

数商兴农背景下中国农产品直播带货存在的问题及对策

张雨昕

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11日; 录用日期: 2025年4月1日; 发布日期: 2025年5月8日

摘要

随着信息技术的迅猛发展, 数字经济逐渐成为全球经济增长的新动力。农业作为国民经济的基础产业, 也迎来了数字化转型的重要机遇。数字技术和数据要素在农业领域的应用, 推动了农村商务的发展, 促进了农业生产和产业的振兴。在“数商兴农”战略背景下, 农产品直播带货作为一种新兴的农产品销售模式, 为农村经济发展注入了新的活力。本研究剖析了农产品直播带货现状, 识别农产品直播带货在促进乡村产业融合发展、扩大农产品销售渠道、缩小城乡数字鸿沟等方面的价值作用, 并针对当前乡村农产品直播带货存在的问题提出了解决策略。研究结果表明, 通过加强农产品直播人才培训、完善农产品物流基础设施及打造特色农产品品牌等措施, 可以有效提升农产品直播带货的竞争力, 促进农村电商产业的健康发展, 进而推动乡村振兴战略的实施。本研究对于指导农产品直播带货实践、推动农村电商产业可持续发展具有重要的参考价值。

关键词

数商兴农, 直播带货, 乡村农产品

Problems and Countermeasures of Live-Streaming E-Commerce of Chinese Agricultural Products under the Background of Promoting Rural Revitalization through Digital Quotient Development

Yuxin Zhang

Faculty of Humanities & Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 11th, 2025; accepted: Apr. 1st, 2025; published: May 8th, 2025

文章引用: 张雨昕. 数商兴农背景下中国农产品直播带货存在的问题及对策[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 117-121.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1451247

Abstract

With the rapid development of information technology, the digital economy has gradually become a new driving force for global economic growth. As the basic industry of the national economy, agriculture has also ushered in an important opportunity of digital transformation. The application of digital technology and data elements in the agricultural field has promoted the development of rural business and promoted the revitalization of agricultural production and industry. Under the background of the strategy of “developing agriculture”, the live broadcasting of agricultural products, as an emerging sales model of agricultural products, has injected new vitality into the development of rural economy. This study analyzes the current situation of agricultural products live delivery, identifies the value role of agricultural products live delivery in promoting the integrated development of rural industries, expanding the sales channels of agricultural products, and narrowing the digital divide between urban and rural areas, and puts forward strategies to solve the current problems of rural agricultural products live delivery. The research results show that by strengthening the training of agricultural products live broadcasting talents, improving the logistics infrastructure of agricultural products and building the brand of characteristic agricultural products, it can effectively enhance the competitiveness of agricultural products live broadcast, promote the healthy development of rural e-commerce industry, and then promote the implementation of rural revitalization strategy. This study has important reference value for guiding the practice of live agricultural products live and promoting the sustainable development of rural e-commerce industry.

Keywords

Promoting Agriculture through Digital Commerce, Live Streaming Sales, Rural Agricultural Products

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，国家出台了一系列政策文件，如《“十四五”电子商务发展规划》《关于加快数字商务建设服务构建新发展格局的通知》等，明确提出实施“数商兴农”工程，推进电子商务进乡村，以数字技术为手段推动农业生产、加工、营销、品牌建设等各环节的数字化。发展智慧供应链，打通农产品上行“最初一公里”和工业品下行“最后一公里”等。商务部数据显示，2024年我国县域农产品网络零售额为3507.6亿元，比2023年增长29.0%，利用直播平台进行农产品带货已成为趋势，不仅为农民提供了新收入来源，还为消费者带来了便利的购物体验。但在农产品直播带货中，也产生了很多现实问题限制了农产品直播带货高质量发展，因此通过优化数商兴农背景下农产品直播带货，促进农业农村信息化现代化发展，从而实现乡村产业振兴，进而推动现代电子商务产业的发展。

