

数字乡村视域下直播电商赋能乡村振兴的价值意蕴与路径探索

王园丹

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年4月13日; 录用日期: 2025年4月27日; 发布日期: 2025年5月29日

摘要

在“数字乡村”战略实施背景下, 直播电商作为农业农村现代化转型的重要引擎, 为乡村振兴带来了新的发展机遇。本文基于“价值-困境-路径”的逻辑框架, 分析直播电商在乡村振兴中的作用。研究发现, 直播电商有助于构建现代农业农村体系; 促进农民就近就业增收; 提升农业资源利用效率。然而, 当前发展面临基础设施短板待补、场景内容创新不足、专业人才缺口凸显、监管机制亟待健全的困境。基于此, 提出完善基础设施建设、创新云端传播模式、构建人才支撑体系、建立协同监管机制等路径, 推动直播电商与乡村振兴战略深度融合, 助力农业农村高质量发展。

关键词

乡村振兴, 直播电商, 数字乡村, 农村电商

The Value Implications and Path Exploration of Live-Streaming E-Commerce Empowering Rural Revitalization from the Perspective of Digital Village

Yuandan Wang

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Apr. 13th, 2025; accepted: Apr. 27th, 2025; published: May 29th, 2025

Abstract

In the context of the implementation of the “digital village” strategy, live streaming e-commerce, as

文章引用: 王园丹. 数字乡村视域下直播电商赋能乡村振兴的价值意蕴与路径探索[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 2632-2636. DOI: 10.12677/ec.2025.1451568

an important engine for the modernization transformation of agriculture and rural areas, brings new opportunities for rural revitalization. This article analyzes the role of live streaming e-commerce in rural revitalization based on the logical framework of “value-dilemma-path”. Research has found that live streaming e-commerce can build a modern agricultural and rural system; promote nearby employment and income increase for farmers and improve the efficiency of agricultural resource utilization. However, the current development is facing challenges such as inadequate infrastructure, insufficient innovation in scene content, prominent shortage of professional talents, and urgent need to improve regulatory mechanisms. Based on this, it is proposed to improve infrastructure construction, innovate cloud communication models, build a talent support system, and establish a collaborative supervision mechanism to promote the deep coupling of live streaming e-commerce and rural revitalization strategies, and help promote high-quality development of agriculture and rural areas.

Keywords

Rural Revitalization, Live Streaming E-Commerce, Digital Village, Rural E-Commerce

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

乡村振兴，产业兴旺是关键。而产业要实现兴旺发展，不仅要保证产品质量，还需具备良好的销售渠道。随着互联网技术的发展，直播电商通过重构农产品流通体系，有效破解了传统农业销售渠道冗长、信息不对称等痛点。自 2018 年中央一号文件确立“数字乡村”战略以来，国家层面持续深化“数商兴农”工程实施，推动“互联网 + 农产品”出村进城[1]。在此背景下，直播电商通过产地直连、订单农业等创新模式，催生出移动终端转型为“数字农具”、云端营销升级为“新型农事”、数据流量转化为“生产农资”的现代农业生产关系[2]，搭建起农产品从田间地头直达消费者的数字桥梁，成为激活农村消费市场、推动经济复苏的重要引擎。基于技术 - 组织 - 环境(TOE)理论框架，直播电商的赋能效应不仅依赖技术创新，更需要组织变革与环境适配的协同作用。然而，直播电商在赋能乡村振兴进程中，既创造了数字化转型机遇，也面临着结构性发展挑战。本文将从价值意蕴、现实困境、践行路径三个方面展开分析，旨在为直播电商产业可持续发展提供解决方案。

