

农产品直播赋能乡村振兴的机制创新

——以东方甄选为例

叶 伟

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年4月27日; 录用日期: 2025年5月15日; 发布日期: 2025年6月16日

摘 要

近年来, 随着电子商务的蓬勃发展, 助农直播带货成为赋能乡村振兴发展的重要方式。“东方甄选”凭借其独特的直播方式——知识型直播, 成功开辟了直播行业中未被充分开发的蓝海市场。本文将深入探讨“东方甄选”成功出圈背后的多维因素。首先, 运用5G、大数据为顾客筛选出个性化的商品; 其次, 双语直播以及文化输出构建了其独特品牌形象; 再次, “东方甄选”通过精准定位消费群体来满足他们的多样化需求; 最后, 国家政策的支持为其提供了良好的发展环境。

关键词

助农直播, 乡村振兴, “东方甄选”

Mechanism Innovation of Empowering Rural Revitalization through Live-Streaming of Agricultural Products

—A Case Study of “Oriental Selection”

Wei Ye

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 27th, 2025; accepted: May 15th, 2025; published: Jun. 16th, 2025

Abstract

In recent years, with the booming development of e-commerce, live streaming sales to assist farmers have become an important way to empower rural revitalization and development. With its

unique live streaming method—knowledge-based live streaming, “Oriental Selection” has successfully opened up the untapped blue ocean market in the live streaming industry. This article will delve into the multidimensional factors behind the successful emergence of “Oriental Selection”. Firstly, using 5G and big data to screen personalized products for customers; Secondly, bilingual live streaming and cultural output have built its unique brand image; Once again, “Oriental Selection” meets the diverse needs of consumers by accurately targeting them; Finally, the support of national policies has provided a favorable development environment for it.

Keywords

Live Streaming of Agricultural Assistance, Rural Revitalization, “Oriental Selection”

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

2019年11月29日发布的《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》中提到“实施电商扶贫工程”，将依托于网络技术的电商纳入我国扶贫开发体系当中。党的二十届三中全会提出必须统筹乡村全面振兴，完善强农惠农富农支持制度，坚持农业农村优先发展，推动重要农产品价格保持在合理水平，切实增加农民的收入。随着互联网、智能技术的不断发展以及直播技术的赋能，网络直播带货成为了一种重要的销售农产品的渠道，为当地的可持续发展拓展了新的路径，为农村的发展带来新动能。

2. 文献综述

2.1. 国内研究综述

党的二十大报告明确提出全面推进乡村振兴，坚持把农业农村放在优先发展的位置，增强脱贫地区和脱贫群众的内生发展动力。吴振卓等学者认为农产品直播是一种促进农业经济发展的新兴销售模式，将在推动农村基础设施建设、助力乡村振兴发挥巨大的作用[1]。何燕认为农村信息基础设施建设日益完善加上国家的惠农政策有力地推动了农产品电商直播的发展，积极探索乡村振兴战略背景下农产品的直播模式将有效提升农民的收入[2]。赵珊珊提出“东方甄选”以“产品知识 + 百科科普 + 人生价值 + 金句”的创新模式，为行业发展塑造了全新的直播典范[3]。

2.2. 国外研究综述

助农直播是乡村振兴背景下基于中国的具体国情提出来的，外文文献中并无对应的词汇。然而，通过研究和整理相关文献，发现国外研究中的“农产品直播”与“助农直播”相对应。因此，对国外研究成果的综述将从农产品直播着手。

海外直播带货主要是对相关品牌进行营销，对农产品直播带货的研究相对较少，主要是集中于对农村电子商务的研究。Brizet等人以西班牙食品行业的电商发展为例，发现网络技术的开发与应用能够有效扩大农产品销售规模，提高农产品流通效率[4]。Urek Jadwiga认为更高效的物流供应链，并提高物流效率，以促进农村电商的发展应用进而满足市场的需求。Ania Ferreira认为，应将农村电商需求与智能商业结合，通过互联网收集顾客信息，研究消费习惯，从而更有效地开展营销活动，改善与客户的关系，更

