

农产品电商直播营销的发展现状与优化建议

张琳

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年4月11日; 录用日期: 2025年4月25日; 发布日期: 2025年5月30日

摘要

共同富裕是中国特色社会主义的本质要求, 是实现全体人民共享发展成果的最终目标。在这一背景下, 近年来许多农产品的电商直播带货作为一种新型农村经济模式, 就成为推动乡村振兴、缩小各地区城乡差距、实现共同富裕的重要方式。这篇文章首先从马克思主义共同富裕思想和中国特色社会主义共同富裕理论出发, 通过对我国当前农村电商直播带货的现状进行分析, 探讨其在主播群体、产品类型、销售模式等这些方面的发展情况, 并揭示其在产品质量、主播素质、物流配送和精准营销等方面存在的问题。在此基础上, 本文提出了类似提升产品质量与品牌建设、加强主播能力建设与内容创新、完善物流配送与售后服务体系等营销优化策略。最后, 本文展望了共同富裕背景下农村电商直播带货的未来发展, 强调政策支持、技术创新和社会协同的重要性。研究结论也表明, 通过优化营销策略, 农村电商直播带货能够有效提升农村经济发展水平, 助力共同富裕目标的实现。

关键词

共同富裕, 乡村振兴, 优化建议, 电商直播

Current Status and Optimization Suggestions for Agricultural Products E-Commerce Live Marketing

Lin Zhang

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Apr. 11th, 2025; accepted: Apr. 25th, 2025; published: May 30th, 2025

Abstract

Common prosperity is a fundamental requirement of socialism with Chinese characteristics and represents the ultimate goal of ensuring that all people share in the benefits of development. In this context, e-commerce live streaming, particularly in the agricultural sector, has emerged in recent

years as a novel rural economic model. It plays a crucial role in promoting rural revitalization, bridging the gap between urban and rural areas across different regions, and achieving common prosperity. This article begins with an exploration of the Marxist concept of common prosperity and its relevance to socialism with Chinese characteristics. It then analyzes the current state of rural e-commerce live streaming in China by examining various aspects such as the groups of anchors, types of products, and sales models. The analysis also uncovers several challenges, including issues with product quality, the capabilities of anchors, logistics and distribution, as well as targeted marketing. Building on this analysis, the paper proposes several optimization strategies for marketing. These include enhancing product quality and brand development, strengthening the capabilities of anchors through training and content innovation, and improving logistics and after-sales service systems. The paper looks ahead to the future of rural e-commerce live streaming in the context of common prosperity, highlighting the importance of policy support, technological innovation, and social collaboration. The study concludes that by optimizing marketing strategies, rural e-commerce live streaming can significantly boost rural economic development and contribute to the goal of common prosperity for all.

Keywords

Commonwealth, Rural Revitalization, Optimization Suggestions, E-Commerce Livestreaming

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

自党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央始终聚焦共同富裕这一关键议题，制定了一系列创新性思想、战略和措施，为推动这一目标的实现提供了坚实的理论和实践基础。共同富裕是中国特色社会主义的本质要求，是马克思主义理论与中国实践相结合的重要体现。党的二十大报告明确指出：“全面推进乡村振兴。全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村。坚持农业农村优先发展，坚持城乡融合发展，畅通城乡要素流动。加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴”[1]。在这一背景下，农村电商直播带货售卖农产品作为一种新型的农村经济模式，成为国家推动乡村振兴、缩小城乡差距、实现共同富裕的重要抓手。通过直播带货，农民可以直接将农产品推向市场，减少中间环节，提高自身的收入水平；同时，消费者也能以更低的价格购买到优质的农产品，实现供需双赢。因此，研究农村电商直播带货的发展现状与营销优化策略，对于推动农村经济发展、助力共同富裕具有重要的理论和实践意义。自党的十八大以来，国家一直多次强调共同富裕的重要性，指出共同富裕是实现中国特色社会主义的根本原则，也是社会主义的本质要求[2]。

