

数字经济赋能电商农产品网络营销策略研究

卢建雄*, 周学亨, 曹 兵, 王俊伟

甘肃农业大学马克思主义学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年5月18日; 录用日期: 2025年5月30日; 发布日期: 2025年7月4日

摘 要

21世纪信息技术与互联网科技的迅猛发展催生了数字经济时代, 在数字经济的赋能作用下, 现代经济结构正经历持续转型, 产品销售产业链不断延伸, 营销模式逐步向多元化演进。作为数字经济的新兴领域, 电子商务行业伴随网络的全域覆盖快速崛起, 逐渐发展成为大众生活中不可或缺的主流消费渠道。近年来, 伴随短视频平台的迅猛发展, 直播电商营销已然成为当前电商产品推广的新型渠道, 尤其对农产品销售而言, 直播营销凭借独特的资源禀赋与较高的关注热度, 有助于提升农产品市场认知度, 推动农村电商产业的良性发展。本文旨在分析数字经济环境下农产品直播电商营销的重要性及其当前态势, 同时给出具体的发展对策以供借鉴。

关键词

数字经济, 农产品, 电商, 直播营销

Research on the Network Marketing Strategy of Agricultural Products in E-Commerce Empowered by Digital Economy

Jianxiong Lu*, Xueheng Zhou, Bing Cao, Junwei Wang

College of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: May 18th, 2025; accepted: May 30th, 2025; published: Jul. 4th, 2025

Abstract

The rapid development of information technology and Internet science and technology in the 21st

*第一作者。

文章引用: 卢建雄, 周学亨, 曹兵, 王俊伟. 数字经济赋能电商农产品网络营销策略研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 200-205. DOI: 10.12677/ecl.2025.1472155

century has given birth to the era of digital economy. Under the enabling effects of digital economy, the modern economic structure is continuously transforming, the industrial chain of product sales is constantly extending, and marketing models are gradually evolving towards diversification. As an emerging sector of the digital economy, the e-commerce industry has rapidly risen with the full-scale coverage of the internet, gradually developing into an indispensable mainstream consumption channel in public life. In recent years, with the vigorous rise of short-video platforms, live-streaming e-commerce marketing has become a new path for promoting e-commerce products. Especially for agricultural product sales, live-streaming marketing, with its unique resource endowments and high attention, helps enhance the market recognition of agricultural products and promote the sound development of the rural e-commerce industry. This paper analyzes the significance and current status of the development of live-streaming e-commerce marketing for agricultural products in the context of digital economy, and proposes targeted development strategies for reference.

Keywords

Digital Economy, Agricultural Products, E-Commerce, Live-Streaming Marketing

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

在数字经济快速发展的背景下，数字技术与电子商务的深度融合已成为推动农产品行业进步的关键驱动力。特别是农产品电商直播营销凭借其强大的互动性和广泛的覆盖性，已经成为促进农村经济发展和农产品销售模式转型的关键途径之一。《“十四五”数字经济发展规划》明确指出，加速数字化转型，促进电子商务等新业态、新模式的发展是当前的重要任务。《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》等相关政策文件的发布，为农产品电子商务的发展提供了明确的政策导向与支持。这些政策文件不仅为农产品电商直播营销的发展奠定了坚实的基础，也充分体现了国家对数字经济环境下农产品营销模式创新的高度重视。从实际成效来看，农产品电商直播营销也为消费者提供了更为便捷、多元的购物体验。消费者无需再受限于传统线下购买所带来的不便，能在直播间直接与主播互动交流，详细了解农产品的特点、口感等信息，从而更精准地选购心仪的农产品。这种营销模式凭借数字经济的便捷，实现了农产品从田间地头到全国各地消费者手中的快速对接，大大缩短了销售的各个环节，对整个农产品产业链的高效运作起到了重要的推动作用，也为乡村振兴战略的实施注入了新的活力。

2. 数字经济背景下农产品电商直播营销的意义

在数字经济快速发展的背景下，农产品电子商务直播营销为农产品销售开拓了一条全新的途径，并在多个维度上展现了其深远而广泛的影响。这种新兴的营销模式有效地拓展了农产品的销售渠道，扩大了数字经济的覆盖范围，并在推动农村经济发展、促进农民增收等方面发挥了关键作用。