好地满足消费者需求[5]。

2.3. 国内外研究评述

综上所述，电商直播在助推乡村振兴上取得了一定的成果，但仍然处于起始阶段。对于农产品直播与其他乡村振兴要素(如文化振兴)的协同发展研究不足，大多仅关注经济层面的影响；现有的成果多关注短期增收效应，对直播助农的可持续发展机制(主播人才培养)研究不充分；国外研究多侧重于农村电子商务，对于如何与农产品直播带货等新兴模式相结合以实现乡村振兴的研究不足。

2.4. 研究创新点

本文将结合乡村振兴战略，以“东方甄选”为例，突破了传统电商直播的“人-货-场”模式，以其独特的知识型直播开创了“人-货-场-文”共振系统的直播方式，提出农产品直播的“文化赋值-经济增值”的循环理论，文化赋值：通过知识传播和文化输出，将传统文化、诗词经典等元素融入商品营销。经济增值：通过赋予产品文化价值，建立差异化的竞争优势，从而实现品牌溢价。将地域文化转化为商品溢价，提高农民的收入，为乡村产业的可持续发展提供新的路径。何晓梅等提出，直播间作为主播能够直接掌控的物理空间，连接营销者和消费者的实际环境，场景布置、氛围营造及消费者一端的直播间界面获取，均与传统的“人-货-场”销售模式中“场”有着明显区别[6]。东方甄选以其独特的“人-货-场-文”共振直播方式，如董宇辉卖五常大米时，把文化故事和产品完美结合：他(人)用“中华五千年种稻历史”的视角，把普通大米(货)变成了有文化底蕴的宝贝；通过讲述东北黑土地世代耕种的故事，让大米成了见证中华文明的“活历史书”；直播间(场)布置成稻田风光，配上“稻花香里说丰年”的诗意画面，让人仿佛置身金灿灿的稻田，构建出沉浸式文化消费空间，整个过程都渗透着文化，赋予了产品的文化价值，实现了文化赋能的质变。

3. 农产品直播赋能乡村振兴的机制模型

3.1. 技术驱动机制

近期商务部发布的《2024年中国网络零售市场发展报告》显示，全年网上零售额增长7.2%，实物网零拉动社零增长1.7个百分点。出台推动农村电商高质量发展政策，打造“电商+产业带”，提升电商产供应链韧性和协同效能。“数商兴农”助力农产品上行，4场重点对接聚合农业需求和产能，推动农村和农产品网零分别增长6.4%和15.8%。“数商兴产”提升产业链质效。产业电商加快赋能产业链上下游数字化，助力畅通国内国际双循环[7]。

5G网络与人工智能技术的深度融合，正在重塑直播行业的基础逻辑和表现形式。5G网络凭借其超高速率、超低延迟和海量连接的特点，彻底解决了传统直播中的卡顿和画质模糊问题。例如，在农产品直播中，5G支持的无人机航拍可以立体展示农田实景，消费者可以在“云端漫步”查看作物生长环境，大大提升了消费信任度。同时，5G网络还增强了实时双向互动，主播与观众可以通过AR试吃、虚拟道具等沉浸式交互方式，突破了传统直播的单向传播限制。AI技术全面革新了直播生态系统，从内容生产、用户体验到运营决策都带来了变革。智能算法通过分析用户行为数据，实现精准选品和个性化推荐，例如东方甄选利用AI分析消费者偏好，动态调整农产品组合。

农村物流的快速发展和完善，为助农电商和农产品外销提供了重要保障。农村快递进村覆盖率已超80%，快递、邮政、客货邮等合作不断深化，新的配送模式和服务层出不穷。电子商务企业积极参与下沉市场的数字化基础设施建设，持续优化传统农产品供应链模式，并推进冷链流通基础设施建设，确保农产品品质和新颖度。

3.2. 内容创新机制

(1) 情感共鸣与价值认同

情感营销的概念由美国的巴里·费格(Barry Feig)教授提出,旨在通过关注消费者的情感需求,利用情感共鸣、情感表达和情感体验等方法,加强品牌与消费者之间的联系。与传统营销方式相比,情感营销更具人性化,能真正从消费者角度出发,它不仅推荐商品,还建立了一种美好的情感连接[8]。当人们关注的焦点和共同的情感状态相互转换,他们的关注对象逐渐趋于一致时,就能理解彼此的情感,从而实现情绪的共享。“东方甄选”通过巧妙结合故事讲述、互动和礼物赠送等多种平台互动机制,创造了一个独特的农产品消费体验互动仪式情境。观众之间的情感在此过程中产生共鸣和共享,激发了深层次的互动仪式效应。

