

乡村振兴背景下农产品电商直播带货的责任机制研究

王龙雨

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年8月11日; 录用日期: 2025年8月25日; 发布日期: 2025年9月9日

摘要

在乡村振兴战略深入推进背景下, 农产品电商直播带货作为连接小农户与大市场的新兴业态, 为农村经济发展注入了强劲动力。然而, 当前农产品直播带货领域存在产品质量参差不齐、虚假宣传、售后保障缺失等问题, 暴露出责任主体模糊、责任边界不清、监管机制不完善等深层次矛盾。本文通过系统分析乡村振兴背景下农产品电商直播带货的责任主体构成及责任缺失现状, 并探究责任缺失的原因, 构建多主体协同的责任机制, 旨在为规范农产品电商直播带货行业发展、保障消费者权益、推动乡村产业振兴提供理论参考和实践路径。

关键词

乡村振兴, 农产品电商, 直播带货, 责任机制

Research on the Responsibility Mechanism of Live Streaming Carrying of Agricultural Product E-Commerce in the Context of Rural Revitalization

Longyu Wang

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 11th, 2025; accepted: Aug. 25th, 2025; published: Sep. 9th, 2025

Abstract

In the context of the in-depth promotion of the rural revitalization strategy, agricultural products

文章引用: 王龙雨. 乡村振兴背景下农产品电商直播带货的责任机制研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 1004-1011.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1493006

e-commerce live streaming with goods, as an emerging industry connecting small farmers with the big market, has injected a strong impetus for the development of rural economy. However, there are problems such as uneven product quality, false propaganda, and lack of after-sale protection in the current field of agricultural products live streaming with goods, exposing deep-rooted contradictions such as ambiguous responsibility subjects, unclear responsibility boundaries, and imperfect regulatory mechanisms. This paper systematically analyzes the composition of the responsible subject and the current situation of the lack of responsibility of the agricultural e-commerce live streaming with goods in the context of rural revitalization, explores the deeper reasons for the lack of responsibility, and builds the framework of the responsibility mechanism of multi-body synergy. It aims to provide theoretical references and practical paths for regulating the development of agricultural products e-commerce live streaming industry, safeguarding consumer's rights and interests, and promoting the revitalization of rural industry.

Keywords

Rural Revitalization, Agricultural E-Commerce, Live Streaming with Goods, Responsibility Mechanism

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

乡村振兴战略是新时代“三农”工作的总抓手，其核心目标旨在实现产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的新时代乡村新景象。为实现这一目标必须找到适合农业、农村以及农民的新兴发展之路。2022年，中央一号文件提出：“实施‘数商兴农’工程，推进电子商务进乡村，促进农副产品直播带货规范健康发展”。而产业振兴作为乡村振兴的重中之重，需要通过创新业态模式激活农村资源要素，拓宽农产品销售渠道。基于这一背景，电商直播带货凭借互动性强、传播速度快、转化率高等优势，成为农产品上行的重要渠道。

随着电商直播带货的迅猛发展，也出现了虚假宣传、质量“翻车”、退换货困难等诸多问题。2024年，全国市场监管部门共受理消费者投诉1862.5万件，同比增长7%。从投诉问题来看，售后服务问题440.3万件、质量问题363万件、食品安全问题232.7万件、合同问题149.8万件、不正当竞争问题104.1万件，分别占比23.6%、19.5%、12.5%、8%、5.6%。其中，售后服务问题诉求量已连续两年居于首位，均超过400万件¹。然而，农产品电商直播带货也面临着同样的问题，若这些问题得不到妥善解决，不仅会损害消费者权益，也会制约农产品品牌建设和农村电商的可持续发展，这与乡村振兴战略中“质量兴农、品牌强农”的目标背道而驰。上述列举出的一系列问题，与农产品直播带货涉及多方主体的责任是否明确息息相关。由于现有研究多聚焦于农产品电商直播模式、影响因素及经济效益，对农产品电商直播带货主体责任机制的系统性研究较为缺乏。因此，构建科学合理的农产品电商直播带货责任机制，明确各参与主体的责任边界，规范市场行为，成为推动农产品直播带货健康发展、助力乡村振兴的关键课题。本文旨在探究乡村振兴背景下农产品电商直播带货的责任主体构成及责任缺失现状，找出其中存在的问题并提出相应的建议，以期为农村农产品电商可持续发展研究提供有益的参考和借鉴。

