

永新县农村电子商务发展对策研究

史海峰

广西大学农学院, 广西 南宁

收稿日期: 2026年3月31日; 录用日期: 2026年5月19日; 发布日期: 2026年5月27日

摘要

在乡村振兴战略全面推进背景下, 农村电商已成为激活农村经济、拓宽农民增收渠道的核心抓手。永新县作为江西省典型的农业县, 坐拥井冈蜜柚、和子四珍、茶油、桑叶茶等特色农产品资源, 具备发展农村电商的天然优势, 但当前仍面临人才、物流、标准化、品牌化等多重制约。本文系统分析永新县农村电商发展现状与核心瓶颈, 并针对性地提出优化对策, 为县域农村电商高质量发展提供实践参考, 助力农业增效、农民增收与乡村振兴。

关键词

永新县, 农村电子商务, 发展对策

Research on Development Countermeasures of Rural E-Commerce in Yongxin County

Haifeng Shi

College of Agriculture, Guangxi University, Nanning Guangxi

Received: March 31, 2026; accepted: May 19, 2026; published: May 27, 2026

Abstract

Under the comprehensive advancement of the rural revitalization strategy, rural e-commerce has become a key driver for stimulating rural economies and expanding farmers' income channels. Yongxin County, a typical agricultural county in Jiangxi Province, boasts abundant specialty agricultural products such as Jinggang honey pomelos, Hezi Four Treasures, tea seed oil, and mulberry leaf tea, giving it natural advantages for developing rural e-commerce. However, it still faces multiple constraints including talent shortages, logistics challenges, lack of standardization, and insufficient branding. This paper systematically analyzes the current status and core bottlenecks of rural e-commerce development in Yongxin County, and proposes targeted optimization strategies to provide practical references for high-quality rural e-commerce development at the county level, thereby

supporting increased agricultural efficiency, higher farmer incomes, and rural revitalization.

Keywords

Yongxin County, Rural E-Commerce, Development Strategies

Copyright © 2026 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

1.1. 研究背景

近年来,随着互联网技术的飞速发展和普及,电子商务在农村地区呈现出蓬勃发展的态势。农村电子商务作为一种新兴的商业模式,打破了传统农业生产与销售的地域限制,有效促进了农产品的流通,提升了农业生产的市场化程度,为农村经济注入了新的活力。永新县是一个农业资源丰富的地区,拥有井冈蜜柚、和子四珍、茶油等众多特色农产品。然而,由于传统销售渠道的局限性,这些优质农产品在市场上的知名度和影响力有限,农民的收益未能得到充分提升。发展农村电子商务,对于永新县而言,不仅是拓展农产品销售渠道、增加农民收入的重要途径,也是推动农业产业升级、实现乡村振兴的必然选择。通过对永新县农村电子商务发展对策的研究,有助于深入了解当地农村电子商务的发展现状与问题,提出切实可行的解决方案,促进永新县农村电子商务的可持续发展,为其他地区提供有益的借鉴和参考。

1.2. 文献综述与理论基础

国内学界围绕农村电商形成丰富研究成果:张晨岳等(2014)指出县域电商需聚焦人才培养与基础设施完善[1];梁艳萍(2023)基于乡村振兴视角,提出农村电商发展需突破物流、标准化瓶颈[2];黄婷(2024)认为品牌培育与质量追溯是农村电商高质量发展的核心路径[3];朱斌(2022)从产业融合角度探索农村电商可持续发展模式[4]。

现有研究多聚焦通用发展路径,针对革命老区、特色农业县的定制化研究较少,对红色文化赋能电商、特色小众农产品电商化的针对性分析不足。本文以永新县为样本,结合产业集群理论与价值链理论,聚焦县域特色资源与电商发展的融合路径,弥补现有研究的区域针对性短板。

