

# 基于乡村振兴背景的直播电商对农村经济的影响研究

付凌志

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

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5G技术的普及和农村互联网基础设施建设,直播电商已然成为助力乡村振兴的新动力。本文为了研究乡村振兴背景下的直播电商对农村经济的影响,结合多个案例和当前的发展现状,发现直播电商为农村经济提供了广阔市场、多元化发展和更多机遇,尽管仍然存在同质化竞争和地域文化挖掘不深、人才短缺和人才培养体系不完善、产品参差不齐和供应链不稳定等问题,但是通过讲好本土农产品品牌故事、挖掘直播电商新人才和遴选优质产品等实践方式探索,可以有效实现直播电商助力农村经济发展。

## 关键词

乡村振兴, 直播电商, 农村经济

# A Study on the Impact of Live-Streaming E-Commerce on the Rural Economy in the Context of Rural Revitalization

Lingzhi Fu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 13<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jun. 25<sup>th</sup>, 2025; published: Jul. 28<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

With the popularization of 5G technology and the development of rural internet infrastructure, live-streaming e-commerce has emerged as a new driving force for rural revitalization. To investigate the impact of live-streaming e-commerce on the rural economy within the context of rural revitalization, this study combines multiple case studies with the current development landscape. It finds

that live-streaming e-commerce offers the rural economy access to broader markets, facilitates diversified development, and creates more opportunities. Despite existing challenges such as homogeneous competition, insufficient exploration of regional cultural resources, talent shortages and inadequate training systems, as well as varying product quality and unstable supply chains, effective approaches have been explored. These include telling compelling brand stories for local agricultural products, cultivating new talent for live-streaming e-commerce, and selecting high-quality products. Such practices demonstrate that live-streaming e-commerce can effectively boost rural economic development.

## Keywords

Rural Revitalization, Live-Streaming E-Commerce, Rural Economy

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

2016 年以来,“直播 + 电商”的形式购物受到越来越多的人喜爱,并且“直播 + 电商”在全国各地的农村地区涌现,特别是在 2020 年新冠疫情爆发以后,线上直播更是打破农产品传统交易模式,实现了疫情背景下的扶农、助农。在《“十三五”国家信息化规划》中明确提出,要实施农村信息化发展战略,发展农村电商。在《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》中则是明确提出要“深入推进电子商务进农村和农产品出村进城”。2024 年中央一号文件中更是首次提出“实施农村电商高质量发展工程”,明确推进县域电商直播基地建设,发展乡村土特产网络销售,鼓励和支持农村电商的发展。2025 年最新发布的中央一号文件聚焦“三农”问题,以改革开放和科技创新为动力,破解农业农村高质量发展面临的难题和挑战,巩固脱贫攻坚成果、推动农业现代化和乡村全面振兴。乡村振兴战略是党的十九大做出的重要战略部署,是构成新时代“三农”工作的核心和关键。农村直播电商作为助力乡村振兴的创新途径之一,拓宽了农民致富路,促进了农业经济增长,优化了农业产业结构[1]-[3]。农村电商作为网络中介平台,对于整合农村资源,开拓农业生产,提升农业价值具有重要意义[4]。直播助农模式最先出现在脱贫攻坚和乡村振兴时期,其目的在于拓宽农产品销路,增加农民收益[5],而农产品直播是乡村振兴和网络扶贫在农村电商模式上的全新探索,能够解决农产品的滞销问题,调整农业结构,促进人才引进。当前学者对直播电商助力农村经济发展的关注,更多地是在理论层面,较少地结合当前的直播电商案例。本文结合当前农产品直播电商的优秀案例,阐述了农产品直播电商的发展现状,分析了其优点和困境,提出了相应的实践途径。

## 2. 农村直播电商的发展现状和模式

近年来,农村电商平台的发展和农村地区互联网基础设施建设的良性循环,使得直播电商与农村经济深度融合[6],形成多种创新模式,显著推动农产品上行与农民增收,助推乡村振兴。目前,直播电商主要通过“特色产业 + 场景创新 + 政策生态 + 设施升级”四重路径促进农村经济发展。第一,直播电商与区域特色产业深度融合推动农村经济发展。如安徽省肥东县大力开展“数商兴农”工程,通过培育品牌、建设“快递进村”网络和肥东电商大数据中心、推广“企业 + 电商 + 农户”利益联结机制项目以及开展数字商务服务创新行动等方式,在 2023 年期间开展直播超 1.4 万场,销售额达 4.2 亿元,带动