(2) 双语直播: 产品科普 + 文化输出

尼尔·波兹曼提出了一种“媒体就像隐喻”的概念,它不仅具有自身的意义,而且在潜移默化中给人一种潜移默化的、强大的影响。而在东方甄选的直播平台上,这一点也得到了充分的体现。东方甄选最大的特色就是“双语教学”,这一次的“出海”,打破了传统的“推销”式的直播,更多的是一种“内容直播”。它已经从单纯的商品出售转向了“支付文化情感和知识交流”的销售。东方甄选的直播间通过文字和声音来描绘场景,创造出一种诗意的浪漫氛围,为用户提供更高层次的情感价值,以此来更好地与用户产生更强烈的情感连接,进而推动消费。比如在卖大米时,说“厨房里充斥的饭香,就是属于人间的浪漫。我没有带你看过长白山皑皑的白雪,没有带你去感受过十月田间吹过的微风,没有带你看过沉甸甸弯下腰犹如智者一般的谷穗。我没有带你见证过这一切,但是亲爱的,我想让你品尝这样的大米”。字里行间升腾的稻香沁入观众鼻尖,仿佛灶上正煮着今秋新收的米粮。

3.3. 市场衔接机制

随着改革开放的发展,城市的发展进程越来越快,人民生活水平的不断提高,人民对美好生活的追求越来越迫切,对绿色健康的农产品也表现得尤为青睐。消费者的健康意识开始觉醒,中产阶级及以上的客户群体愿为安全、营养支付溢价,他们成为农产品的主要购买力;其次年轻群体推动“精致养生”的潮流,小红书“减脂轻食”种草阅读量巨大,带动低卡杂粮、功能性农产品需求激增。在进行绿色农产品品牌营销的过程中,要注意个性化的营销与差异化的营销,利用文化创意,使农产品的个性化品牌形象得到进一步的提高,让消费者更加深刻地认识到绿色农产品的品牌[9]。

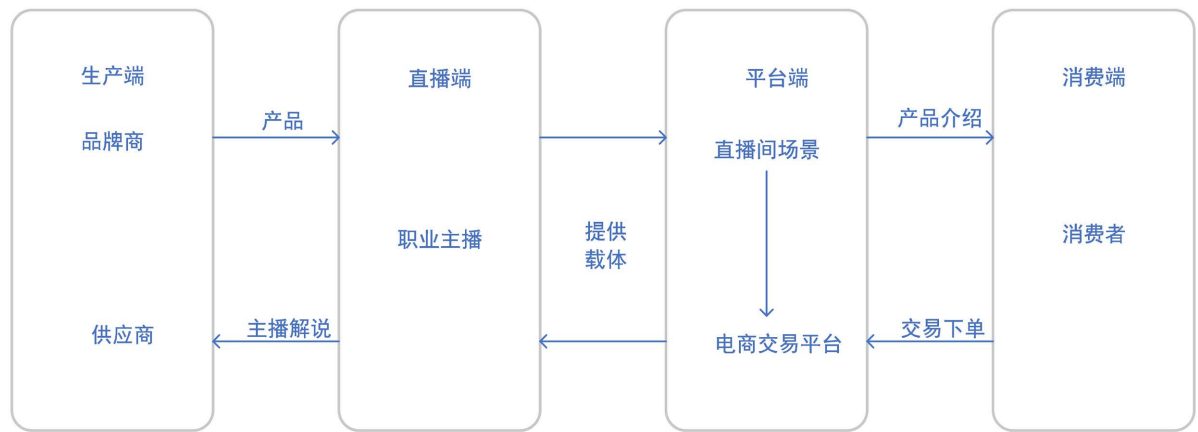


Figure 1. The architecture diagram of the supply chain merchant model for the live-streaming platform Oriental Selection
图 1. 东方甄选直播下供应链商业模式的架构图

