

# 新质生产力视阈下电商直播赋能乡村振兴的现实困境与优化路径

杨云芬

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月30日; 录用日期: 2025年5月22日; 发布日期: 2025年5月31日

## 摘要

基于新质生产力的视阈, 探讨电商直播在赋能乡村振兴中的现实困境与优化路径。新质生产力作为数字经济时代的驱动力, 电商直播在农村地区的兴起为其提供了具体实践。阐述新质生产力的内涵、电商直播作为新质生产力的体现及其赋能乡村振兴的作用机理。深入分析当前电商直播面临专业人才匮乏、基础设施不足、物流体系不完善、产品供给端标准化困难及外部治理缺失。针对这些困境, 提出针对性的优化路径, 包括摆脱人才困境、补齐基础设施短板、优化供给端产品质量及构建多元共治体系, 旨在规范引流与利益分配, 推动电商直播更好地服务于乡村振兴, 促进农业农村现代化。

## 关键词

新质生产力, 电商直播, 乡村振兴, 数字经济, 农业农村现代化

# The Realistic Dilemmas and Optimization Paths of Empowering Rural Industrial Revitalization through E-Commerce Live Streaming from the Perspective of New Quality Productivity

Yunfen Yang

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 30<sup>th</sup>, 2025; accepted: May 22<sup>nd</sup>, 2025; published: May 31<sup>st</sup>, 2025

## Abstract

Based on the perspective of new quality productivity, this paper explores the practical difficulties

文章引用: 杨云芬. 新质生产力视阈下电商直播赋能乡村振兴的现实困境与优化路径[J]. 管理科学与工程, 2025, 14(3): 771-780. DOI: 10.12677/mse.2025.143088

and optimization paths of e-commerce live streaming in empowering the revitalization of rural industries. As the driving force of the digital economy era, new quality productivity has found a concrete application in the rise of e-commerce live streaming in rural areas. This paper elaborates on the connotation of new quality productivity, the embodiment of e-commerce live streaming as new quality productivity, and its mechanism of empowering the revitalization of rural industries. It deeply analyzes the current difficulties faced by e-commerce live streaming, including the shortage of professional talents, insufficient infrastructure, incomplete logistics systems, difficulties in standardizing product supply, and the lack of external governance. In response to these difficulties, targeted optimization paths are proposed, including breaking away from the talent shortage, making up for infrastructure deficiencies, optimizing product quality at the supply end, and establishing a multi-party governance system. The aim is to regulate traffic diversion and benefit distribution, promote e-commerce live streaming to better serve the revitalization of rural industries, and facilitate the modernization of agriculture and rural areas.

## Keywords

New Quality Productivity, E-Commerce Live Streaming, Rural Revitalization, Digital Economy, Modernization of Agriculture and Rural Areas

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 年中央一号文件强调“实施农村电商高质量发展工程，推进县域电商直播基地建设，发展乡村土特产网络销售”[1]。新时代继续推动乡村振兴，需以科技和改革双轮驱动，持续提升乡村产业发展水平，必须继续借助农村电商直播这一新业态，持续助力乡村全面振兴。习近平总书记提出“新质生产力”这一全新概念，指出“新质生产力是创新起主导作用，摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径，具有高科技、高效能、高质量特征，符合新发展理念的先进生产力质态”[2]。电商直播作为数字经济背景发展下的一种新兴业态，同样深度融合数字经济技术与关键核心技术革新，为乡村产业振兴、文化振兴、生态振兴、组织振兴、人才振兴提供了新兴力量。本文基于新质生产力理论研究视阈下，系统分析电商直播乡村振兴发展过程中的突出的新质生产力如何表征，论述电商直播与新质生产力的关系，论述新质生产力如何赋能乡村振兴，提出当前直播电商助力乡村振兴的优化路径，为推动新质生产力发展，继续坚持落实乡村振兴战略，构建数字乡村生态赋能，推动农业农村现代化进程，提出针对性的优化策略。

当前关于农村电商直播研究大多学者们主要关注其商业模式、营销策略、消费者行为等方面；在乡村振兴方面，则主要集中在政策分析、产业发展、文化传承等领域；而新质生产力方面的研究则多从创新驱动、高质量发展等角度展开。这些研究为理解电商直播、乡村振兴及新质生产力的内涵、特点及其相互关系提供了有益的参考。尽管现有研究在电商直播、乡村振兴及新质生产力领域取得了一定的成果，但仍存在一些不足之处。关于电商直播在乡村振兴中的作用及其路径的研究相对较少，且多停留在宏观层面，缺乏深入具体的分析。现有研究在探讨新质生产力与电商直播的关联时，往往侧重于技术层面的分析，而忽略了其对社会经济结构的深远影响。

