

乡村振兴战略下金乡大蒜电商发展的困境与突破路径研究

杨培泉^{1*}, 李晶^{2#}

¹甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

²甘肃省社会科学院农村发展研究所, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年3月19日; 录用日期: 2025年4月2日; 发布日期: 2025年5月7日

摘要

在乡村振兴战略的推动下, 农产品电商成为促进农业发展和农民增收的关键力量。金乡县作为“中国大蒜之乡”, 大蒜产业历史悠久、规模庞大, 近年来其大蒜电商发展迅速, 在销售规模、市场覆盖范围、电商主体数量等方面成绩显著, 有力推动了当地经济发展和农民增收。然而, 金乡大蒜电商发展过程中也面临诸多困境, 如基础设施建设不完善, 人才队伍建设不健全, 品牌体系建设不充分等。为此, 本文提出针对性突破路径, 包括加强网络、物流等基础设施建设, 完善冷链物流体系; 构建多元化人才培养体系, 出台人才政策吸引和留住人才; 精准定位品牌, 综合运用多种渠道推广品牌, 加强品牌保护。以期推动金乡大蒜电商持续健康发展, 助力乡村振兴战略深入实施。

关键词

乡村振兴, 金乡大蒜, 农产品电商, 发展困境, 突破路径

Research on the Dilemmas and Breakthrough Paths of the E-Commerce Development of Jinxiang Garlic under the Rural Revitalization Strategy

Peiquan Yang^{1*}, Jing Li^{2#}

¹College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

²Rural Development Research Institute of Gansu Academy of Social Sciences, Lanzhou Gansu

Received: Mar. 19th, 2025; accepted: Apr. 2nd, 2025; published: May 7th, 2025

*第一作者。

#通讯作者。

文章引用: 杨培泉, 李晶. 乡村振兴战略下金乡大蒜电商发展的困境与突破路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 82-87. DOI: 10.12677/ecl.2025.1451242

Abstract

Driven by the Rural Revitalization Strategy, agricultural product e-commerce has emerged as a crucial force in promoting agricultural development and increasing farmers' incomes. Jinxiang County, known as the "Garlic Capital of China," boasts a long-standing and large-scale garlic industry. In recent years, its garlic e-commerce has witnessed rapid development, achieving remarkable results in terms of sales scale, market coverage, and the number of e-commerce entities. This has effectively propelled local economic development and farmers' income growth. However, the development of Jinxiang garlic e-commerce also faces numerous challenges. For example, the infrastructure construction is incomplete, the talent team building is inadequate, and the brand system construction is insufficient. Therefore, this paper proposes targeted breakthrough paths. These include strengthening the construction of infrastructure such as networks and logistics, improving the cold-chain logistics system, establishing a diversified talent cultivation system, formulating talent policies to attract and retain talents, precisely positioning the brand, comprehensively using multiple channels to promote the brand, and strengthening brand protection. The aim is to promote the sustainable and healthy development of Jinxiang garlic e-commerce and contribute to the in-depth implementation of the Rural Revitalization Strategy.

Keywords

Rural Revitalization, Jinxiang Garlic, Agricultural Product E-Commerce, Development Dilemmas, Breakthrough Paths

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

乡村振兴战略是我国解决“三农”问题，着力实现农村产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总目标，是实现农业农村现代化的重要举措[1]。在乡村振兴的大背景下，农产品电商作为一种新兴的商业模式，正逐渐成为推动农业发展、促进农民增收的重要力量。农产品电商的发展，不仅能够拓宽农产品的销售渠道，提高农产品的流通效率，还能够促进农业产业结构的调整和升级，推动农村经济的多元化发展[2]。

金乡县作为“中国大蒜之乡”，种植大蒜超过两千余年历史悠久，种植面积常年在 60 万亩左右，产量和质量均位居全国前列。金乡大蒜以其蒜头大、皮色白、肉质脆、辣味适中、营养丰富等特点，深受国内外消费者的喜爱。近年来，金乡县积极推进大蒜产业的转型升级，大力发展大蒜电商，取得了显著的成效。然而，在金乡大蒜电商发展的过程中，也面临着一些问题和挑战，如基础设施条件落后、缺少专业电商人才、品牌能力建设不足等发展阻碍，这些因素制约了金乡大蒜电商的进一步发展。

