

农产品电商直播助力乡村产业振兴策略探析

吴金润

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

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28日

摘要

农产品电商直播作为推动乡村产业振兴的重要力量, 具有打破地域限制、降低交易成本及促进基础设施提升等优势, 但也面临农产品质量控制难、物流配送与冷链运输不健全及农民数字技能和电商知识不足等挑战。为充分发挥农产品电商直播的优势, 可通过建立差异化质量监管体系、优化物流冷链设施与加强农民电商培训与教育等策略, 助力乡村产业振兴。

关键词

农产品, 电商直播, 乡村产业振兴

Analysis of Strategies to Promote Rural Industry Revitalization with Agricultural Products E-Commerce Live Broadcasting

Jinrun Wu

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 11th, 2025; accepted: Apr. 24th, 2025; published: May 28th, 2025

Abstract

Agricultural product e-commerce live streaming is a crucial force in promoting rural industrial revitalization, offering advantages such as breaking geographical barriers, reducing transaction costs, enhancing interactivity, and boosting infrastructure development. However, it also faces challenges like difficulty in controlling agricultural product quality, inadequate logistics and cold chain transportation, lack of innovation in live streaming content and marketing strategies, and insufficient digital skills and e-commerce knowledge among farmers. To fully leverage the strengths of agricultural product e-commerce live streaming, strategies such as establishing a quality super-

vision system, optimizing logistics and cold chain facilities, innovating live streaming content and marketing strategies, and strengthening e-commerce training and education for farmers can be employed to support rural industrial revitalization.

Keywords

Agricultural Products, E-Commerce Live Broadcast, Rural Industry Revitalization

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

实施乡村振兴战略，是以习近平同志为核心的党中央着眼党和国家事业全局作出的重大决策，是新时代新征程“三农”工作的总抓手[1]。今年1月，中共中央、国务院印发了《乡村全面振兴规划(2024~2027年)》，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实[1]，以推动农村与农民全面发展、实现农业农村现代化为关键任务。实施乡村振兴战略，能推动农村和农民的全面发展，实现农业农村现代化，促进农业产业结构的升级，提高农民的生活质量和收入水平。在这一战略的推动下，传统的农产品销售模式正面临着数字化转型的机遇与挑战农产品。电商直播作为一种新兴的营销方式，因其覆盖面广、时效性强的突出优势，正逐渐成为推动乡村产业振兴的重要媒介，但是其在发展过程中也面临诸多挑战。

近年来，国内学者围绕农产品电商直播与乡村产业振兴的互动关系展开了多维度研究。学者们普遍强调数字新基建对破除城乡壁垒的核心作用。杨江华等[2]以陕西宜君县为例，指出物流智慧化、电商平台标准化能显著提升农产品流通效率，降低交易成本。戴璇[3]则提出需完善物流体系、冷链设施及农村网络覆盖，以解决农产品上行“最后一公里”难题。学者们主张以电商直播为纽带推动产业融合发展。杨江华等[2]提出“农业数字化 + 数字产业化”双轨路径，通过引入人工智能、跨境电商等新业态延伸产业链；王昆[4]则强调政府需强化政策供给(如税收优惠、创业孵化)，并通过典型案例(如吉林蛟河“微创乡镇”模式)证明政策引导对资源整合的实效性。研究指出，农产品标准化缺失与质量信任危机是直播营销的重大缺陷。戴璇[3]建议建立统一认证体系，加强直播内容审核与售后监管机制；杨江华[2]提出可通过溯源技术(如区块链)实现生产透明化，打造农产品基地特色品牌，提升消费者黏性。现有文献一致认为，电商直播通过缩短产销距离、激活要素流动为乡村产业注入活力，但多基于个案分析(如宜君县、曹县)，缺乏对不同区域资源禀赋差异的普适性探讨。未来需深化对“数字技术”等潜在风险的实证研究，并探索政府、平台、农户协同治理的长效机制。