2. 农产品直播带货现状与意义

2.1. 农产品直播带货现状

新媒体平台普及拓展了农产品直播带货发展空间，为农产品销售提供了全新的销售渠道。据抖音电

商发布《2024 丰收节抖音电商助农数据报告》显示过去一年，抖音电商里挂车售卖农产品的短视频数量为 1157 亿条，直播间里农特产商品讲解总时长达 3825 万小时，货架场景带动农特产品销量同比增长 60%，为各地农产品开拓增量市场。平台全年销售农特产品种类同比增长 170%，农特产品总订单量同比增长 61%。随着互联网技术发展，各种社交媒体平台、视频分享网站和在线直播平台成为人们日常生活的一部分，新媒体平台具有庞大用户基础与强大社交网络传播能力，为农产品直播带货提供了前所未有的销售机会。通过直播带货，农产品生产者可直接与消费者互动，实时展示产品的生产过程、品质特点、使用方法，透明、直观展示方式能增加消费者信任度与购买意愿，从而提高销售转化率[1]。

2.2. 农产品直播带货意义

在“数商兴农”工程的推动下，提高农产品物流配送、分拣加工等基础设施的数字化、网络化和智能化水平，促使企业不断提高产品质量、扩大规模，促进农业向产业链延伸的方向发展[2]。在农产品直播带货的推动下，一产(农业种植与养殖)得以扩展市场，二产(农产品加工与制造)得以完善升级，三产(服务业，特别是农村电商与物流)得以紧密连接，形成了一个相互促进、协同发展的系统工程，有力地促进了农村各产业的深度融合。据中商情报网统计显示，2021 年在借助直播的商家中，产品销售额得到增长的超过 70%，获得新用户的超过 66%，产品及服务得到宣传推广的大约有 60% [3]。电商直播带货改变了传统农产品销售依赖线下实体渠道的局面，借助互联网平台突破地域限制，让偏远地区的优质农产品得以走向更广阔市场，提高销售量和知名度。同时，它直接连接生产者和消费者，减少中间环节，降低销售成本，使消费者享受实惠价格，也增加了农民和农业企业的利润。

3. 农产品直播带货存在的问题

3.1. 缺乏复合型的农村电商人才

《2024 中国农村电商人才现状与发展报告》对农产品上行电商人才需求进行了预测：未来五年，中国农村电商人才缺口达 350 万人，报告还显示现阶段农村电商从业人员普遍为初中文化水平。在农产品直播电商领域，主播群体呈现出多样化的特点，主要包括明星达人主播、新农人主播以及政府官员主播三大类别[4]。其中，新农人主播凭借其独特的优势，已成为该领域的中坚力量。然而，随着直播平台数量的激增和观众规模的扩大，主播队伍日益壮大，农产品直播行业也随之暴露出了一系列问题。首要问题在于主播素质的差异性。由于直播电商行业的准入门槛相对较低，众多未经专业培训的主播纷纷涌入这一领域，包括网红、明星、退役军人、一线农民乃至地方领导干部等，这无疑导致了主播队伍在层次和质量上的参差不齐。此外，随着粉丝经济的蓬勃发展，一些具有强大影响力的头部主播也开始涉足直播带货，他们在消费者面前展现出强大的号召力，但这也使得直播电商的交易关系变得复杂，部分消费者可能因盲目跟风而忽视了对农产品的深入了解，进而引发了“劣币驱逐良币”的不良现象。

其次，农产品直播电商领域缺乏专门的电商训练也是一个显著问题。电商直播作为一种以数字化平台技术为支撑的新型销售模式，要求主播不仅具备个人魅力，还需要拥有扎实的专业能力和丰富的直播经验。然而，对于身处农业生产一线的新农人主播而言，这些要求无疑构成了不小的挑战。再者，部分主播在农技知识方面的欠缺也是影响农产品直播效果的重要因素。农产品直播往往涉及产品的产地文化、种植技术、产品特色等多个方面，而一些主播在直播过程中对这些关键信息的把握不够准确，导致消费者难以对农产品的优劣做出准确判断，进而影响了他们的购买决策。

