

乡村振兴背景下农村直播电商存在的问题与对策研究

辜紫薇

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

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

摘要

在乡村振兴战略的引领下, 农村借助直播电商模式激发了新的发展活力。本文深入剖析了农村直播电商的发展现状、核心优势、现实挑战及潜在问题, 并针对性地提出了一系列对策建议, 旨在为农村发展提供坚实的理论与实践支撑。直播电商作为乡村振兴的“新农技”, 正有力地推动着乡村振兴战略的实施。直播电商在拓宽农产品销售渠道、增强消费者信任度、降低营销成本等方面展现出显著优势, 然而, 也面临着直播电商专业人才匮乏、直播电商基础设施不健全、市场和消费者定位不准确以及政策与法规体系不完善等诸多问题。为此, 本文建议农村直播电商应着重加大直播电商人才培养、加强基础设施建设、实现市场精准定位、规范政策与法规体系, 从而有效破解小产品与大市场之间的矛盾, 为乡村振兴注入新的动能与内涵, 为新时代助力农村直播电商实现高质量发展。

关键词

乡村振兴, 直播电商, 新农技

Research on the Problems and Countermeasures of Rural Live E-Commerce in the Context of Rural Revitalization

Ziwei Gu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 25th, 2025; accepted: Jul. 11th, 2025; published: Aug. 8th, 2025

Abstract

Led by the rural revitalization strategy, rural areas have stimulated new development vitality with the

live broadcasting e-commerce model. This paper provides an in-depth analysis of the development status quo, core advantages, challenges and potential problems of rural live broadcasting e-commerce, and puts forward a series of countermeasures and recommendations, aiming to provide solid theoretical and practical support for rural development. As a “new agricultural technology” for rural revitalization, live broadcasting e-commerce is strongly promoting the implementation of rural revitalization strategy. Live broadcasting e-commerce has shown significant advantages in broadening the sales channels of agricultural products, enhancing consumer trust, and reducing marketing costs, etc. However, it also faces many problems such as the lack of live broadcasting e-commerce professionals, incomplete live broadcasting e-commerce infrastructure, inaccurate positioning of the market and consumers, and imperfect policies and regulatory systems. In this regard, this paper suggests that rural live e-commerce should focus on increasing the training of live e-commerce talents, strengthening infrastructure construction, realizing accurate market positioning, and standardizing the policy and regulatory system, so as to effectively crack the contradiction between small products and large markets, inject new kinetic energy and connotation into rural revitalization, and help rural live e-commerce achieve high-quality development for the new era.

Keywords

Rural Revitalization, Live E-Commerce, New Agricultural Technology

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

乡村振兴战略作为国家重大战略部署，对推动农业现代化进程、促进农村经济发展以及增加农民收入具有深远意义。在此背景下，直播电商作为农村经济的新兴力量，其发展状况直接影响到乡村振兴战略的实施效果。随着互联网技术的迅猛发展，直播电商作为一种新兴的商业模式，为农产品提供了全新的销售渠道和市场机遇。直播电商通过视频直播的形式，使消费者能够直观地了解农产品的生产过程和品质，增强了消费者的信任感和购买意愿[1]。

直播电商在农产品销售领域的作用愈发显著。相较于传统电商，具备实时互动性、社交购物属性、粉丝经济性，以及内容与电商双向导流等独特优势，为企业带来了缩短供应链、实现订单处理规模经济性等诸多显著效益[2]。直播电商不仅能够有效拓宽农产品的市场覆盖范围，还能显著提升农产品的品牌知名度和市场竞争力。相关研究表明，直播电商能够大幅降低供求双方之间的交易成本，显著提高销售效率[3]。同时，从直播电商的发展趋势来看，未来农产品销售将更加依赖于数字化和网络化手段，这对于农村经济发展而言，既是难得的机遇，也是严峻的挑战。

本文聚焦于乡村振兴战略背景，深入剖析农村如何借助直播电商模式实现可持续发展，系统分析当前面临的问题，并提出具有针对性的对策建议。这一研究不仅在理论层面丰富了乡村振兴战略的实施路径，还在实践层面为农村有效利用直播电商提供了具体指导。通过本研究，期望为农村直播电商从业者提供切实可行的操作指南，为政策制定者提供科学的决策依据，从而有力推动乡村振兴战略的深入实施。

