

# 乡村振兴背景下农村电商直播发展策略研究

周于涵

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月25日; 录用日期: 2025年5月12日; 发布日期: 2025年6月11日

---

## 摘要

本文聚焦乡村振兴背景下农产品电商直播发展, 分析其现状与意义。农村电商直播作为新兴业态, 在促进乡村产业、人才、文化、生态与组织振兴方面展现显著成效, 但面临专业人才短缺、农产品质量管控不足、品牌效应薄弱及基础设施滞后等问题。文章提出构建复合型人才梯队、严格把控农产品质量、打造特色化品牌、完善基础设施与供应链体系等发展策略, 旨在通过政企协同的生态化运营模式, 推动直播助农形成长效机制, 实现数字经济与乡村振兴战略的深度耦合与协同演进, 为乡村经济注入新动能, 助力农业农村现代化建设。

---

## 关键词

乡村振兴, 农村电商直播, 发展策略

---

# Research on the Development Strategies of Rural E-Commerce Live Streaming in the Context of Rural Revitalization

Yuhan Zhou

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 25<sup>th</sup>, 2025; accepted: May 12<sup>th</sup>, 2025; published: Jun. 11<sup>th</sup>, 2025

---

## Abstract

This article focuses on the development of agricultural product live-streaming e-commerce under the background of rural revitalization, analyzing its current situation and significance. As a new business form, rural e-commerce live-streaming has shown remarkable achievements in promoting

**the revitalization of rural industries, talents, culture, ecology and organizations. However, it faces problems, such as shortage of professional talents, insufficient quality control of agricultural products, weak brand effect and lagging infrastructure. The article proposes development strategies, such as building a composite talent team, strictly controlling the quality of agricultural products, creating characteristic brands, and improving infrastructure and supply chain systems. It aims to promote the formation of a long-term mechanism for live-streaming to assist agriculture through an ecological operation model of government-enterprise collaboration, achieving deep coupling and coordinated evolution of digital economy and rural revitalization strategy, injecting new impetus into the rural economy and facilitating the modernization of agriculture and rural areas.**

## Keywords

**Rural Revitalization, Rural E-Commerce Live Streaming, Development Strategy**

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. 乡村振兴背景下农产品电商直播的现状

2023年2月，中央一号文件提出深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程，鼓励发展农产品电商直采、定制生产等模式，建设农副产品直播电商基地。在乡村振兴战略全面实施的时代背景下，数字技术赋能农业转型升级已成为各地实践的重要方向。近年来，随着移动互联网技术的深度渗透，农副产品线上直播销售等新兴业态在全国范围内快速兴起，形成多元化探索格局。众多乡村立足区域资源禀赋，通过构建“互联网+农业”的数字化转型路径，有效激活了乡村经济内生动力。值得注意的是，基于实时互动特性的电商直播模式，不仅创新了农产品流通渠道，更在带动农户增收致富、促进城乡要素流动方面展现出显著成效，逐步发展成为推动乡村产业振兴的重要增长极。特别是在后疫情时代，这种新型营销方式依托其突破时空限制的优势，成功助力多个地区实现特色农产品品牌价值提升，创造可观的经济效益与社会效益。

当前农村电商直播领域仍面临发展初期的多重制约因素，具体表现为专业化运营团队建设滞后、农村电商基础设施和物流体系不健全等突出问题。这些现实瓶颈不仅降低了农特产品的市场转化效率，更在供需匹配机制、品牌溢价能力等层面形成发展掣肘，亟需建立系统化的行业规范与价值引导体系。本研究以农村电商直播业态的演进轨迹为切入点，通过构建“技术赋能-产业升级-价值创造”的分析框架，系统评估新兴营销模式对乡村产业振兴的驱动效应。研究过程中既揭示了流量分配失衡、供应链配套薄弱等现存症结，更从数字素养提升、区域品牌塑造等维度提出针对性解决方案。基于此，本文创新性地提出相关优化路径，旨在通过构建政企协同的生态化运营模式，推动直播助农形成长效发展机制，最终实现数字经济与乡村振兴战略的多维耦合与协同演进。

