

“互联网+”背景下农产品电商发展的实践与思考

摘要:随着数字乡村战略的不断推进,探究农业数字化转型路径对于破除传统小农户和大市场错配困境有着十分重要的意义。分析我国农产品电商规模、创新模式、供应链支撑体系的发展趋势,发现我国农产品电商整体交易规模不断扩大,但是产地冷链基础设施薄弱、区域发展不平衡、专业人才匮乏等制约因素仍然存在。经过研究发现,升级产地供应链、加强品牌建设、推进区域协同、创建多层次人才培养体系,可以有效地破解目前存在的瓶颈,给农村电商系统性变革和高质量发展提供路径参考。

关键词:互联网+;农产品;电商

在数字经济和农村基础设施建设快速发展的背景下,“互联网+”成了推动传统农业转型升级的主要动力。但是现有文献大多关注宏观模式的搭建,对于微观层面的区域数字鸿沟、产地“最先一公里”冷链短板、多元主体协同机制的探讨仍显不足。准确把握农产品电商发展的空间格局和深层次制约,既可以充实数字乡村物流和品牌建设的理论内涵,又可以给各地区制定精准的产业政策、实现三产深度融合提供重要的实践借鉴。

一、“互联网+”背景下农产品电商的发展实践与现状

(一)农产品电商市场规模的持续扩张
2025年,全国农村网络零售额达到3万亿元,同比增长6.7%,农产品网络零售额达到7833.1亿元,同比增长9.9%,增速优势明显。数据表征显示,线上农产品消费市场已经从盲目爆发期进入到了高质量平稳增长的内涵式发展阶段。随着现代农业物流周转效率的大幅提升,线上农产品消费行为也出现结构上的逆转。需求端由低价驱动的单一数量型模式向追求绿色生态、安全可溯源、品类多元化的质量型模式转变,供给侧在消费升级的倒逼下走上了以品质提升为驱动的系统性变革之路。

(二)农产品电商创新模式的多元化演进
2025年,头部电商平台全年助农直播场次超400万场,农特产品销量破百亿单,日均发货量超2000万单。农产品电商直播营销省掉了中间消费环节,如,铺租费、存储费、搬运费等,具有明显的价格优势,提高了农产品营销效率。事实上,农产品电商直播营销涉及多方主体博弈,彰显数字经济时代农业

产业链整合的经济价值,通过一次性完成“生产、配送、销售与售后”环节,降低了供给侧的总体成本,实现消费者“低价购买”和“高购物体验感”。

(三)基础设施与供应链支撑体系的完善
全国县级物流配送中心覆盖率达100%,邮政普遍服务网络每年为建制村代投快件量超过70亿件。广阔的乡村邮政网络与现代物流节点深度融合,打通了城乡要素双向流动的物理阻隔,给农产品规模化上行奠定了坚实的网路基础。2025年,全国支持建设1428个农产品商品化处理设施。产地源头商品化处理能力普遍提高,使清洗、分级、冷藏包装等初加工工序前移到核心产区,农产品上行标准化、分级水平得到加强,为农产品溢价空间的扩大打下了坚实的基础。

二、农产品电商在实践中暴露的制约瓶颈

(一)产地供应链基础设施的局部短板
生鲜农产品具有易腐易损的特性,产地仓储保鲜和冷链设施的缺口大,造成冷链物流“最先一公里”衔接效率低。粗放的初加工和分级包装方式造成中途损耗率居高不下,不能满足现代电商对货品高保鲜度的刚性要求。农村快递共同配送比例已经超过了30%,但是中西部和偏远乡村的物流网络密度还比较低。末端网点派送效率低,物流资源碎片化运转造成单票配送成本上升,产地资源的集约化输出受到限制。

(二)区域经济与数字鸿沟带来的发展失衡
农村网络零售额存在明显的空间极化现象,东部地区占全国农村网络零售额的四分之三以上。东、中、西部县域农产品电商发展基尼系数明显大于第一产业增值基尼系数,说明电商红利没有均等地惠及到广大中西部地区,存在非均衡现象。中西部偏远乡村网络覆盖深度还比较低,信息基础设施布局非均衡。由于缺少必要的数字技能培训和技术接入支持,偏远地区的小农户陷入技术鸿沟,不能顺利地融入现代电商产业链条中,被阻隔在数字经济增值效益之外。

(三)产品标准化缺失与品牌化困境
初级农产品天然存在个体差异,品控、分级、包装标准的系统性缺失造成线上产品质量参差不齐。缺少规范化的质量控制体系,造成网络商贸不能达到同质同价,降低

