

# 中小林业企业发展电子商务的困难与对策研究

窦红亮

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年1月22日; 录用日期: 2025年2月13日; 发布日期: 2025年3月10日

## 摘要

自电子商务兴起, 各行各业都在逐步进行产业转型, 林业行业也在积极发展电子商务, 并取得了显著的成效, 但对于中小林业企业而言, 电子商务的发展过程中依然还存在很多困难, 制约了企业的电子商务转型。文章概述了电子商务和林业电子商务的主要内容, 总结了电子商务给中小林业企业带来的机遇, 具体分析了中小林业企业发展电子商务的困难, 并提出了针对性的解决对策。

## 关键词

中小林业企业, 电子商务, 困难, 对策

# Research on the Difficulties and Countermeasures of Developing E-Commerce in Small- and Medium-Sized Forestry Enterprises

Hongliang Dou

College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Jan. 22<sup>nd</sup>, 2025; accepted: Feb. 13<sup>th</sup>, 2025; published: Mar. 10<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

Since the rise of e-commerce, various industries are gradually undergoing industrial transformation. The forestry industry is also actively developing e-commerce and has achieved significant results. However, for small- and medium-sized forestry enterprises, there are still many difficulties in the development process of e-commerce, which restricts their e-commerce transformation. The article outlines the main contents of e-commerce and forestry e-commerce, summarizes the opportunities

brought by e-commerce to small- and medium-sized forestry enterprises, specifically analyzes the difficulties faced by small- and medium-sized forestry enterprises in developing e-commerce, and proposes targeted solutions.

### Keywords

Small- and Medium-Sized Forestry Enterprises, Electronic Commerce, Difficulties, Countermeasure

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/>



## 1. 引言

在全球电子商务蓬勃发展的背景下，中小林业企业作为林业产业的重要组成部分，面临着前所未有的发展机遇与挑战。电子商务是以信息网络技术为手段，以商品交换为中心的商务活动，即以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化[1]。电子商务通过互联网的全球化特性，打破了地域和时间的限制，买家和卖家可以随时随地进行交易，不再受限于传统实体店的开放时间和地理位置。信息技术的快速传输和处理能力使交易过程更加高效，买家可以通过搜索引擎快速找到所需商品，卖家可以通过电子平台迅速处理订单和物流。相比传统实体店，电子商务平台的建设和维护成本相对较低，而且不需要大量的人力资源，直接连接买家和卖家，减少了中间商的利润。同时电子商务打破了传统实体店的地理限制，使得商品和服务可以在全球范围内进行交易。电子商务还可以根据用户的需求和购买历史，提供个性化的推荐和服务。电子商务的优越性是显而易见的，将电子商务融入中小林业企业的经营发展模式之中，不仅为中小林业企业提供了拓宽市场、提升效率的新途径。但电子商务在发展过程中，也带来了信息不对称、资源分配不均等一系列难题。中小林业企业如何有效发展电子商务，在经济新形势下实现创新发展，是当前亟需解决的问题。