125 个脱贫户人均增收 4.34 万元[7]，在 2024 年期间，全年累计开展各类直播 1.6 万场，农产品网销额突破 15 亿元，位列农产品电商百强县第 45 位[8]。第二，场景化直播创新助力农村经济发展。如浙江省松阳县 5 支由“网红”组成的直播团队化身“跑山货郎”，深入全县 19 个乡镇(街道)，直播展示农产品“从土地到餐桌”的全链条过程，在不到两年的时间里使得“跑山货郎”直播间矩阵粉丝数达 150 万人，形成了具备消费群体的稳定“云端集市”，并且目前已经有 136 名“新农人”通过学习短视频制作到供应链管理的全套课程实现自主带货[9]。第三，政策与平台协同赋能农村经济发展。如海南省发展农村电商助力乡村振兴，着力打造“一村一主播”“一县一网红”计划。由省商务厅等 11 个部门印发《关于推动农村电商高质量发展的实施方案》，计划培育县域直播基地，目标在 2028 年每市县建成 1 个直播基地、100 名农村电商带头人，推动热带水果、水产等“小而美”品牌出圈，并且截止 2024 年 8 月连续三年举办电商直播赋能乡村振兴基础班、能力提升班，累计培训 535 人次，为农村电商发展提供人才支撑[10]。福建省连城县以党建为核心，构建“党建 + 生产 + 电商 + 物流 + 商贸”五位一体全产业链发展模式，出台十条电商扶持措施，打造“莲乡西遇”区域品牌，并且引入淘宝、抖音等平台共建直播基地，2023 年网络零售额突破 40 亿元，快递业务量较 2015 年增长 27 倍，带动 2.5 万人就业[11]，2024 年通过电商渠道带动全地瓜干产业链产值 174 亿元，占全国市场份额 85% [12]。第四，基础设施与物流突破助力农村经济发展。如江苏省在 2021 年就已经率先实现了省域内全覆盖的快递进村，并且有效整合本地电商、快递、物流企业服务网络，积极构建“交通 + 电商 + 邮政 + 快递”的融合发展模式，开展“一县一品”“一地一品”的农特产品进城项目，推动物流与农业联动助力农村经济发展。

### 3. 直播电商对农村经济发展的积极影响

随着 5G 技术的发展和农村互联网基础设施的建设，淘宝、京东等电商平台和抖音短视频等直播平台对农村的影响开始逐渐加大，形成一种“直播 + 电商”的农产品销售模式助力农村经济发展，有力地推动了乡村振兴战略的实施。总的说来，直播电商从三个方面为农村经济发展做出贡献，包括扩大了农产品的销售市场、为农村经济提供多元化支持、为农村经济发展带来了更多机遇。通过互联网跨越了空间的距离，现代物流的蓬勃发展使得产品也能迅速到达客户手中。互联网下沉农村地区，与农村经济相结合，改变了传统的产业形式，丰富了农户的经济来源，为农村地区发展带来新机遇。

#### 3.1. “直播 + 电商”为农村经济提供了广阔的市场

“直播 + 电商”的模式为农村经济发展提供了广阔的市场，使得农产品的销售市场不再局限于生产地。传统的农产品销售模式局限于地域和市场，往往会因为产品同质化和时间成本导致农户的收益较低。究其根本原因可以发现，一方面是因为农村的市场规模小且分散，另一方面则是地理条件和季节原因使得农产品同质化严重。两方面的原因共同导致农户无论是自己选择到市场中售卖，还是借助于有渠道的中间商，效益都不会高。“直播 + 电商”的方式则可以凭借互联网跨越地域限制和提高市场价格透明度，使得农产品的市场不再局限于生产地，面向全省、全国乃至全世界。其中浙江松阳的“跑山货郎”通过直播的方式，展示了农产品“从土地到餐桌”的全链条过程，累计了 150 万粉丝数[9]，形成了具备消费群体的稳定“云端集市”。这种行为模式便是通过直播，深入田间地里，为当地的农产品进行宣传介绍，既能跨越地域和市场的限制，吸引广大的顾客群体，还能使顾客群体了解农产品的生产种植过程、直观感受产品的品质，增加购买的欲望。此外，部分农产品只有短暂的销售期，依靠传统销售模式，往往很难全部消化，使得农户的利益遭到损失。而“直播 + 电商”的模式，则可以提前开启预售，通过直播方式，客户也能了解产品的相关品质放心下单，现代电商的物流体系也能够实现产品按时按质的送达顾客手中。