3.2. 带货农产品种类少，质量低

农产品的保质期较短，尤其是新鲜水果等，这增加了物流成本和运作周期，从而影响了农产品的附

加值和质量。退货率、投诉率普遍偏高，是农产品直播带货中存在的典型现象[5]。此外，气候和季节因素也会对农产品的生产和销售产生重大影响。由于农产品生产过程中的标准化和规范化程度不足，导致产品质量参差不齐，初级产品多精深加工产品少。一些农产品可能存在农药残留、重金属超标等问题，严重影响了消费者的购买意愿和农产品的附加值。此外，缺乏有效的质量追溯系统也使得消费者对农产品的信任度降低。电商平台销售的农产品目前主要聚焦于精品、高端及进口品种，目标消费群体多为中产阶级等高收入人群，市场需求相对有限，难以广泛惠及广大消费者和农户，普通消费者对于日常蔬菜的需求仍主要依赖于传统的线下菜市场、超市等购买渠道。为了推动电商平台农产品销售的全面化，我们不仅需要提供高端的农产品选项，也应纳入更多大众化的农产品，以满足不同消费层次的需求。这样既能满足高收入人群的精品消费需求，也能让更多普通消费者和农户受益，实现农产品电商的多元化和普及化。

3.3. 农产品直播销售物流体系不健全

农产品对物流配送的要求极高，新鲜度和时效性直接影响消费者的购买体验。然而，当前农产品直播销售物流体系在配送效率上存在明显短板。由于农产品种植产地具有地域局限性，且分布散而杂，导致产地最先一公里成本高，配送难度大。同时，直播电商模式下的订单具有“无计划、不稳定”的特点，给物流企业的运力、仓储、人力资源配置带来了极大挑战。我国物流业仍然处于粗放式管理阶段，众多中小型物流企业容易采用单一的价格竞争模式，物流的专业化、信息化水平较低。与此同时，农产品对于运输、仓储环节的环境温度、湿度和运输方式及时间有很高的要求，而且不同种类的农产品的要求也不同，这就使得在运输前要进行产品分类、分拣，从而分别运输，这大大提高了农产品的运输成本[6]。特别是在我国的中西部地区，农产品产区面临的冷库短缺问题尤为突出。这些地区的农产品往往因为缺乏足够的冷藏储存设施，而在采摘后难以得到及时有效的保鲜处理。这不仅影响了农产品的市场竞争力，也制约了当地农业产业的进一步发展。

4. 推动农产品直播带货发展的对策

4.1. 加强电商人才的培训力度

发展农产品直播带货需要以大量的电商人才为依托，一方面，政府应当构建完善的激励体系，以吸引并留住优秀人才返回家乡，为他们打造一个有利的制度框架。这不仅包括协助他们精进直播技能、组建专业团队、培养本土直播人才，还要树立农产品销售的典范，直播队伍需要对所销售的农产品有深入的了解，包括产品的种植、养殖、生长周期、营养价值、口感特点等。只有充分了解产品，才能在直播中准确地向消费者传达产品的优势和特点，提高消费者的购买意愿，以此激励更多农户参与进来，最终达到促进农民在当地或附近地区就业的目标。另一方面，政府还应推动直播电商领域的专业人才深入乡村开展志愿服务，邀请业内专家传授前沿理念和营销策略，并向农民普及相关法律法规，增强他们的法律意识。这一系列举措旨在培养适应信息时代需求的新型农民，积极引进具有农产品销售、市场营销、直播运营等方面经验的人才，同时向这些电商人才普及当地的种植技术，产业文化，打造具有特色的农产品直播间，为直播队伍注入新的活力和创意，使他们成为推动农业活动发展的核心力量。

4.2. 提供具有特色和高附加值的农产品

随着电商产业的发展，农产品直播间数量多，质量参差不齐，各地因地制宜打造特色品牌，完善农产品精深加工业，提高产品附加值，以优质的质量和精美的包装来吸引消费者。同时也积极了解掌握国内外市场需求，生产绿色健康的农副产品，满足消费者差异化的需求。在农产品直播带货的场景中，核

