

# 直播电商赋能乡村振兴的路径研究——以济南“新农活”实践为例

王怡冉

武汉科技大学法学与经济学院，湖北 武汉

收稿日期：2025年10月30日；录用日期：2025年11月17日；发布日期：2025年12月9日

## 摘要

数字经济赋能乡村振兴的背景下，直播电商凭借高效链接产销的优势，成为激活乡村产业活力的关键抓手。济南“新农活”实践作为地方特色探索模式，通过直播电商重构乡村经济链路，具有典型研究价值。研究发现，该实践通过“新农人”培育强化主体能力、整合产地供应链提升流通效率、打造区域农产品品牌增强市场竞争力，形成三位一体的赋能体系。这一模式有效推动农产品上行、促进农民增收与乡村就业，加速乡村数字化转型。结论表明，济南“新农活”的实践经验可为同类地区提供参考，进一步丰富直播电商赋能乡村振兴的实践范式。

## 关键词

数字经济，直播电商，乡村振兴

# Study on the Paths of Live-Streaming E-Commerce Empowering Rural Revitalization—Taking the “New Rural Work” Practice in Jinan as an Example

Yiran Wang

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: October 30, 2025; accepted: November 17, 2025; published: December 9, 2025

## Abstract

Against the back drop of digital economy empowering rural revitalization, live-streaming e-com-

merce has emerged as a key driver for activating the vitality of rural industries, leveraging its advantage of efficiently linking production and marketing. As a distinctive local exploration model, Jinan's "new farm work" practice has reconstructed the rural economic chain through live-streaming e-commerce, boasting typical research value. The study reveals that this practice has formed a tripartite empowerment system by fostering "new farmers" to strengthen subject capabilities, integrating origin supply chains to improve circulation efficiency, and building regional agricultural product brands to enhance market competitiveness. This model has effectively promoted the upward flow of agricultural products, boosted farmers' income and rural employment, and accelerated rural digital transformation. The conclusion indicates that the practical experience of Jinan's "new farm work" can provide reference for similar regions, further enriching the practical paradigm of live-streaming e-commerce empowering rural revitalization.

## Keywords

Digital Economy, Live-Streaming E-Commerce, Rural Revitalization

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

十九大提出实施乡村振兴战略，这是着力解决“三农”问题的又一重大战略部署。然而，实施乡村振兴战略是一个庞大而繁重的系统工程，任重而道远[1]。实现乡村振兴，客观上需要有效引擎和持续动力。目前我国乡村的发展存在不同程度的问题，更需要外生动力的持续注入。随着乡村振兴战略深入推进，以物联网、云计算、大数据、人工智能为代表的新一代数字技术加速向农业农村渗透，数字化成为农业农村发展的加速器和催化剂。数字技术与农业农村深度融合，直播电商凭借即时互动、场景化展示等优势，成为激活农村经济活力的重要引擎。数字经济不仅提高了乡村的农业生产力，还为乡村提供了新的生产方式和商业机会。

数字经济对推动乡村振兴有巨大的潜力，许多学者对此进行了研究和分析。在乡村振兴数字化赋能的理论体系方面，学者冯帅文明确数字化技术在农业生产、乡村经济、医疗教育等多领域的应用逻辑[2]，秦秋霞界定了“数字赋能乡村振兴”的概念内涵与特征，胡茉从新质生产力视角剖析直播电商赋能农村创业的作用机理，共同填补了数字技术与乡村振兴交叉领域的理论空白，丰富了数字乡村建设的理论基础[3]。学者王慧分析了短视频与直播“跨越注意力鸿沟”的内在逻辑[4]，陈卫洪以抖音“新农人计划”为例揭示新媒体平台助农的运营模式[5]，何阳探讨农产品网络直播营销对乡村振兴现代化转型的推动作用，不仅拓展了农村电商的理论边界，更构建了“技术 - 市场 - 资源 - 价值”四维联动的直播电商赋能理论，为数字时代乡村产业振兴提供了新的理论视角[6]。廖一红基于“利益相关”与“社会关联”双维度划分村庄类型，提出团结型、连结型、分裂型、分散型村庄的电商差异化发展模式，突破了农村电商“一刀切”的研究范式，深化了乡村共同体视角下农村电商发展的理论认知[7]。