长期以来，我国一直存在着小农经济和大市场的结构性矛盾。绿色农产品的兴起为解决这一问题提供了新的思路。东方甄选探索出一种将传统农业和现代商务相结合的有效模式，为我国农产品供给侧改革提供了借鉴。首先，东方甄选启动供应链人才专项招聘计划，着力组建专业化的供应商开发与品控团队。该团队核心职能包含两大模块：一是实施供应商准入评估与动态管理，通过建立多维度的资质审查体系严控供应链源头；二是推行质量监督前置化策略，向重点供应商生产基地派驻品控专员，构建从原料采购到生产加工的全链路质量追溯体系；其次，东方甄选还制定了选品“四大标准”及供应商选择“五步法”，“四大标准”：筛选产品特色、筛选意向资质、筛选产品质量和筛选产品体验；“五步法”包括商家资质和信息对比、综合数据考核、淘汰与更换、重点优质供应商合作、供应商产销能力评估和供应商动态化评估方案[10]。网络直播对产业链进行了革新：生产者 - 主播 - 平台 - 消费者(见图 1)。

3.4. 政策协同机制

2019.11.29《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》正式出台，电商直播能促进农户收入增长，是实现“精准扶贫”、“对口扶贫”的重要措施。党的二十大指出，全面推进乡村振兴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。坚持城乡融合发展，畅通城乡要素流动，发展特色农业以拓宽农民增收致富渠道；统筹乡村基础设施和公共服务布局，发展新型农业经营主体和社会化服务，发展农业适度规模经营[11]。国务院扶贫办、国家发展改革委、工业和信息化部、中央网信办联合印发的《2020 年网络扶贫工作要点》中指出要深化网络覆盖，支持电商平台对接贫困地区农产品，拓宽销售渠道，促进“直播带货”等新模式，推动消费扶贫行动，助力贫困户增加收入。在 2022 年的《中央 1 号文件》中，明确了要实施“数商兴农”计划，目的是要让数字化、网络化、智能化的乡村商务更好地发挥作用，促进农村电商的高质量发展。近几年，国家出台了“网络扶贫”、“数字乡村”等一系列支持政策，以促进农村经济发展，实现脱贫攻坚。“直播 + 电商”的数字经济发展迅猛，这在推动就业、提升工业水平的同时，也在乡村振兴中发挥着重要的作用；同时，在各大电商平台的流量支持下，也为农村地区开辟了更广阔的销路，让农民能够更好地卖出农产品，增加收入。国家相关政策的出台(如下表 1)，为可持续发展的乡村电商提供强有力的支撑。

Table 1. Statistical table of some relevant policy documents
表 1. 部分相关政策文件统计表

年份	文件名称	主要内容
2015	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》	大力发展农村的电子商务，促进互联网和农业农村的结合。
2016	《关于开展 2016 年电子商务及农村综合示范工作的通知》	以示范县建设为切入点，切实发挥好电商扶贫的功能。
2017	《中共中央 国务院关于深入推进农业供给侧结构性改革加快培育农业农村发展新动能的若干意见》	实现农业供给侧改革和绿色发展。
2018	《中共中央 国务院关于实施乡村振兴战略的意见》	乡村振兴三步走战略。
2019	《关于促进乡村产业振兴的指导意见》	推进“互联网+”的现代农业模式，大力发展农村电子商务综合服务站、快递物流园区。
2020	《关于疫情防控期间做好农商互联网农产品供应链的通知》	支持农产品流通企业做好应急保障。
2021	《中共中央 国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》	农业现代化和数字乡村建设。

续表

2022	《关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》	继续推动农村一二三产业的融合发展，发掘乡村的多元价值。以农产品加工和农村电商为核心，推动电子商务进农村。
2023	《2022~2023 年国家乡村振兴重点帮扶县“农村青年主播”培育工作方案》	培育一批以短视频为基础的“新农技”为乡村经济服务的年轻主播。
2024	《农业农村部关于实施“数智强农”工程推进农业现代化建设的意见》	实现农业产业数智化转型。

