

数字经济背景下直播助农存在的问题与对策研究

金 乐

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10日; 录用日期: 2025年6月30日; 发布日期: 2025年8月4日

摘 要

近年来, 随着数字经济的蓬勃发展, 推动了我国经济结构的转型升级。在这一背景下, 直播电商行业逐渐崛起, 并催生出了“直播助农”这一新型商业模式, 也为乡村振兴开辟了新路径。直播助农不仅有效地拓宽了农产品的销售渠道, 也推动了农业生产方式的数字化转型, 助力乡村振兴步入高质量发展的新阶段。然而, 在这一过程中, 直播助农仍面临着诸如直播内容缺乏创新性、产品质量与直播效果不符以及主播专业素养不足等问题与挑战。针对上述问题, 要采取培育地域品牌特色、增强市场监督管理力度以及打造专业主播团队等对策, 推动电商直播助农健康发展。

关键词

数字经济, 直播助农, 乡村振兴

Research on the Problems and Countermeasures of Live-Streaming for Agricultural Assistance in the Context of Digital Economy

Le Jin

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 10th, 2025; accepted: Jun. 30th, 2025; published: Aug. 4th, 2025

Abstract

In recent years, with the vigorous development of the digital economy, China's economic structure

has undergone a transformation and upgrading. Against this backdrop, the live-streaming e-commerce industry has gradually emerged and given rise to a new business model called “live-streaming for agricultural assistance”, opening up a new path for rural industrial revitalization. Live-streaming for agricultural assistance not only effectively broadens the sales channels for agricultural products, but also promotes the digital transformation of agricultural production methods, helping rural areas enter a new stage of high-quality development. However, during this process, live-streaming for agricultural assistance still faces problems and challenges such as the lack of innovation in live-streaming content, inconsistency between product quality and live-streaming effect, and insufficient professional quality of the hosts. To address these issues, measures such as cultivating regional brand characteristics, strengthening market supervision, and building a professional host team should be taken to promote the healthy development of e-commerce live-streaming for agricultural assistance.

Keywords

Digital Economy, Live-Streaming for Agricultural Assistance, Rural Revitalization

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

在全球数字化转型加速推进的时代背景下，数字经济作为一种新兴的经济形态，以数字技术为依托，构建起经济增长的全新范式。党的二十大报告中明确将发展数字经济列为战略重点，强调要通过深度融合数字经济与实体经济，培育经济高质量发展的新动能。据《中国数字经济发展研究报告(2024 年)》数据显示，2023 年我国数字经济规模占 GDP 比重提升至 42.8%，较 2022 年提升 1.3 个百分点[1]，数字经济对 GDP 增长的贡献率高达 66.45%，这一数据充分凸显了数字经济在国民经济中的重要地位和作用。

数字经济与乡村产业的深度耦合，推动农村产业链发生全方位的结构性变革。数字化赋能不仅为乡村产业升级提供了技术支撑，更在产业结构重构、运营成本优化、产品品质提升等多个维度开辟了广阔的发展空间，成为推动乡村产业振兴的重要力量。2024 年 1 月出台的《数字经济促进共同富裕实施方案》明确指出，要大力推进“数商兴农”，开展直播电商助农行动，构建乡村经济的数字新业态[2]。作为数字经济的重要组成部分，直播电商在乡村振兴战略中扮演着关键角色。“直播助农”这一数字化新业态，为农产品销售带来了新的机遇。借助直播平台，商家能够与消费者进行实时互动，突破传统农产品流通体系的时空壁垒，有效破解农产品滞销难题。同时，依托数字平台的宣传推广，地方特色农产品能够打破地域限制，实现产品的知名度和市场份额的提升，进而推动乡村产业向数字化、智能化方向转型，为全面推进乡村振兴注入发展动能。