1.3. 研究内容与思路

本文梳理永新县农村电商政策、设施、主体、销售现状,识别人才、物流、标准化、品牌化四大核心问题,结合县域资源禀赋提出可落地对策,为同类县域提供借鉴。

2. 研究设计与方法

2.1. 调研对象

本次调研围绕永新县农村电商全链条关键主体展开,覆盖全县23个乡镇,聚焦电商经营、农产品生产、物流配送、产业服务四大核心板块,选取具有代表性的经营主体与管理服务机构作为调研对象,具体如下:

1) 电商经营主体:县域电商产业园入驻企业、农产品电商公司、个体网商、跨境电商经营者,共调研42家电商企业、36户个体网商。

2) 农产品生产主体：特色农产品合作社、家庭农场、规模化种植基地、非遗食品工坊，重点覆盖井冈山蜜柚、和子四珍、茶油、桑叶茶等特色品类经营主体，共调研 18 家合作社、6 家非遗工坊。

3) 物流服务主体：县域物流快递企业、乡镇快递服务站、电商仓储配套机构，共调研 14 家物流企业、10 个乡镇商贸中心。

4) 行业管理与服务机构：永新县农业农村局、商务局、电商创业孵化基地、电商职业培训学校等主管部门与服务单位。

2.2. 调研方法

1) 文献研究法

系统梳理国家、江西省、吉安市及永新县关于农村电商、乡村振兴、农产品上行的政策文件、发展规划、统计公报，同时检索 CNKI、万方等数据库中农村电商发展、县域电商对策相关学术文献，总结理论基础与通用发展经验，为研究提供理论支撑。

2) 数据统计分析法

整理江西省商务厅、永新县人民政府、吉安市商务局等官方发布的电商交易、物流覆盖、人才培养、农产品生产等权威数据，同时收集调研主体的线上销售、运营成本、人员规模等二手数据，通过量化对比与统计分析，研判永新县农村电商发展现状、规模与趋势。永新县农村电子商务发展现状。

3) 典型案例分析法

选取永新县电商产业园、江西繁盛现代农业科技有限公司、澧田镇柘田村和子四珍生产基地等典型主体，基于公开运营资料与二手数据，剖析其电商运营、跨境销售、标准化生产、品牌培育的实践模式，提炼经验与现存问题，为对策制定提供实践依据。

3. 永新县农村电子商务发展现状

3.1. 政策支持与发展环境

为推动农村电子商务的发展，永新县积极响应国家政策，出台了一系列扶持措施。如《永新县促进电子商务产业发展扶持办法》从土地、融资、租金、税费等方面对商贸企业加以扶持，并积极向上争取中央财政资金以及省级商务发展资金，支持推动全县商贸市场加快发展。2021 年以来，全县完成乡镇商贸中心建设 10 个，改造乡镇农贸市场 4 个，快递网点实现行政村覆盖 80%¹。这些政策措施为农村电子商务的发展营造了良好的政策环境，吸引了众多企业和创业者投身于农村电商领域。

3.2. 电商基础设施建设

在电商基础设施建设方面，永新县取得了显著进展。目前，全县 23 个乡镇已实现电商快递服务站全覆盖，为打通快递下乡“最后一公里”提供了坚强保障。同时，高标准打造电商物流快递集聚区，整合全县 14 家物流快递公司，在吉安市率先运用“快递联盟 + 电商”运营模式，创建了集快递、电商、仓储、培训、创业孵化基地、生产加工为一体的综合型电子商务产业园，实现“统仓共配、集约经营”，有效降低了企业在运输、仓储、人员等环节的成本，提高了运营质量和效益。园区快递业务量占全县 90%，日均进港 3 万多件、出港件 5000 多件²。

3.3. 电商企业与平台发展

永新县积极加大企业招商力度，截至目前，电子商务产业园已入驻电商企业 40 余家、培训学校 1 所、

¹数据来源：江西省商务厅 https://swt.jiangxi.gov.cn/jxswt/col/col33648/content/content_1779020034796613632.html。

