

# 农产品电商集群化发展的制度保障

杨玉洁

江苏大学法学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年4月11日; 录用日期: 2025年4月26日; 发布日期: 2025年5月31日

## 摘要

集群化是农村电商高质量发展的重要方向, 但相较于农村电商整体蓬勃态势, 农产品电商的集群化发展却相对滞后。本文基于产业集群理论视角, 从生产端、流通端、市场端、人才端和政策端五个维度剖析我国农产品电商集群化发展的阻滞困境。发现生产端产品创新不足引发同质化竞争, 流通端供应链技术与基础设施薄弱加剧损耗, 市场端恶性低价竞争与内卷化现象普遍, 人才端专业人才匮乏与职业教育体系缺位, 政策端政策协同不足与制度衔接脱节, 共同制约了农产品电商的规模化上行与高质量发展。针对上述问题, 须从生产差异化、流通优化、市场规范、人才培养及政策适配五个层面提出制度保障建议, 通过系统性制度创新, 为乡村振兴战略下的农产品电商高质量发展提供理论支持与实践路径。

## 关键词

农产品电商, 农村电商, 产业集群化, 制度保障

# Institutional Guarantee for the Cluster Development of Agricultural Product E-Commerce

Yujie Yang

Law School of Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Apr. 11<sup>th</sup>, 2025; accepted: Apr. 26<sup>th</sup>, 2025; published: May 31<sup>st</sup>, 2025

## Abstract

Clustering is vital for rural e-commerce quality, but agricultural product e-commerce clusters lag behind overall growth. This article analyzes the stagnation dilemmas of the clustered development of agricultural product e-commerce in China from the perspectives of five dimensions: production, circulation, market, talent, and policy, based on the theory of industrial clusters. It finds

that insufficient product innovation at the production end leads to homogenous competition, weak supply chain technology and infrastructure at the circulation end exacerbates losses, widespread malignant price competition and internal competition at the market end are common, there is a shortage of professional talent and deficiencies in the vocational education system at the talent end, and inadequate policy coordination and disconnects in systems at the policy end jointly restrict the scaling up and high-quality development of agricultural product e-commerce. In response to these issues, institutional recommendations must be proposed from five levels: production differentiation, circulation optimization, market regulation, talent cultivation, and policy adaptation. Through systematic institutional innovation, theoretical support and practical pathways for the high-quality development of agricultural product e-commerce under the rural revitalization strategy can be provided.

## Keywords

Agricultural Product E-Commerce, Rural E-Commerce, Industrial Clustering, Institutional Guarantee

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

农产品电商是农村电商的重要组成部分，是促进我国乡村产业振兴的重要载体。2022年一号文件提出，要重点发展农村电商等产业，推进“数商兴农”“互联网+”农产品出村进城等强基工程；2023年一号文件提出了建设农副产品直播电商基地等具体要求；2025年一号文件又进一步强调推动农村电商高质量发展。得益于国家政策的有力推动，我国农产品电商零售额稳步增长且发展迅速。与此同时，农产品电商的发展也面临着诸多亟需解决的问题，而集群化程度不足即其中之一。本文立足于我国农产品电商集群化发展的现状，分析其阻滞困境并提出应对策略，以期推动农产品电商“最初一公里”上行体系的建构，助益农产品电商高质量发展。

## 2. 农产品电商集群化发展的现状

产业集群是经济发展中的常见现象。一般认为，所谓产业集群，是指相同或相似的企业集中连片，并带动相关企业的地域集中，形成的具有结构完整、外围支持产业体系健全以及灵活机动特性的有机体系；空间集聚性、柔性专业化、社会网络化、地域植根性是产业集群的基本特征[1]。这种产业集聚进而形成集群的过程，即产业的集群化。产业集群化不仅存在于传统经济领域，在农村电商这一数字经济新形态中也极为常见。农村电商集群化是指在特定的农村区域内，借助于电子商务进行销售的农户个体或企业在空间上不断汇聚，在上下游产业链以及相关产业形成有机体系的过程。从我国农村电商发展情况看，近年来以淘宝村、农村电商产业园等为代表的群体体量增长迅速[2]。然而，农产品电商作为农村电商的重要类型之一，相较于农村电商集群化发展的整体态势，农产品电商的集群化却相对滞后。

