

新质生产力赋能乡村直播电商高质量发展： 内在逻辑、现实困境与推进路径

倪佳

扬州大学商学院，江苏 扬州

收稿日期：2026年2月10日；录用日期：2026年2月24日；发布日期：2026年4月2日

摘要

在乡村振兴与数字中国建设协同推进的时代背景下，新质生产力以新一代信息技术、人工智能、大数据等为核心驱动要素，通过与乡村传统生产要素的深度融合，为乡村直播电商的高质量发展注入了全新动能。作为连接城乡、推动乡村产业振兴的重要模式，乡村直播电商的高质量发展对破解农产品销售难题、促进农业转型升级、持续增加农民收入具有关键作用。然而，当前其发展仍普遍面临技术应用适配性不足、专业人才供给匮乏、供应链体系支撑薄弱、品牌建设进程滞后等多重挑战。本文立足新质生产力的理论内涵与乡村直播电商的发展实际，系统阐释二者之间的内在赋能逻辑，深入剖析当前赋能过程中的现实瓶颈，进而构建起涵盖“技术赋能、人才支撑、供应链协同、品牌打造、政策保障”五个维度的理论路径体系，以期为推动乡村直播电商实现从“量”的扩张到“质”的跃升、助力农业农村现代化进程提供理论借鉴与实践参考。

关键词

新质生产力，乡村直播电商，高质量发展，理论路径，乡村振兴，数字化转型

New Quality Productivity Empowers High-Quality Development of Rural Live-Stream E-Commerce: Intrinsic Logic, Practical Dilemmas and Promotion Pathways

Jia Ni

Business School of Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: February 10, 2026; accepted: February 24, 2026; published: April 2, 2026

文章引用：倪佳. 新质生产力赋能乡村直播电商高质量发展：内在逻辑、现实困境与推进路径[J]. 电子商务评论, 2026, 15(4): 253-260. DOI: 10.12677/ecl.2026.154393

Abstract

Against the backdrop of the coordinated advancement of rural revitalization and the construction of a digital China, new productive forces, driven by core elements such as next-generation information technology, artificial intelligence, and big data, have injected new momentum into the high-quality development of rural live-streaming e-commerce through in-depth integration with traditional rural production factors. As an important model connecting urban and rural areas and promoting rural industrial revitalization, the high-quality development of rural live-streaming e-commerce plays a crucial role in solving the problems of agricultural product sales, promoting the transformation and upgrading of agriculture, and continuously increasing farmers' income. However, its current development generally faces multiple challenges, such as insufficient adaptability of technology application, shortage of professional talent supply, weak support of the supply chain system, and lagging brand building process. Based on the theoretical connotation of new productive forces and the actual development of rural live-streaming e-commerce, this paper systematically explains the internal enabling logic between the two, deeply analyzes the practical bottlenecks in the current enabling process, and then constructs a theoretical path system covering five dimensions: "technological empowerment, talent support, supply chain collaboration, brand building, and policy guarantee". It is expected to provide theoretical reference and practical guidance for promoting rural live-streaming e-commerce to achieve a leap from "quantitative" expansion to "qualitative" improvement and promote the process of agricultural and rural modernization.

Keywords

New Productive Forces, Rural Live-Streaming E-Commerce, High-Quality Development, Theoretical Path, Rural Revitalization, Digital Transformation

Copyright © 2026 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

近年来,以短视频和直播为载体的电商新模式在乡村迅速崛起,成为推动农产品上行、促进农民增收、激活县域经济的重要引擎。据商务部数据显示,2024年全国农村网络零售额达2.6万亿元,其中直播电商占比超过35%,且增速显著高于传统电商。然而,在规模扩张的同时,乡村直播电商也暴露出产品同质化严重、供应链响应滞后、人才结构性短缺、可持续发展能力不足等问题,陷入“有流量无品牌、有销量无利润”的低效内卷困境。

