

农村自主直播内生能力构建与提升路径研究

毛晨轩

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

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

乡村振兴战略背景下, 直播电商成为激活农村经济的重要抓手, 但外部帮扶主导模式下的“输血式”发展导致农村自主直播面临内生能力薄弱、资源错配与制度依赖等系统性困境。本文通过对比“外部帮扶主导型”与“内生驱动型”两种运营模式, 揭示农村自主直播的核心矛盾: 传统乡村生产体系与数字市场规则的结构性张力。研究提出“主体-资源-组织-制度”四维协同框架, 强调通过主体性重构破解认知偏差与技术鸿沟, 以文化资源数字化编码构建差异化壁垒, 依托多方协同平台实现原子化个体的再组织化, 并建立算法共治与风险对冲机制保障制度韧性。研究为破解短期增长陷阱、实现从“流量红利”向“能力红利”转型提供理论支撑, 对培育乡村数字内生动力具有实践指导意义。

关键词

农村自主直播, 内生能力, 直播电商, 数字鸿沟, 协同机制

Research on the Construction and Enhancement Paths of Endogenous Capacity in Rural Self-Initiated Live Streaming

Chenxuan Mao

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

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

Abstract

Under the strategic background of rural revitalization, live streaming e-commerce has emerged as a crucial driver for activating rural economies. However, the “blood-transfusion-style” development dominated by external assistance has led to systemic dilemmas in rural self-initiated live streaming, including weak endogenous capacity, resource mismatch, and institutional dependency. By comparing

two operational models—“externally assisted dominance” and “endogenous-driven”—this study reveals the core contradiction: the structural tension between traditional rural production systems and digital market rules. The research proposes a four-dimensional synergistic framework (“subject-resource-organization-institution”), emphasizing the resolution of cognitive biases and technological gaps through subjectivity reconstruction, the construction of differentiated barriers via digital encoding of cultural resources, the reorganization of atomized individuals through multi-stakeholder collaborative platforms, and the enhancement of institutional resilience through algorithm co-governance and risk hedging mechanisms. The study provides theoretical support for overcoming the “short-term growth trap” and transitioning from “traffic dividends” to “capability dividends”, offering practical guidance for cultivating endogenous digital dynamics in rural areas.

Keywords

Rural Self-Initiated Live Streaming, Endogenous Capacity, Live Streaming E-Commerce, Digital Divide, Collaborative Mechanisms

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

随着乡村振兴战略的深入推进，直播电商逐渐成为激活农村经济的新引擎。尤其在外部帮扶的推动下，多地通过“县长带货”“企业助农”“高校帮扶”等模式实现了农产品销售的短期增长。然而，当外部资源撤离后，村民自主直播的可持续性不足问题逐渐凸显：流量下降、内容同质化、供应链断裂等现象频发，反映出农村自主直播内生能力的薄弱。这一现象不仅削弱了直播助农的长期效益，更可能影响乡村振兴的整体进程。因此，研究如何从理论层面构建农村自主直播能力提升路径，对破解乡村数字经济发展瓶颈、巩固脱贫攻坚成果具有重要现实意义。具体来说，研究结论可为多方主体提供决策依据。外部帮扶者需从“代播者”转向“赋能者”，设计阶梯式培训与长效激励机制；平台应优化流量分配规则，建立农产品专属扶持通道；村民需通过组织化路径提升议价能力与抗风险韧性。通过上述研究，本文试图为激活乡村数字内生动力提供可行路径，助力乡村振兴从“流量红利”迈向“能力红利”的新阶段。

2. 农村直播的运营模式分类

从可持续发展的角度看，地区发展的本质取决于内部资源利用和外部资源获取之间的平衡，片面地依靠或排斥任何一方资源都难以获得发展的持续性[1]。当前，农村直播带货的运营模式可依据可持续性特征，划分为“外部帮扶主导型”与“内生驱动型”两类。这两类模式在资源整合、市场对接和长期效益上存在显著差异，其优劣势的对比分析为破解农村自主直播能力瓶颈提供了理论依据。