## 2. 乡村振兴背景下农产品电商直播的意义

在乡村振兴战略实施过程中，农产品电商直播通过创新产销对接模式，有效突破地域限制，拓宽农产品流通渠道，助力农民增收。其以数字化手段重构传统农业产业链，促进城乡要素流动，加速农村产业转型升级。同时依托流量经济与品牌孵化功能，推动特色农产品价值提升，为乡村经济注入新动能，成为实现产业兴旺、城乡融合的重要载体，对巩固脱贫成果、激发乡村内生发展动力具有战略意义。

## 2.1. 农产品电商直播促进乡村产业振兴

农产品电商直播营销通过构建数字化产销渠道，有效打破传统农业地域壁垒，实现农产品精准对接消费市场。其以新型模式推动农货上行，直接增加农民收入，激活乡村经济活力。农产品电商直播作为新型营销渠道，推动农产品从“线下”走到“线上”，即便是在相对偏远的农村也能够实施，从而带动农村经济发展[1]。同时，直播电商倒逼农业产业链升级，促进标准化生产、品牌化运营及冷链物流等配套体系建设，形成“生产-加工-销售”全链条优化。通过培育地理标志产品、打造网红品牌，显著提升农产品附加值，推动一二三产融合发展。此外，电商直播催生新农人群体，吸引人才返乡创业，为乡村产业振兴注入创新动能。

## 2.2. 农产品电商直播促进乡村人才振兴

人才队伍建设构成乡村振兴战略推进的核心要素。电商直播作为数字经济新业态，凭借其轻资产创业特性与技术准入门槛低等优势，形成显著的青年人才虹吸效应。推动县域经济体中大量“新农人”群体在数字化转型中实现职业身份转化。这种业态创新不仅重构了农业产业生态，更通过前端生产标准化改造、中端供应链优化及末端数字营销体系建设的全产业链整合效应，形成“电商直播+特色农业”的协同发展格局。在此过程中，新型职业农民通过参与全链条运营实现技能升级，为乡村人才振兴提供持续动能。农产品电商直播为乡村人才振兴搭建起广阔舞台。一方面，它创造出丰富多元的就业岗位，不仅需要专业主播，还涵盖运营策划、视频剪辑、客服管理等细分领域，吸引外出务工人员返乡，让年轻人看到乡村发展的新机遇，为乡村注入新鲜血液。另一方面，电商直播促使农民主动学习新技能、接受新理念。为适应直播销售，他们钻研网络营销知识，学习镜头表达，掌握产品包装与物流知识，从传统农民逐步转型为懂技术、善经营的新型职业农民。同时，在直播过程中，农民与外界交流互动，拓宽视野，提升市场意识和创新思维。

## 2.3. 农产品电商直播促进乡村文化振兴

农产品电商直播通过文化要素的数字化呈现与传播，成为激活乡村文化振兴的创新引擎。其一，直播平台通过原生态展示乡村生产场景、民俗技艺与非遗文化，构建沉浸式文化传播场域，在农产品营销过程中同步实现地方文化符号的输出与价值重估。其二，电商直播催生新型复合营销模式，推动传统农耕文化、手工艺遗产与现代消费需求对接，倒逼乡村文化资源的创意转化与产业化开发。其三，主播作为“新乡贤”文化代言人，通过内容创作重构乡村文化叙事体系，既增强本地居民的文化认同，也重塑外界对乡土文化的认知图景。其四，直播带货衍生的文化IP孵化、文旅融合等新型业态，促进乡村文化资本向经济资本转化，形成文化保护与产业发展的良性互动，最终构建起数字经济时代乡村文化传承创新的可持续发展路径。