因此，深入研究农产品电商直播助力乡村产业振兴的策略，具有重要的理论价值和现实意义。它有助于为政府和相关部门提供决策参考，为农产品生产者提供新的发展路径，推动乡村振兴战略的实施，实现农村经济的可持续发展。

2. 农产品电商直播的优势分析

2.1. 打破地域限制，扩大销售市场

在传统的农产品销售模式中，地理位置的限制导致各地农产品陷入“本地市场陷阱”中，供需市场仅局限于“中心 - 边缘”结构，难以形成规模经济效应。各地农产品的生产通常局限于特定的地理区域

中，导致其销售范围主要是产品本地及邻近区域，销售市场极大受限，进一步限制了农民收入的增长潜力。随着电商直播的兴起，这种地域限制被有效地打破，为农产品打开了更广阔的销售市场。电商直播通过网络平台的广泛覆盖，使得农产品能够迅速触达远离生产地的消费者。同时，在向消费者展示农产品、传递信息的过程中，能极大提升消费者的购买意愿。这一直播模式能够有效减少中间环节，将利益让渡于农产品生产者及消费者双方，增加农产品生产者的收益率，降低消费者的购买成本。从产业联动效应来看，这种新型销售模式的兴盛也将促进包装、物流、数字技术等关联产业的协同发展，形成产业集群现象，最终实现规模经济效应。

2.2. 降低交易成本，提高交易效率

农产品电商直播作为一种新兴的营销方式，可以通过网络平台直接连接农产品的生产者和消费者，有效地降低了农产品交易成本并提高了交易效率。从交易成本理论视角分析，农产品电商直播可通过重构交易链条，显著降低协调成本与信息成本。一方面，农产品电商直播通过减少中间环节以降低交易成本。在传统的销售模式下，中间商通常去农户种植地统一收购农产品，农户需承担产品的仓储成本、运输成本及损耗成本等，这一中间环节费用的产生将导致农产品的成本上升，压缩农户的利润空间。而这种新兴模式的出现，使得农产品生产者可以借助直播平台，跨中间商与消费者直接进行交易，省去了中间环节，有效削减了农产品的交易成本。同时，电商直播的低推广成本也为降低交易成本发挥了重要作用，只需要一台智能设备，就能全方位地向受众展示产品信息、推广产品。另一方面，电商直播可以提高交易效率。信息经济学理论指出，农产品市场存在显著的信息不对称问题，而直播的即时性和互动性使得消费者可以在直播过程中直接了解产品信息、生产过程等[5]，有效缓解农产品质量信息不对称矛盾，降低消费者的事前筛选与事后纠纷成本。同时，生产者可以根据直播间的即时反馈快速调整产品定价和销售策略，使销售过程更加灵活高效，提高农产品的交易效率[5]。

2.3. 促进农村基础设施与服务提升

在当前的乡村振兴背景下，农产品电商直播作为一种新兴的营销模式，不仅为农产品提供了新的销售渠道，而且在推动农村基础设施与服务提升方面发挥着重要作用。一方面，根据产业协同效应理论可知，电商直播的兴起，必然带动物流业和数字技术行业的兴盛。这就要求农村地区必须建立更加完善的物流体系、发展冷链物流技术以及时配送新鲜农产品。例如，作为中国芒果主产区的广西百色市，就曾因物流基础设施薄弱导致芒果运输损耗率颇高。为解决这一问题，当地政府与企业联合起来共同开展“田头冷链”工程，即在果园旁建设小型移动冷库，采摘芒果后立即进行预冷，并引入“全程冷链公交”模式，每日定时从村级集散点发车，经县域中转站直连南宁、广州等核心城市冷链枢纽，同时为冷链车辆安装温湿度传感器与 GPS 定位，实时更新数据，实现“冷链基建+数字化管理”对乡村产业振兴的双轮驱动效应。另一方面，电商直播的兴起也将促进农村信息化水平的提升。如部分乡村借助云服务等现代信息技术，在农产品从采摘到运输的各个环节部署相应的传感器，如温湿度传感器、光照传感器、位置传感器等，将采集到的数据实时上传至云服务平台进行存储和分析，从而实现全过程的数字化监控。

