E-Commerce Letters 电子商务评论, 2026, 15(11), 179-184
Published Online November 2026 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2026.15111225

Hans汉斯

乡村振兴视角下农村直播带货的困境与优化对策

李澄宇

扬州大学法学院，江苏 扬州

收稿日期：2026年5月15日；录用日期：2026年5月27日；发布日期：2026年11月12日

摘　要

在农村直播带货是数字经济与乡村振兴战略深度融合背景下推进农产品上行、促进农民增收的新兴业态，目前农村直播带货的发展又面临若干明确而突出的现实困境：经营主体电商运营能力薄弱，缺乏品牌意识及合规意识，供应链、冷链物流尚不健全，故生鲜产品履约质量无从保证，平台流量分配机制偏袒头部主播，因此农村中小主播难获曝光，低价内卷、同质化竞争盛行，更兼相关法律法规适配性不足，基层监管及维权机制缺位，诸种问题相互叠加，制约行业健康发展。因此本文从电商运营、市场发展、法律合规三个角度系统、有层次地分析现有问题并提出优化对策：强化经营主体培训及法律教育以提升专业化运营能力，完善农村冷链物流及供应链体系以支持规模化、订单化运营，优化平台治理及流量分配机制并设立助农专属扶持政策，健全法律法规及多部门协同监管机制，配套完善信用惩戒、消费者维权诸种制度。最终目标是为农村直播电商赋能乡村振兴找到切实可行、抓得准、落得实的实践路径，构建起规范、高效、可持续的乡村数字经济发展新格局。

关键词

农村直播带货，电商运营，平台治理

Challenges and Optimization Strategies of Rural Live Streaming Sales from the Perspective of Rural Revitalization

Chengyu Li

Law School of Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: May 15, 2026; accepted: May 27, 2026; published: November 12, 2026

文章引用: 李澄宇. 乡村振兴视角下农村直播带货的困境与优化对策[J]. 电子商务评论, 2026, 15(11): 179-184.
DOI: 10.12677/ecl.2026.15111225

Abstract

Against the backdrop of the deep integration of the digital economy and the rural revitalization strategy, rural live streaming sales has emerged as a vital new business model for promoting agricultural product sales and increasing farmers' incomes. However it currently faces multiple practical challenges in its development: weak e-commerce operation capabilities among operators, lacking brand awareness and compliance consciousness; incomplete supply chain and cold chain logistics systems, making it difficult to ensure the fulfillment quality of fresh produce; a platform traffic allocation mechanism favoring top-tier livestreamers, resulting in exposure difficulties for small- and medium-sized rural influencers, severe low-price competition and homogenized rivalry; and inadequate alignment of relevant laws and regulations, coupled with the absence of grassroots supervision and rights protection mechanisms, all of which hinder the healthy development of the industry. From the perspectives of e-commerce operations, market development, and legal compliance, this paper systematically analyzes the aforementioned challenges and proposes corresponding optimization strategies: enhancing operator training and legal education to improve professional operational capabilities; improving rural cold chain logistics and supply chain systems to promote large-scale, order-based operations; optimizing platform governance and traffic allocation mechanisms while establishing dedicated agricultural support policies; and strengthening laws and regulations alongside multi-department collaborative supervision mechanisms, as well as improving credit sanctions and consumer rights protection systems. The ultimate goal is to identify practical, targeted, and actionable pathways for leveraging live-streaming e-commerce to empower rural revitalization, thereby establishing a standardized, efficient, and sustainable new landscape for the development of a rural digital economy.

