

直播电商赋能乡村经济的现实困境与转型路径研究

张紫玉

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年9月4日; 录用日期: 2025年9月17日; 发布日期: 2025年10月9日

摘要

本文探讨了直播电商在赋能乡村经济过程中的价值、困境与转型路径。直播电商凭借其互动性强、即时性高等特征, 为农产品销售、乡村品牌打造及人才振兴注入了新动力。然而, 其在乡村地区的发展仍面临主体能力不足、信任危机、基础设施薄弱等多维困境。为此, 本文提出构建本地MCN机构、完善品控与溯源体系、健全配套基础服务设施等转型路径, 以推动直播电商健康可持续发展, 助力乡村振兴。

关键词

直播电商, 乡村经济, 多维困境, 转型路径

Research on Practical Difficulties and Transformation Path of Rural Economy Empowered by Live Streaming E-Commerce

Ziyu Zhang

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

Received: September 4th, 2025; accepted: September 17th, 2025; published: October 9th, 2025

Abstract

This paper explores the value, challenges, and transformation pathways of live-streaming e-commerce in empowering rural economies. Leveraging its interactive nature and real-time capabilities, this platform has injected new momentum into agricultural product sales, rural brand development, and talent revitalization. However, its growth in rural areas still faces multidimensional challenges including insufficient operational capacity, trust crises, and inadequate infrastructure. To address

these issues, this paper proposes to build a local MCN organization, improve the quality control and traceability system, improve supporting basic service facilities and other transformation paths, so as to promote the healthy and sustainable development of live streaming e-commerce and help rural revitalization.

Keywords

Live Streaming E-Commerce, Rural Economy, Multidimensional Dilemma, Transformation Path

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

在数字技术迅猛发展的当下，数字经济已成为驱动我国经济高质量发展的核心引擎。随着 5G、大数据、人工智能等技术的广泛应用，直播电商作为数字经济的重要组成部分，呈现出爆发式增长态势。乡村地区拥有丰富的农旅资源、特色手工艺产品等，但长期以来受限于地理环境、交通条件和信息传播等因素，发展相对滞后。直播电商的出现，为乡村经济发展提供了新的突破口。直播电商凭借其实时互动、直观展示、社交属性强等特点，突破了传统电商的局限，在农产品销售、乡村旅游推广等领域展现出巨大潜力。

乡村振兴战略是新时代“三农”工作的总抓手，旨在实现产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的目标。当前，乡村发展面临着产业结构单一、人才流失严重、市场对接不畅等诸多挑战，迫切需要创新发展模式来破解这些难题。因此，探索直播电商赋能乡村经济的有效路径，是乡村振兴战略实施的迫切需求。

目前，关于直播电商赋能乡村经济的研究虽已取得一定成果，但系统深入的理论探讨仍显不足。本研究通过对直播电商赋能乡村经济的困境与转型路径进行研究，有助于深化对直播电商与乡村经济互动关系的认识，丰富乡村振兴理论体系，为相关领域的学术研究提供新的视角和思路。在实践层面，本研究能够为政府、企业和农户等主体提供决策参考。通过分析直播电商赋能乡村经济过程中面临的人才短缺、基础设施薄弱、监管不完善等困境，提出针对性的转型路径，有助于推动直播电商在乡村地区的健康发展，提升乡村经济发展质量和效益，助力乡村振兴战略的顺利实施。

2. 文献综述

在数字经济蓬勃发展的当下，直播电商作为一种新兴商业模式，为乡村经济发展带来了新的机遇与挑战。众多学者围绕直播电商赋能乡村经济的相关问题展开了深入研究。一些学者围绕电商赋能乡村经济的发展展开论述，王慧在研究中指出，直播电商为农村地区农旅产品销售增添了新渠道，有效破解了小产品与大市场的矛盾，赋予乡村振兴新动能、新内涵，是数字乡村时代的“新农技”，能够缩小城乡之间的数字鸿沟[1]。冯宪伟提到，农村电子商务在乡村振兴中具有促进农业产品振兴、完善乡村人才体系建设、维护乡村生态文明、促进社会文化水平提升以及加强乡村政府与村民凝聚力等重要意义，而直播电商作为农村电商的重要形式，在其中发挥着关键作用[2]。陈卫洪等通过案例分析发现，新媒体平台“直播 + 短视频 + 商城”的模式能够为农村产业经营主体与客户搭建虚拟空间，实现线上线下无缝衔接，引导经济资金、人才与技术要素涌入农村产业，促进农村产业融合发展[3]。

