

电商直播赋能乡村振兴的三维探析： 价值、困境与路径

沈轶群

扬州大学马克思主义学院，江苏 扬州

收稿日期：2025年6月11日；录用日期：2025年6月25日；发布日期：2025年8月7日

摘要

电商直播与农业的融合，对乡村振兴产生了显著的赋能效应。它通过拓宽产品销售渠道、促进产业升级、推动文化发展助力乡村发展。然而，实践中也面临新农人发展失范、产业现代化滞后、平台流量逻辑消解文化等困境。针对这些问题，需通过加强产品品牌化、产业规模化、人才专业化等路径优化解决，从而更好地发挥电商直播的赋能作用。

关键词

电商直播，乡村振兴，数字经济，三维探析

Three-Dimensional Analysis of the Empowerment of Rural Revitalization by E-Commerce Live Streaming: Value, Dilemmas and Paths

Yiqun Shen

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jun. 11th, 2025; accepted: Jun. 25th, 2025; published: Aug. 7th, 2025

Abstract

The integration of e-commerce live streaming and agriculture has produced a significant empowerment effect on rural revitalization. It contributes to rural development by expanding product sales channels, promoting industrial upgrading, and facilitating cultural development. However, in prac-

tice, it also faces dilemmas such as the unregulated development of new farmers, the lag in industrial modernization, and the erosion of culture by the platform's traffic logic. To address these issues, it is necessary to optimize and solve them through paths such as strengthening product branding, industrial scale-up, and talent professionalization, so as to better leverage the empowerment role of e-commerce live streaming.

Keywords

E-Commerce Live Streaming, Rural Revitalization, Digital Economy, Three-Dimensional 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. 引言

在数字经济浪潮与乡村振兴战略深度交汇的时代背景下，电商直播作为互联网技术与消费模式革新的产物，正以其独特的交互性、场景化和即时性特征，重塑乡村经济社会发展格局。这一新兴业态打破了传统乡村产业的地域限制与流通壁垒，为农产品上行、乡村文化传播和产业结构升级开辟了新路径，有效促进了乡村振兴。然而，在其赋能乡村的进程中，机遇与挑战并存：数字技术的渗透催生了“数字新农人”群体的崛起，也暴露了人才素质参差的问题；流量经济的繁荣激活了乡村特色产业，也引发了文化传播浅层化、产业现代化滞后等深层矛盾。如何在把握机遇的同时破解现实难题，成为当下亟待深入探讨的重要课题。

2. 电商直播赋能乡村振兴的价值意蕴

(一) 拓宽产品销售渠道

电商直播与农业的深度融合，为乡村振兴战略注入了强劲动能，其核心价值之一在于显著拓宽了农副产品的销售渠道，有效破解了传统乡村产业发展的市场瓶颈[1]。相较于依赖实体摊位、层层分销的传统模式，电商直播依托抖音、快手等主流平台，构建了覆盖全国乃至更广范围的线上直销通路。农民或乡村主播无需承担高昂的实体摊位租赁费用，即可将特色农产品、手工艺品等直接呈现在海量潜在消费者面前，大幅降低了市场准入门槛和流通成本。这种模式通过直播电商主播的实时讲解、多角度展示和现场互动，能够将产品的品质细节和工艺价值生动、直观地传递给消费者，极大增强了产品的可信度和吸引力。电商直播间不仅是一个销售窗口，更是一个高效的信息反馈中枢。主播与消费者的即时互动，使得市场偏好、质量评价、改进建议等宝贵信息能够被迅速捕捉并传递回生产端，从而指导产品设计的优化、生产工艺的改进与产品质量的提升，最终实现精准高效的产销对接。

(二) 促进乡村产业升级

从产业经济学的视角看，电商直播的实时互动性、数据沉淀与分析能力，实质上是将分散、模糊的终端消费需求进行了即时捕捉、显性化与结构化处理。这种近乎“零时差”的市场需求信号传导[2]，显著提升了乡村生产者对市场动态变化的感知灵敏度，有效强化了产业发展的需求导向性。其结果不仅显著提升了乡村产业的市场适应性与竞争力，更驱动资源向更具市场潜力的特色优势领域流动，淘汰低效、过时的产能，从而在深层次上优化了乡村产业结构。这一由需求精准传导驱动的供给侧结构性改革，有效降低了生产盲目性，减少了产销脱节造成的资源浪费，推动了乡村产业向更高附加值、更符合现代消