¹来源于国家市场监督管理总局《2024年消费者投诉举报呈现九大特点》。

2. 乡村振兴背景下农产品电商直播带货概述

2.1. 农产品电商直播带货的定义

农产品电商直播带货是指依托电商平台，如抖音、淘宝、拼多多等，以实时视频直播为媒介，由农户、合作社、农业企业等农产品生产经营主体与主播合作，通过展示农产品的生产环境、生产过程、品质特点、食用场景，结合实时互动引导消费者在线下单购买农产品的新型电商营销模式。农产品电商直播带货的核心特征主要包括实时性、互动性、场景化，其优势在于可借助弹幕提问、即时答疑互动形式增强消费者信任，同时，也能通过产地直连、现摘现发场景营造，突出农产品的新鲜度、地域特色或生态属性，最终实现农产品从生产端到消费端的高效对接，兼具拓宽销售渠道、提升农产品附加值、助力农户增收多重功能。

2.2. 农产品电商直播带货的责任主体与内容

基于农产品电商直播带货“生产-流通-销售-售后”全流程，结合乡村振兴战略对多元主体的协同要求，农产品电商直播带货责任主体与内容涵盖：其一，农户与合作社作为农产品生产者或供应者应承担农产品质量控制、标准化生产责任，按照标准进行生产，规范农药、化肥使用，确保农产品质量安全；其二，主播与MCN机构在农产品电商直播带货中也扮演着重要角色，主播是直播带货的直接参与者应承担宣传真实、产品合规等责任，MCN机构作为主播的运营方应承担管理与连带责任；其三，电商平台作为交易场所提供者，承担资质审核、内容监管、纠纷处理等责任，即严格审核农户、合作社、主播的资质，要求提供产品质检报告、生产基地信息，并运用AI技术与人工审核结合的方式检测直播内容及时删除虚假宣传、夸大功效的信息；其四，政府部门应承担政策引导、监管执法、公共服务等责任，制定促进农产品电商直播发展的扶持政策将其纳入乡村振兴规划，并完善相关法律法规、打击假冒伪劣、数据造假行为，为农产品电商直播搭建农产品溯源平台；其五，行业协会应承担行业自律、标准制定、指导培训等责任，即建立黑名单制度对违规主体进行公示、引导企业诚信经营，牵头制定农产品直播带货行业标准。

2.3. 乡村振兴与农产品电商直播带货的协同发展

首先，政策支持为协同发展提供保障。乡村振兴战略的实施为农产品电商直播带货提供了政策红利。2021年中央一号文件首次提出“发展农村电商和快递物流配送”。健全县、乡、村寄递服务体系，补齐农村寄递物流基础设施短板，推动农村地区流通体系建设，实现乡乡有网点、村村有服务²。同时，地方政府积极响应中央号召，如浙江省实施“千万工程”电商助农计划，深化“互联网+”农产品出村进城越洋，实施村播计划，办好“网上农博”。并通过资金补贴、培训扶持、基地建设等政策，推动农产品直播与乡村振兴深度融合[1]。

其次，技术进步为协同发展提供支撑。数字技术的普及推动农产品直播向农村渗透。工业和信息化部相关负责人表示，截止2024年，我国农村网民规模已超过3亿，累计建成5G基站408.9万个，5G用户普及率达到了69.6%，千兆宽带用户达到了1.96亿户，实现了县县通千兆、乡乡通5G、村村通宽带，这为田间直播、产地溯源提供了网络基础[2]。同时，直播设备的轻量化和智能化降低了技术门槛，使农户可以直接参与直播。

最后，市场需求为协同发展提供动力。消费升级背景下，消费者对绿色、特色农产品的需求日益增长，农产品直播以“原产地直供”“场景化体验”满足了消费者对产品真实性和安全性的诉求，因此，市

