

电商视域下农产品上行的路径研究

曹丹妮

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年3月13日; 录用日期: 2025年3月27日; 发布日期: 2025年4月27日

摘要

随着互联网的飞速发展, 电子商务已渗透到社会经济的各个领域, 特别是在农村地区, 电商为农产品的销售提供了新的路径。农产品上行作为农村电商的重要组成部分, 旨在将优质农产品从农村输送到城市及全球市场。然而, 农产品上行面临诸多挑战, 如物流成本高、品牌建设难、农产品标准化不足等。本文基于电商视域, 探讨了农产品上行的困境, 并提出了相应的解决路径。通过政府支持、企业参与、农户自身努力等多方面的共同努力, 可以有效推动农产品上行, 助力乡村振兴。

关键词

电商视域, 农产品上行, 乡村振兴

Research on the Upstream Path of Agricultural Products from the Perspective of E-Commerce

Danni Cao

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 13th, 2025; accepted: Mar. 27th, 2025; published: Apr. 27th, 2025

Abstract

With the rapid development of the Internet, e-commerce has penetrated various fields of the social economy, especially in rural areas, where e-commerce provides new pathways for the sale of agricultural products. As an important component of rural e-commerce, the upstream of agricultural products aims to transport high-quality agricultural products from rural areas to urban and global markets. However, the upstream of agricultural products faces many challenges, such as high logistics costs, difficult brand building, and insufficient standardization of agricultural products. Based

on the perspective of e-commerce, this article explores the dilemmas of the upstream of agricultural products and proposes corresponding solutions. Through the joint efforts of government support, corporate participation, and farmers' own efforts, the upstream of agricultural products can be effectively promoted to help rural revitalization.

Keywords

Perspective of E-Commerce, The Upstream of Agricultural Products, Rural Revitalization

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

随着电子商务的兴起,农村地区开始享受到互联网带来的红利。农产品上行作为农村电商的核心环节,是指将农村生产的农产品尤其是优质农产品销往城市的过程。与工业品下行(即工业品走向农村市场)相对应,农产品上行既关系到农民增收,又影响着城市居民的生活质量[1]。农产品上行不仅仅是简单的网上卖东西,而是全方位的农产品生产销售方式变革,这包括为农户提供信息服务、农产品生产加工、农产品线上销售、网上支付以及品牌宣传、农产品物流供应链管理及售后服务等。新时代创新农产品上行,旨在借助互联网科技,拓宽销售网络,打破地域限制,提升农产品附加值。通过电商、直播等多元化手段,促进农民增收,加速农业现代化,推动乡村振兴,实现城乡经济一体化,助力农业高质量发展。

2. 电商视域下农产品上行的价值意蕴

在电商视域下,农产品上行作为乡村振兴的关键一环,近年来取得了显著进展,其价值意蕴主要体现在三个方面。

2.1. 促进农民增收与农村经济发展

农产品上行通过互联网技术,将农产品从农村生产地直接销售到全国各地,特别是城市市场,从而打破了传统销售渠道的限制,这种销售模式的变革,不仅为农户提供了更广阔的市场,还增加了他们的销售渠道和收入来源。通过电商平台,一方面,农户可以直接与消费者对接,减少中间环节,提高农产品的销售价格,进而实现增收。这种直销模式能够使农户获得更高的利润,从而激励他们投入更多资源和精力来提升农产品的质量和产量。另一方面,农产品上行还促进了农村电商、物流等相关产业的发展,为农村经济注入了新的活力。电商平台的兴起,使得农产品的销售不再局限于传统的农贸市场和批发商,而是能够通过互联网触及更广泛的消费群体。农村地区开始涌现出更多的创业机会和产业形态,如农产品加工、乡村旅游、特色手工艺品等。这些新兴产业的发展不仅为农户提供了更多的增收途径,还丰富了农村经济的内涵,推动了农村经济的多元化和可持续发展。

2.2. 推动农业现代化与产业升级

随着消费者对农产品品质和多样性的需求不断增加,农产品上行要求农户不断提高农产品的生产标准和品质,以满足市场需求。这促使农户们不得不摒弃传统的粗放式生产方式,转而采用先进的农业技

