

数字技术赋能下农村电商直播营销模式的现状及创新研究

邹 甜

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年8月18日; 录用日期: 2025年8月27日; 发布日期: 2025年9月17日

摘 要

随着信息技术的飞速发展, 数字技术已广泛渗透到各个领域, 深刻改变着人们的生产生活方式。而在农村经济发展中, 数字技术的深入应用也为农村电商直播营销带来了新的发展机遇。直播营销作为一种新兴的营销模式, 正在深刻改变着传统农产品的销售方式, 对推动农村经济发展、促进农民增收等发挥了日益重要的作用。本文通过剖析数字技术在农村电商直播中的应用现状, 探讨其面临的挑战, 认识到农村电商直播营销目前展现出蓬勃的发展活力, 但是在人才、产品、技术、配送等各方面遭遇瓶颈, 经过深入分析提出促进农村电商直播营销健康发展的对策建议, 为推动农村电商直播营销的可持续发展, 促进农村经济增长和农民增收提供理论支持和实践指导。

关键词

数字技术, 农村电商, 直播, 农村经济发展

Research on the Current Status and Innovation of Rural E-Commerce Live Streaming Marketing Models Empowered by Digital Technology

Tian Zou

Faculty of Humanities & Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Aug. 18th, 2025; accepted: Aug. 27th, 2025; published: Sep. 17th, 2025

Abstract

With the rapid development of information technology, digital technology has widely penetrated into various fields, profoundly changing people's production and lifestyle. In the development of rural economy, the in-depth application of digital technology has also brought new development opportunities for rural e-commerce live streaming marketing. Live streaming marketing, as an emerging marketing model, is profoundly changing the traditional sales methods of agricultural products and playing an increasingly important role in promoting rural economic development and increasing farmers' income. This article analyzes the current application status of digital technology in rural e-commerce live streaming, explores the challenges it faces, and recognizes that rural e-commerce live streaming marketing currently shows vigorous development vitality, but encounters bottlenecks in talent, products, technology, distribution, and other aspects. Through in-depth analysis, it proposes countermeasures and suggestions to promote the healthy development of rural e-commerce live streaming marketing, providing theoretical support and practical guidance for promoting the sustainable development of rural e-commerce live streaming marketing, promoting rural economic growth, and increasing farmers' income.

Keywords

Digital Technology, Rural E-Commerce, Live Streaming, Rural Economic Development

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

随着信息技术的飞速发展，数字技术已广泛渗透到各个领域，深刻改变着人们的生产生活方式。而在农村经济发展中，数字技术的深入应用也为农村电商直播营销带来了新的发展机遇。直播营销作为一种新兴的营销模式，正在深刻改变着传统农产品的销售方式，对推动农村经济发展、促进农民增收等发挥了日益重要的作用。

本文旨在深入探究数字技术赋能下农村电商直播营销模式的创新路径与发展策略。通过剖析数字技术在农村电商直播中的应用现状，探讨其面临的挑战及未来的发展趋势，提出促进农村电商直播营销健康发展的对策建议，为推动农村电商直播营销的可持续发展，促进农村经济增长和农民增收提供理论支持和实践指导。

2. 数字技术与农村电商直播营销概述

2.1. 数字技术的内涵与应用

在数字化浪潮席卷全球的当下，数字技术已成为推动各行业变革与发展的核心驱动力。数字技术是一个庞大且不断演进的技术体系，它基于数字信号处理、计算机科学和通信技术，通过二进制代码对信息进行表示、处理、存储、传输和应用，涵盖了计算机科学、通信技术、互联网技术等多个领域。随着科技的飞速发展，数字技术的内涵日益丰富，其核心技术包括大数据、人工智能、云计算、物联网、区块链等，这些技术相互融合、协同发展，深刻改变着社会经济的各个方面。

数字技术在各行业的应用日益广泛，深刻改变着传统的生产生活方式。在农业领域，数字技术的应

用也为农业现代化发展带来了新机遇。例如卫星定位、传感器、无人机撒药等科学技术都为农业发展作出巨大贡献。而农产品电子商务的兴起,更是让全国各地的人都能通过网络购物平台买到农产品,打破了传统农产品销售的地域限制,拓宽了销售渠道,提高了农产品的流通效率。而近年来,随着直播带货风潮的兴起,农村电商直播也成为了农产品电子商务的又一创新模式,它借助数字技术实现了农产品的线上展示、销售和推广,为广大农民的增收和农村经济发展注入了新的动力。

