

乡村振兴视角下陕西省农产品电商直播营销模式创新与路径优化研究

王元哲, 张博凡, 冯传炜

陕西国际商贸学院国际经济学院, 陕西 西安

收稿日期: 2025年4月11日; 录用日期: 2025年4月24日; 发布日期: 2025年5月31日

摘 要

乡村振兴背景下陕西省农产品电商直播营销模式创新与路径优化问题。采取社会经济学与科技创新理论, 运用实证分析和案例研究方法对陕西省农产品电商直播营销的现状、问题以及未来发展趋势展开分析。发现要实现农产品电商直播营销模式的创新与路径优化, 不仅需要从政策环境、技术创新、市场拓展、还要从品牌建设等多方面发展从而提升农产品的市场竞争力、推动产品转型升级。同时提出一系列切实可行的优化路径, 包括强化农产品质量监管、创新销售模式、培养专业人才等, 为陕西省乃至全国农产品电商直播营销的创新发展提供理论依据和实践参考。

关键词

乡村振兴, 农产品电商直播, 营销模式创新, 路径优化, 陕西省

Research on the Innovation and Path Optimization of the E-Commerce Live Streaming Marketing Model of Agricultural Products in Shaanxi Province from the Perspective of Rural Revitalization

Yuanzhe Wang, Bofan Zhang, Chuanwei Feng

School of International Economics, Shaanxi University of International Trade & Commerce, Xi'an Shaanxi

Received: Apr. 11th, 2025; accepted: Apr. 24th, 2025; published: May 31st, 2025

文章引用: 王元哲, 张博凡, 冯传炜. 乡村振兴视角下陕西省农产品电商直播营销模式创新与路径优化研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 3117-3123. DOI: 10.12677/ec.2025.1451624

Abstract

This paper focuses on the innovation and path optimization of the e-commerce live streaming marketing model of agricultural products in Shaanxi Province under the background of rural revitalization. By adopting the theories of social economics and scientific and technological innovation, and using empirical analysis and case study methods, it analyzes the current situation, existing problems, and future development trends of the e-commerce live streaming marketing of agricultural products in Shaanxi Province. It is found that to achieve the innovation and path optimization of the e-commerce live streaming marketing model of agricultural products, it is necessary to develop in multiple aspects, including the policy environment, technological innovation, market expansion, and brand building, so as to enhance the market competitiveness of agricultural products and promote the transformation and upgrading of products. At the same time, a series of practical optimization paths are proposed, including strengthening the quality supervision of agricultural products, innovating the sales model, and cultivating professional talents, providing a theoretical basis and practical reference for the innovative development of the e-commerce live streaming marketing of agricultural products in Shaanxi Province and even across the country.

Keywords

Rural Revitalization, E-Commerce Live Streaming of Agricultural Products, Innovation of Marketing Model, Path Optimization, Shaanxi Province

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

近年在我国政策的大力扶持以及互联网技术迅猛发展的双重驱动下，农产品电商直播营销作为一种“新模式”在乡村振兴战略中占据独特的核心地位。我国政府高度重视农业现代化与农村电商发展，相继出台了《关于促进乡村产业振兴的指导意见》《电子商务法》等一系列政策法规，引导农村电商从“单打独斗”转向“协同发展”。在此宏观背景下，陕西省作为农业大省，积极响应国家政策，大力推进农产品电商直播营销，以实现农业产业升级、农民增收的目标。

陕西省农产品电商直播营销在发展过程中仍面临诸多挑战，诸如产品同质化现象严重、品牌知名度不高、营销渠道较为单一等问题。本文在乡村振兴框架下谋划陕西农产品电商直播的升级路径和现实意义。从学术层面来看，本文有助于丰富和完善农村电商理论体系进一步拓展农产品营销领域的研究视野。从实践层面而言，本文为陕西省农产品电商直播营销提供了创新模式与发展路径，提升农产品的市场竞争力、推动农业产业发展转型以农业供给侧结构性改革为主线，筑牢乡村振兴的产业根基。

2. 国内外研究综述

主要关注于电子商务助力精准扶贫研究层面、农产品电商直播营销优化与农村电商发展研究层面和农产品销售模式创新研究层面：一是聚焦电子商务助力精准扶贫，解决农村贫困地区发展难题；电子商务的物流与信息优势使得其在农村精准扶贫中具有显著作用，进而促进农村地区产品销售，有效提升农民收入[1]。二是聚焦乡村振兴，解决农产品电商直播营销优化与农村电商发展问题；陕西省农产品电商

