

# 乡村振兴背景下农产品电商直播面临的现实困境与应对策略

王文静

扬州大学马克思主义学院，江苏扬州，225009；

**摘要：**农产品电商直播作为畅通农产品上行、激活乡村产业的关键环节，对促进农民增收、服务乡村振兴具有重要支撑作用。本文系统分析了农产品电商直播的发展契机、现实困境及优化路径。研究表明，政策支持、数字技术赋能与消费升级趋势构成了其发展的有利条件，但生产主体能力薄弱、产品标准化与供应链韧性不足、运营生态不完善等问题制约其效能发挥。针对上述挑战，本文提出强化主体能力与组织协同、优化运营生态与信任保障、深化数字技术应用以及构建多元主体协同治理机制等策略，旨在为推动农产品电商直播高质量发展、助力乡村全面振兴提供理论支撑与实践指引。

**关键词：**乡村振兴；电子商务；农产品；应对策略

**DOI：**10.64216/3080-1486.26.03.020

## 1 乡村振兴背景下农产品电商直播的发展契机

乡村振兴战略是新时代“三农”工作的核心任务，其成效的关键在于产业兴旺与农民持续稳定增收。在此背景下，农产品电商直播的兴起并非偶然，而是多种因素共同作用的结果。

### 1.1 国家战略层面的政策引导与制度保障

近年来，政府层面围绕乡村振兴与数字乡村建设，颁布了一系列重要文件，将发展农村电子商务和畅通农产品流通渠道作为推动乡村产业振兴的关键举措。从“互联网+”农产品出村进城工程的试点，到对县域商业体系建设和农村电商高质量发展的专项部署，政策指向清晰，支持力度持续加大。各级地方政府积极响应，在政策落地层面探索创新，通过设立电商示范县、建设直播基地、配套专项资金扶持、优化物流补贴、组织专项人才培养等方式，为农产品电商直播在乡村的扎根营造了有利的政策环境。这种自上而下的战略聚焦，为农产品电商直播在乡村的规模化、规范化发展提供了坚实的制度支撑。

### 1.2 技术变革与市场需求的深度融合

技术演进与消费市场的结构性变化创造了坚实的客观基础。移动互联网技术的普及，特别是农户使用智能手机频率的提高以及4G与5G网络在乡村地区的覆盖延伸，大幅降低了参与电商直播的门槛，使得身处生产一线的农民或新型经营主体能够便捷地成为信息发布与交易的主体。与此同时，直播电商模式本身具备的独特优势，如信息传递的直观性、实时互动构建的信任

感、消费场景的沉浸式体验等，有效克服了传统农产品销售中信息不对称、地域阻隔等痛点，显著提升了供需匹配效率。另一方面，城乡居民消费结构持续升级，对农产品的需求不再局限于基本温饱，更加注重品质、特色、安全与健康。消费者对原产地、原生态农产品的兴趣日益浓厚，并愿意为产品背后的地域文化和生产故事支付溢价。农产品电商直播通过直观展示原产地风貌、生产过程、人文故事等信息，精准契合了这种消费新趋势，为优质特色农产品开辟了直达消费者的高效新通路。

### 1.3 推动乡村特色资源价值转化

激活乡村内在资源禀赋、推动产业深度融合发展的现实需求提供了内生动力。广大乡村地区蕴含着丰富的特色农产品资源，涵盖众多具备地理标志认证、独特工艺传承或鲜明地域风味的农产品。然而，受信息不畅、流通成本高、品牌建设迟缓等因素制约，这些优质资源的价值未能充分彰显。农产品电商直播为地方特色农产品搭建了低成本、高关注度的展示和销售平台，使其独特品质、文化内涵与品牌故事得以直接面向消费者，成为提升产品附加值、打造区域公用品牌乃至带动地方特色产业整体发展的有效路径。同时，农产品电商直播还能够有效串联起农业生产、加工包装、文化体验、休闲旅游等多个环节，催生出“产地直播+旅游推介”“农事体验直播+产品销售”等新业态、新模式，延伸农业产业链条，提升整体价值链效益。此外，电商直播的兴起也带动了乡村新业态的发展与人才结构的优化，吸引了一批具备新技能的青年人才返乡或留乡，投身直播运营、供应链管理、品牌策划等领域，为乡村注入了新的

发展活力，开辟了多元化的就业创业渠道。

## 2 农产品电商直播面临的现实困境

农产品电商直播在展现巨大潜能的同时，其实际运行效能与乡村振兴的预期目标之间仍存在显著差距。审视其在乡村场域的实践，不难发现其发展正面临一系列深层次、结构性的挑战，这些挑战相互交织，构成了制约农产品电商直播可持续发展的现实困境。