2.1. 扩大数字经济覆盖范围

由于城市地区在信息传播、交通设施以及物流配送等方面体系更为完善成熟，因此在发展进程与推进速度上，城市数字经济相较乡村数字经济具备显著优势。基于此，数字经济在发展初期必然以城镇为核心，随后逐步向乡村延伸拓展，其覆盖的行业领域与范围也将不断扩大，呈现出全面覆盖各行业的发展。

展态势。借助各类网络直播平台，农产品营销工作得以更加精准开展，消费者与生产者之间的沟通效率大幅提升，有效缩短了农产品从生产、流通到消费的产业链循环周期。这不仅有力推动了农业发展，还能更好地契合市场需求[1]。与此同时，随着农业领域电子商务直播市场的持续深入发展，也将促使直播平台不断优化自身功能，通过数据分析，围绕销售环节进行升级迭代，进而加速数字经济的整体发展进程。

2.2. 促进乡村经济快速发展

在国家宏观政策的指引下，持续推进乡村振兴战略的深度落实，凭借信息技术与数字经济的结合，推动乡村经济迎来迅猛发展的态势。在此过程中，农产品的市场营销与农业生产一同构成了拉动乡村经济增长的两大动力源，特别是农业生产，它作为农户与消费者间的纽带，对推动乡村经济全方位繁荣具有至关重要的作用。运用电子商务平台对农产品进行营销，在网红达人的助力宣传下，能快速汇聚来自全国范围的消费者，促使农产品在线销售实现飞跃式增长，大幅提升交易的品质及速率。这一过程中，随着农业生产效益的提升，农产品的销售渠道不仅为农民带来了更高的收益，还通过网络直播这一新兴传播方式得到了拓展。农产品面向有需求的消费群体，既确保了流通的有效性，又激发了农民的主动参与热情，推动了农村整体经济的蓬勃发展。拓展农产品的销售渠道，助力农户增收，突破农村与城市在物流方面的局限，为相关行业的技术升级打下坚实基础，满足农村经济发展多元化的需求[2]。

2.3. 提升农民生活质量

电商直播营销不仅促进了农产品的销售，更为农民提供了更多的就业机会，提升了他们的收入水平。通过网络直播，农民可以直观地展示农产品的种植、采摘和加工过程，增加了消费者对农产品的信任度和购买意愿。同时，农民也可以通过参与直播销售，学习到更多的营销技巧和电子商务知识，提升了自身的职业能力和竞争力。此外，随着农产品电商直播的发展，农村地区的物流、仓储等相关产业也得到了快速发展，为农民提供了更多的就业岗位和创业机会，进一步提升了农民的生活质量。更重要的是，电商直播营销还促进了农村地区的信息化建设，农民通过网络平台能够接触到更多的信息和资源，拓宽了他们的视野和思维方式。这不仅有助于提升农民的综合素质，还为农村地区的长期发展奠定了坚实的基础。在电商直播的推动下，农民的生活质量得到了全面提升，他们不仅在经济上获得了更多的收益，还在精神层面得到了丰富和满足。这种全方位的改变，使得农村地区焕发出了新的生机和活力，为乡村经济的持续发展注入了强大的动力。

3. 数字经济背景下农产品电商直播营销困局

在数字经济蓬勃发展的当下，农产品电商直播营销作为一种新兴的销售模式，展现出了巨大的潜力和价值。它打破了传统农产品销售的地域限制，缩短了农产品从田间到餐桌的中间环节，为农产品拓宽了销售渠道，增加了农民收入，也为消费者提供了更加新鲜、优质的农产品。然而，在实际操作过程中，农产品电商直播营销仍面临着一系列困局和挑战，制约了其进一步发展。

3.1. 农户数字技能欠缺

随着数字经济的快速崛起，广大农户普遍面临数字技能不足的难题，这在很大程度上制约了农产品电商网络营销的实际效果。农户对电商平台操作程序及功能特点的了解有限，难以灵活应用平台工具实施产品推介与营销拓展，在直播销售环节中展现出显著的专业技能缺陷，难以凭借高质量的内容创作与互动交流吸引消费者目光。更深层次地分析，农户对数字营销观念及手段的认知不足，缺少数据分析与