费趋势的方向转型升级，为乡村经济的可持续、高质量发展奠定了坚实基础。

(三) 推动乡村文化发展

电商直播已超越单纯商品交易，成为乡村文化传播与振兴的强劲引擎。其全天候在线、场景化沉浸与强互动性特质，构建了鲜活、具穿透力的文化展示与交流空间。主播化身文化使者，通过演示传统技艺、讲述民俗故事、解读非遗内涵，将深藏乡野的文化密码生动呈现，突破地域限制激活文化资源。所销售的乡村特色产品，尤其是承载历史与匠人精神的手工艺品，本身即是文化的具象载体。主播的流程展示是技艺与美学的普及，售出的产品则成为流动的文化信物，实现活态传承。这种“展演结合、以销促传”的创新路径，为乡村文化注入了前所未有的传播活力与时代生命力。

3. 电商直播赋能乡村振兴的现实困境

(一) 数字新农人发展失范制约乡村振兴发展

数字新农人群体在发展过程中出现的失范现象构成了制约乡村产业健康可持续发展的一大瓶颈[3]。随着直播电商在农村地区的快速渗透，投身其中的“数字新农人”数量激增。然而，受限于部分农村地区的整体教育水平和文化素养，该群体内部素质呈现出显著的参差不齐。部分从业者表现出过度追逐短期利益、在直播销售中采取欺诈手段，如虚假宣传农产品品质、功效、产地信息，或“货不对板”地发送劣质产品，并非仅仅是个人道德缺失的简单问题，其背后蕴含着复杂的社会、文化和制度性根源。

从社会文化层面看，传统乡土社会以熟人关系和口碑信誉为纽带维系的经济活动，在进入高度匿名化、即时化的网络直播场域时，原有的道德约束机制被显著削弱。制度环境层面，农村市场监管体系相对薄弱，针对新兴电商直播业态的规范细则、信用评价机制及惩戒措施存在滞后性或执行不到位的情况，使得违规成本偏低，难以形成有效震慑。此外，部分新农人面临较大的生存压力和市场不确定性，缺乏可持续经营的知识与能力，在激烈的竞争中更容易采取“捞快钱”的短视策略。这些深层次因素共同作用，导致了个别从业者的失范行为。

(二) 农村产业现代化滞后制约电商直播进阶

当前，我国乡村产业普遍存在规模化、产业化程度较低以及市场化发育不充分的问题[4]。以小农经济为主导的分散化生产模式，使得先进的电商直播业态难以有效对接广大农村地区成百上千户独立经营的小农户，限制了大量有意愿参与其中的农户借力这一新兴渠道实现增收。同时，小农户的生产方式往往难以保障农产品品质的稳定性和可靠性，使统一生产指导、集中采购、品牌化销售困难重重，规模化效应难以形成。源头上的品质保障机制系统性缺失，导致食品安全与质量问题频发。

(三) 平台流量逻辑泛滥消解乡村文化传播

在平台算法与市场逐利驱动下，部分直播间过度追求“即时转化率”和“用户停留时长”，导致内容浅层化：乡村产品承载的丰厚文化内涵常让位于对物理属性与使用价值的碎片化、功利性推介。文化被高度简化为“土特产”、“原生态”等空洞符号，其深度、厚度与连续性被割裂，教化、凝聚功能弱化。更有甚者滑向过度娱乐化与低俗化，刻意渲染“乡野奇观”或炮制“土味”桥段，将乡村生活异化为猎奇景观。这不仅扭曲观众认知、强化城乡刻板印象，传播庸俗价值观，更矮化、奇观化甚至污名化乡村形象，消解其文化主体性与村民尊严。平台算法对“高互动”、“强刺激”内容的偏好，技术性助长了此现象。若缺乏对文化价值的敬畏与引导机制，流量逻辑终将导致乡村痛失文化灵魂。

4. 电商直播赋能乡村振兴的优化路径

(一) 加强农村产品品牌化

在电商直播深度赋能乡村振兴的进程中，推动乡村产品走向品牌化发展道路，充分释放品牌的核心

价值效应，是至关重要的基础性战略与核心优化路径[5]。品牌是品质、信誉与文化内涵的凝结体，能有效突破地域限制，提升产品辨识度与吸引力，扩大直播受众。需系统打造独特品牌形象：深入挖掘文化内涵与地域特色，讲好品牌故事；精心设计统一视觉标识与包装；严格制定并执行品质标准。电商直播为品牌价值深度传播提供了绝佳舞台，主播可通过专业讲解与沉浸体验，将匠心工艺、生态理念、乡土情怀生动传递，增强市场影响力与知名度，赢得消费者深度认同与信赖，积累口碑，形成复购与推荐的良性循环，提升产业可持续能力与市场竞争壁垒。

