

乡村振兴背景下农民直播带货困境及策略探析

戴楚彬

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年6月5日; 录用日期: 2025年6月23日; 发布日期: 2025年7月14日

摘要

2024年中央一号文件强调“推进中国式现代化, 必须坚持不懈夯实农业基础, 推进乡村全面振兴”, 乡村要振兴离不开农产品的发展。近年来, 作为新的商业模式和新兴业态, 直播带货的兴起为各行各业的发展带来了新的机遇, 而不少农民看见这一机遇并进行直播带货助推自家农产品销售。在乡村振兴战略大力推进的时代背景下, 农民直播带货作为一种新兴的农产品销售模式, 正发挥着日益重要的作用。它打破了传统销售模式的时空限制, 为农产品拓宽了销售渠道, 增加了农民收入, 有力推动了农村经济发展, 但是在带货的过程中农民也面临着许多困境, 通过对这些困境的探讨, 本文提出了有助于农民直播带货的策略, 如加强直播技能培训、加强政府政策扶持、完善农村物流基础设施建设等, 期望这些策略能够助力农民更好地利用直播带货这一新兴手段, 实现农产品的有效销售, 进一步推动乡村振兴战略的深入实施, 促进农村产业兴旺与农民生活富裕。

关键词

乡村振兴, 农民直播带货, 农民, 直播

Exploration of the Dilemma and Strategy of Farmers' Live Streaming with Goods in the Context of Rural Revitalisation

Chubin Dai

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 5th, 2025; accepted: Jun. 23rd, 2025; published: Jul. 14th, 2025

Abstract

2024 Central Document No. 1 stressed that “to promote Chinese modernisation, we must unremittingly strengthen the foundation of agriculture and promote the comprehensive revitalisation of the

countryside”, the countryside cannot be revitalised without the development of agricultural products. In recent years, as a new business model and emerging industry, the rise of live with goods for the development of all walks of life has brought new opportunities, and many farmers see this opportunity to live with goods to help promote the sale of their own agricultural products. In the context of the rural revitalisation strategy to vigorously promote the times, farmers’ live streaming with goods as an emerging mode of agricultural sales, is playing an increasingly important role. It breaks the time and space limitations of the traditional sales model, broadens the sales channels for agricultural products, increases farmers’ income, and strongly promotes the development of the rural economy, but in the process of bringing goods, farmers are also faced with many dilemmas, through the exploration of these dilemmas, this paper puts forward strategies to help farmers live with goods, such as strengthening the training of live broadcasting skills, strengthening the government’s policy support, and perfecting the rural logistics infrastructure, etc., and expects that these strategies can help farmers to better sell their own agricultural products, and improve the rural logistics infrastructure. It is expected that these strategies can help farmers make better use of the emerging means of live streaming to achieve effective sales of agricultural products, further promote the in-depth implementation of the strategy of rural revitalisation, and promote the prosperity of rural industries and the prosperity of farmers’ lives.

Keywords

Rural Revitalisation, Farmers’ Live Streaming with Goods, Farmer, Live Streaming

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

党的十九大提出了乡村振兴发展战略，并在党的二十大报告上做出了全面部署，充分体现了党和国家对“三农”问题的重视。乡村振兴涵盖产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕等多个方面，其根本目的在于提升农村经济发展水平，改善农民生活质量，缩小城乡差距。在数字经济快速发展的当下，直播带货作为一种新兴的电商模式，正逐步渗透到农村地区，为乡村振兴提供了新的发展契机。直播带货借助互联网平台，打破了传统销售模式的地域限制，通过实时互动、直观展示等方式，将农产品直接推向全国乃至全球市场。这种模式不仅拓宽了农产品的销售渠道，提高了农产品的流通效率，还为农民增收致富开辟了新途径。农民直播带货不仅有助于解决农产品滞销问题，减少中间环节，提高农产品的销售价格，还能增加农民的收入，提升农民的生活水平。同时，它也有利于推动农村产业的发展，促进农村一二三产业融合，为乡村振兴注入新的活力。然而，农民在参与直播带货过程中，也面临着诸多挑战。如直播带货技能不足，导致直播效果不佳；农产品品牌建设滞后，缺乏市场竞争力；物流配送体系不完善，影响农产品的及时送达等。因此，深入研究乡村振兴背景下农民直播带货的策略具有重要的现实意义。本文旨在探讨如何通过有效的策略，解决农民直播带货中存在的问题，推动农民直播带货的健康发展，为乡村振兴贡献力量。