2. 金乡大蒜产业与电商发展现状分析

金乡作为中国大蒜的主要种植产地之一，在全国范围享有盛名，其大蒜产业的发展也带动了相关配套产业的兴起，促进了一二三产业融合发展。形成了完整的产业链条[3]。首先，从种植面积和大蒜产量来看，从 2015~2024 年间，金乡县大蒜种植面积从 56.5 万亩增长至 59.1 万亩，增长率为 4.6%，从鲜蒜

产量来看, 金乡大蒜年产量从 2015 年的 63.42 吨上涨至 103.6 吨, 增长率高达 63.5%¹。从这两组数据可以看出金乡县大蒜种植技术在飞速发展, 大蒜种植业的收益率也在与日俱增。其次, 从产业发展来看, 一方面金乡县积极推进大蒜种植标准化, 建立了完善的质量监管体系, 从选种、播种、田间管理到收获、储存等各个环节, 都制定了严格的标准和规范, 确保了金乡大蒜的高产优质。另一方面, 金乡县大蒜产业具有从种植到销售的完整产业链条和齐全配套产业[4]。在种植环节, 金乡县拥有众多的农资供应商, 为蒜农提供优质的种子、化肥、农药等农资产品。在收获季节, 金乡县具有大量的熟练劳动力投入到大蒜的采收、分拣、包装工作中, 同时, 现代化的机械设备如大蒜收获机、自动分拣设备等也得到了广泛应用, 提高了生产效率。在加工环节, 金乡县拥有规模以上大蒜加工企业 128 家, 年加工能力达 110 万吨, 研制开发出蒜油、蒜粉、蒜蓉、硒蒜胶囊、黑蒜制品、大蒜多糖等 40 余种深加工产品, 实现了大蒜从初级农产品到高附加值产品的转变。在储存环节, 金乡县建有 3 处农业部定点市场, 冷藏能力 480 万吨, 大小冷库遍布全县各地, 能够对大蒜进行长期储存和保鲜, 调节市场供需, 具有充分冷链物流基层。

随着互联网技术的飞速发展和乡村振兴战略的深入实施, 金乡大蒜电商发展迅速, 规模不断扩大, 成为推动金乡大蒜产业发展和农民增收的重要力量。近年来, 金乡大蒜电商的销售数据呈现出强劲的增长趋势。2023 年, 金乡大蒜快递业务量达到 2425 万件。到了 2023 年, 金乡大蒜及其加工制品网络零售额达到 5 亿元, 占全部销售额的 8%, 同比增长 20%², 这一增长速度远远超过了传统销售渠道的增长速度, 充分显示了电商渠道的巨大潜力。在电商销售的推动下, 金乡大蒜的市场覆盖面不断扩大, 不仅在国内各大电商平台上成为热门农产品, 还通过跨境电商平台远销海外, 目前, 金乡大蒜跨境电商主体超过 4000 家, 出口到全球 170 多个国家和地区³, 让金乡大蒜从小县城走上国际贸易的舞台。与此同时, 金乡县的电商企业和网店数量也在不断增加。目前, 金乡县拥有众多从事大蒜电商业务的企业和网店, 形成了庞大的电商销售网络。截至 2024 年, 金乡县已建成运营亿九、智慧、金微、山禄国际、凯盛农产品、马庙蒜通天下、羊山直播小镇等多家电农产品商园区, 入驻电商企业 500 余家, 带动就业人数 5000 余人⁴。这些电商园区为电商企业提供了良好的发展平台, 促进了电商企业的集聚发展, 形成了产业集聚效应。金乡县还拥有众多的大蒜电商平台, 这些平台为金乡大蒜的销售提供了多样化的渠道。除了与淘宝、京东、拼多多等知名电商平台外进行合作, 金乡县还积极打造本土电商平台, 如“蒜通天下”等平台。在电商发展的带动下, 金乡大蒜的品牌知名度和市场竞争力不断提升。金乡大蒜凭借其优良的品质和电商平台的宣传推广, 成为了全国知名的农产品品牌。越来越多的消费者通过电商平台认识和购买金乡大蒜, 金乡大蒜的市场份额不断扩张。金乡大蒜在电商平台上的好评率也逐渐增高, 消费者对金乡大蒜的品质和口感给予高度评价, 这有利于进一步提升了金乡大蒜的品牌形象和市场份额。