Keywords

Rural Live Streaming Sales, E-Commerce Operation, Platform Governance

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

在数字经济快速发展的背景下，农产品直播带货已逐步成为助力乡村振兴的重要新兴业态。农产品直播带货不仅显著推动了农产品网络零售额的增长，还有效带动了返乡创业，促进了农户收入提升，成为巩固拓展脱贫攻坚成果、衔接乡村振兴战略的有效桥梁。然而，农产品直播带货根植于乡村草根生态，经营主体多为普通农户、农村个体商户和基层合作社，整体电商运营思维匮乏、专业能力不足；农村基础设施、冷链物流、仓储分拣等配套运营体系不完善；行业缺乏统一运营标准与市场规范，低价内卷、虚假宣传、以次充好等乱象频发；加之相关法律法规适配性不足、监管执法存在滞后性，导致直播带货赋能乡村振兴的潜力未能充分释放，甚至出现短期逐利透支乡村信誉、无序竞争破坏产业生态等问题。本文直接立足电商运营实际、市场发展现实和法律合规视角，深入剖析农村直播带货赋能乡村振兴的现实困境，并提出可落地、可执行的优化对策，助力农村直播电商经济健康有序发展，夯实乡村振兴数字产业基础。

2. 农村电商直播发展的必要性

在数字经济助力乡村振兴的过程中，农村直播带货为农户对接市场提供了一条新的路径[1]。直播带

货的兴起，为乡村地区开辟了新的就业空间，其最突出的表现是助农直播所形成的产业链催生了大量工作岗位，涵盖农业经理人、新型职业农民、选品员、品控师、采购员、数字化仓储师、包装员、商务、运营、客服等多种类型，为广大农户提供了就地就近就业的全新选择。同时，直播带货突破了传统销售模式所受的地理限制，为农产品打开了更广阔的市场空间，有效增强了农产品的品牌效应与市场竞争能力。

这不仅有助于提高农产品的附加价值，也为农户创造了切实的经济收益，推动其收入水平的提升。通过直播带货，农产品产业链上下游的就业机会得到显著增加，涉及农产品选品、包装、运输等多个环节，这些环节均需要大量劳动力参与，从而为农户提供了更加充足的就业岗位。此外，直播带货通过呈现农作物种植过程与地方文化特色，提升了观众对乡村独特风貌的认知，增强了当地农户的文化自信心，并由此吸引游客，促进乡村旅游与农产品销售协同发展，带动民宿、手工艺等相关产业成长，形成乡村经济的良性循环机制，为农户就业拓展了平台与多样化的发展路径。

3. 乡村振兴视角下农村直播带货的现实困境

3.1. 运营主体层面：专业能力薄弱，电商运营思维缺失

当前农村直播带货的主力群体以中老年农户、农村个体经营者为主，整体受教育程度偏低，系统掌握电商运营知识、网络营销技巧及专业直播话术的能力较为欠缺，尤其是老年用户难以适应数字化，老年群体数字鸿沟问题日益严重[2]。多数主播的直播行为仍停留在初级层面，如对产品进行简单展示、以传统叫卖方式推销，缺乏对账号精准定位、粉丝系统运营、流量有效投放、直播间氛围营造及用户关系维护等专业运营逻辑的理解与实践能力；在数据解析、选品策略制定、直播脚本策划等方面亦存在明显不足，导致直播内容组织随意、形式同质化严重，难以培育稳定的粉丝群体。

在经营理念层面，多数农村主播偏重短期卖货带来的直接收益，缺乏对产品品牌建设及乡土公共品牌构建的长期规划。普遍采用“低价走量”的竞争策略，忽视产品包装设计、品牌故事传递与价值提升，深陷低端价格竞争困境；同时缺乏对直播间信誉的主动维护意识，多聚焦于单次交易行为，缺乏复购引导与用户社群运营的思维，难以形成长效稳定的经营模式，也无法将乡土资源有效转化为具有持续竞争力的品牌资产。

从法律与运营合规视角审视，农村经营主体普遍缺乏对《中华人民共和国电子商务法》[1]等核心法律法规的基本认知。直播过程中频繁使用“最佳”“顶级”“纯天然”“治病养生”等绝对化或功效导向的宣传用语；虚构农产品的产地来源、产量数据乃至滞销场景，有意采用“卖惨”式营销策略；隐瞒产品固有瑕疵，夸大产品效用，存在明显的虚假宣传与误导消费者行为，此外，部分未取得相应资质的主播擅自销售生鲜食品、加工类农产品，在未依法办理食品经营许可、营业执照的情况下开展经营，无证经营问题普遍存在，极易引发行政处罚及民事纠纷。