²同 1。

创业孵化基地 1 个, 集聚电商快递从业人员 500 多人, 年线上交易总额突破 2 亿元。此外, 永新县的电商企业不断探索创新, 如江西繁盛现代农业科技有限公司成立于 2016 年, 主要致力于农产品深加工、电子商务等行业, 2021 年结合自身优势, 逐步开拓了海外电商市场, 每天海外销售单量在 200 单左右, 日销售额在一万七到两万之间, 主要市场在东南亚地区。2022 年, 公司又将目标瞄准国内市场, 经过两个月努力, 农产品国内总销量超十万元³。

4. 永新县农村电子商务发展存在的问题

4.1. 电商人才结构性短缺与本土人才流失并存

人才短缺的具体表现呈现三个维度: 一是从业者年龄结构失衡, 电商经营主体以青年为主, 但缺乏具备系统运营能力的中坚力量; 二是复合型人才供给不足, 既懂农业又精通电商运营、数据分析和品牌营销的人才严重匮乏; 三是人才流失与留存困难并存, 根据第七次人口普查数据, 江西省外出打工人数达 1847 万, 占总人口的 40%, 永新县作为经济欠发达地区, 青壮年劳动力外流现象更为突出⁴。

更为关键的是, 永新县电商培训体系存在“重数量轻质量”的问题。虽然县就业创业服务中心定期开展 GYB 创业培训(2025 年 12 月单次培训补贴公示显示, 两所培训学校共培训 58 人, 发放补贴 30700 元), 但培训内容多集中于基础创业知识, 缺乏针对农产品直播带货、网店精细化运营、跨境电商等高端技能的系统性培养。现有培训补贴标准为每人 300 元(建档立卡贫困家庭额外享受 30 元生活费补贴), 对于培养高阶电商人才而言投入明显不足⁵。

4.2. 农产品上行物流成本高企与配送时效性不足

永新县物流配送体系面临“成本高、时效差”的双重困境。从成本端看, 由于地处罗霄山脉中段, 山地丘陵占比较高, 地理条件限制了物流效率。江西省农村电商发展研究显示, 山地多的地区配送成本高, 道路等级低, 雨季山区易滑坡, 大型物流车辆难以通行, 需依赖小型货车或三轮车转运, 单件配送成本显著增加。永新县农产品上行物流成本缺乏精准补贴机制, 对比陵川县 2025 年政策, 对农产品网络销售额达 2 万元以上、快递单量 1000 单以上的经营主体, 给予每件 1 元补助, 单个主体全年最高不超过 100 万元, 永新县在物流补贴政策的落地执行上存在明显滞后⁶。

在时效性方面, 永新县偏远农村地区快递配送时间长, 无法满足生鲜农产品对新鲜度的要求。尽管全县已建成一定规模的物流基础设施, 但冷链物流短板突出。根据江西省政策文件, 省内冷库分布不均, 南昌、赣州、九江等市区冷库较多, 县级以下冷库缺口大, 乡镇级冷链设施几乎空白。永新县作为吉安市下辖县, 冷链设施匮乏直接导致井冈蜜柚等生鲜农产品在电商销售中损耗率居高不下, 制约了农产品电商化的品类拓展。

4.3. 特色农产品标准化程度低与质量追溯体系不完善

永新县农产品标准化生产水平较低, 这一问题的典型案例是“和子四珍”的电商化困境。作为江西省第二批非物质文化遗产代表性项目(2008 年列入)和国家“非遗工坊典型案例”(2022 年评定), 和子四珍(酱姜、酱萝卜、陈皮、蜜茄)制作技艺已传承千年, 但其电商化发展面临标准化难题。