本研究旨在深入分析共同富裕背景下农村电商直播带货的发展现状，探讨其在实践中存在的问题，并提出相应的营销优化策略。具体研究问题包括：农村电商直播带货在共同富裕中的作用与意义是什么？当前农村电商直播带货的发展现状如何？农村电商直播带货在营销实践中面临哪些问题？未来如何通过优化营销策略更好地推动农村电商直播带货的高质量发展？

2. 农村电商直播带货的发展现状

2.1. 农村电商直播带货的发展情况

近年来，随着互联网技术的广泛应用和电子商务的蓬勃发展，农村地区的电商直播带货也逐渐兴起。

一方面,技术的进步使得直播平台的搭建和使用更加便捷;另一方面,近年来,国家推出了一系列支持我国各地农村电商经济发展的政策,积极为农村电商直播带货营造了积极的政策环境。这些政策不仅为农村电商提供了制度保障,也推动了相关行业的创新与升级,为农村经济更好地发展注入了新的动力。根据国家海关总署官网上的数据显示,截至 2023 年底,我国当前的跨境电商进出口总额已达 2.38 万亿元,这一数据深刻表明了当前农村跨境电商潜在的庞大市场规模[3]。具体说来,农村电商直播带货的主播群体主要以农民、返乡创业者和地方政府官员如村支书为主。直播内容主要集中在农产品展示、种植养殖过程、采摘体验等方面。而直播带货的产品以农产品为主,包括水果、蔬菜、土特产等。销售模式多为“直播+电商”,通过直播平台直接链接电商平台,实现产品销售。目前,农村电商直播带货主要集中在淘宝、拼多多、抖音或小红书等平台。从区域分布来看,东部沿海地区和中西部部分省份发展较快,如浙江、江苏、四川、云南等省份。

2.2. 农村电商直播带货的现存问题

总的说来,农村电商直播带货正是通过缩短流通环节、扩大市场覆盖面,有效提升了农产品销售额,增加了农民收入。近年来,中国直播电商领域当前正展现出迅猛发展的趋势,用户群体规模稳步扩大。根据统计官网的数据分析,2023 年中国直播电商市场的总体体量接近 4.9 万亿元,较上一年度增长了 35.2%。展望 2024 至 2026 年,该行业的年均复合增长率预计可达 18%,呈现出渐趋稳健且精细化的增长态势。与此同时,直播电商的用户基础也在持续扩大。从这些数据可以看出,直播电商已深度融入网民的日常消费习惯,直播购物模式在网络购物生态中占据了不可忽视的核心位置[4]。此外,直播带货这种模式还帮助农民通过展示家乡风光、文化特色等方式吸引消费者,进一步拓宽了农产品的销售渠道。

农产品直播电商正面临内容同质化的困境,其流量规模与直播内容的创新性及产品质量紧密相关。一方面,尽管农产品直播在农村地区得到了广泛推广,但大多数直播活动仍由农民亲自担任主播。然而,这些农民往往缺乏专业的直播技能和相关知识,导致直播效果和销售转化率受到一定限制。这种现象不仅影响了农产品的市场竞争力,也暴露了农村电商在人才培养和专业支持方面的不足。这种模式虽然容易让农户学习,但也易引发消费者的审美疲劳。

有些商家为了迅速增加流量,不惜投入重金投合消费者喜好,利用过于商业化的内容和夸大标题来博人眼球,使得农村主播的原汁原味展示被遮盖。这一现象致使内容愈发趋同,同时也催生出一堆千篇一律的直播形式,极大地削减了乡村直播带货的创新力与魅力。最终对行业的可持续发展产生了负面影响[5]。为吸引更多消费者,相似内容和模式不断涌现,影响了农村直播电商的发展。解决这一困境,需提升主播专业能力,创新直播内容,避免过度商业化,同时加强监管,推动农村直播电商的健康持续发展。除此之外,农村电商在物流配送和售后服务方面也面临诸多挑战。首先,由于物流网络建设的滞后,加上许多农村地区道路状况差、交通不便,导致物流配送效率低下,成本居高不下。此外,各地物流服务站分布不均,一些偏远地区覆盖不足,也进一步加剧了商品配送的难题。与此同时,售后服务体系不完善,消费者在遇到产品质量问题时,也时常面临维权渠道不畅、退换货流程复杂等问题,这严重影响了消费者的购物体验和信任度[6]。