2. 农村直播电商的现状分析

2.1. 农村直播电商的发展历程

农村直播电商的兴起，根植于互联网技术普及与电子商务的快速发展。探讨“互联网 + 乡村振兴”

模式的可行性，并运用“使用与满足”理论，剖析技术发展对乡村振兴所起到的推动作用[4]。随着智能手机在农村地区的普及率持续攀升，以及网络基础设施的不断完善，直播电商这一新兴在线销售模式逐渐在农村扎根生长。起初，农村主要借助社交媒体平台进行农产品的展示与销售。然而，随着技术的迭代升级和消费者偏好的悄然变化，直播电商迅速崛起，成为农产品销售领域的重要力量。近年来，短视频和直播平台(如抖音、快手等)如雨后春笋般涌现，农村地区积极利用这些平台开展直播销售活动。通过实时互动，消费者能够直观地了解农产品的种植、采摘、加工等全过程，这种透明化的展示方式极大地增强了消费者的信任感和购买意愿。借助这些平台的庞大流量和成熟的运营经验，农村直播电商迅速拓宽了销售渠道，提升了品牌知名度。目前，农村直播电商已形成了自建直播平台、合作平台直播以及借助第三方服务机构直播等多元化的运营模式。对于资源相对匮乏的农村而言，将直播活动外包给专业的第三方服务机构进行策划与执行，已成为提升直播专业性和效果的重要途径。

2.2. 农村直播电商的市场分析

农产品通过直播电商实现的销售数据呈现出显著增长态势。各直播平台的数据均显示出消费者对农产品的高度认可。以《2024 丰收节抖音电商助农数据报告》为例，报告显示从 2023 年 9 月至 2024 年 9 月，抖音电商平台累计销售农特产品 71 亿单，同比增长 61%，平均每天有 1740 万单农特产品销往全国各地。同时，《2024 年淘宝丰收节报告》也指出，该平台在 2024 年 1 月至 8 月期间，农产品直播销售同比增长了 33.18%。这些数据不仅充分彰显了直播电商在推动农产品销售额增长方面的巨大潜力，更意味着农产品品牌知名度和市场竞争力的显著提升。

2.3. 农村直播电商的优势与挑战剖析

直播电商为农产品企业开辟了新的发展路径，带来了诸多显著优势。首先，它成功打破了地理界限，让农产品能够直接触达全国乃至全球的消费者，极大地拓宽了销售渠道，为农产品打开了更广阔的市场空间。其次，直播过程中的实时互动功能，不仅增强了消费者的购物体验，还通过直观展示和即时解答，提高了消费者对农产品的信任度，促进了购买决策。最后，直播电商模式有效降低了营销成本，提高了销售效率，对于资源相对有限的小微农产品企业而言，无疑是一种高效益、低成本的营销方式，有助于它们在激烈的市场竞争中脱颖而出。

然而，农产品企业在直播电商领域的发展并非一帆风顺，特别是小微农产品企业，面临着诸多挑战。一方面，专业人才短缺和平台规则的复杂性，使得一些企业难以充分利用直播电商的优势，甚至可能因操作不当而遭受损失。另一方面，乡村产业全链条发展不够完善[5]。供应链与物流配送是一大难题，尤其对于保鲜要求高的农产品而言，物流配送的及时性和成本控制至关重要，稍有不慎就可能导致农产品损坏或变质，影响消费者体验和品牌形象。此外，随着市场竞争的日益激烈和消费者需求的多样化，农产品企业需要不断创新产品、优化营销策略，以适应市场的快速变化，满足消费者的个性化需求。

3. 农村直播电商存在的问题

3.1. 直播电商专业人才匮乏

各地对农村电商直播营销人才的需求急剧增加，农村电商直播带货作为乡村振兴的新动能，“新农人”也为农村电商产业发展注入活力[6]。在当前的农产品直播领域，专业的直播团队相对匮乏，农产品直播人才支撑体系亟待加强。网红明星主播虽然形象出众、沟通反应能力强，但往往缺乏对农产品的专业知识，有时难以准确介绍产品的特性。而农民主播则因专业技能的欠缺，难以准确把握消费者的购买

