

# 兰州市农产品电子商务的发展现状及对策研究

孟庆豪<sup>1</sup>, 刘伯霞<sup>1,2\*</sup>

<sup>1</sup>甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

<sup>2</sup>甘肃省社会科学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年3月29日; 录用日期: 2025年4月14日; 发布日期: 2025年5月19日

## 摘要

近些年来, 随着互联网技术的普及和电子商务的快速发展, 兰州市作为甘肃省的经济中心, 在农产品电子商务的发展上取得了快速而显著的进步。然而, 其发展仍面临诸多问题和挑战, 如基础设施薄弱、品牌建设不足、专业人才匮乏、农产品标准化程度低、市场竞争激烈等。本文通过对兰州市农产品电子商务的发展现状进行分析, 探讨其存在的问题, 并提出相应的对策建议, 以及为兰州市农产品电子商务的长远发展提供参考, 为兰州市农业经济增长提供新动力。

## 关键词

兰州市, 互联网技术, 农产品电子商务, 长远发展

# Research on the Development Status and Countermeasures of Agricultural Product E-Commerce in Lanzhou

Qinghao Meng<sup>1</sup>, Boxia Liu<sup>1,2\*</sup>

<sup>1</sup>School of Economics and Finance, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

<sup>2</sup>Gansu Academy of Social Sciences, Lanzhou Gansu

Received: Mar. 29<sup>th</sup>, 2025; accepted: Apr. 14<sup>th</sup>, 2025; published: May 19<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

In recent years, with the widespread application of Internet technology and the rapid development of e-commerce, Lanzhou, as the economic center of Gansu Province, has seen rapid progress in the development of agricultural product e-commerce. However, there are still many challenges and

\*通讯作者。

problems, such as weak infrastructure, insufficient brand building, lack of professional talent, low standardization of agricultural products, and fierce market competition. This paper analyzes the current development status of agricultural product e-commerce in Lanzhou, explores the existing problems, and proposes corresponding countermeasures and suggestions to provide references for the Long-term development of agricultural product e-commerce in Lanzhou, and provide new impetus for the economic growth of Lanzhou's agriculture.

## Keywords

Lanzhou, Internet Technology, Agricultural Product E-Commerce, Long-Term Development

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

随着网络技术的快速发展和电子商务的普遍运用,农产品电子商务作为农业产业的新模式,正在逐步成为推动农业现代化和增加农民收入的重要途径。兰州市作为甘肃省的省会城市,拥有丰富的农产品资源和自然资源以及独特的地理优势,孕育了兰州百合、高原夏菜等各种特色的农产品,为农产品电子商务的发展提供了坚实基础。近年来,兰州市虽然在农产品电子商务领域取得了一定进展,但与国内发达地区相比,仍面临诸多挑战,如基础设施薄弱、品牌建设不足、专业人才匮乏、农产品标准化程度低等问题也严重制约了兰州市农产品电子商务的高质量发展。因此,深入研究兰州市农产品电子商务的发展现状,分析其存在的问题,并提出针对性的措施,对于推动兰州市农产品电子商务的健康发展,推进乡村振兴以及探究兰州市农产品电子商务的发展现状和对策具有重要的现实意义[1]。

## 2. 国内外农产品电商发展的主要研究概述

### 2.1. 三种典型模式

1) 产地直供模式。产地直供模式通过直接从产地运输农产品到消费者手中,减少中间环节,降低物流成本,提高产品质量和新鲜度。例如,知名电商媒体人鲁振旺的“抢鲜购”项目,通过产地直供销售水果,主要通过淘宝和微博完成销售。Wang X 研究指出美国 Farmigo 的一个独特的技术平台,可直接使用收获或订购的本地农业新鲜食品将消费者连接起来,其中唯一收获的食物是市场上已经订购的唯一食品,并且允许农民直接管理农产品的销售和配送,减少了交易成本[2]。然而,该模式面临来自多方势力的竞争,包括自营商家和大电商平台[2]。

2) 社区团购模式。社区团购模式通过社区领袖组织消费者进行集中采购和自提,有效降低了物流成本,提高了配送效率。在中国,社区团购通过“预售+自提”的模式,利用社区领袖在微信群中推广农产品,消费者下单后由供应商集中配送。Wu Qiqi 在其研究中指出农产品社区团购模式必须要提高其物流服务质量,以维持与消费者的关系,并持续健康发展[3]。然而,该模式也面临行业竞争激烈、持续价格战等问题。

