

甘肃苹果电商发展现状及对策研究

黄金妮, 柴 洪*

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年2月5日; 录用日期: 2025年2月18日; 发布日期: 2025年3月13日

摘 要

甘肃省是我国苹果的主产省份之一, 苹果产业对于甘肃省的经济发展和农民收入增长具有重要作用。本文分析了甘肃苹果电商发展现状及存在的问题, 从专业人才培养、品牌宣传推广、物流运输体系、电商人才培养等方面, 提出了促进甘肃省苹果电商发展的优化策略, 为甘肃苹果创新发展提供一些有益借鉴。

关键词

农产品电商, 苹果产业, 甘肃省

Research on the Current Situation and Countermeasures of Apple E-Commerce in Gansu Province

Jinni Huang, Hong Chai*

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

Received: Feb. 5th, 2025; accepted: Feb. 18th, 2025; published: Mar. 13th, 2025

Abstract

Gansu Province is one of the main apple-producing provinces in China, and the apple industry plays a significant role in the economic development of Gansu Province and the growth of farmers' income. This paper analyzes the current situation and existing problems of apple e-commerce in Gansu and proposes optimization strategies to promote its development from aspects such as professional talent cultivation, brand promotion, logistics and transportation systems, and e-commerce training for farmers. It provides some useful references for the innovative development of apple production in Gansu.

*通讯作者。

文章引用: 黄金妮, 柴洪. 甘肃苹果电商发展现状及对策研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(3): 375-381.
DOI: 10.12677/ecl.2025.143719

Keywords

Agricultural Product E-Commerce, Apple Industry, Gansu Province

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

党的二十大报告着重指出, 要将农业农村发展置于优先地位, 坚持城乡融合发展道路, 确保城乡要素流动顺畅无阻。依据当前的政策导向, 地方政府正采取积极措施, 推进具有乡村风情的农业产业发展, 并整合电子商务平台, 旨在进一步拓展特色农产品的市场销售渠道, 为农产品电子商务的发展注入动力。

近年来, 农村电商市场规模迅速扩大, 2023 年, 全国农村网络零售额达 2.5 万亿元, 比 2014 年增长近 13 倍; 全国农产品网络零售额达 5870.3 亿元, 同比增长 12.5%。第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至 2023 年 12 月, 农村地区互联网普及率为 66.5% [1]。各大电商平台如京东、淘宝、拼多多等纷纷布局农村市场, 通过提供市场需求信息, 引导农民合理种植和养殖, 提高农产品的产量和质量, 这些平台还通过直播带货等模式创新, 助力农产品“出圈”, 培育了一系列农产品品牌。另外, 跨境电商为农产品出口提供了新的渠道和机遇, 中国是全球第五大农产品出口国, 农产品出口额占世界的比例正在逐年提升, 通过跨境电商平台, 显著地增加了农产品的销售渠道, 与此同时, 国际农产品电商市场竞争激烈, 各国都在积极寻求农产品出口的新渠道和机遇。值得一提的是, 现有研究多是基于淘宝和电子商务发展指数衡量农产品电商发展水平, 多为全国、省域层面的宏观分析, 数据源多依赖政府公开数据或调研数据, 对农产品电商发展现状的揭示存在一定局限性[2]。综上所述, 农产品电商在国内外的的发展情况呈现出不同的特点和趋势。农村电商在国内市场规模迅速扩大, 而跨境电商的兴起则为农产品出口提供了新的渠道和机遇, 国际市场的竞争也日益激烈。

农村电子商务构成了乡村振兴战略的关键组成部分与有效工具, 它在拓宽农产品销售渠道、激发创新创业活力、加速产业间融合以及促进农民就业与收入增长等方面, 均发挥着重要作用。农产品电商作为新兴的农产品流通模式快速发展, 显著影响着农产品贸易, 其相关研究也受到了广泛关注, 基于上述背景, 本文将深入剖析乡村振兴战略框架下甘肃省苹果电子商务的发展现状, 并针对存在的问题提出相应的对策与建议。