## 2. 新质生产力与电商直播的关系论证

在探索乡村振兴的多元路径中，新质生产力正以其独特的创新驱动、高科技含量、高效能运作及高

质量产出，为农村经济转型注入了新的活力。本节旨在深入剖析新质生产力的内涵与特征，论证电商直播如何成为新质生产力的必要载体，并阐述其赋能乡村振兴的内在逻辑与作用机理。通过基于新质生产力视角的探讨，更加深刻地认识到电商直播在乡村振兴战略实施中的独特价值与深远意义。

## 2.1. 新质生产力的内涵与特征探析

新质生产力作为一种对于传统生产力的超越，它是随着产业革命与科技革命相互作用下一种新的生产力。具有创新性、高效性、智能化、数字化、高质量的显著特征。2024 年政府工作报告中将“大力推进现代化产业体系建设，加快发展新质生产力”列为重要任务[3]，新质生产力成为推动高质量发展的政策核心关键词，也是习近平经济思想的重要组成部分。新质生产力是以大数字与云计算等为新的生产要素，要求以人工智能与机器人等为新的生产工具，并以一些新的高素质人才、科学家、技术人才为新的劳动者，要求以新能源、新材料等为劳动对象和劳动资料，并以未来战略性新兴产业为重要载体，以“新”提“质”，坚持创新发展，为经济发展提供更为创新性、高效性、智能化、数字化、高质量的新质生产力，推动经济发展增效能。

第一，新质生产力新在“创新”，面对国内国际巨大的市场环境，如何打破传统生产模式，创造新的思维方式，打造创新性生产技术和企业核心技术，推动企业管理、企业人才管理，企业技术创新提升具有重要的意义。第二，新质生产力新在“高效”，生产力的高效提升，指在单位时间和模块下，是否创造出更多的生产成果，在数字化时代，为人民创造更多有益的生产生活产品。第三，新质生产力新在“新业态”，通过借助人工智能、大数据、云计算等智能化运营技术，结合传统产业诞生出一大批新业态，推动新兴产业发展。第四，新质生产力新在“数字化”，借助大数据运营、数字化分析，实现对数据快速的设计与处理，更好地精准把握信息的传递与共享，实现产品生产数字化监管，加快信息传递速度，增加产品效能。第五，新质生产力新在“高质量”，推动高质量发展是新质生产力发展的核心主题，不仅是对于产品的质量还是服务，都有更高质量的核心标准，这样的一种对于生产力水平跃升论，深化和丰富了马克思生产力发展理论[4]。对整个产品生产链都有更高的质量标准，对产品生产的周围环境都有更高的标准，实现人民群众对美好生活的向往。

## 2.2. 电商直播在农村作为新质生产力的体现

电商直播作为一种新的商业模式在农村新兴起来，它突破传统的商业模式，运用通信技术、大数据运营、云计算等新兴科技重塑乡村传统的“人货场”销售模式，是一种新质生产力在乡村振兴中典型体现。马克思对生产力发展途径的探讨指出：“增加劳动的生产力的首要办法是更细地分工，更全面地应用和经常地改进机器”([5], p. 735)。电商直播通过技术与媒介相结合、传统内容创新、流量变现、供应链优化、推动产业结构变革等都系统地体现新质生产力的基本特征，同样具有创新性、高效性、新业态、数字化、高质量等特征。

第一，农村电商直播超越传统电商模式具有新质生产力“创新性”特征。打破传统农村农产品销售时空限制，通过线上 + 线下的销售模式，实时通过直播间介绍和售卖农产品，打破传统交易模式、售卖模式、运输模式、生产模式等。第二，电商直播通过线上介绍+线下物流发货的结合模式具有新质生产力的“高效性”特征，通过创新技术和充分利用大数据分析、流媒体技术等高科技手段，实现对传统销售模式革命性变革，突破传统电商对静态展示限制，以互动、实时、沉浸式体验等交互方式，提供产品效能，通过优化消费者体验，提高消费者满意度；通过数据驱动，获得需求精准营销等都体现高效特性。第三，电商直播更是一种优化农村传统电商方式具有“高质量”特征的电商新业态，同样通过实时互动、直观展示、深度优化传统电商模式，实现产品塑造、产品溯源、产品精准营销，促进农产品上行通道不

断高质量发展, 打造具有实效性、可持续性、创新性的高质量电商新业态, 推出更加高质量农产品满足于人民群众。第四, “数字化” 赋能电商直播发展农村新的产业业态。新质生产力可以有效为乡村基层组织赋能, 推动“乡村数字治理模式的转变” [6]。数字化通过大数据集成、人工智能技术等强大技术动能重塑农村产品供应链, 实现高效物流和定制准确营销、促进农村产业化数字化智能化转型, 直接连接消费者与农户, 激发农村创新创业活力, 打造集加工、种植与销售为一体的全产业链新业态。电商直播作为新质生产力在农村的价值体现, 是十分重要的, 两者关系紧密, 未来要不断发挥农村电商直播这一新质生产力的强大新兴力量, 助力乡村全面振兴。

