

电商推动农村三产融合的发展研究

——以铜仁市印江县为例

王冰冰

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年10月23日; 录用日期: 2024年11月20日; 发布日期: 2025年1月14日

摘要

推进一二三产业的融合发展是新时期实施乡村振兴战略的重要举措。近年来, 随着农村三次产业融合实践的不断深入以及电子商务成为推动经济转型升级的重要力量, 给传统农业和农村经济发展带来了新契机, 特别是在农村地区, 电商的兴起为农产品销售打开了新渠道, 还有效促进了农村一、二、三产业的融合发展。为给实现乡村振兴和农村经济持续发展提供参考, 结合铜仁市印江县产业基础和电商发展现状, 分析了印江县电商发展现状以及电商促进三产融合过程中出现的问题, 提出了电商促进三产融合发展的建议: 加强电商基础设施建设; 推动农产品电商品牌建设; 培育融合破解人才缺乏。

关键词

三产融合, 电子商务, 印江县

Research on the Development of the Integration of Rural Primary, Secondary, and Tertiary Industries Driven by E-Commerce

—Taking Yinjiang County, Tongren City as an Example

Bingbing Wang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Oct. 23rd, 2024; accepted: Nov. 20th, 2024; published: Jan. 14th, 2025

Abstract

Promoting the integrated development of primary, secondary, and tertiary industries is an important

文章引用: 王冰冰. 电商推动农村三产融合的发展研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 1302-1308.

DOI: 10.12677/ec.2025.141161

measure for implementing the rural revitalization strategy in the new era. In recent years, with the deepening practice of rural industrial integration and the rise of e-commerce as a significant force in driving economic transformation and upgrading, new opportunities have been presented for traditional agriculture and rural economic development. Particularly in rural areas, the rise of e-commerce has opened new channels for the sale of agricultural products and effectively promoted the integrated development of rural primary, secondary, and tertiary industries. To provide a reference for achieving rural revitalization and sustained rural economic development, this paper analyzes the current status of e-commerce development in Yinjiang County, Tongren City, and the problems encountered during the process of e-commerce promoting the integration of the three industries. It also proposes suggestions for promoting the integrated development of the three industries through e-commerce: strengthening the construction of e-commerce infrastructure; promoting the branding of agricultural products in e-commerce; cultivating talents to address the shortage in the integration process.

Keywords

Integration of Three Industries, E-Commerce, Yinjiang County

Copyright © 2025 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

党的二十大报告明确提出，要全面推进乡村振兴。习近平总书记做出重要指示：“要坚持农村、农业与农产品的全面发展，推动城乡经济融合发展，积极促进新时代电子商务新技术与传统行业、传统电商的深度融合与改革创新，确保城乡交通顺畅、物流要素自由流动[1]。”在这一战略指引下，实现乡村振兴成为了新时代乡村发展新模式的核心任务，推动三产融合发展则是新时代实现乡村振兴的关键路径。电子商务作为一股不可忽视的力量，正逐步成为提升农业生态效率[2]、促进农业可持续发展的重要推手[3]。农村三产融合传统发展模式面临产业链较短且附加值低、品牌影响力不足、人才和技术短缺等多重挑战。因此，探索电子商务与农村三产的融合发展，对于促进农业产业升级[4]、拓宽农民增收渠道、实现乡村振兴战略目标具有重要意义。

2. 理论基础

2.1. 农村三产融合

农村一、二、三产业融合，是以农业为基础，通过产业链条延伸、产业融合、技术渗透、体制创新等方式，实现资本、技术以及资源要素进行跨界集约化配置，从而拓宽农民增收渠道、构建现代农业产业体系和加快转变农业发展方式，达到一产、二产和三产的全面融合发展。比如兴办产地加工业、建立农产品直销店、发展农业旅游等。也可以采用以农村服务业或农产品加工业为基础，与农业进行反向融合的方式，比如依托大型超市，构建农产品加工或原料基地等。不论采用何种方式，都必须在第一、二、三产业的结合中，形成新技术、新业态和新的商业模式。

