

乡村全面振兴背景下农村电商直播发展的优化路径

韩如梦

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年3月28日; 录用日期: 2025年4月16日; 发布日期: 2025年5月22日

摘要

乡村全面振兴背景下的农村电商直播显示出巨大潜能,但在发展过程中还存在着产品质量参差不齐与直播内容同质化、主播专业素质不足与协同团队尚未形成、农村冷链物流体系与数字网络设施不健全等问题。为更好发挥农村电商直播在乡村全面振兴中的积极作用,需要落实监管,提升农产品质量并优化直播内容形式、加强人才储备,引进外部人才和培养内部人才并行、完善基础设施,健全冷链物流运输网并畅通数字网络,以推动农村电商直播高质量发展。

关键词

乡村全面振兴, 农村电商直播, 优化路径

The Optimization Path of Rural E-Commerce Live Broadcast Development under the Background of Rural Comprehensive Revitalization

Rumeng Han

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Mar. 28th, 2025; accepted: Apr. 16th, 2025; published: May 22nd, 2025

Abstract

Under the background of rural comprehensive revitalization strategy, rural e-commerce live broadcast shows great potential, but in the process of development, there are still some problems, such

as uneven product quality and homogenization of live broadcast content, insufficient professional quality of anchors and lack of teamwork, imperfect rural cold chain logistics system and digital network facilities. In order to give full play to the positive role of rural e-commerce live broadcast in the overall revitalization of rural areas, it is necessary to implement supervision, improve the quality of agricultural products, optimize the content and form of live broadcast, strengthen the talent pool, introduce external talents and cultivate internal talents in parallel, improve the infrastructure, improve the cold chain logistics transportation network and smooth the digital network, so as to promote the high-quality development of rural e-commerce live broadcast.

Keywords

Comprehensive Revitalization of the Countryside, Rural E-Commerce Live Broadcast, Optimize the 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

乡村全面振兴对于实现农业农村现代化,推动农村经济和社会全面发展具有重要作用,电商直播作为网络信息技术快速发展的产物,是一种新兴的商业模式,在乡村全面振兴过程中扮演着重要角色。通过农村电商直播,农产品能够突破时间和空间的限制,实现生产者与消费者的零距离交流,从而有效促进农产品的销售和推广[1]。直播带货、即时零售等电商新模式快速发展,拉动线上消费增长作用明显,《2024 中国农产品电商发展报告》显示,我国农村电商发展持续走高,2023 年全国农村网络零售额达 2.5 万亿元,比 2014 年增长近 13 倍;全国农产品网络零售额达 5870.3 亿元,约是 2014 年的 5 倍[2],但其发展过程中仍面临诸多挑战和问题。本文以乡村全面振兴为背景,首先概述农村电商直播发展的现状,随后深入剖析发展过程中面临的问题及产生原因,最后针对挑战给予相应的对策措施,以期为农村电商直播的发展提供有益的参考。

2. 乡村全面振兴背景下农村电商直播的发展现状

2.1. 农村电商直播用户规模及市场规模增长显著

大中小购物平台的持续发展为农村电商直播的用户规模和市场规模增长提供助力,从美团优选、多多买菜、饿了么等本地生活平台,到京东、淘宝等综合型购物平台,再到抖音、小红书、快手等内容社交类购物平台,农村电商直播已实现全渠道布局,极大的打破了地域空间的局限,有效挖掘全国各地的潜在农特产品消费者。《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,抖音电商直播间里农特产商品讲解总时长达 3825 万小时,累计销售农特产品 71 亿单,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”,为各地农产品开拓增量市场[3]。

2.2. 农村电商直播产品种类增多

农村电商直播产品种类更加丰富,除日常出售的种植业、畜牧业、渔业等未经深加工的农产品外,越来越多的直播间顺应季节、节日提供商品,如在农忙时出售小麦播种机、修枝剪;在情人节前上新手工礼盒、抱枕玩偶;在元宵节前上新元宵、手提花灯等,紧跟市场需求和消费者需要,有效提高直播间

销量。此外,还有类似“在线农技课堂”的直播间开展种植技术教学,吸引新农人付费学习。农村电商直播产生的流量,不仅可以促进单个直播间商品售卖,拓宽农产品销路,而且能带火当地特色乡村风景,促进乡村旅游业的发展。

2.3. 农村电商直播模式持续创新

在直播主体方面更具多元性,专业主播、网络红人、农民、村干部等均可以助力直播,成为一场直播的主讲者。在直播活动方面更具新颖性,直播间引入“限时秒杀”“种植认养”等模式,消费者可以通过直播以较低的价格在直播间认养果树,实时查看生长状况,成熟后再由快递运输到家。在直播助农模式上更具多样性,主要发展有电子商务配套产业市场链、个体农户直播销售新兴链和政府代言公信拉动扶持链,通过多链条加持网络直播销售,助力农村电商直播持续健康发展[4]。

