E-Commerce Letters 电子商务评论, 2025, 14(7), 2310-2314
Published Online July 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2025.1472435

Hans汉斯

“数商兴农”视域下直播助农的价值意蕴、现实困境与优化进路

胡佳颖

扬州大学马克思主义学院，江苏 扬州

收稿日期：2025年6月13日；录用日期：2025年6月25日；发布日期：2025年7月28日

摘　要

随着“数商兴农”战略的纵深推进，直播助农已然成为乡村振兴的重要抓手，在重构农产品产销体系，激活乡村文化传播，畅通城乡要素流动等方面发挥效用。然而，直播助农也面临着主播数字素养不足、农产品质量良莠不齐、流量博弈异化行业生态、政产协同不力等多重掣肘。因此，需要通过实施数字平权行动、构建农产品全链路标准化体系、完善配套服务、打造良性市场生态，推动直播助农从“流量红利”向“产业红利”转型，实现数字经济深度赋能乡村振兴。

关键词

数商兴农，直播助农，优化进路

The Value Implication, Realistic Dilemma and Optimization Approach of Live Streaming Support for Agricultural Products from the Perspective of “Digital Commerce Promoting Agriculture”

Jiaying Hu

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jun. 13th, 2025; accepted: Jun. 25th, 2025; published: Jul. 28th, 2025

文章引用: 胡佳颖. “数商兴农”视域下直播助农的价值意蕴、现实困境与优化进路[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 2310-2314. DOI: 10.12677/ecl.2025.1472435

Abstract

As the "Digital Commerce Promoting Agriculture" strategy advances, live streaming support for agricultural products has become a key driver of rural revitalization. It effectively restructures agricultural supply chains, activates rural cultural dissemination, and facilitates urban-rural resource flows. However, challenges persist: inadequate host digital literacy, inconsistent product quality, traffic competition disrupting industry ecology, and insufficient government-industry coordination. To advance this transition from "traffic dividends" to "industrial dividends," measures include implementing digital inclusion initiatives, establishing comprehensive agricultural traceability systems, enhancing support services, and fostering healthier market ecosystems—ensuring deep digital empowerment of rural revitalization.

Keywords

Digital Commerce Promoting Agriculture, Live Streaming Support for Agricultural Products, Optimization Approach

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

《"十四五"电子商务发展规划》提出实施"数商兴农"行动，推动农村电商助力乡村振兴[1]。2025年中央一号文件强调，要加快数字乡村建设，推动互联网、大数据、人工智能与农业农村深度融合，为乡村振兴注入新动能[2]。"数商兴农"是发展数字商务、振兴农业的简称，是指根据"商"与"农"互联互促的经济规律，通过数字技术和数据要素赋能农村商务发展，以涉农商务数字化转型进一步促进农业生产数字化和产业振兴[3]。作为数字经济与"三农"深度融合的创新模式，直播助农在打通农产品产销链路、激发乡村文化活力、畅通城乡要素流动等方面扮演着越来越重要的角色。但作为一种电商新业态，直播助农在乡村实践中还存在一定的局限性。因此，深入研究直播助农电商模式的发展情况，厘清直播助农的现实困境及发展路径，对于适应数字经济发展、全面推进乡村振兴具有十分重要的意义。

2. "数商兴农"视域下直播助农的价值意蕴

2.1. 经济价值：助农直播重构农产品产销体系

在当前数字乡村建设环境之下，智能手机逐渐演变为农村的"新农具"，直播电商活动成为农民的"新农活"，数字技术成为推动农村发展的"新农资"[4]。直播助农革新了现有的农产品营销模式，农产品销售流通向网络信息渠道转移，直观呈现出农产品品质与优势。生产者可直接对接消费者，实现"一对一""端对端"服务，推动农业生产从"以产定销"向"以需定产"的转变[5]，加速农业生产市场化进程，有效缓解农产品滞销困境。此外，直播助农减少了中间流通与营销成本，提升农产品价格竞争力，增加农民收益，形成完整价值链与规模效益，带动区域经济发展，为乡村振兴提供有力支撑。

