

数字化电商直播赋能乡村产业振兴：价值、困境与路径

杨 雪

贵州大学马克思主义学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年9月24日；录用日期：2025年10月14日；发布日期：2025年11月10日

摘 要

数字化电商直播作为推动乡村经济高质量发展的重要推手与强大引擎，成为促进乡村产业振兴的动力源泉与迫切需要。数字化电商直播赋能乡村产业振兴，有助于提升乡村产业生产效率、改善乡村产业经营效益、促进乡村产业转型升级、驱动乡村文化创新发展。然而，当前面临市场突破、内容创新、规范引导与人才运营等导致的现实困境，制约了数字化电商直播产业的创新与发展。为此，应坚持因“地”、因“信”、因“时”、因“人”制宜，打造乡土品牌特色突破同质顽疾、提升乡村数字电商创作内容信度、适时加强乡村数字经济法治保障、引进与发展乡村数字人才后备军。促进数字化直播电商与乡村产业振兴深度融合，为推进乡村全面振兴提供技术支持与实践参考。

关键词

数字化电商直播，乡村产业振兴，价值意蕴，现实困境，优化路径

Digital E-Commerce Live Streaming Empowers Rural Industry Revitalization: Value, Challenges, and Paths

Xue Yang

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: September 24, 2025; accepted: October 14, 2025; published: November 10, 2025

Abstract

Digital e-commerce live streaming, as an important driving force and powerful engine for promoting

文章引用：杨雪. 数字化电商直播赋能乡村产业振兴：价值、困境与路径[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 235-241.

DOI: 10.12677/ecl.2025.14113428

high-quality development of rural economy, has become a driving force and urgent need for promoting rural industrial revitalization. Digital e-commerce live streaming empowers the revitalization of rural industries, helps to improve the production efficiency of rural industries, enhance the operational efficiency of rural industries, promote the transformation and upgrading of rural industries, and drive the innovative development of rural culture. However, the current reality of market breakthroughs, content innovation, regulatory guidance, and talent operation has constrained the innovation and development of the digital e-commerce live streaming industry. To this end, we should adhere to the principle of adapting to the “place”, “trust”, “time”, and “people”, create local brand characteristics, break through the stubborn problem of homogeneity, enhance the credibility of rural digital e-commerce creation content, timely strengthen the legal guarantee of rural digital economy, and introduce and develop rural digital talents as a reserve force. Promote the deep integration of digital live streaming e-commerce and rural industry revitalization, and provide technical support and practical reference for promoting comprehensive rural revitalization.

Keywords

Digital E-Commerce Live Streaming, Rural Industrial Revitalization, Value Connotation, Realistic Dilemma, Optimized 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

2024 年党的二十届三中全会深刻指出：“必须统筹新型工业化、新型城镇化和乡村全面振兴”[1]。数字化时代发展浪潮下，推动乡村经济高质量发展[2]，以“短视频 + 直播”等数字化电商直播方式带动新农业、培育新农人、建设新农村[3]，加快促进农业农村现代化，成为推进乡村全面振兴的重要推动力量。

随着数字乡村建设的持续推进，数字化直播电商产业经营生态日趋成熟，乡村直播电商经济实现了从零散单一向规模化发展的跃迁。淘宝直播的村播计划，以及拼多多、抖音、快手等平台推出的“直播助农”活动，均已发展为农产品销售的新渠道和新路径[4]。然而，当前数字化电商直播赋能乡村产业振兴仍存在市场竞争激烈致使产品销售同质化严重的突破困境、销售为“王”逻辑导致创作内容失真的内容创新困境、政策支持缺位制约乡村治理效能提升的规范引导困境、数字化人才短缺削弱发展内生动力人才运营困境等问题，阻碍了乡村振兴的进一步推进。

基于此，在推动数字乡村高质量发展进程中，为充分发挥数字直播电商优势，应坚持因地制宜，打造乡土品牌特色突破同质顽疾；因信制宜，提升乡村数字电商创作内容信度；因时制宜，适时加强乡村数字经济法治保障；因人制宜，引进与发展乡村数字人才后备军。积极推动电商惠民、产销对接、助农富农有机结合，助力数字化直播电商与乡村产业振兴深度融合，为推进乡村全面振兴提供技术支持与实践参考。

2. 数字化电商直播赋能乡村产业振兴的价值意蕴

(一) 延展产业链条，有效提升乡村产业生产效率

在传统农业生产与销售模式中，农产品往往依赖多级中间商进行流通，不仅延长了产品进入市场的周期，也在无形中增加了交易成本。现如今数字化电商直播的出现与发展，使得农户、合作社、企业能

