

“直播 + 电商”助力乡村振兴的现实困境与优化路径研究

任启航

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年9月22日; 录用日期: 2025年10月10日; 发布日期: 2025年11月11日

摘要

随着数字经济的蓬勃发展,“直播 + 电商”作为一种新兴商业模式,在拓宽农产品销售渠道、促进农民增收、推动乡村产业升级等方面展现出强大活力,成为助力乡村振兴的重要力量。然而,在实践中,“直播 + 电商”模式面临基础设施薄弱、专业人才短缺、农产品标准化不足、监管体系不完善等多重困境,制约了其对乡村振兴的赋能效果。本文基于现有研究成果,系统分析“直播 + 电商”助力乡村振兴的现实意义,分析其面临的主要困境,并从基础设施建设、人才培养、标准化体系构建、监管机制完善等方面提出优化路径,为推动“直播 + 电商”与乡村振兴深度融合提供理论参考和实践指导。

关键词

直播 + 电商, 乡村振兴, 现实困境, 优化路径

Research on the Realistic Dilemma and Optimization Path of “Live Broadcast + E-Commerce” to Help Rural Revitalization

Qihang Ren

College of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: September 22, 2025; accepted: October 10, 2025; published: November 11, 2025

Abstract

With the vigorous development of the digital economy, “live broadcast + e-commerce”, as an emerging business model, has shown strong vitality in broadening the sales channels of agricultural

products, promoting farmers' income increase, and promoting the upgrading of rural industries, and has become an important force to help rural revitalization. However, in the process of practice, the "live broadcast + e-commerce" model faces multiple difficulties such as weak infrastructure, shortage of professional talents, insufficient standardization of agricultural products, and imperfect supervision system, which restricts its empowerment effect on rural revitalization. Based on the existing research results, this paper systematically analyzes the practical significance of "live broadcast + e-commerce" to help rural revitalization, analyzes the main difficulties it faces, and proposes an optimization path from the aspects of infrastructure construction, personnel training, standardization system construction, and supervision mechanism improvement, so as to provide theoretical reference and practical guidance for promoting the deep integration of "live broadcast + e-commerce" and rural revitalization.

Keywords

Live Broadcast + E-Commerce, Rural Revitalization, Realistic Dilemma, Optimization 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

党的二十大报告强调要全面推进乡村振兴，而数字经济的发展为乡村振兴注入了新的动能。“直播 + 电商”作为数字经济与农业融合的典型代表，凭借其实时互动、场景化展示等优势，打破了传统农产品流通的时空限制，构建了“从田间到餐桌”的直接对接模式，为乡村产业发展开辟了新路径。近年来，在政策支持与市场需求的驱动下，“直播 + 电商”在农村地区迅速兴起，各类助农直播活动层出不穷，有效促进了农产品销售和农民增收。然而，“直播 + 电商”在助力乡村振兴的过程中并非一帆风顺。随着其快速发展，一系列深层次问题逐渐显现，如农村网络基础设施滞后导致直播卡顿、冷链物流不完善造成生鲜农产品损耗、主播专业素养不足影响营销效果、农产品质量标准不统一引发消费信任危机等。这些问题不仅制约了“直播 + 电商”模式的可持续发展，也影响了其对乡村振兴的赋能作用。基于此，本文结合现有研究成果，深入探讨“直播 + 电商”助力乡村振兴的现实意义，系统梳理其面临的现实困境，并提出针对性的优化路径，以期为推动“直播 + 电商”在乡村振兴中发挥更大作用提供参考。

2. “直播 + 电商”助力乡村振兴的现实意义

(一) 拓宽农产品销售渠道，促进农民增收

传统农产品销售模式往往依赖多层分销链条，存在信息传递不畅、流通成本高、市场响应慢等问题，导致农民收益被压缩。“直播 + 电商”模式通过缩短供应链，使农产品直接面向消费者，减少了中间环节的成本消耗，让农民能够获得更多收益。例如，山东寿光通过“直播 + 供应链”模式实现蔬菜年销售额破亿，48 小时内从采摘到餐桌的极速响应，显著降低了损耗率，提升了农民收入[1]。同时，“直播 + 电商”突破了地域限制，使偏远地区的特色农产品能够触达全国乃至全球市场。借助直播平台的流量优势，农村地区的小农户得以融入全国统一大市场，解决了“酒香也怕巷子深”的难题。据商务大数据监测，2024 年全国农村网络零售额中，通过直播电商实现的销售额占比不断提高，充分体现了其对农产品市场渗透率的提升作用。