2.2. 农村电商直播营销的概念与特点

农村电商直播营销是指通过互联网直播技术,以实时互动的视频形式,在农村地区推广和销售农产品、手工艺品、土特产等商品的一种新型数字化营销模式。它是乡村振兴背景下电子商务与直播技术的创新结合,旨在打破传统营销模式的时空限制,拓宽农产品的销售渠道,为农村经济发展开辟新的路径。在这种模式下,主播可以是农民、乡村创业者、专业网红、政府或企业邀请的代言人,他们通过短视频平台(如抖音、快手)、电商平台(如淘宝、京东直播)或微信视频号等工具,实时向消费者展示农产品的外观、品质等信息,与消费者进行互动交流,解答消费者的疑问,从而激发消费者的购买欲望,促成交易。

首先,农村电商直播营销具有强互动性与即时性的特点。区别于我们传统的营销模式,主播与消费者能够在直播中进行实时互动。消费者观看直播时,可以实时提问,主播能够及时回复解答,这样的实时交流既打破了买卖双方信息不对等的壁垒,让消费者能更快速、更准确地获得农产品的有关信息,又能使主播和消费者进行良性互动,营造更良好的购物氛围。另一方面,电商直播营销的即时性使卖家可以结合“秒杀”“限量折扣”等玩法,利用直播的实时性制造紧迫感,激发冲动消费。

其次,农村电商直播营销具有场景化与直观性的特点。在直播过程中,主播可以全方位、多角度地展示农产品的外观、色泽、大小等各项细节,还能通过现场品尝、试用等方式,让观众更直观地感受产品的特点和优势,增强消费者对商品真实性和品质的信任。与传统电商的图片和文字介绍相比,直播的动态展示更加生动、形象,能够更好地吸引消费者的注意力,激发消费者的购买欲望^[1]。

再次,农村电商直播营销具有低成本、低门槛的特点。相比超市、批发市场、小卖部等传统线下渠道的宣传营销,电商直播只需有智能手机和网络即可开展,减少了中间商和门面成本。利用抖音快手等直播平台,农户就可以自己进行直播卖货,宣传成本趋近于零,因此这种营销方式适合小农户或农村创业者,尤其适合助力偏远地区特产销售。另外,农村电商直播不受时间和空间的限制,消费者无论身处何地,只要有智能手机和网络连接,就可以随时随地观看直播,了解农产品信息并进行购买。这使得农产品能够更快地触达目标客户群体,让农户使用较低成本拓展了销售市场,为农产品的快速销售提供了有力支持。

最后,农村电商直播营销具有精准营销的特点。利用数字技术的大数据分析功能,农村电商直播能够根据消费者的浏览历史、购买记录、搜索关键词等数据,精准分析消费者的偏好、需求和购买习惯,从而为消费者提供个性化的农产品推荐和营销服务,提高营销效果和转化率。

3. 农村电商直播营销模式现状和问题分析

3.1. 农村电商直播营销模式的现状

近年来,农村电商直播市场规模呈现出迅猛增长的态势,展现出蓬勃的发展活力。2025年2月3日,2025年中央一号文件正式发布,“农村电商”作为关键词出现7次,创历年之最。这份文件不仅为乡村振兴划下重点,更暗藏着一套完整的县域电商发展密码。国家政策支持让更多农民、农村电商从业者以及专业主播投身其中,通过直播平台销售农产品,农村电商保持良好的增长势头。从增长趋势来看,农村电商直播市场规模在过去几年间持续高速增长。中国商务部发布的《2024年上半年中国电子商务发

展情况》显示,上半年,全国农村网络零售额同比增长 9.4%。随着中国进入新的经济和消费周期,数字农产品电商也进入高质量发展时期,呈现出东中西部竞相发展、各类农产品加速覆盖的良好态势。这一良好增长趋势得益于多方面因素的推动。

首先,互联网和移动设备的普及,为农村电商直播的发展提供了坚实的基础。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 54 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2024 年 6 月,中国网民规模近 11 亿人(10.9967 亿人),较 2023 年 12 月增长 742 万人,互联网普及率达 78.0%,越来越多的网民能够通过网络参与到电商直播中。

其次,政府对农村电商进行大力支持,出台了一系列扶持政策,2024 年中央一号文件明确提出“实施农村电商高质量发展工程”;2024 年 3 月,《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》印发,推动农村电商实现数字化转型升级。商务部、农业农村部等国家部委出台相关政策支持农村直播电商发展,各地方政府持续在直播人才、产品、供应链等方面加大政策支持力度,为农村电商直播的发展创造了良好的政策环境。