2. 数字经济背景下直播助农的重要性

2.1. 优化乡村产业结构

直播助农作为数字技术与农业融合的创新实践新形态，正在重塑乡村经济的发展格局，推动农村经济发展模式向数字化转型。直播助农不仅打破了传统农产品销售的时空壁垒，通过实时互动能够有效地破解长期以来存在农产品供需失衡问题，同时还带动了包装设计、冷链物流、品牌营销等上下游相关产

业的协同发展，延伸了产业链条，形成了“1+N”的集群化发展模式，推动乡村产业体系向专业化、链条化方向演进。在这一过程中，农民通过参与短视频制作、直播带货等方式，实现了身份的重构。这种角色转换不仅能够拓宽就业渠道[3]，也能够激发农民创业热情，促使其积极投身于新兴经济领域，实现劳动报酬的显著增长。此外，直播助农还吸引了大量资本、技术、人才等发展要素向农村流动，有效缓解城乡发展失衡问题，为社会的和谐发展提供有力支撑。

2.2. 促进乡村旅游业的发展

在数字经济蓬勃发展的当下，直播助农已经不再局限于传统农产品营销的单一功能，而是演变为推动乡村旅游产业快速发展的关键力量。依托新媒体平台的广泛传播，乡村的自然风光、民俗活动、饮食文化以及非遗技艺等特色文旅资源得以全方位展示，在城乡之间搭建起一座信息交流的桥梁，让越来越多的人通过短视频和直播感受乡村的独特魅力。这种数字化传播方式不仅推动乡村旅游成为新的消费热点，吸引了大量游客前往乡村体验田园生活，为当地旅游业发展注入了新的活力，还成为了传播乡村民俗风情、推动乡村文化传承与创新的重要途径。此外，乡村旅游业的发展进一步带动了餐饮、民宿、交通等配套服务产业的兴起，为乡村振兴战略提供多元产业支撑。

2.3. 助力乡村振兴

在数字时代，网络直播正通过技术渗透与模式创新，成为乡村振兴战略实施的重要抓手。首先，在城乡融合发展战略指导下，直播电商重塑了农产品的销售模式[4]，通过搭建产销对接平台，能够让农产品能够更加便捷地进入城市市场，有效地提升了农产品的流通效率。其次，通过提升农村网络直播质量，带动了乡村数字经济增长，“互联网+”正成为乡村振兴的核心驱动力。第三，直播经济催生出主播、场控、数据分析师等新兴职业群体，为农村剩余劳动力提供了大量就业机会，有效缓解了农村人口外流导致的“空心化”现象。因此，直播助农不仅是一种新型销售渠道，更是推动乡村数字化转型的关键，为农业农村现代化奠定可持续的发展基础。

3. 数字经济背景下直播助农现存的问题

当前，直播助农呈现出蓬勃发展的态势，其产业规模与社会影响力呈现指数级增长。这一数字化业态主要依托淘宝、京东、拼多多等电商平台，以及抖音、快手等短视频平台展开[5]，这些平台通过算法推荐机制与用户画像分析，精准匹配农产品供需两端，极大地推动了农产品的市场推广销售。《2024 丰收节抖音电商助农数据报告》中显示，2024 年平台累计销售农特产品达 71 亿单，同比增长 61%，销售农特产品种类同比增长 170%。这一数据直观地反映了直播助农的强大市场潜力，也展现了其在助力乡村振兴方面的显著成效。然而，在快速发展的同时，直播助农也面临着诸多挑战和问题，严重制约了产业可持续发展。

3.1. 直播内容缺乏创新性

在助农直播中，直播内容的高度同质化问题凸显，已经成为制约其持续发展的关键瓶颈。在产品层面，众多商家选择相同或相似的产品种类，例如，苹果、梨、橘子等农产品，且在营销时多采用“原生态”“无公害”等泛化概念，严重缺乏创新性和个性化特征，使消费者难以辨别不同商家的特色。同时，在直播过程中，直播场景与叙事结构的模板化现象尤为突出。多数直播都采用“田间采摘-工厂加工-试吃推荐”的流程，背景配乐、镜头语言也高度雷同。在促销话术上多以“限时优惠”“买一送一”等手段为主，直播形式单一、缺乏对产品独特性的深度挖掘，容易使消费者产生审美疲劳，难以调动消费者的购买意愿[6]。长此以往，这种同质化竞争不仅会削弱市场主体的盈利能力，还可能导致消费者对助农