心理,缺乏沟通与销售技巧,产品推介显得生硬且缺乏温度与情感,难以长期留住目标顾客。因此,加强农产品直播人才的培养和引进,构建完善的人才支撑体系,已成为推动农产品直播电商发展的当务之急。

3.2. 直播电商基础设施不健全

农产品直播营销的物流、网络等基础设施仍需完善。农产品直播营销涵盖了从生产、包装、储存、运输到售后的完整链条,这一过程中需要农产品经营者、电商平台以及物流公司等多方紧密合作。鉴于农产品具有不耐储存、保鲜要求高的特性,冷链物流和追溯体系的建设显得尤为重要。然而,与物流行业的快速发展相比,我国冷链物流和追溯体系的建设相对滞后,特别是在偏远山区,普及率更低。农村仓储条件有限、冷链物流不足、物流成本偏高以及村级覆盖率偏低等问题,都将成为制约农产品直播电商发展的瓶颈。

3.3. 市场和消费者定位不准确

市场定位与消费者行为对直播电商的发展起着举足轻重的作用。对于小微农产品企业而言,市场定位模糊、缺乏明确的战略规划是一个普遍存在的问题,这导致它们难以精准地识别和锁定目标消费群体。同时,消费者行为的快速变化也给企业带来了不小的挑战。随着消费者对健康、绿色和有机产品需求的日益增长,小微农产品企业必须不断调整产品结构和营销策略,以适应市场的变化。然而,由于对消费者行为的研究不够深入,一些企业难以有效满足消费者的需求,进而影响了销售效果。此外,对于大多数缺乏品牌知名度的小微农产品企业来说,市场竞争尤为激烈。这些企业往往缺乏品牌意识,产品包装和宣传缺乏统一的标准和形象,难以在激烈的市场竞争中脱颖而出。

3.4. 政策与法规体系不完善

在乡村振兴战略的推动下,小微农产品企业借助直播电商积极拓展市场,但同时也遭遇了政策与法规层面的多重挑战。首先,当前的政策环境对农产品电商的支持力度相对不足,缺乏针对性的扶持政策。尽管政府已出台一系列促进农村电商发展的政策,但这些政策往往过于宽泛,未能为小微农产品企业在直播电商领域的具体实践提供明确指导和实质性支持。其次,法规体系的不完善,特别是在食品安全和消费者权益保护方面,给直播电商带来了法律风险。由于缺乏明确的法规指引,直播过程中可能出现产品标准模糊、质量监管缺失等问题,进而损害消费者权益。此外,政策的不稳定性也给农村直播电商的发展带来了不确定性,影响了农产品企业的长期规划和投资决策。政策频繁变动使得企业在制定发展战略时难以把握方向,进而制约了其在直播电商领域的持续健康发展。

4. 农村直播电商发展的对策研究

4.1. 加大直播电商人才培养

“新农人”巧妙运用新媒体营销手段,在农村经济发展中勇当“生力军”,为农村电商产业的蓬勃发展注入了源源不断的活力[7]。针对专业化人才匮乏及人才体系不完善问题,小微农产品企业需制定切实可行的人才引进与培养策略。首先,小微农产品企业应主动与职业院校,尤其是农类职业院校,建立深度合作关系。通过资源共享、优势互补,共同推动合作院校的教学改革,开发直播电商产教融合实践项目,以此培养符合企业需求的直播电商专业人才及品牌运营人才。其次,可针对一线农民、返乡大学生以及村庄权威人物等群体,开展电商基础技能、产品销售策略等方面的专题培训,以此构建起一条完整的电商直播人才链。同时,邀请具有深厚专业背景的教师团队对员工进行系统指导,确保员工能够将

所学知识有效应用于实际工作中，持续提升其直播电商专业技能。

4.2. 加强基础设施建设

加速构建县乡村三级物流快递体系，积极推广共同配送模式，并整合物流运力资源，实现共享，以补齐农村物流基础设施短板，强化薄弱环节。通过这一举措，实现县乡村三级物流服务设施及资源的优势互补，有效缩小城乡之间以及区域之间的农村物流服务质量 and 成本差距。此外，农产品企业应转变物流合作模式，从依赖第三方物流转向与物流合作伙伴建立深度合作关系，形成长期稳定的合作机制，从而享受更优质的服务和更优惠的价格，进一步降低运输成本。同时，从全域化农村电子商务公共服务网络建设、数字化农村电商公共服务模式创新以及“一站多能、多站合一”的村级电商服务站点建设等多个维度入手，推动产业公共服务基础设施建设，实现产业公共服务优质资源的下沉，助力公共服务优质共享。