## 2. 林业电子商务概述

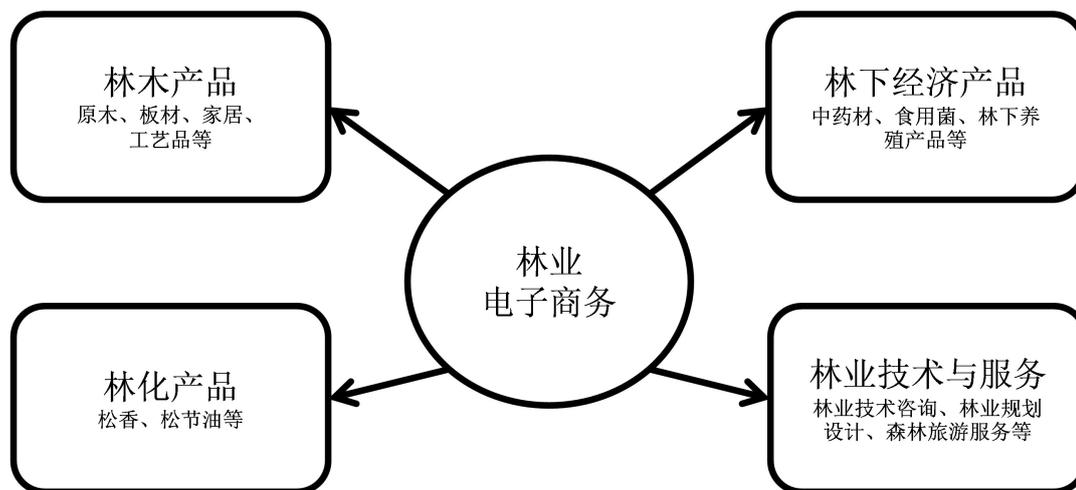


Figure 1. Fields and products involved in forestry e-commerce  
图 1. 林业电子商务涉及领域和产品

林业电子商务是指将林业产品与电子商务技术相结合, 通过网络平台进行林业产品交易和服务的商业模式。林业电子商务模式打破了传统林业销售的地域限制, 使林业企业能够直接面对更广泛的消费群体, 实现产品的快速流通和市场的有效拓展[2]。林业电子商务涵盖了林木产品、林化产品、林下经济产品等多个领域, 通过在线展示、在线交易、物流配送等方式, 为消费者提供便捷、高效的购物体验(见图 1)。随着电子商务技术的不断进步和消费者购物习惯的变化, 林业电子商务将成为林业产业转型升级的重要方向, 为林业企业带来更多的商业机遇和发展空间。

### 3. 电子商务给中小林业企业带来的机遇

#### (一) 增加销售渠道

电子商务为林业企业打开了新的市场大门, 突破了地理界限, 使得产品能够销往全国各地乃至全球市场。传统上, 林业企业多依赖于线下销售渠道, 例如实体店面和批发商网络。然而, 电子商务的兴起为这些企业提供了自建或利用第三方电商平台的线上销售途径, 从而显著增加了销售机会。借助这些平台, 林业企业能够触及更广泛的消费群体, 进一步扩大其市场份额。

#### (二) 控制交易成本

相比传统经营方式, 线上营销具有成本低、传播速度快、覆盖面广等优势。电子商务可以通过线上推广、社交媒体营销等方式, 大大降低林业企业的营销成本。另一方面, 电子商务平台提供了便捷的在线交易功能, 如在线支付、订单跟踪等, 简化了交易流程, 提高了交易效率, 降低了交易成本。同时, 电商平台还可以提供数据分析功能, 帮助林业企业更好地了解市场需求和消费者行为, 能够针对市场与消费者群体需求特征, 精准地投放产品, 从而有效优化营销策略, 更好地控制交易成本, 提高中小林业企业的经营效益。

#### (三) 助力企业品牌建设

通过电子商务平台的品牌展示、产品介绍、用户评价等功能, 中小林业企业可以更好地展示品牌特色、产品优势, 提升品牌形象和知名度, 从而吸引更多消费者, 提高市场份额。电子商务平台还为中小林业企业与消费者提供了便捷的互动渠道, 企业可以通过在线客服、社交媒体等方式与消费者进行实时沟通, 了解消费者需求和反馈, 从而改进产品和服务, 不断提高品牌形象和影响力。

#### (四) 推动产业转型

电子商务的发展促进了林业产业的升级和转型, 通过电商平台, 林业企业可以接触到更多的产业链上下游企业和合作伙伴, 从而推动产业链的整合和优化。同时, 电商平台还可以提供供应链金融、物流仓储等增值服务, 帮助林业企业提高运营效率和市场竞争力[3]。

电子商务是基于科技进步而形成的一种全新的商业模式, 而中小林业企业大力发展电子商务, 就需要进行全方位的创新, 从而充分满足这种新型商业模式的发展要求。因此, 中小林业企业发展电子商务, 能够有效推动企业创新。电子商务平台的数据分析工具能够协助企业更精准地洞察市场需求和消费者偏好, 进而为中小林业企业的产品创新提供科学指导。这将促进企业不断推出新产品、提升产品质量和附加值, 在新经济形势下, 走上创新发展道路。