3. 金乡大蒜电商发展存在问题

3.1. 基层设施建设不完善

从乡村振兴战略下的城乡基础设施均等化视角审视, 金乡大蒜电商的基层设施短板本质是数字鸿沟与物流供应链低效的叠加困境。尽管近些年来金乡大蒜在电商发展方面进展丰富, 但基层设施建设仍然是制约金乡大蒜电商发展的一项短板。根据相关调研数据显示, 目前仍有部分的农村村庄网络覆盖信号不强。一方面网络信号时常出现中断或延迟导致部分蒜农和电商从业者无法顺畅地进行线上业务。另一

¹数据来自: 2015~2024 年金乡县国民经济和社会发展统计公报

http://www.jinxiang.gov.cn/art/2024/3/29/art_18359_2765258.html?xxgkhide=1。

²数据来自: 中国邮政快递报 <https://www.spb.gov.cn/gjyzj/c100196/202404/0d3894a7cafe4187b8ba6300eb79b003.shtml>。

³数据来自: 济宁新闻网 <https://m.jnnews.tv/>。

⁴数据来自: 人民网 <http://www.people.cn/>。

方面网络质量不佳也使得大数据平台分析、智能物流调度这些先进的电商技术无法有效普及和使用,制约了金乡大蒜电商的智能化发展。稳定的网络是农产品电商的底层支撑。金乡大蒜电商发展存在的基础设施建设不完善的问题,折射出了金乡大蒜电商发展政策资源配置与市场机制的双重失灵。

物流配送体系的不完善是金乡大蒜电商发展的一大瓶颈。金乡县虽然已建立起相对广泛的物流配送体系,在部分大蒜连片种植村庄打造了一些乡村快递物流点,但因交通道路问题和从业人员较少等原因,物流配送的时效水平仍然有待于提高。尽管地方政府布局了乡村快递点,但未建立统一的物流信息共享平台,导致“村村通”快递点与干线运输网络衔接不畅,出现“最后一公里”配送“断头路”。对比江苏邳州依托县域电商公共服务中心整合物流资源的做法,金乡县缺乏跨企业的物流协同机制。一些网络购物平台消费者反映在购买金乡大蒜时,物流配送时间超过了预期,影响了他们的消费体验。尤其是在山东省外地区,物流配送时间会相对更长,一些省份地区甚至需要4到5天时间才能收到货物。此外,物流配送成本高也是一个大问题,由于金乡大蒜的产地较为分散,且部分农村地区交通不便,导致物流运输的成本增加。物流企业在配送过程中,需要多次转运和分拣,进一步提高了物流成本。这些成本最终转嫁到消费者身上,降低了金乡大蒜在电商平台上的价格竞争力。冷链物流的发展相对滞后,也是制约金乡大蒜电商发展的重要因素。大蒜作为生鲜农产品,对冷链物流和冷库仓储的有要求。然而,目前金乡县的冷链物流设备数量虽然比较可观,但是冷库的容量较小,且相比较先进冷库,部分地区的冷库无法满足大蒜储存的条件。冷链运输车辆的数量也较少,无法满足大蒜在运输过程中的保鲜要求。据统计,金乡县目前拥有的冷链运输车辆无法完全满足大蒜的运输需求,导致部分大蒜在运输过程中出现变质、腐烂等问题,造成了经济损失。冷链物流技术水平较低,缺乏先进的温度监控和保鲜技术,也影响了大蒜的品质和保鲜效果[5]。