2. 甘肃省苹果电商发展现状

甘肃省苹果电商领域正展现出强劲的增长势头, 目前已经建成多个县级电子商务公共服务中心、县级物流中心、乡镇电商服务站以及 255 个村级电商服务点, 探索出了“政府推动、市场运作、企业主导、社会参与”的特色电商运行模式[3]。电子商务使甘肃苹果通过淘宝、京东、拼多多等电商平台直接触达全国消费者, 电商销售已成为当地果农的重要收入来源, 同时电商已成为推动苹果产业发展的重要力量。经测算, 2023 年甘肃省苹果优势县区农民人均苹果产业收入已超过 5000 元, 相当于甘肃省农民人均可支配收入 13,131 元的近 40% [4]。静宁县农民人均苹果产业收入 8000 多元, 占农民人均可支配收入的 70% 以上[5]。甘肃省的果农们通过淘宝、京东、拼多多等电商平台开设网店, 将产品销往全国各地。此外, 跨境电商平台如天猫国际和京东全球售, 利用先进的物流解决方案, 能将甘肃苹果快速送到国外消费者的手中, 进一步扩大了市场范围[6]。同时, 甘肃省各大苹果产销地还设立了电商直播基地, 利用直播带

货等新型销售模式,提高产品销量。甘肃省平凉市崆峒区借助农村电商平台,成功探索“农产品+直播”销售模式,开展了多场“崆峒区农特产品专场直播活动”,让崆峒农产品搭乘“电商快车”助农增收,大力发展农产品电商直播经济[7]。2023年10月11日至12日,静宁县举办了“中国苹果第二届产销峰会暨平凉市百名主播矩阵式大型直播带货活动”,推介静宁苹果等农特产品,累计线上销售8000余单,销售金额达50多万元,甘肃苹果的销售范围已覆盖全国市场[8]。同时,当地果农还通过电商平台加强了与外地客商的合作与交流,进一步拓宽了销售渠道和市场。除了线上销售外,甘肃省苹果还通过线下直营店、超市等渠道进行销售,并与线上平台形成联动,实现线上线下融合销售。电商平台的兴起为甘肃苹果提供了更广阔的市场空间,通过电商平台,甘肃苹果的销量实现了快速增长。

3. 甘肃省苹果电商发展存在的问题

3.1. 电商人才培养方面不到位

农村电商显著改变了传统的苹果销售模式,为果农提供了实时洞察消费者需求的途径,进一步促进了苹果产业与互联网的深度融合。然而,部分果农在电商领域的知识储备尚有不足,具体反映在以下两个方面:一方面,部分果农对电商的基础知识掌握不够深入,这在他们尝试涉足电商领域时构成了显著障碍。另一方面,一些果农在电商平台的具体操作,包括商品上架、交易谈判等环节,尚显生疏,这削弱了他们利用电商平台高效销售苹果的能力,这无疑给甘肃苹果电商的发展带来了阻碍。

目前,线上直播在甘肃苹果电商的崛起中扮演着至关重要的角色,成为不可或缺的营销策略。但这一高效手段的有效运用,高度依赖于具备专业电商直播知识与技能的优秀人才。遗憾的是,尽管发展势头强劲,电商直播领域的整体专业化程度尚存提升空间,意味着加强专业队伍建设是当前面临的重要任务。首先,甘肃省内的大部分果农尚未接受过专业的直播培训,这导致在直播过程中存在语言表达不够清晰、难以准确直观地展示甘肃苹果的地域特色和口感等问题。这些问题不仅直接削弱了直播的营销效果,降低了观众的购买意愿,而且由于直播内容缺乏创新和互动环节,难以有效激发观众的购买兴趣和参与度,进而导致苹果的销售转化率受到了影响。另外,尽管甘肃省不少地区正致力于引进和培养电商领域的专业人才,但在电商直播这一特定且快速发展的分支中,兼具专业性和技术性的精英依然稀缺。当前的人才储备已难以充分应对苹果电商行业对更高水平专业化的迫切需求。此外,部分主播在直播过程中可能存在诱导消费、泄露消费者信息等违规行为,这些行为严重损害了甘肃苹果电商直播行业的声誉和形象。再者,购买后的苹果退换货流程复杂繁琐,导致消费者在购买后遇到问题时容易产生不满和投诉,这不仅影响了消费者的购物体验,也对甘肃苹果电商的长期发展带来了负面影响。最后,直播设备的简陋以及画面质量的低下也严重影响了观众的观看体验。直播环境的嘈杂和杂乱无章更是降低了观众的观看兴趣,使得直播效果大打折扣。