²2021年8月20日，国务院办公厅印发《关于加快农村寄递物流体系建设的意见》，国办发(2021)29号。

场需求拉动了农户、企业等主体积极参与直播。随着“直播+”电商平台的迅猛发展，这一路径成为农产品出售、农户收入增加的主要渠道，也成为了助力脱贫攻坚、振兴乡村的新引擎[3]。市场需求与农户增收需求的契合，为责任机制构建提供了内生动力，倒逼各主体提升责任意识以维持市场责任。

3. 农产品电商直播带货责任缺失的具体表现及影响

尽管当前农产品电商直播带货推动了农产品网络零售额的大幅增长，创造了许多农村就业岗位，提高了农民收入，促进了新业态，为乡村振兴注入了新动能。但在实践中农产品电商直播带货的售后问题、质量问题、食品安全等问题仍缺乏有效的规范和治理，其根本原因在于农产品从生产到出售这一过程中各环节责任主体和责任内容有所缺失。

3.1. 农产品电商直播带货责任缺失的具体表现

3.1.1. 农户与合作社责任能力不足

主要体现在以下三个方面：其一，品控水平低。小规模农户缺乏标准化生产意识，在生产环节违规使用农业农药、化肥或在种植养殖过程中非法添加非食用物质，导致农产品质量不稳定。其二，契约精神欠缺。部分农户因市场价格波动，拒绝履行订单或偷换产品等级，发货产品与直播展示样品质量不符，从而引发交易纠纷。其三，品牌意识薄弱。小规模农户缺乏对地方特色农产品品牌的维护，同质化竞争严重，难以形成可持续的直播竞争力[4]。

3.1.2. 主播与 MCN 机构责任失范

主要体现在以下三个方面：其一，虚假宣传普遍。部分主播夸大农产品功效，如宣称野菜能治疗癌症、土鸡蛋含抗癌物质，虚构产品产地将普通产品冒充高山特产、野生产品等行为频发。其二，选品把关不严。部分主播为追求高佣金，未实地考察产品，仅根据供应商提供的资料盲目推荐质量不合格的产品，导致劣质产品流入市场。其三，利益分配失衡。MCN 机构向农户收取高额培训费，主要侧重流量获取，从而进一步压缩农民利润空间，忽视对农户责任规范和合规经营培训，背离助农初衷。

3.1.3. 平台责任履行不到位

主要体现在以下三个方面：其一，审核流于形式。为追求流量，平台对入驻主体资质审核流于形式允许无资质农户直播销售食用农产品，放宽对主播资质、产品质量的审核。其二，售后保障薄弱。农产品因物流延误、保鲜不当引发的纠纷频发，但平台退款、理赔机制繁琐，使消费者维权时遭遇平台推商家、商家推物流的踢皮球现象。其三，数据治理缺失。平台对直播销量、观看人数等数据的监控不足，导致“虚假繁荣”现象普遍，从而误导农户与消费者[5]。

3.1.4. 政府监管责任不足

主要体现在以下三个方面：其一，法律法规滞后。现有法律对农产品直播中“虚假宣传”“数据造假”等行为界定模糊，处罚标准不明确，导致执法难度大。其二，监管资源不足。农村地区市场监管力量薄弱难以覆盖偏远地区的直播行为，以及跨区域监管协同不足，出现监管真空或重复。其三，政策执行偏差。部分地方政府将直播带货作为政绩工程，重流量轻监管，对违规行为“睁一只眼闭一只眼”[6]。

3.1.5. 行业自律机制未成熟

主要体现在以下两个方面：其一，由于行业协会覆盖面有限，对中小主播与偏远地区农户的约束力不足。其二，行业标准不统一，使不同平台的审核规则差异较大，导致主体行为缺乏统一规范。