3) 前置仓模式。前置仓模式在城市社区附近建立小型仓库,实现快速配送,适合对时效性要求高的消费者。李启元,吴孝灵指出中国的叮咚买菜在上市之初以“自建社区前置仓、源头把控菜的质量”优势很快赢得用户市场。后来其也通过在城市内建立多个小型仓库,实现快速配送[4]。这种模式的优点包括物流时效性强、产品质量保障程度高、选址难度低且易于扩张。然而,前置仓模式也存在局限性,如

难以进入下沉市场, 因为其运营成本较高, 需要较高的单仓订单规模才能盈利。

## 2.2. 农产品电商发展的主要成功经验

品牌建设是农产品电商成功的关键。通过品牌化, 农产品可以提高附加值, 增强消费者信任。例如, 褚橙、柳桃、潘苹果等通过品牌化而成为“网红”级农产品, 不仅提升了产品附加值, 还增强了消费者的信任度, 有力地促进了农产品电商发展。

技术创新是重要因素。利用物联网、大数据和人工智能等技术, 优化供应链管理, 提高农产品流通效率。多数国内企业通过跨境电商平台, 利用物联网技术实时监控运输过程, 确保农产品在最佳状态下到达消费者手中。万玮在其研究中指出企业需掌握上下游供应链的动态变化、优化供应链各方资源配置, 为满足客户需求、降低生产成本, 企业积极投入技术创新活动中, 进而提升企业整体创新能力[5]。

政府的支持和政策引导对农产品电商的发展至关重要。政府可以通过提供基础设施支持、培训和技术指导来促进电商发展, 利用其公信力和影响力, 不仅帮助农民解决了销售难题, 还提升了当地农产品的知名度。例如, 欧洲的“数字农业”计划旨在通过提供技术支持和培训, 帮助农民和农业企业更好地利用电子商务平台。此外, 欧盟还通过补贴和税收优惠措施, 鼓励企业投资于农产品电商的基础设施建设, 如冷链物流和仓储设施。

## 2.3. 农产品电商发展的主要失败教训

许多农产品电商项目因缺乏核心竞争力而失败。例如, Farmigo 的产地直供电商平台虽然创新, 但因市场竞争激烈, 最终未能持续。“抢鲜购”项目因市场竞争激烈、流量不足而难以持续。农产品电商需要找到足够坚实的核心竞争力, 如品牌化、标准化等[2]。

运营成本过高。前置仓模式和社区团购模式虽然有其优势, 但也面临运营成本过高的问题。例如, 国内的叮咚买菜采用前置仓模式需要较高的单仓订单规模才能盈利, 并且自上市以来长期受盒马鲜生的“斩钉价”等其他相似企业的价格竞争影响, 对用户的市场竞争力逐渐下降[4]。而社区团购模式则需要持续的价格战来吸引消费者。

缺乏电商基因跨界进入农产品电商领域的项目。如顺丰优选和极速鲜, 因缺乏电商基因而遇挫, 电商和快递业务虽然紧密相关, 但在组织结构、管理方式和企业文化上存在较大差异, 阻碍了行业的健康发展。

## 3. 兰州市农产品电子商务的发展现状

### 3.1. 特色农产品资源丰富

兰州市拥有丰富的特色农产品资源, 如兰州百合、兰州高原夏菜等。这些特色农产品不仅品质优良, 而且具有较高的市场竞争力, 为兰州市农产品电子商务的发展提供了丰富的资源基础。

1) 兰州百合。兰州百合是百合科百合属的多年生草本植物。它是著名的“川百合”的变种, 以其品质优良而闻名。它是国家地理标志农产品之一, 是兰州市农产品电子商务的明星产品[6]。根据《兰州百合产业高质量发展规划(2024~2030)》, 目前已有 30 多家企业通过政府在京东、淘宝等搭建的电商平台开展线上销售, 有 130 多家开展线上店铺销售业务, 2024 年, 兰州邮政帮助合作社、涉农企业销售兰州百合 293 万元; 2) 高原夏菜。高原夏菜因其独特的气候条件和优良的品质深受民众喜爱, 高原夏菜通过电商平台和冷链物流, 已经覆盖了国内多个市场, 并出口到日本、韩国等国家。甘肃统计年鉴显示, 2024 年, 高原夏菜种植 97 万亩, 产量 223 万吨, 全产业链产值 124 亿元; 3) 皋兰早砂西瓜。皋兰西瓜以瓢沙、味甜、口感好而著称。近年来, 通过电商平台的推广, 皋兰早砂西瓜的市场范围不断扩大, 成为兰州市特色农产品的重要组成部分。调查数据显示, 2024 年皋兰早砂西瓜种植面积达到 2.7 万亩, 总产量达到 5400 万公斤。