2. 乡村振兴背景下农民直播带货的优势

2.1. 转变销售模式促进农产品销售

在以往的销售模式中，农产品经过消费者手中时需要通过多重销售渠道，这不仅增加了销售成本，

还使得农产品的销售范围受到极大限制。许多农产品受到地理位置影响，难以被外界知晓，导致“养在深闺人未识”，再加上销售渠道狭窄，农民面临着农产品滞销的困境。直播带货为农产品销售开辟了新道路，打破了传统农产品销售的地域限制和信息壁垒[1]。借助抖音、淘宝、快手等直播平台，农民可以将农产品更为直观、详细地展现给消费者吸引消费者的购买欲，从而提高农产品的销售产量。

2.2. 增加农民收入，改善农民生活

随着乡村振兴战略深入推进，农民直播带货成为助力农民收入增加的有效途径，可以多个维度发挥作用提高农民收入，改善农民生活。

从销售环节上看，直播带货降低了农产品销售的中间环节成本。以往的农产品销售需要经过多级批发商、零售商等环节，每个环节都要加价，农民在这过程中得到的收益并不高。而直播带货让农民与消费者直接对接，减少了中间环节，农民能够获得更高的利润空间。

在品牌塑造与溢价方面，农民可以在直播中讲述农产品的种植过程、独特品质和文化内涵，以此来打造具有独特地域特色的农产品品牌。像一些有机蔬菜种植户，通过直播向消费者展示其绿色种植技术，吸引注重健康的消费者，农产品则不再普通，而是具有品牌附加值的商品，价格随之上涨，农民收入显著提高。

从营销环节来看，直播带货可以降低营销成本。以往农产品推广需投入大量资金用于广告宣传、参加展会等农民并没有这么多资金进行推广，农产品销售往往面临问题。如今农民利用手机等设备就能开展直播，成本大幅降低。在直播过程中，通过与消费者进行互动，可以得到实时的反馈，随之精准调整生产和销售策略，避免盲目生产导致的滞销风险，从而保障收入稳定。

2.3. 推动乡村形象改变，发掘乡村文化

我国人口大多数是农民，推进中国式现代化离不开农业农村现代化，在乡村振兴战略的全面实施下，我国农村面貌已改变，农业设施也更具现代化，但是外界对农村的印象往往停留在落后、闭塞、传统农业的单一层面。而直播可以改变外界对农村的这些刻板认知。在直播镜头下，观众可以看到乡村整洁的村容村貌、现代化的农业设施以及充满活力的乡村生活场景。农民主播们可以展示着家乡的特色农产品，讲述着农产品背后的种植故事和乡村的发展变化以此来改变乡村形象。同时，乡村文化是中华民族传统文化的重要组成部分，蕴含着丰富的历史记忆和民族精神。农民直播带货为乡村文化的发掘和传承提供了新的契机。在直播过程中，农民“可以与观众进行互动，利用互联网平台的便捷性和传播效益”[2]，讲述地方民俗风情、传统手工艺、民间故事等文化元素，让消费者在购买农产品的同时，也能感受到乡村文化的魅力，发扬乡村文化。比如，一些手艺人通过直播展示传统竹编、刺绣等技艺，吸引了众多网友的关注和学习，不仅带动了相关手工艺品的销售，还让这些濒临失传的传统技艺得到了传承和发扬。

3. 乡村振兴背景下农民直播带货遭遇的困境

3.1. 农村基础设施亟需完善

随着我国城镇化水平的不断提升，城乡基础设施建设差异不断缩小[3]，但农村部分地区仍存在网络基础设施不完善的问题，信号覆盖不全面，直播过程中频繁出现卡顿、掉线等情况，往往会严重影响观众的观看体验。消费者面对断断续续的直播画面，往往会失去耐心，选择离开直播间，农产品的销售转化率会因为网络问题而降低。即便部分地区有网络覆盖，网络带宽也难以满足直播对高清画质和流畅传输的要求，使得农产品无法以最佳状态展示给消费者，削弱了产品的吸引力。