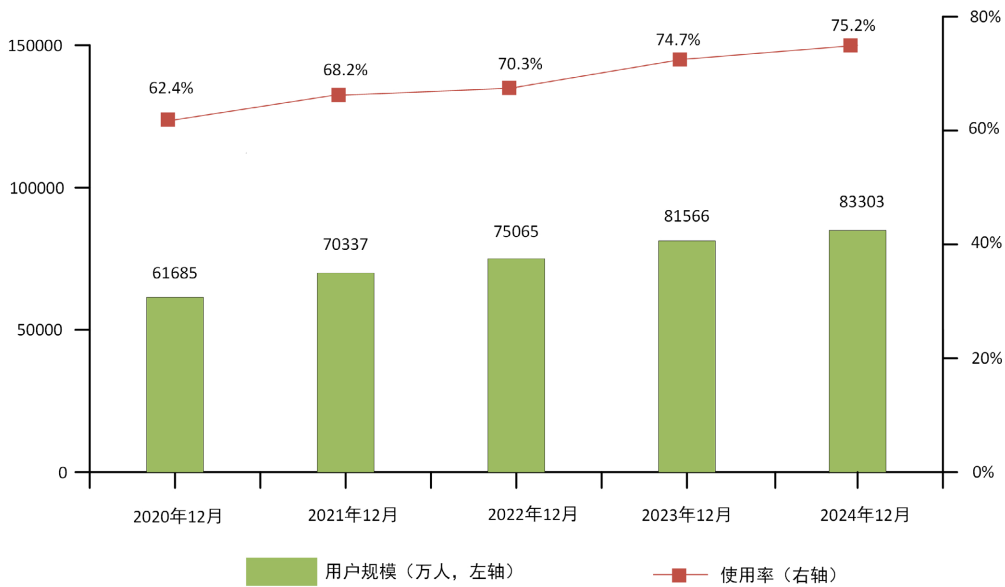
数据来源：笔者自制。

4. 东方甄选直播的机制运行分析

4.1. 东方甄选转型背景

自“双减”政策实施以来，教育培训行业迎来了凛冽的寒冬。作为行业领军企业的新东方也是积极响应国家政策，创始人俞敏洪及时地退还教学点租金、退还学费、按照 N+1 标准辞退员工，并捐赠课桌椅，累计现金支出约 200 亿元，企业面临着巨大的经济损失，业绩压力巨大。与此同时，第 55 次中国互联网发展状况统计报告显示，截至 2024 年 12 月，我国网络直播用户规模达 8.33 亿人，较 2023 年 12 月增长 1737 万人，占网民整体的 75.2% (见图 2)。随着直播电商行业规模的发展以及国家全面推进乡村振兴，在“手机变成农具，直播变成农活”的数字转变下，电商直播突破了地域的局限，把特色农产品直接连接到了全国各地的消费者，帮助了农民的收入和产业的提升。俞敏洪始终保持着对时代脉搏的敏感捕捉，紧紧把握住了直播助农大风潮所带来的商机，通过创造性地将传统教育与现代电商相结合，不仅为农民们开辟了一条新的销售渠道，更是引领了一场农业发展的新革命。

2020.12-2024.12网络直播用户规模及使用率



注：数据来源：CNNIC 中国互联网络发展状况统计调查 网址：<http://cnmic.net.cn/>。

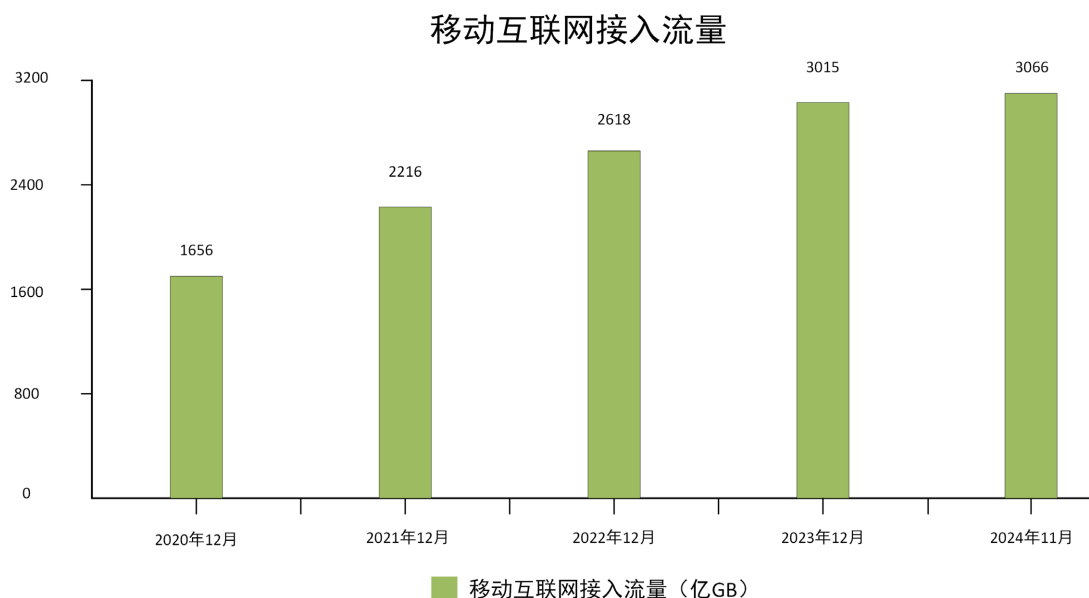
Figure 2. Trend chart of live streaming user scale and usage rate from 2020.12~2024.12
图 2. 2020.12~2024.12 网络直播用户规模及使用率趋势图