甘肃经济信息网显示, 2024年7月, 甘肃特色农产品产销对接活动在兰州举行, 重点推介了400多种特色农产品, 并现场签订43份农产品采购协议。2024年, 皋兰县通过直播带货方式, 一天内卖出皋兰农特产品5000多单, 销售额达30多万元。兰州特色农产品通过电商平台的推广, 逐渐走向全国市场, 成为兰州农产品电子商务的重要组成部分。

### 3.2. 基础设施逐步完善

近年来, 兰州市在农产品电子商务基础设施建设方面取得了显著进展, 为农产品电商的快速发展提供了有力支撑。电商物流园区的建设, 将利于电商集中统一管理, 有利于降低电商企业经营费用, 完善县(区)、乡镇、村三级物流基础设施体系, 为电商企业提供一站式服务, 提高物流效率[7]。

#### 3.2.1. 物流基础设施建设不断加强

在政策支持和资金投入下, 兰州农村物流配送体系逐步完善。根据《兰州市“十四五”农业农村经济发展规划》, 兰州加快农产品预冷、储存、保鲜基础设施建设, 优化县域农产品冷链仓库和常温仓库布局。此外, 兰州市还积极推动农村快递物流基础设施建设, 升级农村接收和配送快递包裹的基础设施, 促进电子商务向农村的渗透和农产品从农村到城市的流通。

#### 3.2.2. 电商服务体系逐步覆盖乡村

随着兰州市县级电子商务运营中心和农村配送服务体系的建设, 农村电子商务服务体系逐步完善。到2025年, 兰州市90%的县(区)建立了覆盖农村的电子商务服务体系, 使电子商务成为农产品销售的重要渠道此外, 兰州市还依托农村家庭、农村综合服务合作社和村邮局发展电子商务终端服务网点, 进一步增强了农村电子商务能力。信息水平显著提高作为“宽带中国”的示范城市, 兰州市行政区域实现了光纤网络100%的覆盖率, 为农产品电子商务的发展提供了坚实的网络基础。

#### 3.2.3. 政策支持电子商务发展

兰州市政府制定了一系列政策支持农产品电子商务发展。例如, 《兰州市“十四五”乡村振兴战略规划》规范建设生产和批发市场, 并鼓励农产品电子商务平台在生产区建设服务站点。此外, 兰州市计划建设一批配备冷链设备和设施的大型物流园区以提高冷链物流服务的整合和网络化水平。

### 3.3. 电商培训体系逐步建立

为了培养更多的电商人才, 兰州市一些地区建立了电商培训基地。比如, 兰州通过举办电子商务培训课, 培养了一批具有电子商务操作能力的人才。

#### 3.3.1. 电商培训的多样化

兰州市通过举办电商基础培训班、提升培训班以及专场培训等多种形式, 满足不同层次人员的需求。例如, 兰州新区电商孵化基地已成功举办了多期培训班, 包括4期专场培训、10期基础培训班和1期提升培训。

#### 3.3.2. 针对性培训与实践结合

培训内容不仅涵盖电商基础知识, 还结合了直播带货、短视频营销等新兴模式。通过与龙头企业合作, 兰州市打造了具有代表性的电商账号和直播账号, 为农产品销售提供了新的渠道。例如, 兰州新区通过孵化基地成功孵化出70余个新电商账号和32个直播账号, 推动了农产品的线上销售。

#### 3.3.3. 政府支持与政策推动

兰州市地方政府通过政策支持和资金投入, 推动了电子商务培训体系的构建。例如, 榆中县、永

登县和皋兰县已被列为国家级农村电子商务综合示范县。在政策支持下,兰州市在建设电子商务中心、仓储物流配送系统和规范农产品电子商务运营方面取得了显著进展。此外,企业家们还被邀请及时解释新标准、新技术和新知识,以便提高跨境电商行业人才培养的针对性和及时性,满足时代需求[8]。