3.2. 产品与供应链运营层面：履约体系短板突出

当前，不完善的物流配送体系在多个维度上制约了农产品直播销售的发展。一方面，在效率与成本层面，农村物流网络存在配送时间较长、运输成本较高及服务覆盖范围有限等问题，难以有效保障农产品的运输时效。另一方面，在专业化能力层面，针对农产品易腐、季节性的特点[3]，农村冷链物流覆盖率低、冷链保鲜技术落后。生鲜农产品采摘后缺乏预冷、保鲜、分拣环节，长途运输损耗率远超城市电商水平，增加运营成本与损耗风险。

最重要的是农村生产模式以小农散户经营为主，种植养殖分散、产量零散，难以形成规模化供货。直播带货遇到订单暴涨时，常出现货源不足、超卖、延迟发货等问题；而淡季又面临无货可带的尴尬局

[1]http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/lfzt/rlyw/2018-08/31/content_2060827.htm

面。这侧面说明缺乏村集体、合作社统筹整合，没有建立稳定的货源供应链体系，直播运营受货源制约严重，无法实现常态化、专业化直播运营。

3.3. 平台与流量运营层面：规则适配失衡，恶性竞争内卷严重

由于目前主流电商直播平台流量分配算法是以销量、成交额、即时点击率诸种指标为基本依据的，故其流量分配有十分明确的倾向性：有利于头部网红、专业机构及成熟商家，与此形成直接对照的是普通农村散户主播缺少专业运营团队，因此在自然流量获取上处于不利地位，即便所售商品品质优良，也极难获得应有的曝光机会。由此可见，平台迄今尚没有针对乡村助农直播设立专门的流量池，也未有相应的差异化扶持算法，流量资源集中于优势主体，中小型村播的生存空间正在被压缩。

与此同时，各地农村直播带货在模式上高度趋同，多以田间地头展示、现场采摘体验及低价叫卖为主要表现形式，缺乏对地域特色、文化内涵及内容创新的深度挖掘。为争夺有限的流量资源，主播之间盲目压低价格、开展低价倾销，甚至以次充好以降低成本参与竞争。这种以低价为核心的内卷行为，压缩了合理的利润空间，抑制了农户在品质提升与品牌建设方面的投入意愿，逐步形成“低质–低价–低信誉”的恶性循环，对农村直播电商的整体生态造成负面影响。

3.4. 市场监管与法律层面：制度不完善，维权与惩戒机制缺位

现有《网络直播营销管理办法》[2]等法规主要面向城市专业电商经营者制定，未充分顾及农村小农户自产自销、零散化直播的特殊性，在主体资质认定、责任划分、宣传边界、生鲜售后标准及小额交易纠纷处理等方面，缺乏针对性的细化规定，这就导致了基层监管因此面临两难：严格执法易抑制农户参与积极性，监管过松则可能出现真空，导致虚假宣传、售后纠纷等问题难以有效处置，制约农村直播电商的规范发展。

与此同时，由于目前技术手段相对落后，故目前农村地区质量检测、监控诸环节都仍采用传统的人工抽检方式，因而效率低，覆盖面小，自然不能很好地满足全程追溯的需要[4]。更严峻的是，大数据、区块链等新兴技术在实际监管中的应用尚不充分，其固有的技术优势没有被充分挖掘，因此技术滞后成为监管部门监管直播带货产品质量时最直接、最突出的掣肘，也必然影响消费者权益的有效保护。

4. 乡村振兴视角下农村直播带货的优化对策

4.1. 强化经营主体培养，提升专业能力

地方政府宜联合电商平台、专业培训机构，就普通农户、村干部、返乡青年诸类群体有计划、有层次地建立分类培训体系：即基础层集中培训直播操作技能、话术技巧及平台规则，进阶层系统、有逻辑地培训账号定位、粉丝运营、流量算法、选品策划、短视频剪辑诸种技能，高阶层则有针对性地培养品牌建设、社群运营、供应链管理诸种能力。

