

# 数字经济背景下电商直播助农模式的困境与对策研究

李潇如

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年3月11日; 录用日期: 2024年3月25日; 发布日期: 2024年5月17日

## 摘要

数字经济时代, 网络新技术不断涌现, 电商直播销售模式新模式应运而生, 这为农产品开辟了更为宽广的销售新天地, 有效推动了商品的快速流通与经济的蓬勃发展。本文基于数字经济背景下电商直播助农模式的作用机制, 阐述了该模式在运作过程中可能遇到的困境, 并挖掘其在促进农产品销售、提升农民收入方面的有效渠道, 旨在为农村电商可持续发展、推动乡村振兴战略提供实践参考。

## 关键词

数字经济, 电商直播, 助农模式

## Study on the Dilemma and Countermeasures of E-Commerce Live Streaming Model for Assisting Agriculture in the Background of Digital Economy

Xiaoru Li

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 11<sup>th</sup>, 2024; accepted: Mar. 25<sup>th</sup>, 2024; published: May 17<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

In the era of digital economy, new network technologies are constantly emerging, and new models of e-commerce live broadcast sales have emerged. This has opened up broader horizons for agri-

cultural products sales, effectively promoting the rapid circulation of goods and the vigorous development of the economy. This article is based on the mechanism of the e-commerce live streaming model to assist agriculture in the context of the digital economy. It elaborates on the difficulties that this model may encounter in its operation, and explores its effective channels in promoting agricultural product sales and increasing farmers' income. The aim is to provide practical reference for the sustainable development of rural e-commerce and the promotion of rural revitalization strategies.

## Keywords

Digital Economy, E-Commerce Live Streaming, Agricultural Assistance Model

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

随着互联网的蓬勃发展，数字经济已成为推动全球经济增长的重要引擎，网络购物、电商直播、短视频等在人们日常生活中发挥越来越重要的作用。据中国互联网络信息中心发布的第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》(后文为“报告”)显示，截至 2023 年 6 月，我国网民规模达 10.79 亿人，其中网络购物用户规模达 8.84 亿人，占网民整体的 82.0% [1]。可见网络购物作为数字经济的重要业态，已经成为人们的主要购物方式。伴随消费者购物行为及需求的日新月异，“电商 + 直播”这一新颖的营销形式应运而生，其作为一种新兴的营销方式，迅速在市场上占据了一席之地，成为消费者网上购物领域的核心平台。报告中还强调了农村电商发展呈良好的增长势头，直播带货模式已成为农产品上行的重要抓手。电商直播助农模式是指利用电商直播平台，将农产品展示给广大消费者，通过直播形式进行产品销售的一种新型商业模式。该模式以主播为核心，通过直播互动、产品介绍、优惠促销等手段，吸引消费者关注和购买农产品。构成直播助农新模式的重要因素包含主体参与者、发展条件以及主要方式。其中，主体参与者包含政府部门、电商、企业、农户、直播平台以及物流，多元化主体的参与对以往的农村电商平台构成进行了丰富，利用直播形式创新了合作模式[2]。电商直播助农模式不仅拓宽了农产品的销售渠道，还提升了农产品的品牌知名度和市场竞争力。因此，本文旨在揭示数字经济背景下电商直播助农模式的发展现状、面临的主要困境，深入分析电商直播助农模式的运作机制，挖掘该模式在促进农产品销售、提升农民收入方面的有效渠道，以期为农村经济深度发展提供新的思路。

## 2. 数字经济背景下电商直播助农模式的作用机制

在数字经济背景下，电商直播助农模式作为一种新型商业模式，其作用机制主要包括信息传递与展示、信任建立与口碑传播、价格发现与市场竞争、产业链整合与增值四个部分，以此实现农产品生产者与消费者之间的直接联系，提高销售效率，推动农产品的线上销售和市场拓展，从而促进农产品产业的数字化转型与发展。

### 2.1. 信息传递与展示机制

电商直播助农模式通过直播形式，将农产品的生长环境、种植过程、品质特点等信息直观地展示给

消费者。这种实时、生动的信息传递方式，有效解决了传统农产品销售中信息不对称的问题，使消费者能够更加全面地了解产品，从而做出更加明智的购买决策。同时，主播在直播过程中还可以与消费者进行实时互动，解答消费者的疑问，进一步增强消费者的信任感和购买意愿。

## 2.2. 信任建立与口碑传播机制

在电商直播助农模式中，主播作为产品的推荐者和介绍者，其个人形象和信誉对于产品的销售具有重要影响。通过长期的直播互动和产品推荐，主播与消费者之间建立起了一种信任关系。这种信任关系不仅有助于提升农产品的销售量，还能够促进口碑传播，吸引更多的潜在消费者。此外，消费者在直播过程中的互动和分享行为，也能够进一步扩大农产品的知名度和影响力。