在乡村振兴数字化转型提供可操作路径方面，张鹏以西安电子科技大学“数字支教”为例，设计乡村教育数字化基础设施建设、师资培训的具体方案[8]；朱维全则从农村物流、农产品溯源等实操环节，给出数字化赋能农村高质量发展的步骤，为地方政府与农村主体提供了“可复制、可推广”的技术应用模板[9]。李晓夏、韩飞燕等等研究关注直播助农与网络扶贫的融合，如李晓夏提出“直播 + 扶贫 + 产业”模式，通过流量赋能破解贫困地区农产品销售难题[10]；赵琳霖以梅里斯达斡尔族区为例，探讨民族

地区电商对脱贫成果巩固的作用，为实现“脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接”提供了实践路径，助力国家“巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴”的战略部署[11]。

综上，上述文献通过理论创新、实践指导、问题破解与战略适配，不仅为乡村振兴的数字化转型提供了系统的理论支撑与可操作方案，更回应了数字时代乡村发展的现实需求，对推动农业农村现代化、缩小城乡差距、实现共同富裕具有重要的理论与实践价值。但是仍存在不足之处，如果盲目推进乡村数字经济发展，可能造成乡村资源的浪费，甚至对乡村振兴起到阻滞作用。因此，本文针对这个问题从而进一步探究乡村数字经济发展的现实困境和实现路径，为乡村数字发展提供解决思路。

## 2. 直播电商赋能乡村振兴的理论机制

### 2.1. 产业振兴维度：优化农产品供应链与产业结构

直播电商依托互联网平台，突破了传统农产品销售的地域局限，让乡村特色农产品直接触达全国乃至全球消费者，有效解决了小农户“小生产”与大市场“大需求”的矛盾。例如淘宝直播“村播计划”上线三周年，累计11万农民主播带动农产品成交额超50亿元<sup>1</sup>，显著提升了农产品的市场覆盖面。传统农产品流通存在多层级中间商，导致农民利润被挤压且流通成本高。同时直播电商实现了生产者与消费者的直接对接，这大大缩短了供应链，降低了流通损耗和交易成本，让农民获得更多销售收益，同时也能让消费者以更实惠的价格购买到优质农产品。

### 2.2. 人才振兴维度：培育农村数字经济人才

直播电商降低了乡村人才参与产业发展的门槛，通过针对性培育，将农民、返乡青年等本土群体转化为懂技术、会经营的“新农人”，成为乡村人才振兴的核心力量。直播电商为乡村手艺人、非遗传承人提供了展示平台，通过直播传统手工艺品制作过程，不仅实现文化传承，更将其转化为产业人才。例如民族地区通过直播木雕、刺绣等非遗技艺，让传承人成为“文化主播”，既拓宽收入渠道，又强化其在乡村产业中的核心地位。在赋能基层治理人才方面，村干部、村集体经济带头人通过参与直播电商，从“管理者”转型为“产业带头人”。在团结型村庄，村委会班子牵头搭建直播平台，整合村内农产品资源，形成“村集体+农户”的产销模式，既提升治理能力，又成为乡村人才振兴的“领头雁”阐述直播电商如何吸引返乡青年、大学生等群体参与农村直播创业，通过实践培训提升农民的数字素养与直播运营能力，为乡村振兴培育新型数字经济人才。

### 2.3. 文化振兴维度：传播乡村特色文化

直播电商凭借即时互动、可视化展示的优势，将乡村文化具象化呈现给广大消费者，打破了传统乡村文化传播的时空限制。通过直播场景还原农村自然风光、民俗活动(如传统节庆、祭祀仪式)、传统手工艺制作过程(如剪纸、编织、古法酿造)等，让远离乡村的消费者直观感受乡村文化的独特魅力。例如济南“新农活”实践中，主播可在田间地头、民俗活动现场开展直播，同步传递农产品与地域文化；抖音等平台的“三农”直播中，乡村生活场景、非遗技艺展示成为重要内容，显著扩大了乡村文化的受众范围。除此之外，直播电商搭建了文化与产业的连接桥梁，让乡村文化从“精神财富”转化为“经济资产”，反哺乡村发展。直播电商开发了许多文化衍生产品，例如以乡村文化为内核，推动农产品、手工艺品等进行文创升级。结合地域文化故事打造特色农产品品牌，将传统纹样、民俗符号融入产品包装设计；挖掘非物质文化遗产资源，开发文创产品并通过直播渠道销售，形成“文化+产品”的盈利模式，既延续了文化脉络，又为乡村创造了经济收益。

<sup>1</sup>[https://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/202109/07/t20210907\\_36890013.shtml](https://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/202109/07/t20210907_36890013.shtml)