## 2.4. 农产品电商直播促进乡村生态振兴

农产品电商直播对乡村文化振兴有显著促进作用。它能传播乡村文化，主播在推销农产品时，会介绍产地特色、种植养殖过程等，展示乡村自然风光和传统农耕文化，且农产品包装及品牌设计融入乡村文化元素，借助直播扩大其影响力。同时，它利于传承和创新乡村传统技艺。许多乡村的传统技艺与农产品生产加工紧密相关，电商直播为其提供展示和销售渠道，手艺人既能传承技艺，又能依市场需求创新。如传统腊肉制作技艺，通过直播被更多人了解，手艺人也改进包装、拓展销路，让传统技艺重焕生机。此外，它还能增强乡村居民的文化自信和认同感。农产品经直播走向广阔市场，乡村居民看到本地产品受欢迎，会珍视文化资源，直播互动中观众对乡村文化的兴趣和赞赏，也会让居民认同文化价值，

激发其传承弘扬文化的积极性，推动乡村文化生态良性发展。

## 2.5. 农产品电商直播促进乡村组织振兴

农民专业合作社也顺应农村电商迅猛发展的浪潮，与电商平台深化合作开展农产品全链条电商运营。通过整合分散农户资源形成规模化供应链，合作社联合平台打造区域公用品牌，借助直播带货、社区团购等多元渠道拓宽销路。例如山东某果蔬合作社与京东农场合作，建立标准化种植基地并接入区块链溯源系统，例如山东某果蔬合作社与京东农场合作，建立标准化种植基地并接入区块链溯源系统，消费者通过扫描产品二维码，就能清晰了解果蔬从播种、施肥到采摘、运输的全流程信息，极大提升了产品信任度与市场竞争力。该合作社还培养了自己的专业直播团队，在抖音、淘宝等平台开设官方账号，通过生动有趣的直播，展示果蔬的种植环境与生长过程，分享种植知识与烹饪技巧。在社区团购方面，与当地多家社区达成合作，根据居民需求精准配送新鲜农产品。凭借这些举措，带动了周边数百户农户增收致富，为乡村振兴注入强劲动力。

## 3. 乡村振兴背景下农产品电商直播存在的问题

### 3.1. 缺少相关专业人才的支撑

在乡村振兴战略深入推进的背景下，农产品电商直播作为数字技术与农业产业融合的创新形态，已成为激活乡村经济的重要引擎。然而，专业人才短缺问题正成为制约其高质量发展的核心瓶颈。从人才供给结构看，当前农产品电商直播从业者多为农户、返乡青年等群体，虽具备乡土经验，但普遍缺乏系统的营销理论、直播运营等专业素养。暴露出从业者在场景设计、用户运营、供应链管理等环节的能力短板。人才短缺的深层原因在于城乡资源配置失衡与职业吸引力不足。相对于城市而言，农村环境差、基础设施不足[2]。一方面，头部直播机构、专业培训资源集中于一线城市，县域层面缺乏“产学研用”一体化的人才培育载体，高校相关专业毕业生不愿下沉乡村；另一方面，直播行业“高流动性”特征与农村“熟人社会”环境存在文化冲突，年轻从业者易因职业发展天花板明显而转向城市。专业人才缺位直接制约电商直播的赋能深度。缺乏品牌策划人才，导致农产品难以突破“低价叫卖”陷阱。因此，人才缺失是阻碍农村产业经济建设发展的重要问题[3]。

### 3.2. 农产品质量难保证，品牌效应不足

在乡村振兴战略实施过程中，农村电商直播虽拓宽了农产品销路，但部分环节存在的质量管控漏洞导致农产品质量不达标问题凸显。一方面，由于产品把关不严，部分主播又夸大其词，加上与农产品直播相配套的冷链物流、运输服务不完善，一些农产品新鲜度难以保证，或者保护措施不到位，运输中产生破损等，都使消费者买到手的农贸商品与主播介绍、承诺相去甚远，达不到预期[4]。另一方面，在乡村振兴背景下，农村电商直播中农产品品牌效应不足问题显著，主要表现为品牌知名度低、同质化严重及价值挖掘不深。多数农产品以“散装”“无标”形式销售，缺乏全国性或区域性知名品牌，导致消费者在选择产品时，并不知道该买什么品牌，往往只能随机购买。这样既不利于销售的长期性，也不利于产业链的形成[5]。因此，使得农产品在市场中难以形成较强的竞争力，也很难形成品牌效应。

