外部威胁(Threats)加以综合评估与分析, 依照矩阵形式排列, 运用系统分析方法, 为决策者制定战略规划创造条件[3]。

¹中国服务贸易指南网(2024). 中国网络视听发展研究报告(2024).

<http://tradeinservices.mofcom.gov.cn/article/yanjiu/hangyezsk/202403/162615.html>.

3. 生鲜农产品直播带货的特点与现状

3.1. 特点

3.1.1. 产品价格优惠, 品类多样化

直播带货的崛起, 让更多的人参与进来, 这也就造成了各大平台、各大直播间之间的“价格战”。直播团体与源头供应商和制造商进行了直接的商榷, 这就能节约以往在传统的营销模式下, 对商品进行营销所需的花费, 流通成本低, 因此, 在价格上, 他们将会比传统的销售渠道具有更大的优势。与传统的线下消费者要多次讨价还价的购物模式相比, 在线直播的商品不仅价格更低, 而且种类更多, 还可以节约大量的时间和精力。

3.1.2. 强参与感

在当今社会, 物质生活日益富裕的情况下, 直播带货给消费者带来了更大的精神享受, 更好的购物体验, 更有沉浸感。通过直播带货, 主播提高了与顾客互动的效率和互动频率, 使互动气氛变得更加活跃, 也让顾客在购买商品的过程中, 参与度更高, 更好地满足顾客沉浸式体验的需求, 消费者在直播购物中的消费意愿很高。

3.1.3. 直播门槛低, 顾客转化率高

直播带货主要是利用电商平台、互联网技术以及大数据技术, 将正在进行的直播推送给有兴趣的消费者。最简单的一种直播带货模式, 就是一个主播拿着自己的直播装备, 就可以开始带货了, 所以进入这个行业的门槛并不高。主播们可以在自己的直播间里做“一对多”的解释, 在自己所展示的商品旁边, 还会有商品的介绍, 以及商品介绍的回放, 这样既能节约双方的时间, 又能提高直播的效率, 降低重复解释的次数。与以往传统的线下开店进行销售的模式相比, 这种方式不但可以节省大量的店面成本, 还可以简化顾客的购买流程。消费者可以在直播间里观看直播讲解, 然后进行自助式的购买, 消费者的购买率很高。

3.2. 现状

中国互联网络信息中心发布的第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至 2023 年 12 月, 我国网络直播用户规模达 8.16 亿人, 占网民整体的 74.7%²。

在以抖音、快手为主的具有社交属性的短视频电商平台和以淘宝、京东为主的网购零售平台直播带货生鲜农产品的占比较大[4]。在直播的带动下, 一些大型的电商直播平台, 生鲜农产品的销量都很不错。在各种电商直播平台上, 生鲜农产品都备受人们青睐。在直播平台上售卖的生鲜农产品中, 消费者往往会选择具有地方特色的、新鲜的、自然的产品。产品种类也非常丰富, 包括瓜果蔬菜、粮油作物、水产品、茶类等许多产品。在电商直播的帮助下, 生鲜农产品电商被激发出了一股史无前例的力量和活力, 正在发展得如火如荼[5]。

4. 生鲜农产品直播带货的 SWOT 分析

4.1. 优势分析

4.1.1. 宣传效果好, 顾客转化率高

随着网络信息化的发展, 许多优质的特色生鲜农产品如果不进行宣传推广, 很难为消费者所熟知。就拿在各个区域的特色生鲜农产品来说, 除了周边少数几个区域的人知道外, 其他区域的人都不知道。

²中央网络安全和信息化委员会办公室. 第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》发布互联网激发经济社会向“新”力(大数据观察). 人民日报. https://www.cac.gov.cn/2024-03/25/c_1713038218396702.htm。

相比于传统的电视广告宣传, 直播带货在宣传效果上更胜一筹。通过直播带货的方式将生鲜农产品在各个平台上进行推广和销售, 传播的范围更广, 宣传效果更好。

4.1.2. 有效拓宽生鲜农产品的销售渠道和销售范围

用直播的方式进行生鲜农产品的销售, 可以有效地拓宽生鲜农产品的销售渠道。同时, 相对于以前把生鲜农产品卖到市场上, 它具有更广泛的受众, 每个看过直播的人, 都有可能成为直播间的顾客[6], 这样就能极大地拓宽销售渠道。