够通过网络平台直播方式直接与消费者建立密切联系,形成“产地直供-直播带货-即时消费”的新销售渠道。与传统销售相比,数字化电商直播模式能极大压缩销售供应链层级,实现生产端与消费端的高效对接。

同时,数字化直播电商通过实时的互动与数据反馈机制,能够及时地反馈消费者的需求与偏好,进而倒逼生产端进行结构调整和品类的优化。在一些地方的电商直播实践中,农户会根据直播间的消费反馈,迅速地调整播种结构或改进加工工艺,使生产更具针对性和灵活性。此外,数字化直播电商亦能推动如农产品初加工、冷链物流、品牌包装、仓储配送等相关配套产业发展与完善,有效延展了乡村产业链条。农户不仅作为农产品提供者和生产者,也逐渐成为产业链中不可或缺的经营主体,有利于打破“重生产、轻营销”的传统农业销售局限,为整体提升乡村生产效率提供了坚实支撑。

(二) 持续增收致富,有力改善乡村产业经营效益

如何实现农民持续稳定增收,始终是促进实现乡村全面振兴的关键所在。数字化电商直播推动经济的发展,推动了以土特产电商和乡村旅游业为载体的地方产业生态系统逐步演化成型,促进了本地就业市场的形成[5],有力地改善乡村产业的经营效益。数字化电商直播的快速发展与普及,促使农户能够在没有地域限制的条件下,将产品销售到全国甚至海外市场,在拓展农产品销售渠道的同时也扩大了消费人群。与线下市场相比,数字化直播电商不仅提升了农产品销量,通过去中间化模式提升了农民收益水平。

数字化直播电商以互动性和信任感为特征,网络主播通过展示生产环境、讲解产品特点、分享农户故事等方式,拉近了生产者与消费者之间的心理距离。促使消费者更愿意为农产品支付溢价,尤其是具有地域特色和文化属性的产品,在实际交易中往往能够获得更高的价值认同,有效提升了乡村产业的经营效益。另外,当传统销售渠道受外部环境冲击时,直播电商能够凭借灵活的线上运作维持产业运转,在一定程度上保障农户基本收益,为乡村产业可持续经营提供了现实支撑。

(三) 规范有序发展,有效促进乡村产业转型升级

数字化直播电商在助力乡村产业发展过程中,也推动了乡村产业的结构优化与调整升级。数字技术使乡村产业上下游主体之间的联系更加紧密,分工更加细化,显著提升了生产经营效率[6]。首先,直播平台对产品质量和信誉度的要求,促使农产品生产者逐步建立起标准化的生产体系。为了满足消费者的品质需求,农户和企业不得不加强质量控制、改进包装工艺,并进行产地溯源和认证。促进了农业的标准化生产,使农产品逐渐摆脱“低质低价”的形象。

其次,数字化直播电商推动了公众对产品品牌的意识,也提升了公众对品牌的认同。在过去几十年里,乡村农产品多以分散户经营为主,户主缺乏对农产品品牌建设的意识。但随着数字化直播电商的迅速发展,越来越多的地区开始通过打造“区域性公共品牌和企业性自主品牌”的双模式。通过这种模式,提高了乡村产业竞争的整体实力,避免被卷入同质化竞争的险境。随着相关部门对直播电商的监管力度逐渐增强,数字化直播行业逐渐进入有序的发展阶段,乡村产业不再局限于首端产品输出,而是逐渐迈向深加工、高附加值的产业链条,实现从卖产品向卖品牌,卖体验的转变。

(四) 颂扬乡土故事,有序驱动乡村文化创新发展

乡村产业振兴不仅是经济层面的振兴,更是文化层面与社会层面的再生。网络主播通过对传统的文化知识,传统的手工艺的传播,也拓宽了传统文化传播范围等,这样有效传承和弘扬了中华优秀传统文化,成为助力推动乡村产业振兴的新兴力量[7]。数字化电商直播在销售农产品的同时,也成为承担着传播乡土文化,各民族特色文化的重要载体的功能。在直播过程中,网络主播往往通过讲述乡野山村的自然风貌、农耕习俗文化、非物质文化遗产,特色产业等内容,赋能农产品文化内涵。不仅增强了消费者对农产品的认同感和信任感,也提升了对农产品的文化传播力度。