### 3. 济南“新农活”现状分析

#### 3.1. 发展规模与覆盖范围

济南“新农活”实践的核心是直播电商与农村产业的深度融合，整体启动于2021年前后，早期以局部试点为起点，逐步向全域拓展，可分为三个关键阶段：1) 启动期(2021年)：线下“游击战”叩开市场，以平阴县孝直镇“孝直小农夫”品牌为代表，开启“新农活”早期探索。2021年初春，该品牌用挂着横幅的货车载着石磨面粉、农家馒头、古法花生油等农产品驶入济南城区，以“三不定”战术(产品供应不定期、400个社区轮转不固定、现场预订不设限)在社区开展线下推广，通过“免费尝鲜”吸引城市消费者，被称为“山货游击队”，首次实现乡村农产品与城市市场的直接对接；2) 发展期(2022~2024年)：从“线下阵地”到“数字基建”，2024年前后，各区县从“流动推广”转向“固定阵地”建设。如南部山区成立“网络达人助农联盟”，打造标准化直播基地，配备专业设备；商河县建成电商产业园，成立县域MCN机构和网络主播赋能基地，辐射12个街道(镇)的35个村(居)直播点，实现“县-镇-村”三级电商服务覆盖；3) 成熟期(2025年至今)：“云端共富”实现全域融合，“孝直小农夫”上线微信小程序，设置“第一书记代言”“巾帼好品”“共富超市”等12个板块，半年内覆盖2.3万个家庭；南部山区开发线上小程序，整合30余种农产品实现“一键下单+预售+产地直发”，仲宫蜜薯、高而核桃等远销北上广。

#### 3.2. 运营模式与参与主体

1、政策-人才-产业的“三角驱动”政府联合高校(如山东商业职业技术学院)定向培养人才，历城区“星潮汇”联盟通过“政企校”合作，将培训后的主播(如“星潮主播”)与农户/合作社对接，解决“人才短缺”短板，2025年已带动历城区芦南村成为乡村游网红打卡点<sup>2</sup>。

2、“支部+合作社+主播”的供给闭环茶业口镇以“支部搭台”构建“1+3+N”模式，村党支部(如西嵬石村)打造直播基地，合作社统一品控(如“青石山小米”分级)，党员主播(如“莱芜花椒孙支书”)负责直播，2024年史家崖村通过该模式销售农产品7000余斤<sup>3</sup>。

3、平台-物流的“流量+配送”双支撑电商平台(抖音/京东)提供流量倾斜，1~5月全市农产品网零额达31亿元；物流企业(顺丰/邮政)依托三级体系实现“冷链直达”，如市中区窦牛农场的鹿茸菇“现采现发”，损耗率降低至5%以下<sup>4</sup>。

4、金融-消费的“两端保障”济南市农商行为农户提供生产资金，缓解“备货压力”；消费者通过直播下单后，反馈需求(如对礼盒装产品的偏好)，反向推动合作社开发“山水茶业老味道”高端礼盒，覆盖全国20余个省市。

#### 3.3. 济南“新农活”面临的困境

##### 3.3.1. 人才供给不足与留存困难

人才短缺是最突出的瓶颈，既缺“会直播的本土人”，也缺“能扎根的专业人”。多数农村主播未经过系统化培训，如章丘区本土主播普遍存在语言表达生硬、临场应变差、不懂流量运营的问题，导致直播间场均观众不足百人，难以突破“冷启动”阶段；在市中区直播培训中，学员需从“直播话术、短视频剪辑”等基础技能学起，侧面反映人才的能力不够充足，前期能力短板。农村直播电商多以小农户、个体经营为主，缺乏“生产-加工-包装-营销-售后”的完整产业链整合，青年人才需兼顾选品、直播、

<sup>2</sup><http://m.toutiao.com/group/7501879281308500534>.

<sup>3</sup>[http://www.laiwu.gov.cn/art/2025/5/6/art\\_36467\\_4816489.html](http://www.laiwu.gov.cn/art/2025/5/6/art_36467_4816489.html).

<sup>4</sup><https://www.jinantimes.com.cn/news-41-5079338.html>.

