

乡村振兴背景下电商直播助农模式的困境与对策研究

卢有霖

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年8月3日; 录用日期: 2025年8月15日; 发布日期: 2025年9月4日

摘 要

党的二十大报告提出要全面推进乡村振兴, 坚持农业农村优先发展, 坚持城乡融合发展, 畅通城乡要素流动。乡村振兴战略是当前我国经济发展的重要战略, 随着乡村振兴战略的深入实施, 在此背景下电商直播作为新兴的互联网经济形态发展势头迅猛, 在促进农产品销售、拓宽农产品销售渠道和推动发展乡村经济等方面起到了重要的作用。本文主要分析了乡村振兴背景下电商直播助农模式的现实意义, 以及当前我国电商直播助农模式面临电商直播专业领域人才匮乏、基础设施与物流服务滞后、品牌宣传效应不强的现实困境, 并给出电商直播助农模式的解决对策, 有助于为乡村振兴战略下的电商直播助农提供理论指导与实践参考。

关键词

乡村振兴, 电商直播, 助农, 对策

Dilemma and Countermeasures Research on E-Commerce Live Streaming Mode of Assisting Agriculture in the Context of Rural Revitalization

Youlin Lu

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 3rd, 2025; accepted: Aug. 15th, 2025; published: Sep. 4th, 2025

文章引用: 卢有霖. 乡村振兴背景下电商直播助农模式的困境与对策研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 565-571.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1492948

Abstract

The report of the 20th CPC National Congress proposes to comprehensively push forward the revitalization of the countryside, adhere to the priority of the development of agriculture and the countryside, adhere to the integrated development of urban and rural areas, and unimpeded urban and rural factor flow. Rural revitalization strategy is an important strategy for China's economic development at present, with the in-depth implementation of the rural revitalization strategy, in this context, e-commerce live streaming as an emerging form of Internet economy is developing rapidly, and plays an important role in promoting the sale of agricultural products, increasing the income of rural residents and promoting the modernization of agriculture. This paper mainly analyzes the practical significance of e-commerce live streaming to help agriculture mode in the context of rural revitalization, and the current e-commerce live streaming mode of assisting agriculture in China is facing the lack of e-commerce live streaming professionals, infrastructure and logistics services lagging behind the reality of the brand publicity effect is not strong dilemmas, and to give a solution to the e-commerce live streaming mode of agriculture, which can help to provide theoretical guidance and practical references for the e-commerce live streaming to help agriculture under the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Revitalization, E-Commerce Live Streaming, Assisting Agriculture, Countermeasures

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

电商直播作为一种新型商业模式，对提升农产品销售额和带动农村经济发展具有重要意义。随着数字技术的飞速发展和助农政策的发布，电商直播与农业领域深度融合，催生了电商直播助农模式。这一模式借助互联网平台的即时性、互动性和传播力，为乡村农产品销售开辟了新路径，正逐渐成为连接农村与城市、助力农业发展的重要桥梁，在促进农民增收、激活乡村经济活力等方面展现出巨大潜力。它不仅激发了农村经济发展新动能，也为实现乡村振兴的目标提供了有力支撑。基于乡村振兴背景下，深入探讨电商直播助农模式的现实意义，探索出有助于加强电商直播助农发展效率与水平的解决对策，为推动该模式的健康可持续发展提供参考。

2. 乡村振兴背景下电商直播助农模式的现实意义

乡村振兴战略旨在通过全面提升农业竞争力，为返乡人才提供了新的就业和创业机会，促进农民持续增收，为农产品的网络销售开辟了新的渠道，最终实现农业农村现代化。电商直播助力农村不仅成为连接农村生产与城市消费、促进农户增收、提升乡村文化传播等方面的重要尝试，更是带动农业、制造业以及基础服务业同步发展的有效途径[1]。所以，乡村振兴背景下电商直播助农模式的实践与发展，其现实意义不容忽视，且具有重要的推动作用。