## 3. 产业集群视角下农产品电商集群化发展的阻滞困境

产业集群的出现并非偶然，而是相关利益者为实现自身利益最大化的目标而作出的选择，本文将从农产品电商发展的产业链环节切入，从生产、流通、人才、市场、政策五个角度，讨论农产品电商集群化

发展遇到的阻滞困境。

### 3.1. 生产端：产品创新不足，同质化竞争加剧

当前，我国农产品电商集群化发展生产端面临的核心困境，主要源于产品创新不足引发的同质化竞争加剧。农产品电商集群以家庭作坊式经营为主，其生产模式多为生产低端仿制品，产品结构单一、附加值低下[3]。因生产主体普遍缺乏产品创新能力和品牌建设意识，致使其业务多集中于初级农产品加工与生产标准化程度较低的产品，难以形成差异化的竞争优势[4]。同质化竞争的根源在于，产业层面尚未形成协同生态[5]。在发展初期，同质化产品还可通过价格优势快速占领市场，但是，随着产业集群规模扩大，产品供给过剩的问题将会逐渐凸显。在此背景下，部分企业甚至不惜通过降低质量品质、压缩成本，以追求更高的利润，这也加剧了以次充好、虚假宣传等市场乱象，严重损害了消费者利益[6]。同质化竞争折射出的，是农产品电商集群的制度性缺陷。其一，农产品电商缺乏统一的质量检验标准和品牌认证体系、品牌力打造不足，导致产品标识混乱、产品品质参差不齐；其二，农产品电商的知识产权保护机制不够完善，商标抢注、品牌仿冒等现象时有发生[7]。

### 3.2. 流通端：供应链技术落后，基础设施建设薄弱

供应链技术落后与物流基础设施薄弱，在流通环节严重掣肘了农产品电商的发展。冷链物流体系缺失，导致农产品损耗加剧。农产品电商的商品多以生鲜农产品为主，新鲜度是影响其产品质量和销售价格的重要因素，因而其对冷链运输的依赖程度较高。但农村地区电商对冷链设施的投入本就不足，再加上专业的冷链物流企业数量也较少，便导致农产品在运输、仓储环节的损耗率居高不下，直接压缩了农户本就不多的利润。同时，农村地区物流网络碎片化严重，阻碍农产品电商集群化发展。农产品电商虽然数量多、覆盖面广[7]，但配套的物流网点设施不齐全、布局分散，难以形成体系化的配送网络。而农产品的自身特质决定了，其大多对物流运输的时效性有着较为严苛的要求，在此背景下，乡村“最后一公里”配送仍然缺乏专业化车辆与路线优化、一味依赖传统的物流模式，无疑会导致配送效率低下却费用高昂[6]。

### 3.3. 市场端：恶性低价竞争，市场内卷严重

农产品电商集群化发展在市场端的问题主要表现为恶性低价竞争与市场内卷的加剧，严重制约了行业健康发展的生态环境。第一，低价竞争将会挤压电商的利润空间，长期更会产生“劣币驱逐良币”的局面。由于集群内农产品电商的目标客户高度重合，且电商自身缺乏差异化的竞争手段，部分电商或企业为了快速抢占市场，甚至不惜通过大幅降价、亏本销售的方式争夺订单[2]。这种低端博弈行为迫使同行被动跟进，进而造成行业整体利润水平下滑、企业陷入“不生产则失去客户，生产则持续亏损”的窘境。第二，电商平台规则的调整与多平台运营，导致农产品电商主体经营压力增加。平台对农产品质量、售后服务要求提高，意味着农产品电商需要投入更多成本完善运营体系；为了适应消费者分散购物的习惯，也要求电商主体需要同时在多个平台开设店铺，这也导致人力、运营及流量成本大增。部分电商主体“另辟蹊径”，选择通过降低产品品质或虚标价格等方式维持生存，而这也使得市场乱象丛生[8]。第三，直播带货作为新兴渠道，原本可以帮助电商主体实现产品溢价，但是部分主播为了追求短期效益，打着“直播助农”的噱头销售低劣、假冒农产品，削弱了消费者对电商渠道的整体信任度。