物流等多环节，精力分散且效率低。典型的体现在农人自播时面临营销基础薄弱、品牌意识不足、客户易流失等问题，且青年缺乏供应链团队支持，这使得农村电商直播难以形成规模化直播电商集群。另一方面，农村教育、医疗、文化等公共服务远不及城市，青年人才(尤其是已婚青年)因“子女教育、父母养老”等问题，难以长期留存。例如，梅里斯达斡尔族区“乡村人口持续减少，青年因公共服务不足选择进城”。乡村青年多向城市流动，章丘区农村“老龄化、兼业化”明显，缺乏电商致富带头人。即便通过培训培育出本土人才，也因农村发展空间有限、收入不稳定，部分人在3~6个月内退出，小农户直播电商存活率不足30%<sup>5</sup>。

### 3.3.2. 农产品品质不稳定、缺乏统一标准

农产品的品质良莠不齐，这导致小农户分散生产，难以把控统一标准，常见果实大小不一、成熟度不均、腐烂等问题，引发大量差评；部分主播选品不细致，进一步加剧品质波动。多数直播农产品缺乏“从田间到餐桌”的溯源机制，如章丘区部分电商平台无种植基地，无法证明“无农残、原产地直供”，消费者难以验证品质；小农户也未形成分级定价习惯，混卖不同等级产品，易引发售后纠纷。

### 3.3.3. 物流供应链韧性不足

物流覆盖不均匀同时成本较高，如章丘区偏远乡镇电商网点“屈指可数”，布局分散且资源利用率低；农村物流成本比城市高20%~30%，冷链设施不足，生鲜农产品(如樱桃、西瓜)损耗率高，影响配送时效与品质。且小农户以家庭经营为主，仓储、分拣能力有限，遇平台活动、节假日订单激增时，易出现“爆单即崩盘”，如济南部分农户因物流延迟无法及时发货，导致退款率增高，损害店铺口碑。

## 4. 对策建议

### 4.1. 化解人才瓶颈

政府可以联合电商平台、MCN机构，针对不同层次的直播电商从业者(新手农户、成熟主播、运营人员)开展分层分类培训。培训内容包括直播技巧、产品知识、粉丝运营、数据分析、品牌建设等，同时采用理论教学与实践操作相结合的方式，提升培训效果。例如，开设“农村主播入门班”“直播运营进阶班”等，满足不同人群的学习需求。以合作社为单位制定农产品分级标准(如莱芜蜜薯按大小、甜度分级)，引入区块链溯源技术，消费者扫码可查种植、采收信息；建立“主播选品责任制”；不合格产品追责，降低售后纠纷率。制定农村直播电商人才激励政策，对表现优秀的本土主播、直播团队给予资金奖励、荣誉表彰、项目扶持等；改善农村生活条件与创业环境，为农村直播电商人才提供住房、医疗、子女教育等方面的保障，吸引返乡青年、大学生等留在农村从事直播电商行业，提高人才稳定性。

### 4.2. 强化物流支撑

政府补贴建设县域冷链仓(参考平阴“共富驿站”模式)，整合乡镇电商网点形成“县-镇-村”三级配送网；与邮政、顺丰签订长期合作协议，批量降低农村物流成本，生鲜损耗率控制在8%以内。政府加大对农村物流基础设施建设的投入，支持物流企业在农村地区建设物流站点、配送中心，开通农村到城市的直达物流线路，降低物流配送成本，提高配送时效。同时也可针对生鲜农产品，推广冷链物流技术，建设冷链仓储设施，减少农产品运输损耗，保障农产品新鲜度。鼓励在济南农村地区建设共享仓储与分拣中心，为农户、合作社提供农产品存储、分拣、包装、贴单等一体化服务，提高农产品处理效率；整合分散的农产品资源，实现规模化、集约化运营，降低仓储与分拣成本，这样可以提升供应链整体效率。

<sup>5</sup><https://www.quyushuju.com/forum.php?mod=viewthread&tid=68593>.

### 4.3. 深化品牌与产业融合

引导济南农村地区结合当地自然环境、气候条件、历史文化等因素，挖掘具有地域特色的农产品品类。例如，开发特色农产品深加工产品(如水果罐头、杂粮礼盒)、文创产品(如以乡村文化为主题的手工艺品)，形成差异化竞争优势，避免产品同质化。政府牵头制定农产品质量标准体系，规范农产品的生产、加工、包装等环节，确保农产品质量稳定；支持农户、合作社、企业打造农产品区域公共品牌与企业品牌，通过统一品牌标识、统一宣传推广，提升品牌知名度与影响力。例如，整合济南各区县特色农产品，打造“济南农品”区域公共品牌，并通过直播电商进行集中推广[12]。