³同 1。

⁴数据来源: 聚汇数据 <https://population.gotohui.com/list/189491.html>。

⁵数据来源: 永新县人民政府 <http://m.yongxin.gov.cn/xxgk-show-10231850.html>。

⁶数据来源: 陵川县融媒体中心

https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzI5NzE5NjQ0OQ==&mid=2652210773&idx=3&sn=e1b1803a425a5ed09f7c01af9ff4bd1c&poc_token=HJq34Wmj-EZpQTU3KPwM9cHfnieWk-3mlbM_J-ya。

据永新县农业农村局数据, 2021 年全县仅有食品生产许可证可供货的企业 6 家, 有食品小作坊登记证可供货的产品仅 7 家, 而市场有需求但无生产许可证的产品却在 18 家以上⁷。这意味着大量和子四珍产品因缺乏 SC 认证(食品生产许可证)无法进入电商平台销售, 严重制约了产业规模扩张。澧田镇枧田村作为“千年酱村”, 2023 年酱萝卜种植面积 200 亩、年产量 100 万斤, 600 余户家庭参与生产, 但由于生产标准不统一、质量参差不齐, 难以形成品牌化、规模化的电商供应链⁸。

在质量追溯方面, 虽然永新县已全面推行“区块链溯源 + 合格证”智慧监管模式, 121 家企业纳入大数据智慧监管平台, 但追溯体系的覆盖面仍有限。全县农产品生产经营主体注册国家农产品质量安全追溯信息管理平台的仅 100 余家, 对于分散的中小农户和小作坊而言, 接入追溯系统的成本和技术门槛仍然较高⁹。井冈蜜柚虽有部分龙头企业实现标准化生产(如庆丰农业有限公司通过“公司 + 合作社 + 基地 + 农户”模式实现全链条标准化管理), 但全县 5.3 万亩种植面积中, 大部分中小种植户在施肥、灌溉、采摘时间等方面仍缺乏统一标准, 导致产品品质差异较大。

4.4. 品牌建设滞后与红色文化资源融合不足

永新县农产品品牌建设存在“有资源无品牌、有品牌无影响”的困境。虽然拥有“永新珍好”县域农产品公共品牌, 但 2024 年数据显示, 该品牌在全国范围内的知名度仍然较低, 品牌价值尚未充分体现。对比头部农产品区域公用品牌, 2021 年入驻阿里电商平台销售区域公用品牌农产品的商家达 8.3 万家, 赣南脐橙、五常大米等品牌连续三年稳居开店数量前三, 而“永新珍好”在主流电商平台的品牌曝光度和市场占有率明显不足¹⁰。

更为关键的是, 永新县未能充分挖掘红色文化资源与电商发展的融合潜力。三湾改编景区作为永新县红色文化的发源地, 2024 年接待游客已突破 75 万人次, 旅游总收入达 4200 万元, 但红色旅游带来的巨大人流尚未有效转化为农产品电商的消费流¹¹。对比“永新味道”美食品牌的成功经验——该品牌将三湾改编、龙源口大捷等红色历史印记系统植入品牌 VIS 视觉识别系统和门店设计, 截至 2025 年已建成 13 家标准化门店——永新县农产品电商在红色文化赋能方面明显滞后¹²。

此外, 电商营销手段单一问题突出。虽然中蝶种养、庆丰农业等 5 家企业已入驻抖音、拼多多、淘宝、京东等电商平台开启直播带货, 但多数电商企业仍依赖传统图文展示, 缺乏短视频内容创作和直播运营能力¹³。2024 年永新县电商销售数据显示, 直播带货等新兴渠道的销售额占比仍然偏低, 未能抓住抖音平台农产品品牌销售增速高达 116.5%的发展机遇。

5. 永新县农村电子商务发展对策

5.1. 构建分层分类电商人才培养体系与强化人才引进激励机制

针对电商人才短缺问题, 建议建立“基础普及 + 技能提升 + 精英培育”的三级培训体系。在基础层面, 依托永新县力建职业培训学校、悦心职业培训学校等现有培训机构, 扩大 GYB 创业培训覆盖面, 2025 年两校单次培训规模已达 58 人, 建议将年度培训人次提升至 500 人以上, 重点覆盖返乡农民工、退役军人、大学生村官等群体¹⁴ [5]。