在此背景下,国家高度重视数字经济与乡村产业深度融合,聚焦新质生产力发展作出一系列部署安排。2023年12月召开的中央经济工作会议强调,要“以科技创新推动产业创新,特别是以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能”。2024年政府工作报告进一步明确“大力推进现代化产业体系建设,加快发展新质生产力”,并将“深入实施数字经济创新发展工程”列为重要任务[1]。2025年中央一号文件更是明确强调“以科技创新引领先进生产要素集聚,因地制宜发展农业新质生产力”[2]。新质生产力以颠覆性技术和前沿技术为核心驱动力,其蕴含的创新动能恰好契合乡村直播电商破解发展困境、实现提质增效的内在需求。基于此,本文立足新质生产力视角,聚焦其赋能乡村直播电商高质量发展的理论路径展开研究,旨在破解乡村直播电商低效内卷难题,推动其从规模扩张向质量提升转型,为助力

农产品上行、农民增收及乡村产业振兴提供理论参考与实践指引。

2. 相关概念界定

2.1. 新质生产力的核心内涵与特征

新质生产力是以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的质态跃升为基本内涵，以全要素生产率大幅提升为核心标志，具有高科技、高效能、高质量特征，其本质是先进生产力。科技创新重塑生产力基本要素，传统生产力三要素也被赋予全新内涵[3]。新劳动者不仅包括顶尖科技人才，更涵盖大量具备数字技能的高素质技术型人才，成为新质生产力中起主导作用的主体；新劳动资料以人工智能、5G、云计算等颠覆性技术为载体，显著拓展了工具的应用边界与智能化水平；新劳动对象则从传统的自然物逐步延伸至数据这一关键新型生产要素，其价值主要通过多元场景应用得以实现。

新质生产力之“新”，体现在以原创性、颠覆性科技创新驱动产业创新，催生新产业、新业态、新模式，开辟发展新赛道；其“质”，则表现为高科技、高效能、高质量的有机统一——通过技术赋能优化生产要素配置，提升资源利用效率与产品品质，进而推动社会需求升级与价值链位势跃迁。在乡村场景中，新质生产力表现为数字技术深度融入农业全链条，依托新型经营主体、数字人才与智能基础设施的系统性集聚，重构乡村产业生态与发展动能。

2.2. 乡村直播电商高质量发展的核心要义

高质量发展并非仅指交易规模的扩大，而是一个多维目标体系：在经济维度，体现为产业链附加值提升与品牌溢价能力增强；在社会维度，表现为农民数字素养提高与本地就业机会增加；在生态维度，强调绿色包装、低碳物流与资源节约；在制度维度，则要求建立公平透明的利益分配机制与诚信经营环境。因此，乡村直播电商的高质量发展，本质上是技术赋能、产业融合与制度优化协同推进的过程，其核心在于实现经济效益、社会效益与生态效益的有机统一。

3. 新质生产力与乡村直播电商高质量发展的内在逻辑

新质生产力对乡村直播电商高质量发展的赋能，本质是通过数字技术革新与新型生产要素重构，推动产业从效率提升、要素优化向结构升级、理念转型递进。其内在逻辑围绕“技术筑基 - 要素焕新 - 结构升级 - 理念引领”四层维度展开，形成环环相扣、层层递进的完整赋能体系。

3.1. 技术赋能：构筑智能化发展的数字基座

技术创新是新质生产力的核心驱动力，也是乡村直播电商高质量发展的关键支撑。新质生产力所涵盖的人工智能、大数据、物联网、5G等数字技术，可广泛应用于乡村直播电商的全流程环节：在前端展示环节，借助5G、VR/AR等技术可实现农产品的沉浸式、场景化呈现，提升用户体验；在运营决策环节，通过大数据分析精准洞察消费趋势与区域偏好，推动农产品供给与市场需求的智能匹配，降低选品与库存风险；在履约服务环节，依托物联网技术实现农产品全程可视化溯源，结合智能仓储与路径优化算法提升物流效率，并运用AI客服系统提供即时且规范的售后服务。这些技术共同构建起智能高效的数字基础设施体系，为乡村直播电商从“粗放运营”向“精细智能”转型筑牢了坚实的技术根基。

3.2. 要素赋能：驱动生产要素的质态升级与创新配置

在技术赋能的基础上，新质生产力进一步推动生产要素的内涵拓展与配置优化。它打破了乡村传统上主要依赖土地、劳动力等初级要素的局限，引入并赋能了数据、知识、技术等新型生产要素，实现了生产要素的“质态升级”[4]。一方面，数据成为关键生产要素。直播电商各环节产生的海量用户行为、

