

电商时代下贵州省精品水果产业发展的策略与实践

邹英男

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月5日; 录用日期: 2025年3月19日; 发布日期: 2025年4月16日

摘要

贵州省凭借其独特的气候与地理禀赋,孕育了丰富且优质的水果资源,其中修文猕猴桃、安顺蜂糖李等特色品类在口感、品质等维度上展现出显著优势。然而,传统的销售模式存在中间流通环节冗长、信息流通不畅及市场覆盖范围有限等诸多局限,无法充分发挥贵州省精品水果的优势,严重制约了水果产业的进一步发展。电商的蓬勃发展为贵州省精品水果产业带来了新的转机,它打破了地域壁垒,拓展了市场边界。同时,电商借助数字化营销手段降低了营销成本,并利用网络传播有效提升了品牌知名度。本文聚焦于电商时代背景下贵州省精品水果产业的发展策略与实践,旨在助力贵州省精品水果产业实现高质量发展。展望未来,贵州省应进一步完善数字基础设施,积极培育复合型人才,努力构建产业生态系统,以推动精品水果产业向数字化、智能化和服务化方向转型升级。

关键词

电子商务, 精品果业, 数字化营销, 贵州省

Strategies and Practices for the Development of Guizhou Province's Premium Fruit Industry in the Ecommerce Era

Yingnan Zou

College of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 5th, 2025; accepted: Mar. 19th, 2025; published: Apr. 16th, 2025

Abstract

Guizhou Province, with its unique climate and geographical endowment, has nurtured abundant

and high-quality fruit resources, among which characteristic categories such as Xiuwen kiwifruit and Anshun honey plum have shown significant advantages in terms of taste and quality. However, the traditional sales model has many limitations such as lengthy intermediate circulation links, poor information flow, and limited market coverage, which cannot fully leverage the advantages of Guizhou Province's high-quality fruits and seriously restrict the further development of the fruit industry. The booming development of e-commerce has brought new opportunities for the Guizhou province's premium fruit industry, breaking down regional barriers and expanding market boundaries. At the same time, e-commerce has reduced marketing costs through digital marketing methods and effectively enhanced brand awareness through online communication. This article focuses on the development strategies and practices of Guizhou's premium fruit industry in the context of the e-commerce era, with the aim of helping Guizhou's premium fruit industry achieve high-quality development. Looking ahead to the future, Guizhou Province should further improve its digital infrastructure, actively cultivate versatile talents, and strive to build an industrial ecosystem to promote the transformation and upgrading of the premium fruit industry towards digitization, intelligence, and service orientation.

Keywords

E-Commerce, Premium Fruit Industry, Digital Marketing, Guizhou 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

随着互联网技术的快速发展以及电子商务的广泛普及，全球农产品流通模式经历了显著的变革。电商平台打破了传统农产品销售的地域限制，为优质农产品提供了更广阔的市场空间和更高效的流通渠道[1]。在这一背景下，中国农产品电商蓬勃发展，成为推动农业转型升级、促进农民增收的重要力量。据统计，2013年我国人均鲜瓜果消费量为37.8千克，近年来，随着消费者对果蔬需求的稳步上升，至2024年，这一数据已增长至60.8千克。贵州省位于中国西南地区，凭借其丰富的自然资源、特定的气候条件、多元的土壤类型以及深厚的传统农耕文化等得天独厚的生产要素孕育出了众多品质卓越、风味独特的精品水果[2]，如修文猕猴桃、安顺蜂糖李、罗甸火龙果等，在水果市场中逐渐崭露头角。然而，长期以来，受限于地理位置、交通条件以及传统销售模式的束缚，贵州省精品水果产业的发展潜力尚未得到充分挖掘。电商时代的到来，为贵州省精品水果产业突破既有发展瓶颈提供了前所未有的契机。电子商务平台凭借其高效便捷的信息传播能力、广泛的市场覆盖范围以及灵活多样的销售模式，显著降低了交易成本，拓宽了销售渠道[3]，使得贵州省的精品水果能够跨越地域界限，直接面向全国各地乃至全球的消费者。电商平台不仅让消费者能够深入了解贵州精品水果的品种特性、生长环境、种植流程及独特风味，还进而显著提升了这些产品的市场认知度和品牌影响力。