3.2. 农产品电商直播带货责任缺失的影响

农产品电商直播带货中责任缺失不仅会直接损害消费者权益,更对农业产业发展、农民长远利益及政策目标的实现产生严重影响,具体来说:第一,损害农民利益。责任缺失对农民利益的损害具有即时性与累积性双重特征,最终导致“信任危机-市场萎缩-收入下滑”的恶性循环。当直播中频繁出现农药残留超标、以次充好、生鲜腐烂等问题时,消费者会对特定农产品甚至产区形成“劣质标签”认知,造成短期内农产品直接滞销。此外,小农户的生产经营高度依赖于地域信誉,而责任缺失会摧毁这种脆弱的信任基础。例如,某山区因部分农户在直播中用普通核桃冒充野生山核桃,导致整个产区的核桃在电商平台被贴上“欺诈”标签,即使后续规范经营农户也难以获得订单。第二,制约产业升级。农业产业升级的核心是标准化生产-品牌化运营-附加值提升,而责任缺失直接打断这一进程,使产业长期困于低价竞争-质量下滑的恶性循环。标准化是产业升级的基础,但责任缺失下,违规成本低于合规成本成为潜规则,最终使整个产业的标准化进程停滞。另外,品牌的核心是信任,而责任缺失使农产品失去可信賴的依托,这将使消费者无法通过直播内容辨别“地理标志产品”“有机产品”的真伪,最终只能选择低价优先,倒逼农户放弃品牌建设,转向以价换量。第三,削弱政策效能。政府推动农产品直播带货的核心目标是激活农村产业、促进农民稳定增收、缩小城乡差距,但责任缺失导致政策执行走样,从长效赋能退化为短期政绩。乡村振兴要求产业兴旺需具备可持续性,而责任缺失下的助农直播往往沦为“一次性流量秀”。地方政府为追求直播场次、销售额等政绩指标,忽视质量管控,导致后续投诉率激增,这不仅未带动农民增收,反而消耗了政府公信力。

4. 乡村振兴背景下农产品电商直播带货责任机制的路径选择

农产品电商直播带货责任机制应明确全流程各环节主体的责任与内容,以保障农户增收和消费者权益为核心,形成“农户守源头、平台管全程、主播严选品、政府强监管、社会广监督”的责任协同治理机制,为农村农产品电商可持续发展提供保障。

4.1. 强化农户与合作社源头责任

农户作为农产品生产源头,其责任履行能力是直播带货质量的基础。需通过组织整合、能力培训,推动小农户融入标准化、规范化的直播供应链,从被动参与转向主动负责,具体来说可从以下两个方面着手:第一,深化“合作社+直播”组织模式,强化集体责任纽带。引导分散农户以土地、劳动力或产品入股组建专业合作社,由合作社承担直播对接的统一角色,一方面合作社集中开展生产管理,制定统一的种植、养殖标准,另一方面合作社作为农户与主播、平台对接主体,签订统一的供货协议,明确交货时间、质量标准与违约条款,避免个体农户因契约意识不足导致的履约纠纷。第二,构建“三位一体”能力培训体系,提升责任履行素养。针对农户数字技能不足、法律知识欠缺、品控意识薄弱等问题,联合政府、平台、行业协会开展分层培训包括:基础数字技能培训、法律与规则培训、品控与品牌意识培训。

4.2. 规范主播与MCN机构中间责任

主播与MCN机构是连接农户与消费者的关键纽带,其选品把关、宣传合规与售后协同能力直接影响直播公信力。需通过机制设计压实“前端审核、终端宣传、后端协同”的全链条责任,避免“重流量轻责任”的短视行为,具体来说可从以下三个方面着手:第一,建立“农产品选品委员会”制度,筑牢质量第一道防线。要求MCN机构必须设立选品委员会,制定“三审三查”选品流程包括:一审资质,农户或合作社的生产许可证、质检报告、“三品一标”认证等;二审实地,需至少派1名委员会成员赴生产基地考察;三审样品,随机抽取3份以上样品送第三方检测机构,重点检测农残、重金属等指标。对未通

过选品流程的农产品，严禁进入直播环节。第二，专门为主播开展“助农责任培训”，由行业协会牵头，联合市场监管部门开发标准化培训课程，课程内容主要涵盖：法律红线、农产品特性、助农伦理等。第三，将社会责任纳入考核体系，引导长期主义导向。MCN 机构需建立主播“责任 KPI”，与流量分配、薪酬激励直接挂钩，其中基础指标包括宣传合规率、售后响应速度，加分指标包括助农成效、消费者满意度。