同时，要主动、有计划地扶持村干部、返乡大学生、乡村能人诸种群体，培育直播带头人，由此打造县域公共农产品品牌及有乡土特色的个人主播，同时引导农村主播树立长期运营的理念，重视产品品质、直播间信誉，切实摆脱低价竞争的旧模式。

从法律教育的角度出发，宜把《中华人民共和国电子商务法》及《中华人民共和国消费者权益保护法》[3]等法律正式系统地纳入农村主播必修课程体系，以典型案例解析、线下专题讲座、短视频普法诸种形式，厘清直播宣传中的法律规范、资质办理要件及经营主体责任，杜绝绝对化用语、虚假宣传、卖惨

[2]https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/fgs/art/2026/art_ce66ea61fcec4583b5dbd677f470088b.html
[3]https://www.samr.gov.cn/zfjcj/tzgg/art/2023/art_615af9ed6bcd4974bf853dd2e02bc663.html

营销、无证经营等违法违规行为，并顺势引导经营主体依法合规开展直播活动，真正从源头降低法律风险。

最后，由于农户可以充分利用当地自然禀赋、人文资源来创造特色景观、地标景点，因此宜开发亲子农场、果蔬采摘诸种休闲项目，又借助新媒体做好宣传引流，由此切实提高特色农产品品牌的知名度，推动乡村经济的可持续发展[5]。

4.2. 完善供应链运营体系，夯实履约基础

针对专业化物流能力不足这一长期被忽视的深层短板，必须加快调整政策导向，将工作重心从传统的“修路建站”等硬件建设，转向“育主体、强服务”的能力提升，从根本上补齐农村物流专业化、现代化短板。一方面，要大力培育本土物流主体，支持县域物流企业向专业化、冷链化转型。通过设备购置补贴、设施建设补助等方式，鼓励企业添置冷藏运输车、建设产地预冷设施，加快构建“产地预冷 + 干线冷链 + 末端配送”一体化服务体系，提升本土企业全程温控和综合服务能力。另一方面，积极引入外部优质资源，推动第三方专业物流平台下沉县域。采取特许经营、委托运营等合作模式，把城市成熟的冷链网络、管理经验和技术标准向农村延伸覆盖。与此同时，紧扣直播电商、产地直销等新业态订单波动大、时效要求高的特点，针对直播带货订单波动大的特点，支持发展“共享冷库”“移动预冷车”等灵活服务模式，提升供应链弹性[6]。只有这样才能以专业化物流支撑乡村产业高质量发展，探索建立农产品“保鲜到家”服务，从源头保障产品品质[7]。

在整合货源资源，构建规模化供应链方面，可以以村集体、农民专业合作社为主体，整合散户种植养殖资源，统一货源收拢、统一库存管理、统一订单发货，解决货源分散、供货不稳定问题。发展订单农业，根据直播市场需求规划生产，形成“直播 + 订单 + 基地 + 农户”的运营模式，实现货源稳定、规模可控、可持续运营。

4.3. 优化平台治理与流量运营规则，营造公平市场环境

电商平台应面向农村自产自销农户，建立差异化、友好型准入机制，简化资质审核流程，降低保证金与入驻门槛，适度放宽小批量、散养散种农产品经营限制，让更多农户低成本、便捷参与电商经营。举一个例子，可以设立乡村助农专属流量池，优化算法权重，降低单纯销量占比，提高产品品质、合规评分、乡土特色、产地真实度等权重，对合规优质村播给予流量倾斜与免费流量扶持，让好农货、真农户获得更多曝光。

平台必须继续加大市场秩序治理力度，严厉打击刷单炒信、恶意压价、虚假交易、恶意抹黑同行等不正当竞争行为，建立违规主播黑名单，实施限流、短期封禁、永久清退等分级惩戒，维护公平经营环境。同时引导农村主播走差异化、特色化、品牌化发展路径，依托地域特色农产品、乡土文化与真实生产场景构建核心竞争力，摆脱低价内卷与恶性竞争。