### 3.4. 人才端：专业人才匮乏，职业教育体系缺位

专业化的电商人才是农产品电商发展和集聚的重要基础，当前农产品电商人才端有着“量”和“质”的双重短板。首先，人才的“量”不足。一是城乡资源的失衡导致人才“引不进”、供需矛盾突出，农村

地区受限于生活环境、薪资水平、职业发展空间等因素，难以吸引人才扎根，高校毕业生和专业技术人员普遍流向城市；二是人才流失严重，“留不住”的问题突出，表现为即便通过政策补贴或创业扶持等方式实现人才引进，新入职人员因无法适应农村环境与薪资落差而在短期内离职，难以长期留存[8]，致使企业陷入“招人-流失-再招人”的怪圈。《2020中国农村电商人才现状与发展报告》估算，截至2025年农产品电商人才缺口将达到350万人。其次，人才的“质”不高。尽管不少地方政府为了提高本土电商人员的业务能力，将电商培训纳入财政预算，但由于多数培训内容同质化严重、重理论轻实践，往往流于形式，难以匹配行业需求[2]。

### 3.5. 政策端：政策协同不足，制度衔接脱节

我国农产品电商集群化发展在政策端存在的核心矛盾，集中表现为政策体系碎片化与制度衔接断层，难以为行业高质量发展提供系统支撑。缺乏整体布局和战略规划是首要问题。目前，针对农产品电商产业集群的法律法规与全国性战略规划尚未完善，地方政府多依赖自主探索或零散政策的指导，这就导致区域间的政策标准不一、资源整合难度大大增加。不少部门管理职责交叉，农业、商务、市场监管等部门各自为政，在政策执行中易出现重复支持或监管盲区，极大地削弱了政策落地的实际效能[9]。其次，政策制定与实际需求脱节更是加剧了制度衔接脱节。譬如，政策设计未能充分考虑农产品电商的特殊性，对冷链物流、数字技术等关键环节的支持力度不足。此外，政策动态调整的滞后性也导致农产品电商集群的创新活力放缓。当下农产品电商处于快速更迭阶段，政策更新不及时，使得其难以适应技术创新与市场变化，加剧了集群内部创新停滞的困境[10]。

## 4. 农产品电商集群化发展的制度构建建议

### 4.1. 明确差异化导向，加强特色品牌建设

破解生产端产品同质化竞争的问题，需要构建以品牌化和差异化为导向的产业协同机制。首先，要推动农产品品牌化建设。地理标志农产品能够有效提升地方农业品牌知名度及市场竞争力，通过以地域特色资源为基础、将农产品与区域文化相结合，着力打造具有地域特色的品牌文化[10]。例如，宁夏西吉县通过整合肉牛、杂粮等特色产品，以“西”字品牌为抓手，实现了将初级农产品赋予高附加值[11]；黑龙江“庆安香”大米则通过打上黑土生态标签，增加了其在大米市场中的辨识度。因此，电商主体应该深挖农产品的地域性特质，通过包装、标准化生产等方式，加强农产品品牌差异化建设。其次，要开发深加工产品，延伸产业链、丰富产品线，通过生产工艺的升级实现“去同质化”，从而提升产品附加值和市场竞争力。再次，要健全农产品质量认证与知识产权保护体系，为其差异化竞争提供制度支撑。一是对农产品质量进行等级分化，推行分级分类标准[9]。譬如，通过明确地理标志农产品的产地、工艺等关键信息，增强消费者的信任和记忆点。二是强化品牌保护力度，通过严厉打击商标抢注、仿冒行为，减少甚至避免被质量低下的仿冒产品影响自身信誉。由此形成“特色引领-协同增效-制度保障”的农产品电商良性生态，为其集群化注入可持续发展的动能。

