

温州农产品电商直播现状及发展策略研究

——基于SWOT-PEST分析

胡琪若

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年5月26日; 录用日期: 2025年6月13日; 发布日期: 2025年7月15日

摘要

在数字经济与乡村振兴深度融合的背景下, 农产品电商直播成为农业数字化转型的重要引擎。本文以温州为研究对象, 基于SWOT-PEST整合分析框架, 从政策、经济、社会、技术四维环境剖析其农产品电商直播的发展现状与核心矛盾, 并提出促进温州农产品电商直播高质量发展的策略意见, 旨在为温州农产品电商直播提供一定的理论支撑和实践指导。

关键词

温州, 农产品, 电商直播, SWOT-PEST分析

Research on the Current Situation and Development Strategies of Agricultural Product E-Commerce Live Streaming in Wenzhou

—Based on SWOT-PEST Analysis

Qiruo Hu

School of Law and Humanities, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: May 26th, 2025; accepted: Jun. 13th, 2025; published: Jul. 15th, 2025

Abstract

Under the backdrop of the deep integration of the digital economy and rural revitalization, agricultural

product e-commerce live streaming has emerged as a critical engine for the digital transformation of agriculture. This study takes Wenzhou as the research subject and employs the integrated SWOT-PEST analytical framework to examine the current development status and core challenges of its agricultural product e-commerce live streaming from four dimensions: policy, economy, society, and technology. The paper further proposes strategic recommendations to promote the high-quality development of agricultural product e-commerce live streaming in Wenzhou, aiming to provide theoretical support and practical guidance for advancing this field.

Keywords

Wenzhou, Agricultural Products, E-Commerce Live Streaming, SWOT-PEST Analysis

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. 研究背景

在数字经济高速发展和农业现代化加速推进的双重融合背景下，农产品电商已成为推动农业供给侧结构性改革的核心引擎。其中“电商 + 直播带货”模式的农产品销售成为了新型的流通业态。农产品电商直播就是通过在线直播平台，将各类农产品通过视频展示和实时互动的方式，直接推介给消费者[1]。它不仅破解了传统农业产销的时空困境，更推动了农村现代化经济转型。《中国农产品电商发展报告(2023)》显示，2022年我国农产品直播交易规模达1782亿元，占农产品网络零售总额的33.5%，同比增长62%，其增速远超传统电商模式。

温州是民营经济活跃的沿海城市，更是长三角南翼重要的商贸枢纽，其农产品电商发展兼具典型性与独特性。在政策赋能、市场驱动与技术迭代的多重作用下，温州农产品电商直播已形成规模增长快、模式创新强、跨境特色显的发展格局。然而，在温州农产品电商直播发展的同时也暴露出了一些问题。因此，本研究以温州为实证对象，构建SWOT-PEST分析框架，旨在揭示政策、经济、社会、技术四维环境与内部优势、劣势的交互机制，为同类区域探索农产品电商直播高质量发展路径提供理论参照与实践范式。

2. 温州农产品电商直播发展现状

(一) 市场规模

温州农产品电商直播规模呈现高速扩张态势，交易总额、参与主体数量及市场渗透率等核心指标均处于长三角区域前列。根据温州市商务局《2023年电子商务发展报告》数据显示，2023年全市农产品直播销售额达34.6亿元，占全市农产品网络零售总额的42.1%，同比增长58%，增速高于全国均值19个百分点。

(二) 创新模式

温州农产品电商直播“产业带 + 云仓”成为核心创新，瓯江口新区建成浙南首个农产品直播云仓集群，整合仓储、分拣、物流等功能，实现直播下单到发货的全流程，降低了时间成本、物流成本及生鲜损耗。在营销模式上，苍南番茄产业带开创“番茄成长日记”慢直播形式，全天展示种植过程，将转化率有效提升，同时探索“社区团长 + 基地直采”模式，复购率也有所上涨。此外，智能分拣系统、AI定价工具等数字化手段逐步渗透，例如“瓯农惠”平台利用大数据动态调整库存，提升了产品周转率提升。

(三) 跨境特色

温州市人民政府官网 2024 年一文章指出，近三年，全市跨境电商进出口额增长 20 余倍，跨境电商占外贸出口比重提升至 10% (位居全省第二)。《温州日报》报道，温州农产品电商 2023 年跨境直播销售额达 3.8 亿元，同比增长 135%，主要销往东南亚，依托 68 万海外侨胞资源，创新“24 小时跨国接力直播”模式，运用时差效应提升流量利用率 30%。例如，马来西亚 Lazada 平台上的“温州瓯柑节”直播吸引 12 万人次观看。