在数字化乡村产业实践活动的众多案例中，当地的农产品在直播中不仅介绍农产品本身，还结合了当地的各种方言讲述农耕故事，或者在镜头中来展示传统手工艺、民俗节日庆祝活动等，使消费者在购买农产品的同时，也能感受到独特的乡村文化。有助于打破城乡之间的文化隔阂，推动乡村产业文化在数字空间中的广泛传播。此外，数字化直播电商为农户提供了展示自己产品和表达地域文化的虚拟数字舞台。农户不仅是农产品的生产者和经营者主体，也成为了家乡土地文化的传播者和创新者。他们通过自己的方式讲述自身故事，使乡村文化不再停留在外部视角被观看的状态，而是实现了自我表达的主观能动性。不仅提升了农民的主体地位和文化自信能力，也为乡村文化的创新发展注入新的动力和活力。

3. 数字化电商直播赋能乡村产业振兴的现实困境

（一）市场突破困境：竞争激烈致使产品销售同质化严重

在数字化电商直播推动乡村产业发展的过程中，市场层面困境集中体现为同质化竞争的加剧与市场突破能力的不足。当前，多数乡村地区的直播电商仍以传统农产品销售为主要方向，且在产品开发环节普遍存在附加值挖掘不足的问题——无论是粮食、果蔬还是畜禽产品，多以“原生态”“产地直供”为单一卖点，缺乏对产品深加工、功能细分及场景化设计的探索，导致不同区域、不同主体销售的产品在品类、形态与宣传话术上高度重合。然而，这种同质化并非偶然，一方面根源于乡村产业基础薄弱，多数农户或合作社缺乏独立的产品研发能力，难以根据市场需求打造差异化供给；另一方面则与供应链协同能力欠缺相关，乡村地区的仓储、物流及加工配套设施不完善，既无法支撑个性化产品的规模化生产，也难以通过供应链整合形成区域特色产业集群。

（二）内容创新困境：销售为“王”逻辑导致创作内容失真

数字化电商直播的内容生产环节，受限于“销售导向”的单一逻辑，导致乡村地区在数字乡村发展过程中面临严峻的信息安全挑战[8]。陷入创新不足与内容失真的双重困境。从当前实践来看，多数乡村直播，仍将“即时销量”作为关键目标，导致内容生产呈现出明显的短期功利性特征：一方面，内容形式高度同质化，多数直播以“田间采摘”“仓库打包”“产品开箱”为固定脚本，缺乏对乡村文化内涵、产品生长周期故事及农户生产理念的深度挖掘，难以形成具有记忆点的内容符号，也无法与消费者建立情感共鸣；另一方面，为追求流量转化，部分直播存在明显的内容失真问题，即或未经认证便宣称产品“有机”“无农残”，或通过剪辑手段虚构产地环境与生产过程，甚至夸大产品功效以刺激消费。为在海量化、碎片化信息环境中脱颖而出，部分内容创作者深陷“利润至上”“流量至上”泥塘，过度注重主动迎合观众偏好和流行趋势，导致内容质量与价值导向遭到忽视[9]。不仅背离了直播电商“真实、透明”的突出优势，更逐步侵蚀消费者信任。

（三）规范引导困境：政策支持缺位制约乡村治理效能提升

政策支持的针对性不足与协同性欠缺，构成了数字化电商直播赋能乡村产业振兴的规范引导困境，直接制约了乡村治理效能的发挥。现有的数字技术赋能政策体系仍需完善，尤其在数字农业补贴、技术应用、数据安全、制度保障等方面存在一系列问题[10]。当前，尽管各级政府认可数字化直播电商对乡村产业的推动作用，并出台了一系列扶持政策，但多数政策仍停留在“通用型”框架层面，缺乏对乡村直播电商特殊性的考量。如在政策补贴上，多聚焦于直播设备采购或流量扶持，却忽视了农产品直播中最关键的仓储保鲜、冷链物流等配套设施的支持；在监管政策上，虽明确禁止虚假宣传，但针对乡村直播中“小农户分散运营”“熟人社会交易”等特点的监管细则尚未完善，导致基层执法过程中存在“一刀切”或“监管盲区”的问题。更为突出的是，政策协同性不足加剧了治理困境：直播电商涉及农业生产、市场监管、商务流通、网信安全等多个领域，但目前农业农村、市场监管、商务等部门的政策往往各自为政，缺乏统一的协调机制，导致部分政策存在交叉重叠，而部分如农产品质量溯源与直播内容审核的