3.2. 农民主播专业能力不强

直播带货产品是基石,但价值转换关键在于直播间主播的流量[4]。直播除了向观众展示农产品外,还需要专业的营销技巧和引人入胜的直播话术,这一关键在于主播,农民主播往往缺乏专业的直播技巧和营销知识,对直播流程、镜头语言、直播节奏的把握不够熟练。他们在直播时可能会出现画面不稳定、光线昏暗、声音不清晰等问题,影响观众的观看体验。在语言表达上,部分农民主播存在表达不流畅、逻辑不清晰的情况,无法生动形象地介绍农产品的特点和优势,难以吸引观众的注意力。互动能力也是农民主播的一大短板。直播带货是一种互动性很强的销售模式,需要主播与观众保持良好的互动,及时回应观众的提问和需求,增强观众的参与感和粘性。然而,许多农民主播在直播过程中并不善于与观众互动,对观众的留言和评论回复不及时、不热情,导致直播间的氛围不活跃,观众的流失率较高。比如,当观众在直播间提出关于产品的疑问时,农民主播可能过了很长时间才回复,或者只是简单地敷衍几句,这会让观众感到被忽视,从而对主播和产品产生反感。在引导观众下单方面,农民主播的互动技巧也相对欠缺,无法有效地激发观众的购买欲望,提高转化率。

3.3. 农产品直播同质化导致市场竞争激烈

2022年2月,中央一号文件提出了“数商兴农”工程,根据各地乡村具体情况,将农产品采取电子商务形式进行销售。许多农户纷纷搭乘这一政策东风,加入直播平台助推自家农产品销售。随着这一趋势的快速发展,农产品同质化问题日益突出,导致市场竞争激烈,农民个体在竞争中面临诸多挑战。

目前,许多地区的农产品在品种、品质、包装等方面缺乏特色,市场上同类产品众多,竞争激烈。以水果为例,市场上常见的苹果、梨、橙子等水果,品种较为单一,口感和品质也相差不大,缺乏独特的卖点。在直播带货时,如果不抓住用户心理,对直播内容、形式进行一些延展和设计,对于农产品进行差异化讲解,人气和销售效果将达不到令人满意的结果[5]。这使得农产品在市场上的价格竞争激烈,利润空间被压缩,农民的收益受到影响。

此外,大型电商平台与专业电商企业占据优势地位,农民个体在竞争中处于劣势。大型电商平台和专业电商企业拥有强大的品牌影响力、丰富的运营经验和完善的供应链体系,在市场竞争中居于主导地位。这些平台和企业能够提供更优质的服务、更低的价格和更高效的物流配送,吸引了大量消费者。相比之下,农民个体在直播带货中往往缺乏品牌意识和营销经验,对平台规则和运营技巧了解不足,难以与大型电商企业竞争。此外,农民个体的资金实力有限,难以进行大规模的市场推广和品牌建设,进一步加剧了其在市场竞争中的劣势地位。

4. 乡村振兴背景下农民直播带货策略

4.1. 完善基础设施建设,守住直播“最后一公里”

乡村基础设施建设不完善会影响乡村发展,许多农村,5G网络未能全面覆盖、物流配送不完善的问题。

政府部门需要进一步强化对乡村地区互联网基础设施建设的资金投入,积极推进网络基站、光纤网络以及卫星通信设备的扩建工作,确保互联网能够覆盖更为广泛,让互联网覆盖农村地区[6],确保直播过程中画面流畅、声音清晰,避免出现卡顿和掉线等问题。

在物流配送设施建设上,政府应加大对农村物流基础设施的投入力度,改善农村交通条件,修建和维护农村公路,提高道路的通行能力,为物流配送提供良好的交通基础。加强农村物流配送网点的建设,合理布局配送站点,实现农村地区物流配送网点的全覆盖。同时,鼓励物流企业在农村地区配备先进的

物流设备，如自动化分拣设备、冷链运输设备等，提高物流配送的效率和品质，降低农产品损耗率和投诉率。同时建立完善的售后体系，农民直播带货团队应设立专门的售后服务部门，配备专业的客服人员，负责处理消费者的咨询、投诉和退换货等问题[7]。

4.2. 完善人才培养与引进机制，提高主播直播素养

人才是实现乡村振兴、共同富裕的重要力量。短视频、直播平台既为农民提供了就业创业机会，也能引导各类人才向农村聚集[8]，要助力乡村振兴、产业兴旺，培育新农人是关键，可从本土人才培养和引进外部专业人才入手。

加强本土人才培养是提升主播素养的基础。一方面，设立涵盖直播技巧、产品知识、营销策略、沟通表达等多个方面的直播带货培训课程，邀请直播达人或讲师对农民开展面对面的授课和实操演练，并采取直播 + 录屏的方式让农民可以在空余时间也能温习，另一方面，鼓励农村青年、返乡创业人员反哺家乡，积极参与直播带货，充分发挥他们接受新事物快、学习能力强的优势。通过建立激励机制，如给予创业补贴、税收优惠等，吸引他们投身到直播带货行业中来，并为其提供实践平台和成长空间，让他们在实践中不断提升自己的主播素养。

