

# 新疆水果类农产品电子商务升级研究

杨峻章

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月18日; 录用日期: 2024年11月13日; 发布日期: 2024年11月20日

## 摘要

新疆维吾尔自治区作为我国水果类农产品的重要产地, 在数字化和信息化背景下, 水果类农产品电子商务成为果农增收的重要途径。本文通过分析新疆水果类农产品电子商务现状发现现存的问题和电子商务升级的客观需求, 结合国内外成功案例给予新疆水果类农产品电子商务升级相对应的对策建议。要通过政策完善聚合机制和连接机制、加快水果加工产业延伸升级和电子商务人才队伍建设共同发力, 才能实现新疆水果类农产品电子商务的升级。

## 关键词

新疆, 水果类农产品, 电子商务升级

# Research on the Upgrading of E-Commerce for Fruit Agricultural Products in Xinjiang

Junzhang Yang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 18<sup>th</sup>, 2024; accepted: Nov. 13<sup>th</sup>, 2024; published: Nov. 20<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

As an important producer of fruit agricultural products in China, Xinjiang Uygur Autonomous Region has become an important way for fruit farmers to increase their income through e-commerce in the context of digitalization and informatization. This article analyzes the current situation of e-commerce for fruit agricultural products in Xinjiang and identifies existing problems and the objective need for e-commerce upgrading. Based on successful cases at home and abroad, corresponding countermeasures and suggestions are provided for the upgrading of e-commerce for fruit agricultural products in Xinjiang. We need to work together to improve the aggregation mechanism and connection mechanism through policies, accelerate the extension and upgrading of the fruit processing

industry, and build an e-commerce talent team in order to achieve the upgrading of e-commerce for fruit agricultural products in Xinjiang.

## Keywords

Xinjiang, Fruit Based Agricultural Products, E-Commerce Upgrade

Copyright © 2024 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

近年来, 国家出台许多政策助力农产品电子商务升级, 2023 年“中央一号”文件指出“要加快建立农副产品的电商基地”[1], 2024 年“中央一号”文件指出“要实施农村电商高质量发展工程、发展农村土特产网络销售”[2]。水果类农产品作为新疆农产品的重要组成部分, 关系到新疆广大水果种植户的收入和幸福感, 实现水果类农产品电子商务升级, 是提高农户收入的关键所在, 也是实现新疆地区经济持续高质量增产的重要举措。这需要政府、企业和社会各方共同努力[3], 也需要建立国际化视野, 剖析国际化推广的影响因素[4]。

## 2. 理论分析

习近平总书记在指导浙江省农业生产实践中提出“地瓜理论”, 该理论在经济生产中的指导意义在于在更大范围内配置资源, 在更大空间实现发展。“地瓜理论”在农业产业中的具体指导为农业持续品质化升级、组织化发展和数字化赋能。这要求在农业产业升级、规模化行业化发展和电子商务赋能农产品上共同发力[5]。

水果类农产品持续品质化升级实质上要求对水果类农产品进行产业升级, 一方面要增“量”提“质”, 另一方面要注重水果加工产业发展[6]。通过培育新质生产力, 以创新驱动激发高质量发展动能, 坚持差异化策略三者共同推进, 实现水果加工产业供给侧结构性改革, 为电子商务升级提供产品和技术支持。

数字化赋能在电子商务升级上体现在聚合机制和连接机制[7]。聚合机制要求政府在宏观层面统筹协调资源配置, 实现资源聚合, 为水果类农产品电子商务发展引进电商平台, 通过出台政策集聚产业形成集群, 切实保障财力、物资、信息和交通保障。连接机制要求实现物流与信息内外畅通连接、产品与市场高效连接以及农户企业与市场有机连接。

## 3. 新疆水果类农产品电子商务发展现状

### 3.1. 新疆水果类农产品电子商务发展现状

水果类农产品包括鲜果和水果加工产品, 水果加工产品包括果汁、果脯、罐头、冻干和水果提取物。2023 年新疆水果产量约为 1877.7 万吨, 产值约为 1390.62 亿元, 品种包括石榴、葡萄、无花果、蟠桃、香梨、西瓜、沙棘、哈密瓜等几十种水果, 果农人均收入达到 6220 元<sup>1</sup>。2023 年, 新疆电子商务发展进入高速时期, 水果类农产品产业集群网络零售高速增长。2023 年新疆电子商务交易额达到 3098.90 亿元, 网络零售额达到 640.93 亿元, 其中水果类农产品网络零售额首次破百亿, 达到 106.92 亿元, 线下销售额