4.3. 实现市场精准定位

在市场与消费者关系管理领域，小微农产品企业面临机遇与挑战。突破重围、持续增长的关键在于有效的市场定位与消费者关系管理策略。首先，精准的市场定位至关重要。小微农产品企业需深入调研，全面了解目标消费者，包括年龄、性别、收入、消费习惯及偏好等，以数据支撑制定契合市场需求与自身资源的市场定位策略。鉴于传统电商平台用户增量放缓，企业应关注下沉市场，研判在直播电商市场的定位，力求在新兴市场中立足。其次，小微农产品企业需利用直播电商平台进行消费者行为分析，观察购买行为、偏好变化及潜在需求，优化产品组合，提升服务质量，制定针对性营销策略。同时，通过直播展示农产品生产过程、品质特点及食用方法，增强消费者信任感和购买意愿。提供优质的售前、售中和售后服务，解决消费者问题，提升忠诚度和口碑。最后，在品牌建设方面，小微农产品企业应注册商标，设计独特包装和宣传材料，塑造具有辨识度和影响力的品牌形象。在保持“高性价比”的前提下，持续创新营销方式，为消费者带来实质利益和情感体验，增强品牌印象和忠诚度，赢得竞争优势[8]。

4.4. 规范政策与法规体系

为了获得政策和法规的支持，小微农产品企业需要采取一系列积极措施。首先，企业应加强与政府部门的沟通与合作，争取更多的政策扶持和资金支持。例如，企业可以通过参与政府组织的各类项目申报和政策咨询活动，了解最新的政策动态，争取政策红利。其次，企业还应积极参与行业组织和协会，通过集体的力量，推动相关政策和法规的完善。行业组织可以代表企业向政府部门反映诉求，推动政策的制定和实施。此外，企业还应加强对政策和法规的学习，确保企业的经营活动符合法律法规的要求，避免法律风险。企业可以通过组织内部培训、参加行业研讨会等方式，提高员工对政策法规的认识和理解。通过这些措施，小微农产品企业可以在政策和法规的支持下，更好地发展直播电商，促进乡村振兴。

5. 结语

农村直播电商借助媒体社交平台，直接将商品和服务销售给直播网民，实现商品与货币的价值转换，有效降低了交易成本，显著提升了农村地区的经济收入和社会发展水平。它为农村地区实现人气兴旺、产业繁荣提供了切实可行的实践路径。农村直播电商在伟大的乡村振兴战略中，是实现高质量发展和共同富裕的低成本、高时效的重要途径，也是我国具有国际普遍意义的乡村振兴治理模式。

参考文献

- [1] 王爱芳. 乡村振兴背景下农产品电商直播营销策略研究[J]. 南方农机, 2024, 55(8): 122-125, 141.

-
- [2] 肖勇波, 王旭红, 喻静, 等. 直播电商: 管理挑战与潜在研究方向[J]. 中国管理科学, 2025, 33(4): 251-264.
 - [3] 鲁钊阳. 网络直播与生鲜农产品电商发展: 驱动机理与实证检验[J]. 中国软科学, 2021(3): 18-30.
 - [4] 董瑜. 三农自媒体在乡村振兴战略中的价值反思——基于“使用与满足”理论[J]. 新闻知识, 2018(12): 72-76.
 - [5] 陈一明, 温涛. 数字普惠金融能促进乡村产业发展吗——基于空间计量模型的分析[J]. 农业技术经济, 2023(1): 32-44.
 - [6] 郭瑜. 乡村振兴视域下高职院校电商直播人才培养路径探索与实践——以成都工贸职业技术学院为例[J]. 南方农机, 2022, 53(6): 65-67+85.
 - [7] 赵林艳. 乡村振兴战略下农村电商新媒体营销中“新农人”角色赋能探讨[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2022(11): 29-32.
 - [8] 程涛, 赵爽. 下沉市场中社交电商运营模式优化研究[J]. 价格理论与实践, 2023(9): 178-181, 210.