2.2. 农村电子商务

农村电子商务以农产品、农业加工品、休闲农业等农村资源为基础，以互联网这种现代化信息技术为依托，在线上进行农村资源的交易活动。它覆盖了从生产到消费的整个供应链，包括信息发布、在线

交易、电子支付和物流配送等环节。核心要素包括交易平台、支付系统、物流配送和信息服务，它们共同支持市场拓展、信息对称、成本降低和品牌建设等功能。农村电子商务的参与者包括农民和农业企业、消费者、电商平台和物流公司。其发展受基础设施、政策支持、技术发展和消费者习惯等因素的影响。农村电子商务的发展本质上是农产品交易方式的转变，拓展农产品的销售渠道，同时有效推动农村产业的发展，提高农民的收入水平，实现农村产业振兴。

2.3. 电商与三产融合的内在联系和作用机制

电商的迅猛崛起颠覆了传统农产品销售模式、拓宽了农产品的市场边界，使得第一产业与第二产业、第三产业之间的融合更为紧密且高效。在农业领域，电子商务通过市场分析为农民提供生产指导，推动从“无序生产”向“订单农业”的模式转变，优化农业生产结构并增强农产品市场竞争力[5]。制造业层面，电子商务使加工企业能够获取市场趋势和消费者偏好，灵活调整生产策略，提高加工效率和产品质量，同时推动农产品加工技术的创新，促进深加工和精加工的发展[6]，实现产业链升级转型。在服务业方面，电子商务推动乡村旅游和农产品电商服务等新业态的发展，通过线上线下融合提供便捷、个性化服务体验，促进乡村经济多元化发展，并满足消费者对优质农产品的需求，推动农业与服务业深度融合[7]。电子商务与多个行业紧密关联，实现城乡双向互动，催生新型农业生产经营主体，为农村地区经济发展注入活力，推动农村三产融合。此外，电子商务通过技术创新和模式创新，如构建“乡村集货、云仓集单、数据互通、统仓共配”的供应链体系，以及推广“电商驿站+”的一体化运营模式，降低物流成本，提高农产品流通效率，为农村三产融合深入发展提供支持[8]。这些创新措施是提升农村经济的整体竞争力，为农民提供更多就业机会，促进农村地区的经济繁荣和社会稳定的关键路径。

3. 铜仁市印江县的电商推动农村三产融合发展的现状与成效

3.1. 印江县的电商发展现状

印江自治县位于贵州省东北部、铜仁市西部，地处梵净山西麓，享有“中国书法之乡”“中国名茶之乡”“中国长寿之乡”的美誉。印江自然资源丰富，茶园总面积 26.5 万亩，投产茶园面积 22.65 万亩、食用菌种植 1.33 亿棒(万亩)、蔬菜累计种植 16.12 万亩、水果在田面积 14.403 万亩，投产面积 10.2219 万亩、中药材面积留存在田种植累计达 10.40055 万亩，其中新增种植面积 3.088 万亩，新增采收面积 1.919 万亩[9]。近年来，印江县积极推进生态旅游、电子商务等新兴产业的发展。通过实施“全国电子商务进农村综合示范县”等项目，紧扣农村电商站点服务瓶颈问题，聚焦人才、平台、物流等关键要素，创新推进电商驿站基础网、营销网、物流网“三张网”建设。截至目前，印江县已培育电商企业 32 家，网商网店 212 家，从业人员达到 832 人。电商驿站月均收入 3000 元以上。2022 年，印江县电商交易额突破 8 亿元大关，完成社消零总额 46.96 亿元，限上社消零增速 12.4%，居全市前列。此外，电商驿站的销量和营业额也在逐年攀升，2021 年销量达 11.8 万单，营业额 800 万元；2022 年销量增至 15 万单左右，营业额约 900 万元[10]。经济总体态势与全省、全市基本一致，呈现“逐步恢复、逐季向好、质效提升”的良好局面，有力促进了印江农特产品销售，为农民增收和解决就业开辟了新渠道。