3. 农产品电商直播面临的挑战与问题

3.1. 农产品质量控制的难题

农产品电商直播作为一种新兴的营销方式，极大地推动了乡村产业振兴，但其自身存在的农产品质量控制难题也是电商直播中面临的重要挑战之一，其本质上反映的是小农生产模式与社会化大流通之间的矛盾。一方面，农产品的生产具有分散的特点，这给标准化的质量控制带来了挑战。马克思在《资本

论》中指出，分散的小生产者因缺乏对生产资料的集中控制(如标准化技术、检测设备)，难以实现“社会必要劳动时间”下的质量均质化[6]。这些农产品的生产者大多是传统的小规模家庭式或者小规模农业企业，缺乏大规模的机器设备，主要凭借经验和人力从事生产，在这样的情况下，产品质量参差不齐，难以达到统一的标准。同时，现代农业易受到自然条件的影响，一旦发生冰雹、旱灾、涝灾等自然灾害就容易导致农产品产量、质量严重下降，这些综合因素都使得对农产品质量难以统一控制。另一方面，农产品的质量标准体系尚未完全建立，产品质量的监管和控制缺乏有效的参考和指导。虽然农产品行业存在统一的国家标准和行业标准，但在实际操作中，由于地域差异等原因，对标准的执行和监管存在一定难度。例如，云南普洱茶虽拥有国家地理标志产品标准和行业标准，但在实际执行中因地域差异与利益分化遭遇多重挑战。以勐海县与临沧市两大核心产区为例，勐海县古树茶资源集中于散户茶农，缺乏统一采摘与加工标准，部分茶农为追求产量过度修剪古茶树，导致茶叶质量严重下降；而临沧市部分偏远乡镇由于缺乏专业检测设备，农药残留检测依赖于县级机构且送检周期长达 15 天，导致市场流通中的部分茶饼未附合规报告。这些情况的存在都表明，实现农产品质量的统一控制，依旧是一项长期而艰巨的任务。

3.2. 物流配送与冷链运输的挑战

从生产力与生产关系的辩证关系看，电商直播作为一种新型交换方式，对物流配送与冷链基础设施提出了更高要求。目前，我国农产品电商直播在物流配送与冷链运输方面依旧面临着诸多挑战，这些挑战不仅关系到农产品的销售效率和消费者的购买体验，也是影响电商直播成功与否的关键因素。一方面，部分农产品由于保鲜时间短等特征，要求物流运输业具有更高的灵活度和响应性。尤其是冷链物流方面，它需要在整个物流过程中保持农产品的恒定温度，以防止农产品在运输和储存过程中因温度变化而出现品质下降甚至腐烂现象。但从全国范围看，我国的冷链物流基础设施尚不完善，特别是在偏远地区，冷链运输设备的覆盖率和技术水平还有待提高。此外，从供应链治理层面看，偏远地区的冷链设备(如冷藏车、冷库等)由于使用频率低、维护成本高等原因，其投入使用将额外增加农户与小型物流企业的经济负担，也难以实现规模经济效应。另一方面，农产品生产地的零散性必然导致农产品来源分散，这种分散性也将导致物流配送的复杂性、物流成本和物流管理的难度大大增加。倘若出现交通故障等情况，已建立的物流网络和冷链设施可能将面临严峻考验，这对物流企业的应急响应能力和风险管理能力提出了更高要求。