交易流程等信息，经系统采集、分析与应用，转化为指导生产、优化营销、提升服务的有效资产，为科学决策提供有力支撑。另一方面，技术本身也融入生产要素体系。操作便捷的直播工具、供应链管理平台等，以模块化服务的形式降低运营门槛，直接提升劳动与资本的利用效能。在此过程中，新质生产力推动新型要素与传统要素深度融合、创新配置。它既吸引城市的资本、专业人才等高端要素向乡村流动，又激活提升本土劳动力、特色物产等传统要素的价值。例如，农民主播通过掌握数字化技能(知识要素)，将本地特色农产品(自然资源要素)与乡土文化(文化要素)结合，在数据洞察(数据要素)的指引下进行创作和销售，实现了各类要素的优化重组。

3.3. 结构赋能：从单一卖货到一体化生态

技术与要素的变革最终引发产业形态的系统性升级，推动乡村直播电商从“单点卖货”向“内容 IP + 供应链 + 服务”融合的生态体系演进。

在这一转型中，内容 IP 依托乡土文化与生产场景打造差异化品牌，如“陕北腰鼓 + 苹果直播”将乡土场景融入营销，头部村播则以“乡土达人”人设引导消费从“购买商品”转向“体验生活方式”。供应链作为履约核心，通过整合仓储、冷链与物流构建高效协同网络，破解农产品保鲜与配送难题^[5]。以陕西武功县为例，当地不仅建成全链条供应链集群，还创新引入供应链金融服务，切实缓解产业链资金压力。服务体系的完善进一步打通全流程闭环，通过建立售后专线、退换货机制与溯源系统，形成“内容引流 - 供应链履约 - 服务留客”的良性循环，显著提升产业抗风险能力与附加值。2024 年，武功县农产品线上销售额突破 50 亿元，正是这一生态化转型成效的有力印证。

3.4. 理念引领：推动绿色与责任理念深度融入

新质生产力所蕴含的绿色理念，正推动 ESG 实践深度融入乡村直播电商全流程。在绿色包装领域，可降解纸袋、玉米淀粉包装等环保材料逐步替代传统塑料包装，部分平台还推出“绿色包装积分”激励机制，引导消费者选择环保选项。例如，浙江丽水茶叶商家全面使用可降解包装并配套积分奖励，使环保包装使用率从 30% 升至 85%，复购率提升了 20%。此外，绿色实践进一步向生产端延伸。主播在直播中实时展示产品从种植、加工到物流的全环节碳足迹，突出有机耕作、新能源运输等减排实践。部分平台还引入第三方碳认证，为农产品附上权威碳标签。同时，电商主体通过助农直播、滞销帮扶等行动履行社会责任，并依托质量追溯体系保障消费者权益。在提升品牌公信力的同时，推动绿色生产与消费理念向乡村纵深渗透，助力农业可持续转型。

4. 新质生产力视域下乡村直播电商高质量发展的现实困境

尽管新质生产力为乡村直播电商的高质量发展提供了清晰的赋能逻辑与强劲动能，但在其落地赋能的具体实践中，仍面临一系列深层次的现实瓶颈与结构性矛盾。本章将主要从技术应用、人才供给、产业结构、制度环境四个维度，剖析制约乡村直播电商高质量发展的核心瓶颈。

(一) 技术渗透不足，基础设施落后

当前我国大部分城镇地区的网络信息技术已得到广泛普及应用，但乡村数字基础设施建设仍存在明显短板。部分偏远乡村的 5G 网络、光纤宽带覆盖率偏低且信号稳定性差，难以满足直播电商对网络带宽和低延迟的要求，既影响用户观看体验，又降低了农产品的展示效果。同时，智能直播设备在乡村的应用率普遍较低，多数乡村直播主体仍依赖普通手机、简易支架等基础设备，缺乏专业的直播摄像头、灯光设备、智能美颜设备等，导致直播画面质量不高、用户体验不佳。

更为关键的是，现有技术供给与乡村实际需求严重不匹配，形成“有而不适”与“用而不会”的双重困境。一方面，技术与乡村产业场景的适配性不足。例如，针对农产品直播的品质溯源技术、冷链物流