### 2.3. 电商直播赋能乡村产业振兴的作用机理

第一, 电商直播打破农村地域桎梏, 助力销售渠道革新。农产品直播的辅助渠道特征明显, 对短期农特产品销售有显著的促进效应[7]。电商直播助力乡村产业振兴过程中, 劳动者、劳动对象、劳动资料都得到更高效的合理配置与升级。新质生产力以劳动者素质技能提升、劳动资料和劳动对象全面升级为基本内容。

新质生产力赋能乡村产业振兴具有“多重实施路径” [8]。在传统农村销售模式中, 时间与地域限制已经成为制约农村产品销售范围的主要原因, 造成劳动对象(农产品)难以进入市场流通, 以至于劳动者价值难以充分体现, 劳动资料配置单一低配。“各种经济时代的区别, 不在于生产什么, 而在于怎样生产, 用什么劳动资料生产” [9]。电商直播彻底打破这一桎梏, 更具有专业知识的劳动者(主播)借助更加数字化媒介化劳动资料(平台), 实时展示农产品生长环境、产品特点与生产过程, 将更加高质量高品质的劳动对象(农产品)直接展示在消费者面前, 这一跨越时空阻碍的销售模式, 拓宽农产品的销售渠道, 使得劳动对象能够迅速进入市场, 实现价值最大化。

第二, 提升农产品附加值, 促进农民收入跃升。电商直播作为劳动资料优化升级的一种新形式, 助力农产品附加值提升创造了新的条件。在直播过程中, 劳动者不再是局限于农村农业的单一生产者, 而是经过培训掌握直播技巧、了解直播专业知识、了解市场定位需求的电商主播和运营团队, 他们作为农村的新兴劳动者, 学习专业直播技巧, 增加农产品曝光率。在直播间用更加生动的故事讲述产品意义, 赋予农产品独特意义与价值魅力, 通过这样一种电商政策激发贫困县农民创业的意愿, 促进了贫困户技能提升、就业增加和收入提高[10]。并且, 通过直播平台的流量效应, 优质的农产品能够迅速被大众所认知接受, 实现产品价值的最大化。通过进一步打造农产品的品牌化建设, 劳动者精心策划直播内容和营销策略, 认真打造设计具有各地方地域特色的农产品品牌, 提高农产品附加值。借助数字化新技术, 实现农产品销售数字化、精准化、智能化。以数据分析为工具, 精准定位目标客户群体, 开展个性化营销, 提高产品销售转化率, 增加新的就业机会, 促进农民收入跃升。

第三, 以新质生产力驱动农村经济多元化, 促进乡村产业生态的升级。

电商直播作为乡村振兴中的新质生产力的价值体现, 这种新兴模式加快乡村产业结构优化和重构, 正以其强大的渗透力和影响力, 使农村经济不再单一依赖于传统农业和传统农村产业, 而是向多元化、现代化、数字化方向迈进。乡村产业链的各个环节紧密联系起来, 构成一个更为高效协同的生态系统, 促进乡村产业链深度融合与优化配置。其一, 随着电商直播在农村兴起, 电商物流配送、产品包装设计、营销策划等相关产业的发展, 促进农村产业多元化发展, 助力乡村产业链延伸与拓展。其一, 电商直播将更具创新性思维带入乡村产业振兴, 大多返乡青年与新时代“新农人”自主学习数字化新技术, 学习直播专业知识和技巧, 拓宽思维方式与视野, 推动大量返乡青年和“新农人”在村创业, 实现乡村产业多元化发展。其三, 在电商直播引领下, 许多人将电商直播形式与乡村文化宣传相结合, 在直播间通过对乡村特色文化产品、文化故事、文化服饰、文化饰品等进行宣传, 带动乡村文化旅游发展, 促进乡村



经济产业和文化产业相协同发展,构建乡村经济多元化发展。其四,电商直播促进城乡融合发展,带动农村群众通过学习和了解城市知识和文化,促进思维和见识发展,通过对城市生活的不断学习,不断缩小城乡之间的“数字鸿沟”,推动城乡之间经济产业与文化产业合作来往,促进乡村全面振兴,发展新兴业态。