(二) 推动乡村产业升级，促进三产融合

“直播 + 电商”的发展倒逼农业生产向标准化、集约化、品牌化转型，推动了农业产业链的数字化升级。为满足直播电商对农产品品质和安全性的要求，农民不得不改进生产方式，引入精准农业技术，加强生产过程的质量控制[2]。例如，江苏阳山通过直播展示水蜜桃的采摘场景，同步销售文旅体验券，将单一农产品延伸为“种植 - 加工 - 观光 - 消费”的全产业链，实现了一、二、三产业的深度融合[3]。此外，“直播 + 电商”还带动了农村物流、包装、营销等配套产业的发展，形成了以直播电商为核心的产业生态。在直播电商的带动下，农村地区的仓储、物流、包装等基础设施不断完善，相关从业人员数量增加，促进了乡村产业的多元化发展。

(三) 培育新型职业农民，助力人才振兴

“直播 + 电商”的兴起催生了“新农人”群体，推动了传统农民向“技术 + 营销”复合型人才转型。通过参与直播电商，农民不仅需要掌握农业生产技能，还需要学习直播技巧、电商运营、数据分析等知识，自身素质得到全面提升。例如，文山壮族苗族自治州启动“万名村播”促农增收行动，通过“理论 + 实操”培训体系，提升农民在内容策划、流量运营等领域的数字素养，培育了一批懂技术、会经营的新型农民[4]。同时，“直播 + 电商”为农村吸引人才回流提供了契机。一些大学生、外出务工人员看到农村直播电商的发展潜力，选择返乡创业，为乡村振兴注入了新鲜血液。拼多多“新新农人”已超 12.6 万人，每位“新新农人”平均带动当地就业岗位超过 50 个，有效缓解了农村人才外流的困境[5]。

(四) 传播乡村文化，提升乡村品牌价值

“直播 + 电商”不仅是一种销售渠道，更是乡村文化传播的重要载体。在直播过程中，主播可以向观众展示乡村的自然风光、民俗风情、传统工艺等，让消费者在购买农产品的同时，感受乡村文化的魅力，增强对乡村品牌的认同感。例如，绍兴女儿红酿酒有限公司开展“沉浸式厂播”，展示百年老厂风貌和黄酒文化，2024 年带动线上订单量同比激增 60%，提升了品牌的文化附加值[3]。通过直播电商，乡村特色产品与地域文化深度融合，形成了独特的品牌 IP，提升了乡村的整体形象和影响力。这种文化传播不仅有助于农产品的销售，还能带动乡村旅游等产业的发展，实现经济价值与文化价值的双重提升。

3. “直播 + 电商”助力乡村振兴的现实困境

(一) 基础设施薄弱，制约直播电商发展

基础设施的薄弱在很大程度上制约着农村直播电商的发展。其中，网络基础设施的不完善是突出问题，农村地区网络覆盖不充分、信号不稳定，在偏远山区更是存在网络带宽不足的情况，这使得直播过程中容易出现卡顿、掉线等现象，直接影响观众的观看体验和购买意愿；尽管近年来我国农村网络建设有了一定进展，但与城市相比，农村地区的网络质量仍有较大差距，难以满足高清直播、实时互动等直播电商的实际需求。同时，物流体系建设的滞后也成为重要瓶颈，物流作为“直播 + 电商”发展的重要支撑，农村地区物流体系却不够完善，尤其是冷链物流覆盖率低，而生鲜农产品对物流速度和储存环境要求较高，农村地区冷链运输设备的不足以及运营成本的居高不下，导致农产品在运输过程中损耗率偏高，部分生鲜农产品的损耗率甚至高达 25%~35%，严重影响了产品品质、消费者体验以及直播电商的经济效益[6]。此外，农村地区的仓储设施也较为落后，不仅设施简陋，还缺乏现代化的仓储管理系统，难以实现高效的库存管理和快速分拣，在直播订单爆发时，常常出现仓储能力不足、发货延迟等问题，这不仅增加了产品流通的时间成本，也降低了消费者的满意度。

