

# 农产品电商直播助力乡村振兴的现实困境与优化路径

佟明熹

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月1日; 录用日期: 2024年3月14日; 发布日期: 2024年5月21日

## 摘要

作为一种新兴的商品营销模式, 农产品电商直播为乡村振兴注入了一股活力。本文首先从拓宽农产品销售渠道、增加农民群体收入以及拉动农村地区就业三个方面分析了农产品电商直播之于乡村振兴的重要意义; 其次, 从电商直播专业人才缺乏、物流配送体系不健全以及农产品品牌缺乏有效竞争力三个方面阐述了当前乡村振兴背景下农产品电商直播存在的一些困境; 最后, 结合具体问题提出了一些针对性的优化策略。

## 关键词

乡村振兴, 农产品, 电商直播

# The Realistic Dilemma and Optimization Path of Agricultural Products E-Commerce Live Broadcast to Help Rural Revitalization

Mingxi Tong

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 1<sup>st</sup>, 2024; accepted: Mar. 14<sup>th</sup>, 2024; published: May 21<sup>st</sup>, 2024

## Abstract

As an emerging commodity marketing model, live broadcast of agricultural products e-commerce has injected vitality into rural revitalization. Firstly, this paper analyzes the significance of live broadcast of agricultural products in rural revitalization from three aspects: expanding the sales

channels of agricultural products, increasing the income of farmers and stimulating the employment of rural areas. Secondly, from the lack of e-commerce live broadcast professionals, logistics supporting system is not perfect, and the lack of effective competitiveness of agricultural products brands in the context of rural revitalization, the paper expounds some difficulties existing in the current agricultural products live broadcast e-commerce. Finally, some targeted optimization strategies are put forward according to the specific problems.

## Keywords

Rural Revitalization, Agricultural Products, Live E-Commerce

Copyright © 2024 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

随着乡村振兴战略的持续推进以及互联网技术的快速发展，农产品电商直播借助互联网平台以其成本低、互动性强、覆盖面广等特点迅速进入大众视野，并得到越来越多的关注和重视。农产品电商直播打破了以往单一的线下营销模式，极大地拓宽了农产品的销售渠道，提高了农民群体的收入和物质生活水平，在有效拉动农村地区经济发展的同时，也对乡村振兴战略的纵深推进具有十分重要的现实意义。但在农产品电商直播的具体实践中，也面临了一些问题，本文试图对其展开了一些分析和讨论。

## 2. 农产品电商直播在乡村振兴中的重要意义

作为一种新兴的农业农村发展模式，农产品电商直播的兴起为乡村振兴注入了全新的活力，具有十分重要的意义，主要体现在以下几个方面：

### 2.1. 打破了传统的销售方式，拓宽了农产品销售渠道

传统的农产品销售方式主要依靠的是农贸市场、超市等线下渠道，销路十分受限，同时也导致了农产品存在积压。近年来，电商直播的兴起为农产品的销售提供了更为全新的方式。一方面，通过进行农产品直播，农户可以直面消费者，为消费者全面详细地讲解农产品的生长过程，同时，对于消费者来讲，也可以更加直观地感受到农产品的品质特点，不断增强其对所购买农产品的认可度和信任度。消费者既能通过弹幕与其交流，也能通过点赞、进入直播间、观看人数或者实施购买等图标与其间接互动[1]。另一方面，作为线上销售平台，电商直播突破了空间和时间的限制，农产品得以销往不同的地域，消费者无论身处何地都有机会购买到不同地区的特色农产品，这一切都极大地拓宽了农产品的销售渠道。

### 2.2. 提高了农产品销售数量，增加了农民群体的收入

通过电商直播，消费者可以更加准确地掌握到所购买农产品的真实情况，农产品的销售过程更加透明化，有利于农产品树立良好的品牌形象，提升农产品的附加值，提高消费者的购买欲望。借助电商直播平台，农户可以同时与多个消费者进行实时互动，及时解答其在农产品购买过程中存在的疑惑，而且在直播讲解农产品的过程中，也带动了其他附加产品，如农产品加工品、农村特色手工艺品等的销售，消费者也无需跳转到其他渠道，可以在电商直播平台直接完成农产品购买，这些都极大提高了农产品的销售效率，农产品销售数量不断增加。此外，电商直播极大地节约了农产品贩卖的实体经营成本，减少