4.2. 东方甄选中四维机制的体现

4.2.1. 技术驱动

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 2024 年我国互联网基础资源持续发展, 5G、千兆光纤宽带网络建设有序推进, 移动互联网接入流量延续较快增势(如下图 3)。一是新型信息基础设施协调发展。截至 11 月, 已累计建成 5G 基站达 419.1 万个, 比上年末净增 81.5 万个; 二是 3 家基础电信企业发展蜂窝物联网终端用户 26.42 亿户, 占移动网终端连接数的比重达 59.6%, 人、机、物泛在智联有序推进, 为更多用户接入互联网服务提供坚实支撑[12]。

东方甄选以其敏锐的市场洞察力和创新精神, 充分利用了 5G 技术的力量, 成功地将传统农业与现代科技相结合。2023 年 11 月 22 日他们在江西安远县举办的赣南脐橙溯源直播, 体现了实景式溯源直播这一新兴模式巨大的商业潜力。在这次直播活动中, 主播们通过深情而富有故事性的语言, 向观众详细描绘了赣州的风土人情, 讲述了赣南脐橙从种植到收获的全过程。正是这种生动而真实的收货体验, 让观众对赣南地区的农产品产生了深厚的感情, 并激发了他们购买欲望。据统计, 此次直播共计售出了 20 万单优质农产品, 这一数字无疑证明了实景式溯源直播在推广高品质农产品方面的巨大优势。



注: 数据来源: 工业和信息化部 网址: <https://www.miit.gov.cn>。

Figure 3. Mobile internet access traffic

图 3. 移动互联网接入流量

4.2.2. 内容创新

在当今社会, 随着人们对生活品质的不断追求和情感价值的日益重视, 对于情感的深刻理解与共鸣也逐渐成为了衡量人与人之间关系深浅的重要标准。这种趋势不仅影响了日常生活中的交流方式, 更催生了全新的情感消费模式。在这样的大环境下, 传统的购物行为已经无法满足人们对个性化、有深度体验的需求。因此, 直播带货这一行业应运而生, 它以其独特的“走心”销售策略, 迅速吸引了广大消费者的目光。“东方甄选”直播间便是这一创新营销模式下的典型代表。它摒弃了传统直播中的“3、2、1 上链接”的简单粗暴叫卖方式, 而是将直播间打造成了一个互动学习的课堂。以董宇辉为例, 他在直播黑龙江五常大米时, 不仅仅讲述了大米的品质和规格, 还会深入地探讨黑土地的深沉底蕴以及农民们在