(二) 专业人才短缺，影响直播电商质量

农村地区既懂农业又懂直播电商的复合型人才稀缺，多数农村主播为农民或返乡人员，因缺乏系统的直播培训，在直播技巧、话术表达、互动能力等方面存在不足，导致直播内容质量不高，观众留存率和商品转化率低，一些主播甚至因缺乏法律意识，出现虚假宣传、夸大产品功效等违规行为，损害了农

产品直播电商的整体信誉；同时，“直播 + 电商”不仅需要优秀的主播，还需要专业的运营团队负责内容策划、流量推广、数据分析等工作，但农村地区难以吸引和留住此类人才，导致直播电商运营水平低下，难以形成规模化、专业化的发展模式，据统计，2022 年乡村电商人才缺口为 245 万人，2025 年预计将达到 350 万人，人才短缺问题日益严峻[7]。此外，直播电商涉及视频拍摄、剪辑、直播设备维护等技术环节，而农村地区相关技术人才匮乏，导致直播画面质量差、技术故障频发等问题，影响了直播效果。

(三) 农产品标准化不足，阻碍品牌建设

农产品种类繁多、产地分散，缺乏统一的生产、加工、包装标准，导致产品质量参差不齐，且农户多为分散经营，生产方式传统，难以实现标准化生产，使得同一品类的农产品在外观、口感、安全指标等方面存在较大差异，影响消费者的购买决策；同时，农产品质量检测环节薄弱，部分产品未经严格检测就进入直播销售环节，存在食品安全风险，溯源体系也不健全，消费者难以查询农产品的生产过程、质量检测等信息，难以建立对产品的信任，例如，某大米直播间的消费者调研显示，72%的用户认为“无法验证产地真实性”是阻碍复购的首要因素[8]；此外，农村地区品牌建设滞后，多数农产品以产地标签替代品牌内涵，缺乏独特的品牌定位和文化附加值，农户和企业品牌意识薄弱，过度依赖价格竞争，难以形成差异化的市场优势，制约了农产品附加值的提升。

(四) 监管体系不完善，市场秩序混乱

“直播 + 电商”行业准入门槛低，缺乏统一的准入标准和资质审核机制，部分从业者在没有相应农业知识、诚信资质的情况下开展直播销售，导致产品质量和服务难以保障，一些商家甚至利用直播形式销售假冒伪劣产品，损害消费者权益；同时，直播内容监管体系不健全，部分主播和商家存在虚假宣传、夸大产品功效等行为，误导消费者，例如，使用“全网最甜”“营养最丰富”等极限词汇进行宣传，违反了《中华人民共和国广告法》相关规定，且由于直播的实时性和互动性，监管难度较大，难以及时发现和处理违规行为；此外，直播电商的售后服务跟不上，出现产品质量纠纷、退换货困难等问题时，消费者难以得到及时有效的解决，部分商家以“生鲜产品不支持无理由退货”为由规避责任，进一步降低了消费者的信任感。

(五) 直播内容同质化，创新能力不足

农村直播电商内容同质化现象严重，多数直播仍停留在简单的产品展示和叫卖层面，缺乏创意和特色。主播们往往采用类似的直播场景，如田间地头；相同的促销手段，如限时秒杀、满赠福利，难以吸引观众的持续关注。同时，直播内容未能深入挖掘乡村的文化内涵和地域特色，未能将农产品与当地的风土人情、传统工艺等结合起来，导致产品的文化附加值难以提升。这种同质化的内容不仅降低了消费者的购买兴趣，还制约了“直播 + 电商”模式的可持续发展。

4. “直播 + 电商”助力乡村振兴的优化路径

(一) 完善基础设施建设，夯实直播电商发展基础

为推动农村直播产业的发展，政府应加大对农村网络基础设施的投入，推动 5G、千兆光纤等先进网络技术向农村延伸覆盖，以提高农村地区的网络带宽和稳定性；针对偏远山区，则可通过增设基站、优化网络布局等方式解决网络信号弱的问题，保障直播的流畅性，例如北京市平谷区国农港智慧云供销村播产业园配备万兆光纤，就有效保障了高清直播的流畅度[9]。同时，要加快农村物流基础设施建设，构建县乡村三级物流网络，重点发展冷链物流，加大对冷链仓储、冷藏运输车辆等设备的投入，降低生鲜农产品的损耗率，政府还可通过补贴、税收优惠等政策鼓励物流企业在农村设立仓储、配送中心，缩短运输半径，并推广智能化物流管理系统，利用大数据、物联网等技术优化配送路径，进一步提高物流效率。此外，需支持农村地区建设现代化仓储设施，引入智能仓储管理系统，实现库存管理、分拣、包装的