### 3.4. 品牌建设取得一定成效

兰州市在农产品品牌建设方面也取得了一些成绩。例如,兰州百合、兰州高原夏菜等特色农产品已在全国范围内形成了一定的品牌影响力,也为甘肃省地理标志农产品区域公用品牌建设凝聚力量[9]。

品牌知名度提升:兰州市围绕“甘味”品牌建设,通过组织农业经营主体参加各类农业展会、举办专场推介会等方式,提升了兰州特色农产品的知名度和美誉度。例如,兰州百合和苦水玫瑰分别在2022年和2023年入选农业品牌精品培育计划;品牌体系逐步完善:兰州市积极推动农产品品牌建设,支持区县、农业企业申报“甘味”区域公用品牌和企业商标品牌。例如,兰州高原夏菜、兰州百合等特色农产品已逐步完成地理标志商标注册工作;市场拓展成效显著:兰州市通过电商平台将农产品销售范围从本地扩展到全国,甚至海外市场。例如,兰州百合不仅在国内市场占据重要份额,还在美国、日本等国家和地区进行销售。此外,兰州高原夏菜通过电商平台销往国内20多个城市。甘肃省统计年鉴相关数据显示,2023年“兰州高原夏菜”区域公用品牌价值达到328.7亿元。2024年,兰州市建成和入驻线上“甘味”品牌电商平台21个,全年销售额达到270亿元。

## 4. 兰州市农产品电子商务发展存在的问题

### 4.1. 基础设施建设仍需加强

尽管兰州市在物流体系建设方面取得了一定进展,但整体基础设施建设仍较为薄弱。部分地区由于存在交通不便、物流配送成本高、冷链物流技术应用不足、网络设施不健全等问题,导致农产品在运输过程中损耗较大,物流体系运行效率低。

主要问题包括:冷链物流设施不足:农产品在运输过程中对保鲜和冷藏要求较高,但兰州市冷链物流设施的建设相对落后,导致农产品在运输过程中损失较大。物流网络还未达到全覆盖:农村物流网络节点的覆盖率较低,个别偏远的农村缺乏物流网点,农民亲自将货物送到配送中心,造成产品配送延迟。网络分布不均导致农产品供应商和需求者之间的信息不对称,导致无法对接农产品物流配送产品的需求。物流配送效率低:运输方式耗时低效,难以满足易腐农产品的及时配送要求[10]。

### 4.2. 品牌建设有待提升

虽然兰州市在农产品品牌建设方面也取得了一些成绩,取得了一定的影响,但在品牌建设方面,仍存在不足,品牌建设还需要加强。部分农产品品牌影响力不足,形象缺乏差异化,以及品牌营销手段单一等。而深层次原因主要包括:1) 品牌知名度和市场影响力较低:与国内其他知名农产品品牌相比,兰州农产品品牌的知名度和市场影响力尚且较低,在全国范围内的影响力有限,难以在激烈的市场竞争中脱颖而出。2) 品牌营销渠道有限:虽然兰州市通过参加各类农业展会、举办推介会等方式进行品牌宣传,但整体品牌营销渠道仍不够丰富,线上线下的营销网络不够完善,导致品牌传播范围受限。部分农产品如百合、皋兰西瓜等销售仍依赖于传统的农贸市场和批发渠道,缺乏系统化的品牌营销网络;3) 政策落实和资金投入不到位:虽然兰州市出台了一系列支持农产品品牌建设的政策,但在实际执行过程中,部分政策落实不够到位,对品牌建设的支持力度有待进一步加强。目前兰州市在农产品品牌建设方面的资金投入相对有限,也影响了品牌建设的进度、效果、创新性和个性化设计。

#### 4.2.1. 品牌影响力不足

尽管兰州市拥有丰富的特色农产品资源, 如兰州百合、兰州高原夏菜等, 但这些品牌在全国范围内的知名度和影响力仍有限。许多特色农产品仅在省内或周边地区被消费者熟知, 而在更广泛的市场中缺乏竞争力。例如, 兰州百合虽然在国内部分城市有一定市场, 但在全国范围内的品牌影响力仍需提升。

#### 4.2.2. 品牌形象缺乏差异化

兰州市的农产品品牌在形象建设上较为保守, 缺乏独特的品牌元素和故事。许多农产品的包装设计简单, 缺乏吸引力和创新性, 难以在消费者心中留下深刻印象。例如, 甘肃百合在电商平台上的包装多为简易保鲜包装, 与线下散装产品无明显区别, 难以吸引消费者关注, 农产品品牌建设也需要较高的前期投入, 包括市场调研、品牌设计、宣传推广等。