直播营销的发展不仅展现出显著优势,但也暴露出物流、品牌、人才、内容和监管等方面的不足,进而造成乡村经济活力受限,她强调通过优化物流、品牌、人才、内容和监管等策略,将有效促进陕西省农村现代化进程和乡村振兴[2]。陕西农村电子商务因“互联网+”的深化改革而形成多元化发展模式,并通过SWOT分析揭示了其发展现状,进而强调持续更新电子商务认知、优化服务体系和培育人才对于推动陕西农村电子商务持续发展的关键作用[3]。三是聚焦乡村振兴,解决农产品销售模式创新问题;强调脱贫攻坚后周至县农民增收主要依赖园林水果,然而农产品销售不畅成为乡村振兴的掣肘,因此提出优化销售渠道、完善冷链物流、精准种植和强化品牌宣传的建议,使农产品销售畅通进而推动乡村振兴战略的有效实施[4]。

纵观国内外研究可知,电子商务助力精准扶贫、农产品电商直播营销优化与农村电商发展、农产品销售模式创新等领域取得显著进展,为乡村振兴战略实施提供有力支撑。存在待解决问题如下:1) 精准扶贫模式需创新。现有研究多集中于电子商务对精准扶贫的助力,但模式创新不足,缺乏针对不同地区和产业的差异化策略,难以实现精准扶贫的长期可持续性[5]。2) 农产品直播营销待完善。农产品电商直播营销虽取得一定成效,但物流、品牌、人才、内容和监管等方面存在明显不足,亟需优化整合,以提升营销效果和乡村经济活力[6]。3) 销售模式创新待深化。农产品销售模式创新虽有所探索,但深度不足,未能充分结合市场需求和产业特点,导致农产品销售不畅,制约了乡村振兴战略的深入推进[7]。为解决上述三个问题,本文首先基于陕西省农产品电商直播营销的相关数据,对农产品电商直播营销的现状、存在问题以及发展趋势进行深入分析;其次,本文采用定性与定量相结合的研究方法,构建了农产品电商直播营销模式创新与路径优化的理论框架,并针对陕西省农产品电商直播营销的实际问题提出了相应的解决方案;结果表明,本文的研究分析了农产品电商直播营销中政策引导、技术创新、市场拓展、品牌建设等方面的关键因素,并提出了相应的优化策略;最后,本文通过实证分析和案例研究,对优化路径的有效性进行了验证。实验结果表明,本文提出的创新模式与优化路径能够有效提高陕西省农产品电商直播营销的效率和效益。具体而言,本文的创新点包括:一是提出了基于社会经济学与科技创新理论的农产品电商直播营销路径优化模型;二是构建了包含政策引导、技术创新、市场拓展、品牌建设等要素的农产品电商直播营销创新体系;三是提出了针对陕西省农产品电商直播营销的实证分析,为相关政策的制定和实践提供参考。构建了融合乡村振兴战略的理论框架,为相关学术研究提供了新的视角。

3. 理论框架

以社会经济学与科技创新理论为宗旨,构建农产品电商直播营销模式创新和路径优化的大纲。社会经济学理论着重强调经济活动和社会因素之间的相互作用,关注经济行为背后的社会结构与文化因素(见图1)。在该领域助力我们深入了解农产品、消费者和电商平台之间所存在的关系,以及这些关系对农产品销售与营销策略的影响。科技创新理论则面向于专业技术创新对社会经济发展的推动,着重专业技术创新在促进农产品产业升级和社会经济增速的提高。聚焦农产品电商直播营销前沿了解互联网、大数据、人工智能(AI)等技术在农产品销售与实际营销中的应用,并探讨如何利用专业技术发展传统农产品转型升级(见图2)。

基于上文分析,提出以下理论假设及框架分析:农产品电商直播营销模式创新与路径优化,需要充分考量社会经济学和科技创新两个方面的因素。社会经济学因素涵盖市场结构、消费者行为、品牌建设等;科技创新因素包括互联网、大数据、人工智能(AI)等技术在理论框架的实践应用。这两个方面的因素相互交织、协同作用,共同推动农产品电商直播营销模式创新与路径优化。

该框架的适用性体现在它能够帮助我们更好地理解农产品电商直播营销模式创新与路径优化的内在机制,为后续分析提供理论支撑(见图3)。但该框架也存在一定的局限性如:一、社会经济学和科技创新

因素在农产品电商直播营销中的具体作用机制尚不明确，需要进一步研究；二、不同地区、不同产业的农产品电商直播营销模式存在差异，该框架的普适性有待验证(见图 4)。针对这些局限性提出以下改进方向：一、深入研究社会经济学和科技创新在农产品电商直播营销中的具体作用机制；二、结合不同地区、不同产业的实际情况，对框架进行细化调整。