2.2. 人文价值：助农直播搭建乡村文化新窗口

助农直播不仅仅是农产品的销售平台，更是展现乡村风貌与文化魅力的重要窗口。在助农直播中，

农产品超越了其单纯的商品属性，成为承载乡土风情、非遗技艺和农耕文明的独特媒介。直播平台的即时互动与跨地域传播的特性，有效打破了城乡文化传播的时空壁垒。主播通过场景化叙事，将农产品背后的生产故事、地域特色和人文底蕴转化为可消费的文化符号，成功激活消费者的情感共鸣与文化认同[6]。这种“文化 + 产品”的营销模式提升了农产品附加值，形成了文化传承与经济发展的良性循环，进一步激活了乡村文化价值，增强了乡村文化自信，促进了城乡文化之间的交流与融合，成为乡村振兴战略中文化振兴与产业振兴协同推进的创新实践。

2.3. 社会价值：助农直播畅通城乡全要素流动

过去，城乡资源流动多呈现出单向性的特征，人才、资金从乡村流向城市，乡村发展受限。如今，助农直播成为城乡要素流动的“双向通道”，促进了城乡之间的资源共享与协同发展。一方面，通过助农直播，城市的技术、资金和人才得以“下乡”，电商运营、数字营销等技能通过培训向农户普及，物联网、大数据等技术也被引入农业生产；直播带货的吸引力还促使城市资本投资乡村产业，带动返乡创业潮，同时将城市市场需求反馈给农户，推动农业生产理念向现代化转型。另一方面，助农直播通过数字技术打破城乡壁垒，精准对接城市人民对高品质生活的需求，引导农业生产向标准化、品牌化、市场化方向优化升级，实现了城乡要素的高速流通，让城市的“智”与乡村的“质”双向奔赴[7]，为乡村振兴和城乡融合发展注入新动能。

3. “数商兴农”视域下直播助农的现实困境

3.1. 数字素养“跟不上”：数字鸿沟加剧主体素养结构失衡

数字鸿沟的存在加剧了助农直播主体素养的结构性失衡。《乡村振兴战略背景下中国乡村数字素养调查分析报告》显示，农民的数字素养平均得分低于城市居民 37.5% [8]。农民主播数字素养不足，运营技能弱，导致直播内容同质化严重，削弱了平台用户的黏性。同时，专业运营策划人才短缺，县域 MCN 机构和策划团队供给不足，难以打造出具有吸引力和竞争力的直播品牌并为助农直播提供有力支持。为弥补专业运营策划方面的空缺，部分助农直播项目选择存在风险的代运营模式。代运营机构出于商业利益考量，往往主导选品、定价及流量分配，甚至通过数据刷单、虚假宣传等短期行为追求 GMV，导致农民主播在供应链管理、收益分配中逐渐丧失话语权，不利于助农直播的可持续性发展。

3.2. 品质信任“落差大”：农产品质量隐忧阻滞供需相匹配

农产品生产标准缺失、电商直播领域质量评估体系尚未规范化导致整体品质良莠不齐。一方面，由于缺乏统一的种植、加工与品控标准，农产品在规格、口感、安全指标等方面存在显著差异，部分农户为追求短期销量，在直播中通过滤镜美化、夸大功效甚至以次充好，加剧“货不对板”情况的发生；同时，农村冷链物流投入不足、运输体系不完备，致使保鲜要求高的农产品在运输途中易受天气等不利因素影响，出现损坏与变质。多重因素的叠加，消费者收到的实物在品质、规格及外观上与直播展示相去甚远。这种产品质量与传播效果不符的状况，削弱消费者对直播渠道的信任基础，损害品牌声誉，还可能引发投诉乃至法律纠纷，对农产品品牌形象及长期市场表现构成损害。