甘肃地区电商人才相对短缺,这在一定程度上制约了甘肃苹果电商的发展。缺乏专业的电商人才,可能导致甘肃苹果在电商平台上的运营和推广不够专业,从而影响销售效果。

3.2. 品牌宣传和推广的力度不足

甘肃苹果虽然品质上乘,但由于宣传方式相对有限,导致外界对其了解不足,其品牌在全国乃至国际市场上的知名度并不高。一些地区的果农和企业电商平台上的宣传内容较为简单,无法充分展示甘肃苹果的独特风味和品质。这在一定程度上限制了甘肃苹果电商的发展。随着市场竞争的白热化,甘肃苹果不断遭遇来自国内外市场的强劲对手挑战,这些对手普遍配备了更为完善的品牌推广方案和显著的市场号召力。甘肃苹果在品牌认知度、市场细分定位以及消费者粘性方面存在的短板,严重阻碍了其市场份额的拓展。同时,包装设计的缺乏新意和营销策略的陈旧,使得甘肃苹果在电商平台的竞争力大打

折扣, 难以有效激发并维持消费者的兴趣和购买意愿。

3.3. 物流运输体系和配送不完善

物流运输是甘肃省苹果电商发展过程中不可或缺的一环。然而, 从苹果电商目前的实际情况来看, 甘肃省部分偏远农村地区的电商物流运输网络还未完全成熟和健全。第一, 甘肃地处西部地区, 其独特的地理位置带来了独特的物流挑战, 距离东部的主要消费市场较远, 因此, 物流运输的高昂成本以及较长的运输周期, 不仅抬高了整体费用, 还可能因时间过长而导致苹果新鲜度下降, 口感变差, 最终降低消费者的购买满意度和体验。第二, 苹果作为鲜食水果, 对温度和运输时间有着极高的要求。为了确保苹果在运输过程中不受损、不变质, 必须采用更为谨慎的运输方式。然而, 冷链物流的不足使得苹果在运输途中难以维持最佳状态, 这不仅降低了消费者的满意度, 更对苹果的品质和市场竞争力造成了不利影响。此外, 甘肃地区冷链物流设施不够先进, 是造成物流效率不高的一个重要因素。苹果电商企业往往为了构建和维护包含冷链与仓储设施在内的物流网络, 必须投入更多的资源和资金, 这无疑会推高物流运输的整体成本。给企业的利润带来压力, 并可能削弱甘肃苹果在价格方面的优势。

虽然近年来物流企业在甘肃地区的布局逐渐完善, 但由于地理条件的限制, 物流成本仍然是一个不容忽视的问题。高物流成本可能导致甘肃苹果在电商销售中的价格优势不明显, 从而影响销量。物流和配送环节存在的不足, 对甘肃苹果在全国市场的竞争力构成了直接影响, 减缓了其市场拓展的步伐, 并限制了其能够覆盖的市场范围。

3.4. 市场竞争激烈

随着电商平台的不断发展, 市场竞争日益激烈, 甘肃苹果在电商销售中面临着来自全国各地的竞争压力, 如何在激烈的市场竞争中脱颖而出, 成为甘肃苹果在电商中发展面临的一个重要问题。