3. 乡村全面振兴背景下农村电商直播面临的困境

事物的发展是前进性和曲折性的统一,在农村电商直播展现其独特优势时,不可避免地暴露出一些亟需完善的问题,这是农村电商直播发展过程中的必然现象,需要我们认真对待和解决。

3.1. 农村电商产品质量参差不齐与直播内容同质化

农村电商直播中出售的农产品质量参差不齐严重影响着消费者的购物体验,制约着农村电商直播的可持续发展。特别是一些地方特产,在未能形成统一的行业标准和监督机制的情况下,农民在种植和加工过程中对农药使用、肥料选择、采摘时机等环节的把控能力不一,导致产品质量参差不齐。此外,部分商家尚未形成品牌意识,对顾客黏性重视度不高,为了追求利润和销量在直播过程中存在产品虚假宣传、质量造假等现象,常常出现实物与直播样品货不对板,致使农村电商直播行业整体形象受损。

农村电商直播能否有效吸引并留住观众的核心要素在于直播内容的是否具有创新性与趣味性。然而,由于农户普遍缺乏专业的直播技巧和创新思维,导致部分直播间存在明显的同质化现象,形式和内容简单模仿热门直播间的呈现方式,甚至完全照搬成功案例的运营模式,缺少新鲜感,难以吸引消费者驻足页面浏览。此外,部分农村电商直播间只是单纯的展示商品,或在激烈的竞争中一味采用低价策略,缺乏内容形式上的创新,难以形成自身的品牌特色满足消费者的需求。

3.2. 农村电商主播直播能力不足与协同团队尚未形成

直播带货作为电商行业的新兴模式,要求从业人员具备一定的沟通技巧、销售技巧和产品知识。《2020中国农村电商人才现状与发展报告》显示:农产品电商人群仍以中等文化水平为主,其中初高中文化占比82.5%,大学文化占比16.5%,高校毕业电子商务相关专业毕业生,第一选择大多不是从事农村农产品电商行业,预计2025年农产品电商人才缺口上升至350万[5]。

大量的人才缺口将严重影响农村电商直播行业专业化、规模化发展,具体表现为主播对产品认知浅层化,在产品介绍方面,许多主播并未亲身使用过售卖的商品,没有对产品的特点和作用进行深入了解,仅依靠供应商话术模板进行机械化讲解,不能为消费者提供真实的反馈,甚至会出现虚假宣传的现象。其次,主播沟通互动能力不足,专业的主播需要具备良好的沟通能力和情感共鸣,能在直播互动中为消费者提供情绪价值,但实际上,部分农村电商直播间以介绍和出售产品为全部内容,在直播过程中缺乏真诚和深度,使消费者产生疏离感,难以建立起信任和共鸣。此外,专业的团队协作体系并未健全,在宣传包装方面,现有农村电商直播宣传工作者缺乏账号运营思维,直接生硬套用热门模版,导致形式千篇一律,没有贴合自己产品的内容和特点,宣传效果不明显。在售后保障方面,因缺少专业的客服为消

费者解答,使纠纷处理滞后、超时回复率高,消费者满意度低。

3.3. 农村冷链物流体系与数字网络设施不健全

农村电商直播的快速发展面临冷链物流体系不健全的瓶颈制约,首先,在物流基础设施方面,乡村地区普遍存在冷藏仓储设施不足、运输设备短缺等问题,这对新鲜蔬果、生鲜肉类等易腐农产品的品质保障构成严峻挑战,由于无法有效维持冷链环境,农产品在流通过程中易出现变质损耗,不仅降低生产者的经济收益,也破坏终端消费者的购物体验。其次,从运营成本角度看,冷链物流在偏远农村地区面临运输半径过大、基础设施薄弱、订单分散等现实困难,这些因素共同推高了物流运营成本,最终转嫁为农产品销售价格的上涨,进一步制约了农村电商的市场竞争力。

目前在一些偏远农村地区,网络尚未实现入户,网络的覆盖面和普及率仍然不足,网络信号差、不稳定等因素也对网络电商直播产生了一定的影响[6]。因此,要做到直播体验更低延迟、直播画面更高清,让消费者与商家云端同频,使商品细节纤毫毕现,还需要数字网络在农村的进一步更新升级。