2.1. 有助于推动农村电商经济转型

传统农村电商主要依靠图片、文字等静态信息展示农产品，消费者只能通过有限的文字描述和图片

想象产品情况，体验感较差，购买决策往往较为谨慎。电商直播助农模式则改变农产品单一传统销售渠道，将农业与数字经济紧密结合，通过实时画面、主播讲解、在线互动等形式，将农产品的生长环境、采摘过程、品质特征等直观地呈现给消费者，让消费者获得身临其境的体验，极大地增强了消费信任，提升了购买意愿。这种结合可以提高农业生产效率与经济效益，促进传统农业向现代服务业和数字经济转型。农民通过直播展示农产品的种植、培育、采摘等过程，使消费者有力有效地监督生产的每一环节，为农村经济可持续发展注入了新活力，最终形成一个系统化的电商农业体系[2]。农产品直播的兴起为农民提供更多的创业及就业机会，让农民能够自行宣传和售卖产品，这不仅推动了农民通过电子商务实现增收和致富，吸引更多资源和资本进入农村，拉动乡村经济发展，更促使农民生活条件得到了进一步改善，促进农村经济产业化转型升级，缩小城乡发展差距，为乡村振兴的实现开辟了新思路。这种模式打破了传统电商信息传递的单向性和局限性，特别是在优化农村产业结构与经济发展模式方面显现出巨大潜力，推动农村电商从“被动展示”向“主动互动”转变，促进了农村电商经济的业态创新和模式升级，使农村电商在市场竞争中更具优势。

2.2. 有助于拓展乡村农产品发展渠道

长期以来，乡村农产品销售过度依赖本地集市、传统批发商等渠道，销售范围狭窄，市场影响力有限，且中间环节过多，农民利润被层层挤压。电商直播助农模式能够打破传统销售渠道的限制，利用互联网的无边界性，将乡村农产品推向全国甚至全球市场。给更多农产品销售提供了发展机遇，迅速扩大市场覆盖面，打破了地域壁垒和信息不对称的限制，这种便捷性极大地拓展了农产品的销售市场。农民通过电商直播平台直接与消费者沟通，突破了传统销售模式的限制，减少了中间商的参与，增加消费者对农产品的信任度，为农产品销售铺设了全新的销售渠道。不仅提高了农产品的流通效率，还能让农民直接获取市场反馈，及时调整生产策略，实现以销定产，使农民获得更多的利润空间，为乡村农产品的发展开辟了新的广阔渠道。同时，需要通过现场展示及直播互动来打消消费者顾虑，使其能快速了解并购买到不同地区的农产品。不同主播身份结合当下热议话题来介绍农产品，增强消费者与销售方的互动，为直播间带来人气流量，以应对市场竞争的挑战和满足消费者的期待，引导其合理消费并成为农产品的稳定客户源。电商直播的营销手段包括品牌推广、产品广告、促销活动、产品推介等，要充分利用电商平台的网络效应和流量红利，将产品直观地展示给消费者，增强他们的购物体验感，为农产品的长期销售提供保障，显著拓展了乡村农产品的发展空间。

2.3. 有助于优化农村产业结构

电商直播助力农村不仅为农产品推广和农民增收提供了新机遇，还通过带动农村地区加工制造业和农业的发展、增加就业、优化农业产业结构，形成了新的经济增长点[3]。电商直播助农模式的兴起，借助于直播以及短视频等渠道，对乡村农产品的品质、包装、供应链等提出了更高要求，以全新的信息交互形态颠覆了农业生产的关系与格局，线上销售使线下农产品的生产标准化、服务优质化得到有效提升，由此带动了一系列相关产业的发展。调整农业种植规划、产品创新方向、改善售后服务等方面来优化农业产业结构，为提升农产品的市场竞争力，农村会发展农产品初加工、精深加工产业，延长产业链，提高附加值。为满足直播销售的包装需求，包装设计、印刷等产业也会随之发展。为保障农产品及时送达消费者手中，物流运输、仓储保鲜等产业得到进一步完善，最终形成农产品从生产到消费的整条产业链，不仅加快农产品的流通速度，市场的良性竞争也会促使农产品提高品质和服务质量。这些产业的发展，促使政府、企业与个体之间在电商经销模式下的关系得到了转变，使农村产业结构从单一的农业生产向多元业态转变，还转变了以往农业生产中的个体经营生产模式，促进周边产业包括种植、研发、包装、

加工等一系列产业的协同发展，优化了农村产业结构，提高了农村经济的整体抗风险能力和综合效益，从而以强大的合力推动乡村振兴。

3. 乡村振兴背景下电商直播助农模式存在的现实困境

随着乡村振兴战略的迅速发展，电商直播助农虽然对于农村经济的持续健康发展产生了重要影响，但这一领域目前仍处于初级发展阶段，电商直播助农模式在乡村振兴战略持续运行情境中仍然存在许多现实困境，例如电商直播专业领域人才匮乏、基础设施与物流服务滞后、品牌宣传效应不强等问题，需要找到解决这些问题的方法，更好地推动电商直播助农模式的发展。