4.3. 压实平台主体责任

电商平台作为直播交易的组织者与管理者，其责任履行能力体现在对全流程的精细化管控上。需通过技术工具开发、准入门槛优化与违规惩戒强化，实现“既放活又管好”，让平台从被动监管转向主动治理，具体来说可以从以下三个方面着手：第一，开发“农产品直播智能助手”，以技术降低合规成本。鼓励平台投入研发专项基金，开发针对农产品直播的智能工具，如合规预警功能，实时监测直播话术，当出现“有机”“原生态”等关键词时，自动弹窗提示主播展示认证证书；当提及“治病”“抗癌”等功效性描述时，立即发出警告。第二，实施“宽进严管”准入机制，兼顾包容性与规范性。针对农户数字化能力弱、合规成本高的特点降低入驻门槛，如简化农户注册流程，支持凭身份证、土地确权证明直接入驻。同时，严格违规惩戒建立“阶梯式处罚清单”，对于首次违规给予警告并限期整改，二次违规限制直播时长，三次及以上违规或严重违规直接封号并扣除保证金[7]。第三，延伸供应链服务，降低责任履行的客观障碍。平台需发挥资源整合优势，为农户提供供应链支持，如开放消费数据向合作社推送“热门农产品品类”“消费者偏好规格”等信息，指导农户按需生产，减少供需错配导致的售后纠纷[8]。

4.4. 提升政府监管效能

政府监管是农产品电商直播责任机制的兜底保障，而法律法规与标准体系是农产品电商直播责任机制的制度基石。当前农产品直播领域存在的责任失范问题，其根源在于法律滞后性、标准碎片化与政策协同不足。需通过立法升级、标准统一与政策衔接，构建“有法可依、有标可循、协同发力”的制度环境，为责任机制落地提供刚性约束。

4.4.1. 立法完善：填补法律空白，明确责任边界

针对农产品直播带货的特殊性，需在现有法律框架基础上精准立法，解决“责任认定难、处罚力度弱”的问题，具体来说可以从以下两个方面着手：第一，修订《电子商务法》，增设“农产品直播专章”，明确农产品直播与普通商品直播的差异条款，如对“有机”“绿色”“地理标志”等特色农产品，要求直播中必须同步展示认证证书编号及查询方式，禁止“傍名牌”使用近似地理标志。第二，制定《农产品直播营销管理办法》，细化全链条责任条款，区分不同主体即主播、平台、农户、物流企业的义务与处罚标准。

4.4.2. 标准统一：打破标准碎片化，实现全流程规范

农产品直播非标准化是责任纠纷的重要诱因，需由农业农村部牵头，联合市场监管总局、中国农产品流通协会等单位，制定覆盖生产、宣传、售后的统一标准体系，让责任履行有标尺，具体来说主要可以从以下三个方面着手：第一，在生产环节，可制定《直播农产品生产技术规范》，按品类明确种植或养殖标准。如生鲜产品水果、蔬菜需标注种植周期、农药使用清单、采收时间，要求每批次产品附县级以上检测机构出具的农残报告。标准实施后，未达标的农产品不得进入直播供应链。第二，在宣传环节，出台《农产品直播宣传术语规范》，对易引发歧义的术语进行明确定义与限制。如“有机产品”，必须取得有机认证且在有效期内，直播中需展示认证证书原件及查询链接，禁止“疑似有机”“等同于有机”等

模糊表述；第三，在售后环节，发布《农产品直播售后处理指南》，针对农产品易腐、运输损耗大的特点明确退换货标准。如生鲜产品签收后 24 小时内发现变质、损坏的，可无理由退货，运费由商家承担，因物流运输导致损耗率超 5% 的，由物流企业按比例赔付等。

4.4.3. 技术赋能：构建“智慧监管”体系，破解“监管滞后”难题

由于传统监管依赖人工巡查，难以应对直播的即时性、跨区域性特点。需以技术为支点，建设全链条、智能化的监管平台，实现从“事后处罚”向“事中预警、事前防范”转变，具体来说可以从以下三个方面着手：第一，搭建省级“农产品直播监管中枢平台”。整合农业农村、市场监管、网信等部门数据资源，打通与抖音、淘宝等主流平台的接口，实现直播数据“实时抓取、智能分析、精准预警”[9]。第二，开发“移动执法助手”APP，实现监管“指尖化”。为基层执法人员配备专用移动终端，如跨区域协作为发现跨省违规直播时，可通过 APP 向产地或主播所在地监管部门发起协查请求，附取证材料，实现“一键转办、限时反馈”。第三，对接区块链溯源系统，强化源头监管。将政府主导的“农产品质量安全追溯平台”与直播监管平台打通，要求直播农产品必须绑定唯一溯源码，消费者扫码可查看种植记录、农残检测报告、物流信息，监管部门则可通过溯源码反向追溯生产主体。