用户理解能力,在电商平台运营进程中常常沿用传统的营销思路,未能有效借助数字技术优势实施精准营销与用户管理,致使营销成效大幅降低,难以实现农产品价值的高效转化[3]。

3.2. 农产品质量难以得到有效保障

随着农产品电子商务网络营销的迅猛发展,其质量控制问题日益凸显,对行业的健康发展构成了严峻挑战。首先,由于农产品生产具有分散性和季节性特征,电商平台难以对入驻商家的产品质量实施全面而有效的监管。部分商家为了追求短期利益,采取了虚假宣传和误导性描述,如对产品等级的不准确划分和包装标签的不实信息,这不仅侵犯了消费者的合法权益,也对市场秩序造成了干扰。其次,农产品在物流配送过程中面临保鲜期限短和易损性高的问题,现有的冷链物流系统尚未实现全程监控,导致产品在运输过程中容易出现质量下降[4]。尤其是生鲜农产品在送达消费者时,往往已经不同程度地失去了其原有的品质,这不仅引发了频繁的消费纠纷,也显著降低了消费者对农产品电子商务平台的信任度。

3.3. 农产品直播服务水平有待提高

农产品直播电商作为一种新兴的数字经济模式,主要依托互联网技术进行。在当前阶段,由于对销售与物流环节中潜在的不确定性因素缺乏足够重视,农产品电商直播的服务质量普遍不高。目前,尽管部分大型直播平台能够提供高质量的售后服务,但大多数直播平台在售后服务方面投入不足,这可能削弱消费者对网络销售服务行业的整体信心。部分消费者可能仅因一时冲动而进行消费,受到喜爱的主播推销的影响,购买了并非真正符合其偏好的产品。在冲动消费之后,缺乏专业售后服务的支撑,消费者的期望值降低,进而减弱了其购买意愿[5]。此外,一些卖家选择私下交易而非通过正规网络平台,导致整个消费过程缺乏必要的保障,这在根本上对行业发展造成了不利影响。

3.4. 农产品销售品牌化程度较低

随着直播红利的持续增长,众多农户开始将农产品销售模式由线下转向线上直播销售。然而,大多数产品缺乏品牌化运营的基础,难以进行系统性的包装和营销,无法满足流通市场的需求,且产品同质化现象较为严重。这种营销知识的缺失和品牌意识的薄弱,让消费者对不同商家提供的相同产品难以辨别与铭记,进而加剧了品牌运营的复杂性。在直播销售的环节中,众多农产品的品牌价值偏低,加之农产品独有的特性致使物流成本大幅上升,这在某种程度上削减了农产品直播的收益,从而引发农产品直播销售中优质资源的缩减。

4. 数字经济背景下农产品电商直播营销策略

4.1. 强化培训赋能提升素质

赋能培训是增强农户数字化运营能力的核心途径,通过搭建全面化的培训架构帮助农户习得数字营销策略。在技能知识培育方面,针对电商平台运作规范、直播销售技巧、内容推广方法等关键内容展开专业培训,促使农户认知数字营销的基础理论与实际操作要点,着重锻炼农户的数据解析能力和用户管理思维,促进农户由传统销售模式向数字化运营方式转变。培训方式需融合线上与线下,利用农村电商培训中心实施现场教学,并凭借网络课程平台提供灵活的学习途径,构建持久性的学习体系。在实践指导层面,安排农产品电商实际操作练习与经验分享活动,邀请成功案例传授实战经验,借助典范引领激励更多农户掌握数字营销技能。基于农村电商服务站构建常规的技术指导体系,为农户提供即时的技术协助和运营指导,助力农户在实践中持续提高数字化运营层次[6]。重点强化农户对数据分析工具的应用能力锻炼,引导农户利用平台数据深入剖析消费者需求特点和购买习惯模式,改进营销决策。