3.2. 单位人才队伍建设不健全

人才是产业发展的关键驱动力,如何培养电商人才和留住电商人才回乡从事相关行业,是金乡大蒜电商发展需要解决的一个重大难题[6]。金乡县在电商人才培养方面的模式不够健全,当地缺乏专业的电商培训机构和培养课程,导致人才培养的专业性和系统性不足。虽然金乡县也会不定期地组织一些电商培训活动,但这些培训通常内容比较基础,针对性不强,无法满足大蒜电商从业者的专业需求。培训时间也较短,通常只有一天甚至半天,短时间培训无法让受训者深入掌握电商运营所需要的核心技能。培训内容只是侧重于电商基础知识的普及,而高端电商技能的培训则相对较少。这种培训模式使得学员在实际工作中,面对复杂的电商运营问题时,往往束手无策,不能有效地运用所学知识解决问题。

吸引外部电商人才回流困难也是金乡大蒜电商发展面临的一大问题。金乡县作为鲁西南地区的普通县城,与发达地区和互联网大城市相比,在经济发展水平、城市配套设施、就业机会等方面差距巨大,这使得其在吸引人才回流方面竞争力不高。许多优秀的高校电商专业学生更倾向于选择在大城市发展,因为那里有更广阔的发展空间、更高的薪资待遇和更好的职业发展机会。金乡县的一些电商企业在招聘人才时,往往难以吸引到具有丰富学识和专业技能的电商人才。即使招聘到了一些人才,也往往因为各种原因难以长期留住金乡。金乡县本地培养的电商人才流失现象较为严重。电商人才需要企业提供足够的晋升空间和发展机会,由于当地电商企业的发展规模和水平有限,导致许多电商人才选择离开金乡,前往大城市或发达地区寻求更好的发展。电商人才的流失,不仅带走了企业的技术和经验,也增加了企业的人才培养成本,对金乡大蒜电商产业的发展造成了不利影响。从推拉理论视角出发,一方面由于金乡县对比大型城市区位优势形成推力,另一方面金乡县人才政策激励不足弱化拉力。因此金乡县所面临的电商人才“外流易-回流难”的恶性循环本质上是欠发达地区在人才竞争中面临的“双重劣势”——本地培养能力弱与外部吸引力不足并存。

3.3. 公式品牌形象建设不充分

金乡大蒜品牌市场定位不够明确, 没有精准地突出金乡大蒜在品质、口感、营养成分等方面的独特优势, 也没有在消费者心中形成鲜明的品牌形象。与山东苍山大蒜、江苏邳州大蒜等竞争对手相比, 金乡大蒜在品牌特色的塑造上存在不足, 导致市场辨识度不高。从整合营销传播理论看, 金乡依赖传统渠道导致传播效能低下, 金乡大蒜主要依赖传统的广告宣传和参加农产品展销会等方式, 对新兴的社交和短视频平台等传播渠道宣传不足。例如在抖音、小红书等现代社交网络平台上, 金乡大蒜的推广内容非常少, 缺乏创意和互动性也不够, 没有抓住年轻消费者的关注。品牌保护意识和措施欠缺也是金乡大蒜面临的问题之一。市场上存在一些假冒金乡大蒜的产品, 这些产品以次充好, 严重损害了金乡大蒜的品牌声誉和消费者利益。金乡县在打击假冒伪劣产品、维护品牌权益方面的投入力度不够, 也没有制定有效的监管机制和法律手段。

4. 金乡大蒜电商发展对策建议

4.1. 加强基础设施建设

金乡县下一步为消除发展大蒜电商产业的基础设施方面的阻碍, 聚焦“数字 + 物流 + 冷链”三维攻坚, 加强信号基站、乡村公路、快递网点和仓储设施等基础设施的建设。进一步消除基础设施短板, 引入先进的网络技术, 提升网络传输速度, 满足电商业务对网络的要求, 通过实施“5G 入村”专项行动, 建设电商大数据服务中心等行动, 提高金乡大蒜电商的发展信息化水平[7]。完善物流配送体系, 构建“县 - 乡 - 村”三级共配物流网络, 降低物流成本、提高配送效率。鼓励物流企业整合资源, 实现规模化运营, 共同建设物流配送园区。加大对冷链物流设施设备建设的支持力度, 鼓励物流企业投资建设冷库、冷藏车等冷链物流设施, 因为冷链物流的发展和完善对于保障金乡大蒜的电商发货的品质和新鲜度至关重要, 县政府可以联合山东高速物流集团, 开通开通金乡大蒜省际冷链专线进一步解决金乡大蒜的物流问题。