3. 温州农产品电商发展的 SWOT-PEST 分析

(一) 优势分析(Strengths)

1) 政策(SP)

温州市政府构建多层次政策体系与创新性制度供给，为农产品电商直播发展提供了强有力的政治优势。《温州市数字乡村发展“十四五”规划》将直播电商纳入农业数字化转型核心战略，明确“2025 年农产品直播渗透率超 50%”的目标，并建立多部门联席机制统筹资源调配。针对山区县基础设施短板，《直播电商高质量发展十条措施》对 5G 基站建设给予 30% 电费补贴。为了激励企业运营，政府实施“设备升级补助计划”，对智能分拣、冷链仓储设备购置提供 45% 补贴。财政支持方面，市级设立 2 亿元直播电商专项基金，采用“基础补贴 + 绩效奖励”双轨模式。此外，温州市政府专门出台了《加快农业电子商务产业发展实施意见》《关于实施千名农播培育计划推进电商赋能乡村振兴的意见》《关于加快推动预制菜产业高质量发展的若干政策意见》《关于培育农业农村新动能实施乡村振兴战略的若干政策意见》等一系列政策和措施，启动实施了千名农播培育计划，为农产品电商更好的发展创造了优渥环境[2]。

2) 经济(SE)

温州农产品电商直播蓬勃发展得益于区域经济生态的多维支撑，形成“民营资本活跃 + 物流网络健全 + 消费市场旺盛”的复合型经济优势。温州民间资本对直播电商有效渗透，涉农直播企业获得了一定的民间投资，其中投资包括了“产业带云仓”“智能冷链”等重资产项目。物流上，温州依托全国性快递枢纽地位，农产品快递单价低于全国均值低，且“村村通快递”工程实现行政村全覆盖。温州消费市场不仅来源本地及周边城市群的高购买力。还有侨乡经济特质催生跨境直播增量，资金流动大，衍生出东南亚、欧洲等定向市场。民营金融机构创新供应链金融服务，如温州农商行推出“直播贷”产品，以未来销售额为质押提供低息贷款，缓解中小农户流动资金压力。

3) 社会(SS)

独特的侨乡文化基因与高密度的社会资本网络成为温州农产品电商直播的独特社会优势。据温州相关部门统计，共有 175 多万人在全国各地经商创业，有 68.8 万温州人分布在世界 131 个国家和地区，成立了 350 多个温籍侨团，构建了内外互动、连接世界的乡情网、资金网、信息网、供销网和商会网[3]。与此同时，温州民营经济“敢为天下先”的社会精神推动直播参与，合作社主动接入直播渠道，农户自主直播，草根创新氛围浓厚。社会组织网络降低交易成本，温州商会、侨联等机构搭建“产地 - 主播 - 平台”对接机制，促成多场政企联合直播，流量获取成本较自主运营有所降低。

4) 技术(ST)

“冷链技术升级 + 智能工具渗透 + 跨境直播适配”的技术赋能温州农产品直播生态。冷链技术突破显著降低损耗率，全市农产品冷链流通率提升。智能技术应用场景多元化，直播企业采用 AI 选品算法，基于消费者行为数据动态调整 SKU。虚拟直播技术在头部 MCN 机构有所渗透，单场直播成本降低。区块链溯源系统构建信任壁垒，苍南番茄产业带应用“一物一码”技术，消费者扫码可查看种植环境、农

事记录等数据，客诉率显著下降。跨境直播技术适配性增强，自研多语种实时翻译系统支持英、马来、意大利语等语言同步字幕，配合海外节点部署，东南亚用户观看流畅度提升。

(二) 劣势分析(Weaknesses)

1) 政策(WP)

县域政策执行标准差异显著，如苍南县对冷链设备补贴较高，而文成县较低，这导致企业跨区域套利，有许多企业因政策洼地而迁移。部门间权责不清加剧管理低效，农业农村局侧重生产端补贴，商务局聚焦流通端激励，政策重叠与盲区并存。监管滞后于技术迭代，现行《网络直播营销管理办法》未覆盖跨境直播税务合规、虚拟主播权责界定等新问题，跨境直播税务纠纷案件增长。政策评估机制缺失导致资源错配，近三年直播基地补贴中有很大部分流向硬件建设，但使用率却有所不足，山区县直播间空置率高，这反映政策供给与市场需求的结构性错位。

2) 经济(WE)