### 3. 新质生产力视阈下电商直播赋能乡村振兴的现实困境

在乡村振兴战略深入实施背景下,电商直播作为一种新质生产力,为乡村振兴提供了前所未有的机遇。但从农村直播专业人才的匮乏与群众前瞻性视野的不足,到村级基础配套设施的短板与物流体系的不完善,到有效外部治理的缺失导致的引流争利问题,都制约着电商直播在乡村产业振兴中发挥更大作用。因此,深入分析这些困境并探索破解之道,对于推动乡村产业转型升级、实现乡村振兴具有重要意义。

#### 3.1. 人才缺口突出:专业能力与劳动力结构失衡

在新质生产力驱动乡村产业转型背景下,电商直播作为技术赋能的典型载体,其效能释放高度依赖乡村人才的适配性。然而,当前乡村电商直播领域暴露出的专业人才缺口与能力错配问题,本质上是传统劳动力结构与数字生产力需求之间的系统性冲突。这一困境的形成,可从乡村人口结构断层、乡村教育资源滞后、乡村技术适配失灵三个维度展开深度解析。

第一,乡村人口老龄化与劳动力空心化:基础人力资源的结构性塌陷。乡村社会的人口结构失衡构成人才困境的底层约束。根据第七次全国人口普查数据,我国农村60岁及以上人口占比达23.81%,较城市高出8个百分点,且老龄化速度以年均0.5%的幅度持续攀升。这一群体普遍存在数字素养薄弱、技术接受能力有限等特征。超过67%的留守老年人仅能完成智能手机基础操作,面对直播设备调试、流量算法优化等复杂任务时表现出显著的能力赤字。与此同时,青壮年劳动力的持续外流加剧了人力资本的空心化。国家统计局数据显示,2022年农村外出务工人员规模达2.96亿,其中20~35岁群体占比58.7%,直接导致乡村电商人才池呈现“能者出走、留者难用”的恶性循环。即便部分县域通过返乡创业补贴、税收优惠等政策吸引青年回流,但受制于乡村商业生态单一、基础设施滞后等现实因素,政策激励的边际效应呈现递减趋势。以甘肃陇南为例,2021年实施的“千人主播培养计划”虽短期内吸引1240名青年参与,但一年后仅有23%的参训者持续从事直播带货,反映出人力资本投入与产业承载能力之间的尖锐矛盾。

第二,乡村教育供给与产业需求的断裂:技能形成机制的失效。从教育资源配置看,农村电商从业者的学历结构严重失衡。这种教育资本匮乏直接导致技能获取渠道受限,传统涉农院校的课程体系仍以种植技术、畜牧养殖等第一产业知识为主,缺乏直播运营、数据分析、用户画像等现代电商模块设计。更值得警惕的是,社会培训体系存在严重的“供需错配”问题:政府主导的“电商进农村”培训项目多侧重平台基础操作(如账号注册、商品上架),却忽视市场趋势研判、供应链管理等进阶能力培养;市场化培训机构则因盈利导向压缩课程深度,将48课时标准课程削减为“3天速成班”,致使培训转化率不足30%。这种教育供给的结构性缺陷,使得从业者陷入“低水平重复”困境,超过65%的农村主播停留在模仿网红话术、拼低价促销的初级阶段,缺乏品牌IP打造、私域流量运营等深度经营能力,最终导致农产品直播陷入“高投入、低转化”的恶性竞争。

第三,新质生产力所依托的数字技术,在乡村场域中遭遇“工具超前”与“人力滞后”的适配性危机。一方面,AI智能选品、区块链溯源、数字人直播等技术的应用,客观上要求运营者具备算法理解、数据建模等专业化能力。例如,某头部直播平台推出的“AI实时互动系统”,需要主播同步分析用户情

绪数据、调整话术策略，这对农村主播的即时反应与技术消化能力构成严峻挑战。另一方面，乡村电商主体多属小微经营单元，87.3%的个体户年营收低于50万元，既无力承担技术采购成本，也缺乏技术消化吸收再创新的能力储备。这种矛盾催生出“技术悬浮”现象，大多数因操作复杂沦为摆设，传统人力密集型作业模式仍占主导地位。

第四，制度性障碍与文化认知滞后的叠加效应。乡村社会固有的制度环境与文化观念，进一步固化了人才困境。在土地制度层面，农地流转受限于宅基地使用权僵化，阻碍了电商产业集群所需的要素集聚——浙江某“淘宝村”调研显示，37%的返乡创业者因无法获得合规经营场地被迫放弃直播基地建设。在社会文化层面，“重生产轻流通”的传统观念导致价值认知偏差：多数农户将直播视为“不务正业”，某西部县域的抽样调查中，仅29%的务农者认同“主播”的职业价值。这种认知滞后与数字经济的职业化要求形成尖锐冲突，使得乡村电商人才储备长期处于“低认同-低投入-低产出”的负向循环。人才缺口与能力失衡的困境，本质上是乡村人力资本再生产体系难以适应新质生产力演进要求的集中体现。这种结构性矛盾不仅制约着电商直播的短期效能释放，更可能引发乡村在数字化转型进程中的系统性边缘化风险。唯有深刻理解人口结构、教育机制、技术适配、制度文化等多重因素的交互作用，才能为破解困局提供理论支点。