### 3.2. “直播 + 电商”为农村经济提供了多元化发展

“直播 + 电商”的模式，为农村经济发展提供了多元化方式，使农户不再局限于传统的种植业和畜牧业。传统的农村经济主要依靠种植、畜牧业等生产方式，对地理条件和气候因素依赖性较大，这也使得农户的收入波动性较大，对农村经济的发展造成了极大的不确定性。首先，“直播 + 电商”模式可以改变传统种植业和畜牧业的顺序，从先生产后销售的大众化规模化销售到先销售后生产的精细化模式，即先通过直播寻找目标客户群体，然后按照客户需求生产相应的产品，特别是在当前对食品品质有特殊要求的环境下。其次，可以根据当地的地理和气候条件，种植特殊作物或是根据作物花期，发展旅游业。直播行为可以为当地旅游业吸引流量，拉动人流量，电商平台则可以通过整合当地优势资源，实现农产品和旅游资源的精准匹配，为旅客提供最佳路线。最后，在政府引导下，农村金融、保险、物流等产业也下沉到农村市场，形成较为完整的产业链。其中，云南大理就是以丰富的旅游资源和特色农产品而闻名，“直播 + 电商”模式为其带来大量流量吸引大量游客前来，带动当地农村经济发展。

### 3.3. “直播 + 电商”为农村经济提供了更多的机遇

在乡村振兴战略的背景下，“直播 + 电商”在农村地区的蓬勃发展为农村经济提供了更多的机遇，其中最主要的在于留住了人才和创造了发展的机遇。在过去，农村经济发展只是传统领域，留不住人，更留不住人才。“直播 + 电商”的新模式，为农村经济发展带来了转机，通过对当地农产品的宣传、建设特色品牌和整合产业链，增加了农户收入、发展了农村经济、推动了乡村振兴进程。随着“互联网+”的理念不断深入，大量农户也逐渐认识和熟悉“直播 + 电商”模式，开始主动尝试，从开网店和做直播到整合周边农产品、扩大经营生产规模，实现了农户经济收入增加和地方特色产品品牌培育。另外，农村地区的传统行业进行转型升级，通过人工智能、大数据和物联网等技术为农村产业注入新的活力。“直播 + 电商”在农村地区的蓬勃发展，带来了创业的机遇，吸引人才回流。一方面，农村市场的资源丰富、潜力巨大，以及目前国家政策的倾斜，导致了相比于城市，农村的创业机遇更多；另一方面，中国人传统的故土情结也使得年轻的人才更愿意发展家乡、服务家乡。

## 4. 直播电商在农村经济发展中的困境

尽管农村地区也在高速发展中，但是不可否认的是，当前的发展状况和农户居民的需求之间仍然存在差距。直播电商模式的重点之处在于直播和物流，直播是吸引流量带来客户的首要，而强大的物流体系则是保障客户能够及时获取产品的关键。然而，目前的农产品直播电商竞争中，却呈现出直播内容严重同质化、人才短缺和供应链不稳定的问题，极大地影响了直播电商的发展。直播内容同质化严重可能是发展时间短，从业人员素质不高和羊群效应的原因，这就要求直播电商需要完善人才培养，通过高素质的人才，实现直播内容的新颖和不同，从网红产品追求转变为对农产品品牌的培养，建设完备稳定的供应链，夯实直播电商的产业基础。

### 4.1. 同质化竞争，地域文化挖掘不深

随着农产品电商规模的扩大，直播销售的群体增加，同质化竞争严重。同时大部分商家所销售的产品种类相同、价格接近、质量类似，直播内容和营销形式也呈现趋同现象，千篇一律的内容缺乏自身的创新点，导致了消费者难以区分商品和出现视觉疲劳。农产品的直播销售策略中，没有找准定位，锚准目标群体，并且更加在意产品的口感和营养价值，缺乏对产品背后的文化价值和制作工艺的深入挖掘宣传，没有注入当地文化的特色形象，也就难以形成区别于其他产品的产品特色和品牌差异化。同时在直播售卖过程中，对产品只是单纯地进行叫卖，缺乏与用户之间的互动，难以使用户保持新鲜感和对产品的兴趣。