3.1. 电商直播专业领域人才匮乏

电商直播助农是指利用互联网直播平台展示和销售农产品，既需要熟悉农产品特性、农业生产流程，以便消费者可以实时互动，又需要直播策划、镜头表现、粉丝运营、数据分析等能力激发观众购买欲望并完成购买，这种模式极大缩短了农产品从田间地头到城市餐桌的流通时间[4]。电商直播助农是一项综合性工作，需要具备一定的专业知识和专业技能，可以灵活运用产品运营策略，又具备丰富的实践经验且敢于创新的复合型人才。直播带货是一种以主播为中心的专业化销售模式，但是由于农村地区电商发展相对落后，且缺乏相应的培训和教育资源，本地农民大多缺乏系统的直播知识和技能，难以应对复杂的市场变化和技术更新。由于乡村地区就业机会少、生活配套设施不完善等原因，且农村电商行业的利润空间有限，对相关专业人才的吸引力较低，具备营销能力的主播与拥有农业专业知识的农户，这二者之间契合度不高，使得在直播内容策划、平台推广、售后服务、客户关系维护等方面能力不足，难以有效把握市场需求和消费者喜好。同时，乡村信息闭塞程度较高，使得农民在电商直播助农中面临着信息不对称的问题。农户主播虽然深入了解自家农产品从种植到加工的全过程，但普遍缺乏对农产品销售、供应链条等深层次知识的了解，在电商直播过程中对主播的专业素养和现场表现有着极高的要求，他们不熟悉如何在网络平台上有效运营店铺，导致直播活动难以形成持续的影响力和销售力，进而削弱了对外部优秀人才的吸引力。农民认为只要产品质量过关就能吸引消费者，反而忽视了市场推广和品牌建设的重要性，制约了农产品电商直播营销渠道的优化与拓展。

3.2. 基础设施与物流服务滞后

基础设施与物流服务滞后会发生降低销售价值、损害产品品牌形象等现象，这直接影响到农产品的销量。电商直播助力农村对网络基础设施和物流服务有着较高的要求，稳定的网络和高效的物流是电商直播助农顺利开展的重要保障，才能为电商直播助农产业发展奠定坚实基础。但有些地区因长期缺乏养护而导致路面出现问题，运输过程中极易发生破损，导致产品质量降低，这严重制约了农产品的及时配送与远程市场的拓展。在部分偏远农村地区，网络基础设施建设相对滞后，存在网络覆盖不完善、网速慢、物流配送困难等诸多问题。工信部数据显示，2024年东部农村5G网络覆盖率达82%，平均下载速率达300Mbps；而西部山区农村5G覆盖率仅为35%，平均下载速率不足100Mbps，甚至出现直播中断的情况，严重影响观众的观看体验，直接降低了产品的销售转化率[5]。在物流方面，西部农产品物流成本占销售额的30%~40%，而东部仅为15%~20%，农村物流成本占比高[6]。乡村地区物流和交通条件的限制使得农村地区物流网点分布不均，一些偏远村落尚未实现物流全覆盖，农产品“最初一公里”运输困难，难以保证及时、安全地将产品送达消费者手中。而且东部农产品主产区冷链覆盖率达60%，物流损耗率约8%；西部冷链覆盖率仅20%，物流损耗率高达25%，远高于农产品10%的安全损耗阈值[6]。农产品具有易腐性，对物流的时效性和保鲜条件要求高，必须有完善的物流运输体系，但由于农村物流

基础设施落后、信息化数字化基础薄弱，农村冷链物流设施建设滞后，冷库数量不足、冷链运输车辆短缺。这种滞后并非单纯的投入不足，更源于农村物流需求分散化与物流企业规模化运营的矛盾。冷链物流体系不完善还限制着农产品销售的地域范围，导致农产品在普通物流运输过程中容易发生品质下降和损耗率增加的问题，高昂的物流配送费用也提升了农村农产品的销售成本，最后影响了产品品质和消费者的满意度。

