

乡村振兴背景下农产品直播带货的发展研究

许莉莎

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年3月13日; 录用日期: 2024年3月26日; 发布日期: 2024年5月17日

摘要

在乡村振兴战略下, 农产品直播带货能够推动农业振兴, 赋能乡村人才振兴, 促进农民致富。但作为一种新兴的经济业态, 农产品直播带货存在直播农产品质量参差不齐、农产品直播营销的人才契合度低、农产品冷链物流体系建设不全、直播行业缺乏完善的市场监管机制等问题。对此, 需要从加强农产品自身建设、培养农产品直播专业人才、加快农产品冷链物流体系建设、建立农产品直播带货法治体系和监管体系等方面入手推进农产品直播带货的可持续发展。

关键词

乡村振兴, 农产品, 直播带货, 提升路径

Study on the Development of Live Streaming of Agricultural Products with Goods in the Context of Rural Revitalisation

Lisha Xu

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Mar. 13th, 2024; accepted: Mar. 26th, 2024; published: May 17th, 2024

Abstract

Under the strategy of rural revitalisation, the live streaming of agricultural products with goods can promote the revitalisation of agriculture, empower the revitalisation of rural talents, and promote the enrichment of farmers. However, as an emerging economic industry, there are problems such as uneven quality of live agricultural products, low talent fit for live agricultural products marketing, incomplete construction of cold chain logistics system for agricultural products, and lack of perfect market supervision mechanism in the live broadcast industry. In this regard, it

is necessary to promote the sustainable development of agricultural products live with goods by strengthening the construction of agricultural products themselves, cultivating agricultural products live professionals, accelerating the construction of agricultural products cold chain logistics system, and establishing the rule of law system and regulatory system for agricultural products live with goods.

Keywords

Rural Revitalisation, Agricultural Products, Live Streaming with Goods, Enhancement Paths

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

党的十九大作出实施乡村振兴战略的重大决策，体现了党和国家对农村发展的高度重视。振兴乡村必须找到适合农业、农村以及农民的新型发展之路。随着互联网的发展，“直播 + 电商”渗入农村，成为推动农村发展的新质生产力。2024年2月，中央一号文件提出，“发展农产品电子商务”“实施‘互联网+’农产品出村进城工程”[1]，来拓宽农民增收致富渠道。在过去的一段时间内，“直播 + 电商”的农产品销售模式推动了农村发展，改善了农民生活，然而，该模式也陷入直播农产品质量不足、农产品直播营销人才匹配度低、农产品冷链物流体系建设不全、直播行业缺乏完善的市场监管机制等可持续发展的困境。因此，从提高农产品质量、培育营销人才、加大基础设施建设、完善体制机制等方面破解农产品直播带货困局，打通农产品直播带货堵点、痛点具有必要性。

2. 农产品直播带货推进乡村振兴的现实意义

随着互联网的发展和普及，“直播 + 电商”在农村兴起，成为农村经济发展的新引擎。主播借助传统的电商平台和新兴的社交平台，运用视频讲解的方式推销农产品，形成农产品直播带货的新型销售方式，这对乡村振兴的全面推进具有重要意义。

2.1. 农产品直播带货推动农业振兴

产业振兴是乡村振兴的基石，发展现代农业则是产业兴旺的重要内容，实现优质农产品的价值是发展现代农业的目的之一。当农产品成功销售时，其价值得到了社会认可，其价值真正得以实现。在过去，由于销售渠道有限，农产品会出现滞销的现象，导致农户的作物腐烂、发霉等。然而，直播带货的新型农产品销售方式扩大了农产品的销售范围，提高了农产品的销售量，增加了农户的收益。在杭州，“江南舅舅”何江南帮助村民红梅卖出滞销的红布林一万斤，销售额超10万元[2]；在广西，抖音直播达人“笑笑姐”助农售卖沃柑等南宁特产，销售额超1400万元[3]；在云南，田园镇的直播电商团队售卖当地的火腿、鸡纵菌等农特产品，半年销售额超20万元[4]；还有孔华超[5]、肖鹏[6]等村干部也加入到直播助农活动中来……可见，村民、网红、明星、当地干部等借助互联网平台，为农产品销售按下了“加速键”，推动农业振兴。