### 3.2. 基础支撑不足：硬件设施与技术短板制约发展

在新质生产力框架下，技术要素与基础设施的协同是激活乡村产业动能的核心前提。然而，电商直播在乡村场景中的效能释放，正面临硬件设施滞后与技术渗透不足的双重约束。这种困境不仅体现为物理层面的资源匮乏，更深层次地暴露出城乡数字基建投入失衡、技术适配机制缺失以及要素配置效率低下等结构性矛盾。

第一，数字基建投入失衡：城乡网络覆盖与质量鸿沟。乡村网络基础设施的薄弱性，成为制约电商直播发展的首要瓶颈。尽管“宽带中国”战略持续推进，但城乡数字基建的投入差距依然显著：截至2023年底，我国农村地区互联网普及率为61.9%，较城市低25.3个百分点；5G基站数量占比不足全国的18%，且多集中于乡镇中心区域。这种空间分布失衡导致偏远村落的网络信号稳定性不足，根据工信部实测数据，山区行政村平均下载速率仅为32Mbps，较城市商业区低67%，直播过程中卡顿率达12.7%，直接影响用户留存与转化效率。更严峻的是，电力供应与通信设施的协同缺陷加剧了运行风险。这种“硬基建”的缺失，本质上反映了资源配置的城乡二元结构。

第二，村级基础配套设施短板。网络覆盖不全、电力供应不稳定、信息流通不畅以及电子商务服务设施不足是其中基础配套设施不足的主要原因。其一，农村地区网络覆盖不全。尽管近年来国家加大农村网络基础设施投入，但许多偏远地区仍未实现宽带网络覆盖，导致当地居民上网困难，其中有网络地区，主要因网络信号弱为主要困境，在直播过程中常出现卡顿、延迟、中途退出的情况。村民无法充分利用网络电商平台进行销售和推广，越发加大“数字鸿沟”的难题。其二，农村电力供应不稳定。电力设施老化造成直播正常运营，农产品冷藏和加工环节无法正常运行。电力供应稳定性不足导致村民时常无法正常利用网络速度销售农产品和介绍农产品。其三，农村信息流通不畅。农村信息基础设施不完善，信息流通效率低，农村信息联络站等基础设施较少，导致信息流通不够快捷、及时。信息快速流通是吸引消费者和提升销售效率的关键点，在获取市场信息、推广农产品方面十分重要。其四，农村电商服务设施不足。在直播运营过程中，商品拍照、视频制作、客服服务等环节都缺乏专业技术支持，当地群众无法获得专业知识的及时解答也是造成当前困境的重要原因。

第三，冷链物流体系断层：农产品上行通道的梗阻。生鲜农产品的电商化转型，暴露出乡村冷链物流系统的结构性缺陷。当前我国农产品冷链流通率仅30%，远低于欧美国家的95%，其中乡村冷链设施

覆盖率不足城市的 1/3。这种差距导致两大困境：其一，运输损耗侵蚀利润空间。果蔬类农产品在传统物流中的损耗率高达 20%~30%，而冷链运输可将其降至 5%以下，但农村冷库容量缺口达 4600 万吨，田间预冷设备普及率不足 12%。其二，“最后一公里”配送成本畸高。农村物流网点密度仅为城市的 1/5，且地形复杂性推高终端配送成本。这种物流体系的断裂，实质是城乡供应链整合能力的失衡——城市前置仓、智能分拣等现代物流技术已形成标准化体系，而乡村仍依赖人力装卸、自然储存等传统方式，难以满足直播电商“即时响应、精准履约”的运作要求。

第四，技术工具渗透不足：数字化解决方案的悬浮困境。新质生产力所依托的智能技术，在乡村场景中面临“工具先进性与应用低效性”的悖论。这种技术鸿沟的形成包含三重机制：首先，技术适配性不足。主流数字化工具多基于城市商业逻辑开发，忽视乡村产业特性。其次，技术应用成本过高。智能设备的采购与维护费用超出乡村经济承载力。最后，技术消化能力薄弱。农村电商从业者的数字素养制约技术效能释放，这种技术悬浮状态，折射出技术供给端与需求端的结构性错位——当技术创新未根植于乡村生产要素禀赋时，反而加剧资源错配风险。