## 4.2. 人才短缺，人才培养体系不完善

随着农产品电商和直播领域的竞争发展，对于人才的需求也越来越大，特别是在电商运营、技术开发、市场营销等相关方面的人才。受限于之前的农村发展状况以及当前农产品直播电商的发展时间较短，从事于农村电商服务人群的文化水平不高、专业技术能力不强，造成了许多有发展潜力的农村电商项目无法推进。一方面，农村地区的生活条件和社会福利相较于城市的差距较大，使得部分人群不愿意在农村工作发展；另一方面则是薪酬问题，相较于城市地区，农村地区可能难以提供较高的薪资报酬。此外，缺乏完善的人才培养体系也是一个重要原因，注重理论、缺乏实操，无法为当前从事农村电商行业的人员提供有效的培训，也难以输送新鲜人才进去。

## 4.3. 产品参差不齐，供应链不稳定

尽管目前存在部分直播电商深入农产品供应链全链条，但是更多的农村电商模式是以信息中介的形式服务，由此造成了农产品的质量难以保证。究其原因，很多农村地区仍然采用传统的生产方式，并且部分农产品在生产过程中缺乏统一的标准和规范，致使最后的产品质量无法保证。此外，部分商家为了追求利润以次充好，导致产品质量参差不齐。最后则是因为物流因素，冷链物流发展水平不足，导致某些产品无法及时送达销售。供应链涉及多个环节，对于稳定性的要求较高，而农产品本身的时效性和物流水平发展的不均衡，致使农产品供应链不稳定，这是“直播 + 电商”模式本身难以克服的。

## 5. 直播电商促进农村经济发展的实践路径参考

### 5.1. 立足本土特色，讲好农产品品牌故事

“直播 + 电商”模式作为当前农产品营销的主要路径，应当立足于本土特色，讲好农产品品牌故事，赋予农产品品牌丰富的文化内涵。首先，深挖当地的特色资源，包括文化、民风民俗、自然景观或是农产品。并在专业的策划下，使得这些资源进一步成为特色农产品品牌，又借由直播的方式传播品牌文化，强化品牌效应，逐渐使消费者对某种农产品的认同转变成对某种品牌的认同。例如，在民族特色文化底蕴深厚的地区，结合当地民族特色，赋予农产品品牌以民族标识，可以是特色服装、楼房亦或是其他特色符号；在地理环境特殊的地区，则结合当地自然环境，赋予农产品品牌以地理环境标识，从产品的来源和形成丰富品牌内涵。直播的形式和内容就必须具备创新性，在体现产品实际价值的情况下，还要展示出区别于其他品牌的特色文化内涵。可以通过构建差异化的直播场景，将产品的生产种植过程和品牌文化结合，区别于其他同种类型产品。但是就全国而言，农村各地发展差别较大，应当结合自身的发展情况综合考虑，在经济发展较好和基础设施较为完善的地区则可以构建专业的直播场地、构建特色文化品牌的产业园等，形成互补产业，直播电商可以通过特色文化产业园和专业的场地形成差异化直播吸引更多的流量，农产品则可以通过直播电商获取更多的客户群体。而在经济发展较弱和基础设施不怎么完善的地区，直播电商可以通过深入乡间田里的方式展示农产品的产生过程和来源，突出产品的绿色健康等优点，或是凭借古法传承吸引流量，为当地农村经济发展形成助力。

### 5.2. 挖掘直播电商新人才

任何行业要想实现蓬勃发展，都不可缺少新鲜血液的注入，“直播 + 电商”模式也是如此。一方面，可以借助互联网联合直播平台和电商平台，引导农户进行直播电商的模仿学习，吸引其他群体加入直播电商行业；另一方面，可以借助明星或者网红，快速积累品牌基础，形成品牌知名度。此外，政府可以牵头组织当地农户进行直播电商的系统性培训和提供相关的政策支持，如可以邀请直播电商方面的专业人士开办讲座和课程，又或是鼓励当地直播电商行业的交流合作、建设直播基地等。最重要的一点在于提

高直播电商人才的福利和薪酬待遇，才能真正建立吸引人才的良好机制。直播电商作为助力农村经济发展的新兴形式，重点在于培养当地人群的接受能力，让当地农户知道其优点以及能够带来的好处，从政府主导变为政府引导，逐渐形成稳定的产业链，增加居民收入，反过来带动人才的回归流入，为当地农村经济发展添砖加瓦。