一些学者指出了直播电商赋能乡村经济面临的困境。王建设指出,农产品直播带货面临优秀直播人才缺乏的问题,包括政府官员带货的非长久性、网络达人或明星数量有限且成本高、素人主播专业能力不足等,同时直播内容单一、形式单调,难以激发消费者购买欲望[4]。蒙菊花等研究发现,主播素质有待提高,大量未经过专业培训的主播涌入平台,可能带来“吵架式”直播、欺骗诱导消费者、流量造假等失范行为[5]。蒋曼也提到,网络主播在内容创新方面存在困境,部分主播为吸引流量过度依赖模仿抄袭,内容低俗无趣,对乡土传统文化挖掘不足,导致观众认知偏差[6]。

学者还从不同的角度针对这些困境提出了建议。蓝新波等建议扶持当地特色产品,建立合作伙伴关系,完善数字化供应链,提升农村工业智能化程度和服务业信息化水平,加强农村金融数字化应用[7]。文丰安指出,要提升乡村治理效能,推进乡村治理体系和治理能力现代化,大力推进智慧农业发展,增强数字技术应用意识,补齐乡村人才缺失短板[8]。

现有研究从多个维度探讨了直播电商赋能乡村经济的相关问题,为实践提供了丰富的理论指导。然而,随着乡村振兴战略的深入推进和数字技术的不断创新,直播电商在乡村经济中的应用仍有许多值得进一步研究的方向,如如何更好地利用新技术提升直播电商的赋能效果,如何构建更加完善的利益联结机制以保障各方权益,以及如何在不同地区因地制宜地推进直播电商发展等。未来的研究可在这些方面进一步深化,为直播电商更好地赋能乡村经济提供更具针对性和前瞻性的建议。

3. 直播电商赋能乡村经济的价值

3.1. 直播电商的核心特征与优势

直播电商融合了直播的实时互动性与电商的交易便捷性,构建起独特的商业生态。互动性与即时性是直播电商的两大核心特征。其强互动性表现为消费者可在直播过程中随时提问、发表意见,主播即时答疑、展示产品细节,这种双向交流极大增强了消费者参与感与对产品的信任度。在农产品直播中,主播现场展示水果的采摘过程、品尝口感,解答消费者关于产地、种植方式等疑问,让消费者更直观了解产品信息,有效拉近与消费者距离。借助“货-人-场”闭环模型,直播电商将生产者与消费者连接到一起,将农户、平台、相关企业、消费者整合到同一市场空间,发挥渠道优势[5]。

即时性是直播电商另一显著特征,主播通过营造限时抢购、限量发售等紧张氛围,刺激消费者即时决策下单。直播带货过程中常见的“3、2、1,上链接”倒计时环节,促使消费者在短时间内完成购买行为,实现商品快速销售与资金回笼。与传统电商相比,直播电商在信息传递上更具生动性、全面性,打破传统图文展示的局限性,在产品推广与销售转化方面优势明显。基于“云逛街”模式,直播电商给予观众一种沉浸式的购物体验,从近景、源头、工厂等全方位展示产品特点,提升消费者的购物体验,获得消费者信任,促成粉丝经济[1]。

3.2. 直播电商赋能乡村经济的多维价值体现

直播电商作为一种创新业态,深刻变革了乡村经济的发展模式,在多个维度上为乡村振兴注入强劲动力。传统乡村产品依赖线下多层流通体系,信息不畅、市场受限。电商的发展改变了传统的产销模式,极大地拓展了产品销售渠道,提升了市场覆盖面。借助互联网平台,打破了地域壁垒,将特色农产品、手工艺品等直接推向全国乃至全球消费者[8]。