甘肃苹果在国内市场上面临着来自其他省份如陕西、山东、山西等地的竞争, 这些地区同样拥有优质的苹果资源和成熟的苹果产业, 使得甘肃苹果在国内市场有着来自国际市场的竞争力。近年来, 随着甘肃苹果出口量的增加, 其在国际市场上的知名度逐渐提升, 但也吸引了更多国际竞争对手的关注。随着全球化的深入发展, 甘肃苹果也面临激烈的竞争。随着广大消费者生活水平的提高和消费观念的转变, 他们对苹果的需求也日益多样化, 这要求甘肃苹果不仅要保持高品质, 还要不断创新和丰富产品线, 以满足不同消费者的需求, 这种多样化的需求使得市场竞争更加激烈。近年来, 随着健康消费观念的日益普及, 消费者愈发重视苹果所蕴含的营养成分及其带来的健康益处。这使得甘肃苹果需要在保证品质的基础上, 更加注重产品的有机认证和绿色消费趋势的适应, 以赢得消费者的青睐。在激烈的市场竞争中, 价格成为了一个重要的竞争手段。甘肃苹果需要在保证品质的同时, 合理控制成本, 以提供具有竞争力的价格。然而, 这种价格竞争往往会导致利润空间被压缩, 增加了经营风险。随着电商和物流行业的快速发展, 甘肃苹果的销售渠道也日益多元化。然而, 这也使得销售渠道之间的竞争更加激烈。为了扩大市场份额和提高销售量, 甘肃苹果需要不断创新和拓展销售渠道, 提高销售效率和服务质量。

4. 发展策略及建议

4.1. 注重甘肃省电商人才建设

注重甘肃省的电商人才引进和培养, 对于推动甘肃苹果产业发展具有至关重要的作用。实施一系列激励措施, 涵盖税收优惠政策、住房补贴方案以及创业扶持计划等。吸引具有电商经验和技能的人才到甘肃省就业或创业。与高校、培训机构、电商平台等建立合作关系, 开展定向招聘或实习项目, 吸引优秀毕业生到甘肃从事苹果电商工作。通过各种渠道宣传甘肃省电商的发展前景和机遇, 提高外界对甘肃

省电商的认知度和吸引力。鼓励果农参与电商创业项目, 提供实战机会, 让他们在实践中学习和成长。实施“师带徒”模式, 邀请有经验的电商从业者担任导师, 指导果农们电商知识和技能。

地方政府可以邀请电商专家和“直播达人”, 对各村的特色苹果品牌种植户、电商从业人员等进行技能培训, 包括电商运营、市场营销、消费者服务等方面的知识, 提升果农的电商技能水平, 培养更多本土电商直播专业人才[9]。首先要加强对主播们的选拔和培训, 确保主播们具备足够的关于甘肃苹果知识和营销技巧, 并不断鼓励主播们进行持续学习和自我提升, 了解国内苹果市场动态和消费者的需求。其次要引入专业的主播培训机构或者请直播方面的专家, 为主播们提供专业的指导和培训, 为直播提供先进优良的直播设备, 主播应深入了解甘肃苹果的特点以及区别其他地区的苹果的优势, 以便在直播中准确、生动地介绍甘肃苹果。同时, 需要定期对主播进行产品知识考核, 确保主播们能够熟练掌握甘肃苹果知识。另外, 主播们还应该学习并掌握各种营销技巧, 以吸引观众购买。并且应该建立健全的售后服务体系, 确保消费者在购买苹果后能够享受到及时、规范的售后服务, 并且应该加强对售后服务的培训和监督, 以此提高售后服务人员的专业素养和服务水平。最后需要及时处理消费者的投诉和反馈, 提升消费者满意度和忠诚度。