最后,淘宝、京东、抖音等各大电商平台也纷纷加大了对农村电商直播的投入,推出各种扶持计划和优惠政策,加大主播培训、公益行动、促销流量等方面的支持,吸引了大量用户和商家入驻,进一步推动了市场规模的增长。

3.2. 农村电商直播营销模式面临的问题

尽管当前我国农村电商直播发展态势良好,规模有迅猛增长的态势,但在快速发展过程中也暴露出了一系列问题。

首先,我国农村电商直播面临人才瓶颈。农村电商直播快速发展,亟需专业人才,但目前农村地区专业人才匮乏,许多农民由于缺乏专业的直播技巧和营销知识,在直播过程中无法直击产品特点、展示产品优势,与消费者的互动能力也较弱,难以有效地开展直播活动。在电商运营方面,农村地区缺乏专业的电商运营人员,运营人员对直播平台的规则和算法不了解,无法有效进行直播策划和推广,导致直播效果不佳,销售额难以提升。另外,农村地区缺乏专业的电商培训机构和师资力量,无法培养电商人才,难以满足农村电商直播发展对人才的需求。同时,由于农村地区经济发展水平较低,就业机会有限,难以吸引和留住专业人才,进一步加剧了人才短缺的问题[2]。

其次,我国农村电商直播面临产品瓶颈。产品质量是农村电商直播可持续发展的关键,但目前农村电商直播在此方面仍然薄弱。农产品的生产受自然因素影响较大,如地域、气候、土壤、病虫害等,都可能影响农产品的品质。不同产地、不同农户生产的农产品在品质、规格等各个方面都存在较大差异,缺乏统一的标准和规范,导致消费者在购买时难以判断产品质量,增加了购买风险。另外,目前我国农产品质量追溯体系不健全,消费者无法准确了解农产品的生产过程、产地信息、农药使用情况等,农产品的质量安全无法保障,影响了消费者的购买信心,进而影响农产品销量。

再次,我国农村电商直播面临技术瓶颈。电商直播对网络质量要求较高,但目前网络未全面覆盖,部分偏远地区网络质量有待提升,网络信号不稳定、网速较慢,甚至某些区域存在网络盲区,严重影响了直播的流畅性和稳定性[3]。网络不畅的问题导致直播时出现卡顿、掉线等情况,不仅降低消费者的观看体验,还可能导致消费者流失,影响销量。

然后,我国农村电商直播面临物流瓶颈。农村物流配送体系也不完善。农村地区一般地域广阔、人口分散,物流配送网点少,交通基础设施相对薄弱,物流配送网点覆盖不足[4]。许多偏远农村地区甚至没有快递网点,导致物流配送难度大、成本高,高昂的物流配送费用严重影响农产品的销售。另外,目前农产品的保鲜和冷链物流技术还不发达,对于一些易腐坏的农产品,在运输过程中难以保证其新鲜度

和品质，容易造成损耗和损失，影响农产品的销售。

最后，农村电商直播面临较大的竞争压力。市场竞争激烈导致价格战频发，许多农村电商直播从业者为了追求销量，只能降低产品价格，甚至为卖出商品亏本抛售。这一行为不仅损害了农村电商从业者自身利益，也影响了整个农村电商行业的健康发展。此外，由于传统销售渠道在消费者，尤其是年长消费者心中仍有一定的地位，一些消费者更倾向于在实体店购买农产品，这也在一定程度上阻碍了农村电商直播的发展。

4. 数字技术赋能下农村电商直播营销模式的策略建议

针对当前农村电商直播营销模式的诸多问题，现基于数字技术赋能视角，提出以下对策和建议。

第一，借助数字技术培养专业直播人才。专业人才队伍是农村电商直播发展的核心，对于促进农产品销售具有关键作用。首先，政府和农村电商相关部门应发挥作用，加大培训投入，制定系统的培训计划，针对不同层次和需求的人员，开展多样化的培训课程。可以利用数字技术开展线上线下相结合的培训，充分发挥线上培训和线下培训的优势，提升培训效果，培养专业人才队伍。可以利用在线教育平台，如腾讯课堂等，开设丰富多样的农村电商直播课程[5]。其次，吸引人才加入也是壮大专业人才队伍的重要方式。政府可出台一系列优惠政策，吸引电商专业人才、外出务工人员等返乡创业，投身农村电商直播事业。政府可对投身农村电商直播的专业直播人才提供创业补贴、税收优惠等，鼓励他们在农村地区开展电商直播业务。通过培训人才和引入人才这两种方式，为农村电商直播不断注入新力量。