3.2. 印江县电商推动农村一、二、三产业发展的成效

印江县抢抓“县域商业体系建设试点示范项目”“全国电子商务进农村综合示范县”“全省电商扶贫示范县”发展机遇，深化创新驱动，塑造高质量电商产业。通过制定印发《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》等政策措施，不断优化电子商务发展环境，推动示范带动，引导融合创新。同时，印江县还积极推广“电商驿站+”发展模式，构建农村电商一体化运营体系，推动电商站点分类整

改，建立健全一体化运营体系，推动农村电商上行规模稳定增长。

1) 电商促进一产发展

印江县通过电商平台，将当地的农产品如茶叶、蔬菜、食用菌等销往全国各地，甚至出口到国外市场。这不仅解决了农产品的销售问题，还提高了农产品的附加值，增加了农民的收入。同时电商企业通过与农户签订订单收购协议，实现按需生产、保质稳量。这种订单式的种植销售模式让农户安心种植，没有后顾之忧的同时，也保证了电商企业的货源稳定。印江县的电商企业还积极发展农产品加工业，如南瓜加工厂、红薯加工厂等。这些加工厂有效解决了农产品的滞销问题，还通过精深加工提高了农产品的附加值，进一步促进了农业的发展。

2) 电商促进二产发展

印江县通过建设电商产业园，吸引了大量电商企业入驻。这些企业在园区内形成了产业集聚效应，共同推动了电商产业的发展。印江县通过构建“乡村集货、云仓集单、数据互通、统仓共配”的电商供应链体系，实现了农产品的快速集散和高效配送、提高了电商企业的运营效率和降低了物流成本，进一步促进了工业的发展。

3) 电商促进三产发展

随着电商产业的发展，印江县的物流服务业也得到了快速发展。电商企业与第三方物流服务提供商的合作，促进了农产品的快速物流配送和售后服务体系的建立。这种合作模式优化了消费者的购物体验，推动了物流服务业的发展，带动了供应链生态系统的增长。印江县高度注重与高校和职业院校合作，通过产教融合等方式为电商产业提供了源源不断的人才支持，加快了电商产业发展和服务业转型升级。印江县积极探索乡村旅游与电商的结合模式，持续扩大电商平台宣传规模，不断丰富当地特色旅游资源，吸引了大量游客前来观光游览，以餐饮、住宿为代表的相关服务业得以多元化发展。

3.3. 印江自治县农村淘宝运营案例分析

印江自治县农村淘宝在开业初期就取得了令人瞩目的销售业绩。仅开业第一天，茶叶、食用菌、绿豆粉等特色农产品就飞出了大山，当天成交 1.5 万余单，金额达 105 余万元。这样的销售业绩充分展示了农村电商的潜力和活力。同时这种销售增长不仅体现在数量上，更体现在销售范围的扩大上，使得印江的农产品能够远销省内外。农村淘宝的运营为当地创造了大量就业机会。通过开设网店、参与物流配送等方式，越来越多的农民加入到电商行业中来。据统计，目前印江自治县农村淘宝已带动数百人实现就业，其中不乏贫困户和返乡青年。当下，印江县已建成阿里巴巴农村淘宝印江服务中心，完成 50 个农村服务站规划选点工作，建成投入运营的农村电子商务服务站 36 个，形成了较为完善的电商服务网络[6]。