#### 4.2.3. 品牌营销手段单一

兰州市农产品的营销手段相对传统, 缺乏创新。许多企业仍然依赖线下展销会和传统电商平台, 对新兴的社交媒体、直播带货等新型营销模式的利用不足。例如, 部分农产品企业尚未充分利用抖音、拼多多等平台进行品牌推广。

### 4.3. 专业人才匮乏

农产品电子商务的发展需要具备农业、电商、物流、营销等多方面知识的专业人才。然而, 兰州市由于地处内陆, 以及教育科技发展存在短板, 目前在这方面的专业人才较为匮乏, 制约了农产品电子商务的高质量发展。

#### 4.3.1. 人才外流和引进困难

人才外流严重: 兰州市地处内陆, 经济发展水平相对较低, 导致大量高学历人才外流。根据甘肃统计年鉴数据显示, 农民中文化程度较低, 小学及以下文化程度的人数占 43.8%, 初中文化程度占 32.8%, 高中及以上文化程度仅占 23.4%。这种人才结构难以满足农产品电子商务对专业人才的需求。

引进困难: 兰州市在吸引电商专业人才方面面临诸多困境。一方面, 农村地区基础设施较弱、生活条件不便, 难以吸引高学历人才回流或就业; 另一方面, 电商人才的薪酬待遇较低, 难以与东部发达地区竞争。

#### 4.3.2. 培训效果不佳

虽然兰州市政府和相关企业组织了多次电商培训活动, 高校也开设了电商相关专业, 但由于课程设置与市场需求脱节, 同时电子商务专业课程仍存在重理论轻实践的问题, 大量展开理论教学, 实践教学环节却比较薄弱, 导致培养的人才无法满足农产品电子商务的实际需求, 导致培训效果欠佳<sup>[11]</sup>。主要原因包括: 1) 受训群体文化程度偏低。根据甘肃统计年鉴数据显示, 近年来兰州市农民中小学及以下文化程度的人数占 43.8%, 初中文化程度的人数占 32.8%, 高中及以上文化程度的人数仅占 23.4%, 这导致农民难以有效吸收和应用培训内容; 2) 培训内容与实际需求脱节。培训内容未能紧密结合兰州市农产品电子商务的实际状况, 导致培训后的反馈效果往往不能达到预期。例如, 培训中对设计、包装等专业化培训较少, 培训层次较浅; 3) 培训机制不完善。兰州市的电商培训机制存在诸多问题, 如培训经费不足、培训师资力量薄弱等。这些问题导致培训效果难以保证; 4) 缺乏长期运营支持。兰州市农村地区经济发展相对滞后, 农民收入水平较低, 导致政府和企业对电商培训的投入有限。部分电商培训项目过度依赖政策资金, 注重当期建设投入, 缺乏长期运营成本考虑, 培训难以持续。

### 4.4. 农产品标准化程度低

兰州市一些农产品由于在生产、加工、包装等过程中缺乏标准化管理, 导致产品质量参差不齐, 影

响了农产品的市场竞争力。

兰州市的农产品生产多以分散的小农户为主, 缺乏统一的种植、养殖标准。这导致农产品在质量、规格、包装等方面参差不齐, 难以满足市场对标准化产品的需求。农产品质量安全监管体系尚未完全覆盖, 部分农产品在生产过程中存在农药残留、化肥过量使用等问题。同时, 农产品的质量检测和认证机制不完善, 导致消费者对产品质量信任度较低。

尽管兰州市拥有兰州百合、高原夏菜等特色农产品, 但品牌化建设仍处于初级阶段。多数农产品以原材料形式销售, 缺乏深加工和品牌包装, 附加值较低。品牌建设的不足也使得农产品在市场上的竞争力不强。农产品质量溯源体系是保障消费者权益的重要手段, 但兰州市的溯源体系建设仍不完善。农产品从生产到销售的全过程信息难以追溯, 一旦出现质量问题, 难以快速定位和解决。农产品在物流配送过程中缺乏标准化的包装和冷链运输支持, 导致产品损耗率较高。尤其是在偏远地区, 物流网络覆盖不足, 进一步加剧了农产品的损耗。