了消费者的线上购买信任度和线上交易复购率。全国数百个农产品区域公用品牌中,网络销售额超过亿元的品牌比例很低。大部分地方品牌处于低附加值、同质化竞争状态,没有全国范围内的品牌认知度,品牌溢价效应不能显现出来,不能发挥对区域现代农业的辐射带动作用。

(四)农村电商专业队伍的匮乏
全国农村网商规模突破1800万家,青年“新农人”占比达15%并产生明显的就业乘数效应,但是基层人才结构矛盾依然尖锐。精通互联网运营、现代供应链管理、农业种植技术的复合型专业人才严重缺乏,乡村微观经营主体缺少智力支持。由于农村生活配套、薪酬待遇、职业发展空间等各方面的相对劣势,电商运营缺少持续的人力资源支撑,从而延缓了农村电商向数字化、精细化、品牌化升级的整体步伐。

三、“互联网+”背景下农产品电商高质量发展的优化路径

(一)升级产地供应链体系,补齐物流冷链短板
产地供应链建设应该重点关注采后处理、冷链仓储和物流衔接等环节,以提高农产品出村效率。农业农村部数据显示,2025年全国支持建设农产品产地商品化处理设施1428个,越来越多的水果、蔬菜、食用菌主产区形成了“采收—预冷—分级—包装—发运”的一体化流程。山东烟台苹果产区建设智能分选中心之后,苹果可以按照糖度、果径、色泽自动分级,不同等级直接匹配不同的销售平台,减少人工分拣误差,提高订单响应速度。

供应链建设要向县域物流节点、冷链运输网络延伸,形成稳定的产销衔接体系。浙江嘉兴依托区域冷链集配中心,把本地蔬菜、葡萄等农产品统一运送到分拨仓,再按照电商平台订单快速配送到长三角地区,生鲜配送时效稳定在24小时以内。京东物流近些年来持续推进“亚洲一号”智能仓同县域云仓的协同布局,在江西赣南脐橙销售季,订单产生之后就能自动完成分仓发货,大大缩短了中转时间。国家邮政局数据显示,全国建制村快递服务覆盖率超过95%,邮政网络年均代投快件超过70亿件,产地物流逐步实现仓储、运输、配送衔接运行,为农产品持续稳定上行提供保障。

(二)推进农产品标准化生产,强化区域

品牌建设
行业协会和龙头企业主导创建起产地环境监测、种植操作规程、采收熟度标准、感官和物理分级标准、冷链流转规范的全产业链技术标准体系,打破初级农产品无标可依的状况。各级监管部门全面推行农产品质量安全追溯码制度,把施肥、用药、采收等生产日志变成可以扫码查询的数字化档案,做到“一物一码”、源头可查、去向可追,用规范化品控保证线上产品同质同价,重塑网络消费者的信任度。

各省市按照农业农村部发布的农业品牌精品培育计划,集中资源培育有核心竞争力的区域公用品牌,摆脱低附加值、恶性价格战的恶性循环。以陕西洛川苹果为例,当地形成了数字化种植管理标准,用智能化选果线对苹果进行无损CT级红外扫描,准确测定糖度并检测果核霉变,其品牌价值在2025年已突破1016.29亿元,成为全国第一个品牌价值超千亿元的苹果类区域公用品牌,依靠现代农产品控机机制实现的溢价效应明显,有效激发了区域品牌的集群示范效应和产业带动能力。

(三)促进区域协同发展,缩小数字乡村治理差距
国家推进东西部协作机制、数字乡村建设指南,引导东部沿海地区成熟的供应链管理模、数字平台算法流量、社群运营经验、冷链物流资本向中西部偏远县域有序溢出。中央和地方财政统筹西部地区公共服务资源,完善县、乡、村三级物流基础设施,降低西部小农户对接数字大市场技术壁垒和初始边际成本,缓解农村电商发展过程中空间极化。

中西部地方政府把信息进村入户工程同微观乡村治理深度融合起来,依靠“益农信息社”和县域电商公共服务中心,精准对接小农户的生产和销售需求。以甘肃陇南为例,当地不断推进“电商扶贫”和“数字乡村”探索,创建起全域覆盖的村级电商服务点和区域物流配送数字化系统,使偏远山村的网络普及率明显提高,当地形成了油橄榄、花椒、核桃、中药材四大长效主导产业,以及苹果、茶叶、马铃薯、畜牧、蔬菜五个区域优势产业。这些特色产业的面积一直保持在1000万亩以上,年产值超过300亿元,给欠发达地区小农户嵌入现代电商产业链提供了一个典型的实践范式。