2. 直播电商赋能乡村振兴的价值意蕴

2.1. 构建现代农业农村体系，推动乡村产业兴旺

推进农业农村现代化是乡村振兴战略 2035 年远景目标的核心任务，其关键在于构建特色化产业生态体系。直播电商通过数字技术赋能，不仅能激发乡村经济发展活力，还能推动产业价值链重构与现代化转型。一方面，直播电商搭建起与消费者直接相连的桥梁，帮助农户拓展市场，增加收入。同时，其产生的“流量经济”效应，吸引资本、人才、技术等生产要素向农村集聚，进一步加速农业产业链的延伸与产业形态的创新。另一方面，直播电商推动产业结构优化升级。传统农业以粮食作物为主的单一结构，已无法满足当下消费升级的需求。借助消费大数据分析，直播电商引导农产品向差异化、品牌化、定制化方向发展，提升农产品市场竞争力与附加值，为乡村产业兴旺注入强劲动力。例如，浙江丽水“山耕”品牌通过直播电商实现年销售额突破 50 亿元，带动 2.3 万农户增收[3]。

2.2. 促进农民就近就业增收，实现乡村生活富裕

直播电商的一个重要功能就是带动农民就近就业，增加农民的收入来源，从而促进乡村生活富裕[4]。首先，直播电商平台创新农产品流通渠道，打破传统多层级分销体系，减少中间环节和降低运营成本，平台依托市场调研的方式，帮助农户精准把握市场需求，优化种植结构与产品设计，提高销售效率，实现“以销定产”的良性循环。其次，直播电商构建新型就业生态，为农民提供“家门口的就业市场”。它创造了主播、运营、摄像、客服、品控等 10 余类就业岗位。这种“离土不离乡”的就业模式，有效缓解了农村青壮年人口外流问题，为乡村留住发展生力军。最后，农业农村部实施的“百万乡村网红培育计划”构建起“培训-认证-孵化”全链条培养体系。通过短视频制作、数据分析、直播运营等技能培训，培育出一批懂技术、善经营的“新农人”，显著增强了农民的职业认同感与乡村归属感，更好带动农民就近就业。

2.3. 提升农业资源利用效率，打造生态宜居乡村

直播电商作为数字经济的重要组成部分，能够有效提升农业农村资源利用率，促进乡村生态宜居建设。首先，直播电商助力乡村产业优化与生态宜居。通过直观展示农产品生产过程和生态环境，让消费者感受乡村的自然与绿色，推动乡村产业向生态化、可持续方向发展。农民可根据市场需求调整生产结构，减少资源浪费，提高资源利用效率[5]。同时，直播电商推广有助于发展绿色有机农产品，保护乡村生态环境。其次，直播电商提升农产品价值与乡村吸引力。其交互式体验增强消费者对农产品的信任度，提升市场价值，并吸引消费者前往乡村实地感受新面貌，形成“线上引流、线下体验”模式，为乡村带来新的经济增长点，如乡村旅游、康养等产业。最后，直播电商促进乡村生态保护意识的提升。直播电商让消费者直观感受乡村水体、植被等生态系统的脆弱性，使观众产生生态保护共情。同时，乡村居民通过接触外界信息，提升自己的环保意识，为乡村生态宜居建设提供社会基础。

3. 直播电商赋能乡村振兴的现实困境

3.1. 基础设施短板待补

直播电商基础设施薄弱与区域经济社会发展水平显著相关。从物流体系看，乡村地区运输网络覆盖不足与冷链物流建设滞后的问题相互交织，形成系统性供给瓶颈。具体表现为：乡村物流服务单一化导致农产品流通成本增加和市场营销风险放大。生鲜农产品易腐特性对仓储运输要求高，偏远地区“最初一公里”收储与“最后一公里”配送衔接不畅，导致鲜度保持与质量控制困难，制约了农产品的市场流通能力。在数字技术赋能层面，大数据、人工智能等现代技术手段的应用相对滞后。这些技术本应成为提升直播电商运营效率的重要工具，但在实际应用中，信息处理能力不足导致物流、信息流协同不畅。物流服务响应速度慢、售后服务体系不完善、运输环节透明度低最终影响了消费者的购物体验。物流体系与数字技术相互叠加，构成了制约直播电商可持续发展的“双轮短板”。