#### 4.5. 市场竞争激烈

兰州市农产品在国内外市场上也面临着来自其他地区的激烈竞争。例如, 在国际市场上, 南美洲的玉米、东南亚的水果等农产品具有价格和品质优势, 对兰州市农产品的出口造成了一定压力。在国内市场, 东部沿海地区的农产品电商发展较为成熟, 品牌化和标准化程度较高, 也对兰州市农产品的市场份额构成威胁。

兰州市的农产品虽然具有丰富的资源和优良的品质, 但在品牌建设方面相对滞后。与国内其他地区的知名农产品品牌相比, 兰州高原夏菜、兰州百合等特色农产品的品牌影响力有限, 市场认知度较低。这使得在市场竞争中, 兰州市农产品难以与知名品牌竞争, 导致市场份额受限。

兰州市农产品电商市场存在产品同质化问题, 多数企业以销售原材料为主, 缺乏深加工产品和差异化竞争优势。例如, 兰州百合的深加工产品种类较少, 市场上多为鲜百合或百合干, 缺乏创新性产品, 难以满足消费者多样化的需求。

### 5. 兰州市农产品电子商务发展的对策建议

#### 5.1. 加强基础设施建设

##### 5.1.1. 完善交通物流体系

兰州应增加对农村物流基础设施的投资, 并加快县、乡、村三级物流系统的建设。根据《兰州市“十四五”现代业发展规划》, 兰州将完善以物流园区、配送中心、终端配送网点为支撑的城市级物流配送体系, 并推进县、乡、村三级物流节点建设。此外, 政府应重点支持交通不便的偏远地区物流基础设施的建设, 以确保农村物流的畅通无阻。农产品的保鲜和运输是电子商务发展的关键环节。兰州市应加大对冷链物流技术的研发投入, 建设农产品冷链存储仓库, 增加冷藏保鲜设备的配置。例如, 鼓励骨干企业建设高等级百合贮藏设施, 在百合和其他农产品种植集中区建立大型通风仓储设施、标准化恒温库。

##### 5.1.2. 提升网络基础设施

加快农村地区网络基础设施建设, 提高网络覆盖范围和网络速度, 为农产品电子商务的发展提供良好的网络环境。5G 技术的推广和应用将为农产品电子商务带来新的机遇。兰州市应加快 5G 基站建设, 提升 5G 网络的覆盖范围和服务能力。兰州是国内第一批 5G 试点城市, 根据《兰州市数字经济发展规划(2024~2030 年)》, 兰州市计划到 2030 年实现每万人拥有 5G 基站数达到 60 个以上, 5G 用户占比达到 75%以上。这将为农产品电商的直播带货、在线交易等提供更高效的技术支持<sup>[12]</sup>。

数字乡村建设是提升网络基础设施的重要抓手。兰州市应加快农村光纤宽带、移动网络、数字电视

网发展, 推行人工智能、互联网等技术在农业和农村地区的应用。通过数字乡村建设, 提升农村网络基础设施的整体水平, 为农产品电子商务发展创造良好的数字环境。此外, 兰州市还应加强物流配送的信息化建设, 建立农产品物流配送信息平台, 实现订单处理、库存管理、配送跟踪等环节的智能化管理。

## 5.2. 强化品牌建设

### 5.2.1. 制定品牌战略

加强对农产品品牌的规划和管理, 制定统一的品牌战略, 提升品牌影响力和竞争优势以及市场占有率。兰州市应结合自身资源优势, 制定统一的品牌战略, 明确品牌定位和发展方向。通过整合地方特色农产品资源, 打造具有地域标识的农产品品牌, 如“兰州高原夏菜”“兰州百合”等。建立健全品牌保护机制, 加强对地理标志商标、区域公用品牌的注册和管理。兰州市应支持行业协会、龙头企业完成农产品商标注册和地理标志认证工作, 对高原夏菜、百合等特色农产品进行品牌保护。同时, 加强对品牌使用的监督管理, 确保品牌形象的统一性和稳定性。