## 2.3. 价格发现与市场竞争机制

电商直播助农模式通过直播形式，将农产品的价格信息直接展示给消费者。消费者可以通过比较不同产品、不同主播的价格信息，形成更加合理的价格预期。电商直播与农民传统销售方式相比较，具有成本低，效率高、受众多、收益高的特点[3]。这种价格发现机制有助于农产品增值，推动农产品市场的竞争和规范化发展。同时，电商直播助农模式还能够通过优惠促销等手段，吸引消费者进行购买，进一步提升农产品的市场竞争力。

## 2.4. 产业链整合与增值机制

依据现代促销理论和价值链理论，企业的促销环节虽然形式上处于价值链下游，但其产品的售前、售中和售后服务应该同步跟进，并应与产品供应链运转相关流程融合传递[4]。电商直播助农模式不仅关注农产品的销售环节，还注重与产业链上下游的整合与协同。通过与农产品生产者、加工企业、物流服务商等建立紧密的合作关系，实现产业链的整合和优化。这种整合机制有助于提升农产品的附加值和市场竞争能力，促进农村地区的产业升级和经济发展。

## 3. 数字经济背景下电商直播助农模式的发展优势

在数字经济飞速发展的时代背景下，电商直播助农模式作为一股新兴力量，正以其独特的魅力和巨大的潜力，重塑着传统农产品销售格局。该模式不仅为农民打开了一扇通往更广阔市场的窗口，也为农村地区注入了新的生机与活力。

### 3.1. 普及程度大幅提升，电商直播成为新风尚

随着互联网技术的突飞猛进以及电脑、手机等设备完成了智能化的升级以及普及，基于“线上”的电商网购模式开始取代传统的线下实体店销售模式，成为消费者购买商品的主要渠道[5]。电商直播助农模式在这种环境下在广大农村地区得到了快速推广和应用，越来越多的农民开始利用直播平台，向全国乃至全球的消费者展示自己的农产品，实现了从传统销售模式向现代营销模式的转变。同时，政府部门的积极引导和社会各界的广泛参与，也为电商直播助农模式的普及提供了有力支持。

### 3.2. 农产品销售效果显著，品牌效应凸显

电商直播助农模式以其直观、生动的展示方式，极大地提升了农产品的销售效果。通过直播，农民可以实时向消费者展示农产品的生长环境、种植过程、品质特点等，增强了消费者对产品的认知和信任。同时，直播过程中的互动和口碑传播，也有助于提升农产品的品牌知名度和美誉度，为农民带来更多的销售机会和经济收益。

### 3.3. 产业链协同发展，助力农村经济多元化

电商直播助农模式不仅促进了农产品的销售，还带动了相关产业链的发展。从物流配送到包装设计，从营销策划到品牌推广，一系列相关产业在电商直播的推动下实现了快速发展。这些产业的发展不仅为农村地区提供了更多的就业机会，也推动了农村经济的多元化发展，为乡村振兴注入了新的动力。

### 3.4. 城乡融合加速，推动乡村振兴战略实施

电商直播助农模式通过拓宽销售渠道、提升品牌知名度等方式，加强了城乡之间的经济联系和文化交流。这不仅有助于推动农产品的销售，也促进了城乡之间的资源共享和优势互补。同时，电商直播助农模式还为农民提供了更多了解市场需求和消费者偏好的机会，乡村生活的风貌助力直播效果的产生，对社会化交互活动进行辅助，直播受众从中挖掘带有乡村场域风格的元素为直播助农贴上专有“标签”[6]。这不仅有助于他们调整生产策略、提高生产效率，更是进一步推动乡村振兴战略的实施。

## 4. 数字经济背景下电商直播助农模式的现实困境

电商直播助农模式在农产品品质、直播内容创新、物流配送、主播专业素养和法律法规等方面面临着诸多深刻而复杂的问题。

### 4.1. 农产品品质与标准化困境

电商直播助农模式的核心在于农产品的销售，然而，农产品品质的参差不齐成为了制约其发展的首要问题。不同地域、不同种植技术的农产品在外观、口感、营养和安全标准上存在显著差异，这使得消费者难以准确判断产品优劣，进一步影响了他们的购买决策。此外，农产品标准化程度低，缺乏统一的质量标准和评价体系，导致市场上的农产品品质参差不齐，消费者难以辨别，这不仅损害了消费者的利益，也阻碍了电商直播助农模式的健康发展。

