

Wang Jiaao
1st year Master's student
"Sukhoi State Technical
University of Gomel

## وانغ جياو طالب ماجستير في السنة الأولى

بجامعة سوخوي التقنية الحكومية

في غوميل

# DEVELOPMENT TRENDS AND OPTIMIZATION STRATEGIES OF AGRICULTURAL PRODUCTS E-COMMERCE LIVE BROADCASTING UNDER THE BACKGROUND OF CHINA'S DIGITAL ECONOMY

### اتجاهات التنميت واستراتيجيات التحسين للبث المباشر للتجارة الإلكترونيت للمنتجات الزراعيت في ظل الاقتصاد الرقمي الصيني

**Abstract:** With the rapid development of the digital economy, agricultural products e-commerce live broadcasting, as an emerging sales model, has become an important means to promote rural development and agricultural modernization. This paper aims to synthesize existing literature, explore the development trend of agricultural products e-commerce live broadcasting under the background of digital economy, propose optimization strategies for the current challenges, and provide theoretical support and practical guidance for the sustainable development of agricultural products e-commerce live broadcasting.

Keywords: digital economy; agricultural products; e-commerce live streaming; rural revitalization; optimization strategy.

الخلاصة: مع النطور السريع للاقتصاد الرقمي، أصبح البث المباشر للتجارة الإلكترونية للمنتجات الزراعية، كنموذج مبيعات ناشئ، وسيلة مهمة لتعزيز التنمية والريقية والتحديث الزراعي. تهدف هذه الورقة إلى تلخيص الأدبيات الموجودة، واستكشاف اتجاه تطوير البث المباشر للتجارة الإلكترونية للمنتجات الزراعية في ظل المنافرة الإلكترونية المستدامة للبث المباشر للتجارة الإلكترونية المستدامة للبث المباشر للتجارة الإلكترونية المعالم المعالم

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الرقمي؛ المنتجات الزراعية؛ البث المباشر للتجارة الإلكترونية؛ إحياء المناطق الريفية؛ استراتيجية التحسين.



Olga Vinnik
Senior lecturer of the department
Marketing and industry
Economics
Sukhoi State Technical University

أ. أولجا جريجوريفنا فينيك معيدة بقسم التسويق بجامعة سخوي الحكومية التقنية

#### Introduction

Driven by the digital economy, agricultural product e-commerce live streaming has risen rapidly, providing new impetus for the upgrading of the agricultural industry chain and the development of the rural economy. However, this emerging model also faces many challenges, such as uneven application of technology, homogeneity of live streaming content, and other issues [1-3].

#### **Results and discussion**

- 1. Challenges faced by e-commerce live broadcast of agricultural products
- 1.1. Imbalance in technology application and infrastructure

The main problems facing agricultural product live streaming at present include insufficient rural network infrastructure, imperfect logistics and distribution systems, especially cold chain logistics facilities, and farmers' lack of high-quality live streaming technology and equipment, as well as necessary digital skills. Insufficient funding and policy support also lead to uneven technology application.

1.2. Homogeneity and lack of innovation in live broadcast content

The homogeneity and lack of innovation in live broadcast content in e-commerce live broadcast of agricultural products have become key issues restricting the development of the industry. This phenomenon is manifested in the repetitiveness of live broadcast content and imitation of style, which leads to aesthetic fatigue among consumers, makes it difficult to form brand differentiation, and also limits the exploration of market potential. The reasons include the lack of professional talents, resource constraints, and fierce market competition, which leads to many live broadcasts choosing imitation rather than innovation.

1.3. Insufficient brand building and market competitiveness of agricultural products

The main problems facing agricultural product brand building and market competitiveness are insufficient brand awareness, unclear market positioning, insufficient promotion, unstable quality and lack of differentiation. These problems affect consumer trust and purchasing willingness, limit price and market responsiveness, and hinder international development.

- 2. Optimization strategy for e-commerce live broadcast of agricultural products
- 2.1. Strengthen digital infrastructure construction

Strengthening rural digital infrastructure is crucial for agricultural product e-commerce live broadcast, including improving network coverage and quality, building cold chain logistics, creating digital service platforms, training farmers in digital skills, and receiving government policy and financial support. These measures will enhance live broadcast efficiency and market competitiveness and promote agricultural digital transformation.