播种时所付出的辛勤劳动。不仅如此，他还从大米生长的周期讲到了二十四节气，让观众在享受美味的同时，也能对农耕文化有一个更为全面的认识。这样的“知识型带货”方式无疑给观众带来了一种全新的观看体验：他们在享受购物乐趣的同时，也能够增长见识、感受到人文之美。当主播们用双语朗诵《游子吟》来介绍家乡的特产时，不仅能使观众了解到产品的质量和特色，还能勾起他们对于家的温暖记忆——那是妈妈亲手烹饪的熟悉味道。这种真诚的情感交流使得许多人不知不觉地沉浸在这个温馨的氛围之中，长时间停留在直播间不愿离去。最终，当触动心弦的时刻到来，他们往往会心甘情愿地做出购买决定——毕竟，消费者买的不仅仅是一件商品，还是一份满载着情感和故事的体验。比如东方甄选于 2022.9.24 开启了新疆、宁夏专场，据灰豚数据统计，当日销售额就突破了 8000 万元。此次活动中，新疆、宁夏等西北地区的诸多特产成为了焦点，它们以其独特的风味吸引了无数消费者的青睐。再如 2022.12.28 东方甄选周年庆专场活动，这次销售额更是创下新高，超过了 9000 万元。根据灰豚数据的统计，单就 2022 年 12 月份东方甄选的营收就超过了 8 亿元。反映出东方甄选背后所蕴含的巨大商业潜力和社会价值，其坚持助农扶农的初心，致力于为广大消费者带来绿色农产品，与此同时结合专业知识向观众普及产品的文化背景和生长环境的全过程，赋予了产品独一无二的文化价值。这种模式打破了传统的“吆喝式推销”模式，并在此基础上探讨了知识经济和商业价值相结合的途径，契合了“文化赋值 - 经济增值”的理论。农产品承载着深厚的人文情怀和历史文化，进而产生了溢价空间，不仅增加了农民的收入，而且推动了经济的增值，响应了国家乡村振兴战略。

4.2.3. 市场链接

在数字化时代，东方甄选以其敏锐的市场洞察力，选择了一条细分赛道，致力于推广高品质的农产品。这不仅仅是对市场趋势的精准把握，更是对于国家“乡村振兴”战略的积极响应与支持。站在行业的角度上看，当前农产品市场虽然竞争激烈，但仍然存在巨大的成长空间。从产品层面分析，农产品因其单价较低，使得它容易被广大消费者所接受，东方甄选精心挑选出那些具有地域特色和悠久种植历史的农产品，不仅保证了产品的品质和安全性，还能以亲民的价格吸引消费者。“东方甄选”通过其精准的市场定位策略，将产品分为三大类别：高端、中端和普通。对于高端消费者来说，他们对食品安全和品质有着极高的要求，东方甄选正是基于这一点，精心打造出一系列围绕“有机、生态”的农产品，这些产品不仅满足了消费者对于健康生活方式的追求，也体现了东方甄选对自然和可持续发展的承诺。面对中产阶级家庭消费者，东方甄选采用品牌化的种植养殖策略，生产出既符合健康理念又保证食用安全的农产品。最后，东方甄选还特别关注普通收入消费者群体，为他们提供具有健康保障的种植养殖农产品。这些产品主打性价比高和健康营养，旨在满足这部分消费者对基本生活需求的基本需求。

4.2.4. 政策协同

在“互联网+政务”深度融合的背景下，政府官员化身“文旅推荐官”参与直播带货，正成为激活地方经济的新引擎。自 2022 年新东方旗下“东方甄选看世界”文旅直播 IP 启动以来，已与全国多个省级文旅部门建立合作，这种政企联动的创新模式，不仅重构了政务传播形态，更通过“云端政务厅”搭建起政府公信力与市场活力的转化通道。直播过程中，官员凭借其对地方资源的系统认知，将产品解说升级为文化叙事——甘肃文旅厅长在黄河石林景区直播时，通过解析羊皮筏子制作工艺，巧妙带出地理标志产品靖远枸杞的种植智慧。这种政府背书，让消费者觉得更加可靠、安全和提升信任感。

5. 乡村振兴背景下助农直播的未来发展建议

5.1. 完善物流链

近年来，我国的物流行业蓬勃发展，但物流网络在乡镇和偏远农村地区的覆盖率仍然有待提高。为

了解决这个问题，政府已经意识到基础设施建设的重要性，2021 年，国务院办公厅明确提出了分类推进“快递进村”工程的方针，旨在通过提升农村物流设施，降低末端寄递成本，从而构建起一个高效、稳定的冷链寄递体系。此外，还强调要加快推广农村寄递物流共同配送模式，以确保物流配送的“最后一公里”畅通无阻。例如，东方甄选采取多种措施优化物流配送路线，强化供应链科技创新以及与物流企业的合作，包括与京东物流和顺丰物流等物流公司，规划在北京、杭州、广州、成都和郑州设立 20 家自有仓储，为国内物流保障，实现产业链布局。