⁷数据来源: 永新县人民政府 <http://m.yongxin.gov.cn/xxgk-show-10208683.html>。

⁸数据来源: 百度百科 <https://baike.baidu.com/item/酱萝卜/55956307>。

⁹数据来源: 中国食品安全网 <https://www.cfsn.cn/news/detail/494/56129.html>。

¹⁰数据来源: 中国农业品牌研究网 <http://www.brand.zju.edu.cn/2022/0819/c57338a2609767/page.htm>。

¹¹数据来源: 当代江西 <http://www.ddjiangxi.com/system/2025/11/03/021018609.shtml>。

¹²数据来源: 吉安市人民政府 <http://m.jian.gov.cn/xxgk-show-10230495.html>。

¹³数据来源: 永新县人民政府 <http://www.yongxin.gov.cn/xxgk-show-10225132.html>。

¹⁴同 5。

在技能提升层面，应增设直播电商、短视频运营、数据分析等专项课程。参照江西省“万人电商扫盲”行动和中级培训班经验，建议永新县与吉安职业技术学院、江西农业大学等高校合作，开设“电商技能中级班”，培训内容涵盖抖音/快手直播技巧、拼多多运营策略、农产品摄影与文案创作等实用技能，每期培训不少于40课时，培训补贴标准从现行的300元/人提升至1000元/人。

在精英培育层面，实施“电商领军人才”计划，每年选拔10名有潜力的电商企业骨干，赴杭州、广州等电商发达地区研修学习，培养既懂农业又精通电商运营的复合型人才。同时，加大电商人才引进力度，制定差异化优惠政策：对引进的高级电商运营人才，给予一次性安家补贴5万元、每月租房补贴1000元(连续发放24个月)；对带项目、带技术、带资金入驻的电商创业团队，提供最高50万元的创业担保贷款，并享受前三年税收地方留成部分全额返还政策。

5.2. 完善县乡村三级物流网络与建立农产品上行专项补贴机制

针对物流成本高、时效差的问题，建议构建“县域集配中心 + 乡镇中转站 + 村级服务点”的三级物流网络。在县域层面，依托永新县现有物流园区，建设集分拣、仓储、冷链于一体的农产品电商集配中心，引入智能分拣设备，提升处理效率。在乡镇层面，在澧田镇、象形乡等农产品主产区设立物流中转站，整合邮政、快递、供销等资源，实现共同配送。在村级层面，利用农村小卖部、合作社等现有网点，建设100个以上村级电商服务点，打通“最后一公里”[6]。

建立农产品上行专项物流补贴机制，参照陵川县“每件1元、单主体年度最高100万元”的标准，对永新县农产品网络销售快件给予物流补贴。同时，针对井冈蜜柚等生鲜农产品，设立冷链物流专项补贴，对购置冷藏车、建设冷库的经营主体给予投资额30%的补贴(单个主体最高补贴20万元)。推动物流企业与电商企业、农产品生产企业建立长期稳定的合作关系，实现共同配送、集中配送，降低单件物流成本20%以上。

5.3. 推进和子四珍标准化生产与完善全程质量追溯体系

针对和子四珍等特色农产品标准化程度低的问题，建议制定《永新县和子四珍电商化生产标准》，明确酱姜、酱萝卜、陈皮、蜜茄的种植/腌制原料标准、生产工艺规范、质量分级指标和包装标识要求。支持澧田镇枫田村、西陂村等“酱村”建设标准化生产车间，引导小作坊向“企业 + 合作社 + 农户”的集约化模式转型，力争三年内将具备食品生产许可证的和子四珍生产企业从6家增至15家以上。