4.1.3. 有效节省生鲜农产品销售成本

将生鲜农产品通过直播销售, 则能够突破生产者和销售者之间的时空限制, 将贸易过程中的中间性降低到最低限度, 甚至能使生产者和消费者之间的直接对话, 这就降低了生鲜农产品在运输途中的损失, 也降低了人力、时间、交通等方面的浪费, 让消费者享受到高新鲜度和高质量的生鲜农产品。

4.2. 劣势分析

4.2.1. 生鲜农产品质量参差不齐

在一些违法的网络购物平台上, 会充斥着各种假冒伪劣商品。近几年来, 为了获得竞争优势, 部分网络直播龙头公司以低端、廉价商品迅速占领了农村市场, 让部分消费者对直播带货产品失去信心。

4.2.2. 行业缺乏有效监管

目前, 通过直播电商, 许多电子商务平台都能够轻松地实现销售, 因为它们的入门门槛相对较低。随着互联网技术的发展, 任何一个社交媒体账户都能够实现直播功能, 尽管相关监管机构正在采取更严格的措施来保证这一领域的安全性和公平性。然而, 由于现今的直播内容众多, 实现有效、合理的管控仍然具有挑战性[7]。特别是目前, 统一的直播行业管理标准规范还没有形成, 各个直播电商平台很难对直播间的内容进行严格管理, 所以出现直播间中有虚假宣传或是以次充好但平台却没有处罚都是很常见的。

4.3. 机会分析

近年来, “电商扶贫”备受关注, 国家也出台了一系列相关政策, 这些政策的实施极大地推动了农产品直播电商的发展。各级政府也积极响应, 借助媒体途径开展宣传工作。特别是现代信息技术的发展与相关政策支持, 促进了农村地区基础设施的完善发展, 且网络的覆盖率也明显扩大, 为农产品直播带货提供了便利条件。农民能够更及时获取市场信息, 抓住销售机遇, 拓展销售渠道, 占领更广阔的市场。直播电商现在已经变成了各行业增长销售额的一个重要渠道。

4.4. 威胁分析

4.4.1. 基础设施仍旧薄弱

在乡村振兴战略的推动下, 我国乡村信息化发展取得了显著进步。然而, 在西部和偏远地区, 乡村信息化发展仍显滞后, 网络覆盖不全, 对农产品电商的发展造成了一定影响。同时, 许多山村交通不便, 导致农产品运输困难、损耗率高, 进而增加了物流成本。有些快递公司在偏远的农村地区没有设立与之对应的快递点, 这样就很难在最短的时间内将大部分消费者所需的生鲜农产品送出, 如果存放的时间过长, 商品很容易变质。

4.4.2. 专业人才缺口较大

在生鲜农产品直播行业中, 因为部分主播们的专业能力不足, 他们在直播前的准备工作做的不足, 所以在介绍生鲜农产品的时候, 很难做到清楚、准确, 还会有一些主播为了提升销量, 对其进行虚假的

宣传, 会使农产品直播电商的发展受到严重影响。

5. 优化生鲜农产品直播带货的发展路径

5.1. 打造有质量保证的特色品牌

在电商直播平台上销售的生鲜农产品, 质量保证的同时, 品牌特色也十分关键。对此, 首先要进行特色赋能, 挖掘农产品特色优势, 农产品出村进城不仅靠现代化、网络化的销售渠道和营销手段, 其本身的质量和文化内涵同样重要。在生鲜农产品直播电商情境中, 农产品的原产地、传统技艺和历史文化等根脉信息, 能够影响消费者的购买决策, 主播要重点传达农产品的根脉信息, 突出品种特色、地域。特色和人文特色, 挖掘农产品蕴含的人文故事和民风民俗, 提高消费者对根脉信息的认可, 进而增加消费者的购买意愿。其次要进行体验赋能, 田间地头、产品加工过程能够充分展现农产品质量与特色, 在介绍农产品产地、食用说明时借助移动设备切换, 聚焦生鲜农产品从源头生产、初加工到深加工各条产业链, 真实呈现产业的原貌。最后要进行品牌赋能, 生鲜农产品供应商要提升产品的层次结构, 注重精细化加工和产品包装, 打造生鲜农产品品牌效应, 形成独特的产品系列。

5.2. 建立健全物流运输体系

首先, 要加大政府扶持力度, 加大财政扶持, 大力发展生鲜农产品物流。国家要加大对生鲜农产品物流企业的支持程度, 给予税收减免和优惠政策。因此, 相关部门应加强对冷链物流的规划和布局, 以推动其健康发展[8]。