4. 乡村全面振兴背景下农村电商直播的优化路径

4.1. 落实监管,提升农产品质量和优化直播内容形式

为确保农村电商直播的可持续发展,产品质量管控是关键所在。农产品销售具有特殊性,消费者的首次购买体验往往直接影响后续的复购决策,要想稳定客源,首先需要农村电商本身对农产品要有过硬的品质要求,严禁直播商品名录中出现质量不合格的产品,销售的农产品必须从源头上保证符合质检标准,对所售农产品生产流程实施全程管控,严格限制作物生长周期内化学肥料及农药的使用剂量。只有消费者认可了产品的品质,才能打响直播间的口碑,扩大宣传,形成稳定客源的同时不断吸引新的顾客群[7]。此外,政府监督管理部门应建立包括供应、质检、售后服务在内的全过程质量监控体系,明确划分直播平台、产品商家和网络主播等主体的权力和责任,从制度层面保障农产品的质量。各农村地区可结合区域特点制定符合当地产业发展的生产规范,通过推行标准化种植技术,引导农户接入全国农产品质量安全溯源系统,强化产品品质管理。并重点扶持具有示范效应的农业产业化企业,推动特色农产品的深加工产业发展,不断完善供应链体系,为农产品电商直播渠道提供稳定可靠的高质量商品来源。

在农村电商直播的内容构建方面,乡村地区具备独特的资源优势,包括深厚的民俗文化积淀、秀丽的自然景观以及极具地方特色的饮食文化。相较于城市,乡村地区还能提供更为纯净的生态环境和开阔的休闲空间,以及城市居民鲜少接触的农耕体验,这些差异化优势成为吸引城市游客前往农村消费的关键因素。想要有效提升消费者对乡村特色产品和传统文化的认知程度,加强数字化传播是重要途径之一。借助短视频等新媒体形式,可以生动展现乡村的自然与人文魅力,扩大潜在消费群体的覆盖面。这种传播方式不仅能促进农产品的线上销售,还能进一步激发乡村旅游的市场活力,实现产业联动发展。此外,地理标志农产品承载着独特的地域文化内涵与情感价值,其背后往往蕴含着深厚的乡土记忆与文化认同。通过系统梳理这类特色农产品的品牌发展历程,结合线上直播平台的视觉化呈现与内容解说,可以充分展现产品所包含的历史文化底蕴和地域特色,借此增加直播间内容的创新,吸引消费者浏览、增强其对产品品牌的信任。在直播形式创新方面,首先,农村电商直播可以走向田间地头、渔船池塘,延伸到农产品播种、灌溉、采摘、加工各个环节,真实多角度的体现农产品原产地优势,让消费者身临其境感受农产品原生态生长环境,体验农业文化的核心价值[8]。第二,不断创新思维,打破窠臼,与时俱进,借助现代技术带来的新机遇,利用数字科技进步提高消费者购物体验,如通过微视频、“直播+VR”模式,增强消费者对产品的情景沉浸感,提高购买欲望。第三,与观众的有效社交互动是直播营销成功的

必由之路，农村电商直播可以合理利用抽奖、弹幕、点赞等功能，为观众提供充足的情绪价值，鼓励观众参与直播互动，进一步促成交易。同时在直播时要把握好尺度，避免为吸引消费者而采用庸俗化、夸张化的呈现方式，增加观众对农村地区的负面认知，而是要打造具有自身特色、展现新时代农村风貌的电商直播[9]。

4.2. 加强人才储备，引进外部人才和培养内部人才并行

发展农村电商，人才是关键。要在农村实现手机成为“新农具”、数据成为“新农资”、直播成为“新农活”，健全农村人才引进培养机制，拓宽人才引进培养渠道势在必行，既要鼓励有能力、有意愿的高端电商人才加入到新时代乡村全面振兴的行列，又要培养既懂电商、也懂农业的新农人成为农村电商发展提供中坚力量，助力乡村全面振兴。

一方面，加大力度从外部精准引进人才。首先，各级政府、行业协会可以同高校建立合作机制，在电子商务相关专业中加入农村电商直播课程，制定合理的人才培养方案，多举措培养高校电商人才，确保其具备足够的专业能力和良好的职业素养，引导学生进行校园直播带货实践活动，激发广大青年学子的创新意识和创业热情。其次，健全人才引入激励政策，通过提供创业贷款、生活津贴和减少税收等政策措施吸引一批懂电商、会管理、有专长、爱农村的高素质人才投身农村电商直播行业，鼓励大学生村官加入电商直播助农行列。

另一方面，积极主动从内部精准培养人才。农产品生产经营者才是农货主播的生力军，提升农民主播的专业素养和技能，是农产品直播带货发展壮大的根本基础[10]。首先应当建立系统科学的培训体系，组织专业培训团队深入农村为农民授课，一对一进行直播运营教学，引导农民学习直播技术并签订行业自律承诺书，将直播平台的规章制度熟稔于心。其次，鼓励头部电商和高校录制直播相关慕课，帮助农民线上学习直播宣传和产品运营相关知识，培育更多能熟练掌握直播技巧的“新农人”。最后，提供机会让农民“走出去”，亲身了解同行直播现状和市场行情，开拓眼界、互相借鉴，学习更多保收增收、脱贫致富的技能。