完善农产品质量追溯体系，在现有100余家主体入驻国家追溯平台的基础上，将全县所有规模以上农产品生产主体纳入江西省农产品质量安全大数据智慧监管平台，实现“区块链溯源 + 合格证”全覆盖。对中小农户和小作坊，由政府统一采购追溯设备、统一培训操作人员，降低接入成本[7]。到2025年，实现全县主要农产品生产经营主体追溯管理覆盖率90%以上，井冈蜜柚、和子四珍等特色农产品全部实现“一品一码”。

5.4. 打造“红色 + 电商”融合品牌与构建全渠道营销推广矩阵

针对品牌建设滞后问题，建议深度挖掘三湾改编等红色文化资源，打造“红色永新·绿色优品”区域公用品牌。将红色文化元素融入农产品包装设计，开发“三湾红”系列井冈蜜柚、“贺子珍故乡”和子四珍等文创农产品，借助三湾改编景区年接待80万人次的流量优势，在景区设立农产品电商体验中心，实现“线下体验、线上购买、快递到家”的融合销售模式。

构建“直播电商 + 内容营销 + 展会推介”的全渠道推广矩阵。在直播电商方面，培育10名以上本土“红色主播”，在三湾改编景区、贺子珍故居等红色景点开展场景化直播带货，2024年抖音平台农产

品品牌销售增速达 116.5%，永新县应抓住这一机遇，力争年度直播销售额突破 500 万元。在内容营销方面，制作《永新味道》《红色记忆·绿色馈赠》等短视频系列，讲述和子四珍与唐代歌者许和子的历史渊源、井冈蜜柚与红色文化，提升品牌文化附加值。在展会推介方面，组织企业参加中国农产品交易会、江西“生态鄱阳湖·绿色农产品”博览会等，拓展粤港澳大湾区市场，力争三年内创建粤港澳大湾区“菜篮子”生产基地 10 个以上[8]。

6. 总结

永新县农村电子商务发展具有一定的基础和潜力，但也面临着诸多问题和挑战。通过构建分层分类电商人才培养体系与强化人才引进激励机制、完善县乡村三级物流网络与建立农产品上行专项补贴机制、推进和子四珍标准化生产与完善全程质量追溯体系以及打造“红色 + 电商”融合品牌与构建全渠道营销推广矩阵等一系列对策的实施，有望解决当前存在的问题，推动永新县农村电子商务实现高质量、可持续发展。这不仅能够促进永新县农产品的销售，增加农民收入，还将带动农业产业升级，为乡村振兴战略的实施提供有力支撑。在未来的发展过程中，永新县应持续关注市场动态和技术发展趋势，不断创新和完善农村电子商务发展模式，以适应日益激烈的市场竞争，实现农村经济的繁荣发展。

参考文献

- [1] 张晨岳, 冯森莲. 县域电子商务发展现状分析及对策建议——以浙江省德清县为例[J]. 经济研究导刊, 2014(10): 45-47.
- [2] 梁艳萍. 乡村振兴背景下温县农村电商发展的现状、问题及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京林业大学, 2023.
- [3] 黄婷. 乡村振兴背景下农村电商发展困境与突围之策[J]. 农村科学实验, 2024(16): 16-18.
- [4] 朱斌. 农村电子商务高质量发展路径探索[J]. 中国农业资源与区划, 2022, 43(12): 8, 45.
- [5] 刘淑贤. 数字经济背景下农村电商发展策略研究——以山东省为例[J]. 质量与市场, 2025(6): 123-125.
- [6] 储涛. “新物流”时代农村快递物流配送模式研究[J]. 决策与信息, 2019(8): 112-122.
- [7] 肖帆. 江西农产品网络营销研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2014.
- [8] 聂园英, 李庆, 魏建美, 等. 江西农产品电子商务发展的模式、问题及对策[J]. 湖南农业科学, 2019(9): 100-103.