第二，利用数字技术大力提升产品质量。提升产品质量是农村电商直播可持续发展的核心任务，对于增强市场竞争力、促进农民增收具有重要意义。首先，要加强农产品质量管控。建立健全农产品标准化生产体系，可以借助大数据分析技术，收集和分析大量的农产品生产数据，例如不同品种农产品在不同生长环境下的生长周期、产量、品质等数据。通过对这些数据进行深入分析，制定出科学合理的农产品生产标准和生产规范，确保农产品质量的稳定性和一致性。其次，利用数字技术建立农产品溯源系统，促进农产品标准化生产。通过建立农产品溯源系统，可以增强消费者对农产品质量安全的信任。消费者在购买农产品时，可以通过溯源系统直观地了解农产品的生产、加工和流通全过程，确保农产品的来源可靠、质量安全，从而放心购买，促进农村电商直播的销量[6]。

第三，加强数字基础设施建设。数字基础设施是农村电商直播发展的基石，对提升直播质量、优化用户体验、促进农产品销售具有关键作用。因此，加大农村数字基础设施建设投入刻不容缓。政府可以通过财政补贴、政策优惠等方式，鼓励运营商加快 5G 网络在农村地区的建设和部署，鼓励电信运营商在农村地区加大基站建设力度，提升网络覆盖率和信号质量，确保直播过程的流畅性和稳定性，提升电商直播中观看者的体验，从而提升农产品销量。

第四，依靠数字技术优化物流配送体系。完善农村物流配送体系，提升配送质量是提高农村电商直播效率和服务质量的重要保障。首先，政府应该加大对农村物流基础设施建设的投入，合理规划和布局农村物流配送网点，提高物流配送的覆盖范围和服务能力。其次，利用大数据、物联网等数字技术，建立农村物流信息共享平台[7]。通过平台，物流企业可以实时了解货物的分布和运输需求，合理安排运输路线和车辆，避免了车辆空载和重复运输，提高了运输效率，降低了物流成本。

第五，挖掘地域特色，打造农产品品牌，提升农产品市场竞争力。品牌建设是农村电商直播持续发展的重要助力。可以深入挖掘农产品生产地农村地区的自然环境、文化传统、历史传承等特色资源，结合农产品的特点，进行品牌定位和品牌形象设计，在电商直播中注重品牌宣传，借助品牌宣传视频、图片、文案等，提高农产品知名度[8]。同时，可以通过邀请网红、明星等为农产品直播助力，借助粉丝力量，扩大品牌传播范围。通过打造农产品品牌，而不是亏本降价，来提高市场竞争力，提高农产品销量。

5. 结论

本研究深入探讨了数字技术赋能下农村电商直播营销模式创新这一重要课题，对数字技术与农村电商直播营销的内涵、现状及存在问题等多方面进行研究分析，认识到农村电商直播营销目前展现出蓬勃的发展活力，但是在人才、产品、技术、配送等各方面遭遇瓶颈。本文通过研究分析，基于数字技术赋能的前提，提出一系列农村电商直播营销的创新模式，为解决当前发展中的问题提供了新的思路和方法。

展望未来，数字技术将在农村电商直播营销中发挥更为关键的作用，农村电商直播营销在数字技术的赋能下，将在技术应用、营销模式创新和市场拓展等方面取得更大的突破和发展，为农村经济发展和乡村振兴注入新的强大动力。

参考文献

- [1] 吴家倩. 数字经济背景下农村电商直播发展路径探究[J]. 农业产业化, 2025(4): 134-136, 150.
- [2] 张欣欣. 直播电商人才培养助推农村电商高质量发展实践研究[J]. 商展经济, 2025(10): 152-155.
- [3] 张航, 郝悦征, 王莉. 数字经济背景下农村电商直播的发展策略研究——以河北省保定市为例[J]. 中国商论, 2025, 34(4): 63-66.
- [4] 刘佳明. 乡村振兴背景下农村电商直播的价值、问题与进路[J]. 时代经贸, 2025, 22(2): 37-39.
- [5] 宋翠. 农村电商直播可持续发展模式探索[N]. 河南经济报, 2025-04-03(012).
- [6] 黄增和. 数字经济时代农村电商直播发展策略探讨[J]. 全国流通经济, 2025(4): 141-144.
- [7] 刘敏, 周彦. 乡村振兴背景下阜阳市农村电商直播发展策略[J]. 农村经济与科技, 2025, 36(4): 227-230.
- [8] 周海燕, 龚雨翔. 农村电商发展的问题与优化策略——基于“短视频 + 直播”视角[J]. 现代商业, 2025(1): 67-70.