甘肃省苹果产业电子商务的蓬勃发展, 离不开大量实践型电子商务人才的强力支撑。因此, 我们应积极促成苹果种植与加工企业与高等院校的深入合作, 推行定制化的人才培养模式以满足行业需求。同时, 还需拓宽人才引进渠道, 诚邀外地杰出的电子商务人才加入甘肃苹果产业电子商务的建设行列, 将前沿的电子商务营销策略、“互联网 + 农业”的最新趋势及先进科技融入甘肃苹果产业的电子商务发展中, 为甘肃省苹果产业的持续壮大增添更多动力与创新元素。

4.2. 发挥品牌建设, 讲好品牌故事

品牌建设是提升甘肃苹果市场竞争力的关键。加强甘肃苹果的宣传和推广, 提升其知名度和品牌影响力, 是一项系统工程, 需要从多个维度入手, 综合运用多种策略和渠道。首先, 确保甘肃苹果的品质卓越, 这是提升品牌影响力的基础。通过优化种植技术、加强果园管理、提高采摘和储存标准等措施, 建设高品质基地。以县区为主体, 加大老旧果园改造力度。当年改造低效果园 6 万亩, 推广瑞雪、瑞阳、秦脆、维纳斯黄金等晚熟新优品种 3 万亩, 更新中秋王、玉华早富、蜜脆等中晚熟新优品种 2 万亩, 金世纪、玖月奇迹、华硕等早中熟新优品种 1 万亩, 全方位提升果品品质, 确保每一颗苹果都达到高标准的质量要求。

其次, 设计并推广具有甘肃特色的苹果品牌形象, 包括独特的品牌名称、标志、包装等, 巩固提升“甘味”品牌创建和“三品一标”认证成果, 带动有机、绿色、达标合格农产品层级发展。在持续提升已入选“甘味”品牌目录的 13 个苹果企业商标品牌价值和果品质量水平的基础上, 每年新培育苹果“甘味”企业商标品牌 3~5 个, 认证苹果绿色食品、有机农产品 4~6 个, 使消费者能够迅速识别并记住甘肃苹果[10]。通过强调甘肃苹果在自然生长环境上的独特优势, 如无污染的高海拔地区所带来的非凡口感与卓越营养价值, 进一步吸引消费者的注意与兴趣。还可以组织开展“线上 + 线下”宣传活动, 融入更多体验式小游戏, 让消费者在参与活动期间进一步了解特色农产品品牌, 达到品牌宣传效果[11]。最后, 商家需积极参与国内外的展览和展销活动, 借助这些平台向市场广泛推介甘肃苹果。

4.3. 高效运用现代化的物流装备和集成化的信息管理平台

为了全面提升甘肃苹果的物流运输水平, 可以在甘肃苹果主要产区建设冷链物流园, 配备先进的冷藏、保鲜设备, 加大对公路、铁路等交通基础设施的投资, 提升甘肃苹果产区的交通便利性, 优化交通线路布局, 确保苹果能够快速、高效地运往各地。推广使用冷藏车、冷藏箱等冷链物流装备, 确保苹果

在运输过程中的新鲜度和品质。在苹果生长期,采用大数据分析手段分析土、肥、水、病等数据,给果农最优的种植提示和建议。在苹果销售期,畅通供求信息,把握市场变化,通过在线发布交易、消费等信息,解决果农、果企和消费者之间信息不对称的问题,提升果农收益。