### 3.3. 农村基础设施建设较薄弱

在乡村振兴背景下，农村电商直播中基础设施建设薄弱问题凸显，主要表现为物流、网络、仓储等配套体系滞后。物流方面，农村地区“最后一公里”配送难题突出，冷链设施覆盖率低，导致生鲜农产品损耗率高，且配送时效不稳定，偏远地区订单履约周期较城市延长3~5天。网络基建方面，部分县域4G

网络覆盖不足、带宽较低，直播卡顿、画质模糊等问题频发，5G 技术应用渗透率低，制约沉浸式直播场景创新。仓储设施方面，农村地区标准化仓储中心稀缺，农产品多依托农户自建仓库或露天堆放，缺乏温控、防潮、防虫等专业设备，导致产品仓储损耗率超 18%，且难以满足电商大促期间的集中发货需求。

## 4. 乡村振兴背景下农产品电商直播的发展策略

### 4.1. 构建复合型人才梯队，赋能电商直播效能

一方面，优化直播内容需要主播不断学习直播相关技术与知识，提高直播综合能力，并懂得应用直播技巧[6]。优化直播内容需要主播不断学习直播相关技术与知识，提高直播综合能力，并懂得应用直播技巧。例如，熟练掌握拍摄剪辑、灯光布景等基础技术，运用数据分析工具洞察用户偏好以优化选品策略；在综合能力层面，需提升场景化叙事技巧，将农产品种植故事、乡土文化融入直播流程，同时强化实时互动能力，通过设置问答抽奖、限时秒杀等环节增强观众参与感；在技巧应用上，需精准把握直播节奏，设计具有记忆点的开场话术与产品卖点提炼方式，结合热点话题打造差异化内容标签，从而提升观众停留时长与转化效率，让直播从“流量吸引”迈向“价值共鸣”。另一方面，要培育“新农民”机制，农民是农业活动的主体，既是农业生产者，也是振兴乡村和实现共同富裕的关键[7]。构建复合型人才梯队需建立“选拔 + 培育 + 实战”全链条机制。首先，以县域为单位筛选具备电商基础、表达能力的乡村青年与返乡大学生，联合职业院校开设“直播运营 + 农产品知识 + 数据分析”融合课程，依托头部 MCN 机构开发标准化教学体系。其次，实施“1 + N”师徒制，由平台认证讲师带教新人完成选品策划、场景搭建、流量投放等全流程实操，通过“模拟直播间考核”检验技能掌握度。同时设立“直播创业孵化基地”，以农产品上行项目为实战载体，组建包含主播、场控、供应链协调员的协作小组，按销售额梯度给予资源扶持。最后搭建人才晋升通道，将直播间转化率、复购率等数据纳入绩效考核，优秀者可进阶为区域直播导师或品牌代言人，形成人才培育闭环。

### 4.2. 严抓农产品质量，打造特色化品牌

对于农村电商平台农产品质量的保证需要政府、直播平台与农户应形成全方位协同，对农产品的质量进行严格把关，构建现代商业逻辑下优质高效的供应链体系[8]。对农产品的质量进行严格把关，构建现代商业逻辑下优质高效的供应链体系。政府应加强对农产品种植、养殖过程的监管，政府部门完善对直播带货行业的监管体系，扫除监管盲区[9]。制定严格的质量标准和检测规范，推动农业标准化生产，从源头上保障农产品质量。同时，政府还需加大对农村电商基础设施的投入，完善冷链物流等配套设施，确保农产品在运输和储存过程中的品质不受损。直播平台要承担起相应的社会责任，建立严格的入驻审核机制，对入驻农户和商家的资质进行严格审查，确保其具备合法合规的生产经营条件。平台还应加强对直播内容的监管，规范主播的言行，防止虚假宣传和夸大其词等不良行为。此外，平台可以借助大数据和人工智能技术，对农产品的质量和销售数据进行实时监测和分析，及时发现潜在问题并采取措施加以解决。农户作为农产品的生产者，要增强质量意识和品牌意识，严格按照科学的方法进行种植和养殖，积极采用绿色、生态、无污染的生产方式，提高农产品的品质和安全性。同时，农户还应加强与电商平台和政府的沟通与合作，及时反馈生产过程中遇到的问题和困难，共同推动农产品质量的提升。