4.3. 完善基础设施，健全冷链运输网和畅通数字网络

农村电商直播行业的持续发展需要围绕生鲜农产品运输需求健全冷链物流运输网络。首先需要系统分析各类生鲜农产品的物理特性和贮藏条件，考量其适宜的温湿度范围、保质期等关键参数，针对不同品类制定差异化的冷链运输标准与操作规程，确保物流方案与产品特性相匹配。此外相关行政部门可以牵头设立冷链发展专项资金，整合直播电商平台、电子商务企业及区域物流服务商等各方资源，重点投资建设农村产地预冷设施、区域冷链仓储中心，配置专业冷藏运输设备，构建覆盖“最先一公里”到“最后一公里”的全程温控物流网络，切实保障农产品在流通环节的品质安全[11]。此外，进一步强化现代信息技术在冷链物流体系中的应用深度，通过智能传感装置对运输环境参数进行动态监测、基于算法模型优化配送路线规划、运用数字追踪系统全程记录产品流转信息，用技术赋能模式提升农产品电商物流的时效性，增强对商品品质的管控力，从而构建更加智能高效的冷链运输管理系统。

作为一种依托互联网技术的现代营销模式，电子商务平台的稳定运行首先依赖于可靠的网络基础设施支撑。根据《中国互联网络发展状况统计报告》数据，截至 2023 年底，我国农村互联网普及率已提升至 66.5%，相比于 2019 年的 52.8%，这一数据大幅提升，表明越来越多的农村居民已接入互联网，但仍未实现网络全覆盖。为此需加速推进中国电信、中国联通、中国移动等主要电信运营商光纤宽带和移动通信网络向偏远地区延伸，逐步消除网络覆盖盲区，同时建立长效的网络维护与升级机制，确保农村地区网络服务的稳定性和可靠性。此外可以对贫困地区提供更多、更好的通信网络产品，根据实地情况推

出相关优惠套餐，以减轻贫困地区农村电商的运营成本。

5. 总结

农村电商直播对实现农业产业升级、推进农村现代化进程以及落实乡村振兴战略都具有重要的实践价值。从供给侧来看，农村电商直播拓宽了农产品流通渠道，显著提升了农民的经济收益；从需求侧而言，该模式为消费者带来了更加便利的购物体验^[12]。在农村电商直播实际发展过程中，各地还需要通过落实监管，保障农产品质量和优化直播内容形式，加强人才储备，引进外部人才和培养内部人才并行，完善基础设施，健全冷链运输网和畅通数字网络等途径，进一步推动农村电商直播要素优化，发展农村电商直播新生态。

参考文献

- [1] 姜晓东. 乡村振兴背景下农产品电商直播营销策略研究[J]. 南方农机, 2024, 55(17): 114-117.
- [2] 李熹微. 乡村振兴背景下沈阳电商助农增收研究[D]: [硕士学位论文]. 大连: 大连海洋大学, 2024.
- [3] 邱犇. 搭乘直播电商“直通车”跑出振兴“加速度”[N]. 新华每日电讯, 2025-03-10(014).
- [4] 严帅珂. 直播助农: 直播经济赋能乡村产业发展的电商新模式研究[J]. 中国管理信息化, 2023, 26(5): 78-81.
- [5] 熊星迪. 延边州农村电商发展中的瓶颈问题及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 延吉: 延边大学, 2021.
- [6] 王蕊. 电商直播助推农村经济发展的现状、问题及对策分析[J]. 山西农经, 2023(23): 55-57.
- [7] 陆茜. 浅谈农村电商直播助农发展现状与前景[J]. 河北农业, 2024(3): 29-31.
- [8] 马一鸣. 乡村振兴战略背景下农村电商直播发展的路径探析[J]. 中共济南市委党校学报, 2023(6): 67-70.
- [9] 李敏. 电商直播背景下农村电子商务助农策略探讨[J]. 商讯, 2024(12): 1-4.
- [10] 王建设. 乡村振兴背景下农产品直播带货的发展路径[J]. 传媒, 2023(11): 68-70.
- [11] 尹耀杰, 张迪. 数字经济时代农村电商直播发展策略研究[J]. 商场现代化, 2024(21): 59-61.
- [12] 邹良影, 叶听蕉. 新媒体时代农村电商直播现象探析[J]. 传媒, 2023(4): 78-80.