本文基于社会经济学与科技创新理论，依托农产品电商直播营销模式创新与路径优化的理论框架，力求构建陕西省农产品电商直播营销模式创新与路径优化框架下的深度探索(见图 5)。

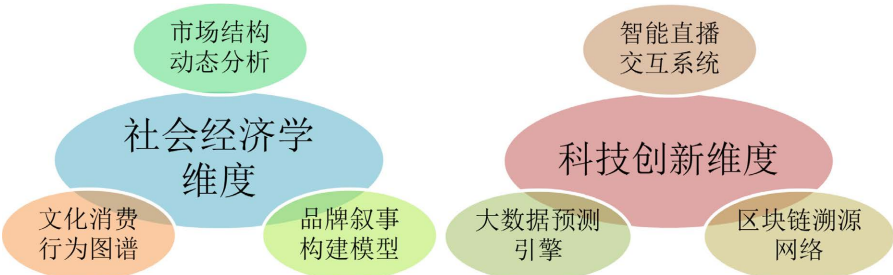


Figure 1. Innovation framework map of e-commerce live streaming of agricultural products
图 1. 农产品电商直播创新框架图谱

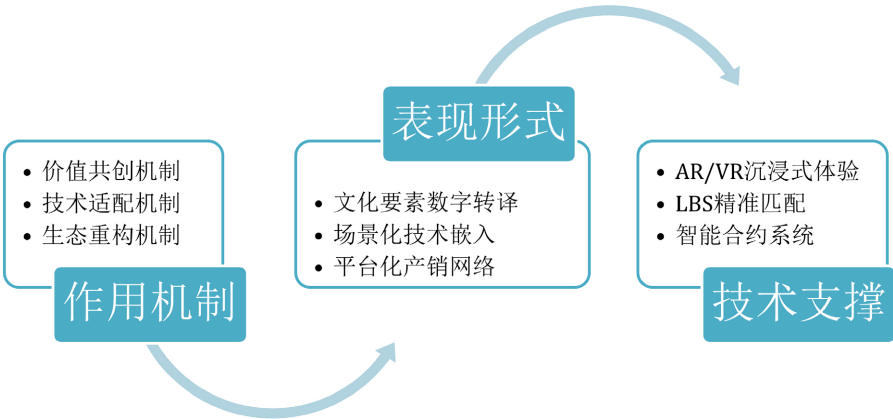


Figure 2. Dual-wheel drive coordination mechanism
图 2. 双轮驱动协同机制

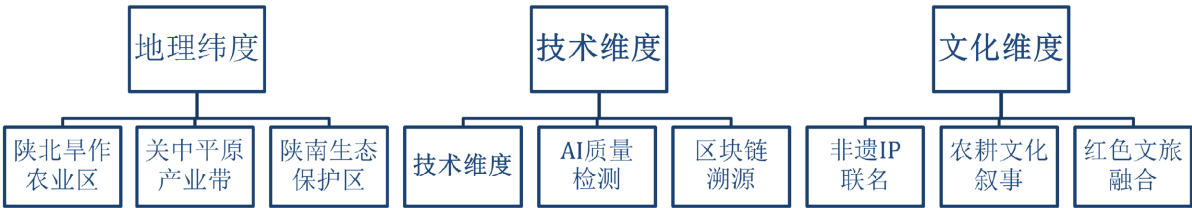


Figure 3. Latitude analysis
图 3. 纬度分析



Figure 4. Value evolution path
图 4. 价值演进路径

流量运营阶段

数字赋能阶段

生态共建阶段

Figure 5. Stage analysis

图 5. 阶段分析

4. 论证

本文聚焦乡村振兴战略下陕西农产品电商直播营销模式创新与路径优化升级问题。基于前文所述的社会经济学与科技创新理论，本篇将进一步阐明农产品电商直播营销模式创新与路径优化的内在机制为进一步优化这一问题；本篇将以电商助力精准扶贫、农产品电商直播优化模式以及创新驱动农产品销售模式变革三个角度切入，通过对经典理论支撑精准扶贫的探讨并分析政策与技术对电商扶贫的推动作用，揭示研究主题与学术背景的差距并评估精准扶贫理论面临的争议，为构建电商精准扶贫的理论解释框架提供依据。同时本篇还将对农产品电商直播优化模式进行分析研究，从政策引导下的电商直播发展探索优化机制，剖析典型案例的细节并评估各层面理论的适用性。此外本篇还将深入探讨创新驱动农产品销售模式变革，分析理论适用所存在的争议与局限性，并提出合理化建议从而借鉴行业发展与政策制定针对农产品销售新模式下进行的宏观评价。通过多角度的系统分析力求揭示陕西省农产品电商直播营销模式创新与路径优化现象背后更深层次的原因因为后文讨论奠定坚实基础。