2.2. Innovate live broadcast content and form

For agricultural e-commerce live broadcast to develop with high quality, it is necessary to focus on content innovation and form diversification, and enhance brand awareness by combining local culture and product characteristics. In the face of insufficient brand awareness and competitiveness, it is necessary to cultivate professional talents, use technical support and strengthen brand building. These measures can enhance consumer interest and trust, enhance purchasing willingness, help rural revitalization and agricultural digital transformation, and achieve sustainable development.

2.3. Build agricultural product brands and enhance market competitiveness

The key to enhancing the competitiveness and brand influence of agricultural products lies in brand building, including geographical indication certification and story marketing, to enhance brand awareness and market promotion. At the same time, ensure product quality and differentiation, strive for policy support, promote agricultural upgrading and sustainable development, and help rural revitalization.

#### Conclusion

The key to enhancing the market competitiveness and brand influence of agricultural products lies in strengthening brand building, including geographical indication certification, brand story marketing, etc., to increase added value and market recognition. Producers and marketers need to enhance brand awareness, clarify positioning, increase promotion efforts, ensure product quality stability, and seek government support to achieve agricultural industry upgrading and sustainable development and promote rural revitalization.

#### النتائج والمناقشة

بشكل سريع، مما وفر زخمًا جديدًا لترقية سلسلة الصناعة الزراعية وتنمية الاقتصاد

الريفي. ومع ذلك، يواجه هذا النموذج الناشئ أيضًا العديد من التحديات، مثل التطبيق غير

بفضل الاقتصاد الرقمي، ارتفعت وتيرة التجارة الإلكترونية للمنتجات الزراعية

- 1. التحديات التي تواجه البث المباشر للتجارة الإلكترونية للمنتجات الزراعية
  - 1.1. عدم التوازن في تطبيق التكنولوجيا والبنية الأساسية

المتكافئ للتكنولوجيا، وتجانس محتوى البث المباشر، وقضايا أخرى [1-3].

تشمل المشاكل الرئيسية التي تواجه البث المباشر للمنتجات الزراعية في الوقت الحاضر البنية الأساسية غير الكاملة، وخاصة مرافق الأساسية غير الكاملة، وخاصة مرافق لوجستيات سلسلة التبريد، وافتقار المزارعين إلى تكنولوجيا ومعدات البث المباشر عالية الجودة، فضلاً عن المهارات الرقمية اللازمة. كما يؤدي نقص التمويل ودعم السياسات إلى تطبيق غير متكافئ للتكنولوجيا.

1.2. التجانس والافتقار إلى الابتكار في محتوى البث المباشر

أصبح التجانس والافتقار إلى الابتكار في محتوى البث المباشر في البث المباشر للتجارة الإلكترونية للمنتجات الزراعية من القضايا الرئيسية التي تحد من تطوير الصناعة. تتجلى هذه الظاهرة في تكرار محتوى البث المباشر وتقليد الأسلوب، مما يؤدي إلى التعب الجمالي بين المستهلكين، ويجعل من الصعب تشكيل التمايز بين العلامات التجارية، ويحد أيضًا من استكشاف إمكانات السوق. تشمل الأسباب الافتقار إلى المواهب المهنية، وقيود الموارد، والمنافسة الشرسة في السوق، مما يؤدي إلى اختيار العديد من البث المباشر للتقليد بدلاً من الابتكار.

1.3. عدم كفاية بناء العلامة التجارية والقدرة التنافسية في السوق للمنتجات الزراعية

إن المشاكل الرئيسية التي تواجه بناء العلامة التجارية للمنتجات الزراعية والقدرة التنافسية في السوق هي عدم كفاية الوعي بالعلامة التجارية، وعدم وضموح وضمع السوق، وعدم كفاية الترويج، وعدم استقرار الجودة، ونقص التمايز. تؤثر هذه المشاكل على ثقة المستهلك ورغبته في الشراء، وتحد من السعر واستجابة السوق، وتعوق التنمية الدولية.