3. 农村电商直播带货的营销优化建议

3.1. 提升产品质量与品牌建设

从马克思主义经济学角度来看,商品应该具有使用价值和价值的二重性。农产品作为商品,其使用价值由产品的质量决定,只有产品具备高质量时,才能实现其价值并转化为农民的收入。高质量农产品的生产离不开生产环节的严格监管和质量溯源体系的完善。在农产品的生产过程中,应加强对种植、养

殖、采摘、加工等环节的标准化管理和质量监控,确保农产品的质量符合国家标准和消费者需求。同时,建立完善的农产品质量追溯体系,利用区块链、物联网等技术,实现农产品从田间地头到消费者手中的全程追溯[7],让消费者能够清楚了解农产品的生产过程和质量状况,进而增强消费者对于农产品的信任度和购买意愿。

品牌建设也是提升农产品市场竞争力的关键。马克思主义认为,商品在市场中不仅是一种使用价值的载体,更是一种社会关系的体现。品牌作为商品的标识和象征,能够赋予农产品更高的附加价值和文化内涵。地方政府和企业应挖掘地方特色农产品的资源,打造具有地域特色的农产品品牌。例如,赣南脐橙通过注册地理标志商标、制定品牌标准和开展品牌宣传推广活动,成为全国知名的品牌,产品价格和销量显著提升。品牌建设不仅包括品牌的创建和推广,还包括品牌文化的塑造和品牌信誉的维护。通过讲好品牌故事,传承地方文化,赋予农产品品牌个性和情感价值,能够使农产品在市场中脱颖而出,提高品牌知名度和美誉度,增强品牌的市场影响力和竞争力[8]。

3.2. 加强主播能力建设与内容创新

当前,直播行业人员良莠不齐。所以,如何更好地提升主播专业素养是迫在眉睫的问题。开展主播培训,提升主播的专业知识和表达能力;鼓励主播学习新媒体运营技巧,提高直播内容质量。直播幕后团队要继续创新直播内容形式,要结合当地农村文化、民俗风情等元素来创新直播内容;也可以通过互动环节增强线上用户的参与感和使用感,更好地来提升直播对于网上消费者的吸引力。地方政府应该定期举行组织免费的直播电商技能提升课程,内容涵盖直播技巧、产品知识和营销策略,帮助从业者提升运营能力。这些举措可以更好地培训出更为专业的主播。比如说,方便今后的企业可以优先选择更加具备农产品知识、销售技巧和亲和力的主播,从而能打造出个人的品牌以增强消费者信任。与此同时,农产品生产企业需主动参与直播人才培养,可通过与高校、职业院校合作,建立实践平台,为相关专业学生提供实习机会。此外,地方政府与企业还可联合开展直播技能培训,邀请行业专家授课,或利用互联网平台为农民提供实用的直播技能指导,推动乡村直播电商专业化发展。

政府也可以通过推出一系列支持政策,吸引专业直播团队扎根乡村。具体措施包括提供人才公寓、购房补贴以及子女入学保障等,为直播团队解决后顾之忧。专业团队入驻后,不仅能快速开展高质量直播活动,还能通过“1位专家带多位学徒”的模式,培养本地新农人主播,打造乡村直播人才梯队[9]。同时,鼓励本地大学生、返乡创业青年等群体投身直播带货,激发乡村经济活力,为乡村振兴注入新鲜血液。这种模式既能带动农产品销售,又能推动乡村数字化转型,形成可持续发展的长效机制。