术和管理模式，如精准农业、智能灌溉、病虫害绿色防控等，以提高农业生产效率和产品质量。这些技术的应用不仅提高了农产品的产量和品质，还减少了化肥和农药的使用，保护了生态环境，实现了农业的绿色可持续发展。同时，农产品上行还推动了农业产业链的延伸和升级，形成了产、供、销、存一体化的农业闭环生态链系统。这一系统涵盖了从农业生产到市场销售的各个环节，包括种子选育、种植管理、采摘加工、包装运输、仓储销售等，每个环节都紧密相连，形成了一个高效协同的整体。这种产业链的升级，不仅提高了农产品的附加值，还促进了农业与其他产业的融合发展，如农业与旅游、文化、教育等产业的结合，形成了农业观光、乡村旅游、农产品电商等新型业态，为农业现代化和产业升级提供了有力支撑。

2.3. 助力乡村振兴与城乡协调发展

农村电商产业发展在农业产业基础建设、商品流通标准化、振兴县域与乡村经济、创造就业岗位等诸多方面发挥重要作用[2]。通过农产品上行，农村地区的优质农产品得以进入城市市场，提高了农产品的知名度和品牌价值，这不仅有助于提升农村地区的形象和影响力，还吸引了更多的城市消费者关注和支持农村发展，形成了城乡之间的良性互动。农产品的流通和销售带动了农村相关产业的发展，如物流、仓储、包装等，也为农村创造了更多的就业机会，使农村青年能够在家乡找到适合自己的工作，减少对城市的过度依赖。农产品上行还推动了城乡产业的协同发展。随着农产品上行规模的扩大和范围的拓展，城乡之间的产业联系日益紧密。城市可以为农村提供先进的技术、资金和市场信息，而农村则可以为城市提供优质的农产品和丰富的生态资源。这种城乡之间的互动和融合，有助于形成优势互补、资源共享的发展格局，进一步缩小城乡差距，推动城乡协调发展。此外，农产品上行还促进了城乡文化的交流和融合。随着农产品的流通和销售，农村的文化和习俗也得以传播和展示给更多的城市消费者。这种文化的交流和融合不仅丰富了城市的文化生活，也提高了农村文化的知名度和影响力，有助于形成城乡文化共融共生的良好局面。

3. 电商视域下农产品上行的困境

农产品上行是农村电商发展的重要组成部分，它不仅促进了农产品的销售，也带动了农村经济的发展。然而，农产品上行并非一帆风顺，它面临着诸多挑战。

3.1. 农产品标准化与质量安全问题

农产品标准化是农产品上行的重要基石。一方面，标准的存在有助于对生产者进行指导与监督；另一方面，标准可以实现对食品的质量等级区分，有利于消费者对食品质量的识别，从而有利于实现优质优价[3]。然而，农产品种类繁多且生产条件各异，使得农产品在品质、规格等方面难以实现统一，这直接影响了农产品的销售表现和市场竞争力，进而限制了农产品上行的发展空间。农业生产自身的分散性和周期性特征，无疑加剧了这一问题的复杂性。农户们往往各自为政，缺乏统一的生产指导和质量控制体系，加之部分农户对于标准化生产理念的认识不足，使得农产品在质量上呈现出较大的波动性，难以满足消费者对无公害产品、有机农产品、绿色食品等标准化产品的需求。这种质量的不稳定性不仅影响了消费者的购买决策，也增加了农产品在市场上的不确定性和风险。更为严峻的是，当前拥有 QS (质量安全)认证的农产品企业数量有限，农产品是否符合规范、质量是否安全可靠等问题，已成为制约农产品上行的重要因素。除此之外，农产品市场的同质化现象日益凸显，包括产品、经营模式以及营销策略的同质化[4]，这种同质化竞争不仅降低了农产品的附加值，也加剧了市场的无序状态，使得优质农产品难以脱颖而出，进一步加大了农产品上行过程中的挑战与困难。因此，加强农产品标准化建设，提升农产品质量与安全水平，打破同质化困境，已成为推动农产品上行不可或缺的关键举措。