### 4. 中小林业企业发展电子商务的困难

#### (一) 物流体系不完善, 制约了中小林业企业发展电子商务

中小林业企业在发展电子商务的过程中, 离不开物流支持。但目前, 针对中小林业企业电子商务的物流体系不够完善, 存在许多问题, 严重制约了中小林业企业电子商务水平的提升, 也阻碍了中小林业企业市场竞争力和可持续发展能力的提升。

首先，物流基础设施不完善。许多中小林业企业位于偏远地区，交通不便，物流网络覆盖不全面，物流成本高、运输时间长，不仅增加了企业的运营成本，还降低了产品的市场竞争力。特别是在林产品的销售旺季，由于物流能力有限，往往会出现产品积压、销售不畅的情况，给企业带来经济损失。

其次，林产品具有多样性、季节性、易损性等特点，对物流服务的专业性和及时性要求很高。但目前许多地区的物流服务仍然停留在传统的运输方式上，缺乏针对林产品的专业配送和保鲜技术，导致林产品在运输过程中容易出现质量下降、损坏等问题，影响了消费者的购买体验和企业的品牌形象[4]。

最后，物流信息的滞后和不对称也制约了中小林业企业电子商务的发展。在电子商务交易中，物流信息的实时更新和透明化对买卖双方而言至关重要。然而，由于物流信息化水平有限，许多中小林业企业难以及时获取物流信息，这导致他们无法准确判断产品的运输进度和交付时间。这种情况不仅影响了企业的客户服务质量，还可能引发交易纠纷和增加退货率。

### (二) 林业产品没有形成标准化，产品质量不稳定

产品标准化问题成为中小林业企业在发展电子商务过程中遭遇的主要挑战之一，严重制约了企业电子商务的发展速度。林产品包括木材、竹材、林副产品等等，具有种类繁多、规格不一、季节性明显等特点，这使得林产品的标准化工作尤为复杂和艰巨。我国林业产品种类繁多，仅木材种类就包括数十种，每种木材的物理特性、用途和加工方式都各不相同[5]。此外，由于林业生产的地域性和分散性，各地林产品的品质、规格和包装标准也存在较大差异。林产品的多样性和非标准化特性，给中小林业企业在电子商务平台上进行产品展示、价格比较、物流配送和售后服务等方面带来了极大的挑战。

首先，产品标准化程度低，导致中小林业企业很难在电子商务平台上，充分展示出产品信息。在电子商务平台上，消费者往往通过搜索关键词、查看产品图片和文字描述来了解产品信息。然而由于林产品的非标准化特性，企业很难提供统一、准确的产品描述和规格参数，这不仅增加了消费者的选择难度，降低了购买意愿，还可能导致消费者对产品产生误解和不满。例如，在木材电商平台上，消费者可能因对木材种类、纹理、含水率等信息了解不足，而难以做出购买决策。

其次，产品标准化程度低，造成产品质量不稳定，严重影响消费者的消费体验。由于缺乏统一的标准，导致林业产品质量有高有低，让消费者难以分辨。这就使得消费者在购买林业产品后，往往实物与心中所需存在较大的差距，使消费者的消费满意度大幅度降低，进而对企业品牌丧失信心，甚至产生抵制情绪，既严重阻碍了中小林业企业电子商务的发展，同时也严重损害了中小林业企业的品牌形象和信誉。

最后，产品标准化程度低，增加了中小林业企业的物流配送成本，同时也延长了物流配送时间。由于林产品的多样性和非标准化特性，中小林业企业很难实现批量采购和统一配送，提高了物流配送的复杂性，进而增加了成本，还延长了配送时间，降低了消费者的购物体验。此外，林产品的易损性和季节性也增加了物流配送的难度和风险，如雨季或冬季，木材等林产品的含水率和强度可能发生变化，导致配送过程中易出现损坏或变形等问题。