<sup>1</sup>数据来自《新疆维吾尔自治区 2023 年国民经济和社会发展统计公报》。

约 1258.8 亿元<sup>2</sup>。水果类农产品网络零售额占新疆水果产值的 7.69%，占网络零售额的 16.68%，这反映出水果类农产品网上零售在“量”上不足，发展空间巨大。新疆水果类农产品网络零售额占比较低反映了新疆水果类农产品电子商务升级的现实需求，近年来新疆电子商务蓬勃发展为电子商务升级提供了现实基础。

### 3.2. 新疆政府部门的电子商务发展政策

《新疆维吾尔自治区国民经济和社会发展的第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》明确提出要推进农业产业化发展，着重农产品仓储保鲜冷链设施建设工程、“互联网+”农产品出村进城工程，加快发展多样化多层次的农产品网络展销模式；同时大力发展跨境电商产业，完善“中哈霍尔果斯国际边境合作中心”，利用新疆独特地理优势开创跨境电商创新试验区。新疆政府紧紧抓住新疆作为东西交通要道的核心定位，通过冷链技术将新疆交通优势辐射到水果类农产品电商产业，解决了鲜果难以保存的核心问题，降低了水果类农产品产业的生产经营成本，为新疆水果类农产品电子商务升级提供了技术支持。

### 3.3. 新疆水果类农产品电子商务模式现状

按照为消费者提供的服务内容来研究，新疆水果类农产品电子商务模式主要依赖于 B2C 和 O2O 两种，如新疆水果加工企业阿娜尔汗，针对本地消费者，阿娜尔汗通过商场打折直售和工厂参观、体验的方式吸引本地消费者，针对外地消费者，阿娜尔汗通过将其旗下产品纯石榴汁挂在淘宝、京东等电商平台上直接销售给消费者；按照宣传途径来研究，直播带货是新疆水果类农产品电子商务的核心手段，快速深化了外地消费者对于新疆水果类农产品的认识，但相比于网络上热度较高的巴西莓粉，新疆水果类农产品的宣传效果收效甚微，经济收益转化率低。这是新疆水果类农产品电子商务升级的现实需求。

## 4. 新疆水果类农产品电子商务存在的问题

### 4.1. 科研投入不足，产品附加价值低

新疆 2023 年全社会研究与试验发展(R&D)经费投入总量 90.98 亿元，位列全国倒数第四，各类企业研究与试验发展(R&D)经费 70.17 亿元，应用型研究支出 17.23 亿元，农业研究与试验发展经费 24.47 亿元，均位列全国倒数。<sup>3</sup>

新疆企业对于水果中特殊营养物质研发较少，新疆水果类农产品主要销售产品为鲜果，水果加工产品占少数，且以果汁、果脯这种技术含量低，附加值低的产品为主。以番茄和番茄红素为例，番茄红素是一种脂溶性天然抗氧化剂，存在于植物性食物中的一种胡萝卜素，番茄中番茄红素含量最高，有助于增强免疫力，保护心脑血管，但是人体无法通过食用番茄获得足够的番茄红素，只有通过生物技术将番茄红素提取出来，人体才能够有效吸收。番茄作为水果价格在 4 元/市斤左右，但番茄红素的价格在 12,500 元/市斤左右，附加值极高，且番茄红素相比于番茄在电商平台更为畅销，也更符合电子商务升级的方向。

科研投入不足带来的问题有三，第一，无法差异化定位，发展本地强势水果类农产品加工企业[8]，第二，没有先进的工艺，产业链条无法延伸，长期处于供应者的劣势地位，第三，与追求健康饮食的理念相悖，无法打入高端市场，提高附加值，完成产业升级。

### 4.2. 复合型电子商务人才培养和引进困难

电子商务以数字技术为媒介，借助新型社交平台和购物平台进行销售活动，不同于传统交易模式，

<sup>2</sup>数据来自《新疆电子商务发展研究报告(2023)》由新疆大学经济与管理学院、新疆数字经济研究院、乌鲁木齐经济技术开发区(头屯河区)电子商务协会、映潮科技股份有限公司共同撰写。

<sup>3</sup>数据来自《2023 年新疆科技经费投入统计公报》，新疆维吾尔自治区统计局。

对于专业人才的要求与传统商业销售有所不同。加之由于水果类农产品的特殊性，优秀的水果类农产品电子商务专业人才应该兼备农学、电子商务和市场营销的复合知识储备，但实际经营者多数为农户和个体经营户，其受教育水平较低，即使短期内对其进行培训，农户也无法灵活应用相关知识对水果类农产品电子商务进行升级。对于大型水果加工企业来说，可以聘用电子商务人才，但由于新疆经济发展落后，工资水平较低，对人才的吸引力有限。两者共同造就了新疆电子商务人才培养和引进困难的现状。