自动化和智能化，同时针对直播订单的突发性和季节性特点，建立弹性仓储机制，以提高仓储设施的利用效率。

(二) 构建多层次人才培养体系，破解人才短缺难题

要为农村直播电商发展提供人才支撑，需多维度发力培育和引进相关人才：一方面，要依托农业院校、科研机构、电商企业等资源，针对农民开展涵盖直播技巧、产品知识、法律法规、电商运营等方面的直播电商培训，采用“理论 + 实操”的模式帮助农民在实践中掌握直播技能，比如北京市平谷区村播产业园就提供为期 45 天的全免费系统培训，包含 15 天理论教学与 30 天实战演练，以此重点培育本土直播人才；另一方面，要出台优惠政策吸引外部人才下沉，通过提供创业补贴、住房优惠、子女教育等支持，解决大学生、电商从业者、返乡创业人员等投身农村直播电商事业的后顾之忧，同时建立人才对接机制，促进城市电商人才与农村地区合作，实现资源共享和优势互补；此外，还需注重培养专业运营与技术人才，鼓励职业院校和培训机构开设直播电商相关专业，培养具备内容策划、流量推广、数据分析、视频剪辑等技能的专业人才，并加强校企合作，通过“订单班”“实习基地”等形式为农村直播电商企业输送实用型人才，例如农村“直播 + 电商”公司可与职高、大专等院校签订协议，组建“订单班”进行定向培养[10]。

(三) 建立农产品标准化体系，加强品牌建设

为助力农村直播电商可持续发展，需着力建立农产品标准化体系并加强品牌建设。政府部门应牵头联合农业专家、行业协会、企业等，共同制定农产品生产、加工、包装、储存、运输等全流程的标准体系，针对不同品类的农产品，细化出具体的质量分级标准，像水果的糖度、瑕疵率、单果重量等指标都应明确，同时加强对这些标准的宣传和推广，引导农户和企业按标准规范生产。在此基础上，要完善质量检测与溯源体系，建立健全农产品质量检测中心，引入第三方检测机构，对直播销售的农产品进行严格检测，全力确保产品质量安全；还可利用区块链、物联网等技术构建农产品溯源系统，详细记录农产品从种植、加工到运输的全链条信息，实现“一物一码”，方便消费者随时查询，比如通过区块链溯源系统，将种植施肥记录、加工质检报告等上链存证，消费者扫码就能查看详情[8]。此外，要加强品牌培育与推广，深入挖掘地方特色农产品的文化内涵，打造区域公用品牌和企业自主品牌，通过直播电商平台，生动展示品牌故事、产品特色和文化价值，以此提升品牌知名度和影响力，例如“东方甄选”通过学者型主播的知识解读，将陕西苹果与关中农耕文明相绑定，有效提升了产品的品牌价值[7]；同时，要加强品牌维护，建立品牌信誉评价机制，严厉打击假冒伪劣产品，切实保护品牌形象。

(四) 健全监管体系，规范直播电商市场秩序

为健全监管体系，规范直播电商市场秩序，需要多管齐下形成治理合力。应加快制定“直播 + 电商”相关的法律法规，明确平台、主播、商家等各方的权利和义务，同时建立健全直播电商行业标准，对直播内容、产品质量、售后服务等作出具体规定，比如制定直播宣传内容负面清单，禁止使用虚假宣传、夸大功效等违规话术，从制度层面筑牢市场规范的根基。直播平台则要切实履行主体责任，加强对入驻商家和主播的资质审核，建立完善的信用评价体系，同时积极利用人工智能、大数据等技术对直播内容进行实时监测，像引入关键词过滤、AI 审核等技术识别虚假宣传、低俗内容等，及时发现和处理违规行为，此外还要完善售后服务机制，建立便捷的投诉举报渠道，切实保障消费者权益。政府相关部门也需强化监管力度，加强对“直播 + 电商”市场的日常监管与专项整治，严厉打击假冒伪劣、虚假宣传等违法行为，同时建立跨部门协同监管机制，凝聚监管合力；在此基础上，还应鼓励社会各界广泛参与监督，充分发挥行业协会、媒体、消费者等的监督作用，共同构建“政府监管 + 平台自律 + 社会监督”的多元治理体系，让直播电商市场在规范中健康发展。