经济维度的劣势表现为运营成本刚性上升与资本可获得性不足。物流成本占农产品直播售价的 25%，其中山区县因地形复杂，生鲜配送成本高于城区。中小农户融资渠道狭窄，尽管政府推出“直播贷”，但申请需提供固定资产抵押，导致许多个体主播依赖民间借贷。市场集中度过高，瓯海、鹿城两区贡献全市较多的直播交易额，而文成、泰顺等山区县因消费能力薄弱，客单价相对城区较低，区域经济失衡加剧。跨境直播面临汇率波动风险，人民币对东南亚货币升值导致企业利润缩水，叠加欧盟碳关税新政，出口认证成本增加，部分企业被迫退出欧洲市场。

3) 社会(WS)

人口老龄化与消费信任危机的社会因素影响着温州农产品直播。温州山区县老龄化严重，直播人才储备不足，中老年农户主播难以掌握流量运营、短视频剪辑等技能。区域品牌认知度断层，温州部分品牌在省内消费者中的知晓率高，但在省外不足。消费者信任度受直播即时性冲击，直播渠道农残超标投诉量大幅增长，例如，某苍南番茄直播因虚假宣称“零农药”导致品牌价值损失。

4) 技术(WT)

山区县冷链数字化监测覆盖率低，导致山区各类特产因温控失效损耗。智能技术应用率低，仅有小部分中小主播使用 AI 选品或虚拟直播工具，绝大部分直播仍依赖人工控场，选品失误率高。技术研发投入强度不足，全市涉农直播企业研发费用占比极低，核心算法依赖外部采购。

(三) 机会(Opportunities)

1) 政策(OP)

国家级政策红利为温州农产品直播创造结构性机遇。“数商兴农”工程将直播电商列为重点支持领域，中央财政新增补贴用于县域冷链基建，温州可争取试点资金建设瓯江口跨境云仓。RCEP 区域全面经济伙伴关系协定降低东盟关税，温州大黄鱼、瓯柑等 23 类产品享受零关税待遇。省级政策倾斜助力，浙江省“电商进村”示范县建设将文成、泰顺纳入扶持范围，三年内可获专项补贴用于 5G 基站与物流站点铺设。制度创新空间扩大，温州获批设立“跨境电商综试区”，可试点“直播出口”快速通关模式，缩短跨境物流时效。

2) 经济(OE)

经济机会源于新消费需求与产业链价值重塑。Z 世代成为生鲜消费主力，2023 年温州 25~35 岁用户贡献了一定的直播订单，对预制菜、有机农品的需求推动客单价提升。直播电商与文旅融合催生新场景，雁荡山景区试点“观光 + 直播带货”模式，游客扫码下单特产包裹直邮到家。供应链金融创新降低资金门槛，蚂蚁集团“青山计划”为温州农户提供无抵押直播贷。跨境直播市场扩容，2025 年东南亚直播电商规模将继续扩大，温州可依托侨乡网络抢占海鲜、柑橘等品类先机。

3) 社会(OS)

新农人崛起、农产品消费者思维提升、人才培育成为了温州农产品电商直播的社会机遇。90后“农二代”群体占比提升，其数字原生特质推动内容创新，如苍南番茄合作社开发VR种植体验直播，用户停留时长延长。消费者认知升级，多数用户愿为可溯源的优质农产品支付溢价，推动“透明供应链”直播模式兴起。社会组织赋能加速，温州日报报业集团强化数字媒体赋能乡村振兴，借助智媒平台，推出“共同富裕·乡村主播计划”，这一计划联合温州技师学院开展乡村主播课程，线下课堂培训近400人，线上培训近4万人。

4) 技术(OT)

聚焦前沿技术应用与基础设施升级将成为未来趋势。区块链溯源技术突破信任瓶颈，苍南番茄接入“浙农链”后客诉率下降，2024年全市计划推广至80%地理标志产品。AI技术提升运营效率，虚拟主播系统可24小时轮播，人力成本降低，智能分拣机器人使仓储效率提升。元宇宙技术开辟新场景，温州大学研发“虚拟果园”系统，消费者可穿戴VR设备参与线上采摘，转化率较传统直播高。

(四) 威胁(Threats)

1) 政策(TP)

政策威胁来自国际贸易壁垒与国内监管强化。欧盟《可持续包装法规》要求2025年前出口农产品包装回收率达65%，温州企业需额外投入一部分成本改造包装线。国内直播税收新政规定平台代扣代缴个税，导致个体主播税负增加，部分中小主播退出市场。地方保护主义抬头，福建省出台政策限制“非本地MCN机构”接入当地农产品供应链，威胁温州跨境直播扩张。