监控技术等应用较少，且部分技术操作复杂，乡村直播主体难以掌握。另一方面，支撑新质生产力发展的核心数字技术(如 AI、大数据)高度集中于头部平台，其技术接口与数据资源尚未有效下沉或适配至基层生产端，导致农户“看得见技术，用不上红利”。这不仅削弱了数字赋能的实效，更可能在新质生产力加速演进的背景下进一步拉大城乡数字鸿沟。

(二) 专业人才短缺，培育体系失衡

直播电商是人才密集型行业，对复合型人才需求迫切，但当前行业深陷“人才荒”困境：既缺乏掌握直播运营、内容创作、品控管理、数据分析等技能的综合型人才，也缺少熟悉农产品特性与乡村实际的本土化人才。从人才流动层面来看，城市因就业机会丰富、晋升空间广阔、薪酬待遇优厚、发展前景向好等优势，形成了人才虹吸效应，农村地区不仅难以吸引直播电商专业人才入驻，更难以实现人才的长期留存。据统计，2022 年农村电商人才缺口达 245 万，预计 2026 年缺口为 350 万[6]。这一巨大缺口已成为制约农村电子商务快速发展的关键瓶颈。

此外，现有人才培育体系与农村直播电商的实际发展需求严重脱节，进一步加剧了人才供给的短板。直播电商团队不仅包含主播、助播、场控、中控等直播现场人员，还涵盖运营、售后、包装及运输等岗位的大量后台员工，每一项工作都需要具备一定的专业培训基础与实践经验。然而当前农村直播电商从业者多为农民或返乡青年，普遍缺乏系统的电商知识与直播技能培训，在产品选品、直播策划、粉丝运营、售后服务等核心环节能力不足，直接影响直播电商的运营效率与市场竞争力。同时，现有培训内容多侧重理论知识，缺乏直播实操、供应链管理等实用性技能指导，导致“学非所用”的问题出现，无法构建起可持续的人才供给体系。

(三) 产业结构单一，产业链不完善

产品同质化严重是乡村直播电商面临的突出问题，根源在于农产品“三化”(产业化、标准化、品牌化)建设滞后。多数乡村直播电商仍聚焦于初级农产品销售，产品种类单一、包装简陋，缺乏深加工环节，附加值低，且生产过程缺乏规范统一的标准，导致产品质量参差不齐，难以满足消费者对高品质、个性化产品的需求。例如，大量直播主体以销售本地普通果蔬、粮油等初级农产品为主，普遍缺乏品牌意识与差异化定位，往往陷入低价竞争，造成“优质难优价”甚至“劣币驱逐良币”的现象[7]。

此外，乡村直播电商产业链条不完善进一步制约了产业结构优化。上游缺乏标准化生产基地支撑，中游农产品加工环节薄弱，下游物流配送与售后服务体系不健全，导致产品质量难以保障、用户体验不佳。同时，产业融合深度不足，直播电商与乡村农业、加工业、文旅产业等的融合多停留在表面，未能形成要素互通、价值共创的协同发展格局，产业附加值难以有效提升。

(四) 制度保障不足，机制衔接不畅

乡村直播电商的快速发展对制度供给提出了更高要求，但当前相关规则体系与监管机制明显滞后，难以有效规范市场秩序、保障各方权益。

首先，行业规范体系严重缺位。目前，针对农产品直播的统一服务标准、营销行为准则与争议处理机制尚未建立，部分直播主体借此进行虚假宣传、以次充好，不仅损害了消费者权益，也侵蚀着行业公信力。

其次，监管能力难以匹配新业态的复杂性。乡村直播电商具有跨区域、跨行业、参与主体碎片化等特征，而现有监管体系存在明显短板。一方面，面对海量、瞬时的直播交易，监管体系难以实现全面覆盖，存在监管盲区与职能重叠，对虚假宣传、数据造假、知识产权侵权等问题响应迟缓。另一方面，对于直播营销中“即播即发”的生鲜类产品，传统的抽检、备案等监管模式因时效性与操作性限制，难以在不破坏产品“新鲜”属性的前提下介入，导致关键流通环节的质量管控形同虚设，进一步放大了消费安全风险[8]。