印江自治县的茶叶作为当地的特色农产品，通过农村淘宝平台这一桥梁，成功地将茶香飘向了全国各地乃至国际市场。贵州宏源茶业有限公司在这一进程中扮演了重要角色，公司积极拓宽线上销售渠道，支持茶企开拓线上市场，运用“网红经济”和“互联网+”的理念，大力发展电子商务。通过依托抖音、快手等热门社交媒体，开展生动有趣的直播带货活动，进一步提升了茶叶的知名度和销量。茶叶种植户通过电商平台销售茶叶，销售额占到了总销售量的 30% 以上，且销售价格也有所提升。据印江土家族苗族自治县工业和商务局的统计数据显示，2023 年，贵州宏源农业综合开发有限公司的全年出口额高达 6230 万元，与往年相比实现了显著的增长。贵州宏源农业综合开发有限公司副总经理何亮表示，公司将抓住铜仁跨境电商综合试验区的发展机遇，持续扩大茶叶出口体量，并计划在今年实现 3800 吨的销售量，进一步提升印江绿茶在全球市场的份额。值得一提的是，凭借“跨境电商”成功走出国门的还有贵州乐趣电子商务有限公司。该公司成功与深圳航运集团签约，正式开启了印江本土电商企业拓展“跨境电商”

海外业务的新篇章。贵州乐趣电子商务有限公司的杨康表示，“跨境电商”的优势加上物流、航运的便捷性，使得印江的花果红茶、黄精、牛肉等农副产品得以顺利出境，让印江的土特产逐步“卖遍全球”。贵州乐趣电子商务有限公司坚持“政府引导、市场化运作”的原则，以“线上 + 线下”的方式发展电子商务，助力印江农特产品出山。今年以来，公司已累计完成线上线下销售订单 10 万多单，产值达到 1900 余万元。除了在传统电商平台销售茶叶、食用菌、白酒等产品外，公司还积极拓展南瓜、辣椒、藟头、猕猴桃、柑橘等县内鲜食果蔬类初级农特产品的销售市场，并在部分乡镇发展了 1 万亩南瓜和 3000 亩藟头基地，示范带动更多农户参与种植，增加他们的收入。现今，公司已累计完成各类订单 20 万余单，实现产值 500 多万元[11]。贵州家味优选电子商务有限公司总经理周方棚对此表示深感自豪。

农村淘宝的运营带动了印江自治县经济与社会的发展。借助电商平台的力量，当地农产品成功打入国内外市场，销售渠道、产品附加值和品牌竞争力都得到极大提升，形成了产业集群效应，促进了产业链的良性循环，相关产业得以繁荣发展。同时，这也为印江自治县的产业升级与转型注入了强劲动力。

4. 电商推动农村三产融合发展面临的问题及影响分析

4.1. 基础设施与物流成本问题

印江县在电商物流体系建设方面取得了一定进展，但部分偏远地区的网络覆盖和物流基础设施仍然相对薄弱，基础设施不足会限制电商服务的覆盖范围，使得部分偏远地区的农户和消费者无法享受到电商带来的便利，从而阻碍电商在三产融合中的普及。由于印江县地处山区，地形复杂，农产品供应链相对分散，整合难度较大，这导致电商在采购、仓储、物流等环节难以形成规模效应和协同效应。供应链整合难度大和协同机制不健全会导致供应链各环节之间的信息传递不畅，供应链的不稳定会导致产品质量难以得到保障。例如，在农产品供应链中，如果各环节之间的协同机制不健全，就可能导致农产品在采摘、运输、加工等环节中出现质量问题。这会进一步影响消费者对电商平台上农产品的信任度和购买意愿。同时电商与农户、合作社、加工企业等之间的协同机制尚不健全，信息沟通不畅，影响了供应链的效率和稳定性，导致电商企业的运营成本增加，如库存成本、物流成本等[12]，高成本可能会迫使电商企业提高商品价格，降低市场竞争力，三产融合难以深入发展。

4.2. 农产品标准化与品牌营销问题

印江县的农产品种类繁多，但标准化程度相对较低，农产品在电商平台上销售时形成统一的质量标准和品牌形象难度较大。农产品标准化程度低导致了消费者在购买时产生疑虑，降低对电商平台上农产品的信任度，进而影响其购买意愿。随着电商行业的快速发展，市场竞争日益激烈，印江县的电商企业面临着来自其他地区和平台的竞争压力，虽然印江县拥有一些优质的农产品如湄沱毛峰茶、梨坪百花蜜、梵净菌菇包等，部分电商企业在品牌建设和营销策略上相对单一，缺乏创新和差异化，无法有效吸引消费者的注意力，束缚了农产品的品牌效应，使得农产品在电商平台上难以形成差异化竞争优势[13]，制约三产融合中品牌价值的提升。