2. استراتيجية التحسين للبث المباشر للتجارة الإلكترونية للمنتجات الزراعية

2.1. تعزيز بناء البنية التحتية الرقمية

إن تعزيز البنية التحتية الرقمية الريفية أمر بالغ الأهمية للبث المباشر للتجارة الإلكترونية للمنتجات الزراعية، بما في ذلك تحسين تغطية الشبكة والجودة، وبناء لوجستيات سلسلة التبريد، وإنشاء منصات الخدمة الرقمية، وتدريب المزارعين على المهارات الرقمية، والحصول على الدعم السياسي والمالي الحكومي. ستعمل هذه التدابير على تعزيز كفاءة البث المباشر والقدرة التنافسية في السوق وتعزيز التحول الرقمي الزراعي.

2.2. ابتكار محتوى وشكل البث المباشر

لكي يتطور البث المباشر للتجارة الإلكترونية الزراعية بجودة عالية، من الضروري التركيز على ابتكار المحتوى وتنويع الشكل، وتعزيز الوعي بالعلامة التجارية من خلال الجمع بين الثقافة المحلية وخصائص المنتج. في مواجهة عدم كفاية الوعي بالعلامة التجارية والقدرة التنافسية، من الضروري تنمية المواهب المهنية واستخدام الدعم الفني وتعزيز بناء العلامة التجارية. يمكن لهذه التدابير تعزيز اهتمام المستهلك وثقته، وتعزيز الرغبة في الشراء، والمساعدة في إحياء المناطق الريفية والتحول الرقمي الزراعي، وتحقيق التنمية المستدامة.

2.3. بناء العلامات التجارية للمنتجات الزراعية وتعزيز القدرة التنافسية في السوق

يكمن مفتاح تعزيز القدرة التنافسية وتأثير العلامة التجارية للمنتجات الزراعية في بناء العلامة التجارية، بما في ذلك شهادة المؤشرات الجغرافية وتسويق القصصص، لتعزيز الوعي بالعلامة التجارية والترويج للسوق. في الوقت نفسه، ضمان جودة المنتج والتمايز، والسعي إلى دعم السياسات، وتعزيز الترقية الزراعية والتنمية المستدامة، والمساعدة في إحياء المناطق الريفية.

#### الخاتمة

إن مفتاح تعزيز القدرة التنافسية في السوق وتأثير العلامة التجارية للمنتجات الزراعية يكمن في تعزيز بناء العلامة التجارية، بما في ذلك شهادة المؤشرات الجغرافية، وتسويق قصة العلامة التجارية، وما إلى ذلك، لزيادة القيمة المضافة والاعتراف بالسوق. يحتاج المنتجون والمسوقون إلى تعزيز الوعي بالعلامة التجارية، وتوضيح الموقف، وزيادة جهود الترويج، وضمان استقرار جودة المنتج، والسعي إلى الحصول على دعم الحكومة لتحقيق ترقية الصناعة الزراعية والتنمية المستدامة وتعزيز الإحياء الريفي.

#### المراجع والمصادر Literature

- 1. Xu, Haoyu. Agricultural product packaging design in Shuyang, Jiangsu under the background of rural revitalization / Hunan University of Technology, 2023. URL: DOI: 10.27730/d.cnki.ghngv.2023.000495.
- 2. Nevzorova, A.B. Humorous creative component in self-realization of a graduate student / A.B. Nevzorova // Actual issues of scientific-methodical and educational-organizational work: traditions and modernization of modern higher education: materials of the republican scientific-methodical conference (Gomel, March 10-11, 2016). In 4 parts. Part 4 / editorial board: I.V. Semchenko [et al.]; Ministry of Education of the Republic of Belarus, Francisk Skorina Gomel State University. Gomel: F. Skorina Gomel State University, 2016. P. 254-256.
- 3. The possibility of supporting the regulatory and economic mechanism for business development in Libya (literary review and a suggested modified mechanism) / R. A. Atnishah [et al.] // Al-Andalus journal for Humanities & Social Sciences. 2023. № 65, Vol. 10. P. 180—198.



\_\_\_\_\_\_