基础设施与技术短板构成的复合型困境，本质上是城乡要素交换不平等在新质生产力时代的具象化呈现。这种系统性症结不仅削弱电商直播的即时赋能效果，更可能引发乡村产业数字化转型的“代际落差”——当城市借助 5G、物联网迈向产业智能化时，乡村却因基础支撑不足陷入“低端锁定”风险。破解这一困局，需从根本上重构技术要素与乡村场景的适配逻辑，而非简单移植城市模式。唯有正视硬件设施滞后背后的制度性成因，才能为新质生产力在乡村的真正扎根开辟路径。

### 3.3. 产业协同薄弱：产品“三化”标准落实困难

在产品供给端，电商直播面临着“三化”标准落实困难的问题，即标准化、规范化和品牌化标准的实施存在挑战。其一，农村产品标准化实施难度大。但农产品种类繁多，品质参差不齐，标准化实施难度大。由于农业生产受自然环境、种植技术、管理水平等多种因素影响，农产品质量难以保持一致；由于缺乏统一的种植、加工、包装、运输等标准，农产品在流通过程中容易出现质量问题。其二，规范化监管不到位。规范化是保障电商直播行业健康发展的重要手段。规范化涉及主播行为、产品宣传、售后服务等多个方面。当前规范化监管相对滞后，部分主播为了吸引流量和销量，存在夸大宣传、虚假宣传等行为，严重损害消费者权益；缺乏有效的监管机制，部分农产品存在质量问题，给消费者带来安全隐患。其三，农产品品牌化意识薄弱。农村地区品牌化意识薄弱，农产品品牌建设滞后。部分农户和合作社缺乏品牌意识，只注重短期销售利润，忽视品牌建设的重要性；由于缺乏专业的品牌策划和宣传团队，农产品品牌难以形成市场影响力。

农村产品供给端“三化”标准落实困难的原因分析。其一，农业生产条件限制。农村地区自然条件复杂多样，农业生产易受自然灾害影响，导致农产品品质不稳定；农村地区农业生产技术水平相对较低，难以实现标准化种植和加工。其二，电商直播行业规范不健全。电商直播行业作为新兴业态，其规范化监管尚处于探索阶段。相关法律法规和规章制度尚不完善，难以为行业规范化发展提供有效支撑；监管部门对电商直播行业的监管力度不足，难以有效遏制违规行为的发生。其三，品牌建设投入不足。品牌建设需要投入大量的人力、物力和财力。在农村地区，由于经济发展水平相对较低，农户和合作社难以承担品牌建设所需的投入。由于缺乏专业的品牌策划和宣传团队，农产品品牌难以形成市场影响力。

## 4. 新质生产力视阈下电商直播赋能乡村产业振兴的优化路径

在乡村振兴战略实施背景下，电商直播作为一种新质生产力，正逐渐成为推动乡村产业转型升级的重要引擎。然而，要充分发挥其赋能作用，还需直面并解决一系列现实困境。在探讨新质生产力视阈下电商直播如何更有效地赋能乡村产业振兴，通过破解乡村直播人才困境、补齐基础设施短板、优化供给



端产品质量以及构建多元共治体系等关键路径，以期为促进乡村经济高质量发展、拓宽农民增收渠道提供有力支撑。

#### 4.1. 多维协同的人才振兴体系构建：破解专业能力与结构失衡困境

乡村直播专业人才严重匮乏及群众前瞻性视野缺失的现状，其根源在于农村情感归属薄弱、岗位吸引力不足、环境支撑匮乏以及信息闭塞、观念滞后、教育水平限制等多重因素。基于此应该进一步解决当前困境，人才是主要劳动者，是生产力中最活跃的要素，“人才振兴是乡村振兴的基础”[11]。新质生产力作为人才生产力，既需要人才，也服务人才。必须加强人才培养和引进，才能促进乡村人才全面振兴。

第一，强化乡村与人之间的情感纽带与职业吸引力，构建人才回流机制。首先，通过情感联结强化。加强文化与心灵沟通，强化青年对乡村的文化认同与情感归属，激发其回乡发展的内在动力。其次，建立乡村青年荣誉体系。表彰对乡村发展有突出贡献的青年，最后，可提供多元化职业路径。结合乡村特色资源，发展多元化产业，如乡村旅游、特色农产品深加工等，创造更多元化的就业机会。同时，规划清晰的职业发展路径，提供晋升渠道与专业培训，吸引并留住直播专业人才。通过提升基础设施和公共服务质量，着力改善人才发展环境[12]，包括交通、网络、物流等，确保直播活动顺畅进行，优化乡村治理，营造公平、开放、包容的创业氛围。

