

网络电商直播助力乡村振兴：价值、困境与路径

崔 媛

贵州大学马克思主义学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年11月3日；录用日期：2025年11月17日；发布日期：2025年12月10日

摘要

乡村振兴是新时代“三农”工作的总抓手，网络电商直播作为数字经济与乡村发展深度融合的新业态，为乡村振兴注入了新动能。聚焦“网络电商直播助力乡村振兴”议题，从价值意蕴、现实困境、路径创新三个维度展开研究。在价值意蕴上，展现其经济维度拓宽销售渠道、带动产业发展，文化维度传承特色文化、扩大文化传播，社会维度带动就业创业、优化基层治理的多元赋能；在现实困境上，剖析基础设施与物流体系滞后、专业人才与培训体系匮乏、品牌建设与品质管控不足的突出制约；在路径创新上，提出夯实电商发展基础、构建人才支撑体系、培育乡村特色品牌的系统性举措。研究表明，网络电商直播为乡村振兴提供了数字时代的创新路径，通过破解发展瓶颈、释放赋能效应，可有效激活乡村内生动力，助力乡村振兴战略高质量推进。

关键词

网络电商直播，乡村振兴，乡村经济，路径创新

Livestream E-Commerce Empowering Rural Revitalization: Value, Dilemmas, and Pathways

Ai Cui

School of Marxism of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 3, 2025; accepted: November 17, 2025; published: December 10, 2025

Abstract

Rural revitalization is the overall catch-up to the work of the “three agriculture” in the new era, and

online e-commerce livestreaming as a new form of business that integrates the digital economy and rural development has injected new kinetic energy into rural revitalization. Focusing on the topic of “online e-commerce livestreaming to promote rural revitalization”, research is carried out from three dimensions: value implications, real-life dilemmas, and path innovation. In terms of value, it shows that the economic dimension broadens sales channels and promotes industrial development, the cultural dimension inherits characteristic culture and expands cultural dissemination, and the social dimension promotes employment and entrepreneurship and optimizes the pluralistic empowerment of grassroots governance. In reality, we analyze the outstanding constraints of lagging infrastructure and logistics systems, lack of professional talent and training systems, and inadequate brand building and quality control. In terms of path innovation, systemic measures have been proposed to strengthen the foundation for e-commerce development, build a talent support system, and cultivate rural specialty brands. Research shows that online e-commerce livestreaming provides an innovative path for rural revitalization in the digital age, and by cracking down on development bottlenecks and unleashing the enabling effect, it can effectively activate the internal driving force of rural areas and help the high-quality advancement of rural revitalization strategy.

Keywords

Online E-Commerce Live Streaming, Rural Revitalization, Rural Economy, Path Innovation

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

数字经济与消费升级双重驱动下，网络电商直播凭借即时互动、场景化呈现、低成本传播等核心优势，通过打破地域限制，将乡村特色产品直接推向消费者，为乡村经济发展提供了新的机遇[1]，成为推进乡村振兴的重要引擎和强大动力。乡村振兴战略作为新时代“三农”工作的总抓手，核心目标是破解城乡发展不平衡、农村发展不充分问题，而产业兴旺、文化繁荣、民生改善则是其关键落脚点。然而，当前乡村发展仍面临农产品上行渠道狭窄、特色文化传播力弱、村民就业机会有限等现实挑战，而网络电商直播恰好能与这些需求形成精准适配——既可为农产品拓宽销售渠道、带动产业链发展，也能助力乡村文化传承与传播，更能创造就业岗位、提升村民收入水平，成为推动乡村产业、文化、社会协同振兴的重要助力。

2021年2月21日，中共中央、国务院印发的《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》提出，要深入推进电子商务进农村和农产品出村进城[2]。这一政策部署为网络电商直播助力乡村振兴提供了重要指引，也契合了数字技术赋能农村发展的趋势。然而，网络电商直播在助力乡村振兴的实践过程中，存在基础设施薄弱、专业人才匮乏等问题，影响了网络电商直播赋能乡村振兴作用的发挥。为此，在全面推进乡村振兴战略的时代背景下，研究网络电商直播助力乡村振兴的多元价值与现实困境，以期构建更好发挥网络电商直播赋能作用的优化路径，对推动乡村经济发展，助力乡村振兴具有重要意义。