### 4.2. 直播内容与形式缺乏创新

当前，电商直播助农模式在直播内容与形式方面普遍缺乏创新。大多数直播内容停留在简单的产品介绍和展示层面，缺乏对农产品背后故事、文化内涵的深入挖掘和呈现。特别是一些网红大 V，过度利用粉丝的崇拜和观众的从众心态，一味通过价格手段诱导消费者，拼直播成绩，却疏于对农产品质量的把控，以次充好，最终只会损害整个农产品电商直播的信任生态[7]。从生产者方视角来看，许多生产者缺乏直播销售的相关知识和技能，难以有效展示农产品优势，形式上也过于单一，缺乏互动性和趣味性，难以吸引和留住观众。这种缺乏创新的直播内容不仅无法满足消费者日益多样化的需求，也制约了电商直播助农模式在市场上的竞争力。

### 4.3. 物流配送与售后服务存在短板

农产品电商直播对物流供应链的要求极为严格，然而当前的物流模式往往难以与农产品的特性相匹配。为了解决农产品从乡村到城市的流通难题，我们迫切需要构建一个现代化的农村物流体系，并着重加强农产品仓储保鲜冷链物流设施的建设。尽管在一些地区，冷链物流设施已经建立起来，但由于重复建设、资源闲置以及管理不善等问题，这些设施的总体利用率并不高。另外，快递服务在农产品流通中也扮演着至关重要的角色。然而，目前许多快递公司仍然主要依赖人工操作，信息化、自动化和智能化的设备与系统使用程度相对较低，这大大限制了物流效率和配送准确性。更为严重的是，快递服务的配送范围并未全面覆盖广大农村地区，这直接影响了农产品在市场上的流通速度和广度。

#### 4.4. 主播专业素养与诚信缺失

主播作为电商直播助农模式中的重要角色，其专业素养和诚信度直接影响着消费者的购买决策和信任度。然而，目前农村地区的电商直播人才稀缺，许多主播缺乏专业的农产品知识和直播技能，导致直播内容质量低下，信息传递不完整、不准确。此外，一些主播为了追求短期的销售利益，存在夸大宣传、虚假宣传等诚信问题，这不仅损害了消费者的权益，也严重破坏了电商直播助农模式的声誉和形象。

#### 4.5. 法律法规与监管机制空白

电商直播助农模式作为一个新兴业态，相关法律法规和监管机制尚未完善。这导致一些不法分子利用监管空白进行欺诈、售假等违法行为，严重扰乱了市场秩序和消费者利益。消费者对农产品品质、食品安全、包装、冷链物流、流通时间等方面有较高要求，农产品直播带货引发的售后投诉和纠纷等情况较多，其中尤以违反《广告法》和《反不正当竞争法》等为甚[8]。同时，由于缺乏有效的监管手段和处罚措施，一些违规行为难以得到及时制止和纠正。这种法律法规与监管机制的空白不仅制约了电商直播助农模式的健康发展，也增加了消费者的购买风险和不确定性。

### 5. 数字经济背景下电商直播助农模式的对策分析

解决电商直播助农模式面临的问题需要政府、企业和社会各界的共同努力和协作。通过强化农产品品质管理与标准化、创新直播内容与形式、完善物流配送与售后服务、提升主播专业素养与诚信度以及建立健全法律法规与监管机制等系统性举措，可以推动电商直播助农模式走向成熟和完善，为乡村振兴和农民增收注入新的动力。

#### 5.1. 强化农产品品质管理与标准化新举措

首先，政府应加大对农业科技创新的投入，推广先进的种植技术和管理经验，确保农产品从种植到收获都符合高标准的质量要求。通过设立专项资金，鼓励农民参与技术培训和实践活动，提升生产者专业技能和品质意识。培育农产品品牌主体，重点支持龙头企业，加强对农业经营组织联盟和“一县一品”“一乡一品”“一村一品”等主体培育，协同打造农业品牌[9]。其次，制定和完善农产品质量标准体系，对农产品的外观、口感、营养成分、安全指标等进行全面评估。建立农产品追溯系统，确保每个农产品都能追溯到其来源和生产过程，增强消费者的信任度。此外，政府还应加强农产品质量监管，加大对农产品质量安全的抽检力度，对不合格产品进行严肃处理，确保农产品市场的健康发展。

#### 5.2. 创新直播内容与形式的策略思考

电商平台应积极探索多样化的直播内容，结合农产品的季节性和地域特色，打造具有吸引力的直播节目。可以邀请农业专家、明星代言人等参与直播，分享农产品的种植过程、营养价值和使用方法，提升直播的专业性和趣味性。在直播形式上，可以采用互动式直播、体验式直播等方式，让观众更加直观地了解农产品的特点和优势。同时，结合短视频、图文等多媒体形式，制作精彩的农产品介绍和推广内容，吸引更多潜在消费者的关注。此外，电商平台还可以通过举办线上促销活动、开展农产品知识竞赛等方式，提升直播活动的互动性和参与度，增强消费者的购买意愿。