4.5. 加快净化行业自律

行业协会作为连接政府与市场的桥梁，其自律管理能弥补政府监管的灵活性不足，需通过职能强化、标准制定与信用约束，推动行业从“被动合规”转向“主动负责”，具体来说可以从以下两个方面着手：第一，支持行业协会发展，赋予实质性自律职能。政府通过购买服务、授权委托等方式，提升协会在责任治理中的作用。如标准制定权，由协会牵头制定《农产品直播行业自律标准》，细化“选品流程”“宣传话术”“售后承诺”等内容，标准可作为监管部门执法参考。第二，推动头部企业签订《助农直播责任公约》，发挥示范引领。由协会发起，组织抖音、淘宝、拼多多等平台，以及头部 MCN 机构、大型合作社签订公约，其中核心条款包括：拒绝“流量至上”，不搞“低价倾销”“刷单炒信”；保障农户利益，佣金抽成不超过 15%，不收取“坑位费”“服务费”；公开助农数据，接受社会监督。公约签订后，协会定期组织履约检查，对违反公约的企业进行约谈、曝光，直至取消行业资格[10]。

5. 结语

农产品直播带货已成为乡村振兴的重要引擎，促进了农民脱贫和农村产业升级，丰富了农产品的展示形式，可以更好地满足消费者的需求。但与此同时，农产品直播带货在快速发展中面临着质量失控、售后缺位、责任推诿等突出问题。其根源在于农户与合作社责任能力不足、主播与 MCN 机构责任失范、平台责任履行不到位、政府监管责任不足、行业自律机制未成熟，需通过系统性的责任机制加以解决。因此，振兴乡村，做好农产品电商直播带货关键要强化农户源头责任、压实平台主体责任、规范主播行为责任、提升政府监管效能、发挥行业协会自律的作用，形成相互协同的合作治理模式，从而进一步保证农产品质量，提升消费者体验。随着乡村振兴战略的深入推进和数字技术的不断发展，农产品电商直播带货责任机制将不断完善，逐步实现责任清晰、协同高效、监督有力、激励有效的治理目标，为农业农村现代化和农民共同富裕提供有力支撑。

参考文献

- [1] 浦徐进, 赖德凌, 金德龙. 按收购量补贴还是按收购价补贴?——电商扶贫的政府补贴政策研究[J]. 中国管理科学, 2023, 31(8): 32-40.
- [2] 李锐. 工业和信息化部:“十四五”时期 5G 网络力争乡镇全覆盖、行政村基本覆盖[N]. 农民日报, 2021-11-22(003).

-
- [3] 张绚. 主流媒体直播带货助力乡村振兴的路径创新——以广西广电“我为我家乡代言”活动为例[J]. 中国广播电视学刊, 2022(5): 117-120.
- [4] 吴琮. 互联网与农产品直播营销策略分析[J]. 现代企业, 2018(10): 78-79.
- [5] 李蕊, 李奇玥. 论电商平台农产品数据共享的法治路径[J]. 湖北社会科学, 2023(12): 133-143.
- [6] 佟曾, 王一雯, 王洪明. “政府+网红”带货模式助力乡村振兴的实践与思考[J]. 农业经济, 2021(7): 138-139.
- [7] 郑梧桐. “数商兴农”背景下农产品电商直播发展现状与对策[J]. 农村经济与科技, 2025, 36(11): 236-239.
- [8] 李思言, 杨靖, 耿霞飞. 加快建设农产品电商平台优化供应产业链[J]. 河北农业, 2024(7): 14-15.
- [9] 胡可鑫. 数字经济下农产品电商直播发展路径研究[J]. 山西农经, 2024(13): 50-52.
- [10] 周娜娜. 基于 4p 理论的农产品电商企业营销策略研究[J]. 物流工程与管理, 2022, 44(9): 68-70.