### (三) 中小林业企业获取信息难度大，难以打破信息壁垒

首先，由于中小林业企业规模较小、资金有限，往往缺乏专业的市场调研团队和数据分析工具，难以获取全面、准确的市场信息。我国中小林业企业中，有超过 60%的企业表示在获取市场信息方面存在困难，无法及时了解市场动态和竞争对手的情况，导致企业在制定电子商务策略时缺乏科学依据，难以做出正确的市场定位和营销策略[6]。

其次，中小林业企业在供应链管理中往往处于弱势地位，与上下游企业的信息沟通不畅，信息壁垒现象较为严重，导致供应链协同效率低。很多企业在供应链管理方面存在困难，无法与上下游企业实现

信息共享和协同作业，采购、生产、物流等环节成本增加，效率低下，难以形成竞争优势。

## 5. 中小林业企业发展电子商务的对策

### (一) 加强物流建设

首先，中小林业企业应积极寻求政府支持，共同参与物流基础设施的建设和升级，针对中小林业企业发展电子商务的需求，构建完善的物流服务体系。通过加大对偏远林区交通网络的投资，改善道路条件，提升物流通道的通行能力，降低物流成本。同时，要大力推动仓储设施现代化改造，引入自动化、智能化仓储管理系统，提高库存周转效率和货物处理能力。此外，还应鼓励和支持物流企业在林区设立服务网点，拓宽物流网络覆盖面，确保林产品能够快速、安全地送达消费者手中。

其次，中小林业企业需依据自身业务特性及市场需求，精心设计物流路线和配送节点，以减少转运次数，缩短运输距离。同时，应积极建立区域物流中心，集中进行林产品的分拣、包装、配送等环节，从而提升物流作业的规模化和集约化水平，对物流网络进行有效优化，构建科学、合理、完善的物流网络体系，提高物流服务的响应速度和灵活性，同时还能有效降低物流成本。

最后，中小林业企业应当强化物流基础设施建设，积极引进先进的物流信息系统，实现订单处理、库存管理、运输跟踪等关键环节的数字化与网络化。构建与供应商、客户以及第三方物流企业的信息共享平台，确保物流信息的无缝对接与迅速传递，从而提升物流作业的协同效率和客户满意度。同时，应充分利用大数据分析技术，深入挖掘和分析物流数据，为企业的物流决策提供坚实的科学依据。

### (二) 提高产品标准化，优化产品质量

中小林业企业应加大研发投入，引入先进的加工设备和技術，提升林产品的加工精度和效率，减少因手工操作带来的质量差异。通过建立完善的质量管理体系，如 ISO9001 等国际认证，对林产品的原材料采购、生产加工、成品检验等关键环节进行严格把控，确保产品质量的一致性和稳定性。此外，中小林业企业可以利用大数据、物联网等现代信息技术手段，实现对林产品生产、仓储、物流等全链条的智能化监控，及时发现并解决质量问题，提升整体产品质量水平。另一方面，中小林业企业应加快数字化转型步伐，构建完善的电子商务平台，实现产品信息、价格、库存等数据的实时更新和透明化管理。通过引入 ERP(企业资源计划)、WMS(仓库管理系统)等信息化工具，优化企业内部流程，提升运营效率。同时，加强与第三方物流企业的信息对接，实现订单处理、物流配送等环节的自动化和智能化。此外，中小林业企业应积极与上下游企业建立长期合作关系，共同制定供应链标准，推动供应链各环节的标准化、协同化运作[7]。

### (三) 打破信息壁垒，畅通信息渠道

中小林业企业必须加强信息化建设，提升数据分析能力，以提高对市场信息的获取水平。中小林业企业应积极引入先进的信息技术和数据分析工具，如大数据、人工智能、云计算等，构建高效的信息收集、处理和分析系统。通过持续跟踪市场动态、竞争对手情况以及消费者行为数据，更准确地把握市场趋势，预测未来需求，从而制定出更加科学、合理的电子商务策略。