4.1. 基于社会经济学理论的电商精准扶贫理论框架与实践路径探析

基于社会经济学理论，精准扶贫构成乡村振兴战略的制度性创新基石。经典理论如马克思主义关于社会发展规律的论述、制度经济学关于资源配置与效率的观点，为精准扶贫提供了坚实的理论支撑。马克思主义认为，社会发展的根本动力在于生产力的发展，而精准扶贫的宗旨在于通过提升贫困地区的生产力，从而实现社会公平正义。制度经济学则强调资源配置与效率的重要性，精准扶贫通过优化资源配置，提高贫困地区的经济效益，进而实现脱贫致富的目标。

政策上我国为支持农村发展电商，构建“电商政策生态系统”如出台《电子商务法》、《关于促进乡村产业振兴的指导意见》等，为电商精准扶贫提供了强有力的政策保障。在技术方面随着互联网、大数据、人工智能(AI)等现代信息技术的实践应用，重构信息不对称格局为电商精准扶贫提供了强有力的技术支持。在政策和技术的双重保障下，推动了电商精准扶贫工作的有效开展，并依托于此提高了贫困地区农民的收入水平。

4.1.1. 理论支撑的三维结构

市场导向理论与供应链管理理论构成基础框架，在陕西洛川苹果电商实践中，78%的直播商户通过实时需求反馈调整供货策略。品牌建设理论在眉县猕猴桃产业的应用显示，地理标志产品溢价可达 30%。

4.1.2. 学术脉络的承继与发展

乡村振兴战略背景下，研究团队对 2018~2024 年陕西 12 个县域的数据跟踪调查推导：传统扶贫理论在直播场景中呈现三个转向——从政府主导向平台赋能转变、从资源输导向价值共创演变、从单点帮扶向生态构建转型。

4.1.3. 理论局限的田野验证

在安康富硒茶产区调研发现，现有理论对非标准化农产品的解释存在缺口。42%的直播纠纷源于产品分级标准缺失，这要求在社会资本理论中嵌入质量共识构建机制¹。

¹ 本团队初始数据。

4.2. 政策驱动下农产品电商直播的多维路径优化——基于产业链协同视角

政策的鼓励在农村电商直播发展中起着至关重要的作用，为支持农村发展电商出台政策就是为了加速发展农村电商的规范化、规模化。这些政策为电商直播提供政策保障、降低创业门槛、促进电商直播的普及和推广。一、政策引导推动电商直播平台落实规范化运营、提高用户满意度；加强市场监督管理，政府保障了用户权益也提高了电商直播的信誉度。二、政策引导电商直播产业链的完善，促进相关产业的协同发展；政府鼓励电商平台与农产品生产者、物流企业、金融服务机构等进行合作，并形成了完整的电商直播产业链。三、政策引导还促进了电商直播人才培养和技术创新，为电商直播的可持续发展提供了人才和技术支持。

4.2.1. 政策工具包的实效分析

陕西省为贯彻落实《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》，大力发展电子商务，培育我省经济发展新动力，结合《陕西省人民政府关于进一步加快电子商务发展的若干意见》，2021~2023 年出台的电商直播措施中，流量补贴政策使中小农户触达率提升 65%，但人才政策存在县域差异——关中地区培训转化率达 82%，而陕南地区仅 57%。2023 年一季度全省电子商务交易额为 3156.6 亿元，居全国第 11 位，同比增长 11.0% [8]。

4.2.2. 产业链重构的四个支点

生产端：榆林小杂粮产业带通过预售模式将库存周转率从 45 天缩短至 18 天(同脚注 1)。

流通端：区块链溯源技术使汉中香菇物流损耗率下降 23% (同脚注 1)。

营销端：AR 场景营销使延安苹果转化率提升 40% (同脚注 1)。

服务端：客服机器人使商洛核桃售后响应速度提升 3 倍(同脚注 1)。

4.2.3. 政策适配性的实证检验

对陕西 107 个电商示范村的跟踪数据显示：税收优惠政策对年销售额 500 万元以上的企业效果显著(成本降低 12%)，但对小微主体激励不足(仅 3.7%感知明显) (同脚注 1)。