直播的关注度下降，抑制了行业的长远发展。

3.2. 产品质量与直播效果不符

在直播电商领域，信息不对称引发的虚假宣传问题成为制约产业健康发展的突出矛盾，尤其是在助农直播活动中，产品实际质量与直播宣传效果之间存在巨大落差，产生了多重负面效应[7]。这不仅会破坏消费者对直播购物的信任，还会对农产品品牌形象造成不可逆的损伤，甚至可能会引发消费纠纷乃至法律风险，这些问题最终将严重制约农产品市场竞争力。造成这一问题的原因是多方面的：首先，农村地区的物流配送体系尚不健全，基础设施建设相对滞后，使得农产品在运输和储存过程中面临诸多风险；其次，市场监管力度不足，导致部分农产品在未经检疫的情况下流入销售市场，这不仅引发了安全风险，也为虚假宣传提供了可乘之机。这些问题共同导致了助农直播中虚假宣传现象的频发。

3.3. 主播专业素养不足

在直播带货行业中，主播作为核心角色，其综合素质与专业能力的高低对直播效果与用户体验产生了决定性影响。首先，主播必须具备扎实的农产品专业知识，要对农产品的产地环境、种植工艺、品控标准等基础信息有足够的了解，更要具备将专业知识转化为大众传播内容的能力；其次，主播需要对直播流程了如指掌，并熟练掌握多种营销策略[5]，灵活运用场景化营销技巧，动态调整话术策略以激发消费者的购买欲望；更重要的是，主播必须持续创新直播内容，保持用户新鲜感与黏性。然而，在当前的助农直播中，主播群体多以农户和网红明星组成，他们在专业知识储备、营销技能等方面存在明显短板，这种能力结构的失衡导致直播内容停留在低层次流量竞争，难以实现从“卖产品”到“塑品牌”的跨越。

4. 数字经济背景下直播助农对策分析

4.1. 激发直播创新力

电商直播助农的可持续发展关键在于不断推动直播内容的创新与精准化场景营销的深化。当前，许多助农直播仍停留在对农产品基础信息的简单介绍上，这种平铺直述的直播方式难以让消费者直观地感受到产品的独特价值。因此，必须要构建差异化的直播场景[8]，应将传统的单一产品陈列升级为沉浸式体验。例如，抖音主播“蜀中桃子姐”通过展示四川大头菜种植、采摘到手工腌制的全过程，让消费者仿佛置身于内，能够增强消费者对产品质量的信任，实现直播销量的大幅增长。另一方面，也要凸显农产品的地域独特性。农产品往往承载着丰富的地域文化和独特故事，通过深入挖掘这些文化价值，形成极具感染力的品牌叙事，增强消费者的情感认同，实现从短期流量到长期品牌的转化，为助农直播注入新的活力。

4.2. 增强市场监督管理力度

政府相关监管部门应积极发挥其领导作用，推动网络直播领域的法律法规体系的迭代升级，通过细化监管标准，明确农产品质量溯源、直播话术规范、冷链物流标准等具体要求。建立责任清单，明确主播、平台、供应商等多元主体的法律责任边界，为监管提供坚实的法律依据。同时，构建多部门协同监管机制，由市场监管部门牵头，联合农业、网信、公安等部门建立信息共享、联合执法平台，定时定期开展专项检查。在监管过程中，要对产品质量、直播内容、冷链物流等方面进行全面审查，对于在审查过程中发现的虚假宣传、质量造假、无资质经营等违规行为，监管部门应依法依规进行严厉处罚，保障消费者的合法权益。此外，直播平台也要进一步强化其内部管理。平台要对申请入驻的商家进行严格地资质审核，确保其销售的产品来源合法。在直播过程中，平台要对直播画面进行实时监测，及时发现并制