2.1. 外部帮扶主导型

外部帮扶主导型直播以政府、高校、企业或公益组织等外部力量为核心驱动力，通过资源注入快速搭建直播框架。该模式的核心优势在于快速启动市场与集中曝光效应。外部团队凭借成熟的运营经验，能迅速打通平台流量入口。例如高校团队直接介入直播策划，进行流量导入与话术培训，短期内通过“教授带货”“学生助播”等形式实现销售额爆发式增长。此类模式通常依赖外部主体的资金、技术与流量

资源，村民角色多局限于产品供应或辅助出镜，缺乏对全流程的深度参与。

然而，此类模式往往掩盖了农村市场的真实需求结构，“任务式购买”现象成为典型衍生问题，外部帮扶方为追求数据“政绩”，动员下属单位、关联企业或亲友团进行非市场化采购。这种“数据泡沫”不仅扭曲了供需信号，更削弱了村民自主优化产品与服务的动力。此外，该模式还存在两大结构性矛盾：一是技能传递断层，外部团队通常采用代运营策略，村民未能掌握直播核心技能。二是资源撤离风险，外部流量补贴终止后，农村直播间往往陷入“流量悬崖”。此类模式本质上是一种短期流量驱动的“输血式”模式，虽能短期内提振经济指标，却难以培育农村内生发展能力。

2.2. 内生驱动型

内生型乡村产业依靠乡村社会禀赋的资本、土地、技术、劳动力等，主动融入市场竞争、适应市场发展环境，并有的放矢地吸纳外来生产要素以获得高质量发展[2]。内生驱动型直播以村民为主导者，从内容生产、供应链管理到用户运营均实现自主掌控。此类模式的核心竞争力在于文化贴近性与可持续性。一是内容差异化壁垒，村民对本土文化的原理解使其能天然规避同质化竞争。二是成本控制优势，自主运营减少中间环节抽成，部分品类售价可低于电商平台。该模式也更易构建消费者信任纽带。村民以“生产者-主播”双重身份直面消费者，通过生产过程透明化消解质量疑虑。

尽管内生驱动型模式更具可持续潜力，但其初期发展仍然面临多重障碍：一是技术能力鸿沟，村民普遍缺乏数字工具应用能力。二是物流时效劣势，农村至核心消费市场的平均物流时长比电商平台增加，导致生鲜品类损耗率提高。三是价格竞争力陷阱，小规模生产导致单位成本偏高，部分村民销售的农产品单价明显高于本地超市，但未能提供可感知的品质差异。更严峻的是，消费者对“助农情怀”的审美疲劳正在加剧，消费者不再会单纯因助农标签购买高价或低效产品，这要求内生驱动型直播必须跨越道德绑架式营销陷阱。

2.3. 两类模式的协同可能与转型路径

两类模式并非绝对对立，而是存在阶段性互补关系。外部帮扶主导型可作为农村直播的“启动引擎”，通过资源注入完成冷启动；而内生驱动型则应成为长效内核，通过能力沉淀实现可持续发展。转型的关键在于外部团队需构建能力过渡机制，从代运营转向“教练式辅导”，重点培训村民的流量获取、供应链协同与数据分析能力。通过建立真实市场反馈通道，限制非市场化采购比例，迫使村民直面消费者需求。同时，政府可将帮扶资金用于建设含5G基站、冷链仓储等基础设施的村级直播公共服务站，降低内生型模式的启动成本。

3. 农村自主直播的困境分析

农村自主直播的可持续发展受多重系统性制约，这些困境根植于乡村社会结构与数字经济结构性矛盾。从理论视角看，其核心矛盾可归纳为内生能力不足、资源禀赋约束、外部依赖惯性三者的交织作用，三者共同构成阻碍自主能力生成的“铁三角”。

3.1. 内生能力不足

3.1.1. 主体认知偏差

村民对直播的认知普遍停留在技术工具层面，而非系统性的商业实践。这种认知导向导致直播行为呈现短期化、碎片化特征，将直播简化为“设备架设-产品叫卖”的线性流程，忽视市场分析、用户运营、品牌建设等深层能力沉淀。更深层矛盾在于，村民的参与意识难以激发。由于乡村村民在现行的乡村权力结构体系中大多是以“客体”的角色被动地卷入其中，这种长期的权力区隔弱化了村民的自主参