### 4.2. 完善冷链物流，优化区域配送网络

对于农产品电商流通端存在的难题，需重点从冷链系统完善与物流网络优化两方面入手，切实降低产品损耗、提升运输效率。针对农村地区冷藏设备不足、运输服务落后等问题，可以尝试整合预冷、仓储、运输等中间环节，并在农产品主产区建立集中式的冷链中心，从而打造从产地到市场的“一条龙”全程冷链。例如，湖北孝昌县充分利用超市、农产品基地等村级物流关键点，选址建设冷链仓储中心，有效优化了农产品出村进城的“最初一公里”。同时，还要鼓励物流企业与电商平台合作，通过共享冷

藏车辆、推广高效冷链运输技术等方式，降低运营成本、打破农产品上行瓶颈。针对农村交通不便、电商数量多分布散、运输中转环节多等问题，可因地制宜构建本土物流体系，特别是重点完善乡村道路网络与仓储节点，优化物流网络布局。譬如，在超市、合作社等现有的核心网点设置临时仓储点，从而缩短农产品从田间地头到物流中心再到消费者手中的时间和距离。而在交通条件较差、短时间内难以有效改善的地区，可以通过规划最优运输专线、开通农产品电商运输专线的方式，来减少中转次数、提高物流效率。

### 4.3. 规范竞争秩序，重塑良性市场生态

首先，推动成立区域性电商协会，由其牵头、联合企业制定统一的质量标准与定价指导原则等规则，明确区域内的农产品电商禁止低于成本价格倾销，并建立相应的违规行为举报和惩戒机制。通过做好区域内电商的管理工作，保障优质农产品的供给，从而提升农产品电商的市场竞争力。同时，协会还可以统一整合物流、营销等资源，推动电商主体联合采购、共享仓储和配送渠道，降低个体的运营成本，减少对低价策略的依赖[8]。其次，电商平台应优化现有规则，更加强调质量、服务、口碑等核心指标，以维护网络交易秩序，引导平台商户良性竞争。在此基础上，平台需严查刷单、虚标价格等违法违规行为，对失信商家采取限流、罚款或清退措施，倒逼其合规经营。再次，直播平台应规范直播渠道，建立直播带货的准入与溯源机制。譬如，要求商家提供农产品的产地证明、质量检测报告等文件，审查合规的农产品方能在直播中使用“直播助农”的标签。行业协会可联合平台开展主播诚信培训，对夸大功效、以次充好等行为设立“黑名单”，限制违规主播参与电商活动。通过上述措施，逐步扭转市场内卷化趋势，进而推动农产品电商集群化发展。

### 4.4. 引育结合，激活本土人才潜力

针对人才端现存“引不进、用不好、留不住”的痛点，需要分别从“引才、育才、留才”三个方面精准施策。一是要强化政策的激励作用，破解“引不进”的困局。针对城乡资源失衡问题，地方政府应推出差异化的人才引进政策。同时，还可以探索“候鸟式”人才共享模式，鼓励城市电商从业者以短期派驻、远程顾问等形式参与农村的农产品电商项目，以缓解人才短缺压力。二是为避免培训同质化严重、时效性不足，要优化职业教育与本土人才培养的方式，解决“用不好”的难题。一方面，深化校企合作，发挥高校对农村电商人才培养的主体作用，将实务技能纳入日常课程，让课程中学到的变成工作上用到的[12]。另一方面，提供线下专家指导、线上学习资源，让农户结合本地特色自主学习，挖掘和培养农村内部人才。三是构建完善的待遇保障体系，缓解“留不住”的矛盾。通过将电商人才个人收入与业绩深度绑定，明确多卖多得，从而在提高薪酬待遇、优化薪资结构的同时激发工作热情；此外，还要完善生活配套设施，进而缩小城乡之间的生活质量差距。通过政策激励激活人才流入、培训体系提升本土能力、生态优化增强留存意愿，助推农产品电商行业走出人才流失的窘境。