4.3. 电商人才短缺与培训体系不完善

印江县在电商领域的发展相对较晚，电商人才相对短缺，尤其是缺乏既懂农业又懂电商的复合型人才，电商人才的短缺对电商企业在技术创新、市场营销等方面的能力产生了制约效应[14]，使得其在面对市场变化时不易做出快速响应，影响电商在三产融合中的推动作用，一些创新项目和商业模式难以实施。印江县已经开展了电商培训，但培训体系尚不完善，培训内容和方式与实际需求存在差距，部分从业人员缺乏跨产业、跨业态、跨领域的综合能力，不足以适应三产融合的需求。

5. 电商推动农村三产融合发展的对策建议

5.1. 加强电商基础设施建设，完善县域商业体系

通过优化云仓布局并引入仓储管理系统(WMS)，实现库存精细化管理与高效周转。其次，整合邮政、快递及交通资源，构建县、乡、村三级联动的物流配送网络，以解决“最后一公里”配送问题。为进一步畅通物流渠道，需创新性地通过市场化运作建立电商驿站，作为物流中转站，确保上行“最先一公里”与下行“最后一公里”的物流畅通无阻。同时，实施宽带普及工程，提高农村网络覆盖率和质量，并与电信运营商合作，推出农村优惠网络资费方案，降低农民上网成本。在物流体系优化方面，打破县乡村三级物流壁垒，开通电商驿站“直通车”，实现村级配送“T+0”时效，即订单当日达。鼓励物流企业在农村设立服务站，提供物流服务并涉足农产品收购与销售，形成闭环供应链。接着升级县域电商服务中心，提供产品展示、质量检测、包装设计、营销策划等一站式服务，增强农产品上行能力。建立电商大数据平台，利用大数据分析精准对接市场需求，指导农业生产，实现农产品定制化、标准化生产。最后通过电商直播、短视频等新媒体手段，展示农产品种植、养殖过程，提升农产品的品牌知名度和美誉度，打造具有地域特色的农产品品牌，带动农业的发展以及加工制造业和旅游业。

5.2. 推动农产品电商品牌建设，提升农产品电商化水平

为全面提升农产品产业的竞争力与附加值，首先需深入挖掘农产品的地域特色和差异化优势，精心打造具有鲜明区域特色的农产品品牌形象、品牌文化理念及品牌故事，以此提升产品附加值，促进整个产业升级。在此基础上，充分利用地域特色构建电商平台，例如印江县的“梵净云商”平台，实行线上线下同步销售策略。线上通过“一日一推”、“一周一爆款”等营销策略，打造“网红产品”，增强品牌影响力；线下通过“精品线路”、“一网格一团长”等模式，全面推广产品，拓宽销售渠道。同时，培育壮大有潜力的电商企业，打造电商龙头企业，引领特色企业入驻电商产业园，形成产业集聚效应。其次，在品牌建设的过程中，注重挖掘本地农产品特色，通过设计包装、美工文案、品种优势比较等手段，提升市场竞争力。再者，积极推动农产品流通企业和新型农业经营主体加强检验检测与可追溯体系的建设，确保产品质量安全，提升消费者的信任度以及不断优化农产品的种、养、加结构，生产出更加适销对路的产品，以充分满足消费者日益多样化的需求。