衔接的关键环节却仍存在监管空白。

(四) 人才运营困境：数字化人才短缺削弱发展内生动力

数字化人才的供需失衡与培养体系的不完善，也是当前数字化电商直播赋能乡村产业振兴的重要运营困境，直接削弱了乡村产业发展的内生动力。数字化赋能农村电商直播过程中，农户数字化与智能化素养相对不足、计算机应用水平偏低以及计算机工具的价值开发程度较高等成为主要短板^[11]。从人才供给端审视，乡村地区数字化人才短缺呈现出“量质双缺”特征：一方面，本地人才储备不足，多数乡村青壮年劳动力向城市转移，留守群体的数字素养相对较低，仅能掌握直播设备的基础操作，难以胜任直播策划、流量运营、数据分析、用户维护等专业性较强的工作；另一方面，外部人才引进难度较大，乡村地区在基础设施、公共服务、薪酬待遇等方面与城市存在明显差距，难以吸引具备电商运营经验、熟悉数字营销逻辑的专业人才长期扎根。

4. 数字化电商直播赋能乡村产业振兴的优化路径

(一) 因地制宜，打造乡土品牌特色突破同质顽疾

数智化是立足中国式现代化视域下，破解乡村各类矛盾、实现全面振兴的一把“金钥匙”^[12]。在直播电商高度竞争的背景下，乡村产业要实现可持续发展，首要任务是依托地域资源与文化优势，走出差异化品牌之路。各地乡村应坚持挖掘其自然禀赋、农产品品类、历史文化与生产方式上的特色与特点，为塑造独特的乡土品牌提供了“地质”条件。通过对地域农产品进行系统性开发，不仅要突出“原生态”“产地直供”的基础卖点，更需从品类细分、品质塑造、消费场景拓展等维度进行深度挖掘。如一些山区茶叶在品牌打造过程中，不仅强调生态环境优势，还结合当地茶文化与民俗礼仪，使产品既具有功能价值，又具备文化辨识度，从而突破同质化困境。

此外，品牌塑造应当从单个农产品向整体产业链延伸，推动形成区域性公用品牌与企业性自主品牌相结合的格局。区域性公用品牌能够提升整体认知度，增强区域集群效应；而企业性自主品牌则在细分市场中展现个性化优势。二者的结合有助于实现乡村产业的集群化与规模化发展，避免陷入“单品竞争”的恶性循环。因地制宜地品牌建设，不仅能够强化产品差异性，也能提升乡村产业在市场中的话语权，为数字化直播电商发展提供有力支撑。

(二) 因信制宜，提升乡村数字电商创作内容信度

直播内容是直播电商的重要驱动力量，乡村数字化电商要避免因过度功利化而导致的内容失真和消费者信任危机，必须以真实性和信任度为强大根基，构建更加稳定的内容生产逻辑模式。首先，直播内容要基于农产品的实际属性和生产过程展开，要强调真实的生产场景、农户的真实生活故事和地域的独特文化底蕴，以“讲故事”的方式建立起消费者与产品的情感连接。在这个过程中，内容不应该局限于展示产品本身，还应该延伸到对生产理念、生态环境与社会价值的表达，从而形成有温度、有厚度的叙事结构。

其次，提升直播内容生产的规范性和专业性也是核心要素之一。可以通过建立溯源体系、加强第三方认证力度、提升主播个人专业素养等多种措施，有效增强直播内容的透明度和可靠性。当消费者能够通过直播获取明确且真实的产品信息并确认产品的质量时，信任感自然就会随之增强，从而促进消费的转化。此外，直播平台和地方政府也可以推动形成“内容共治”模式，鼓励群众参与到对虚假宣传的监督与治理中，营造真实可信的内容环境。通过提升内容可信度，乡村直播电商不仅能够实现销量快速增长，更能在长期发展过程中积累品牌信誉和市场口碑，建立真实可靠的品牌效应。

(三) 因时制宜，适时加强乡村数字经济法治保障

随着直播电商的快速发展，其潜在问题与风险同时显现，法治保障就显得尤为重要。乡村数字化电

商的发展不仅涉及农产品质量的监管,还涉及广告推广、数据安全、消费者权益保护等多方面内容,因此亟需建立与时俱进的法治治理框架。首先,应完善农产品直播的专门监管制度和专门监督制度小组,在明确禁止虚假宣传、夸大功效等行为的基础上,针对“散户多、主体小”为特征的乡村电商,制定切实可行的监管细则。比如,可以推动基层建立农产品质量追溯与直播内容审查的联动机制,实现“生产端-流通端-消费端”的全链条监管。

其次,政策支持应体现动态性与精准性。随着市场环境和技术条件的复杂变化,法治保障不应该停留在静态层面,而应实事求是地随时调整政策重点。如在直播电商初期可重点扶持基础设施建设和市场培育,然而在进入成熟期后,则应该多强调合规经营与消费者权益保护。以“因时而动”的法治保障,促使数字化直播电商在规范有序的营商环境中发展,有效避免因政策滞后而导致治理失效。