了农产品的流通环节，规避了中间商从中赚取差价，节约了成本，提高了利润空间，增加了农民群体收入。

### 2.3. 盘活农村地区闲置人员，拉动了农村地区的就业

进行农产品电商直播所需设备和技术比较容易获得和掌握，入行门槛相对较低，直播人员可以是尚未获得满意就业机会的青年、妇女、退休回家乡的老人等等，这便为农村地区的闲置人力提供了良好的就业机会，将他们很好地组织了起来，足不出户就可以在家轻松实现农产品带货。随着农产品电商直播的不断发展，相对应的农产品仓储、物流、客服等配套服务也需要不断完善，这些都需要越来越多的人力参与进来，同时也为农村地区的闲置人员提供了更多的工作机会。此外，为了保证农产品电商直播的销售额，参与农产品直播的人员需要学习如何全面地介绍产品、如何与消费者交流互动等技能，这就需要对他们进行职业技能培训，这些培训课程不仅提高了他们的直播能力，从长远来看，也为他们以后的职业发展打下了基础。农产品直播带货有利于吸引专业人才在加入乡村振兴，从而为全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化提供人才支撑[2]。

## 3. 农产品电商直播助力乡村振兴的现实困境

农产品电商直播对于乡村振兴具有十分重要的意义，但是也存在一些不足之处，以下主要从农产品电商直播专业人才的缺乏、农产品物流配套体系的不健全以及尚未形成有效的农产品品牌竞争力几个方面逐一进行分析。

### 3.1. 缺乏农产品电商直播专业人才

近年来，借助互联网、移动通信等技术的快速发展，电子商务营销模式迅猛崛起，与此同时，这也对电商直播营销人员提出了更高的要求。电商营销人才需要的是与时代发展和时代需求相匹配的新兴的专业能力和知识[3]，尽管农产品电商直播的入行门槛相对偏低一些，但是在互联网的技术应用、电商直播技巧、语言表达能力等方面也对从业人员有着一定的要求。从农民本身来讲，囿于农村地区教育资源有限，其自身所接受的基础文化教育略显不足，加之对电子商务以及农产品直播相关内容了解的并不十分全面，又缺乏较为专业的农产品电商直播技能培训和指导，最终所呈现出来的农产品电商直播的质量和效果并不是十分完美，农村地区完全达到电商直播人才标准的人力资源储备并不充分。

### 3.2. 农产品物流配套体系尚不健全

在乡村振兴背景下，农产品的规模化、品牌化和“走出去”需要高效冷链物流体系来支撑[4]。农产品物流配送是电商营销过程中的重要一环。电商直播在极大提高农产品销售数量的同时，也对其相应的物流配套设施提出了更高的要求。相较于其他的电商直播产品，农产品往往易腐易坏，更需要关注其保鲜程度，但是对于农村地区而言，其物流基础设施建设如仓储、冷链等等尚未十分成熟，由此，农产品质量便受到了一定程度的影响。除此之外，农产品在运输过程中缺乏统一的调度和规划，往往会出现物流运输效率偏低的现象，加之保护措施存在不到位，农产品在运输过程中很容易产生挤压、碰撞等问题，果子磕伤、破损等现象时常出现，等到最后农产品运输到消费者手中的时候其最初在电商直播间所展示的农产品品质很难得到保证，因此这也在一定程度上降低了消费者的购买意愿，影响了消费者的购买体验。

### 3.3. 缺乏有效的农产品品牌竞争力

助农直播吸引消费者购买的是优质优价的产品，而使其保持黏性的是产品的品牌价值[5]。近年来，

电子商务直播营销越来越成为拉动各行各业经济增长的新动力，越来越多的农户纷纷选择成为电商主播参与到农产品的直播队伍中来，在经济利益的驱动下，为了在短时间内吸引住大量消费者群体，农户们在进行农产品直播时往往会通过借鉴、模仿一些网红直播间，迅速开展农产品带货，这种电商直播内容很容易出现雷同，缺乏创新意识，往往会出现较为严重的农产品售卖同质化现象，长此发展还会造成乡村资源浪费甚至早生产系统破坏[6]。此外，电商直播售卖的农产品大多数为个体农户的自产自销，这种分散化的生产经营模式也很大程度上影响了农产品的品牌化程度。加之农产品的生长环境极易受到自然因素的影响，其品质、口感等等往往会存在不可控性，这便进一步使得农产品难以形成稳定的品牌形象。

## 4. 农产品电商直播助力乡村振兴的路径优化

为了破解农产品电商直播的困境以便更好地发挥其对于乡村振兴的重要作用，促进农产品电商直播行业蓬勃健康发展，以下主要从培养专业农产品电商直播人才、完善物流基础设施建设以及强化农产品品牌效应三个方面提出一些优化策略。