针对中小林业企业经营中存在的各类信息不对称问题，可以建立林产品交易信息共享体系(见图 2)，将各中小林业企业的生产信息汇总起来，上传到交易平台，构建完善透明的交易数据库，供中小林业企业在制定产销计划时作参考。此外，中小林业企业还应强化与消费者的互动沟通，及时解决信息不对称带来的消费者疑虑和不满。中小林业企业应通过电子商务平台、社交媒体等渠道，积极与消费者进行互动沟通，了解消费者需求和反馈，通过提供个性化定制服务和售后服务，满足消费者的多样化需求，提升消费者满意度和忠诚度。同时，企业还应加强品牌建设和营销推广，提高品牌知名度和美誉度，吸引更多潜在消费者[8]。

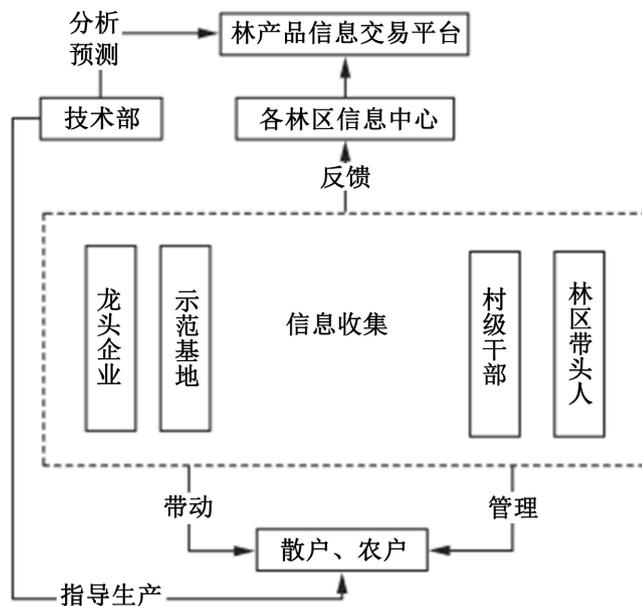


Figure 2. Forest product trading information sharing system  
图 2. 林产品交易信息共享体系

## 6. 结束语

随着电子商务技术的不断进步和市场环境的日益成熟，中小林业企业应积极拥抱变革，勇于创新，把握电子商务带来的新机遇，为推动林业产业转型升级和可持续发展贡献力量。鉴于中小林业企业面临的一系列困难，林业企业应主动探索多途径和多手段方法克服困难，打破发展困局，在电子商务浪潮中站稳脚跟，打造具有企业特色的品牌形象，实现企业的信息化转型。

## 参考文献

- [1] 何思佳. 基于跨境电子商务发展的林业“走出去”实施路径研究——评《林业“走出去”探索与实践》[J]. 林业经济, 2023, 45(2): 98.
- [2] 赵芳. 基于电子商务发展的林业对外贸易发展探索——评《林业“走出去”探索与实践》[J]. 林业经济, 2023, 45(1): 104.
- [3] 张正宜, 樊坤. 林业碳汇交易电子商务平台运作管理博弈分析[J]. 林业经济问题, 2022, 42(4): 415-421.
- [4] 吴琳. “互联网 + 林业”的技术驱动效应与三维建设路径研究[D]: [博士学位论文]. 南京: 南京林业大学, 2022.
- [5] 叶孔发, 戴永务. 信息化转型对林业上市公司绩效影响研究[J]. 林业经济, 2021, 43(10): 80-96.
- [6] 范琳, 杨桂玲. 基于跨境电子商务发展的林业“走出去”实施路径研究——评《林业“走出去”探索与实践》[J]. 林业经济, 2021, 43(10): 101.
- [7] 刘姝. 基于跨境电子商务发展的林业对外贸易转型研究——评《林业重点产业竞争力和发展潜力预测研究》[J]. 林业经济, 2021, 43(6): 102.
- [8] 杨惠晴, 李聪, 蒋昊熹. 电子商务在林产品国际贸易中的应用——评《林产品国际贸易理论与实务》[J]. 林业经济, 2021, 43(4): 2.