2. 网络电商直播助力乡村振兴的价值意蕴

2.1. 经济价值：拓宽销售渠道与带动产业发展

在传统乡村经济模式中，农产品销售常受地域限制、信息不对称等因素制约，优质农产品面临“丰产不丰收”的困境。一方面，网络电商直播通过短视频平台、直播电商等载体，打破地域限制，将乡村特

色产品和服务直接推向全国乃至全球市场，使乡村经济更具规模效应和竞争力[3]，有效拓宽了销售渠道，降低了中间流通成本，让农民能够获得更可观的收益。如2021年9月至2022年9月，抖音电商直播间农产品讲解总时长3195万小时，通过搜索、店铺橱窗和商城等途径带动的农产品销量同比增长300%到500%[4]。另一方面，电商直播对农产品的规模化、标准化需求，推动乡村农业生产向集约化、品牌化方向转型，带动了农产品加工、包装设计、冷链物流等上下游配套产业的发展，形成“生产-加工-销售-服务”一体化的产业链条，进一步推动乡村产业集群化发展，不仅提升了乡村产业的整体竞争力，更为乡村经济注入持续增长动力，助力实现农民增收、农业增效的发展目标。

2.2. 文化价值：传承特色文化与扩大文化传播

乡村蕴含着丰富的民俗文化、传统手工艺、农耕文明等特色文化资源，这些资源往往因传播渠道有限、受众群体狭窄而面临传承困境。随着电商直播逐渐向内容营销和场景营销等方向发展，融入农村生活场景，讲述农村故事，不仅成为农村电商发展的新常态，也成为大众了解乡村文化的重要窗口[5]。网络电商直播为乡村文化传播提供了新的载体，主播在推广农产品的同时，可通过场景化展示、互动讲解等方式，将乡村的民俗活动、手工艺制作过程、农耕文化内涵等自然融入直播场景，让消费者在了解产品的过程中沉浸式感受乡村文化的独特魅力。直播的强互动性还能让消费者与乡村文化直接对话，通过线上提问、实时互动参与传统手工艺体验，进一步加深对乡村文化的理解。这种“产品+文化”的传播模式，不仅让乡村特色文化以更生动、更接地气的方式得到活态传承，更借助直播的流量优势突破地域限制，扩大了乡村文化的传播范围与影响力，增强了乡村文化的影响力和认同感，为乡村文化振兴奠定了坚实基础。

2.3. 社会价值：带动就业创业与优化基层治理

就业是民生之本，也是乡村振兴的重要支撑。一方面，网络电商直播的发展，为乡村创造了大量就业岗位，有效破解了乡村劳动力就业难、增收渠道窄的问题。直播产业链涵盖主播、运营、客服、物流配送、产品包装等多个环节，这些岗位门槛相对较低，且适配不同群体的能力需求，为农村剩余劳动力、返乡青年、留守妇女等群体提供了多元化的就业选择。例如，在抖音电商的助力下，闽东菌汤包逐步形成了种植收购、烘干加工、分拣打包、销售发货的供应链体系，带动超300人务工就业[6]。另一方面，网络电商直播在带动就业创业的同时，也为乡村基层治理提供了新的路径和载体，推动基层治理效能的提升。在电商直播推动乡村产业发展的过程中，基层组织通过协调土地资源、搭建公共直播平台、规范市场秩序、保障产品质量等方式深度参与其中，不仅密切了与村民的联系，更在实践中提升了资源整合能力、服务能力和治理效能。电商直播带来的数字化转型还推动乡村治理向透明化、高效化发展，通过直播公开村务、公示农产品质量溯源信息等，增强了村民的信任感与参与感，推动形成共建共治共享的基层治理新格局。

3. 网络电商直播助力乡村振兴面临的现实困境

3.1. 基础设施与物流体系相对滞后

基础设施与物流体系是电商直播落地乡村的基础支撑，当前乡村地区的相关建设仍存在明显短板。多数偏远乡村的网络基础设施不完善，宽带覆盖率不足、信号不稳定等问题突出，导致直播过程中出现卡顿、画质模糊等情况，严重影响消费者观看体验与购买意愿。同时，部分乡村电力供应稳定性不足，难以满足直播设备、仓储保鲜设备等持续运行的需求，进一步制约了直播产业的常态化发展，拖慢了乡村振兴的步伐。在物流体系方面，乡村地区物流网点覆盖率低、布局不均衡，偏远村落“最后一公里”配