#### 5.3. 完善物流配送与售后服务的系统性布局

政府应加大对农村物流基础设施建设的投入，提升农村地区的物流运输能力。优化物流配送网络，建立覆盖城乡的配送体系，确保农产品能够及时、准确地送达消费者手中。电商平台和物流企业应加强

与农产品生产者的合作，建立稳定的供应链关系，确保农产品的供应充足和品质稳定。同时，提升物流配送的信息化水平，实现订单信息的实时更新和查询，方便消费者随时了解订单状态。在售后服务方面，电商平台应设立专门的客服团队，提供全天候的在线咨询服务，及时解答消费者的疑问和处理投诉。建立健全的退换货机制，对消费者不满意的产品进行及时退换，保障消费者的合法权益。

#### 5.4. 提升主播专业素养与诚信度的关键举措

电商平台应建立严格的主播选拔机制，确保主播具备农产品知识和直播技能。定期对主播进行培训和考核，提升他们的专业素养和直播能力。同时，建立主播信用评价体系，对主播的直播内容、互动表现、诚信记录等进行全面评估，对表现优秀的主播给予奖励和扶持，对存在问题的主播进行整改和处罚。此外，电商平台还可以引入专业的农产品讲解员或行业专家参与直播，为消费者提供更加权威、专业的农产品信息。同时，加强对主播的诚信教育，引导他们树立诚信意识，遵守行业规范，为消费者提供真实、可靠的直播内容。

#### 5.5. 建立健全法律法规与监管机制的长效机制

政府应加快制定和完善电商直播助农模式的相关法律法规，明确电商平台、主播、农产品生产者等各方的法律责任和义务。建立跨部门协作机制，形成监管合力，对电商直播助农市场进行定期检查和专项整治，严厉打击违法行为和不良商家。在加强农村电商监管方面，强化对农村电子商务的从准入到经营到售后全过程的监管，例如保证经营者主体资格的真实有效，加强对产品从生产到购买再到运输以及售后问题这一经营过程方面的监管[10]。同时，加强行业自律和规范管理，建立行业协会或组织，推动行业内的交流合作和共同发展。制定行业标准和规范，引导电商平台和主播自觉遵守行业规范，提升整个行业的形象和信誉。此外，建立健全的投诉举报机制，鼓励消费者积极维护自身权益，对电商直播助农市场中的问题进行及时反映和举报。政府和社会各界应共同关注电商直播助农模式的发展，加强对其的监督和支持，推动其健康、可持续发展。

## 6. 结语

在数字经济迅猛发展的浪潮中，电商直播模式深度融合数字经济与农业领域，作为一种新兴业态异军突起，为农产品的流通和乡村振兴注入了新的活力。然而农产品电商直播目前仍处于成长阶段，其生态系统中还存在着诸多亟待解决的问题和深层次的挑战。这些问题包括但不限于直播内容的同质化、农产品质量的参差不齐、物流配送体系的不足，以及消费者权益保护的薄弱等。这些问题不仅制约了农产品电商直播行业的高质量发展，也在一定程度上影响了其对农村产业链转型升级和创新发展的引领作用。鉴于此，我们必须进一步强化对农产品电商直播行业的监管力度，通过精细化、系统化的管理策略，优化直播流程，提升服务品质，更好地利用电商直播这一新兴业态，为农产品的流通和乡村振兴注入更强大的动力，推动农村经济实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续发展。同时，这也将为数字经济的全面深化和拓展提供新的契机和平台。

## 参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[EB/OL]. <https://www.cnnic.net.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>, 2024-03-25.
- [2] 严帅珂. 直播助农: 直播经济赋能乡村产业发展的电商新模式研究[J]. 中国管理信息化, 2023, 26(5): 78-81.
- [3] 昝梦莹, 王征兵. 农产品电商直播: 电商扶贫新模式[J]. 农业经济问题, 2020(11): 77-86.
- [4] 赵树梅, 梁波. 直播带货的特点、挑战及发展趋势[J]. 中国流通经济, 2021, 35(8): 61-71.

- [5] 王卉. 电商平台供应链金融盈利模式探究[J]. 商场现代化, 2022(11): 37-39.
- [6] 李晓夏, 赵秀凤. 直播助农: 乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式[J]. 商业经济研究, 2020(19): 131-134.
- [7] 熊雪, 朱成霞, 朱海波. 农产品电商直播中消费者信任的形成机制: 中介能力视角[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2021, 21(4): 142-154.
- [8] 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.
- [9] 杜永红. 乡村振兴战略背景下网络扶贫与电子商务进农村研究[J]. 求实, 2019(3): 97-108+112.
- [10] 伍自强, 程媛. 乡村振兴视域下农村电商发展法律问题研究[J]. 电子商务, 2019(1): 39-41+56.