直播电商有力推动了乡村产业升级与融合发展。其带来的大量、稳定订单需求,倒逼上游生产环节向标准化、规模化、品牌化发展。生产者改进技术、引入设备,提升品质与产量,农业向精细化、科学化转型,并注重深加工以延长产业链、提升附加值。再次,直播电商是塑造乡村品牌、提升竞争力的有效途径。在激烈市场竞争中,主播通过讲述产品背后的故事、工艺特色,赋予产品文化内涵与情感价值,

助力普通乡村产品蜕变为特色品牌。最后，直播电商创造了大量就业创业机会，助力乡村人才振兴。该产业涵盖主播、运营、客服、物流等多个环节，为乡村劳动力提供了丰富岗位。许多外出务工人员因此返乡，青年经过培训成为主播，村民参与包装、物流等实现家门口就业。

4. 直播电商赋能乡村经济面临的多维困境

4.1. 主体能力与运营困境

乡村地区直播电商主体在能力与运营方面存在诸多短板。多数乡村主播为当地农民或返乡创业者，缺乏专业直播技能与营销知识。在直播过程中，表现为语言表达不流畅、产品介绍不生动、互动环节设计单调，难以吸引消费者关注与购买。如部分主播直播时紧张，无法清晰阐述产品优势，对消费者提问回复不及时、不准确，影响直播效果与销售转化。

乡村在人才引进上存在劣势，人才供给不足[9]。这就导致乡村直播电商团队运营能力薄弱，缺乏系统的直播策划、数据分析与供应链管理能力。在直播策划上，内容单一，缺乏创意与连贯性，难以形成稳定粉丝群体；对直播数据如观看人数、转化率、粉丝增长数等分析不足，无法根据数据优化直播策略；供应链管理混乱，存在产品供应不稳定、发货延迟等问题，降低消费者满意度。某乡村电商团队因缺乏数据分析，未意识到直播时间对流量的影响，长期在低流量时段直播，导致销售额难以提升。

4.2. 信任与规范危机困境

直播电商中虚假宣传、产品质量参差不齐现象时有发生，严重影响消费者信任。行业规范对虚假宣传、侵权等行为界定也不够清晰，处罚力度不够。部分乡村主播为追求短期利益，夸大产品功效，对农产品的生长环境、品质等信息虚假描述。一些不良商家以次充好，销售的农产品存在农药残留超标、品质不达标等问题，损害消费者权益，破坏乡村直播电商整体形象。

由于直播电商的行业规范与监管机制尚不完善，制约政府发挥职能，为不良行为提供可乘之机。目前的电商直播监管工作更多地依靠人工服务、举报、暗访等方式，无法起到有效监管[5]。乡村地区监管力量更加薄弱，难以对直播电商活动进行全面、有效监管，导致违规成本低，影响行业健康发展。

4.3. 支撑体系薄弱困境

乡村地区网络基础设施建设虽有一定进展，但仍存在网络信号不稳定、带宽不足等问题。在偏远山区，直播过程中频繁出现卡顿、掉线现象，严重影响直播流畅性与观看体验，阻碍直播电商发展。这使得这些地区的农民享受不到网络带来的便利，影响农民的网络使用体验[8]。这些问题导致直播中断，会流失消费者，影响销售业绩。

产业链不完善是乡村直播电商面临的另一难题。一是乡村地区物流链设施匮乏，配送成本高、时效慢，针对对冷链要求高的生鲜产品，会损耗产品。据统计，乡村生鲜农产品因物流配送问题损耗率高达20%~30%，增加运营成本，降低产品竞争力。二是产业链规模小，仅仅停留在简单的采摘与包装，没有深层次的加工，这不仅会造成农户的受益较低，消费者也易产生消费疲劳[9]。

