

电商主播与直播： 乡村振兴的“双翼”路径与实践探析

■ 罗刚 郭建军

随着“万物皆媒”与“人工智能”时代的双重驱动，新媒体展现出了前所未有的发展活力。在这一背景下，电商主播与直播带货作为一种新兴的商业模式，已逐渐成为推动乡村全面振兴的两大重要力量，为解决农产品销售滞销等问题提供了全新的解决方案。然而，电商直播在助力乡村振兴过程中也面临着诸多挑战，如主播专业素养参差不齐、直播内容同质化严重、线上交易风险难以控制等问题。因此，要进一步推动电商直播行业的健康发展，需从提升主播素质、优化直播内容、明确责任划分等方面入手，加强行业规范与监管。同时，主流媒体也应发挥自身优势，搭建媒体矩阵体系，为电商直播提供有力支持。

乡村全面振兴不仅是我国农业农村农民现代化的核心策略，更是新时代“三农”工作的引领旗帜。自2020年迈入全民电商直播带货的新纪元以来，此领域已演变为竞争激烈的“商业红海”，用户规模呈现爆发式增长。2024年中央一号文件强调的农村电商高质量发展工程，特别是县域电商直播基地建设，凸显了国家层面的战略重视。

在乡村振兴的大背景下，“电商直播”和“电商主播”的重要性愈发凸显。国家政策对此给予了大力支持，出台了一系列扶持措施，为电商直播行业提供了更加规范和专业的环境，推动了电商直播产业的健康发展。例如，提供税收优惠、资金扶持等政策支持，鼓励更多的农民和青年投身电商直播行业等。

在电商直播的生态链中，主播扮演着“意见领袖”的角色，其影响力直接关系到信息的传播效果与消费者的购买决策。电商主播与直播活动作为乡村全面振兴的重要路径，不仅促进了农产品的流通与品牌化，更在文化传播、社会动员等方面发挥着不可替代的作用。

电商主播与直播助力乡村全面振兴的现状

（一）电商直播成为新农人的“新农活”

手机变成新农具、数据变成新农资、直播变成新农活，一批掌握数字技术、具有互联网思维的年轻人变身“新农人”。根据2023年8月28日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》，直播带货模式已成为农产品销售突破发展的重要抓手。数据显示，全国农村网商（网店）已达1730.3万家，其中直播电商有573.2万家，占33.1%。近年来，电商直播已经成为助力乡村全面振兴的重要载体、助推脱贫攻坚的新生力量，逐渐地在广大农村落地生根。在各大直播平台上的“新农人”主播或网红成为农产品销售的新生力量，开创了“电商直播+扶贫助农”的新模式。这些“新农人”利用直播平台，将农产品销售与消费者需求对接，实现了农产品的快速流通和销售。同时，他们还通过直播形式，展示了农产品的生长过程和制作工艺，增强了消费者对农产品的信任感和购买意愿。例如，新疆生产建设兵团的尤良英就是一位助农的典型代表，以电商直播为托手，以自身为主播，用行动助力新疆农副产品的销售。

（二）各级领导干部成为电商直播的“新力量”

官员“直播带货”属于技术行为嵌入基层社会治理的一种创新实践，在社会资源吸纳方面创造了“现象级”成效，呈现出由实体场景转向网络虚拟场景的特殊性公共治理范式。自2020年抖音组织“县长来了”直播活动以来，“领导干部直播带货”在网络上成为热点，不断地宣传家乡特色农产品和产业以及风景地貌，成为助农的一种力量。由各级领导干部担任主播，进而开创一种“电商直播+领导干部+扶贫助农”新模式，不仅有助于解决农副产品的滞销问题，还为乡村全面振兴提