3.2. 场景内容创新不足

现阶段直播电商在场景设计、内容生产和营销模式等方面存在系统性短板。其一，场景设计同质化严重，直播空间建构未能有效融入地域文化符号。背景布置、灯光设计等视觉元素普遍存在“去农化”倾向。这种脱离农产品生长环境的场景营造，既削弱了消费者的沉浸体验感，又因重复性视觉呈现引发审美疲劳，最终导致购买转化率下降。其二，内容生产模式雷同，以农户个体为主体的直播叙事呈现明显的模式化特征。现有直播内容大多停留于产品外观展示、功能介绍等表层信息传递，缺乏对农产品文化内涵、生产技艺等深层价值的挖掘。这种浅层叙事模式导致农产品市场辨识度不足，进而引发同质化

竞争和价格战现象，形成“有量无质”的发展困局。其三，营销模式过度商业化。部分助农直播过度依赖流量导向的商业逻辑，通过夸张标题、低俗表演等方式吸引眼球。这种短期刺激消费的“狂欢式营销”虽能实现即时流量转化，但会透支消费者信任，导致复购率下降和品牌价值流失。

3.3. 专业人才缺口凸显

乡村产业振兴与新返乡运动的兴起催生了新型职业群体“新农人”，但乡村直播电商领域仍存在结构性人才短缺的问题。从人才供给结构看，农村居民知识结构与现代电商需求存在矛盾：一方面，本土从业者普遍缺乏直播运营、数据分析、平台规则等专业知识，媒介素养与内容生产能力不足直接影响带货效果；另一方面，中国电子商务协会（2024）发布的《中国电子商务人才发展报告》显示，直播电商、农村电商及跨境电商等领域存在 1500 万人才缺口[6]。从人才引育机制看，农村地区吸引力不足与职业发展空间受限导致专业人才引进困难，多数县域难以建立持续有效的人才供应链；现有培训体系存在形式化倾向，培训内容与产业实际需求脱节，未能形成“培训 - 实践 - 提升”的闭环机制。从人才效能发挥看，直播团队普遍存在运营规范性不足的问题。客户投诉处理机制不完善、物流配送体系不健全等现象频发，既影响消费体验，又制约品牌建设 with 用户黏性提升。

3.4. 监管机制亟待健全

直播电商作为新兴业态，目前仍处于发展初期，在市场监管机制、农产品标准化建设及平台交易管理等层面存在系统性短板。一是监管机制不完善，现有监管体系存在时段性偏差，过度依赖事后处置，预防性监管体系尚未有效建立，导致信息不对称、虚假宣传、数据造假等市场乱象频发，进而引发价格信号扭曲、品牌价值贬损等系统性风险，不仅削弱了消费者信任，更损害了生产者利益。二是农产品标准化建设不足，产前标准制定、产中技术指导与产后质量检测的全链条品控机制尚未完全建立，导致农副产品直播带货质量安全事件的发生。这种制度性疏漏不仅威胁消费者健康，更直接影响农产品品牌声誉，制约了产业升级。三是直播平台交易管理不规范，当前农副产品交易普遍采用平台跳转第三方支付模式，缺乏统一的交易信息追溯机制。消费者难以查询全流程交易数据，不仅增加了消费者的交易风险，弱化了消费者权益保障力度，也阻碍了电商直播产业的规范化发展。

4. 直播电商赋能乡村振兴的践行路径

4.1. 完善基础设施建设，健全直播助农配套体系

县域数字化基础设施水平与物流网络效能是决定电商直播成效的关键变量。首先，构建现代化交通网络体系。地方政府应基于区域发展特征，依托国家数字乡村战略，构建“县 - 乡 - 村”三级物流网络节点，通过政策协同机制提升农产品跨区域流通效率。其次，推进智慧物流系统建设。通过整合快递资源设立村级集散中心，解决城乡物资运输末端梗阻问题；搭建数字化调度系统实现农产品流通全流程可视化追踪；同步完善冷链仓储体系，通过预冷贮藏技术降低生鲜产品运输损耗率。最后，实施数字乡村建设工程。加大财政资金对光纤网络和 5G 基站等新型基础设施的投入，通信企业需针对丘陵山区地形特点优化信号覆盖方案，重点保障直播数据传输稳定性与实时性，构建畅通无阻的农产品线上销售通道。