2.2. 农产品直播带货赋能人才振兴

农村拥有丰富的自然资源，具有无限的发展潜能，孕育着新的商机。电商起初存在于基础设施较为

完善的城市，随着国家政策的鼓励与支持，电商逐渐深入农村地区，同农产品销售相联系，出现了越来越多的农村商户。农村商户主要包括以下几类：一是当地村民，他们从未离开过农村，与土地相守一生；二是返乡创业就业人，他们见过城市的繁华，接受过新知识；三是入乡创业就业人，他们有敏锐的发展眼光，洞悉农村发展的内在优势。据统计，从2012年到2022年，返乡入乡创业人数达1220万人，并且《“十四五”农业农村人才队伍建设发展规划》指出，到2025年，这一数据将达1500万人。可见，农村发展涌现出越来越多的新农人，他们拥有较为广泛的知识面，掌握一定的农业生产技能，具备一定的经营管理能力，为农村发展注入新动能。同时，农民做主播，直播售卖农产品，在销售过程中增长了电子商务及相关知识，加强了与外界社会的联系，实现了自身能力的提高。总而言之，“直播+电商”不仅促进当地农民自身的再发展，而且为农村发展吸引更多的专业人才，为农业农村现代化发展提供人才支撑。

2.3. 农产品直播带货促进农民致富

农产品直播售卖的方式省去了农产品生产者与农产品购买者之间大量的中间环节，节省了不必要的支出，降低了农产品的销售成本，使直播间的农产品价格更具有竞争力，物美价廉的农产品更受消费者青睐。同时，直播带货有利于解决农产品滞销问题，能够减少农户的亏损，甚至实现农户盈利由“负”向“正”的转变。此外，直播带货作为一种新的就业形态，具有门槛低、时间自由、场地不限的优势，因此一批又一批的田间主播诞生了，他们或许是待业在家的农村青年，或许是拿着锄头在田地里劳作的农民。直播带货丰富了农村的经济形态，为农民提供了更多的工作机会。虽然不是每一位农民都能参与到直播带货的过程中来，但是直播带货推动农产品价值实现，有助于推动农业振兴，能够将成果惠及广大农民。

3. 乡村振兴下农产品直播带货存在的问题

农产品直播带货能够推进乡村的全面振兴，但是农产品供应链较为复杂，涉及生产、包装、存储、运输、售后等多个流通环节，而农村地区发展起步较晚，在农产品直播营销的过程中存在一些困难，在生产环节存在农产品质量问题，在销售环节存在主播缺乏专业素养问题，在运输环节存在冷链体系建设问题，以及整个过程中的法律规范问题。

3.1. 直播农产品质量参差不齐

主播在屏幕前向消费者展示质量上乘的商品，而商家在发货时会出现以次充好的行为，侵犯消费者权益[7]。部分农产品缺乏统一的质量标准，现实质量与营销过程不匹配，难以建立消费者对主播的信任[8]。农产品的质量是农产品直播带货的生命，当前直播农产品质量令人担忧，主要有以下表现：首先，商家品牌意识不强，图一时之利，售卖不合质量的商品，辜负客户信任。部分商家甚至打着“公益助农”等情感牌，通过卖惨、捆绑销售等方式，期待获得更大利益。这种不注重自身品牌建设的农产品销售方式，必然会断送农产品销路。其次，由于仓储条件有限，部分农产品在保存过程中腐烂、发霉、变质，造成“所见不是所得”的情况发生。最后，当前农产品销售没有统一的产品质量标准。长期以来，农产品一直处于自给自足的状态，主要是以小农户个体经营为主，农业的组织化程度较低，以致农产品的销售质量取决于农户的种植成果。

3.2. 农产品直播营销的人才契合度低

农产品直播人才紧缺，懂得农产品知识的主播和懂得营销知识的农户都处于稀缺状态[9]。在以主播为中心的直播带货销售模式中，优秀直播人才处于缺乏状态[10]。目前，农产品直播带货主要是以下三类

人：一是以村支书为主体的领导干部。出于帮助农民疏解困难的目的，他们走上直播岗位，由于独特的身份属性，获得互联网消费者的信任，创造骄人的销售额。但是他们只是兼任主播，不可能天天在线。当消费者对其身份新鲜感丧失后，销售额能否保持令人怀疑。二是流量较大的网红和明星。他们懂得直播知识，拥有专业的直播团队，拥有强大的农产品变现能力。但是他们本身远离农产品生产端，对农产品了解不到位，容易受利益驱动，虚假夸大农产品质量和功效，误导消费者。三是普通素人。他们大多是农产品种植者，农产品的收成关乎着他们的生活品质。他们对农产品的了解有着天然优势，但是囿于文化水平和直播技能限制，无法准确传达农产品信息，无法吸引消费者。由此可见，具有营销能力的主播和具有农业专业知识的农户二者之间契合度不高，制约了农产品直播带货的发展。