(四)构建多层次人才培养机制,激活

“新农人”内生动力
农村电商人才培养要按照县域特色产业分类开展培训,将直播运营、短视频制作、店铺管理等内容同本地农产品销售联系起来。河南兰考持续开展电商人才培育,县商务部门联合直播机构举办电商直播培训班,课程内容包括短视频拍摄、账号运营、直播实战等,培训对象为返乡青年、合作社负责人、种植大户。学员结业后直接参与蜜薯、梨果等特色农产品线上销售实践,逐步形成稳定的运营团队。

人才培养不能只停留在短期培训上,还要建立实践孵化机制,使学员不断参与产业运营当中。河南新野依托“人人持证、技能河南”建设电商实用人才培训体系,很多农民完成直播技能学习后开始经营网络店铺,有的转型为专职主播,有的承担企业直播销售任务,实现稳定就业。

四、结束语

综上所述,在“互联网+”深入发展的过程中,农产品电商正处在重塑农业产业链条的高质量发展阶段。破解冷链物流短板、消除区域数字鸿沟、规范产品品控标准、填补基层专业人才缺口,是决定现代农村数字商贸能否实现结构性升级的关键所在。只有不断推进供应链、品牌、区域协作、产业融合的系统化建设,才能从根本上打通城乡要素双向流动的渠道,给现代农业内生增长提供持久的发展动力。

作者:文本成(河南省新乡市新乡县大召营镇行政审批服务中心)

参考文献

- [1]蒙菊花,李良,李辉.农产品电商直播营销发展现状、现实困境与优化策略[J].商业经济研究,2024(11):126—129.
- [2]洪勇,洪涛.2025中国数字农产品电商新格局、新政策与新建议[J].供应链管理,2025,6(6):5—33.
- [3]查道中,朱晓宇.农产品电商直播助力乡村产业振兴策略探析[J].廊坊师范学院学报(社会科学版),2023,39(1):123—128.
- [4]李飒.“互联网+”背景下农产品电商发展存在的问题及其对策探析:以河南省为例[J].山西农经,2025(12):209—211.

数字经济促进株洲城乡共同富裕的优化路径

数字技术的渗透正深刻重塑城乡关系。《数字经济促进共同富裕实施方案》指出,要以数字化手段缩小区域、城乡、群体、基本公共服务“四大差距”。作为国家重要老工业基地与新质生产力典范城市,湖南株洲2024年全市数字经济核心产业增加值达298.9亿元,占GDP比重7.66%,总量居湖南省第三位,成功入选工业和信息化部、财政部中小企业数字化转型试点城市。2026年,株洲成功获批国家要素市场化配置综合改革试点城市群,数据要素市场化配置改革迈出关键一步。然而,城乡之间“硬鸿沟”与“软鸿沟”并存、小农户参与数字价值分配的能力鸿沟、数据要素收益外溢等结构性约束依然突出。要破解这一困局,应从基础设施普惠化、分配机制数字化、融合生态包容性、治理平台协同化四个维度进行路径优化。

优先推进“农业农村”基础设施布局,从“连通”向“可用”转化。数字基础设施具有显著的公共产品属性,其空间均等化配置是数字时代权利公平的起点。由于农业单纯依靠市场机制难以实现农村基础设施的有效

供给,需要通过政策干预矫正资源配置的城乡偏差,使乡村具备平等参与数字经济循环的物质能力。湖南省数字乡村试点县的攸县,2025年累计投入超5500万元推进数字乡村建设,实现行政村千兆光网全覆盖,依托5G基站与AI智能监控完善乡村智慧安防,北斗农机监控作业面积达16.32万亩。然而,硬件全覆盖不等于应用效能同步释放,部分农户受数字素养制约,智能设备数据分析功能并未充分落地应用。株洲应改变以往“重建设、轻运维”的模式,推动数字基础设施从“建起来”转向“用起来”。为此,要依托党群服务中心建设乡村公共直播间、电商实训站点等普惠性数字设施;面向老年农户等群体持续优化数字终端操作逻辑,开发更贴合乡村生产场景的适农化交互功能;常态化开展数字技能培训,弥合素养层面的“软鸿沟”,推动数字工具真正成为农户可感可用的生产性力量。