3.2. 物流基础设施建设滞后

物流建设的滞后无疑是农产品上行过程中的另一重大挑战。尽管近年来国家加大了对农村物流体系的投入与优化,使得农村物流的基础设施和服务水平有了显著提升,但与城市相比,农村物流领域依然存在着不可忽视的差距,这种差距主要体现在物流效率、服务覆盖面以及物流成本控制等多个方面。由于农村人口居住分散,加之部分偏远地区道路条件有限,使得农村物流的“最后一公里”配送问题尤为突出。尽管各级政府和物流企业已采取了一系列措施来改善这一状况,如增设配送站点、优化配送路线等。但由于当前农产品冷链物流服务网络的技术标准尚未健全,各环节的操作方式和管理流程存在较大差异。一方面是因为农村市场的农产品个体农户和中小物流企业规模小而散。截止到2021年10月,江苏共有冷链物流企业670家,其中年营业额超过2000万元的仅占20%。另一方面是因为农产品冷链物流涉及多个行业,包括农业、物流、食品等,行业之间缺乏有效的协调与合作,导致标准化工作难以推进和统一[5]。这也直接导致了农产品从产地到消费者手中的物流成本增加,同时也延长了农产品的运输时间。例如,对于生鲜农产品而言,由于其高度易腐易损的特性,对物流的要求更为严苛。然而,目前农村地区的冷链物流体系尚处于起步阶段,无论是冷藏设施的普及程度,还是冷链物流的管理水平,都远未达到满足生鲜农产品流通需求的标准。这不仅使得生鲜农产品在运输过程中的损耗率居高不下,严重影响了农产品的最终品质和新鲜度,还直接降低了消费者的购买体验和满意度。长此以往,将对农产品的市场竞争力以及农产品上行的可持续性产生不利影响。

3.3. 专业人才与品牌建设缺失

当前,农村地区电子商务专业人才供不应求,成为农产品上行的一大阻碍。农产品上行需要掌握农业产业、电商运营、营销推广等多方面技能的人才支持。然而,由于农村地区的配套设施不完善、工资待遇相对较低等原因,电商人才难以引进和留住。大部分农业经营户没有受过专业的电商教育,不懂得如何运用电商平台进行农产品销售,这些人对电商平台的运作机制、市场趋势及消费者偏好缺乏深入了解,导致农产品在市场推广、包装设计、客户服务等关键环节力不从心。因此不仅限制了农产品的销售渠道拓展,也削弱了其在市场中的竞争力。在品牌建设方面,许多农业经营者对品牌塑造的认知局限于商标注册,未能深刻意识到品牌定位、传播策略及长期维护的重要性。专业品牌建设团队的缺失,使得农产品在品牌故事的构建、形象塑造及市场认可度提升上举步维艰。同时,虽然部分农产品具有独特的地理标识和文化内涵,但由于缺乏有效的品牌宣传和推广,导致这些农产品的知名度和影响力有限。更深层次地,农业经营者的短视思维也是品牌建设缺失的一大根源。过分追求短期经济效益,而忽视了品牌建设的长期投资价值,导致农产品在市场洪流中缺乏鲜明的身份标识与消费者忠诚度。

4. 电商视域下农产品上行的影响因素分析

第一、产品因素。首先,农产品的质量是消费者购买决策的重要因素。农产品的新鲜度、口感、营养成分等都会直接影响消费者的购买意愿。因此,提高农产品质量是推动农产品上行的关键。其次,具有地方特色的农产品往往更容易吸引消费者的注意。这些特色可能体现在农产品的品种、种植方式、文化背景等方面。因此,挖掘和突出农产品的特色是推动其上行的有效途径。最后,农产品标准化程度不同。标准化的农产品更容易进行线上销售和物流配送。通过制定统一的标准,可以确保农产品的品质、规格和包装等一致性,提高物流效率,降低运营成本。

第二、市场因素。市场需求是决定农产品上行成功与否的关键因素。了解并满足消费者的需求是农产品上行的核心。消费者的偏好会影响他们对农产品的选择。例如,一些消费者可能更倾向于购买有机、无污染的农产品。因此,了解消费者偏好并据此调整农产品生产和销售策略是至关重要的。此外,农产

品市场的竞争格局也会影响其上行。在竞争激烈的市场中，农产品需要具有独特的竞争优势才能脱颖而出。因此，需要不断创新，提高农产品的附加值和竞争力。

第三、技术因素。首先体现在电商平台的技术水平上。电商平台的技术水平直接影响农产品的线上销售效果。先进的电商平台可以提供更好的用户体验、更高效的物流配送和更精准的营销推广。通过大数据、人工智能等技术手段，可以更加精准地了解市场需求和消费者偏好，为农产品生产和销售提供有力支持。因此，需要不断加强电商平台的技术创新和优化。其次体现在物流技术上，物流技术是农产品上行的重要环节。高效的物流技术可以确保农产品在运输过程中的新鲜度和安全性，提高物流效率，降低运营成本。