3.3. 完善物流配送与售后服务体系

马克思主义强调生产力与生产关系的辩证关系。物流配送体系是农村电商直播带货的重要生产环节,其发展水平或多或少直接影响农产品的流通效率和销售范围。在农村地区,由于地理条件复杂、基础设施薄弱,物流配送面临着诸多挑战。当前,升级农村物流公共配送中心功能是解决物流配送问题的关键举措之一。通过引入冷链仓储、自动化分拣等设备和技術,都能够提高物流配送的效率和質量。例如,山东省寿光市在蔬菜物流配送中心引入冷链仓储设施,确保蔬菜的新鲜度和品质,实现了蔬菜的快速配送和远距离销售。同时,打造开放共享的物流枢纽,使电商企业能够共享仓储空间和物流资源,降低物流成本,提高物流资源的利用效率。

优化城乡三级物流网络是完善农村物流配送体系的重要环节。应该大力支持邮政、运输公司等物流企业联合开展共同配送,能够整合资源,提高物流配送的效率和覆盖面。例如,湖南省通过整合邮政、快递、供销等物流资源,建立了“村村通”物流配送网络,实现了城乡双向配送的高效衔接。此外,结

合客运班车寄送、改造农村客运站等模式，能够充分利用现有交通资源，解决农村物流配送的“最后一公里”问题，确保农产品能够及时、准确地送达消费者手中。

强化末端配送覆盖是农村物流配送体系的薄弱环节，也是实现农产品“出村难”问题的关键所在。在重点乡镇建设物流节点中心，整合邮政、快递、商贸等资源，能够实现村级快递的全覆盖。例如，江苏省在一些乡镇建立了物流服务站，为农民提供快递收发、代购代销等服务，方便了农产品的销售和农民的购物。同时针对玫瑰香橙、柠檬等特色农产品，可以推动快递企业与种植基地直接合作，实现一键发货，从根本上解决农产品“出村难”的最初一公里问题[10]。

推动快递企业与种植基地直接合作，实现一键发货，能够提高农产品的流通效率，降低物流成本，促进农产品的销售和农民的增收。总之，完善农村物流配送与售后服务体系，不仅能够提高农产品的流通效率和销售范围，还能够增强消费者的购物体验 and 信任度，为农村电商直播带货的可持续发展提供有力保障。

4. 总结

农村电商直播带货作为推动共同富裕其中的一种重要形式，在促进农村经济发展、缩小城乡差距方面发挥了积极作用。然而，在实践中仍存在产品质量、主播素质、物流配送、精准营销等这些方面的问题。未来可以通过提升产品质量、加强主播能力建设、完善物流体系、利用数据驱动精准营销等策略，更好地有效优化农村电商直播带货的营销模式，从而更好地推动我国经济的高质量发展。

参考文献

- [1] 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2022.
- [2] 习近平. 习近平谈治国理政(第三卷) [M]. 北京: 外文出版社, 2020.
- [3] 张文妍, 周荣荣. “四链融合”视角下跨境电商人才培养探析[J]. 中国统计, 2024(8): 46-49.
- [4] 何波. 数字经济下直播电商发展现状及趋势研究[J]. 现代商贸工业, 2025(10): 26-29.
- [5] 刘新鹏. 乡村振兴战略下农村跨境电商的发展形势、挑战和路径[J]. 数字农业与智能农机, 2024(8): 105-107.
- [6] 吕巧霞, 马列森, 温金童. 乡村振兴战略背景下农村电商发展策略研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 14-20.
- [7] 张曦文. 乡村振兴背景下农村电子商务高质量发展路径探究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 4214-4221.
- [8] 刘莉, 卢一鸣, 冯警赫, 白金可. 乡村振兴背景下农村跨境电商发展现状及可行性策略实施——以山东省为例[J]. 中国市场, 2024(12): 187-190.
- [9] 李玮, 丁莹亮. 直播带货赋能乡村振兴的实践路径[J]. 当代县域经济, 2025(4): 68-70.
- [10] 姜威威, 薛永三, 李祥杰. “短视频+直播”电商背景下农产品营销路径研究[J]. 四川职业技术学院学报, 2022, 32(6): 91-94.