强化“在地回流”数据要素收益配置,促进产权界定与利益分享。数据要素具有非竞争性、低成本复制与价值高度依赖使用场景

等独特属性,其在城乡间流动存在天然向高回报城市端集聚的极化倾向。构建收益在地回流机制,核心在于通过产权制度确立乡村主体对本地数据资源的主权地位,再经由收益分配制度确保价值生成的合理回流。长株潭全域纳入国家要素市场化配置综合改革试点,为株洲在制度层面率先突破提供了有利窗口。醴陵玻璃板作为国家地理标志产品,其种植、收购、销售全链条产生的产业数据,正是县域农业数据资产确权 ideal 试验田。当地依托驻点连片工作组统筹协调机制整合种植、收购、销售资源,今年亩均收益预计同比增加约二成。要规范数据所有权、使用权和收益权的归属,明确数据提供者、平台企业等多元主体的分配权,建立数据要素市场化定价机制,形成兼顾效率与公平的交易规则;推动平台与村集体共建本地化脱敏数据共享池,以制度化的利益分享确保乡村数据资源的价值更多留在乡村本土。

创新“数字+”利益联结模式,兼顾效率提升与包容性分配。数字技术嵌入农业产业链虽能显著提升生产效率,但小农户缺乏

组织化载体和数字参与能力,技术红利往往更多向资本密集型经营主体集中。“数字+”利益联结模式的设计,应在效率优先的数字化改造中嵌入包容性制度安排,使分散的小农户具备参与数字价值链的基本能力与组织通道。基于此,应依托攸县湘赣边乡村振兴人才集训等品牌项目,持续壮大农村电商人才队伍,降低农户参与数字交易的组织成本;完善农产品溯源体系建设,以数字化品控强化品牌价值,提升农户在产业链中的议价地位;通过组织化再造、数字能力培育与品牌价值共享三重路径,使数字化红利从技术密集型主体向广大小农户有序扩散,真正实现效率与公平的内在统一。

建设“城乡一体”数字化治理平台,推动功能下沉与数据协同。数字化治理平台的网络外部性特征,其价值随接入主体增多而递增,但乡村治理场景中信息不对称突出、服务触达成本高昂,单凭依靠传统行政层级推进难以实现治理资源的有效下沉。治理平台的功能下沉不是简单的服务端口延伸,而是通过数据协同打破部门壁垒、降低信息摩擦,使

城乡治理在数字空间实现扁平化对接。当前,县域平台多局限于政务公开,产业要素匹配功能有待拓展。株洲市已构建农村产权流转交易“市—县—乡—村”四级服务体系,实现信息发布、报名审核、交易组织等环节线上闭环运行,并积极探索北斗技术赋能,以此破除农村产权要素信息壁垒。因此,要简化操作流程、适配乡村用户习惯,降低基层使用门槛;破除部门“信息孤岛”,推动农业、人社、商务等部门数据协同共享,使惠农补贴、市场预警等服务精准触达农户;整合政策匹配、金融对接、信息发布、培训预约等功能模块,使城乡要素在数字空间实现高效对接,真正释放数字化治理的集成效能。

基金项目:株洲市社科联一般项目“数字经济促进株洲城乡共同富裕的路径优化研究”(ZZSK2026060);湖南省社科基金基地项目“数字经济促进湖南城乡共同富裕的内在机理与路径优化研究”(25JD001)阶段性成果。

作者:安俊贤、黄均霞(湖南工业大学马克思主义学院)

数字经济背景下人工智能赋能大足新兴产业与未来产业培育壮大的机制研究

数字经济加快发展,人工智能加速融入实体经济,为产业升级和新动能培育提供重要动力。重庆市大足区探索人工智能赋能新兴产业与未来产业培育壮大的机制,对于优化产业结构、增强发展后劲具有现实意义。

一、新兴产业与未来产业发展的现实基础

大足已形成新能源汽摩、再生资源及新材料2个主导产业和现代五金、智能电梯、锑盐、光电4个特色产业,并逐步向集成电路及传感器、无人机、机器人等新兴赛道拓展。“五金产业大脑”纳入首批市级产

业大脑建设名单,制造业数字化改造持续推进,为人工智能赋能产业发展奠定了基础。

二、新兴产业与未来产业培育面临的主要问题

一是特色产业转型动能不足。部分产业处于价值链中低端,高端产品、关键技术和高附加值环节不足,中小企业数字化智能化转型能力较弱。二是新兴产业与未来产业培育需要进一步加强。部分产业尚处于培育阶段,技术转化、产品验证和产业化的链条仍需完善。三是创新要素协同支撑不