最后,利益分配机制不健全进一步削弱产业发展动能。直播平台、MCN机构、乡村合作社、农民主播等参与主体间的利益分配缺乏明确规则与标准,平台抽成过高、农民主播收益偏低、合作社与主播利益纠纷等问题频发,抑制了各参与主体的积极性与创新活力。

5. 新质生产力赋能乡村直播电商高质量发展的推进路径

面对技术赋能不足、专业人才短缺、产业结构单一与制度环境滞后等现实困境,亟需以新质生产力为引领,系统构建多维赋能路径,推动乡村直播电商从规模扩张向质量跃升转型。

(一) 技术筑基:筑牢数字化、智能化的直播底座

以打通“数字壁垒”为核心,聚焦乡村直播电商技术应用痛点,构建适配乡村场景的数字化支撑体系。一方面,加快乡村数字基础设施升级,重点推进偏远地区5G网络、光纤宽带全覆盖,优化网络传输质量与稳定性,同步完善乡村数据中心、云计算节点等配套设施,为直播电商筑牢高速可靠的技术底座。另一方面,推动直播技术向轻量化、模块化迭代。大力研发并推广操作简易、成本低廉的智能直播工具(如一键智能布光系统、AI实时字幕与翻译工具),以及轻量化、模块化的SaaS服务平台,切实降低农户使用门槛。同时,强化技术场景适配能力,围绕农产品特性开发专用解决方案。例如推广基于区块链的品质溯源系统、集成温湿度传感的冷链物流监控平台,并通过“平台+合作社+农户”模式提供技术培训与运维支持,真正实现“技术可用、用而有效”,破解“有而不适”与“用而不会”的双重困境。

(二) 人才驱动:形成本土化、复合型的人才培育模式

面对乡村直播电商专业人才短缺的挑战,应立足乡村实际需求,构建“引育留用”一体化的人才发展模式。

一是精准引才。依托地方乡村振兴政策框架,出台创业补贴、场地支持、薪酬激励等针对性引才措施,重点引进直播运营、内容创作、数据分析等领域专业人才。同步吸引返乡青年、大学生等群体投身其中,并探索与高校共建产业基地,引导相关专业学生返乡创业,为乡村直播电商注入新鲜血液。二是系统育才。以校企地三方合作模式为核心构建分层分类培训体系,签订正式的校企地人才培养合作协议,明确三方职责:高校负责制定培训课程体系,提供大数据、AI、区块链等新质生产力核心技术的理论教学与师资支持;地方政府负责统筹培训资源,提供培训场地与资金补贴,组织本地农户、从业者参与培训;本地企业(合作社/MCN机构)负责提供实操场地、直播设备与导师,结合本地农产品设计实训案例,开展“导师带教”实操培训。培训分层分类开展:面向农民主播,强化AI直播操作、数字人直播运营等基础技能;面向行业从业者,提升大数据选品分析、区块链溯源管理等进阶能力;面向合作社负责人,聚焦智能供应链整合、产业数字化融合等战略素养。培训采用“线下实操+线上教学+导师带教”模式,确保学用深度结合。三是用心留才。完善人才保障体系,建设直播电商产业园区或孵化基地,提供办公、物流、资源对接等一站式服务;建立健全合理的利益分配机制与清晰的职业发展通道,采用“底薪+技术入股+业绩分红”的薪酬模式,保障人才的合理回报与发展前景,真正实现“引得进、留得住、干得好”。四是长效用才。组建本土直播电商人才智库,推动专业人才与农户、合作社结对帮扶,实现知识技能的本土化传递。当地政府部门也应积极组织各直播电商团队协同合作,形成具有地方凝聚力的特色直播电商联盟,从而将人才优势转化为产业发展的内生动力与持续竞争力[9]。

(三) 供应链协同:打造一体化、标准化的高效服务平台

面对当前乡村直播电商发展中产业链条不健全、产品标准体系缺失的突出问题,应充分发挥新质生产力的创新引领作用,系统推进供应链向数字化、标准化与集约化升级,为产业提质增效提供支撑。

上游应着力推进生产标准化,运用大数据与物联网技术引导农户及合作社建设标准化基地,对布设智能监测设备的基地给予一定的设备购置财政奖补,并统一制定种养加环节的技术与管理规范。通过布