第四、政策因素。政策影响农产品上行行为。政府可以通过提供资金扶持、税收优惠等政策措施，鼓励企业和农户积极参与农产品上行。同时法律法规的完善程度也会在一定程度上影响农产品上行。健全的法律法规可以保障农产品的质量和安全，维护消费者的权益，为农产品上行创造良好的市场环境，反之，缺乏完善的法律法规，会导致农产品市场出现恶性竞争、价格操纵等不正当行为，既破坏市场环境，又损害合法经营者和消费者的权益。

5. 电商视域下农产品上行的路径探索

在电商视域下，农产品上行需要采取一系列策略来应对挑战、抓住机遇。这些策略包括政府支持、企业参与、农户自身努力等方面。

5.1. 政府支持

政府在农产品上行中发挥着重要作用。只有正确认识农村电商的作用及其局限性，对其进行合理定位，制定合理的农村电商发展战略，不断改善农村电商发展环境，才能减少农村电商发展政策的盲目性，实现农村电商的健康发展。

政府可以通过政策支持、资金投入等方式，为农产品上行创造有利条件。首先，政府可以出台一系列扶持政策，如税收优惠、资金扶持等，鼓励企业和农户参与农产品上行。其次，政府应加大对农村基础设施建设的投入力度，包括交通、通信、仓储等方面。通过改善基础设施条件，降低农产品在运输和储存过程中的损耗和成本，提高农产品的市场竞争力。最后，物流体系是农产品上行的关键，政府应加大对农村物流基础设施的投入，包括仓储、运输车辆和配送站点等。

然而政府的支持农产品上行过程中，如何根据不同类型的农产品提出差异化的解决方案？对于特色农产品，政府应重点扶持并打造品牌。首先，政府可以设立特色农产品品牌建设专项基金，用于支持特色农产品的研发、包装设计、营销推广等环节。同时，组织专业团队对特色农产品进行深度挖掘和文化赋值，提升其品牌价值和市场竞争力。在实施方案上，政府可以举办特色农产品电商大赛，鼓励电商企业积极参与，通过电商平台推广特色农产品，扩大其知名度和影响力。此外，政府还可以与电商平台合作，开设特色农产品专区，提供流量支持和优惠政策，吸引更多消费者关注和购买；对于易腐农产品，政府应加强冷链物流体系建设，确保其在运输过程中的新鲜度和安全性。例如政府可以投入资金建设冷链物流基础设施，如冷库、冷藏车等，并鼓励企业采用先进的冷链物流技术和管理模式。同时，政府可以提供冷链物流补贴，降低企业运营成本，鼓励其积极参与易腐农产品的电商销售。此外，政府还可以加强对易腐农产品电商企业的监管，确保其符合食品安全标准，保障消费者权益；对于大宗农产品，政府应优化物流路径和运输方式，降低运输成本，提高物流效率。实施方案上，政府可以与物流企业合作，建立大宗农产品物流联盟，通过规模化、集约化的运输方式降低物流成本。同时，政府可以鼓励企业采用先进的物流管理技术和设备，如物联网、大数据等，实现物流过程的可视化和智能化管

理,提高物流效率。此外,政府还可以加强对大宗农产品电商市场的监管,防止恶性竞争和价格操纵,维护市场秩序。

5.2. 企业参与

企业在农产品上行中发挥着重要作用。企业可以通过参与农产品上行,实现自身发展和社会责任的双重目标。企业加强与农户的合作构建了一种双赢的生态系统,这种长期稳定的合作关系,不仅确保了企业能够获得持续、高质量的农产品供应,满足了市场对绿色、健康、高品质农产品的需求,同时也为农户提供了稳定的销售渠道,保障了他们的经济收益,增强了抵御市场风险的能力。通过企业的介入,农户得以从传统的销售模式中解放出来,接触到更广阔的市场,实现收入的显著提升和生活质量的改善。