3.3. 农产品冷链物流体系建设不全

由于农业长期的分散经营，当直播间销售量激增时，会出现临时组货仓促打包的现象，再加上不完善的冷链系统，造成侵犯消费者权益的情况发生[11]。相对于较为发达的城市而言，农村地区基础设施较为落后，生鲜产品的物流运输体系不健全，易造成生鲜农产品的损坏[7]。农产品冷链物流基础设施包括仓储和运输设备，但是当前我国冷链物流基础设施还处于起步阶段，存在些许不足。一方面，冷链基础设施分布不均衡，城市地区冷链基础同农村地区相比，较为完备，东部地区冷链体系同中西部地区相比，发展较快；另一方面，我国生鲜农产品运输设备数量不足，少部分农产品能够实现全程冷链运输，大多数农产品还是采取“冰块 + 普通物流”的运输方式。此外，我国冷链运输设备大部分是装箱式车辆运输，封闭式运输车辆不足，具有完备保温机制的车辆更是少之又少。因此，我国冷链物流体系的不健全加大了农产品损坏变质的风险，不利于农产品直播营销的长期发展。

3.4. 直播行业缺乏完善的市场监管机制

农产品直播带货引发的投诉和纠纷较多，存在大量的违反《广告法》《不正当竞争法》的行为[12]。直播行业作为一种新业态，其销售行为存在不规范的情形，相关的运行制度还处于缺位状态，主要存在如下方面：一是破坏市场秩序。随着直播带货的发展，“影响力”成为评判带货主播营销能力的重要标准之一。“影响力”包括带货能力、引流能力等多方面，为此买流量、买数据、刷单等一体的影响力造假产业链兴起。二是滥用惠农政策逃避主体责任。《电子商务法》规定，农户直播销售自种农产品无须办理市场主体登记，而第三方在收购农产品进行线上销售需要办理相关手续；《增值税暂行条例》规定，农户销售自己种植的农产品应予以免税。但是这些规定在实际施行过程中存在失效的现象，一些农产品经销商利用可混淆的销售者和生产者身份，获取惠农福利，同时监管部门也难以辨认农产品从业者的主体性质。三是违反法律法规。农户为销售出外形美丽的农产品，对其非法使用化肥和农药，影响消费者身体健康；带货主播为追求更高利润，实施价格欺诈、不明码标价等行为，还有甚者散布谣言、煽动仇恨，影响社会和谐稳定。

4. 乡村振兴下农产品直播带货的发展路径

乡村振兴战略下，推动农产品直播带货行业健康发展，不仅需要重视农产品产业内部提升，而且要注重外部监管，实现农产品产业发展和直播带货销售的双赢。加强农产品建设、培养农产品直播专业人才、加快农产品冷链物流体系建设、建立农产品直播带货法律和监管体系是实现“农产品 + 直播”双赢目标的重要保障。

4.1. 加强农产品自身建设

依托本地龙头企业，汇集当地分散经营的农户，打造特色农产品产业园，推动农产品组织化经营，

加强农产品建设。首先，统一直播间的农产品品质。产业园内龙头企业与基地农户是合作伙伴关系，双方利益共享、风险共担，因此园区内需要建立明确的产品质量监测体系，为电商直播提供品质统一的农产品。其次，培育优良的农产品品种。在本地特色农产品种植体系成熟的基础上，提升本土农产品质量，发挥产业园的数字化、系统化优势，利用“人工智能+”，全程监控农产品种植情况。同时，合理使用农药，警惕农药在农产品内存留给消费者造成的伤害；合理使用肥料，尤其重视天然有机肥料。注重提高农产品的营养价值，将硒、铁、锌等有益微量营养元素转化为可供人们安全食用的营养成分。最后，打造知名的农产品品牌。在农产品“底子好”的基础上，大力推广农产品“三品一标”认证，在消费者群体中树立品牌信任，也强化品牌对自身的监督。此外，丰富品牌的文化内涵，将当地文化赋予农产品，塑造故事性的农产品品牌，拉近同消费者的距离。

4.2. 培养农产品直播专业人才

虽然农产品直播带货的关键是农产品的质量和特色，但是在农产品直播带货活动中主播的素质和业务能力也非常重要。如前所述，领导干部、明星与网红能够为农产品销售创造大量的销售额，但由于其自身的局限性，并不能保证销量的稳定增长。贴近农产品、与农产品共生的当地农户才是农产品直播带货的主力军，因此提升农户主播的带货能力和专业素养，才是壮大农产品直播销售的根基。一方面，围绕直播带货的基本原理，加强对带货主播的专业知识培训。在乡村振兴背景下，各村委会将专业的直播团队引入农村，为农民开设直播课程，使他们能够快速熟悉直播新业态下的技能要求。另一方面，结合农产品特色和地域文化，打造特色鲜明的带货主播。丰富有趣的短视频和直播间能够为农产品直播带货创造更多的流量，同时自古以来，真诚、质朴的农民形象印刻在每一个人的心中，农民直播带货具有先天的信任优势，因此需要培养一批有知识、有才干、接地气的农民主播。最后，加强以诚信为核心的职业品格教育，将“诚信经济”赋能“流量经济”，增强消费者对直播带货的信任。