与能力，部分村民受限于知识与能力水平，主动参与乡村建设的意愿不足[1]。

3.1.2. 数字素养鸿沟

数字技术应用能力不足不仅体现为操作技能缺失，更反映在“技术－文化”适应性矛盾上。村民往往机械模仿城市直播的话术逻辑与视觉呈现，导致内容同质化。而乡土文化的地方性知识(如农耕经验、手工艺传统)未能有效编码为数字传播符号，形成“文化资源丰富但数字表达贫乏”的困境。此外，算法逻辑的抽象性与乡村经验知识的具体性产生冲突，村民难以将在地生产经验转化为平台流量规则适配的内容策略。

3.1.3. 组织化困境

自主直播多呈现“原子化”特征，村民个体或家庭单元各自为战，缺乏分工协作与资源整合。这种分散化运营导致三大问题：一是难以形成规模效应，议价能力低下；二是内容生产重复内耗，无法构建差异化竞争优势；三是风险承受能力脆弱，个体退出即造成供应链中断。乡村社会固有的差序格局与数字经济要求的标准化、协同化存在内在冲突。

3.2. 资源禀赋约束

3.2.1. 数字基础设施的非均衡性

数字基础设施的公共属性与直播运营的市场化需求之间存在治理空白，村级通信设施多侧重“基础覆盖”而非“商业级性能”。截至2023年底，全国行政村通宽带比例达到100%，通4G比例超过99%，通5G比例超过80%[3]。但是，偏远地区的网络稳定性较差、上行带宽不足等技术约束，难以支撑高并发、低延时的直播场景。迫使村民压缩直播时长、简化互动形式，导致内容呈现碎片化。观众观看直播的体验感不佳，自然就难以产生购买欲望。

3.2.2. 产业链条的脆弱性

农村直播带货本质上是对传统农业产业链的数字化重构，但其重构过程面临双重困境。从生产端来看，小农生产的分散性导致品控标准化困难，非标品属性与电商消费预期的标准化要求产生矛盾；从流通端来看，受农业生产分散性和低层级物流体系发展缓慢等诸多影响，农村电商物流配送效率低下，交易成本长期居高[4]，物流时效性与成本控制陷入不可兼得的两难境地。这种产业链的脆弱性进一步被平台经济的马太效应放大，头部主播的供应链优势形成“降维打击”，挤压农村直播的生存空间。

3.2.3. 市场规则的适应性困境

平台经济的流量分配机制、消费者行为逻辑与乡村生产逻辑存在结构性冲突。一是时间规训矛盾，农业生产的季节性与直播流量获取的连续性要求难以调和。二是空间脱域挑战，农产品的“土特产”特征需要通过数字手段实现再地方化，但村民缺乏话语建构能力。三是价值衡量偏差，消费者对快速物流、低价促销的偏好，与农产品生产的长周期、生态价值之间存在错位。此外，电商平台行为存在不确定性，平台在后期运营中为了保证自身利益最大化，可能更加注重推广盈利较高的产品，忽略利润率低的农特产品，导致销量下滑[5]。

3.3. 外部依赖惯性

3.3.1. 资源输入的“能力替代”效应

外部帮扶通过技术代运营、流量导入等方式短期内提升直播绩效，但会产生“能力替代”负外部性，导致村民将自身定位于“被动执行者”而非“能力主体”，技术学习的自主性被严重削弱。这种依赖关系导致帮扶资源投入与自主能力成长呈负相关，形成“越帮扶越脆弱”的悖论。

3.3.2. 制度惯性的双重锁定

从认知方面来看,外部帮扶创造的虚假市场信号(如任务式购买)扭曲村民对真实需求的判断,形成脱离市场规律的运营惯性。从行为方面来看,村民对外部流量补贴、政策优惠形成路径依赖,抑制市场化试错与创新。当外部支持撤出时,既有的行为模式难以适应市场竞争环境。

3.3.3. 数字平台的算法规训

平台算法的“黑箱”特性与村民对规则的理解能力不足,导致直播运营陷入被动适应困境。算法推荐机制对内容形式、互动频率、转化效率的标准化要求,迫使村民放弃乡土文化的内容独特性以迎合流量规则,最终加剧同质化竞争。这使得农村直播陷入“自我异化”困境,即越是遵循平台规则,越丧失差异化价值。