3.3. 流量逻辑“带偏了”：流量至上市场逻辑异化平台生态

平台市场流量至上的运行逻辑制约着助农直播的健康发展。现行平台机制推崇“高流量打造高销量”，导致缺乏资金、经验与流量资源的中小农户在平台生态中资源获取受限，处于被边缘化境地。这种资源分配失衡使大量农户被迫陷入“流量竞争陷阱”[9]。过度追逐流量的导向诱发了部分农户的认知偏差，

使其将“涨粉”视为核心目标，削减了对农产品品质提升与品牌塑造的长期投入，进而促使助农直播内容过度娱乐化、违背常识，偏离了直播助农的本质诉求，引发消费者抵触情绪，损害了产业的长效发展。农产品直播带货的成功关键并非仅依赖流量，产品自身质量才是根本保障。因此，亟需通过多方协同努力，重塑健康的农产品直播生态体系。

3.4. 协同机制“拖后腿”：政产协同不力造成配套服务缺位

基础设施建设在直播助农中发挥着基础性与先导性作用。然而，由于部分地方政府对助农直播的服务、管理、监督“失位”以及组织、规划“失策”，造成部分农村地区网络覆盖不全、电力供应不稳、道路设施不完善等问题，制约了直播活动的可及性与稳定性。另一方面，尽管各地政府出台了支持农村电商直播发展的系列政策，但各项配套资金存在大缺口，其准入门槛高、遴选条件严苛，一般农户难以企及，助农直播缺乏强有力的政府扶持。更为关键的是，政府、平台、农户等多元主体间缺乏高效协同与资源整合机制，监管体系明显缺位，专项法规与标准体系尚未完善，导致直播市场乱象丛生。

4. “数商兴农”视域下直播助农的优化进路

4.1. 弥鸿沟，育人才，推进实施数字普惠的行动计划

直播助农活动行稳致远的关键在于提升农民主播的专业能力。应当通过政府主导、平台协作，构建分层级、场景化的农民主播培育体系，针对性地增强其运营技巧与内容创意制作水平。同时，以有效的政策激励措施吸引专业人才下沉至县域，并充分发挥当地直播企业及设有相关专业高职院校在专项知识、人才供给等方面的优势资源，推动这些机构深入乡村一线，扶持、孵化本地化 MCN 机构及运营团队建设，切实强化内生发展动能[10]。此外，必须严格规范代运营合作机制，建立“资质审核－收益共管－风险预警”的监管体系，通过合同备案制明确代运营机构的服务边界，禁止数据造假、低价倾销等短期行为，在保障农民主体地位与农产品收益与权益的前提下，有效防范资本无序扩张对助农直播本质的侵蚀。

4.2. 升结构，强品牌，构建农产品全链路标准化体系

助农直播是实现农业产业链结构优化与品牌价值跃升的重要引擎，构建覆盖“产－供－销－服”全链路的标准化体系有助于其效能的充分发挥。首先，以标准化驱动产业结构升级。通过挖掘直播助农的多维价值，超越短期流量转化，强化助农直播上下游关联产业的业务协同，提升整体价值链附加值，释放乡村产业潜能。其次，以标准化夯实品牌根基。作为产业链核心枢纽，助农直播必须向上畅通设备与人才下乡渠道，向下联动农业生产端，实施覆盖种养、加工、品控全流程的严格标准化管理。最后，以标准化体系保障长效助农效能。建立完备的行业技术规范、操作指引及精细化产品认证标准，并配套“惠农保损”“时效保障”等标准化服务保障机制与售后响应机制。

4.3. 弃博弈，精运营，打造互利共赢的健康助农生态

为保障助农直播生态的可持续健康发展，亟需构建公平、透明、有保障的规则体系。其一，优化流量分配。直播平台设立专属助农入口，对中小农户及优质产品实施倾斜政策，降低曝光门槛、提升可见度，缓解资源差异导致的竞争失衡。其二，构建信用体系。建立主播信用黑名单，严惩虚假宣传、以次充好。建立农产品质量白名单，对达标产品给予认证及优先推荐。其三，强化收益保障。积极探索“惠农专线”免佣金，推行“基础佣金 + 绩效分成”弹性机制，联合金融机构开发适配产销周期的普惠金融产品，缓解农户的资金周转压力。通过“流量扶持、信用监管、收益保障”三位一体的规则重构[11]，引导资源向优质助农主体倾斜，实现消费者信任提升、农户收益增长、产业生态优化的共赢格局。