3.3. 农民数字技能与电商知识的培训需求

随着数字经济的快速发展，电商直播已成为推动农产品销售和乡村产业振兴的重要手段。然而，要充分发挥电商直播在乡村振兴中的作用，就必须重视对农民数字技能和电商知识的培训，提高农民的互联网应用能力和数字素养。马克思在《资本论》中指出：教育和培训是劳动力再生产的重要环节，复杂劳动需要更高教育投入，从而形成更高价值。原文表述为：“比社会平均劳动较高级较复杂的劳动，是这样一种劳动力的表现，这种劳动力比普通劳动力需要较高的教育费用”[6]。可见对农民数字技能的培训不仅是技术工具的传授，更是对传统小农生产方式的革命性改造，其本质是破解电商直播中双重信息不对称的关键机制。一方面，农民受教育程度普遍偏低，这在一定程度上导致了农民的互联网应用能力不足和数字素养差，制约其参与电商直播的能力。因此，必须开展对农民互联网应用能力的系统化培训，提高其数字素养。同时，也要根据各地实际情况，不断更新培训内容，在直播过程中展示有趣且富含吸引力、创造力的产品内容介绍，优化产品营销策略。另一方面，需建立完善的培训反馈机制以检验培训效果。对农民的培训不能流于表面，大搞形式主义，而应该建立反馈追踪机制，检验培训的真实效果。

通过对培训后的实际销售表现进行跟踪，可以及时评估培训成效，并据此调整培训内容和方法，不断优化农民的直播技巧[5]。同时可以评选当季“最佳直播达人”，并邀请其在培训会上进行分享，让农民以其为榜样，向其看齐。

4. 农产品电商直播助力乡村产业振兴的策略

4.1. 建立健全差异化产品质量监管体系

当前，直播平台的互动性和实时性为农产品提供了一个直接面向消费者的展示和销售渠道，这不仅提高了消费者对农产品的认知和购买意愿，而且为农产品质量的把控和品牌形象的塑造提供了新的机遇和挑战。因此，建立健全产品质量监管体系是推动乡村产业振兴的关键策略之一。一方面，政府部门应设立专门的监管机构或加强现有监管机构的力量，负责监督和管理直播电商行业，及时处理侵害消费者权益等违规行为[3]。直播平台要不断优化用户注册制度，对商户进行实时监管，避免出现刷单及数据造假现象，保护消费者合法权益[7]。各地可参照浙江省市场监管局推出的“绿色直播间”培育规范，因地制宜地针对农产品直播电商设立专项监管机制。同时，平台方应建立完善的农产品直播内容审核机制，对广告宣传等进行审核，确保直播内容的合规性[2]。其中，直播平台可运用AI智能检测模型识别农产品夸大宣传语(如“治病功效”“全网最低价”等)，实现违规话术拦截。另一方面，实行农产品差异化监管策略。针对生鲜类产品，可强制接入区块链溯源系统并要求其实时上传温湿度数据，实现产品源头的精准追踪溯源；针对加工类产品，可实行农药残余量动态抽检机制，借助现代科技力量识别检测农产品质量。在经济发达地区，可推行“政府-平台-第三方检测”共治模式，提高农产品质量审核标准，提高出口农产品的直播竞争力；在经济欠发达地区，可由当地“直播达人”“绿色助农企业”协助农户拍摄生产过程短视频，通过交互式机制，即消费者可通过弹幕提问触发实时直播的形式，破除消费者信息不对称障碍，并建立消费者反馈机制，收集消费者的反馈意见，积极提高农产品质量与服务体系。

4.2. 优化物流配送体系与冷链物流设施

电商直播中农产品交易环节与交付环节同样重要。优化农村地区的物流配送体系与冷链物流设施是推动乡村产业振兴的关键策略之一。一方面，可以建立现代化的物流网络体系以确保农产品的高效流通。针对东西部地理差异，东部平原地区(如珠三角、长三角)可重点发展“高铁冷链+即时配送”模式，利用京沪、广深高铁每日凌晨专列运输生鲜产品，对接盒马、美团等即时零售平台产品实现“半日达”；而西部山区则可创新运用“物流冷链+村村通”模式，合理利用村际客车搭载常规农产品(其中部分客车可安装冷藏设备运输生鲜产品)，打通物流运输的“最后一公里”，实现物流企业与运输企业的互利共赢。另一方面，冷链物流设施的建设和升级是保障农产品质量的另一关键环节。针对生鲜类农产品，可建立“政府主导+企业联盟”的冷链共享体系，在农产品核心主产区(如山东寿光、云南昆明)建设物流覆盖面积可达50公里的“冷链枢纽中心”，并配备自动化分拣线与冷藏设备，利用物流网络体系整合分散农户订单，合理调度物流设备，实现“统仓集配”，降低单车空驶率，缩减冷链运输成本。同时，政府可为小微企业设置冷链设备采购补贴(参照国产手机补贴政策)，并对在途运输农产品构建“温度数据不可篡改”的质量追溯链，实时监测产品温湿度，要求物流企业对冷链运输过程中损耗的产品承担赔偿责任，倒逼物流企业提升服务质量。