2) 经济(TE)

经济威胁体现为要素成本上升与同质化竞争。国际油价上涨导致物流成本攀升，生鲜快递单价预计有所上涨，部分低毛利产品面临亏损。长三角区域竞争白热化，杭州“临安山核桃”直播销售额达38亿元，虹吸效应加剧。资本过热引发泡沫风险，温州涉农直播企业增多，但部分企业未实现盈利，市场回调风险累积。

3) 社会(TS)

社会威胁源于消费者信任脆弱性与文化冲突。直播虚假宣传事件频发，以至于温州农产品直播投诉量增长，某海参直播因虚标产地导致品牌价值损失。跨境文化适配难度高，伊斯兰市场对大黄鱼加工方式敏感，导致中东订单退货率上涨。代际认知鸿沟扩大，老年农户抵触直播转型，文成县部分合作社拒绝接入数字化工具。

4) 技术(TT)

一方面是数据风险，直播平台频遭黑客攻击，温州某企业用户数据泄露导致损失。另一方面是技术过载，AI技术滥用引发伦理争议，虚拟主播话术模板抄袭纠纷案件增长。技术更新迭代加速，企业年均需投入一定的金额用于营收升级系统，中小主体面临“不升级则淘汰”的两难困境。

4. 基于SWOT-PEST分析的温州农产品电商发展策略

(一) 技术赋能与政策协同

第一是各类技术上推动温州农产品直播并完善基础设施。在仓储技术方面，重点推进冷链数智化与工具普惠化，整合瓯江口云仓资源，加强AI控温算法与区块链溯源系统，实现全链路温控稳定、溯源数据实时上链。根据不同农产品类型，建设分类规范的仓储基地，完善冷链物流体系，借助先进的冷链技术存储保鲜农产品，降低运输途中的损耗率[4]。在直播技术方面，倡导使用轻量化直播工具包，集成AI话术生成、多语种翻译功能，降低山区县使用门槛，使中小主播智能工具使用率提高。第二是政策上完

善农产品直播的精准制度设计。建立动态补贴机制，依据县域电商指数差异化配置资源。构建多部门数据共享平台，打通生产、流通与质检数据，实现政策智能匹配。

(二) 侨乡网络与市场拓展

立足侨乡资源与消费升级机遇，构建“本土深耕 + 跨境突破”的双循环体系。国内市场实施“地域品牌+”战略，开发非遗农法实景直播、VR 果园采摘等 IP，将用户停留时长延长。深化“社区团购 + 直播”融合，基于 LBS 数据定向推送，提高复购率。联合第三方机构开展“透明供应链”认证，将溯源完整率提升。跨境市场上释放红利，在马来西亚、意大利布局智能云仓，培训华侨主播本土化营销。

(三) 人才培育与组织创新

人才培育实施三维计划，其一是“新农人”深入培育。依托专业机构，开展点对点直播培训，对不同直播新人进行针对性包装，帮助重点农业企业培育输送专业对口的主播与直播主播，培育“新农人”[5]。其二是“新农商”专业进阶，共建跨境直播学院，输送专业人才。针对各县优势产业集群特点，培养针对性人才，特别是培养熟悉跨境电商多平台特点，掌握跨境平台运营能力和跨境电商直播能力的人才[6]。其三是“新农技”产学研转化，设立孵化基金研发低成本工具。在组织创新方面强化协同，成立产业联盟，制定选品与服务标准，提升供应链效率。构建“政府 - 平台 - 保险”风险共担机制，发布趋势白皮书指导策略调整。

参考文献

- [1] 潘梦瑶. 数字经济背景下农产品电商直播营销策略研究[J]. 商场现代化, 2025(11): 85-87.
- [2] 刘春华. “八八战略”下电商推动乡村共富的作用机理与优化路径[J]. 温州职业技术学院学报, 2023, 23(2): 14-20.
- [3] 葛丹, 吴黎. “一带一路”背景下促进温州跨境电商发展对策研究[J]. 中国商论, 2019(9): 83-85.
- [4] 李君卿. 数字经济视域下招远市直播电商赋能乡村振兴策略研究[J]. 山西农经, 2023(21): 166-168.
- [5] 卢红辞, 周胜芳, 卓海弟. 乡村振兴战略下农产品直播问题及对策研究——以温州市为例[J]. 商业经济, 2023(7): 77-79+88.
- [6] 叶丹丹. 温州山区五县数字贸易发展对策研究[J]. 全国流通经济, 2024(15): 140-143.