此外，电商模式对贵州省精品水果产业链产生了深远影响，推动了其深度变革。在生产环节，为适应电商销售对产品标准化、品质稳定性的高要求，果农和种植企业加大了在品种改良、科学种植技术应用以及果园精细化管理等方面的投入，有力促进了水果品质的整体提升。在物流配送方面，随着电商业务量的不断增加，冷链物流、快递服务等配套产业得到了持续优化，保证水果的品质。同时，电商大数据的应用使得市场需求预测更为精准，有助于果农和企业合理安排生产计划、优化产品结构，并有效降

低市场风险。然而，值得注意的是，贵州省精品水果产业在电商化发展进程中仍面临诸多挑战。诸如农村电商基础设施建设亟待加强，部分偏远地区网络覆盖不足、物流配送成本高且时效性差；果农和中小企业的电商运营能力普遍较弱，在店铺运营、营销推广、客户服务等方面缺乏专业人才和经验；品牌建设与市场推广力度不足，与国内其他知名水果产区相比，贵州精品水果的品牌知名度和市场份额仍有较大提升空间。

鉴于此，对电商时代下贵州省精品水果产业的发展策略与实践进行深入探讨具有重要的现实意义。本论文旨在通过深入剖析贵州省精品水果产业的现状，并结合电商发展的趋势与特点，探索适合贵州省情的精品水果产业电商化发展路径，以期为推动贵州省精品水果产业的高质量发展、助力乡村振兴提供理论支持与实践参考。

2. 电商时代下贵州省精品水果产业发展的现实基础

2.1. 独特的自然环境与气候优势

贵州省资源禀赋适合水果产业发展。贵州省地形丰富多样，山地与丘陵占比超过全省总面积的 90%，这种独特的地理条件为水果种植提供了利用立体气候、实现多样化种植的可能，从而确保了水果种类的多样性。同时，贵州省地处亚热带季风气候区，年平均气温适宜，雨量充沛且日照充足，这些自然条件为多种水果的优质种植提供了理想的环境。更值得一提的是，贵州的气候条件还延长了水果的生长周期，有利于水果糖分的积累和独特风味的形成，进而提升了水果的品质与口感。

劳动力资源的合理利用及其素质提升是推动高质量发展的另一关键因素。贵州省凭借其悠久的农耕历史和丰富的劳动力资源，在这一方面具备显著优势。然而，也需注意到，该省在劳动力教育水平和技能培训方面尚存在不足[4]。尽管如此，贵州省的劳动力资源仍蕴含着巨大的挖掘和提升潜力。此外，贵州全省森林覆盖率高，空气清新，水质优良且污染少，为水果生长营造了绿色、生态的环境，产出的水果在品质 and 安全性上具有明显优势，契合当下消费者对绿色、健康食品的追求，为电商销售提供了优质的产品基础。电商时代，贵州的自然资源和气候条件优势可通过互联网平台得到更好展示和推广。高清图片、视频直播等形式使消费者能直观了解贵州水果的生长环境和种植过程，进而增强购买信心。同时，电商平台利用大数据分析精准定位目标消费者，可以将贵州水果推向更广阔的市场。

2.2. 丰富的产业品类与规模效应

贵州省水果品类繁多，兼具热带与温带水果生产优势。其涵盖的品类包括猕猴桃、蓝莓、李子、百香果等。多样化的水果种类为贵州精品水果产业的发展提供了丰富的资源基础，能够充分满足不同消费者的口味偏好和需求，进而有助于拓展市场空间。此外，作为贵州的特色水果，刺梨的产业发展同样迅猛。贵州作为刺梨的原生地，拥有丰富的刺梨资源。通过产学研的紧密合作，已成功开发出刺梨果汁、果脯、保健品等多种产品，将刺梨这一山间野果成功转型为具有地域特色的精品水果产业。其产业规模持续扩大，在全国乃至国际市场上逐渐崭露头角。品类丰富且规模不断扩大的精品水果产业，为电商销售提供了充足的优质货源。

政府积极致力于培育和引进龙头企业，旨在引导整个水果产业的蓬勃发展。数据显示，截至 2020 年，贵州省水果产业已拥有 870 家龙头企业，其中 65 家被列为省级重点企业；同时，涉及果业的农民专业合作社数量高达 7273 个，其中省级示范合作社有 404 个[5]。这些企业和合作社广泛覆盖水果种植、加工、储存及销售等多个环节，形成了较为完善的产业链体系。随着种植规模的扩大和产品质量的提升，贵州的一些精品水果品牌逐渐崭露头角，如修文猕猴桃、罗甸火龙果、麻江蓝莓等。这些品牌的形成不仅提高了产品的附加值和市场知名度，还进一步推动了产业的发展，形成了良性循环。