(五) 创新直播内容与模式，提升直播电商吸引力

要创新直播内容与模式，提升直播电商的吸引力，可从多方面入手。将农产品直播与乡村文化深度融合，展示当地独特的民俗风情、传统工艺和农耕文化等，以此增强直播内容的吸引力和文化内涵，比如举办农耕文化节、非遗展示等活动，通过直播让消费者真切感受乡村文化的魅力，还可邀请非遗传承人、乡村达人等参与直播，讲述产品背后的文化故事。同时，积极创新直播场景与形式，利用 VR、AR 等先进技术打造沉浸式直播场景，让消费者“身临其境”地感受农产品的生长环境和生产过程，像通过 VR 技术还原水稻插秧、果园疏果等场景，能有效增强消费者的体验感，此外，还可创新“产地直播”“工厂直播”“田间课堂”等多种直播形式，丰富直播内容。另外，着力构建“直播+”生态体系，推动“直播+电商”与乡村旅游、休闲农业、康养产业等融合发展，形成多元化的盈利模式，例如通过直播引流，吸引消费者到乡村旅游、体验农事活动，从而带动餐饮、住宿等相关产业发展，同时构建“直播+社交+社群”模式，通过社群运营增强用户粘性，提高复购率。

5. 结论与展望

“直播+电商”作为数字经济与农业融合的创新模式，在助力乡村振兴方面具有巨大潜力，能够拓宽农产品销售渠道、促进农民增收、推动乡村产业升级、培育新型职业农民、传播乡村文化。然而，当前“直播+电商”在发展过程中面临基础设施薄弱、专业人才短缺、农产品标准化不足、监管体系不完善、直播内容同质化等现实困境，需要采取针对性的优化措施。通过完善基础设施建设、构建多层次人才培养体系、建立农产品标准化体系、健全监管体系、创新直播内容与模式等路径，可以有效破解“直播+电商”助力乡村振兴的瓶颈问题，推动其可持续发展。未来，随着数字技术的不断进步和乡村振兴战略的深入推进，“直播+电商”有望在乡村振兴中发挥更大作用，为农业农村现代化注入新的动能。然而，“直播+电商”助力乡村振兴是一个系统工程，需要政府、企业、农户、社会组织等多方主体协同发力。只有形成强大合力，才能克服发展中的困难和挑战，充分释放“直播+电商”的赋能效应，实现乡村产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的目标。

参考文献

- [1] 赵汝英. 乡村振兴背景下数字乡村农业经济发展分析[J]. 现代化农业, 2025(6): 51-53.
- [2] 曾麟朝, 马丹丹. 直播电商支持乡村振兴的机理与策略: 以经济视角研究[J]. 商业经济研究, 2023(2): 95-98.
- [3] 王珈. 农产品直播电商数字营销面临的困境及对策[J]. 中国农业会计, 2025(8 下): 112-114.
- [4] 李岩峰. 以乡村文旅融合发展驱动乡村振兴[J]. 村委主任, 2024(20): 118-120.
- [5] 胡宇晗, 王黎. 乡村振兴背景下发展农产品直播带货的思考与对策[J]. 价格理论与实践, 2022(4): 185-188+208.
- [6] 年欢, 杨娜. 乡村振兴背景下直播电商的发展困境与优化路径探析[J]. 物流科技, 2025(16): 37-40.
- [7] 陈林丽. 直播电商在助力乡村特色产业发展中遇到的问题和改进策略研究[J]. 农业科技创新, 2025(2): 22-24.
- [8] 康琳. 数字化赋能农产品直播电商渠道优化策略[J]. 中国经贸导刊, 2025(8 下): 117-119.
- [9] 段书贵, 孙梦洁, 许天红. 直播电商赋能乡村振兴的创新实践与启示[J]. 投资北京, 2025(6): 85-86.
- [10] 董鹂江. 乡村振兴背景下“直播+电商”助农问题及其发展现状研究[J]. 中国农村科技, 2024(5): 66-69.