### 4.3. 宣传途径单一，客户群体固化

新疆水果类农产品电子商务宣传仍然以抖音等平台的直播为主要途径，但是参考国内外近几年成功完成水果类电子商务升级的企业，单纯的直播带货无法将升级的产品和高端水果推向大众。原因有二，第一直播受众群体画像固定，在抖音等平台存在信息茧房的情况下，无法将直播内容推送给不热衷于直播购物的群体；第二消费能力高和消费需求多样性强的消费群体了解商品信息的渠道不仅限于抖音等直播平台，杂志、社交平台、朋友圈以及学术期刊也是他们获取消息的重要途径。

### 4.4. 配套政策不完善，规范化集群化建设不足

连接机制有待完善，企业和市场无法有效连接，产品和市场缺乏规范化连接。政府对于水果类农产品的评价政策、监管政策和分类政策对于水果类农产品电子商务升级起到重要影响。第一，现行政策没有对同一品种水果进行进一步分类，特级果和一般果的分类由企业和商家自行决定，这导致信服力不足，水果分类分级无法形成标准，电子商务经营中无法做到精准化供给，高端水果类农产品的优势仍然被实体超市占据。第二，现行政策没有对于水果营养价值和水果中营养素进行系统性、规范性以及科学性的评价，普通群众对于各类水果的功效和食用价值没有准确判断，在进行电商交易时会削弱消费者的购买意愿。第三，监管政策过于粗疏，电商平台上冒充新疆水果的案例常有发生，这使得新疆水果口碑下滑，新疆本地水果类农产品销售受阻。

聚合机制构建不完善，集群化进程缓慢。自《新疆维吾尔自治区国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》颁布以来，电子商务创新试验区基础设施建设基本完成，截至 2023 年 12 月 31 日，乌鲁木齐市电子商务创新试验区产值不足 70 亿元，占新疆电子商务成交额 2.3%，体量难以达到产业集群标准。同时，政府在企业集群化过程中保护政策力度不足，企业集群升级的风险和成本较高。

## 5. 新疆水果类农产品电子商务升级的对策

### 5.1. 提高研发水平，推动水果加工产业升级，提高产品附加值

针对提高研发水平，一方面，提高科研经费支出，加强企业、疆内院校和科研单位生物科技技术研究，合作开展科研项目，发展高科技、高效能、高质量的新质生产力。另一方面，利用对口援疆政策加强与内地农业科技企业和农业科研院所的合作，通过购买专利和技术使用权、项目合作等方式，提升水果类农产品加工产业的产品质量。

针对水果加工产品附加值的提升，要在产品差异化定位和功效化研发上下功夫[9]。通过借鉴在功效化研发和差异化定位获得成功的水果加工企业的经验，我们发现水果类加工产业升级的方向有三种。第一，以巴西莓粉为例，探索高功效性水果的果汁与冻干。美国农业部颁布的数据中，巴西莓粉以 ORAC 值(食物抗氧化能力值)以 102,700 单位位居 327 种水果之首，比第二名石榴高了 25 倍，并有诸多科研团队发表论文证实其功效，使得巴西莓粉在短时间内成为抗氧化首选食品。第二，以宝桑园为例，研发养生水果加工产品。宝桑园联合广东生农业科学院，打造“药食同源”的健康养生理念，利用破壁技术将不易保存的桑葚与其他食材制成水果加工产品，通过经典中医食补药方吸引越来越重视健康饮食的消费

者们。第三，以番茄红素和葡萄籽提取物为例，通过生物工程技术，探究水果中蕴藏的高营养高价值产品。

## 5.2. 优化聚合机制和连接机制，加快电子商务规范化建设和集群化建设

在规范化方面，新疆政府要做好顶层设计，在监管政策、评价政策和电商扶持政策上做好设计。在监管政策上一方面要对本地水果“赋予身份”，实现水果可溯源，减少假冒伪劣和劣果以次充好的可能性，加大对破坏市场秩序行为的惩处力度。其次，出台水果类农产品营养价值官方文件，引导电商企业良心经营，消费者理性消费、放心消费，同时给不同水果赋予差异化定位，提供精准化服务，打造新疆品牌，避免企业恶性竞争。

在集群化方面，二十届三中全会指出，政府要做好计划制定、统筹推进和实施保障工作，更好推进高质量发展。在计划制定上，针对新疆南北疆城市距离遥远，气候环境差异大，水果类农产品品种差别明显等现实因素，政府要做好新疆水果类农产品电子商务升级聚合机制构建[10]。在北疆以乌鲁木齐为核心，构建北疆农产品电子商务集群产业园区，在南疆以水果主要产区和经济最为发达的阿克苏地区为核心，构建南疆电子商务集群产业园区，降低企业经营成本。同时利用新疆地处中亚，位于“一带一路”核心地理区位优势，大力发展霍尔果斯跨境电商创新试验区。在统筹推进上，新疆政府出台发展电子商务发展政策要保持政策取向一致性，统筹全疆资源，持续推进电子商务创新试验区集群化。在实施上，一方面减税降费，降低企业成本，另一方面保持经济环境稳定发展，降低水果类农产品企业在电子商务集群化过程中的风险。在保障上要做好链接机制的构建，考虑到水果类农产品的保质期短，新疆政府要做好铁路运输、航空运输的保障和发展工作，实现物流的畅通链接。