3.3. 品牌宣传效应不强

乡村拥有丰富的特色农产品，如绿色蔬菜、优质水果、传统手工艺品等，但农民对农产品的品牌意识不强、销售的产品缺乏市场竞争力，农产品缺乏清晰的品牌定位，制约了农产品的品牌建设。农业农村部数据显示，2024 年全国农产品中拥有注册商标的仅占 28%，获得地理标志认证的不足 5%，远低于发达国家 60% 以上的品牌化率[7]。多数农产品只是在当地具有一定的名气，未能深刻理解强化品牌力对农村电商向更高层次发展的重要性，品牌建设是赢得消费者信任、整体发展的重要途径。像丹东草莓、柳州螺蛳粉、桂林米粉等品牌，达到统一的质量标准和认证体系，已形成具有不可复制特色的地理标志农产品[8]。不具有强大的品牌效应，对产品定位模糊，很容易让消费者遗忘。在电商直播中，农民往往只注重产品的销售，忽视品牌的塑造和传播，导致产品同质化严重，品牌效应不强的商品无法达到预定的销售额时，难以在激烈的市场竞争中形成独特优势。对于产品的品牌关注度意识不强，面临着品牌塑造和品牌认知度提升的挑战。部分农产品包装简陋、标准化程度低，直播场景布置、主播话术、产品展示方式等内容大同小异，无法达到全方位、全覆盖的宣传，影响了产品的市场形象和价值，使消费者难以从众多相似内容中区分和记住特定产品或品牌，会对行业的长期健康发展带来负面影响。此外，由于品牌意识淡薄，优质农产品未能通过有效的宣传手段提升知名度和美誉度，难以吸引消费者注意力和兴趣，只能以较低的价格销售，农民难以获得品牌带来的附加值，进而影响农民与企业的收益。

4. 乡村振兴背景下电商直播助农模式的解决对策

随着人工智能技术创新不断推动，电商直播在乡村振兴进程中扮演着重要的角色，其实质上是城市和乡村各种资源的有机融合，给农产品的销售带来了新的可能。但同时要充分认识电商直播助农发展中的障碍，要解决电商直播助农发展的问题，必须培养电商直播专业领域人才，推进基础设施及物流建设，强化特色农产品品牌建设，推动农村经济的持续、有效发展。

4.1. 培养电商直播专业领域人才

要积极引进外部专业人才，通过提供优惠政策、创业扶持等方式，吸引懂直播、懂运营的人才到农村发展，为农村电商直播提供技术指导和运营支持。同时，政府应加大对农村电商直播人才的培养力度，制定相关的扶持政策，培育农村新型直播人才是解决农产品销售的自强之道。政府有关部门可以组织开设电商直播培训课程，培训内容应涵盖产品知识讲解、营销策略分享、直播技巧演练等，为帮助农民了解电商直播运营的全过程，可以让学员们亲自参与到直播操作和店铺管理中，积累直播销售方面的实践经验，培育一批既懂农业又擅营销的本土主播。吸引电商企业、直播机构的专业人才下乡鼓励职业院校、培训机构与乡村合作，开设电商直播培训班，针对农民和农村创业者，开展直播技巧、平台规则、市场营销、客户服务等方面的培训，提高其实操能力。同时，支持农村返乡青年、大学生、新型职业农民等群体参与电商直播创业，培养知农爱农新型人才，政府有关部门应构建并完善信息共享平台，还应邀请直播方面的专家、学者等开展线上讲座和培训，为农产品直播领域带来创新思维与先进技术，提供直播技巧、网店运营、客户服务等方面的培训，全方位提升农民的直播实战技能与专业素养，促进农产品直播