第二，拓宽信息渠道，打破观念壁垒。首先，加强村民信息桥梁搭建，利用互联网技术，建立乡村信息服务平台，及时发布市场动态、政策解读、成功案例等信息，缩小城乡信息差距。鼓励在外成功人士回乡交流，分享外界经验，拓宽乡村群众的视野。其次，引导群众观念革新。组织电商直播知识讲座、技能培训等活动，邀请行业专家、成功创业者现场授课，改变传统观念，激发群众对电商直播的兴趣与信心。最后，优化农村教育体系。加大对乡村教育投入，特别是职业教育与继续教育，开设电商直播相关课程，提升群众的专业技能与信息素养。同时，鼓励校企合作，为乡村学生提供实习实训机会，增强其就业竞争力。

第三，政策扶持与机制创新，构建人才发展生态。首先，加强政策激励与保障，出台电商直播专项扶持政策。对回乡从事电商直播的青年人才给予财政补贴、税收优惠、创业贷款等支持。其次，创新青年人才合作机制。探索“政府 + 企业 + 高校 + 农户”的合作模式，政府提供政策引导与资金支持，企业负责市场运营与技术支持，高校负责人才培养与理论研究，农户参与产品供应与品牌打造，形成利益共享、风险共担的共赢机制。最后，搭建直播专业知识交流平台。建立乡村电商直播联盟或协会，定期举办交流会、研讨会，促进人才之间的交流与合作，共享资源，共谋发展。

#### 4.2. 补齐乡村基础设施短板，完善供应链物流链体系

第一，加强农村基础设施建设，提升直播数字化能力。其一，加强乡村网络设施全面升级。推进偏远地区宽带网络深度覆盖，采用先进通信技术提升网络信号强度与稳定性，确保直播活动流畅无阻。建立网络基础维护机制，定期检测与修复，缩小城乡“数字鸿沟”。其二，时常加大电力供应系统优化。加大对农村电网的改造力度，更换老化设施，提升电力供应的稳定性和可靠性。可通过引入智能电网技术，实现电力资源的优化配置，保障直播及农产品加工、冷藏等环节的电力需求。其三，加快信息流通体系构建。完善农村信息基础设施，建立多级信息联络站，利用大数据、云计算等技术提升信息流通效率。开发适合农村特点的信息化服务平台，及时发布市场信息，促进农产品精准营销。其四，电商直播服务设施强化。建设农村电商服务中心，提供商品拍摄、视频制作、客服服务等一站式技术支持。通过线上线下相结合的方式，开展电商技能培训，提升村民的电商运营能力。



第二，完善农村物流体系，提升共同配送效率。其一，加强物流配送网络优化。当地政府应当合理规划农村物流网络布局，建立农村多级配送中心，实现快递服务入户到家。可利用物联网技术，把握物流信息的实时追踪与智能调度，提高农产品配送覆盖率与效率。其二，建设冷链物流设施。加大冷链仓储和冷链运输设施的投资力度，引入先进冷链技术，确保生鲜农产品的品质与安全，规范冷链物流操作流程。其三，控制产品运输物流成本。通过政策扶持、资源整合等方式，降低农村物流成本。鼓励物流企业采用共享物流、集约化运输等模式，提高物流资源的利用效率，减轻农民负担。其四，培养与引进农村专业物流人才。加强与高校、职业培训机构的合作，培养专业的农村物流人才。通过提供优厚的待遇和职业发展机会，吸引并留住物流人才，满足乡村物流发展的需求。

### 4.3. 优化供给端产品质量，打造“一村一品”特色

第一，强化标准化建设，提升产品质量。首先，制定统一产品标准体系。可联合地区特色农业科研机构、行业协会与地方政府，根据农产品特性，制定涵盖种植、加工、包装、运输等全链条的标准化操作规范，确保农产品质量的一致性与安全性。其次，推广产品标准化种植技术。依托农业科技，推广智能化、精准化种植技术，减少自然环境对农产品品质的影响。可建立标准化示范基地，科学规范引导农户采用科学种植方法，提升农产品标准化水平。最后，建立产品质量追溯体系。可运用区块链、物联网等技术，构建农产品质量追溯系统，实现产品来源可溯、去向可追，增强消费者信任。

第二，加强电商直播规范化监管，保障市场秩序。首先，完善相关法律法规体系。推动电商直播行业相关法律法规的完善，明确主播行为准则、产品宣传规范及售后服务标准，为行业规范化发展提供法律支撑。其次，加大监管与执法力度。建立健全电商直播监管机制，利用大数据、人工智能等技术手段，加强对直播内容的实时监测与违规行为的查处，维护市场秩序与消费者权益。最后，建立行业自律组织。鼓励成立电商直播行业协会，制定行业自律公约，开展行业培训与认证，提升从业者素质，促进行业健康发展。