(二) 加强农村产业规模化

乡村电商直播受制于农村产业规模，必须推进农村产业规模化。产业规模化的核心要义在于构建完善的全产业链条，实现从“田头”到“屏幕”再到“桌头”的无缝高效衔接。这要求深刻变革传统的、以个体农户或微型合作社为主体的生产组织方式[6]。一方面，应大力引导和支持土地适度规模流转，培育壮大龙头企业、农民专业合作社、家庭农场等新型农业经营主体，形成具备较强抗风险能力和市场议价能力的生产单元集群。另一方面，必须着力补齐产业链短板，强化精深加工与标准化建设，以满足直播间多元化、高频次的消费需求。同时，严格执行贯穿种养、采收、加工、包装、仓储、运输全流程的质量控制标准体系，是赢得消费者长期信任、塑造区域公用品牌形象的生命线。直播镜头下，标准化包装、清晰可追溯的标识、稳定的品质呈现，是规模化产业带给消费者最直观的信赖感。从而，实现真正意义上的“以销定产”、“以需定研”，推动产业链各环节围绕市场需求高效协同，形成“需求牵引供给、供给创造需求”的良性循环。

(三) 加强农村人才专业化

电商直播作为驱动乡村产业升级与市场拓展的新型引擎，其效能的深度释放，从根本上依赖于专业人才的强力支撑。实现人才的专业化发展，需采取引育并举的双轨策略，系统化推进人才队伍建设。

在积极引进外部高端人才方面，乡村企业及相关主体需展现更大的魄力与诚意。应制定更具吸引力的人才引进政策，将目光投向具备丰富实战经验、掌握前沿直播技术和市场运营理念的高素质电商直播人才。通过提供具有市场竞争力的薪酬激励、住房补贴、项目启动资金等物质保障，并配套授予荣誉称号、提供发展平台等精神激励与社会认可，使引进人才在“名利”上皆有所得，切实解决其后顾之忧，从而激发其扎根乡村、投身电商直播事业的热情与创造力，为乡村电商直播注入新思维、新技术与新活力。

与此同时，着力培育本土化、留得住的电商直播人才队伍具有更为深远的基础性意义。必须深化与在地高校、职业院校的合作机制，共同设计符合乡村电商实际需求的课程体系与实践平台，定向培养深谙本地独特风土人情、特色物产资源及产业发展现状的本土人才。这些本土的主播或运营者，天然具备与当地农户、产业的情感联结和文化认同，其话语体系更易赢得本地消费者与生产者的信任。在培养过程中，不仅要注重其专业技能提升，更要构建完善的人才留用保障体系，通过提供创业扶持、职业发展通道、生活便利条件及持续性的技能提升机会等综合性补贴与激励措施，确保本土人才不仅“育得出”，更能“留得住”、“用得好”，成为乡村电商直播持续发展的中坚力量。

5. 总结

电商直播作为数字经济与乡村振兴的重要结合点，其价值不仅体现在拓宽渠道、驱动产业、赋能文化的显性效能，更在于通过技术渗透与模式创新重塑乡村发展底层逻辑。需以系统思维统筹推进产品品牌化、产业规模化与人才专业化的协同革新，使其超越单纯销售工具，成为连接乡村资源与现代市场、激活乡土文化与时代价值的桥梁，在数字经济浪潮中开辟乡村振兴新范式，实现农业强、农村美、农民富的美好愿景。

参考文献

- [1] 王月, 霍学喜, 阮俊虎. 青年电商赋能乡村产业高质量发展的逻辑与路径——基于中国情境的理论深化与实践探索[J]. 农业经济与管理, 2025(3): 67-78.
- [2] 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://doi.org/10.15886/j.cnki.hnus.202311.0324>, 2025-07-30.
- [3] 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.
- [4] 蒙菊花, 李良, 李辉. 农产品电商直播营销发展现状、现实困境与优化策略[J]. 商业经济研究, 2024(11): 126-129.
- [5] 李俊. “数商兴农”背景下短视频助农的三维探析: 价值、困囿与优化[J]. 农业经济, 2025(5): 136-139.
- [6] 侯月月, 陈辉. 新电商助推农产品营销优化策略研究[J]. 农业经济, 2024(12): 138-141.