2.3. 电商平台的赋能与创新驱动

电商平台的发展为贵州省精品水果产业的转型升级注入了新的活力。借助电商平台的赋能作用与创新驱动策略，贵州水果产业有望实现由传统农业向现代农业的深刻转变，进而提升其市场竞争力和品牌价值。电商平台的核心优势在于其能够突破地域界限，将贵州省的精品水果推广至全国乃至全球市场。相较于传统销售模式因地理距离和物流成本所造成的市场覆盖范围受限，电商平台使得消费者能够随时随地方便快捷地购买到贵州水果，从而极大地拓宽了销售渠道。同时，电商平台还可以通过大数据分析，帮助生产者优化种植结构，提高生产效率[6]。贵州精品水果产业可以通过跨境电商平台，将产品推向国际市场。例如，通过阿里巴巴国际站和亚马逊等平台，贵州的水果可以迅速进入欧美等高端市场，提升国际竞争力。此外，电商平台还可以通过区块链技术，实现产品的全程追溯，增强消费者对产品的信任感。总之，电商平台的赋能与创新为贵州精品水果产业的发展提供了新的机遇和挑战。通过充分利用电商平台的优势，贵州的水果产业可以实现从传统农业向现代农业的转型升级，提升市场竞争力和品牌价值。

2.4. 市场需求增长与消费升级趋势

随着生活水平的提高和健康意识的增强，消费者对精品水果的需求不断增加。特别是在电商时代，消费者可以通过互联网轻松获取各种水果的信息，并进行比较和选择。这种市场需求的增长为贵州精品水果产业的发展提供了广阔的空间。贵州的水果以其独特的口感和营养价值，逐渐在市场上树立了良好的口碑。例如，贵州的猕猴桃因其高维生素 C 含量和独特的风味，深受消费者喜爱。此外，贵州的蓝莓也因其丰富的抗氧化物质和健康功效，成为市场上的热门产品。在电商平台上，这些高品质水果可以通过精准营销和个性化推荐，迅速吸引目标消费者。消费升级趋势也为贵州精品水果产业带来新机遇，消费者对食品安全和品质要求不断提高，电商平台展示贵州水果的绿色有机种植过程，满足消费者对高品质生活追求。同时，用户评价和反馈帮助生产者改进产品质量和服务水平，提升市场竞争力[7]。总之，市场需求增长与消费升级趋势为贵州精品水果产业发展提供强大动力，通过电商平台赋能，可以实现贵州水果产业从传统农业向现代农业的转型升级，提升市场竞争力和品牌价值。

3. 电商时代下贵州省精品果业高质量发展的现实困境

3.1. 供应链与物流体系不完善

尽管贵州省在农村物流体系建设方面已取得初步进展，然而，其整体物流配送体系目前仍难以充分满足精品水果产业对高质量物流服务的需求。首先，贵州多山地，地形复杂，交通建设难度大，部分偏远水果产区的道路状况不佳，导致运输车辆通行效率低，水果从果园到物流站点的“最初一公里”运输时间长、成本高。即便有物流网点覆盖，在水果集中上市期，运输压力骤增，物流车辆调配困难，时常出现延误情况。其次，冷链物流设施的布局尚待完善。鉴于贵州气候湿润多雨的特点，水果极易腐烂变质。因此，在采摘后，水果需立即进行冷藏处理，并采用冷链运输方式，以确保其新鲜度与品质得以保持。目前，仅部分主要水果产区配备了冷链物流设施，还有大量地区缺乏冷藏保鲜设备，水果在常温下运输，损耗率居高不下。此外，冷链物流的技术水平有限，温度、湿度调控不够精准，难以保证水果在运输过程中的品质稳定性[8]，影响了消费者对贵州精品水果的体验和口碑。

3.2. 电商专业人才匮乏

电商时代的精品果业发展离不开专业电商人才的支撑，然而贵州省在这方面存在较大缺口。首先，由于贵州地处内陆，经济发展水平相对滞后，对电商专业人才的吸引力较弱，难以留住优秀人才。高校