4.2. 创新云端传播模式，打造多维交互直播场景

直播业态的持续迭代是农业数字化营销的核心驱动力。差异化场景建构、优质内容生产及主播 IP 孵化，能够优化用户消费感知、强化购买粘性，最终实现农产品流通效能提升。首先，深化市场洞察，形成精准传播策略。建立用户画像，分析消费者的特点，根据消费行为数据提炼核心卖点，开发具有地域标

识的直播场景矩阵，塑造兼具专业性与亲和力的主播形象，形成特色化品牌传播路径。其次，着力推进交互技术创新。引入增强现实技术模拟产品生产全流程，通过多维度可视化呈现强化产品信任度；运用实时弹幕互动、云端抽奖等模块化组件，构建双向沟通机制，提升用户驻留时长与参与转化率。此外，探索构建文化赋能场景。将农耕文明传承、乡土景观资源与非遗民俗元素进行创意整合，通过情景剧演绎、沉浸式体验等叙事手法，形成产品价值与文化内涵的深度关联，触发消费者情感共振，构建农产品营销的立体化价值链条。

4.3. 构建人才支撑体系，培育新型电商主力军

直播电商产业升级需要专业化人才梯队建设。针对当前行业人才结构性短缺问题，需构建“内培外引”协同机制，重点培育既懂农业又懂直播的复合型人才。首先，挖掘本地人才的潜力。建立常态化技能提升工程，整合行业资源，成立区域直播联盟，系统学习直播话术、短视频拍摄等技能，通过系统化培训提升人才技能矩阵，强化农产品营销策划、流量运营等核心能力。其次，深化产教融合培养模式。推动职业院校与行业协会共建产业学院，开发模块化课程体系，实施“双导师”教学机制，实现教学标准与岗位需求精准对接。最后，优化外源性人才吸纳环境。制定专项人才引进计划，对优质主播团队提供创业孵化支持，设立电商人才服务驿站，通过税收减免、住房补贴等政策组合拳吸引城市电商人才返乡创业。

4.4. 建立协同监管机制，护航直播电商健康发展

规范与创新是直播电商可持续发展的根本保障。为维护市场秩序与消费者权益，需构建多方联动的长效监管机制，促进农村电商规范化发展。一是强化政府主导作用，构建全链条监管框架。推动市场监管部门与网信机构联合制定行业管理规范，明确监管主体责任，建立涵盖直播备案、溯源管理、合规交易的全流程监管制度。二是实施源头质量管控，完善准入退出机制。建立农产品线上流通资质认证体系，由平台方联合农业部门对产品实施分级审核；健全信用惩戒机制，对存在虚假营销或质量瑕疵的商户实施动态信用评级与流量限制措施。三是构建平台责任清单制度，完善行业自律机制。第三方平台需履行资质核验、售后追责等法定义务，建立商户准入负面清单制度，推行“黑名单”信息共享机制；引导成立行业自治组织，制定标准化服务公约，形成内部监督与外部监管的闭环体系。探索构建政府引导、平台担责、行业自律的协同监管机制，通过数字化监管实现风险预警与精准执法，推动直播电商向标准化、法治化方向发展。

参考文献

- [1] 中共中央、国务院关于做好二〇二三年全面推进乡村振兴重点工作的意见[N]. 人民日报, 2023-2-14(001).
- [2] 本刊编辑部. 直播电商赋能乡村振兴[J]. 农村·农业·农民, 2023(22): 4.
- [3] 浙江省农业农村厅. 2023 浙江数字乡村发展报告[R]. 杭州: 浙江省农业农村厅, 2023.
- [4] 刘欢. 数字经济视域下直播电商赋能乡村振兴策略研究[J]. 智慧农业导刊, 2023, 3(8): 113-116.
- [5] 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.
- [6] 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.