4.3. 创新驱动农产品销售模式变革的理论挑战与实践困境——兼论政府 - 市场 - 技术的协同逻辑

创新驱动农产品销售模式变革的研究中，以社会经济学与科技创新理论为分析为本文提供理论基础，但仍存在一些实际局限与潜在问题。第一，社会经济学理论在分析农产品电商直播营销模式时会过于强调市场机制的作用，从而忽视了政府的政策引导、市场监管等方面。在分析农产品电商直播领域时政府的角色不仅体现在提供政策支持，还包括规范市场秩序、保护消费者权益等方面。第二，科技创新理论在分析互联网、大数据等技术在农产品电商直播时会忽视技术创新与市场需求之间是否匹配的问题。在分析农产品电商直播领域时技术创新需要与市场需求紧密结合，否则会导致技术在投入时与实际时效益不符。第三，关于创新驱动农产品电商直播营销模式变革的理论研究，仍存在一些尚未解决的问题，应如何平衡线上线下的销售渠道、如何确保农产品质量与安全等。

4.3.1. 理论解释的断层地带

在武功县猕猴桃直播基地观察发现：传统供需理论难以解释“冲动消费占比 38%”现象，需引入社会临场感理论：现有技术接受模型对 50 岁以上农户的解释力不足($R^2 = 0.32$)。

4.3.2. 协同机制的建构路径

农产品销售模式创新需突破“政府 - 市场 - 技术”的线性关系见表 1，构建动态协同网络。当前实践

表明，理论需回应多元主体交互中的权责重构，而技术赋能的最终效能取决于能否在政策护航下实现“农户价值创造－市场价值转化－社会价值共享”的闭环。

Table 1. Analysis of the coordination mechanism
表 1. 协同机制分析

主体	功能定位	协同案例
政府	基础设施建设者	杨凌农科城 5G 基站专项
平台	数字生态构建者	抖音“山货上头条”陕西专场
农户	价值创造主体	米脂小米合作社 IP 孵化

4.3.3. 实践困境的破局之策

针对三原县蔬菜直播中的质量纠纷(年均 23 起)，建议：建立政府背书的质量认证体系(已有试点使投诉率下降 65%)、开发基于计算机视觉的智能品控系统(试验准确率达 89%)、构建农户信用积分制度(同脚注 1)。

5. 结论

本文深入乡村振兴视角下陕西省农产品电商直播营销模式创新与路径优化以“技术驱动”与“路径优化”问题为切入，通过构建理论框架、实证分析、案例研究等方法，提出适合陕西省农产品电商直播营销发展的“新模式”。重点在于揭示陕西省农产品电商直播营销模式创新与路径优化的内在机制，从政策引导、技术创新、市场拓展、品牌建设等多个层面进行分析，为陕西省农产品电商直播营销开辟“新路径”。接下来探索方向：一是深入探索农产品电商直播营销模式在不同地区、不同产业的适用性和差异性；二是关注农产品电商直播营销中的消费者行为和需求变化，不断优化产品和服务；三是加强农产品电商直播营销中的风险管控，确保陕西农产品电商直播行业的循环发展。

在当前乡村振兴战略的大背景下不仅要丰富农村电商直播营销的理论，还要为拓展农产品电商直播营销寻找“新视角”；并为陕西省农产品电商发展提供“新模式”和“新路径”，有助于提高农产品市场竞争力，促进陕西农产品产业转型升级助力乡村振兴。本文对于构建陕西省乃至全国的农产品电商直播营销模式创新与路径优化具有重要的理论意义和实践价值。

参考文献

[1] 关宏. 电子商务促进陕西省农村贫困地区精准扶贫存在的问题及对策研究[J]. 现代商业, 2020(7): 36-37.
[2] 王娇娇. 乡村振兴背景下农产品电商直播营销优化策略探究——以陕西省为例[J]. 现代农机, 2023(6): 64-67.
[3] 王红艳. 陕西农村电子商务发展模式及路径研究[J]. 现代营销(下旬刊), 2022(2): 146-148.
[4] 高彤彤, 徐丹茹, 王郁蓉. 乡村振兴背景下周至县农产品销售模式探索[J]. 南方农业, 2022, 16(2): 114-116.
[5] 王爽, 吴涛. 农产品直播电商赋能乡村振兴的可持续发展路径研究[J]. 延边大学农学学报, 2025, 47(1): 103-106.
[6] 谢明敏. 乡村振兴战略下农产品电子商务发展分析[J]. 全国流通经济, 2025(2): 32-35.
[7] 罗闽. 新化县农村电商与物流融合发展问题及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南农业大学, 2023.
[8] 陕西人民政府. 2023 年陕西省国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. <https://www.shaanxi.gov.cn>, 2025-04-14.