4.3. 加强农民电商培训与教育

加强农民电商培训与教育，提升农民的直播技能和综合素质，是推动农产品电商直播健康发展的关键策略之一。一方面，提升新农人的直播能力必须对其进行系统化的电商直播技能培训。在培训过程中，

应当培训农民关于平台管理规则及营销策略等方面的知识与技能，提高农民的互联网应用能力和数字素养。通过这些培训，农民在基本掌握直播技巧的同时才能更好地在直播间不断得到实践锻炼，积累直播经验，在面对镜头时才会更加表现自如与流畅。同时，培训过程中，还应根据农产品的季节性更替特性定期更新培训内容，帮助农民准确展现产品特性，引入新兴的直播技术与平台，拓宽产品的销售渠道，增加农民收益。另一方面，应联合企业与电商平台共同针对当地特色农产品制定培训计划，鼓励当地农民积极参与培训。通过这种“新农人”集中培训、针对性强的培训，可以极大地提高农民的直播营销能力，增强农民学习、互相交流与发展的机会。此外，培训的内容还应包括遵守法律法规、平台规则、诚信经营等方面教育内容。

5. 结论

在当前的数字化时代背景下，农产品电商直播已成为推动乡村产业振兴的重要策略之一。电商直播平台的广泛应用，使得农产品可以轻易打破地域限制，走向世界各地，拥有更广阔的市场。电商直播的内容包括但不限于展示农产品采摘、包装、运输等环节，这极大增强了消费者的信任度与购买意愿，直播平台的双向互动性更使得消费者可以深入了解产品信息，为农产品品质的提升与服务优化提供意见。电商直播迅猛发展的同时也促使农村物流体系、冷链运输、交通网络等基础设施不断改善，带动了相关产业的发展，促进了各产业链之间的良性循环。同时，电商直播为农民开辟了新的增收渠道，这种没有中间商赚差价的方式使农民的收益空间得到增加，农民在直播的过程中直播技能可以得到锻炼、互联网应用能力和数字素养可以得到提升。总之，电商直播有助于推动农村经济多元化，提升农民收入，改善乡村基础设施与公共服务，是实现乡村产业振兴的有力支撑。

参考文献

- [1] 中共中央, 国务院. 乡村全面振兴规划(2024-2027 年) [Z]. 2024.
- [2] 杨江华, 刘亚辉. 数字乡村建设激活乡村产业振兴的路径机制研究[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2022, 2(2): 190-200.
- [3] 戴璇. 乡村振兴背景下农产品直播营销优化策略[J]. 时代经贸, 2024, 21(10): 141-143.
- [4] 王昆, 崔菁菁. 青年返乡电商创业赋能乡村产业振兴的现实问题、典型案例和实践路径[J]. 经济纵横, 2023(11): 122-128.
- [5] 郑新. 农产品直播电商助力乡村振兴的策略研究[J]. 中国电子商情, 2024, 1151(10): 34-36.
- [6] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集: 第二十三卷[M]. 北京: 人民出版社, 1972: 399-400, 223.
- [7] 查道中, 朱晓宇. 农产品电商直播助力乡村产业振兴策略探析[J]. 廊坊师范学院学报(社会科学版), 2023, 39(1): 123-128.