培养的电商专业毕业生，大多选择前往经济发达地区就业，回到贵州投身果业电商的人数有限。其次，现有的果农和水果企业从业者普遍缺乏电商专业知识和技能。他们对电商平台的运营规则、网络营销技巧、数据分析等方面了解甚少，难以有效开展线上销售业务。尽管政府组织了一些电商技能培训，但培训内容和形式往往难以满足实际需求，培训效果不佳。例如，部分培训课程过于理论化，缺乏实践操作指导，导致从业者在培训后仍无法独立运营电商店铺。人才的短缺严重制约了贵州精品果业电商业务的拓展和创新，阻碍了产业的数字化转型和高质量发展。

3.3. 产品标准化程度低

水果产品的标准化是实现产业高质量发展和电商销售的重要基础，但贵州省精品果业在产品标准化方面存在明显不足。不同果园、不同农户种植的水果，在果实大小、外观色泽、口感风味、糖分含量等方面差异较大，缺乏统一的生产标准和质量分级体系。这使得在电商销售过程中，难以保证产品质量的一致性和稳定性，容易引发消费者投诉，影响品牌形象和市场口碑。同时，水果的包装、标识也缺乏标准化规范。包装材料、尺寸、设计各不相同，不仅增加了物流成本，还不利于品牌的统一传播。而且，产品标识信息不完整，缺乏对水果品种、产地、种植方式、营养成分、保质期等关键信息的清晰标注，无法满足消费者对产品信息透明化的需求。产品标准化程度低，限制了贵州精品水果在电商平台上的规模化销售和品牌化发展，阻碍了产业向高质量方向迈进。

3.4. 品牌营销不足

品牌对于提升产品附加值及市场竞争力具有关键作用，然而，贵州省精品果业在品牌建设与推广方面面临诸多挑战。具体而言，品牌数量众多，缺乏具有全国乃至国际广泛影响力的领军品牌[9]。省内各地虽积极培育地方特色水果品牌，但由于缺乏统一规划和整合，品牌之间同质化严重，品牌定位模糊，未能充分挖掘水果背后的文化内涵和地域特色，难以在消费者心中形成独特记忆点。另一方面，品牌推广力度不足。多数果农和水果企业受限于资金和营销能力，在品牌宣传上投入较少，主要依赖传统的线下渠道进行销售，对线上营销渠道的利用不够充分。在互联网时代，电商平台为品牌推广提供了广阔空间，但贵州精品果业在社交媒体、电商直播等新兴营销方式上的应用还不够成熟，品牌曝光度低，市场知名度难以提升。这导致贵州精品水果在市场上的价格优势不明显，产品附加值难以提高，制约了产业的高质量发展。

4. 电商时代下贵州省精品果业高质量发展的建议

4.1. 完善基础设施建设

针对贵州省复杂地形所带来的运输难题，政府应加大对偏远水果产区道路交通建设的投资力度，着手拓宽并修缮现有道路，科学规划并建设新的物流通道，提升运输车辆的通行效率[10]，缩短“最初一公里”运输时长。在水果集中上市期，建立物流协调机制，整合物流资源，提前调配车辆，保障运输顺畅。冷链物流方面，政府可出台补贴政策，鼓励物流企业在水果产区及周边建设更多冷链物流设施，实现均衡布局。同时，推动产学研合作，引进先进的冷链技术，提升冷链设备的温度、湿度精准调控能力，降低水果损耗率。构建智能化物流管理系统，实时跟踪水果运输状态，及时反馈物流信息，让果农、企业和消费者都能随时掌握水果运输情况，提升物流服务质量，为精品果业发展提供坚实物流保障。

4.2. 加强电商人才培养与引进

为吸引电商专业人才投身贵州精品果业，政府可出台人才引进优惠政策，如提供住房补贴、人才奖

励基金、创业扶持等，改善人才发展环境。高校应加强与本地水果企业的合作，根据产业需求优化电商专业课程设置，增加实践教学环节，培养出更多适应贵州果业电商发展的应用型人才。定期举办电商培训班和研讨会，邀请行业专家授课，提升从业人员的专业技能和管理水平。针对现有的果农和企业从业者，开展多层次、多样化的电商技能培训。培训内容应注重实用性，涵盖电商平台操作、网络营销技巧、客户服务等方面，并邀请行业专家进行现场指导和案例分析。建立培训效果跟踪机制，对培训后学员的实际操作能力进行评估，确保培训切实提升从业者电商运营水平，为精品果业电商发展提供充足的人才支持。