企业如何参与农产品上行过程,主要分为以下三类。对于特色农产品,企业应与农户建立长期稳定的合作关系,深入挖掘特色农产品的独特价值,共同制定生产标准和品质保障措施。企业可以为特色农产品提供定制化的电商服务,包括店铺设计、产品拍摄等,提升线上展示效果。同时,通过品牌营销与推广,如故事化营销、精准营销等手段,增强消费者对特色农产品的认知。此外,企业还组织直播带货、参与电商节庆促销等活动,进一步提升特色农产品的知名度和销量。对于易腐农产品,企业注重冷链物流体系的建设。企业投资建设冷链物流基础设施,与第三方物流企业合作建立高效的冷链物流网络,确保易腐农产品在运输过程中的新鲜度和安全性。同时,企业利用大数据分析技术快速响应市场需求,实时调整供应策略和库存水平。在包装方面,企业研发环保包装材料和技术,降低包装成本和环境污染,提升易腐农产品的品牌形象。对于大宗农产品,企业采取规模化采购与供应的策略。企业与农户签订长期采购合同,确保稳定供应和价格合理。通过规模化采购和集中销售,降低采购成本和销售费用。同时,企业引入先进的供应链管理理念和技术,优化大宗农产品的供应链流程,建立供应链信息共享平台,实现各方信息互通和协同作业。此外,企业还对大宗农产品进行品牌化打造,通过差异化策略满足消费者的多样化需求,提升产品的附加值和市场竞争力。

5.3.. 农户自身努力

农户在农产品上行过程中发挥着主体作用,农户首先应专注于提升农产品的质量和独特性。农户可以通过自身努力,逐步引入标准化生产流程,实现农产品品质一致性,从而提高农产品的质量和竞争力,实现收入增长。同时采用生态种植、有机耕作等现代农业技术,提高农产品的营养价值和口感;结合地域特色,开发具有地方特色的农产品,如特色水果、有机蔬菜、手工艺品等,以满足市场对差异化、高品质农产品的需求。在农产品同质化过程中,如何让外表趋同的农产品脱颖而出,其核心在于如何在农产品的物质的经济的属性之上附加上休闲的、养生的、身份的、甚至审美的文化意义[6]。农产品上行不仅仅是商品流通的过程,更是传承农耕文化、展现地方特色与风土人情的重要途径。其次,由于互联网的普及,电商平台已成为农产品上行的重要渠道。农户可以通过参加电商培训、自学网络营销知识,掌握电商平台操作技巧,如开设网店、直播带货等,将农产品直接推向更广泛的消费者群体。除了线上电商平台,农户还可以探索线下体验店、农产品市集、社区团购等多种销售渠道,让消费者直观感受农产品的品质,增强信任感。

6. 结语

电商视域下,农产品上行展现出巨大的市场潜力和发展空间。通过电商平台,农产品能够跨越地域限制,直面更广阔的消费市场,为农民带来了实实在在的增收。农产品品牌化、标准化以及供应链优化成为推动农产品上行的关键要素。展望未来,随着电商技术的不断发展与农村电商生态系统的日益完

善,农产品上行之路将更加宽广[7]。在农户与政府、企业的共同努力下,农产品上行将成为推动农业现代化、实现乡村振兴的强大动力,为农村经济的繁荣发展注入新的活力。

参考文献

- [1] 曾亿武,马长江,李丽莉,等.直播电商与农产品上行价值重构:机理与实现路径[J].农业经济问题,2022(2):108-117.
- [2] 王小莉.农村电商助推科技振兴乡村作用机制研究[J].价格理论与实践,2023(2):166-169+204.
- [3] 陶善信,李丽.农产品质量安全标准对农户生产行为的规制效果分析——基于市场均衡的视角[J].农村经济,2016(2):8-13.
- [4] 王石林生.微观视角下的农产品电子商务同质化竞争研究[J].商业经济研究,2017(2):78-80.
- [5] 陶春柳.江苏农产品冷链物流服务网络向乡村下沉的问题与对策研究[J].江苏农业科学,2024,52(1):248-255.
- [6] 郝国强.特色农产品电商营销模式及技术支持研究[J].广西民族大学学报(哲学社会科学版),2019,41(1):77-84.
- [7] 易法敏,古飞婷,刘晓风.平台资源编排、价值共创与农村电商生态系统演化[J].农业经济问题,2024(9):94-109.