行业的长远发展。建立创业孵化基地，提供场地、设备、资金等支持，培育一批本土电商直播带头人，形成“以点带面”的发展格局。

4.2. 推进基础设施与物流服务的差异化升级

乡村地区的网络基础设施建设是直播助农能够有效开展的重要基石，加大农村网络基础设施投入，加快 5G 网络、光纤宽带在农村地区的覆盖和升级，提高网络传输速度和稳定性，保障直播活动的顺利进行，避免出现卡顿、掉线等问题。中央财政设立 500 亿元农村网络升级基金，重点支持西部偏远地区 5G 网络和光纤宽带建设，2025 年前实现西部农村 5G 覆盖率达 60%，平均下载速率提升至 200 Mbps。同时建设现代化的物流园区和配送中心，完善农村物流体系，从源头把控农产品质量，加强生产、加工、运输等环节的质量监管，将其中涉及的所有供应环节进行无缝串联，使上下游之间建立起互利共赢的合作关系。推进“快递进村”工程，2025 年前实现全国行政村物流网点全覆盖，西部偏远地区通过“邮政+供销”合作模式建立村级服务站，给予每个站点每年 1~2 万元的运营补贴。整合邮政、快递、供销等资源，优化物流网点布局，实现村级物流服务全覆盖，解决农产品“最初一公里”运输难题，提高农村物流的可达性和便利性。加强冷链物流建设，政府应改善公路运输环境、修建货运通道等，并支持在农产品主产区建设冷库、预冷库等设施，目前我国冷链技术仍处于发展阶段，可以采取自建冷链物流配送网络、与物流方合作等方式优化物流运输线路，进一步提高冷链物流的覆盖比重，建立从田间到餐桌的冷链物流链条，实现快递就近发货、上门取货。确保农产品在运输过程中的新鲜度和质量，在货物量大的地方设置中转站，以尽可能地提高供应链的稳定性。同时引入智慧物流技术，建立“农产品物流大数据平台”，整合生产、销售、物流数据，优化运输路线，实现物流信息实时共享，降低物流空驶率 10%以上，进一步降低物流成本。鼓励发展智慧物流，利用大数据、物联网等技术，提高物流调度效率，实现物流信息的实时共享和精准对接，确保农产品能够及时、准确、高效地送到消费者手中，降低物流成本，为农产品的快速、高效配送提供有力保障。

4.3. 强化特色农产品品牌建设

农村地区应加强对农产品品牌的培育和建设，深入挖掘乡村特色资源，结合地域文化、历史传统等因素，对农产品进行精准品牌定位，打造具有地方特色的农产品品牌。政府引导农民成立专业合作社或农业企业，为特色农产品创建具有地域特色和文化内涵的品牌，实现规模化、标准化生产，统一产品质量标准、包装设计和品牌标识。加强品牌宣传推广，利用电商直播平台、短视频平台、社交媒体等渠道，通过故事化营销、场景化展示等方式，运用直播讲述品牌背后的故事，提升品牌知名度和影响力，增强消费者对品牌的认同感。建立品牌认证和溯源体系，通过绿色食品、有机食品等认证，为品牌背书，让消费者买得放心，增强品牌信任度[9]。除了利用社交媒体、短视频平台等进行全方位的品牌推广，还可以通过举办农产品展销会、品牌评选活动等方式，举办线上线下相结合的品牌营销活动，提升品牌的影响力，并加强与知名主播、网红的合作，打造具有地方特色的农产品品牌，借助其影响力提高品牌知名度和市场竞争力。

5. 结论

电商直播助农模式在乡村振兴战略中扮演着重要角色，它为农村电商经济转型、农产品渠道拓展和产业结构优化带来了新的机遇。然而，该模式在发展过程中面临着人才匮乏、基础设施滞后、品牌建设薄弱等困境。通过采取培养专业人才、完善基础设施与物流服务、强化品牌建设等对策，可以有效破解这些难题。未来，随着数字技术的不断进步和乡村振兴战略的深入实施，电商直播助农模式将不断完善和创新。政府、企业、农民等多方主体需协同发力，持续优化发展环境，推动电商直播助农模式更好地

服务于乡村振兴，为实现农业强、农村美、农民富的目标贡献更大力量。

基金项目

2025 年度渭南市哲学社会科学研究青年项目“渭华起义革命精神有机融入大中小思政课一体化教学探赜”(WN-QN2530)阶段性成果。

参考文献

- [1] 郭红东, 曲江. 直播带货助农的可持续发展研究[J]. 人民论坛, 2020(20): 74-76.
- [2] 焦澍. 乡村振兴背景下电商直播助力产业发展的模式探究[J]. 西部广播电视, 2022, 43(18): 81-83.
- [3] 郭郡郡, 叶颖. 直播助农的赋能优势、存在问题与对策优化[J]. 安顺学院学报, 2022(5): 35.
- [4] 周冰冰, 周孟杰, 曾喆. 消除贫困: 乡村振兴背景下电商直播带货与助农模式研究[J]. 视听, 2022(2): 22-24.
- [5] 工信部. 2024 年农村网络建设进展报告[R]. 2025.
- [6] 国家邮政局. 2024 年农村快递发展报告[R]. 2025.
- [7] 农业农村部. 2024 年全国农产品网络零售发展报告[R]. 2025.
- [8] 张晰朦, 苏航. 吉林省地理标志农产品跨境电商品牌策略探究[J]. 国际公关, 2022(1): 119-121.
- [9] 周瑞. 乡村振兴战略背景下电商助农存在的问题及对策[J]. 乡村科技, 2021(8): 32-33.