5.3. 健全教育培训体系，加强人才培养与建设

针对农村电商发展需求，设计多层次电商培训课程，涵盖电商基础、运营管理、营销策划等，满足不同层次人员学习需求，提升农民电商技能和创业能力[15]。依托高校和职业院校，开展电商专业教育和继续教育，培养具备高素质和专业能力的电商人才。通过大量培养涉农企业及涉农商家，建立地域电商人才培育体系，提升电商企业运营和管理水平，推动农村电商产业规模化、专业化发展。出台扶持政策，如税收减免、住房补贴等，吸引和留住电商人才，激发创新创业热情。定期举办电商创新创业大赛，搭建展示和交流平台，通过电商直播培训、短视频制作及直播带货比赛等活动，培养农民电商营销能力，促进农产品销售，带动农产品加工业和服务业发展，推动农业与电商深度融合。

6. 结语

电商的发展，通过促进农业产业链延伸、价值链跃升、功能拓展，增加了农民收入、延伸了农村产业链条、拓展了农业功能，农村一二三产业融合的产业体系初步形成。目前来看，电商推动农村三产融合发展取得了一定成效，但仍处于基础发展阶段，需要持续加大投入，持续优化电商基础设施、深化农

产品电商品牌建设, 加强人才培养和技术创新, 更好地推动农村电子商务生态体系的完善和农村三产融合发展, 促进农村经济的持续健康发展[16]。

参考文献

- [1] 秦通辉, 陈晓健, 蔡映珍. 电子商务助力乡村振兴实践探索——以漳州市大南坂镇为例[J]. 中国市场, 2024(32): 191-194.
- [2] 吴昕桐, 张燕媛, 李靖. 电子商务进农村对农业生态效率的影响研究[J]. 世界农业, 2024(11): 117-128.
- [3] 周晗, 朱谦, 孙晓然. 扶贫助农视角下的农产品电子商务发展策略研究[J]. 农业经济, 2024(5): 140-142.
- [4] 孙艺芹, 李晶晶. 电子商务发展、产业结构升级与农村流通经济增长[J]. 商业经济研究, 2024(19): 106-109.
- [5] 陈实. “互联网+”背景下我国农村电子商务发展现状、问题和对策[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中师范大学, 2016.
- [6] 姜长云. 推进农村一二三产业融合发展的路径和着力点[J]. 中州学刊, 2016(5): 43-49.
- [7] 国家发展改革委宏观院和农经司课题组. 推进我国农村一二三产业融合发展问题研究[J]. 经济研究参考, 2016(4): 3-28.
- [8] 孙哲远, 刘艳. 电商下乡对农村三产融合的影响——基于电商示范县设立的准自然实验[J]. 中国流通经济, 2022, 36(11): 49-59.
- [9] 印江县土家族苗族自治县人民政府农业农村局. 印江自治县农业农村局产业数据[EB/OL]. 2023-07-11. https://www.yinjiang.gov.cn/jgsz/zfbm/nyncj/zfxgk/fdzdgnr_5698460/nycyfz/202307/t20230711_80880277.html, 2024-11-07.
- [10] 贵州省商务厅. 发展农村品牌电商 助力乡村产业振兴[EB/OL]. 2023-10-12. https://swt.guizhou.gov.cn/zwgk/zdlyxx/gzxsyxytxjs/202310/t20231012_82743788.html, 2024-11-07.
- [11] 印江网. 粤黔协作·莞爱铜行|印江: 寮步组团消费帮扶 助农特产品“黔货出山” [EB/OL]. 2024-11-01. <http://yjw.gov.cn/contents/2024/11/01/receive-59d8caf6-d8a7-4823-b9f7-3d30a02b1c5f.htm>, 2024-11-07.
- [12] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [13] 王汇龄. “互联网+”背景下中国农村电商发展分析[J]. 山东农业工程学院学报, 2024, 41(9): 61-65.
- [14] 范娜娜. 可持续发展视角下“三产融合”农村电商扶贫新模式研究[J]. 商展经济, 2021(17): 133-136.
- [15] 宋旭. “数商兴农”工程推进农村三大产业融合发展机制研究[J]. 现代农业研究, 2023, 29(8): 30-33.
- [16] 李梦艺. 电子商务平台助力农村经济发展的优化路径——以商丘为例[J]. 广东蚕业, 2024, 58(4): 105-107.