### 2.1 生产主体能力与产业基础薄弱构成源头性制约

作为直播活动发起者的核心群体，农民或新型农业经营主体在参与电商直播时普遍存在能力短板。其在直播内容策划、营销推广技巧、粉丝互动维护、数据分析应用等专业运营技能方面欠缺，难以有效吸引并维系目标受众。更关键的是，农产品固有的非标准化特性与品控难题构成基础障碍。农产品的自然属性决定了其在大小、色泽、口感等方面存在客观差异，往往难以实现工业品般的严格统一标准，这极易导致消费者收到的产品与直播展示的预期产生落差，引发相关问题。当前，适用于农产品电商的、统一且可执行的质量分级标准和全流程可追溯体系尚未完善，品控环节多依赖个体经验，稳定性难以保障，增加了“货不对板”的风险。此外，供应链的脆弱性，特别是“最初一公里”的瓶颈问题较为显著。产地预冷、分级分选、标准化包装等基础设施的匮乏或缺，致使生鲜农产品，尤其是果蔬类，在采后处理环节损耗率处于较高水平。而覆盖广泛、成本可控的冷链物流网络在乡村地区尚未全面构建，限制了高价值、易损耗生鲜品类的直播销售范围和消费体验，亦对消费者的再次购买意愿产生影响。与此同时，面对直播销售所带来的小批量、多批次、波动性大的订单特性，乡村地区的仓储管理能力和订单快速响应能力普遍薄弱。

### 2.2 运营过程中的流量获取与信任维系面临严峻挑战

在平台生态中，流量分配机制往往向头部主播或大型机构倾斜，使得广大中小农户或新入局者在缺乏专业团队和雄厚资金支持的情况下，获客成本高昂，曝光机会有限，陷入竞争劣势。直播内容缺乏基于地域文化和产品特色的深度挖掘与创新表达，难以在信息洪流中有效吸引用户关注并实现稳定转化。而更核心的挑战在于信任机制的构建与维系。行业快速发展过程中，部分参与者存在夸大宣传与虚假营销等行为，损害了整体行业的信誉。农产品非标特性导致的品控难题和由此引发的

售后问题，若处理不当或不及时，会直接削弱消费者的信任程度。当前，能够清晰、可信地展示农产品从生产源头到消费者手中的全过程溯源信息体系尚不完善，透明度不足，消费者对产品品质的真实性存疑，这成为影响信任度和产品复购率的重要因素。

### 2.3 支撑环境的不完善形成系统性掣肘

数字基础设施的覆盖不均衡问题依然存在，部分偏远乡村地区的网络信号稳定性、带宽容量等尚不能满足高质量、流畅直播的需求，影响了用户体验和参与意愿。复合型专业人才的匮乏是长期痛点——既熟悉农业生产特性、掌握电商直播运营技能，又具备市场分析、品牌建设能力的综合性人才在乡村地区十分稀缺。同时，外部专业人才引入乡村工作生活面临诸多现实困难，导致人才难引进、留不住。此外，政策与服务体系有待进一步优化提升：部分扶持政策，如培训内容、金融支持方式等，与基层经营主体的实际需求和痛点存在脱节，政策精准性不足导致落地效果打折扣。针对农产品直播这一新兴业态的行业规范、内容准则、质量标准和有效的市场监管机制尚未完全建立，市场秩序有待规范，对损害行业健康发展的行为约束不足。面向广大农产品直播参与者的公共服务供给存在缺口，例如群众共享的直播设施、包括集货、分拣、包装、物流等功能的集中高效的供应链服务平台、专业的信息咨询、便捷的法律维权支持等服务体系不够健全，增加了个体参与者的运营成本 and 风险。

## 3 农产品电商直播的应对策略

破解农产品电商直播当前面临的多维困境，推动其健康可持续发展并有效赋能乡村振兴，需要采取系统思维，构建涵盖主体能力提升、运营生态优化、支撑环境完善的全方位、协同性治理框架。具体应聚焦于以下关键领域：

### 3.1 着力强化生产主体能力，夯实产业发展基础

提升参与主体的专业化水平，实施精准化的人才培养计划。一方面，由政府主导，整合高等院校、电商平台、专业服务机构的资源，针对不同群体需求开展差异化培训：面向农民主播侧重基础直播技能、产品讲解与互动能力；面向运营人员强化数据分析、用户管理、内容策划能力；面向经营管理者提升品牌建设、供应链管理、风险防控能力。同时，有意识地发掘和培育一批具备地域特色、掌握专业技能、具有带动效应的本土“新