### 5.2.2. 加强品牌推广

兰州市可以借助电商平台、社交媒体、线下展会等多种渠道, 开展品牌推广活动, 提升品牌知名度。例如, 通过举办“甘味”农产品专场推介会、参加全国性农产品展销会等方式, 提升百合和高原夏菜等产品的品牌宣传力。此外, 利用电商平台的大数据资源, 精准定位目标客户, 开展个性化营销, 让兰州特色农产品品牌在市场竞争中彰显自身优势, 利用良好的品牌效应占领电子商务营销市场, 吸引更多的消费者[13]。充分利用新媒体和直播带货等新型模式推广品牌, 比如在新闻或直播中展示兰州高原夏菜的新鲜度和口感, 讲解其绿色无污染的种植过程, 并且设置问答环节, 回答观众关于兰州农产品的问题, 对于积极参与的观众给予优惠券或小礼品作为奖励, 也可以通过举办直播培训课程、邀请专业讲师授课等方式, 培养一批熟悉兰州农产品的主播, 从而更好地向观众介绍产品特点和优势。

### 5.2.3. 完善政策落实与资金投入

政府应进一步完善支持农产品品牌建设的政策, 确保政策落实到位, 如《甘肃省甘味农产品品牌培育管理条例(草案)》中提出的建立品牌培育管理配套制度、加强品牌宣传推广等。增加资金投入, 鼓励金融机构支持农产品品牌建设, 如提供税收优惠, 降低百合和高原夏菜企业的品牌创建成本。

## 5.3. 培养和引进专业人才

### 5.3.1. 加强电商培训

继续完善电商培训体系, 扩大培训范围, 提高培训质量。针对农村电商从业者和农民, 开展多层次、多形式的电商知识和技能培训, 提高他们的电商运营能力。兰州市应依托高校、职业院校和社会培训机构, 建立多层次的电商人才培养体系。通过开展电商技能培训、创业指导和实践实习等活动, 培养一些既懂农产品又擅长电商的复合型人才。比如, 开展针对百合种植户和电商从业者的培训, 提升其电商运营能力。

### 5.3.2. 引进专业人才

制定优惠政策, 吸引电子商务、物流、营销及其他相关领域的专业人才到乡村创业就业, 为农产品电子商务发展提供人才支持。兰州市政府应制定优惠政策, 吸引电商、物流、营销等领域的专业人才到农村地区创业和就业。例如, 通过提供创业补贴、税收优惠和住房保障等措施, 吸引高校毕业生和返乡创业人员投身农产品电子商务。兰州市应认定一批市级电子商务实训和实践基地, 为电商人才提供实践

平台。通过与电商平台和电商企业合作,开展“青耘中国”直播助农等活动,提升人才的实践能力和创新意识。

### 5.3.3. 培训效果改进措施

1) 优化培训内容:结合兰州市农产品电子商务的实际需求,增加实践操作和案例分析等内容,提高培训的针对性和实用性。例如,培训可以包括如何使用电商平台、如何进行直播带货、如何进行兰州农产品包装等内容。兰州经开区乡村振兴电商培训班可围绕《抖音里的农特产品宣传思路》,变“专业培训”为“精准培育”,做到因地制宜、因材施教、因势利导;2) 加强师资队伍建设:提高培训师资的选拔标准,引入具有实际电商运营经验的人员参与培训,提升培训质量。比如邀请具有实际电商运营经验的专业人士担任培训讲师,确保培训内容的实用性和针对性;3) 完善培训机制:增加培训经费投入,建立长期的培训支持机制,确保培训活动能够持续开展。例如,兰州新区电商孵化基地通过举办多期培训活动,逐步提升学员的电商技能,并且建设县级电子商务运营中心、分拨中心和服务站点,逐步完善农村电子商务服务体系;4) 加强长期运营支持:兰州政府在项目初期就考虑长期运营成本,建立可持续的运营机制,确保培训效果能够持续发挥作用和培训项目有持续的资金支持,避免因资金不足导致培训活动中断。

## 5.4. 提高农产品标准化水平

### 5.4.1. 加强标准化管理

制定农产品生产、加工、包装等环节的标准化规范,加强对农产品质量的监管。通过标准化管理,保障农产品的优良品质和质量安全,增强市场竞争力。应制定严格的质量检验标准,并在农产品进入兰州电子商务市场前建立严格的检验和筛选机制,以便不符合质量要求的农产品如百合、高原夏菜能够被筛选和退回,确保进入市场的农产品均为绿色、安全、高质量的产品[14]。

### 5.4.2. 推广标准化生产

加强对农民的标准化生产培训,推广标准化生产技术。通过标准化生产,提高农产品的品质和一致性,满足消费者对高品质农产品的需求。兰州市应进一步推行农产品标准化生产,从源头和生产过程上保障农产品质量安全。具体措施包括加强主要农产品生产环境的监测,严格管制农业投入品,指导农民科学合理使用化肥、兽药等投入品,发展无害农产品、绿色食品和有机农产品。