心在于巧妙融合农村背景、农民故事与农产品的独特魅力。我们应当从农产品的背后故事作为启航点，深入挖掘其蕴含的地方特色作为突破口，采取“文化交融农产品”的差异化品牌策略。这一策略旨在将农产品的推广与当地悠久的历史文化、鲜明的地域风貌以及丰富的人文特质紧密相连，通过对农产品的细致描绘和情感赋予，塑造出一张张充满特色的农产品名片。进一步地，我们应致力于打造一个别具一格的直播间，这个空间不仅展示农产品，更是一个传递地域文化、讲述农民辛勤耕耘故事的窗口。通过这样的差异化呈现，让观众在购买农产品的同时，也能感受到那份来自乡土的深情与文化的韵味，从而让我们的直播间在众多竞争者中脱颖而出，成为连接城市与乡村、消费者与生产者之间的一座独特桥梁。结合本地农产品的独特产业优势和地域文化特色，通过实施“电商 + 旅游 + 采摘”的综合发展模式，积极带动农户参与，探索农产品电子商务与农耕文化体验、研学旅行等农业与旅游深度融合的新路径。这一策略旨在有效提升农产品的整体价值链，不仅促进农产品的线上销售，还通过农耕体验活动和研学旅行项目，增加农产品的附加值，实现产业的多元化发展。

4.3. 健全农产品直播销售物流体系

建立一套全面的仓储、冷链及配送体系对于确保农产品的新鲜度至关重要，通过优化交通网络、提升仓储设施和利用信息处理系统，可以有效降低农产品的物流成本，这对于提升农产品直播的效果尤为关键。首要步骤是，政府需对县、乡、村三级农村物流网络进行科学规划，推进乡村振兴基础设施建设，依托电商发展设立物流节点，引入冷链物流技术，建设现代化仓储设施，降低农产品在储存和运输过程中的损耗。推广物联网、大数据等技术在农产品物流中的应用，提高物流管理的智能化水平，确保农产品不仅“卖得出”，还要“运得畅”。紧接着，商家应充分利用政策优惠和税收激励，促使物流企业积极参与基础设施建设，增强项目的吸引力和可行性。最终，商家需与具备农产品专业运输能力的物流公司携手合作，共同制定标准化的作业流程，清晰界定物流各方的权责，确保农产品能够迅速且完好无损地送达消费者手中。同时也要加大资金的投入，改善农村地区交通条件，提高道路通行能力和运输效率，优化农产品物流链条，减少中间环节，降低物流成本。推广绿色物流，减少包装材料的使用和废弃物的排放，降低环境成本，通过规模化、集约化经营，提高农产品物流的规模效应和经济效益。

5. 结语

农村电商直播带货不仅是农产品销售的新渠道，更是乡村振兴的重要推手，“数商兴农”背景下的农村电商直播带货，虽面临挑战，但机遇并存，推动农村电商直播带货走向更加成熟、稳健的发展轨道。这不仅有助于提升农产品的附加值，促进农民增收，更为乡村振兴战略的深入实施提供了有力支撑。未来，随着技术的不断进步和政策的持续优化，农村电商直播带货有望成为农村经济的新增长点，为农业现代化注入强劲动力。

参考文献

- [1] 胡可鑫. 数字经济背景下乡村农产品直播带货现状及优化策略研究[J]. 商场现代化, 2024(16): 28-30.
- [2] 丁晶, 孟梅. “数商兴农”背景下中国农产品直播带货存在的问题及对策[J]. 农业展望, 2024, 20(8): 139-145.
- [3] 刘建莉. “互联网+”背景下农产品直播带货发展路径研究[J]. 河北农业, 2024(12): 31-34.
- [4] 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.
- [5] 张妍. 农村市场 基于电商平台的农产品物流服务和销售模式选择[J]. 商业经济研究, 2021(5): 139-141.
- [6] 王兴萌, 巫焕. 乡村振兴战略下农产品直播带货困境及对策[J]. 时代经贸, 2024, 21(9): 50-52.