### 4.5. 引育结合，激活本土人才潜力

首先，强化顶层设计与部门协同。制定全国性发展规划，明确中央与地方权责分工，建立跨部门联席工作机制，统筹农业、商务、市场监管等部门政策标准，避免重复支持或监管盲区。针对冷链物流、数字技术等关键短板，出台专项扶持计划，整合区域资源，形成政策合力。其次，提升政策适配性与需求响应。搭建“政府-企业-农户”三方协商平台，定期收集行业需求[9]，优先解决农产品标准化、供应链整合等实际问题。明确“技术”的重要地位，推动政策从“输血式补贴”转向“造血式培育”，例如，通过设立技术升级基金，支持企业引入智能仓储、区块链溯源等技术的方式，增强农产品电商集群的内

生动力。再者，优化基础设施与公共服务。加大县域物流网络、冷链仓储等基础建设投入，通过政企合作模式引入社会资本，建设区域公共服务中心，提供电商培训、法律咨询等一站式服务，降低中小企业运营成本。最后，构建动态政策调整机制。依托行业协会与数字化平台，建立政策效果评估与反馈通道，定期修订滞后条款。对直播电商、跨境供应链等新模式，明确监管框架与责任边界，平衡创新激励与市场秩序[8]。通过制度创新与资源整合，推动政策体系从“零散应对”转向“系统护航”，为农产品电商集群高质量发展提供可持续支撑。

## 5. 结语

农产品电商集群化是农村电商高质量发展的重要方向，通过制度优化为农产品电商实现更优的产业融合、更高质量的发展值得高度重视。唯有通过制度优化与技术创新双轮驱动，方能推动农产品电商从“分散经营”迈向“集群共生”，为乡村振兴注入可持续动能。

## 参考文献

- [1] 张小梅, 王进. 产业经济学[M]. 成都: 电子科技大学出版社, 2017.
- [2] 廖钟迪. 农村电商产业集群发展的现实困境及关键路径[J]. 农业经济, 2022(10): 139-140.
- [3] 胡桃, 陈德人. 电子商务案例及分析[M]. 北京: 北京邮电大学出版社, 2020.
- [4] 宋长鸣, 刘笑, 章胜勇. 深化农村电商发展促进乡村产业振兴[J]. 宏观经济管理, 2025(2): 58-65+76.
- [5] 杜雨芳, 韩蕾. 产业集群对提升农村电商竞争力的作用与发展路径[J]. 农业经济, 2023(9): 128-130.
- [6] 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.
- [7] 侯月月, 陈辉. 新电商助推农产品营销优化策略研究[J]. 农业经济, 2024(12): 138-141.
- [8] 王坤. “互联网+”时代我国农村电商产业集群发展问题研究[J]. 农业经济, 2021(8): 125-127.
- [9] 宋丽霞. 打造农村电商产业集群的现实路径[J]. 人民论坛, 2019(28): 62-63.
- [10] 舒林. “淘宝村”发展的动力机制、困境及对策[J]. 经济体制改革, 2018(3): 79-84.
- [11] 张晗. 以电商销售带动农产品出村进城[J]. 中国农业资源与区划, 2024, 45(3): 238+248.
- [12] 宋冬梅. 农村电商集群发展与电商人才合作培养研究[J]. 农业经济, 2018(12): 129-131.