### 5.3. 遴选优质产品，夯实供应链基础

无论是何种发展模式，产品质量始终是关键，不仅是供应链的基础，也是用户最为关心的地方，是客户对直播电商产生信任的关键之处。确保农产品的品质和稳定供应，可以通过以下几个方面进行。第一，建立统一的商品质量检测中心，为农产品设立统一的标准，同时加大对商品来源的可追溯性重视，实现对残次产品的精准追责，从源头保障农产品的品质；第二，建立完备的仓储和物流体系，保障农产品在运输途中的质量，为顾客按时按质地提供对应的农产品，特别是一些保鲜要求高和期限短的产品，只有完备的仓储和物流体系才能实现直播电商销售模式；第三，建立反馈机制和完善的售后保障机制，在提供售后服务的同时收集对农产品的反馈意见，以便于改进升级，对于客户的要求和反馈要及时处理修正，产品是农产品品牌的基础，客户的满意度口碑是品牌发展的强大助推。“直播 + 电商”模式是一个完整的产业供应链，直播链接生产端和消费者，物流实现产品的精准流通，其中产品是基础、直播是手段、物流是关键，生产端和消费者是供应链两极，唯有保障源头产品的稳定供应和品质，才能发挥供应链的优势，使得直播电商助力农村经济发展。

## 6. 结语

乡村振兴战略持续推进的背景下，“直播 + 电商”模式的发展，为农村经济发展提供了强有力的支持。在 5G 技术的普及和农村互联网基础设施的前提下，直播电商不仅为农村经济发展提供了广阔的市场，也为其提供了多元化发展途径和新的机遇，但是仍然存在对当地文化挖掘不深、缺乏完善的人才培养机制和产品质量参差不齐等问题。因此，可以从建设本土特色农产品品牌、挖掘直播电商新人才和遴选优质产品等方面推进直播电商发展，助力农村经济发展。

## 参考文献

- [1] 王志和. “直播 + 电商”如何助力乡村振兴[J]. 人民论坛, 2020(15): 98-99.
- [2] 方雪梅, 蔡永强, 朱智琪, 缪雨, 曲冉. 直播电商对农村经济的影响[J]. 商业文化, 2021(33): 36-37.
- [3] 曹子诺, 李遨, 韩旭, 等. 电商直播助推农村经济发展路径探究——以保定市为例[J]. 全国流通经济, 2025(4): 129-132.
- [4] 葛林. 我国农村电商供应链模式及创新发展研究[J]. 农业经济, 2022(2): 128-130.
- [5] 吕永洁. 直播助农初级模式及其升级路径探析[J]. 当代电视, 2021(9): 26-29.
- [6] 常晋. 基于乡村振兴背景的电商下沉对农村经济的影响研究[J]. 农业经济, 2024(2): 127-130.
- [7] 安徽省商务厅关于合肥肥东: 农村直播电商点燃乡村发展“新引擎” [Z]. 2024-05-07.
- [8] 安徽省肥东县人民政府关于 2025 年政府工作报告[Z]. 2025-04-14.
- [9] 周健, 叶江, 叶梦雨. 追农时贴“地皮”浙江松阳“跑山货郎”播出乡村经济新活力[Z/OL]. 中国新闻网. [https://my.mbd.baidu.com/r/1F0gufo7POM?f=cp&u=a13ba340864afc65&urlex=7B%22cuid%22%3A%220i-Li0aPva\\_0u28Q\\_uSSuYuB2ujH8vi00a-zag8PvfKk0qqSB%22%7D](https://my.mbd.baidu.com/r/1F0gufo7POM?f=cp&u=a13ba340864afc65&urlex=7B%22cuid%22%3A%220i-Li0aPva_0u28Q_uSSuYuB2ujH8vi00a-zag8PvfKk0qqSB%22%7D), 2025-05-17.
- [10] 赖书闻. 海南举办乡村振兴电商直播大赛[N]. 工人日报, 2024-08-16(05).
- [11] 连城. “土货”变“网货”电商跨步走[N]. 福建日报, 2024-07-19(03).
- [12] 吴雅艺, 黄水林, 谢苇妍. 连城: 电商赋能, 激活县域经济增长极[Z]. 东南网, 2025-04-21.