设智能监测设备实施全流程品质管控，从源头解决产品质量不均的问题。中游可聚焦加工精细化，以乡村产业园区为载体引入深加工资源，对初级农产品实施分级、包装与精深加工，以提升附加值。同时搭建加工共享平台，推动设备与产能的集约化利用，切实降低中小直播主体的成本。下游需进一步提升物流时效性，整合县域资源构建县乡村三级配送网络，并建立“政府 + 物流企业 + 合作社 + 农户”四方冷链物流成本分摊模型，明确各方成本分摊比例：政府承担冷链物流园区及县级冷链仓储中心的建设成本，并给予冷链运输车辆燃油补贴；物流企业承担冷链车辆购置及乡镇冷链站点的运维成本；合作社与农户则按农产品运输量承担终端配送成本，比例控制在农产品销售额的5%~8%以内，以大幅降低中小主体的冷链物流负担。同时，通过算法优化配送路径，并借助物联网技术实现全程可视化监控，保障生鲜农产品的品质与交付时效。

在此基础上应贯通全链数字化协同，搭建“政府引导 + 企业运营”的一体化供应链管理平台。政府负责平台建设的政策支持与数据安全监管，本地龙头企业负责平台的开发与日常运营，平台集成生产、加工、仓储、物流、销售等环节数据，实现供需智能匹配、库存动态调控及订单高效响应，推动供应链由“被动响应”向“主动预判”转型。此外，还需创新供应链金融服务，基于平台数据为中小主体提供便捷融资支持，缓解产业链资金压力，逐步构建起协同联动、持续健康的供应链发展生态。

(四) 品牌跃升：塑造特色化、差异化的价值生态

针对产品同质化突出、品牌化程度低等瓶颈，应依托新质生产力深挖乡村特色资源，构建“产品特色化 - 品牌差异化 - 传播数字化”三位一体的品牌发展生态，推动乡村直播电商从“卖产品”向“卖品牌”跃升。

首先，突出产品特色，深化品牌内涵。借助大数据精准分析消费趋势与地域资源禀赋，打造具有辨识度的区域公共品牌与特色产品品牌，形成“一村一品、一县一特”的差异化格局^[10]。将民俗文化、非遗技艺等乡土元素融入直播内容，通过讲述农产品与品牌背后的故事，推动“农产品 + 直播”向“品牌 + 直播”升级。例如，把烟台苹果、五常大米等地理标志产品与产地农耕习俗、地域文化深度绑定，构建差异化的品牌识别度，避免同质化竞争。

其次，创新内容形态，强化数字传播。依托短视频、直播等平台构建乡土内容 IP，在田间地头、果园农院等真实场景中开展沉浸式直播，塑造“乡土达人”“新农人”等鲜活人设。直播中注重与用户的高频互动与及时反馈，并运用算法实现精准触达，提升传播效率与用户黏性，引导消费从“购买产品”转向“体验乡村生活”。

此外，筑牢品质根基，构建可信体系。将品牌建设 with 绿色生产、质量溯源深度融合，为农产品配备区块链溯源码、碳标签等可信标识，并在直播中实时展示种植、加工、物流全过程，提升透明度与公信力。同步健全区域公用品牌使用规范，严控准入标准，杜绝以次充好、虚假宣传，切实维护品牌形象。

最后，推动业态融合，拓展品牌价值。促进直播电商品牌与乡村旅游、手工艺、节庆活动等业态联动，发展“品牌产品 + 乡村体验”模式，如“认养一棵果树”“跟着主播游产地”，延伸品牌价值链，提升综合竞争力与可持续发展能力。

(五) 政策护航：完善制度化、系统化的长效保障机制

在乡村直播电商步入规范发展与提质增效新阶段的背景下，制度环境的完善与政策支持的深化已成为其实现可持续发展的重要保障。为此，需从顶层设计、行业规范、监管机制、利益分配及权益保障等多维度协同发力，构建适配新业态发展的长效政策保障机制。

首先，应强化系统引导与要素支撑。将乡村直播电商纳入乡村振兴与数字经济发展的总体布局，制定专项发展规划，加大财政投入力度，重点支持数字基础设施建设、供应链优化升级及本土化人才培养。同时完善税收优惠、融资扶持、用地保障等配套政策，引导社会资本有序参与，形成“政府 + 市场 + 社