送难题突出，多数物流企业因运输成本高、订单分散而不愿深入下沉。除此之外，乡村农产品的冷链物流基础设施以及仓储保管系统等相应的基础设施的质量也无法达标[7]，影响了产品品质与消费者满意度，极大限制了电商直播的辐射范围与运营效率。

3.2. 专业人才与培训体系相对匮乏

专业人才短缺与培训体系不完善是当前乡村电商直播发展的核心瓶颈。一方面，电商直播是集策划、运营、主播、技术支持等多环节于一体的系统性工作，需要具备专业知识与实操技能的复合型人才。然而，农村地区由于基础设施、公共服务水平和生活环境相对较差，对于专业人才的吸引力不够，有些农村主播在积累了足够的经验和资源后，会到城市或者其他相对发达的地方发展[8]，难以吸引和留住懂直播运营、市场营销、数据分析的专业人才。此外，多数乡村直播仍以农民自发参与为主，其在直播话术、场景搭建、粉丝运营、产品包装等方面能力不足，难以形成规范化、规模化的直播模式。另一方面，针对乡村群体的电商直播培训体系匮乏，现有培训多存在内容同质化、针对性不强的问题，多聚焦于基础操作讲解，缺乏对直播策划、流量变现、风险防控等核心技能的深度培训。除此之外，培训频次不足、后续指导缺失，农民在实际操作中遇到的问题无法得到及时解决，导致培训效果大打折扣，难以真正提升乡村直播从业者的专业素养。

3.3. 品牌建设与品质管控凸显不足

品牌建设薄弱与品质管控缺失是乡村电商直播可持续发展的重要制约因素。当前乡村电商直播多以初级农产品、手工艺品等为主要销售品类，但多数从业者品牌意识淡薄。从目前我国农产品的网络直播营销情况来看，几乎没有较为清晰鲜明的农产品品牌，多数营销人员在进行直播营销时，仅简单对产品的特点以及价格等相关基础内容进行介绍，并没有基于其产品特点以及地区特点等进行品牌介绍，也没有进行相应品牌宣传[9]。因此，由于部分乡村产品缺乏统一的品牌标识、包装设计，消费者对产品的产地溯源、品质保障等缺乏信任，影响了产品的市场认可度与复购率。在品质管控方面，乡村农产品生产多以小农户分散经营为主。这种模式缺乏统一的生产标准与技术规范，产品在规格、品质、口感等方面存在差异，难以满足电商直播对产品标准化的要求。同时，乡村地区品质检测体系不完善，缺乏专业的检测设备与人员，对产品的农残、重金属等指标检测覆盖不足，部分产品存在质量安全隐患。一旦出现品质问题，不仅会影响单个主播或产品的口碑，还可能对整个区域的乡村产品形象造成负面影响。

4. 网络电商直播助力乡村振兴的路径创新

4.1. 夯实电商发展基础，完善基础设施与物流体系

一是优化乡村网络与电力基础设施。网络与电力是电商直播在乡村落地的硬件基础，直接影响直播体验与产业稳定性。推进5G网络向偏远乡村延伸覆盖，同步升级现有宽带网络设施，着力提升网络带宽与信号稳定性，确保直播过程流畅清晰。针对直播集中区域、仓储保鲜场所等重点场景，开展电力设施专项改造，强化电力供应保障能力，满足各类设备持续运行需求，为电商直播产业常态化发展筑牢根基。

二是构建覆盖广泛的物流配送体系。物流通畅是农产品通过直播走向市场的关键环节，需聚焦网点布局与效率提升双向发力。统筹规划乡村物流网点布局，鼓励物流企业与乡村合作社、电商服务站开展深度合作，增设村级物流站点，切实打通农产品出村“最后一公里”。结合区域产业特点，布局建设冷链物流中心与仓储保鲜设施，配备专业保鲜设备，有效降低生鲜农产品运输损耗。此外，整合零散物流资源，加快县乡村三级物流快递体系建设，推动共同配送模式普及应用和物流运力资源整合共享[10]，提升物流配送效率与覆盖范围。