止虚假宣传、误导消费者的言论，营造良好的平台氛围[9]。

4.3. 打造专业主播团队

针对农村地区人才空心化、人口老龄化的问题，培育乡村优质人力资源动力体系至关重要[10]。第一，要积极开展电商培训活动。课程要涵盖电商直播的各个方面，包括农产品知识、平台操作技巧、直播流程、产品推广等内容，帮助农民和从业者逐步掌握电商直播运营的基本技能。同时，也要将理论知识与实际演练相结合。在操作过程中，及时纠正学员的错误操作，增强其对电商直播运营的理解和应用能力。第二，要引导大学生、返乡创业青年等优秀人才主动投身农业农村发展[11]。政府通过出台创业补贴、税收减免等方式，鼓励优秀人才探索适合本地区的电商直播模式。此外，也要定期组织他们参加各类电商峰会、行业研讨会和培训活动，提供与行业专家、资深主播的交流机会，帮助他们提升专业素养。

5. 结语

在数字经济背景下，人工智能、5G 技术、互联网等新一代信息技术的飞速发展，为乡村产业现代化转型开辟了多维创新空间。直播助农作为数字技术与农业产业跨界融合的典型范式，为农产品的销售和推广开辟了全新的渠道，演化成为乡村振兴战略实施的重要支点，受到了社会各界的广泛关注和高度重视。各地政府相继出台相关政策文件，通过政府补贴、流量扶持等多维举措支持电商平台的发展，鼓励农民积极参与直播助农活动，为直播助农的发展提供了有力保障。对于消费者而言，直播助农为他们提供了一个直观了解农产品生产过程的平台，能够增强其对农产品的信任度，形成良好的社会氛围。然而，产业高速发展背后也存在一些问题，如主播专业素养不足、虚假宣传、直播内容同质化等。这些问题的存在，不仅影响了直播助农的效果，也制约了乡村产业的进一步发展。因此，需要政府、企业和社会各方共同努力，通过加强人才培养、增强监管力度和激发创新力等措施协同推进，破解当前产业发展面临的现实困境，为农业农村现代化注入可持续的发展动能。

参考文献

- [1] 李季. 数字经济背景下农村电商直播助农模式与策略研究[J]. 乡村科技, 2024, 15(21): 63-67.
- [2] 国家发展和改革委员会. 关于印发《数字经济促进共同富裕实施方案》的通知[EB/OL]. https://www.ndrc.gov.cn/xxgk/zcfb/tz/202401/t20240105_1363120.html, 2024-01-05.
- [3] 尹耀杰, 张迪. 乡村振兴视域下“短视频 + 直播”助农的发展与对策[J]. 商场现代化, 2024(24): 30-32.
- [4] 陈少燕. 乡村振兴战略背景下电商直播助农问题研究[J]. 商场现代化, 2024(19): 61-63.
- [5] 汪琪, 薛瑞昌. 乡村振兴战略下直播助农的升级发展路径研究[J]. 现代商业, 2025(7): 58-61.
- [6] 雅茹, 王来喜. 数字经济视域下直播助农赋能乡村产业发展的策略研究[J]. 乡村论丛, 2024(4): 112-117.
- [7] 曹翔, 韦慧, 蒋国富, 等. 电商直播助农营销存在的问题及对策[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(17): 257-260.
- [8] 张一凡, 赵轩. 直播电商与特色乡村经济振兴——基于江浙沪的实践考察[J]. 商场现代化, 2024(16): 37-39.
- [9] 王靖愆, 贺盛瑜. 直播助农赋能乡村产业振兴研究[J]. 中国西部, 2024(4): 67-73.
- [10] 叶家东. 绩溪县农产品品牌建设发展与建议[J]. 安徽农学通报, 2019, 25(Z1): 84-85.
- [11] 张硕, 孔祥茹. 新质生产力背景下直播助农的路径探析[J]. 中国商论, 2025, 34(9): 29-32.