农人”代表,发挥其示范引领作用。建立有效的外部人才引进与在地化发展激励机制,完善相关配套保障,吸引电商运营、品牌营销等相关专业人才投身乡村。另一方面,推动组织化与协同化发展至关重要。积极引导农民专业合作社、农业产业化龙头企业发挥引领作用,整合分散的小农户,实现统一生产标准、统一品牌打造、统一运营管理,提升规模效应和专业水平。鼓励邻近产区或同类产品产区共建共享直播场地、供应链基础设施(如集中分拣中心、包装线、仓储物流节点),有效降低单个主体的运营成本,提升整体效率与市场竞争力。

### 3.2 系统优化运营生态, 破解关键瓶颈制约

构建多层次、可验证的信任保障体系是稳定发展的基石。需由政府主管部门、行业协会牵头,联合产学研力量,加快制定并推广适用于农产品直播电商的选品规范、质量分级标准以及溯源信息采集与披露规范。大力推动区块链、物联网、大数据等现代信息技术在农产品溯源领域的应用,实现从生产、加工、仓储到流通的全链条信息可记录、可查询、可验证,显著提升产品透明度与可信度。建立高效、公平、便捷的售后服务和纠纷处理机制,明确各方责任,提升消费者满意度。同时,提升内容创新力与运营效能是赢得市场的关键。引导和鼓励直播主体深耕产品背后的地域文化、农耕技艺、生产故事等独特价值,打造富有内涵、特色鲜明、真实可信的直播内容形态,避免同质化。支持有条件的经营主体逐步构建和运营私域流量池,通过社群、会员体系等方式沉淀用户,降低对公域流量波动的过度依赖,提升用户黏性与复购率。此外,升级现代化、韧性强的供应链体系是保障体验的基础。重点补齐冷链物流短板,通过政府引导性投入与市场化运作相结合的方式,加强产地预冷设施、冷链仓储中心、骨干冷链运输网络以及县域共同配送体系的建设,探索发展“销地仓+前置仓”等模式。推动在优势产区建设具备自动化分拣、智能仓储管理能力的现代化产地仓,提升订单处理速度与准确性,有效应对直播销售带来的订单波动性。

### 3.3 持续完善支撑环境, 营造健康发展生态

提升政策供给的精准性与执行效能是重要保障。政策制定应深入不同主体在零散经营、组织化发展、市场化运营、数字化转型等不同阶段以及基地建设、人才储备、品牌建设、物流配送等不同环节的痛点和需求,提

供更具针对性、可操作性的支持措施,例如定向金融信贷产品、税收优惠、关键设备购置补贴等。进一步夯实数字基础设施根基,持续推进乡村地区特别是偏远区域的宽带网络深度覆盖、质量提升和资费优化,消除制约参与的数字接入障碍。同时,构建功能完备的综合性公共服务平台:由政府或委托专业第三方机构运营,整合汇聚政策咨询、技术培训、信息发布、资源对接、共享设施以及法律咨询、维权支持等多元化服务,为各类参与主体提供便捷高效的一站式服务支撑。此外,加快健全行业规范与监管体系。完善相关法律法规,明确平台、主播、商家、服务商等农产品直播电商各参与方的责任义务,制定清晰的内容行为规范和质量责任规则。建立健全常态化的监管机制,运用技术手段加强监测,对虚假宣传、数据造假、销售假冒伪劣产品等违法违规行为进行有效约束和惩处。最后,明确界定各方责任与协作方式——政府负责规划引导、政策制定、市场监管、公共服务,平台企业保障规则透明公平、提供技术支持、共建健康生态,生产者坚守质量底线、诚信经营,服务商提供专业化支撑,消费者理性消费、监督反馈。

### 参考文献

- [1] 习近平. 坚持把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重举全党全社会之力推动乡村振兴[J]. 求是, 2022(7): 4-17.
- [2] 中华人民共和国中央人民政府. 商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见[EB/OL]. [https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content\\_6939283.htm](https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content_6939283.htm), 2024-03-05.
- [3] 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, (08): 138-140.
- [4] 胡某, 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, (06): 25-36.
- [5] 范贝贝, 李瑾. 协同视角下县域数字乡村建设路径——基于河北省肃宁县的案例研究[J]. 农业经济问题, 2024, (11): 33-47.
- [6] 侯月月, 陈辉. 新电商助推农产品营销优化策略研究[J]. 农业经济, 2024, (12): 138-141.
- [7] 蓝新波, 李宪雄, 钱姗姗, 等. 直播电商与乡村振兴[J]. 山西财经大学学报, 2024, 46(S1): 121-123.