另外，引进外部专业人才是提升主播素养的重要补充。政府可以与高校、电商企业等合作，邀请电商企业的资深主播到农村开展讲座和经验分享会，传授直播带货的技巧和心得；在乡村建立高校实习基地，让相关专业的学生到农村参与直播带货实践，为农村注入新鲜血液。同时，制定优惠政策，吸引外部优秀人才长期留在农村，为农民直播带货的持续发展提供人才保障。

4.3. 加强政策扶持，完善监管体系

直播助农是电商发展的必然趋势，也是乡村振兴的应有之义[9]。农民通过直播带货促进自家农产品销售，要走得远、走得稳离不开政府政策支持与直播监管体系的完善。

政策支持能够保障农民直播带货向好发展。应充分发挥其宏观调控职能，制定和完善相关政策法规，为农民直播带货创造良好的政策环境，对于从事直播带货的农民和相关企业减免一定的税收，降低其运营成本。对农民直播带货的销售收入，在一定额度内免征增值税和个人所得税；对电商企业在农村地区开展直播带货业务，给予税收优惠和财政补贴。并设立专项扶持资金，用于支持农民直播带货的发展，包括直播设备购置补贴、直播培训费用补贴、农产品品牌建设补贴等。比如，为农民提供直播设备购置补贴，帮助他们购买专业的直播设备，提升直播效果；对参加直播培训的农民，给予一定的培训费用补贴，鼓励他们提升直播技能。

健全直播监管体系则是保障农民直播带货健康发展的关键。随着农民直播带货的兴起，在直播上也出现了虚假宣传、产品质量不过关等问题，损害了消费者权益，影响了农民直播带货的声誉。因此，要建立良好的监管制度，明确监管主体和职责，加强对直播带货全过程的监管。从农产品源头抓起，规范农产品的生产、加工、包装等环节，确保产品质量安全。对直播内容进行严格审核，禁止虚假宣传、夸大功效等行为，维护市场秩序。同时，建立健全消费者投诉处理机制，及时处理消费者的投诉和反馈，保障消费者的合法权益。对于违规的直播主体，要依法进行处罚，形成有效的威慑力。

5. 结论与展望

乡村振兴背景下，农民直播带货作为一种新兴的农产品销售模式，不再受限于地理位置，实现了农产品从田间地头到消费者手中的直接对接，有效拓宽了农产品的销售渠道，提高了农产品的流通效率，使农民能够获得更高的销售利润。同时，直播带货还带动了乡村产业结构的优化升级，促进了农业与第二、三产业的深度融合，为乡村经济的发展注入了新的活力。

展望未来,随着互联网技术的不断发展和乡村振兴战略的深入实施,农民直播带货有望迎来更广阔的发展空间。一方面,5G、人工智能、大数据等新技术将进一步赋能农民直播带货,5G技术的普及将使直播画面更加流畅、高清,服务消费者的观看体验;人工智能技术可以实现智能推荐、个性化营销,提高农产品的销售精准度;大数据技术能够帮助农民分析市场需求和消费者偏好,优化产品结构和营销策略。另一方面,政府对农村电商的支持力度也将持续加大,农村物流配送体系和网络基础设施将不断完善,为农民直播带货的发展提供更坚实的保障。

参考文献

- [1] 岳丽丰. 数字经济时代下直播带货助力乡村振兴的策略研究[J]. 中国电子商情, 2024(15): 16-18.
- [2] 蒋曼. 网络主播助力乡村振兴的优势、困境与推进路径[J]. 传媒, 2025(5): 72-75.
- [3] 冉青千. 乡村振兴背景下农民直播带货策略研究[J]. 山西农经, 2024(13): 53-55.
- [4] 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.
- [5] 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.
- [6] 赵捷, 谭琳元. 数字经济下直播电商嵌入农产品供应链的运作模式及发展对策[J]. 商业经济研究, 2022(22): 107-110.
- [7] 谢杰, 戴佳, 李娜. 乡村振兴背景下新农人直播电商提升路径分析[J]. 商场现代化, 2025(10): 39-41.
- [8] 廖敏伶, 李明. 短视频、直播平台赋能乡村振兴: 实践探索、现实困境及优化路径[J/OL]. 海南大学学报: 人文社会科学版, 1-9. <https://link.cnki.net/doi/10.15886/j.cnki.hnus.202311.0324>, 2025-02-28.
- [9] 杨玉玲, 陈泊菲. 乡村振兴背景下直播助农的提升路径[J]. 中国农业资源与区划, 2023, 44(1): 35, 46.