4.2. 借助数字技术确保产品安全

在农产品网络营销范畴中,产品品质与安全是构筑消费者信赖及提高市场竞争力的关键所在。利用数字技术监控与管理农产品的生产、储存、流通环节,能为农产品网络营销带来坚实的支撑。物联网技术的采纳,实现了农产品生产与储存环境的即时监控,包括温度、湿度、光照等重要指标,以确保产品质量的稳定。借助传感器与监控设施的部署,农产品生长与储存状态的数据能被实时采集,并依据这些数据迅速调整管理方案,预防产品品质下降。同时,打造数字化溯源体系是增强农产品透明度与安全性的有力举措。借助区块链等先进技术,能够构建一个分布式、不可更改的农产品信息记录平台,覆盖从生产、加工、运输至销售的每个阶段。消费者通过扫描产品上的二维码等标识,便能获取产品的全面信息,诸如产地、出厂日期、检测报告等,进而加深对产品品质与安全的信赖。这种做法既有利于建立消费者信赖,又赋予了农产品更高的市场竞争力[7]。

4.3. 重视售后服务质量

提升农产品直播带货的售后服务质量。带货主播应深入掌握农产品特性,对于专业性及特殊性较强的农产品,必须具备深入的产品知识,以便在网络直播介绍过程中全面、多维度地展示产品的各个细节。这样能够更精准地把握消费者的购买心理,并提供有效的购买指导。在介绍产品时,主播应确保消费者能够清晰理解产品特性,从而减少售后问题的发生。同时,在进行农产品直播时,主播应近距离展示农产品的细节,以增强消费者对产品的记忆。此外,主播在介绍农产品时,应避免引发消费者的盲目跟风购买,而应提供科学合理的引导,以防止非理性消费行为。

4.4. 创造电商特色品牌效应

品牌产品相较于非品牌产品,往往具有更为显著的竞争优势,能够赢得消费者的较高信任度,从而实现更佳的销售业绩。农产品亦遵循此规律。因此,为提升农产品的市场竞争力,有必要在销售过程中实施一系列营销策略,推动农产品的品牌化建设,以增强消费者信任。具体策略包括:首先,运用数字化直播带货技术,让消费者能够直接参与到农产品的生长过程中[8]。例如,构建一个展示农产品种植过程的模块,使消费者能够直观地观察到从播种到收获的整个过程,并在直播期间与观众进行实时互动,以提高消费者的参与感和积极性,同时塑造正面的品牌形象。其次,农产品直播带货的核心优势在于其产地直销模式,这要求在销售完成后迅速将产品配送至消费者手中,以保证农产品的新鲜度,并通过精心设计的包装进行品牌宣传。最后,借助网红或明星效应进行农产品直播带货,可以迅速提升品牌在消费者心中的认知度,拓宽销售市场,进而提高农产品的市场收益。

综上所述,在数字经济背景下,农产品电商直播营销策略的制定与实施需多方协同发力。通过加强数字技能培训,重视售后服务质量,打造电商特色品牌效应,能够有效提升农产品电商的营销水平。未来,应进一步夯实数字基础设施建设,深化数字技术的应用,优化电商平台服务,构建更加开放包容的农产品电商生态体系,引导农产品电商朝着规范化、品质化、品牌化的方向发展,为推动农业农村现代化贡献力量。

参考文献

- [1] 谢卿. 数字经济赋能背景下农产品直播电商营销策略[J]. 核农报, 2022, 36(7): 1510.
- [2] 胡珍. 数字经济背景下农产品电商网络营销策略研究[J]. 商场现代化, 2024(21): 83-85.
- [3] 傅泽. 数字经济背景下电商直播农产品带货研究[J]. 农业经济, 2021(1): 137-139.
- [4] 张舜歌. 数字经济背景下农产品电商直播营销策略研究[J]. 全国流通济, 2024(10): 24-27.

-
- [5] 戴静雯. 数字经济背景下农产品电商直播营销的策略[J]. 全国流通经济, 2024(1): 40-43.
 - [6] 肖博. 数字经济背景下农产品电商网络营销策略研究[J]. 上海商业, 2021(10): 46-47.
 - [7] 王乐乐. 数字经济背景下农产品电商直播营销创新研究[J]. 河北企业, 2023(5): 89-91.
 - [8] 马红, 赵万钧, 张倩倩, 等. 数字经济背景下农产品电商直播营销的策略研究[J]. 全国流通经济, 2024(22): 32-35.