4.3. 加快农产品冷链物流体系建设

我国政府出台《“十四五”冷链物流发展规划》，为乡村振兴背景下农产品冷链物流发展提供政策导向。规划指出，到2025年，冷链基础设施建设更加完善，初步形成衔接产地销地、覆盖城市乡村、联通国内国际的冷链物流网络^[13]。政府鼓励发展包括农产品低温配送处理中心建设、仓储冷库、封闭式冷链运输车辆在内的物流产业，陈旧的集装箱式冷库车和保温车将逐步退出历史舞台。政府要求优化冷链物流服务，在果蔬冷链物流方面，提升农产品场地商品化处理水平，推进商品化包装与冷链包装一体化，完善果蔬“最先一公里”冷链配套设施，降低运输过程中的果蔬损坏率，提高跨季节、跨区域调节农产品供需的能力。政府建议推进冷链物流全流程创新，通过冷链设施数字化改造和冷链物流信息平台专业化处理，加快冷链物流数字化发展步伐，形成全国冷链物流信息一点通的信息网。此外，通过冷链设施装备智慧化升级的方式，加强车载智能温控、智能分拣、自动消杀等应用，提高冷链物流智能化水平。

4.4. 建立农产品直播带货法治体系和监管体系

农产品直播带货利益链涉及众多人员，杜绝直播带货过程中不良行为的发生，需要汇聚多方力量，形成整治直播平台的合力。从国家层面来看，健全直播带货法治体系。厘清监管部门责任，形成多部门、跨行业的法律法规体系，为农产品直播带货提供法治遵循。从直播平台来看，作为农产品直播销售的媒介，各直播平台需要加大对主播及其带货农产品的监督。一方面，直播平台需要提高直播行业从业者标准，阻止不法分子钻进直播行业的空子。此外，对平台直播人员进行实名制管理，方便追溯行为权责；另一方面，直播平台需要加大对农产品的监管，建立前、中、后全流程的监管，保障食品质量安全。从

主播自身来看,遵守直播行业的法律规范和恪守社会道德规范,在运用直播技术推进销售的同时,禁止出现夸大宣传、虚假宣传等违法行为。

5. 总结

随着互联网技术的广泛应用和国家乡村振兴战略的强力推进,城乡数字鸿沟明显缩小,农村网民群体不断扩大,为农产品直播带货创造了广阔的空间和无限的可能。处于赛博时代风口的我们拥有底气、充满信心,农产品直播带货行业潜能无限、前途光明。

基金项目

2023 年江苏省研究生科研创新计划“中国式现代化视域下社会治理共同体的理论意蕴和建设路径”(编号: KYCX23_3779)。

参考文献

- [1] 农业农村部. 农业农村部关于落实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工作部署的实施意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202402/content_6932103.html, 2024-03-09.
- [2] 杭州市临安区农业农村局. 临安崇阳村: 年销千万, 95 后小伙化身“江南舅舅”回乡创业, 直播带货助农增收[EB/OL]. http://www.linan.gov.cn/art/2023/10/10/art_1366282_59103489.html, 2024-03-28.
- [3] 度看广西. 直播“新农活”助农增收产业振兴搭上电商“快车”[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1771270969050075742&wfr=spider&for=pc>, 2024-03-28.
- [4] 昌宁县田园镇. 保山昌宁: 搭上电商“快车”!直播带货成为助农增收新引擎[EB/OL]. https://ynxczx.yn.gov.cn/html/2023/zhoushizaixian_0815/9240.html, 2024-03-28.
- [5] 萧山农业农村. “薅菜书记”孔华超: 一位年轻书记的直播带货助农经[EB/OL]. https://www.xsnet.cn/content/2023-12/25/content_368910.html, 2024-03-28.
- [6] 中国网·新山东·张涛. 青岛即墨: 村支书变身“主播”直播带货助农增收[EB/OL]. http://m.sd.china.com.cn/mobile/2023/benwangyuanchuang_1103/1056361.html, 2024-03-28.
- [7] 刘宗义. “互联网+”背景下农产品直播带货发展路径研究[J]. 农业经济, 2022(8): 138-140.
- [8] 王丽敏. “直播+”模式下特色农产品的营销创新研究[J]. 食品研究与开发, 2022, 43(9): 231-232.
- [9] 马华敏. 直播带货助推农产品营销模式升级路径研究[J]. 商业经济研究, 2021(15): 81-84.
- [10] 王建设. 乡村振兴背景下农产品直播带货的发展路径[J]. 传媒, 2023(11): 68-70.
- [11] 郭红东, 曲江. 直播带货助农的可持续发展研究[J]. 人民论坛, 2020(20): 74-76.
- [12] 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.
- [13] 国务院办公厅. “十四五”冷链物流发展规划[EB/OL]. https://www.gov.cn/xinwen/2021-12/13/content_5660518.htm, 2024-05-15.