4.4. 优服务，促监督，强化“政企社农”四方联动机制

推行直播助农新模式，政府需全方位建立合作机制，积极调动电商平台、技术企业、金融机构等社会资源参与到直播助农中来。一是夯实基础设施，补齐农村网络、电力等数字基建短板，建立健全县乡村三级物流体系，降低农产品流通损耗与运输成本，打通产品流通“最后一公里”；二是完善制度规范体系，制定专项法规明确质量责任与处罚标准，构建信用体系并强化平台监管，优化行政服务；三是健全协同治理机制，牵头成立“政府－平台－农户”三级工作专班统筹政策资源与危机响应[12]，引导电商、金融、科研机构提供技术、物流、智库支持；四是压实平台主体责任，推动直播平台完善管理制度，重点规范产品品质界定与隐私安全。通过多维度协同发力，为农村直播助农开拓更广阔的发展空间。

5. 结语

总而言之，在“数商兴农”工程的大力推进下，直播助农模式得到了广泛应用，这一举措不仅为农产品开辟了新的销售渠道，也为农村地区的经济发展注入了新的活力。展望未来，随着 5G、人工智能等新技术的不断融入，直播助农也将迎来更加智能化、个性化的发展机遇。直播助农的发展将聚焦于多维度的综合提升。强化产品质量把控，确保消费者享受到优质农产品；深化内容创新，以更加丰富多元的直播形式吸引观众；加大人才培养力度，构建专业化的直播助农团队；优化供应链体系，提升物流效率与成本控制；同时，建立健全监管体系，保障市场健康有序发展。通过持续不断地探索与实践，直播助农模式将日益成熟与高效，其潜力将得到进一步释放，有望成为中国农业现代化进程中的重要推手[13]，为乡村全面振兴贡献更加显著的力量。

参考文献

[1] 中华人民共和国中央人民政府. 中共中央国务院关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/202502/content_7005158.htm, 2025-02-23.

[2] 中华人民共和国商务部. 解读《“十四五”电子商务发展规划》[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/2021-11/01/content_5648151.htm, 2021-11-01.

[3] 中国社会科学院信息化研究中心. 乡村振兴战略背景下中国乡村数字素养调查分析报告[R]. 2021.

[4] 余露. 数字乡村视域下提升农民数字素养赋能直播助农的对策研究[J]. 江西农业, 2024(8): 160-162.

[5] 曹翔, 韦慧, 蒋国富. 数实融合背景下电商直播助农模式研究[J]. 合作经济与科技, 2024(23): 89-91.

[6] 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.

[7] 马源浩, 刘洁. 数字经济背景下农产品直播带货的现实困境与推进策略[J]. 粮食问题研究, 2025(2): 49-52.

[8] 数商兴农研究院. 数商兴农对乡村振兴的重要意义[EB/OL]. https://www.moa.gov.cn/ztzl/ymksn/rmrbbd/202207/t20220706_6404141.htm, 2022-07-06.

[9] 丁晶, 孟梅. “数商兴农”背景下中国农产品直播带货存在的问题及对策[J]. 农业展望, 2024, 20(8): 139-145.

[10] 包俊先. 数商兴农战略下农产品电商直播现状及优化策略研究[J]. 商展经济, 2024(4): 76-79.

[11] 陈义涛, 赵军伟, 刘茜. 乡村振兴战略下助农直播价值共创机制研究[J]. 价格理论与实践, 2024(1): 80-84.

[12] 陆石燕. 直播助农新模式下农村电子商务发展探索[J]. 产业与科技论坛, 2024, 23(6): 21-24.

[13] 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.