

本地直播助农发展现状调研报告

一、调研概述

1.调研背景

依托电商行业快速发展，直播助农成为乡村农产品上行的核心渠道，作为电子商务专业大一学生，立足日照本地开展线上调研，探究本地直播助农落地成效、现存痛点，结合电商专业知识提出优化建议。

2.调研方式

线上问卷调研（面向本地农户、消费者、本地带货主播）、电商平台数据搜集（抖音、快手、拼多多直播间）、本地涉农电商账号内容整理。

3.调研目的

摸清日照本地绿茶、海鲜、鲜果等农特产品直播带货实际落地效果，梳理发展短板，从电商运营、供应链、新媒体推广角度给出可行优化方案。

二、本地直播助农实际成效

（一）农户增收，拓宽农产品销路

1. 打破地域限制：日照绿茶、蓝莓、鲜活海产以往多依靠线下批发市场，通过直播直达全国消费者，滞销生鲜损耗大幅下降；
2. 降低中间差价：省去批发商、多级分销环节，农户终端售卖利润提升 20%~40%。

（二）带动本地涉农就业，盘活乡村资源

催生本地兼职主播、打包分拣、仓储物流、短视频剪辑岗位，不少留守农户利用闲暇时间参与农产品打包、产地直播出境，实现家门口增收。

（三）塑造地域农产品品牌

借助直播间曝光，“日照绿茶”“日照蓝莓”等地域特产线上知名度提升，依托直播口碑打造区域性农产品 IP，反向

带动线下采摘、乡村旅游。

（四）赋能乡村数字化转型

倒逼农村完善快递网点、冷链仓储设施，农户逐步学会线上运营基础逻辑，数字化务农思维得到普及。

三、调研发现现存问题

1.农户端：运营能力薄弱

多数本土农户只懂种养，缺乏电商直播运营、短视频拍摄、店铺上架知识，大多依赖外来主播代播，议价被动；自产自销农户直播间内容粗糙、不懂平台流量规则，自然流量少。

2.产品与供应链短板

1. 生鲜（海鲜、鲜果）冷链配套不完善，远距离快递破损、变质率偏高，售后成本高；

2. 农产品标准化不足：散装茶叶、果蔬无统一分级、包

装，品相参差不齐，难以打造标准化爆款。

3.直播行业乱象问题

1. 部分带货主播夸大农产品功效、虚假原产地宣传，短期走量但损耗本地特产口碑；
2. 中小直播间刷单冲销量，虚假优惠、先涨价再打折，扰乱本地农产品定价。

4.流量与平台运营难题

本土中小农户缺少投流预算，直播间曝光受限；过度依赖头部达人带货，佣金抽成高，压缩农户利润；多数账号无长效内容规划，开播随机性强，粉丝粘性差。

5.售后体系不完善

散户直播没有成熟售后团队，出现坏果、错发问题时处理效率低，容易产生差评，影响店铺权重与后续平台流量扶持。

四、结合电商专业知识提出优化对策

（一）本地化电商技能帮扶

联动本地电商产业园、高校电商专业，定期下乡开展免费直播培训，内容包含短视频剪辑、平台规则、商品上架、客服运营，从源头提升农户自主运营能力。

（二）完善农产品供应链建设

1. 抱团发展：农户组建合作社，统一产品分级、品牌包装，实现标准化供货；
2. 集中共建共享冷链仓储，分摊仓储物流成本，降低生鲜运输损耗。

（三）规范本地直播行业

依托地方农业部门+电商协会，制定本地农产品直播规范，整治虚假宣传、刷单乱象；打造官方原产地溯源直播，增强消费者信任。

（四）精细化账号运营（电商专业课知识点落地）

1. 农户账号做垂直内容：产地日常、种植纪实、食材科普，靠自然内容积累精准粉丝，减少大额付费投流；
2. 公私域联动：直播间引导客户加入社群，复购转化，降低获客成本。

（五）搭建统一售后平台

由合作社或村镇电商服务站统一承接售后工作，集中处理退换货，优化消费者购物体验，维护地域农产品口碑。

五、调研总结

直播助农对日照本地乡村经济利好突出，是农产品数字化转型的关键路径，但受农户电商素养、供应链、运营思维限制仍存在不少短板。作为电商专业学生，未来可以利用所学运营、营销知识参与本地助农项目落地，将课堂理论和乡村实体经济结合，助力本土农产品电商长效发展。