### 4.4. 加强市场监管与行业规范

建立健全农村直播电商市场监管体系，加强对农产品质量、直播宣传、售后服务等环节的监管力度。例如，开展农村直播电商产品质量抽检，严厉打击虚假宣传、以次充好等违法行为；建立农村直播电商信用评价体系，对诚信经营的主体给予表彰与扶持，对失信主体进行联合惩戒，营造公平、公正、诚信的市场环境。

## 5. 结语

本文以济南“新农活”实践为具体研究对象，系统探究了直播电商赋能乡村振兴的内在逻辑与实践路径。研究发现，直播电商作为数字经济与乡村发展深度融合的产物，通过产业赋能、人才培育、生态构建与治理升级的多元路径，为乡村振兴注入了强劲动能。济南“新农活”实践中，通过搭建本地化直播载体、培育“乡土主播”队伍、完善“直播+物流+品牌”的全链条服务体系，有效破解了传统农产品销售渠道狭窄、品牌影响力薄弱、农村人才流失等难题，实现了农产品价值提升、村民增收致富与乡村文化传播的多重目标，为直播电商助农模式提供了可借鉴的区域样本。济南“新农活”的探索印证了直播电商赋能乡村振兴的可行性与有效性。其通过政府引导与市场运作相结合的方式，既发挥了政策在基础设施建设、人才培训、标准规范制定等方面的保障作用，又激发了村民、合作社、MCN机构等多元主体的参与活力，形成了“上下联动、内外协同”的良好发展格局。这一实践不仅为济南乡村产业转型升级提供了新路径，也为我国其他地区尤其是农业主产区利用数字技术推动乡村振兴提供了宝贵经验。

同时，研究也清晰地认识到，直播电商赋能乡村振兴仍面临诸多共性挑战。如农村数字基础设施建设仍有短板、主播专业能力与品牌运营水平有待提升、农产品标准化生产与质量追溯体系不够完善、跨主体利益协调机制尚不健全等问题，这些都需要在后续发展中持续破解。此外，济南“新农活”作为区域实践案例，其模式的复制推广还需结合不同地区的资源禀赋、产业基础与文化特色进行适应性调整，避免“一刀切”。未来，直播电商赋能乡村振兴的深度与广度仍有巨大拓展空间。可进一步加强对直播电商与乡村产业融合的长效机制、数字技术对乡村治理模式变革的影响等议题的研究，同时需要持续强化农村数字基础设施建设，构建多层次的人才培育体系，推进农产品标准化与品牌化建设，完善跨主体协同治理与利益共享机制。

## 基金项目

湖北省教育厅哲学社会科学研究项目(24Y066)；湖北非营利组织研究中心课题(HBNOP202203)；技术咨询项目(2025H40007)。

## 参考文献

- [1] 秦秋霞, 郭红东, 曾亿武. 乡村振兴中的数字赋能及实现途径[J]. 江苏大学学报(社会科学版), 2021, 23(5): 22-33.
- [2] 冯帅. 数字化技术助力乡村振兴的有效路径[J]. 乡村科技, 2023, 14(13): 14-17.

- 
- [3] 胡茉, 胡斌, 曹原豪. 直播电商赋能农村创业的作用机理——基于新质生产力视角的多案例研究[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2024(6): 25-36.
  - [4] 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.
  - [5] 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.
  - [6] 何阳. 新农业背景下农产品网络直播营销模式对乡村振兴的影响[J]. 农业经济, 2024(2): 131-133.
  - [7] 廖一红. 乡村振兴视域下农村电商发展模式的探索及启示——基于乡村共同体的思考[J]. 税务与经济, 2022(3): 74-80.
  - [8] 张鹏, 金晨. 数字化建设助力乡村教育振兴的推进路径研究[J]. 现代农业研究, 2024, 30(12): 68-72.
  - [9] 朱维全, 李想, 张天浩. 乡村振兴视域下数字化赋能农村高质量发展的路径探索[J]. 农业经济, 2025(10): 50-52.
  - [10] 李晓夏, 赵秀凤. 直播助农: 乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式[J]. 商业经济研究, 2020(19): 131-134.
  - [11] 赵琳霖, 徐延新. 乡村振兴背景下民族地区农村电商发展现状、困境及对策——以齐齐哈尔市梅里斯达斡尔族区为例[J]. 黑龙江民族丛刊, 2023(6): 59-63.
  - [12] 丘雯文. 小农户融入农业绿色发展机制研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2025.