会”多元投入机制。

在规范与监管层面，需加快构建行业标准体系，制定覆盖农产品直播电商全流程的服务规范与营销准则。明确界定平台、MCN机构、合作社及农民主播等各方责任，严格规范宣传推广、质量把控与售后服务环节，着力整治虚假营销、以次充好等突出问题。在此基础上，可依托大数据、区块链等技术搭建智慧监管平台，对直播交易、物流履约、产品质量等实施全链条动态监测与智能预警；针对生鲜农产品“即播即发”的特点，积极推行第三方认证、溯源码校验等非接触式监管方式，实现精准监管与高效响应。

此外，还需着力健全利益联结与权益保障机制。通过建立公平合理的收益分配制度，合理调节平台与服务方之间的分成比例，切实维护农民主播与生产主体的收益权益[11]。鼓励采用“保底收购 + 利润共享”等合作模式，推动小农户与大市场的有效衔接。

6. 总结与展望

本文立足新质生产力视角，结合乡村振兴与数字中国建设背景，界定了新质生产力与乡村直播电商高质量发展的核心内涵，系统阐释了二者之间“技术筑基 - 要素焕新 - 结构升级 - 理念引领”的内在赋能逻辑，同时剖析了当前乡村直播电商发展中存在的技术赋能不足、专业人才短缺、产业链不完善、制度保障滞后等现实瓶颈。在此基础上，构建起“技术筑基、人才驱动、供应链协同、品牌跃升、政策护航”五位一体的理论路径体系，为推动乡村直播电商从规模扩张向质量提升转型提供系统性思路。

展望未来，随着人工智能、区块链等颠覆性技术向乡村持续下沉，以及农业新质生产力发展战略的深入推进，乡村直播电商将逐步实现技术应用从工具化向智能化、运营模式从个体化向组织化、发展导向从产品销售向价值共创的三重跃迁。后续研究可进一步聚焦新质生产力在不同区域、不同品类农产品直播电商中的差异化适配机制，围绕数据要素确权、碳足迹追踪、数字经济治理等前沿议题展开探索，同时通过实地调研验证理论路径的实践有效性，为新质生产力赋能乡村直播电商高质量发展、激活乡村内生动力、助力农业农村现代化提供更具针对性的理论支撑与实践指引。

参考文献

- [1] 国务院. 2024年政府工作报告[R/OL]. 2024-03-12. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202403/content_6939153.htm, 2026-02-09.
- [2] 中共中央、国务院. 关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见[EB/OL]. 2025-01-01. https://www.gov.cn/zhengce/202502/content_7005158.htm, 2026-02-09.
- [3] 朱富显, 李瑞雪, 徐晓莉, 孙家昌. 中国新质生产力指标构建与时空演进[J]. 工业技术经济, 2024, 43(3): 44-53.
- [4] 郭佳祺. 新质生产力助力农村直播电商打造“兴乡共富”新生态[J]. 哈尔滨师范大学社会科学学报, 2025, 16(2): 50-54.
- [5] 李雨竹. 新质生产力驱动下农产品直播电商的区域发展研究[J]. 现代商业研究, 2025(15): 154-156.
- [6] 查道中, 朱晓宇. 农产品电商直播助力乡村产业振兴策略探析[J]. 廊坊师范学院学报(社会科学版), 2023, 39(1): 123-128.
- [7] 白美娇, 张志研, 王可人, 庞俊霞, 等. 新质生产力视域下直播电商赋能乡村产业振兴的路径[J]. 河北农业, 2024(8): 21-23.
- [8] 陈莹. 基于乡村振兴背景下农村电商直播助力产业发展模式探讨[J]. 山西农经, 2022(6): 78-80.
- [9] 贾林平, 郭炬, 郭雪琪. 直播电商新质生产力助力乡村振兴发展对策研究[J]. 特区经济, 2025(10): 56-60.
- [10] 万文静. “直播 + 电商”助力乡村振兴[J]. 黑龙江粮食, 2022(12): 62-64.
- [11] 陈建琼, 陈力乔, 卓笑思, 等. 新质生产力赋能跨境电商直播的实践路径研究[J]. 河北企业, 2025(1): 18-21.