4.3. 推进产品标准化进程

由农业部门、行业协会联合相关科研机构，制定贵州精品水果从种植、采摘到包装的全流程统一标准。明确水果的果实大小、外观色泽、口感风味、糖分含量等质量指标，建立科学的质量分级体系，引导果农按照标准进行生产，确保水果品质一致性。规范水果包装和标识，统一包装材料、尺寸和设计风格，突出贵州精品水果品牌形象。在产品标识上，详细标注水果品种、产地、种植方式、营养成分、保质期等关键信息，满足消费者对产品信息透明化的需求。通过推行标准化，提升贵州精品水果在电商平台上的辨识度和美誉度，为规模化销售和品牌化发展奠定坚实基础。

加工环节是提升水果附加值的关键。省内需大力发展水果深加工产业，延长产业链，提高经济效益，积极开发多样化的产品。除了鲜果销售，还应开发果汁、果干、果酒、果酱等多种深加工产品，满足不同消费者的需求。积极引进先进设备，通过引进先进的加工设备和技术，提高加工效率和产品质量，确保深加工产品的市场竞争力和品牌价值。企业需精准把握市场需求，从消费者视角出发进行产品加工与生产，以确保销售渠道的畅通。同时，应加大数字化农业政策的普及服务力度，使农户能够更深入地了解 and 有效利用当地农业政策[4]。通过实施农业政策推广服务，小农户能够获取更为全面的当地农业政策信息，进而充分利用各项惠农政策，提高农业生产效率，并有效降低生产成本[11]。

4.4. 强化品牌建设推广

在电商时代，品牌建设与推广是提升贵州省精品水果产业市场竞争力的关键。贵州省应结合自身的自然资源和气候优势，明确精品水果的品牌定位，突出区域特色。具体而言，可通过电商平台的高清图片、视频直播等形式，展示水果的生长环境和种植过程，将“绿色、有机、高品质”确立为品牌的核心价值，同时强调贵州水果的独特口感与卓越营养。还可通过地理标志认证和区域公用品牌建设，打造具有地方特色的水果品牌，如“贵州猕猴桃”“贵州刺梨”等，提升品牌的市场辨识度和竞争力。此外，需深入挖掘贵州水果背后的历史文化底蕴、民族风情以及独特的自然环境优势，精准塑造品牌形象，并赋予品牌独特的文化内涵，使消费者能够清晰识别并铭记贵州精品水果品牌。在品牌推广上，政府和企业应加大资金投入，充分利用电商平台、社交媒体、短视频等线上渠道进行全方位宣传。组织开展水果文化节、电商直播带货大赛等活动，邀请知名主播、网红参与，提高品牌曝光度。鼓励企业参加国内外农产品展销会，展示贵州精品水果，拓展市场份额，提升品牌国际影响力，通过品牌驱动提升产品附加值和市场竞争力。

参考文献

- [1] 徐京波. 电商助农背景下农产品流通体系创新与路径优化研究[J]. 农业经济, 2025(2): 136-138.
- [2] 朱朝健, 杨建春, 李素华. 贵州省水果三产融合发展现状及策略[J]. 中国果树, 2021(12): 83-88.
- [3] 蒙菊花, 马璐, 李良, 等. 乡村振兴背景下水果电商营销环境的 SWOT 分析与发展路径探析[J]. 中国果树,

2022(8): 92-97.

- [4] 朱满德, 邹英男. 要素禀赋视角下贵州省精品果业高质量发展研究[J]. 贵阳市委党校学报, 2024(1): 10-16.
- [5] 王哲捷, 徐十, 王永平. 贵州水果产业发展现状及高质量发展对策[J]. 北方园艺, 2022(6): 137-144.
- [6] 罗猛, 林万龙. 农产品电商发展现状、困境与未来支持政策[J]. 世界农业, 2024(12): 37-50.
- [7] 谢瑾岚. 居民食物消费升级与我国农业转型发展[J]. 农村经济, 2020(6): 66-73.
- [8] 王晓丹, 沈思强. 大数据在水果冷链供应链中的应用[J]. 中国果树, 2021(1): 100-103.
- [9] 赵家进, 赵晓晨, 杨莹彪, 等. 我国水果产业地理标志发展现状及对策[J]. 中国果树, 2023(3): 135-140.
- [10] 胡果. 山西省主要水果区域布局及果旅融合趋势研究[J]. 中国果树, 2023(11): 125-129.
- [11] 刘冬文, 苗哲瑜, 周月书. 数字化“金融 + 产业”模式: 农业社会化服务创新的机理与案例分析[J]. 农业经济问题, 2023(9): 96-109.