3.4. 困境互构的系统性特征

乡村数字化转型的系统性困境根植于“能力-资源-制度”三者的强化机制:内生能力薄弱导致资源利用低效,而资源约束又反过来制约能力提升空间;外部资源依赖虽短期缓解发展压力,却长期削弱自主能力积累动力,形成路径依赖效应;叠加平台算法主导资源分配的运行逻辑,进一步加剧城乡数字权力结构失衡。这种系统性困境的本质,是乡村社会在数字化转型中遭遇的“现代性冲击”——传统生产生活方式与数字市场规则之间的适配性危机。破解困境需重构多方面的协同机制,而非单一维度的修补。

4. 农村自主直播能力提升路径

农村自主直播能力的系统性提升,需转向以主体性重构、资源适配性转化、组织模式创新、制度韧性培育为核心的理论框架。这一框架强调通过技术、文化、组织与制度的协同创新,重塑乡村数字生态的内生动力机制,最终实现从“外部输血”到“自我造血”的转型。

4.1. 主体性重构

推动乡村直播主体性重构需实现认知维度与实践能力的双重突破。乡村振兴中要坚持农民的主体性地位,聚焦地方农民的增权赋能,提升农民的自我发展能力,赋予农民参与乡村发展的权利,并让农民获得公平利益分配,增强农民的获得感和幸福感,激发农民干事热情[6]。通过生产过程透明化呈现建立“生产者-主播”双重身份,构建具有在地特质的在场感信任体系。这要求将直播重新定位为“数字社会技术系统”,在商品交易功能基础上强化乡土文化传播与社区关系联结,将农耕知识、非遗技艺等地方性资源转化为数字叙事素材,实现从单一卖货到生活方式价值传递的认知跃迁,从根本上解决非标农产品的消费信任困境。

在能力建设层面,需构建数字素养培育与文化转化的协同机制。通过“干中学”与“用中学”混合模式建立技能习得体系,借助虚拟实训平台模拟市场环境,帮助村民掌握流量算法适配、用户画像分析等数字化生存技能。同步推进乡土知识数字化编码工程,培育“文化转译者”角色,将方言、民俗等地方性符号转化为平台可识别的视觉语言,如微距镜头展现非遗工艺细节,破解文化资源与传播效能的结构性矛盾,形成数字时代乡土知识的创新性表达范式。

4.2. 资源适配性转化

实现乡村资源适配性转化需要同步推进文化认同激活与技术体系改造。文化认同是建立地方自信 and 实现地区发展的基础,它将地方文化作为可供经济开发的资源存量[6]。通过场景化直播如茶道表演与古

法制茶工艺展示等,将乡土文化转化为体验溢价,构建差异化竞争壁垒。借助直播的实时交互特性使展示的内容多元化,能拓宽消费者的知识面,提升消费者的情感享受,拉近消费者与商家的情感距离,培育消费者对商家的信任[7],使消费者通过文化共情完成消费决策,形成文化价值向经济价值的传导机制。

技术适配性改造应着力破解基础设施与内容生产双重困境。针对网络不稳定、设备复杂等痛点,开发离线语音控制、低带宽视频压缩等轻量化技术包,降低数字化参与门槛。同时创新“慢直播+即时互动”混合模式,通过持续记录作物生长周期并穿插限时促销,既满足平台算法对内容更新的要求,又保持与农业生产节奏的兼容性。这种技术调适既包含工具层面的优化改进,也涉及对平台流量规则的在地化改造,最终形成契合乡村特质的数字技术生态。

4.3. 组织模式创新

组织模式创新需构建协同生产网络与弹性供应链的双重支撑体系。通过建立“直播合作社”治理架构实现原子化个体的再组织化,明确成员资格、收益分配规则及监督机制,化解资源重复投入与恶性竞争困境。构建有效协同参与的复合型行动框架。全面推进乡村振兴,需要多方力量的协同配合,共同发力[8]。同步搭建政府-平台-村集体三方协同平台,整合政府基础设施支持、平台数据技术赋能与村集体在地资源统筹,形成制度化的资源交换网络。这种组织变革既突破个体化生产边界,又通过多方协作构建持续发展的制度保障。

供应链系统重构需实现生产响应与物流配送的模块化适配。运用系统理论将农业单元改造为市场响应模块,借助预售制与订单农业实现生产规模与直播销量的动态平衡,降低库存风险。在物流端建立县域“集散中心-村级站点”二级网络,通过分布式节点布局兼顾规模效应与末端弹性,集散中心压缩单件配送成本,村级站点保持灵活调度能力,形成刚性效率与柔性适应的有机统一。