## 5.3. 培养电子商务人才，拓宽人才服务获取渠道

新疆存在人才引进困难的现实，盲目学习发达地区人才引进政策，效果并不显著。针对乌鲁木齐等有一定吸引能力的城市，要在政策上鼓励外出深造的新疆人才愿意回乡发挥才能，给予电子商务人才进入企业、高校、研究所和相关政府机关的政策优惠，同时，定期开展电子商务技能和管理培训，优化人才培养和发展体系。

针对偏远地区和农村，应当转变思维方式，从如何引进培养人才转化到农户和农村企业如何获得优质电子商务咨询服务。鼓励大城市电子商务人才创业成立电子商务咨询公司，定期开展城市电子商务人才下乡服务，政府对农户咨询活动进行补贴，让农户和农村企业低成本获得优质电子商务咨询服务，实现人才资源的高效利用。

## 5.4. 丰富宣传途径，挖掘潜在客户群体

第一，聚焦新疆地域特色和优质水果类农产品特点，积极参加农产品交易会和博览会，通过官方渠道扩大新疆水果类农产品的影响力。第二，借助网红私域流量进行传播，邀请流量网红体验新疆文化，实地品尝新疆水果类农产品，拍摄视频进行宣传，借助网红粉丝进行传播。第三，转变直播模式，邀请营养健康领域专家和医生科普营养知识和水果类农产品功效，打造健康文化。第四，利用旅游资源带动水果类农产品宣传，在机场高铁站等交通枢纽中设立水果类农产品体验区，持车票或机票免费品尝产品。

## 6. 结论

本文通过分析新疆水果类农产品电子商务现状发现现存的问题和电子商务升级的客观需求，结合国内外成功案例给予新疆水果类农产品电子商务升级相对应的对策建议。要通过政策完善聚合机制和连接机制、加快水果加工产业延伸升级和电子商务人才队伍建设共同发力，实现新疆水果类农产品电子商务

的升级,提升水果类农产品的品牌化水平[11],帮助地区经济发展,形成产业集聚效应,巩固脱贫攻坚成果,提高人民收入和幸福感,宣传新疆特色,打造新疆品牌。

## 参考文献

- [1] 新华社. 中共中央 国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见[EB/OL]. [https://www.gov.cn/zhengce/2023-02/13/content\\_5741370.htm](https://www.gov.cn/zhengce/2023-02/13/content_5741370.htm), 2023-02-13.
- [2] 新华社. 中共中央 国务院关于做好学习运用“千村示范,万村整治”工程推荐有力有效推进乡村全面振兴的意见[EB/OL]. [https://www.gov.cn/zhengce/202402/content\\_6929934.htm](https://www.gov.cn/zhengce/202402/content_6929934.htm), 2024-02-03.
- [3] 周健, 刘慧. 电子商务发展与经济增长互动创新发展研究[J]. 经济问题, 2024(6): 83-90.
- [4] 王尧, 汪晶晶. 新疆农产品国际市场推广影响因素研究[J]. 合作经济与科技, 2024(1): 80-83.
- [5] 季夏冰. “地瓜理论”视域下丽水市山区农产品电子商务提质升级策略[J]. 南方农业, 2024, 18(9): 120-122+126.
- [6] 张延龙, 汤佳, 王海峰, 刘大玮, 陈慧. 农产品加工业高质量发展: 理论框架、现状特征与路径选择[J]. 中国农村经济, 2024(7): 55-74.
- [7] 柳志娣, 张骁. 乡村振兴背景下数字农业建设过程演进及机制——基于云南省双柏县的案例分析[J]. 中国人民大学学报, 2024, 38(4): 76-90.
- [8] 张彤. 数字化视域下新疆农产品品牌设计方法研究[J]. 上海包装, 2024(1): 29-31.
- [9] 李静, 徐芹, 赛热奴·尼扎木东, 乌米古斯木·阿不力米提. 新疆农产品加工业发展现状及对策建议[J]. 新疆农业科技, 2024(3): 1-2.
- [10] 张磊. 乌鲁木齐水果类生鲜农产品电商经营模式研究[D]: [硕士学位论文]. 乌鲁木齐: 新疆农业大学, 2020.
- [11] 熊晓熙, 贾湘琳. 乡村振兴背景下农村电商发展趋势及问题对策探究——基于农产品上行路径视角[J]. 中小企业管理与科技, 2023(23): 154-156.