精确布局生鲜农产品冷藏储藏设施, 为冷链运输提供更好的基础结构, 由政府提供资金或采用优惠政策, 为企业在购买专用交通工具用于冷链运输方面提供支持, 降低公司经营压力。通过制定相关行业技术标准, 为我国冷链物流科学发展指明方向, 推动我国冷链物流技术发展。生鲜农产品运输企业也应当提高自身的冷链运输技术能力。

最后, 政府应该大力扶持第三方物流公司, 物流公司应提高自身的运输专业化, 精益化, 系统化, 建立自己的自有品牌, 使其能够充分发挥出自身的商业价值, 从而有效地降低物流费用, 使运输效率得到最大程度地提高。

5.3. 强化直播带货监督管控力度

农产品直播平台存在虚假、低俗乱象, 如虚假夸大宣传、误导性消费、编造虚假人设等, 影响了农产品直播电商的健康有序发展。2024年, 中央网信办启动网络直播领域虚假和低俗乱象专项整治, 旨在正面引导和规范网络直播行业。然而, 虚假、低俗乱象频现, 低俗直播屡禁不止。对此, 一是政府应制定标准化、规范化的电商直播准入机制, 直播平台切实履行资质审核义务, 通过考试认证、职业认定等提高网络直播行业准入门槛。二是政府要加大政策宣传和引导, 充分利用互联网、媒体报道、宣传栏、广播等主流媒体宣传网络直播相关的政策文件、指导意见和法律法规, 推动网络直播行业健康有序发展。三是政府应强化网络主体的道德意识, 划定法律红线, 整治道德乱象, 对违规言行坚决亮红牌。一经发现, 要根据相关法律法规予以严肃处理。

5.4. 加强直播人才培养

2024年7月, 人力资源和社会保障部、市场监督管理总局、国家统计局正式增设网络主播为国家新职业, 这标志着网络主播的职业身份被确立。网络主播来源多元、类型多样, 其中农产品直播的主播较为集中, 并朝着职业化方向发展, 但仍然面临主播素质参差不齐、缺乏电商技能、农技知识等诸多阻碍。

对此,农产品直播电商要以人才为依托。其一,设置筛选机制,落实主播职业认定。综合考察主播的职业素养、法律常识、思想道德等,提高主播的整体素质。同时,加强对主播的教育培训,设立考试认证制度,落实主播职业认定。其二,强化“电商+农技”复合型人才培养。当下农村主播普遍面临懂农业不懂电商、懂电商不懂农业的问题,直播电商要保持长期稳定发展需要专业知识的沉淀。一方面,采用“输血式”培养,当地政府应协调高校、职业院校、企业以及直播基地等社会组织关系,通过大学生电商直播竞赛等各类赛事选拔电商人才,同时鼓励电子商务、农学专业学生返乡创业。另一方面,采用“造血式”培养,针对农村主播推出阶段性和连续性的直播理论实践配套课程,通过直播电商技术技能培训,手把手实战指导提升农村主播的认知水平。

6. 结束语

随着我国城乡居民消费结构的优化升级,对高品质农产品与服务的需求持续攀升,农业发展重点已从单纯追求产量转向提升产品质量。在“互联网+”这一时代大背景下,直播带货作为一种新兴的网络营销模式,凭借其强大的互动性、便捷性和出色的场景化表现,成为生鲜农产品营销的新引擎。通过优化举措将能够进一步推动农业经济的繁荣,为农村的改革与发展注入新的活力。

参考文献

- [1] 黄宦霖. 从直播带货平台维度分析如何进行“消费扶贫、直播助农”[J]. 农村经济与科技, 2021, 32(16): 126-129.
- [2] 孟令泽. 直播带货对乡村电商的提升研究——以赣南脐橙为例[J]. 农业与技术, 2021, 41(14): 173-176.
- [3] 于越. 基于SWOT分析法的应用型本科院校项目式教学探索与实践[J]. 高教学刊, 2024, 10(16): 83-90, 95.
- [4] 贾玮娜. 抖音与快手等直播带货对农民增收的影响研究[J]. 农业经济, 2021(7): 135-137.
- [5] 刘静娴, 沈文星. 农村电子商务演化历程及路径研究[J]. 商业经济研究, 2019(19): 123-126.
- [6] 施丹梅, 肖瑜, 刘金花. “短视频+直播”背景下农产品营销策略探究[J]. 南方农机, 2021, 52(20): 107-109, 115.
- [7] 杨丽洲. “直播+电商”模式下农产品购买意愿影响因素的模型构建[J]. 现代商业, 2021(35): 84-86.
- [8] 谢云哲. 基于直播模式的农产品营销策略探析[J]. 农村·农业·农民(B版), 2021(12): 34-36.