### 4.3. 完善相关基础设施建设和供应链体系

构建现代农业供应链基础设施网络是保障农产品电商直播实效的核心支撑，首先，政府要对县、乡、村三级农村物流体系进行合理规划[10]。需着力破解当前制约产业发展的流通损耗难题。通过实施城乡物流一体化战略，重点完善县域物流枢纽 - 乡镇配送中心 - 村级收发站点的三级节点布局，同步推进农村

道路升级、冷库集群建设、新能源配送车辆普及等基础工程。特别是在冷链物流环节，应建立覆盖生产端到消费端的全链条温控管理系统，运用物联网传感器实时监测储运环境，结合区块链技术构建溯源体系，将果蔬类农产品腐损率降低。政府需主导制定冷链物流标准体系，引导社会资本投入预冷仓储、移动式冷库等设施建设，当前我国农产品冷链流通率短板亟待通过数智化升级加以突破，从而真正打通“田间到餐桌”的流通梗阻。实际上，政府可通过颁布相关优惠政策吸引企业投资。数字化智能化是物流体系未来的发展趋势，人工智能技术的应用、物流配送优化和追踪将是提高仓储和物流效率的关键[11]。

## 5. 结语

总而言之，在乡村振兴战略背景下，农产品电商直播在解决农民农产品销路、提升农民收入水平等方面发挥着非常重要的作用价值[12]。如今，随着新型职业农民和新兴业态的持续涌现，我们应依据农产品电商直播当前的发展态势，深入探究其存在的问题，并持续改进相关营销策略。这样不仅有助于显著提升农产品的直播销售量，还能为乡村振兴战略的深入推进提供有力支持，促进其取得更为显著的成效。

## 参考文献

- [1] 刘琦, 李百秀. 乡村振兴背景下农产品电商直播营销策略研究[J]. 山东农业工程学院学报, 2022, 39(9): 76-81.
- [2] 武悦. 乡村振兴背景下农村电商直播发展策略研究[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(20): 231-234.
- [3] 王菁婧. 乡村振兴背景下农村电商直播助力产业发展策略研究[J]. 投资与创业, 2022, 33(13): 32-34.
- [4] 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.
- [5] 杨浩琛. 乡村振兴背景下农产品直播带货的应用研究[J]. 今传媒, 2023, 31(8): 108-111.
- [6] 王琳琳, 任远, 马雁. 乡村振兴背景下农村电商直播模式研究[J]. 商业经济, 2024(12): 49-52.
- [7] 胡宇晗, 王黎. 乡村振兴背景下发展农产品直播带货的思考与对策[J]. 价格理论与实践, 2022(4): 185-188+208.
- [8] 章子悦. 乡村振兴背景下的农产品直播带货研究[J]. 老区建设, 2023(1): 51-56.
- [9] 周祚山, 梁雁冰. 乡村振兴背景下助农直播电商发展策略研究[J]. 现代农机, 2023(4): 47-49.
- [10] 王兴萌, 巫焕. 乡村振兴战略下农产品直播带货困境及对策[J]. 时代经贸, 2024, 21(9): 50-52.
- [11] 廖紫薇, 李军毅. 乡村振兴背景下直播助农存在的问题及对策研究[J]. 智慧农业导刊, 2024, 4(7): 17-20+26.
- [12] 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.