第三，深化特色农产品品牌化建设，定制打造“一村一品”。新质生产力通过引入新生产要素、新技术和新模式，推动农产品区域公用品牌建设的新旧生产要素融合[13]。推动乡村新质生产力发展，必须加强打造特色品牌。首先，需要挖掘地域特色资源。深入调研各乡村的自然环境、历史文化、民俗风情等独特资源，确定具有地方特色的农产品作为品牌打造对象。其次，加强特色产品品牌策划与宣传。引入专业品牌策划团队，为农产品设计独特的品牌形象与包装，通过线上线下多渠道进行品牌宣传与推广，提升品牌知名度与美誉度。可通过培育品牌意识与文化。加强对农户与合作社的品牌意识培训，引导其树立长远眼光，注重品牌建设与维护。最后，强化政府支持与政策激励。政府应提供品牌建设资金支持、税收优惠等政策激励，鼓励农户与合作社加大品牌建设投入。同时，建立品牌保护机制，打击假冒伪劣行为，保护品牌声誉。

## 5. 结语

在新质生产力的视阈下，电商直播作为数字经济时代的重要驱动力，为乡村产业振兴提供了前所未有的机遇。通过深入剖析新质生产力与电商直播的内在联系，揭示电商直播在农村地区作为新质生产力的独特体现，以及其赋能乡村产业振兴的作用机理。电商直播不仅打破了农村地域限制，拓宽了农产品销售渠道，还显著提升了农产品附加值，促进了农民收入的快速增长，更以新质生产力的姿态驱动了农村经济的多元化发展，加速了乡村产业生态的全面升级。然而，尽管电商直播在乡村振兴中展现出巨大潜力，但其发展过程中仍面临诸多现实困境。农村直播专业人才的匮乏、群众前瞻性视野的不足、村级基础配套设施的短板、产品供给端“三化”标准落实的困难，均成为制约电商直播赋能乡村产业振兴的

重要因素。针对上述困境,本文提出针对性的优化路径,旨在通过破解乡村直播人才困境、提升群众视野,补齐基础设施短板、完善供应链物流链体系,优化供给端产品质量、打造“一村一品”特色,全面推动电商直播在乡村地区的健康、可持续发展。

尽管本文对新质生产力视阈下电商直播赋能乡村产业振兴的现实困境与优化路径进行了较为系统的分析,但仍存在诸多不足。例如,对于电商直播在农村地区的长期发展策略、政策环境的动态变化以及各种区域性特色地区不同的直播效果的持续影响等方面,本文尚未进行深入探讨。未来研究可进一步聚焦这些方面,以期为电商直播赋能乡村产业振兴提供更加全面、深入的理论支撑和实践指导。同时,随着数字经济和乡村振兴战略的深入推进,电商直播在乡村地区的应用将不断深化,其赋能效应也将进一步显现,为乡村振兴注入新的活力和动力。

## 参考文献

- [1] 中共中央国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见[N]. 人民日报, 2024-02-04(6).
- [2] 王晓晖, 黄强. 以发展新质生产力为重要着力点推进高质量发展[N]. 人民日报, 2024-03-12(009).
- [3] 李强. 政府工作报告[N]. 人民日报, 2024-03-13(12).
- [4] 王杰森, 吴宏洛. 新质生产力对马克思主义生产力理论的原创性贡献及创新性发展[J]. 当代经济管理, 2025, 47(3): 1-11.
- [5] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯文集: 第一卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009.
- [6] 张震宇. 新质生产力赋能数字乡村建设: 转型逻辑与实施路径[J]. 学术交流, 2024(1): 93-107.
- [7] 宋丕丞. 农户特征、传统电商经验与直播电商渠道选择[J]. 江汉论坛, 2022(10): 38-45.
- [8] 乌·吴云, 朱红艳. 新质生产力赋能乡村产业振兴的理论逻辑、现实瓶颈及发展路径[J]. 北方民族大学学报, 2024(4): 31-38.
- [9] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯选集: 第2卷[M]. 北京: 人民出版社, 1995: 172.
- [10] 韩飞燕. 电商扶贫对农民的赋能影响[D]: [博士学位论文]. 天津: 天津大学, 2020.
- [11] 习近平谈治国理政: 第3卷[M]. 北京: 外文出版社, 2020: 261.
- [12] 李博, 王文倩. 新发展阶段推动乡村振兴重点帮扶县人才回引的逻辑与路径[J]. 中州学刊, 2024(11): 85-93.
- [13] 张倩楠, 李翠霞. 新质生产力赋能农产品区域公用品牌提升: 理论逻辑与路径优化[J]. 当代经济管理, 2025, 47(3): 61-68.