在监管与服务上，平台可加快研发适配农村直播的人工智能审核系统，提升方言识别、田间地头场景识别能力，精准识别虚假宣传、夸大功效、场景摆拍造假等问题；组建人工专项巡查团队，重点盯防助农直播间、高投诉直播间，实现事前预警、事中管控、事后惩戒全流程闭环治理。此外优化售后规则，出台生鲜农产品专属退换货标准与争议处理机制，既保障消费者权益，也兼顾农户实际经营承受能力。

4.4. 健全法律规制与监管维权体系，筑牢合规底线

政府机关首先应结合农村小农户分散经营、自产自销的实际特点，加快制定农村直播带货专项配套管理细则，进一步明确小农户在资质审核、宣传用语、售后责任及纠纷处理等方面的具体要求，合理划定资质豁免范围和合规宣传边界，做到既规范有序又便民利民。主要细化压实平台、主播、合作社、农

户等各方主体责任，清晰界定权利义务与法律边界，完善权责清单，为基层监管执法提供明确依据，实现有法可依、有规可循、有据可查，并加快建立市场监管、网信、农业农村、商务、公安等多部门协同监管机制，推进信息共享、线索移送、联合检查、联合执法，形成监管合力。运用大数据、云计算等数字化手段，建立农村直播电商监管平台与信息数据库，实现主播信息、直播内容、交易订单、售后评价全程留痕、全程可溯。

其次督促电商平台严格落实先行赔付、质量保证金等制度，开通农货直播售后专属通道，简化维权流程，提升处置效率，让基层市场监管部门建立小额纠纷快速调解机制，对农产品小额交易实行简易程序、快处快调，切实降低消费者维权成本。

同时健全信用监管和失信惩戒制度，将严重违规主播、商家列入黑名单并向社会公示，实施联合惩戒，大幅提高违法成本，推动农村直播电商健康可持续发展。

最后也应建立激励机制[8]，通过对表现优异的农户及主播给予表彰奖励，能够有效激发其参与积极性与创新活力，持续提升直播运营质量与农产品销量，在农户群体中营造良性竞争氛围，进而全面推动服务水平和产品市场竞争力整体提升。

5. 结语

乡村振兴战略下农村直播带货作为数字经济与农业农村经济深度融合的新形态，既是农产品上行、农民增收的新机遇，也存在运营能力薄弱、供应链体系滞后、平台规则适配失衡、监管机制缺位诸种现实困境。因此本文从电商运营、市场发展、法律合规三个角度对相关问题作了有层次的成因分析，继而提出强化主体培育、完善供应链、优化平台治理、健全法规监管等系统性对策。更重要的是，今后宜推动政府、平台、农户、社会力量各主体真正协同联动，有计划、有重点地建设规范化、专业化、可持续的农村直播电商生态，让数字技术切实成为乡村产业振兴最有力的引擎，达成农业强、农村美、农民富的总体目标。

参考文献

[1] 侯慧铭, 张金荣. 新型农业经营主体农产品直播经营的实践过程及行为机制——基于数字资本的分析视角[J]. 中国流通经济, 2024, 38(4): 80-89.

[2] 邱子清, 陆温婷. 长江经济带老年群体数字化融入现状及差异分析[J]. 老龄化研究, 2023, 10(1): 62-70. https://doi.org/10.12677/AR.2023.101008

[3] 刘艺. 直播电商赋能乡村振兴的机遇、挑战和对策分析[J]. 农业工程技术, 2021, 41(27): 88-90.

[4] 杨浩琛. 乡村振兴背景下农产品直播带货的应用研究[J]. 今传媒, 2023, 31(8): 108-111.

[5] 闫广实. 农村电商发展对乡村经济韧性的影响机制研究[J]. 商业经济研究, 2024(11): 101-104.

[6] 张盼盼. 农村直播带货赋能乡村振兴的现状、问题与优化对策[J]. 农村经济与科技, 2026, 37(6): 216-218+256.

[7] 蔡闻祥. 数字经济视域下农村电商发展策略研究——以温州市为例[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(3): 254-257.

[8] 樊洪, 陈金莲, 覃会芳. 农村直播带货存在的问题及对策[J]. 农村经济与科技, 2025, 36(5): 224-226.