## 5.5. 拓展市场渠道

### 5.5.1. 加强电商平台建设

兰州市应激励电商卖家合理利用现有资源和技术,推动社区团购、网络营销、电商直播和短视频销售等新营销模式的发展。电商平台的大数据资源,根据产品特点对客户进行细分,制定有针对性的营销计划,诱发市场需求。通过电子商务平台,扩大产品销售渠道,农产品销售效率。销售人员应积极了解其他地区或城市更先进的电子商务营销方法,总结经验,并结合自身特点,寻找合适的营销模式。

### 5.5.2. 开展线上线下融合

线上平台推广:通过主流电商平台如淘宝和抖音,以及通过直播和短视频进行推广,可以拓宽农产品的销售渠道。同时,通过利用新兴的农业应用平台,可以实现农产品生产与销售的全面对接;线下展会与合作:组织农产品企业参加各类展会,如兰州高原夏菜新品博览会、百合展销会等,提升农产品的市场影响力。此外,推动农产品企业与大型商超、电商平台建立长期合作关系,发展订单农业。通过整合线上要素和提供线下精准服务,消费者可以获得跨渠道的、无差别的产品服务和购物体验[15]。

## 6. 结语

兰州市农产品电子商务在取得一定成绩的同时, 仍面临基础设施薄弱、品牌建设不足、专业人才匮乏、农产品标准化水平低、市场竞争激烈等问题。通过加强基础设施建设、增强品牌建设、培养和引进专业人才、提高农产品标准化水平、拓展渠道等措施, 可以有效促进兰州市农产品电商的可持续发展, 并有助于实施乡村振兴战略。未来, 兰州市应继续加大对农产品电子商务的支持力度, 不断创新和发展, 使其成为推动农村经济发展的新引擎。

## 参考文献

- [1] 王慧, 杨春林. 兰州市农产品电商转型升级发展策略分析[J]. 农业与技术, 2023, 43(8): 132-134.
- [2] Wang, X. (2019) Analysis of Electronic Commerce Model of Organic Agricultural Products. *The First International Symposium on Management and Social Sciences (ISMSS 2019)*, Wuhan, 13-14 April 2019, 107-110. <https://doi.org/10.2991/ismss-19.2019.22>
- [3] Wu, Q.Q. (2022) Research on the Influence of Logistics Service Quality on Consumers' Repeated Purchase Willingness under the Group—Buying Mode of Agricultural Products Community. *Academic Journal of Business & Management*, 4, 40-49.
- [4] 李启元, 吴孝灵. 基于 DEVA-BASS 模型的互联网企业价值评估——以叮咚买菜为例[J]. 江苏商论, 2024(12): 34-39.
- [5] 万玮, 刘政. 数字化转型、供应链优化与企业技术创新[J]. 科学与管理, 2024, 44(5): 1-9.
- [6] 王龙涛. 甘肃省农产品电子商务发展现状分析及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州大学, 2017.
- [7] 郭卓龙, 窦学诚, 龚大鑫. 基于 SWOT 分析下兰州市农产品电子商务发展研究[J]. 生产力研究, 2020(6): 64-67.
- [8] 程柳. 跨境电商人才需求缺口大构建新型培养模式势在必行[J]. 中国商界, 2023(12): 208-210.
- [9] 马克军, 霍冠禹. 基于省域的地理标志农产品区域公用品牌建设标准化研究: 以甘肃省为例[J]. 山西农经, 2025(4): 88-95.
- [10] 黎红梅, 周冲. 全面推进乡村振兴背景下农村高效物流体系构建分析[J]. 理论探讨, 2021(3): 139-144.
- [11] 刘新华, 刘天英. 探索适应社会需求的电子商务人才培养模式改革路径[J]. 商场现代化, 2024(24): 36-38.
- [12] 蒋雅丽. 5G 网络建设“优+”城市大盘点[J]. 通信世界, 2020(29): 22-24.
- [13] 王树琴. 甘肃特色农产品电子商务营销策略探讨[J]. 山西农经, 2025(2): 199-201.
- [14] 张鹏. 加强标准化基地建设提高农产品质量水平[J]. 甘肃农业, 2022(2): 77-80.
- [15] 徐志闵. 线上线下融合发展模式下农产品流通困境与对策[J]. 农业经济, 2018(9): 136-138.