4.2. 强化电商人才队伍

如何建立多元化的电商人才培养体系, 是解决金乡大蒜电商人才短缺问题的关键。政府应加大对电商人才培养的投入, 提高公益性电商培训活动的举办频率和授课深度, 提高电商从业者的综合素质和多元水平。政府还应制定相关人才政策。一方面可以推动高校与电商企业的校企合作, 打造“政企校”三位一体培育模式, 为金乡大蒜电商发展提供人才源泉, 另一方面还可以由县政府牵头, 联合中国电子商务协会推出“金乡大蒜电商运营师”认证, 建立电商人才认证体系。此外, 金乡县还应推动宣传部门向在外从事电商事业的人才积极宣传家乡的发展状况和优惠政策, 让在外人才感受家乡快速发展的优良条件, 激发人才返乡从业与创业的想法, 吸引人才来金乡。此外金乡县还应提高人才待遇, 留住人才。可以设立人才引进补贴、人才住(购)房津贴, 和解决子女教育问题等方式, 解决人才留在金乡的后顾之忧。

4.3. 打造特色品牌形象

金乡大蒜作为金乡县知名区域农产品公共品牌, 明确金乡大蒜的品牌定位至关重要[8]。下一步要深入挖掘金乡大蒜在品质、口感、营养成分等方面的独特优势, 进行精准的品牌定位。加大品牌传播推广力度, 综合运用多种渠道和方式, 提高金乡大蒜的品牌知名度和美誉度, 如在抖音、小红书、微信等平台, 开展创意营销活动。制作精美的短视频, 展示金乡大蒜的种植、收获、加工过程, 以及各种以金乡大蒜为原料的美食制作方法, 吸引用户的点赞、评论和分享。吸引消费者尤其是年轻群体的关注。加强品

牌保护意识, 建立健全品牌保护机制, 严厉打击假冒伪劣产品, 维护金乡大蒜的品牌声誉。

5. 结论

本文深入探讨了乡村振兴背景下金乡大蒜电商的发展情况。金乡大蒜产业历史悠久、规模庞大, 在国内外市场占据重要地位。近年来, 金乡大蒜电商发展迅速, 规模不断扩大, 销售渠道日益多元化, 不仅涵盖传统电商模式, 还积极探索新兴电商模式, 取得了显著的成效, 有力地推动了金乡县的经济发展和农民增收。

然而, 金乡大蒜电商在发展过程中也面临诸多问题。基础设施建设不足制约了电商业务的拓展。电商人才短缺, 人才培养体系不完善、人才吸引和留存困难等, 限制了电商产业的创新发展。品牌建设存在不足, 品牌定位不够清晰、传播推广手段有限、品牌保护意识和措施欠缺, 影响了金乡大蒜品牌的市场影响力。针对这些问题, 本研究提出了加强基础设施建设, 强化电商人才队伍, 打造特色品牌形象一系列针对性的对策建议。

参考文献

- [1] 黄祖辉. 准确把握中国乡村振兴战略[J]. 中国农村经济, 2018(4): 2-12.
- [2] 郭凯凯, 高启杰. 农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J]. 现代经济探讨, 2022(2): 103-111.
- [3] 张子涵, 高颖. 乡村振兴背景下金乡大蒜产业发展策略研究[J]. 黑龙江粮食, 2024(6): 93-95.
- [4] 杨英志. 乡村振兴视角下金乡大蒜产业发展优化路径探究[J]. 广东蚕业, 2024, 58(1): 104-106.
- [5] 曾洪宾, 张菊霞. 金乡大蒜产业冷链物流存在的问题及解决对策[J]. 物流科技, 2024, 47(21): 146-149.
- [6] 肖同. 金乡县大蒜产业经营发展对策研究[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(15): 90-92.
- [7] 靳魏魏. 信息化背景下金乡县农业经济发展现状、问题及解决措施[J]. 数字农业与智能农机, 2024(12): 99-101.
- [8] 杨曼, 赵薇, 陈诗怡, 等. 农产品品牌建设助力乡村振兴——以金乡大蒜为例[J]. 现代商业, 2022(20): 24-26.