4.4. 制度韧性培育

培育制度韧性需构建激励相容的创新机制与本土化治理体系。通过设计双重激励结构,将物质激励(如销售额分成)与符号激励(如“乡村数字创客”称号)有机结合,形成持续驱动村民参与的动力系统。同时建立“数字风险共担基金”,由村集体、电商平台和地方政府协同注资,有效缓冲流量波动、物流中断等系统性风险,增强直播业态的抗脆弱性。这种复合型制度安排既激活内生动力,又通过风险社会化分担提升可持续发展能力。

在平台治理维度,应进一步明确直播电商平台的责任,主要包括以下方面:对农副产品经营者的身份信息认证、登记及资质审核;建立完善的内部控制机制,对直播内容进行事前、事中、事后贯通式监督审查;对农副产品直播承担合理的监督审查责任[9]。同时,可以要求直播平台做出合规经营承诺,依据法律手段推出反垄断举措,确保涉农直播平台落实惠农优惠措施,保障直播助农的公益属性[10]。例如,通过提升算法透明度与建立乡村内容流量补偿机制,运用加权推荐、专属流量池等工具补偿技术弱势群体的曝光劣势,缓解算法规则的压制效应等。

上述路径通过“主体-资源-组织-制度”的四维互动,推动农村自主直播能力形成螺旋式上升的演进轨迹:以技术嵌入为基础,降低数字参与门槛,激活村民主体能动性;以文化赋能为内核,通过差异化内容构建竞争壁垒,提升资源转化效率;以组织创新为脉络,通过协同网络破解规模不经济困境,增强系统稳定性;以制度调适为框架,重塑激励约束机制,保障转型可持续性。

5. 结论

农村自主直播能力的提升,本质上是乡村社会在数字化转型中重构主体性、重塑资源适配逻辑、突

破制度依赖路径的复杂过程。本文通过理论分析揭示,当前困境的根源并非单纯的技术或资源短缺,而是传统乡村生产体系与数字市场规则之间的结构性张力。这种张力表现为三重矛盾:工具理性主导下主体认知的扁平化、文化资本转化能力的结构性缺失、外部依赖与内生成长动力的此消彼长。破解这些矛盾,需以系统性思维重构乡村数字生态的演进逻辑,构建具有自适应能力的数字生态体系,以推动农村直播从依赖外部赋能的生存型实践向内生驱动的可持续发展型演进,最终实现数字红利与乡土价值的深度耦合。

参考文献

- [1] 敖淑凤. 高校服务乡村振兴的实践困境及其行动策略——基于新内生发展视角[J]. 贵州社会科学, 2023(8): 160-168.
- [2] 余栋, 张卓. 乡村振兴战略下内生型产业发展模式及优化路径[J]. 农业经济, 2024(10): 61-63.
- [3] 中国信息通信研究院. 数字乡村发展研究报告[EB/OL]. <https://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/ztbg/202408/P020240805497873296074.pdf>, 2024-08-04.
- [4] 郭凯凯, 高启杰. 农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J]. 现代经济探讨, 2022(2): 103-111.
- [5] 陈劲松, 胡若倩. 稳定脱贫中电商渠道相关者博弈与行为治理研究——基于不确定性视角[J]. 理论探讨, 2020(2): 114-119.
- [6] 闫宇, 汪江华, 张玉坤. 新内生式发展理论对我国乡村振兴的启示与拓展研究[J]. 城市发展研究, 2021, 28(7): 19-23.
- [7] 熊雪, 朱成霞, 朱海波. 农产品电商直播中消费者信任的形成机制: 中介能力视角[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2021, 21(4): 142-154.
- [8] 李建军. 高校助力乡村振兴的实践路径[J]. 中国高等教育, 2022(18): 7-9.
- [9] 朱璇, 严小莉. 农产品电商直播的法律问题研究[J]. 湖北农业科学, 2020, 59(21): 192-195.
- [10] 王晴. 直播电商助力乡村振兴: 形成机理、现实困境与优化路径[J]. 安徽行政学院学报, 2021(5): 69-76.