最后,还需要强化部门协同作用,打破农业、商务、市场监管、网信等多个部门之间的壁垒,建立跨部门的综合性治理体系,形成合力推动。在制度与法律层面提供稳定预期和有力保障,使得乡村直播电商在风险可控、秩序规范的环境下实现高质量发展。

(四) 因人制宜,引进与发展乡村数字人才后备军

人才是推动乡村数字化直播电商可持续发展的关键推动力要素。当前乡村面临的最大挑战之一就是数字化电商直播人才和网络创新人才的缺口,因此必须坚持“内培+外引”并举的策略。一方面,通过系统化培训提升本地农户与返乡青年的数字素养和直播素养,不仅教授基本的直播操作技能,还要注重市场洞察、内容策划、数据分析、品牌管理等综合能力的培养。培训模式上,应当避免单一的短期授课,而是构建“理论学习+实战演练+长期指导”的多元化体系,帮助学员真正掌握数字化直播电商的全流程运作。另一方面,还需创造更多有利益条件吸引外部人才下沉到基层。可以通过提供创业资金扶持、改善生活配套设施、建立激励机制等方式,增强乡村对数字化人才的吸引力。此外,还要重视形成由核心主播、运营团队、技术支持和供应链管理人才共同组成的复合型团队结构。以“因人制宜”特色的长远规划,乡村产业不仅能够解决当前的人才紧缺问题,更能为未来的发展积蓄内生动力,实现由“依赖外部推动”向“自主可持续发展”的战略转型。

5. 结论与展望

乡村全面振兴是展开“三农”工作的重要抓手,而产业振兴是推动农业高质量发展、实现乡村全面振兴的必由之路^[13]。数字化电商直播已成为推动乡村产业振兴的关键驱动力,有效提升了生产效率、改善了经营效益、促进了产业转型升级和文化创新发展。然而,随着市场同质化、内容失真、规范缺位和人才短缺等现实困境制约,数字化电商直播赋能乡村产业振兴仍还有很长的路要走。展望未来,应坚持“因地、因信、因时、因人”,打造特色乡土品牌、提升直播内容真实性、完善数字经济法治保障、培育高素质数字人才,推动数字化直播电商与乡村产业更为深度融合与发展。随着云计算、5G技术、大数据、多元化AI等技术的持续升级与普及应用,数字化直播电商将不断向智能化、特色化、合法化方向创新发展,为实现农业强、农村美、农民富的乡村振兴目标提供持久动力,助力乡村产业迈向高质量发展新阶段。

参考文献

- [1] 中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定[M]. 北京:人民出版社,2024:22.
- [2] 卢保娣,吕琳.数字经济赋能乡村振兴的内在机理与实践路径[J]. 农业经济,2025(6):48-50.
- [3] 窦强,贾冰.“短视频+直播”助力乡村振兴的价值阐释与推进路径[J]. 农业经济,2025(9):123-126.
- [4] 张秀芹,陈琳琳.直播电商经济助力乡村振兴的现实困境与优化建议[J]. 农业经济,2025(8):138-140.

-
- [5] 陈卫平, 朱佳, 于滨铜. 网红经济赋能乡村振兴研究: 基于社会文化货币与地方产业创办视角[J]. 中国软科学, 2025(5): 55-66.
- [6] 祝业亮. 数字技术赋能乡村产业振兴的推进策略[J]. 农业经济, 2025(3): 86-89.
- [7] 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.
- [8] 王慧博. 农业新质生产力赋能乡村振兴的逻辑理路、制约样态与因应路径[J]. 江西社会科学, 2025, 45(4): 43-54.
- [9] 廖敏伶, 李明. 短视频、直播平台赋能乡村振兴: 实践探索、现实困境及优化路径[J]. 海南大学学报(人文社会科学版), 2025(9): 1-9.
- [10] 张宏胜, 唐小平. 数字经济赋能农业产业高质量发展: 内在逻辑、现实困境及实践路径[J]. 西南金融, 2025(9): 1-12.
- [11] 袁一帆, 陈雅. 数智赋能乡村公共文化服务的逻辑与路径[J]. 图书馆理论与实践, 2025(1): 10-17+41.
- [12] 唐岳曦, 蔡湘杰. 数智化赋能中国式现代化乡村振兴的机理与检验——基于马克思主义生产力理论[J]. 财经理论与实践, 2025, 46(2): 114-122.
- [13] 李意洪. 数字经济赋能乡村产业振兴的逻辑机理、现实困境与实践路径[J]. 当代农村财经, 2025(6): 19-23.