5. 直播电商赋能乡村经济的转型路径

5.1. 构建本地 MCN 机构

当电商直播成为有影响力的农村电商运营方式时，地方政府可以利用政策优势将电商培训企业纳入项目，运营电商直播基地(即 MCN 机构)[10]。一些地区会让政府官员进行直播，这一方面引发了示范性社会效应，一方面发挥了县域电商行业的“尖兵”作用[4]。MCN 机构负责直播电商业务整体运营，包括

直播策划、品牌推广、供应链管理等。统一策划直播活动，打造系列化、主题化直播内容，提升直播吸引力；整合乡村产品资源，与供应商建立稳定合作关系，优化供应链，保障产品供应质量与效率；通过多渠道推广乡村直播电商品牌，提升乡村直播电商影响力与市场份额，促进乡村直播电商产业规模化、专业化发展。

5.2. 完善品控与溯源体系

建立严格的乡村产品质量控制标准与检测机制，从生产源头到销售终端全流程把控产品质量。在农产品生产环节，规范农药、化肥使用，推广绿色种植养殖技术；在加工环节，严格执行食品加工安全标准；在销售环节，加强产品抽检，确保销售产品质量合格。引入先进的产品溯源技术，如区块链技术，为每件乡村产品生成唯一溯源码。消费者通过扫描溯源码，可获取产品产地、种植养殖过程、施肥用药情况、采摘时间、加工环节、检测报告等详细信息，实现产品从农田到餐桌全程可追溯。通过完善品控与溯源体系，增强消费者对乡村产品信任，提升乡村产品市场竞争力，推动乡村直播电商可持续发展。

5.3. 健全配套基础服务设施

健全村播服务的配套基础设施建设，以“政府主导 + 企业协作”模式，将偏远山区纳入 5G 基站重点建设区域，推出定制化宽带套餐并建立应急机制，保障直播的稳定传输。在物流体系上，构建“县乡村三级物流网络 + 冷链专项配套”，建设集散中心与服务点，投入冷链设备并推广保鲜技术，降低生鲜损耗与配送成本。根据目标受众需求和兴趣，打造特色化品牌，制定相应的市场策略[6]。从种植端推动规模化种植、加工端开发深加工产品、品牌端打造特色农产品品牌，同时建立“企业 + 合作社 + 农户”利益联结机制，提升产品附加值与消费吸引力，助力乡村直播电商高质量发展。

6. 结论

直播电商作为数字经济时代的新型商业模式，对推动乡村经济发展具有重要作用。尽管当前存在人才短缺、监管不足、基础设施滞后等问题，但通过构建本地 MCN 机构、完善品控与溯源体系、健全配套基础服务设施等措施，可有效提升直播电商的赋能效果。未来应进一步结合地域特色与技术发展，优化政策支持与产业链协同，实现直播电商与乡村经济的深度融合，为乡村振兴提供持续动力。

参考文献

- [1] 王慧. 短视频与直播赋能乡村振兴的内在逻辑与路径分析[J]. 社会科学家, 2021(10): 105-110.
- [2] 冯宪伟. 乡村振兴视角下农村电子商务创新发展研究[J]. 核农学报, 2022, 36(10): 2095-2096.
- [3] 陈卫洪, 耿芳艳. 网络营销赋能农村产业发展的机制研究——新媒体平台“直播 + 短视频 + 商城”助农案例及其分析[J]. 农业经济问题, 2023(11): 118-131.
- [4] 王建设. 乡村振兴背景下农产品直播带货的发展路径[J]. 传媒, 2023(11): 68-70.
- [5] 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.
- [6] 蒋曼. 网络主播助力乡村振兴的优势、困境与推进路径[J]. 传媒, 2025(5): 72-75.
- [7] 蓝新波, 李宪雄, 钱姗姗, 等. 直播电商与乡村经济振兴[J]. 山西财经大学学报, 2024, 46(S1): 121-123.
- [8] 文丰安. 数字乡村建设促进农村经济高质量发展: 障碍及实践路径[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2025, 42(1): 5-16.
- [9] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴: 价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.
- [10] 陈梓鑫, 李鹏. 社交传播机制下电商助力乡村振兴的研究——以中部地区 Z 县为例[J]. 新闻爱好者, 2024(2): 76-78.