足。高水平创新平台和高层次人才不足,科技金融支持有限,创新资源协同配置能力仍需提升。

三、人工智能赋能产业培育壮大的机制及路径

(一)强化技术赋能,推动特色产业转型与新兴产业升级
人工智能能够降低生产成本、提高生产效率 and 促进技术创新,应以“产业大脑+未来工厂”为牵引,推动人工智能与特色产业深度融合,向研发、生产、供应链和经营管理等环节渗透。通过公共技术服务降低中小企

业转型门槛,推动产业向高端化、智能化发展,培育新的产品和增长点。

(二)强化场景牵引,加快新兴产业壮大与未来产业孵化
应用场景是人工智能技术落地的载体和产业发展的重要牵引,应围绕智能制造、低空经济、智慧安防等领域开放应用场景,推动无人机、机器人及传感器等产业开展技术验证和产品迭代。面向具身智能机器人、前沿新材料等未来产业,完善概念验证、中试熟化和应用示范机制,加快产业孵化。

(三)强化生态协同,提升产业培育的要

素配置能力

人工智能赋能是产业创新生态的系统重构,应围绕产业需求统筹创新要素,完善共性技术、概念验证和中试验证平台,加强人才精准引育和科技金融支持。依托产业大脑和数据平台,促进企业需求与各类资源精准匹配,推动创新链、产业链、资金链、人才链协同发展。

基金项目:重庆市大足区社科联“庆祝中国共产党成立105周年”重大专项“人工智能赋能大足区新兴产业与未来产业培育壮大的机制研究”。

作者:徐先航、陈倩倩(重庆工程学院)

激活养生经济——从消费升级到社会治理的多元共振

当“晒步数”成为朋友圈日常,当养生馆开到社区街巷,当养生茶饮取代碳酸饮料登上年轻人的餐桌,养生经济已经成为拉动国内消费、影响社会结构的重要经济形态。读懂养生经济的崛起逻辑,激活其发展潜力,是推动高质量发展、创造高品质生活的题中应有之义。

从经济学视角看,养生经济的爆发式增长,本质是需求升级牵引供给创新。根据需求层次理论,当基本生存需求得到满足后,必然会向健康、自我实现等更高层次升级。这种需求结构变化直接撬动了

供给端创新,传统药企跨界推出养生零食,互联网平台开发养生打卡课程,不仅创造了新增长点,更延伸出覆盖一、二、三产业的完整产业链——上游是中药材种植、养生保健品研发,中游是养生食品、器械加工制造,下游是养生服务、健康管理、知识付费。

随着工业化、城市化快速推进,超长工作时间、久坐不动的办公状态、高压的竞争环境等,让亚健康成为城市白领的普遍状态。这种健康需求催生出精准对接职场人群的养生经济新业态,护腰靠垫成为畅销

品,面向职场人的养生课程在线收获“十万+”学员。这既解决了劳动者的现实痛点,也创造了新就业岗位和经济增量。

从社会学视角看,养生经济的流行折射出我国社会结构变迁与健康观念转型的深层变化。人口老龄化为养生经济发展提供了坚实的基础。从降压手环到康复器械,从养生讲座到社区配套的养生服务,老年群体的养生需求撑起了养生经济的半壁江山。随着健康中国战略的推进,全生命周期健康管理的观念逐渐普及,越来越多年轻人加入养生大军,给养生经济带来了

新的增量。同时,当代社会人际关系从“酒桌文化”向“健康社交”转型,过去朋友聚会推杯换盏,现在更多人选择一起爬山、泡养生馆、分享养生食谱,养生逐渐成为新的社交媒介,这种社交需求又进一步放大了养生消费。

不过,当前养生经济发展还存在不少痛点,市场准入门槛偏低,部分商家打着养生旗号虚假宣传,兜售没有功效的“智商税”产品;产品同质化严重,很多养生项目只是简单概念包装,缺乏核心技术支撑;行业标准不统一,部分养生服务存在质量参

差不齐的问题。这些问题不仅损害了消费者权益,也制约了养生经济的长期健康发展。

激活养生经济的发展潜力,需要政府、市场、社会形成合力。养生经济不是一时的风口,而是契合消费升级趋势、顺应人民对美好生活向往的长赛道。唯有顺势而为、规范发展,才能让养生经济真正成为推动高质量发展的新动力,为增进全民健康福祉作出更大贡献。

作者:侯馨媛(中共吉林省委党校(吉林行政学院))