5.2. 积极打造具有特色的助农直播

助农直播是助推“乡村振兴”、提高农民收入改善其生活水平的重要方式之一。可以从农产品和直播场景两个方面来打造极具特色的助农直播。一是优先精选具有地域标识性、市场潜力大且供应链稳定的特色农产品，通过溯源考察建立产品档案，严控质量检测与品控流程。宣传推广中坚持透明化呈现，通过生产基地实时连麦、检测报告可视化解读、消费者口碑实证等方式构建信任链路。二是在直播场景选择上，应优先使用具有鲜明乡村特征和文化元素的场地，如农田、果园、传统作坊等，真实场景能直观展现产品生长环境，通过现场采摘、工艺演示等动态展示，增强观众代入感。建议同步设置场景解说环节，讲解地域特色文化，结合实时问答增强参与感，从而有效建立消费者对产品品质和产地文化的双重认同。

5.3. 构建“本土化数字新农人”

推动“乡村振兴”可持续发展的关键因素之一是人才振兴。在当前农业现代化的大背景下，迫切需要培养出一批既懂得现代科技、又拥有先进理念和深邃思考能力的“新农人”。政府可以设立专项基金，鼓励和吸引专业人士加入到农村直播电商的行列，组织开展各类培训活动，提高农民对于直播电商的认识和技能，使得他们能够熟练运用网络工具，拓宽农产品销售渠道。此外，政府应着力打造一支专业化的直播电商团队，这不仅包括技术团队的建设，还涵盖市场推广和品牌塑造等多方面内容。这样的团队将能够充分利用直播平台，结合当地特色资源，进行产品推介和品牌营销，从“输血式”助农转变为“造血式”助农。

6. 结语

综上，本文通过文献研究法、案例分析研究法，系统阐述了东方甄选助农直播模式，对乡村振兴具有极大的推动作用。提高助农直播技术的硬件支撑、优化直播内容采取个性化的直播方式、细分市场将激活乡村内生动力，东方甄选直播模式验证了“知识赋能”对农产品价值提升的有效性，助力乡村振兴战略的实施具有重要意义。对未来助农直播的发展提出以下优化建议：完善物流链，加强基础设施建设；积极打造具有特色的助农直播；构建“本土化数字新农人”，为乡村振兴注入新活力。

参考文献

- [1] 吴振卓, 陈亚茹, 张薇, 等. 乡村振兴背景下农产品直播的发展路径研究: 基于东方甄选直播带货的成功之处[J]. 山西农经, 2024(8): 54-56.
- [2] 何燕. 乡村振兴战略下农产品电商直播新模式的研究[J]. 农家参谋, 2022(11): 105-107.
- [3] 赵珊珊. 直播带货创新样态发展研究——以“东方甄选”为例[J]. 传媒, 2024(18): 70-72.
- [4] Brizet, J., Baena, V. and García, J. (2017) Analysis of Electronic Commerce in the Food Industry in Spain. *Journal of Industrial Engineering and Management*, **10**, 571-582.
- [5] Ferreira, T. (2018) Integrating Smart Business into Rural E-Commerce: A New Service Model. *Journal of Business Research*, **89**, 341-347.

-
- [6] 何晓梅, 徐宝琴, 常玉苗. 场景、情感、产品赋能直播电商流量变现机制研究[J]. 时代经贸, 2023, 20(3): 126-128.
- [7] 网络零售市场发展报告[EB/OL]. 网络报告. <https://www.mofcom.gov.cn/>, 2025-03-23.
- [8] 范秀成, 陈英毅. 体验营销: 企业赢得顾客的新思维[J]. 经济管理, 2002(22): 62-67.
- [9] 李帆. 发展农村旅游应重视农产品品牌创意[J]. 知识经济, 2016(24): 59-60.
- [10] 王银财. 直播电商东方甄选运营策略分析[J]. 老字号品牌营销, 2023(20): 23-25.
- [11] 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[EB/OL]. http://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm, 2025-03-24.
- [12] 中国互联网发展状况统计报告[EB/OL]. 网络报告. <http://cnmic.net.cn/>, 2025-03-23.