### 4.1. 培养专业的农产品电商直播人才

广大农户是当前农产品电商直播的主力军，然而对于他们来说，电商直播毕竟是新兴的商品营销模式，在加入电商直播队伍以前，他们并没有系统接受过与之相关的教育和培训，在进行农产品电商直播带货时也往往根据的是日常的生活经验，因此，需要对其加强电商直播相关知识和技能的培训。可以面向正在从事或者有意愿从事农产品电商直播的人员开设专门的职业技能培训课程，通过授课让他们系统掌握电商直播所需要具备的知识和能力。例如电商直播头部巨头辛巴辛有志通过开展助农电商课程对相关从业人员进行电商直播带货的技能提升培训和实践指导，这种做法一方面不断夯实了农村电商发展的人力资源基础，另一方面更为乡村振兴注入了人才活力，这种做法十分值得借鉴和推广。

### 4.2. 完善农村地区物流基础设施建设

农村地区完善的物流基础设施是农产品电商得以顺利运营的最基本保障，需要格外重视。电商直播所见所售卖的农产品大多为瓜果蔬菜，这些产品保鲜周期较短，在运输过程中又极易出现磕碰，这些都对物流配送提出了更高的要求。首先，政府部门可以加大对农村地区物流基础设施建设的资金投入力度，以优化物流设备，推动农产品物流供应链的现代化转型。其次，可以通过出台一些惠农政策如减免税收、融资支持等积极鼓励农村物流企业的发展。除此以外，可以通过信息化手段，合理规划农产品物流网络布局，优化农产品物流线路，尽最大可能减少农产品运输的中间环节，缩短农产品的物流时间和路线以实现农产品的快速集散和配送，保证消费者在第一时间收到完好的农产品，保障农产品配送的时效性，避免出现农产品变质问题[7]，不断提升消费者对农产品的购物满意度。

### 4.3. 强化电商直播农产品的品牌效应

在农产品电商直播过程中，相关从业人员要注意对农产品的自身特性进行着重讲解，如产地、品种、口感等等，通过对农产品自身特性的细致阐述，可以让消费者对所购买的农产品有更加深入的了解和认识，由此便可以不断增加农产品在消费者心目中的印象和认可度。在农产品品牌建设的过程中，要注意结合地域特色，把本地区独有的风土人情融合进农产品的品牌文化中来，开发出特色鲜明、辨识度强以及具有市场竞争力的农产品品牌，不断加深其在消费者心目中的印象。还可以与一些知名电商主播建立合作关系，借助他们的带货口碑和粉丝效应可以快速提高所售卖农产品的知名度和影响力。除此以外，还可以围绕本地农产品特色，引进专业机构作为村播的运营商，在品牌营销、资源对接、人设 IP 打造、内容输出等方面进行专业赋能[8]。

## 5. 结语

作为一种全新的商品营销模式，农产品电商直播越来越成为乡村振兴路径中的关键一环。但不可否认的是，在实际的电商营销过程中，也存在着诸如专业直播人才缺乏、物流配套体系不健全以及农产品品牌难以形成有效竞争力等问题。为了充分发挥农产品电商直播在乡村振兴中的重要作用，需要采取措施对上述问题进行逐一的解决，如培养专业的农产品电商直播人才、完善农村地区物流基础设施建设以及强化电商直播农产品的品牌效应，真正实现农产品电商直播对于乡村振兴的带动作用。

## 参考文献

- [1] 李光明, 常丽婷. 农产品直播电商中消费者购买意愿的研究: 群体效应的视角[J]. 南京财经大学学报, 2023(4): 57-67.
- [2] 胡宇晗, 王黎. 乡村振兴背景下发展农产品直播带货的思考与对策[J]. 价格理论与实践, 2022(4): 185-188+208. <https://doi.org/10.19851/j.cnki.CN11-1010/F.2022.04.151>
- [3] 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.
- [4] 王俊文. 乡村振兴背景下区域农产品电商与冷链物流协同发展实证及建议[J]. 商业经济研究, 2023(23): 107-111.
- [5] 吕永洁. 直播助农初级模式及其升级路径探析[J]. 当代电视, 2021(9): 26-29. <https://doi.org/10.16531/j.cnki.1000-8977.2021.09.004>
- [6] 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.
- [7] 戴昕, 潘青. 新电商背景下农产品“直播+”营销模式构建[J]. 农业经济, 2023(8): 126-128.
- [8] 刘杰. 直播电商视角下农产品供应链整合的逻辑、现实问题及对策建议[J]. 商业经济研究, 2021(24): 150-153.