4.2. 构建人才支撑体系，加强人才培养与培训指导

一是加大外部专业人才引进力度。人才是数字经济与乡村振兴相联系的关键纽带，然而当前我国乡村高质量数字经济人才仍严重匮乏，加剧了城乡数字经济发展失衡^[11]。吸引外部专业人才是填补乡村电商直播人才缺口的重要途径，能快速填补乡村电商直播的技能缺口，为产业发展带来先进理念与经验。一方面，优化乡村就业创业整体环境，出台优惠政策，在薪酬待遇、创业补贴、住房保障等方面给予倾斜支持。另一方面，降低返乡就业创业门槛，重点吸引返乡青年、大学生、资深电商从业者等群体扎根乡村，让专业人才在乡村有用武之地，为乡村电商直播注入鲜活动力。

二是强化本土直播人才培育与指导。本土人才是乡村电商直播产业持续发展的核心力量，需建立全流程培育体系。立足乡村直播从业者的实际能力与需求，搭建分层分类的培训框架，设计涵盖直播策划、话术表达、场景搭建、粉丝运营、数据分析等内容的课程，摒弃同质化教学。其中可构建政府-平台-高校-村集体四方联动的人才培育模式，形成引才-育才-留才的闭环机制。邀请电商平台运营专家、资深主播开展线下授课与实操演练，通过案例分析、现场示范等方式提升培训实效。同时，建立培训后跟踪指导机制，组建专业服务团队，实时解答从业者在实际运营中遇到的问题，提供技术支持，持续提升本土人才的专业素养与实操能力。

4.3. 培育乡村特色品牌，强化品牌建设与品质管控

一是深耕乡村特色品牌建设。品牌是提升产品市场竞争力的核心抓手，需依托乡村特色资源精准发力。深入挖掘乡村地域文化、农耕传统、自然禀赋等独特元素，对产品进行精准定位，突出差异化优势。打造区域公共品牌，统一品牌标识、包装设计与宣传口径，赋予产品丰富文化内涵。同时，借助电商直播平台的传播优势，通过主题直播、系列推广等形式讲好乡村品牌故事，不断提升品牌知名度与市场认可度，摆脱低层次同质化竞争。

二是筑牢产品品质管控防线。品质是品牌长久发展的生命线，需从生产标准到溯源管理全链条把控。加快制定乡村产品生产加工统一标准，规范种植养殖、加工制作等各环节操作流程，引导小农户抱团发展，实现产品规模化、标准化生产。完善乡村产品质量检测体系，配备专业检测设备与人员，扩大检测覆盖范围，对直播销售的产品实行严格抽检，杜绝质量隐患。此外，建立产品溯源管理系统，运用大数据、物联网等技术，全面记录产品生产、加工、运输等全流程信息，向消费者公开展示，增强产品质量透明度与消费者信任度。

5. 结论与展望

网络电商直播作为数字经济赋能乡村振兴的重要载体，凭借其在拓宽销售渠道、传承特色文化、带动就业创业等方面的多元价值，为乡村产业、文化、社会协同发展注入了强劲动力。然而在实践过程中，其赋能效能仍面临基础设施与物流体系滞后、专业人才与培训体系匮乏、品牌建设与品质管控不足等现实困境，制约了赋能效应的充分释放。对此，通过夯实电商发展基础、构建人才支撑体系、培育乡村特色品牌的路径创新，能够有效破解这些发展瓶颈。未来，随着网络电商直播与乡村产业、文化、社会的进一步深度融合，以及配套发展机制的不断完善，其赋能潜力将持续释放，为乡村振兴注入持久动力，助力实现产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的乡村振兴总目标。

参考文献

- [1] 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.
- [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] 周祚山, 梁雁冰. 乡村振兴背景下助农直播电商发展策略研究[J]. 现代农机, 2023(4): 47-49.
- [4] 巨量算数. 2022 电商助农发展报告[EB/OL]. 2022-11-22.
<https://trendinsight.oceanengine.com/arithmetic-report/detail/834>, 2024-02-05.
- [5] 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.
- [6] 巨量算数. 2023 丰收节抖音电商助农数据报告[EB/OL]. 2023-09-21.
<https://trendinsight.oceanengine.com/arithmetic-report/detail/1004>, 2024-02-05.
- [7] 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.
- [8] 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.
- [9] 谢敏. 互联网+背景下我国农产品网络营销优化研究[J]. 农业经济, 2017(7): 135-137.
- [10] 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.
- [11] 白冰, 刘微微. 数字经济驱动乡村振兴的路径[J]. 山西财经大学学报, 2025, 47(S1): 112-114.