4.4. 提升甘肃苹果市场竞争力

首先要积极引进和培育适合当地气候条件的优质苹果品种,提高果品质量和产量。例如,静宁县成立了苹果苗木组培繁育基地,推广适宜当地的新优苹果苗木品种。同时,甘肃省府及相关企业应强化品质监管,推广标准化生产,加强果园管理,提高果品商品率和优果率,并且建立健全果品质量控制体系,保证市场上销售的苹果均符合既定标准和要求 and 消费者期望。延长苹果生产的产业链,如进行苹果产品附加值的开发研究,扶持苹果产业的多元化发展,对苹果精深加工出口型企业政府应加大扶持力度,加强对苹果副产品的循环再利用[12]。更进一步地,果农们需要了解市场,定期开展市场调研,深入了解市场需求和消费者偏好,多生产一些苹果周边产品,如果脯,苹果汁等,为甘肃苹果的产品开发和市场营销提供必要依据。商家还应制定营销策略,根据市场需求和竞争态势,制定有针对性的营销策略,提高市场竞争力。在保持传统农贸市场和超市销售渠道的同时,还应开辟线上销售新路径,如直播卖货,在一些比较火的报刊杂志上投放广告,用较小的投入获得更大的利润,吸引更广泛的消费者群体关注并购买甘肃苹果,并且还可以在网站上上传视频素材展示甘肃苹果的种植环境、品质特色,以此进一步激发消费者的购买兴趣。最后还应该积极引进国内外先进的果树种植技术和设备,提高甘肃苹果的生产效率和质量。并借助物联网、大数据等现代信息技术手段,推动智慧农业发展,提高甘肃苹果生产的智能化和精准化水平以此来提高甘肃省苹果市场竞争力。

5. 结语

为了扩大甘肃苹果在国内及国际市场的份额,甘肃省农产品电商的发展已成为必然趋势,要积极塑造并推广苹果电子商务品牌,充分利用电商平台的优势,鼓励平台企业、物流服务商、商贸企业、供销合作社、邮政等多方主体在苹果主产区布局,推动直播带货、设立助农直播间,并培养农民成为专业的直播销售员。此外,要大力推进跨境电商的发展,支持果业经营者利用各大网站及跨境电商平台,积极开拓国际市场,为甘肃苹果的发展开辟更多机会和空间,这对于促进甘肃省农产品市场的繁荣和经济增长具有深远意义。

基金项目

- 1、2025B-103, 基于数字技术提升甘肃苹果产业链竞争力的路径研究, 甘肃省高校教师创新基金项目。
- 2、24ZZ13, 数字技术赋能甘肃农业现代化的实践路径研究, 甘肃省人文社会科学项目。

参考文献

- [1] 谢清先. 乡村振兴战略下农村电商发展模式研究[J]. 经济研究导刊, 2024(24): 13-16.
- [2] 赵美, 戴馨. 农产品直播电商的发展现状、现实困境和路径选择[J]. 商场现代化, 2025(4): 45-47.
- [3] 王向梅. 甘肃静宁苹果产业高质量发展的重点问题及路径[J]. 果树实用技术与信息, 2023(7): 43-46.
- [4] 赵彤, 赵晓阳. 甘肃苹果产业发展研究[J]. 发展, 2024(11): 45-48.
- [5] 祁玉洁. 甘肃是怎么做到的? [N]. 甘肃经济日报, 2024-05-23(001).
- [6] 王雪纯, 朱梦俏. 新疆特色农产品电商发展影响因素研究[J]. 科技经济市场, 2024(5): 125-127.
- [7] 王秋萍. 甘肃: 平凉市着力打造现代苹果产业发展新高地[J]. 中国果业信息, 2024, 41(8): 57.

- [8] 吕娅莉. 为农产品销售带来“新机遇”[N]. 平凉日报, 2023-12-17(001).
- [9] 朱熙宁. 试析乡村振兴战略下特色农产品电商发展的可持续性[J]. 商场现代化, 2023(17): 30-32.
- [10] 赵玉山. 甘肃: 庆阳全力推动苹果产业迈上新台阶[J]. 中国果业信息, 2023, 40(5): 45-46.
- [11] 苗渝婧. 特色农产品电商发展优化路径探究: 以甘肃省为例[J]. 广东蚕业, 2023, 57(9): 105-107.
- [12] 贾海娥. 甘肃省苹果产业竞争力研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 甘肃农业大学, 2016.