

电子商务背景下贵州刺梨产业的发展路径优化研究

吴仕文章

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月11日; 录用日期: 2025年4月25日; 发布日期: 2025年5月31日

摘要

本文聚焦电子商务背景下贵州刺梨产业的发展路径优化问题, 通过系统分析其现状与瓶颈, 提出针对性对策。研究表明, 贵州刺梨产业虽依托政策支持与电商平台初步形成种植、加工、销售全产业链, 但仍面临加工能力薄弱、标准化不足、产业集群效应缺失、国际市场拓展受限及食品安全风险等核心挑战。基于此, 提出以下优化路径: 强化产品研发与标准化体系建设, 提升技术竞争力; 整合资源培育产业集群, 增强规模效应与品牌价值; 借助跨境电商与文化赋能拓展国际市场, 实施差异化营销策略; 构建全产业链监管体系, 依托区块链技术完善追溯机制, 保障食品安全。研究强调, 通过技术创新、政策协同与市场深耕, 贵州刺梨产业可在电商助力下实现高质量发展, 为乡村振兴与区域特色经济提供实践范式。

关键词

电子商务, 贵州刺梨, 跨境电商, 路径优化

Research on Optimization of Development Pathways for Guizhou *Rosa roxburghii* Industry in the Context of E-Commerce

Shiwenzhang Wu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 11th, 2025; accepted: Apr. 25th, 2025; published: May 31st, 2025

Abstract

This study focuses on optimizing the development pathways of Guizhou's *Rosa roxburghii* Tratt (Cili) industry under the context of E-commerce. Through a systematic analysis of its current status and

bottlenecks, targeted strategies are proposed. The research reveals that despite initial achievements in forming a full industrial chain (planting, processing, and sales) supported by policies and E-commerce platforms, the industry still faces critical challenges, including insufficient processing capacity, low standardization, underdeveloped cold-chain logistics, lack of industrial clustering effects, limited international market penetration, and food safety risks. To address these issues, the following optimization strategies are recommended: strengthening product R&D and standardization systems to enhance technical competitiveness; consolidating resources to foster industrial clusters and amplify scale effects and brand value; leveraging cross-border E-commerce and cultural empowerment to expand global markets through differentiated marketing strategies; and establishing a full-chain regulatory framework supported by blockchain-based traceability mechanisms to ensure food safety. The study emphasizes that technological innovation, policy coordination, and market refinement can drive high-quality development of Guizhou's Cili industry with E-commerce support, offering practical insights for rural revitalization and regional economic growth.

Keywords

E-Commerce, Guizhou *Rosa roxburghii* Tratt, Cross-Border E-Commerce, Route Optimization

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

随着数字经济的发展,电子商务作为新兴技术为农产品销售提供了基台,它能够有效联系农业生产者和消费者,最终形成了现代化的农产品电子商务平台[1]。电子商务的出现也使得贵州刺梨相关产品的销售渠道发生重要改变,从以往的线下售卖转变为线上购买,使得生产者和消费者之间的联系变得更加紧密。刺梨既可以作为日常水果食用,同时又具有较高的药用价值。研究表明,刺梨具有丰富的营养价值,含有丰富的维生素 C、有机酸和胡萝卜素,还有十多种有益人体健康的微量元素,二十多种氨基酸。不仅如此,研究还表明刺梨含有抗癌物质和抗衰老物质。贵州省种植刺梨具有得天独厚的资源优势,在海拔、季风、雨水、阳光、土壤、无霜期等方面均适合刺梨栽种,这造就了贵州省刺梨产业发展优势[2]。

党的二十大报告中明确提出要“加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合,打造具有国际竞争力的数字产业集群”。数字经济的一个重要分支就是电子商务,所以在电子商务背景下,相关政策的加持下,贵州刺梨产业的发展有着广阔的前景。2019 年,贵州省出台《贵州省农村产业革命刺梨产业发展推进方案(2019~2021 年)》提出整合省内现有刺梨科研力量,重点开展刺梨种植标准、加工标准、新产品研发标准、产品质量控制标准等研究制定,建立贵州刺梨生产技术标准体系,以标准引领刺梨产业高质量发展。电子商务平台的出现使得贵州刺梨产品的销售渠道得以扩充,由于销售方式的便捷,消费者也能够以更便宜的价格获得心仪的产品,从而使得消费者的满足程度增加,进而能刺激消费的增长[3]。

此外,贵州刺梨是贵州省十二个特色优势产业之一,所以研究电子商务背景下贵州刺梨产业发展路径具有显著意义。本文立足于贵州省刺梨产业发展的实际情况,通过文献梳理和系统调研的方法分析贵州省刺梨产业的发展现状和其面临的挑战,并提出相应的对策建议,以期为贵州省刺梨的高质量发展做出边际贡献。

2. 贵州刺梨产品电商现状

贵州刺梨产业作为区域特色农业的核心支柱,在电子商务浪潮中经历了从传统销售向数字化转型的

关键阶段。依托独特的地理气候优势和政策支持，刺梨产业已形成集种植、加工、电商销售于一体的全产业链体系，成为“黔货出山”的典型代表。国家统计局数据表明，2024 年全国电子商务交易额达到了 46.41 万亿元，相较上年增长了约 3.9%。2023 年农产品网络零售额预计达到 5870.3 亿元，可见电商平台的形成对农产品的销售影响较为显著。目前贵州省刺梨产业电子商务的发展也取得了较显著的成果，具体体现在以下方面：

2.1. 贵州刺梨产业整体规模不断扩大

贵州省对于刺梨的种植和加工利用最早可以追溯到清康熙年间，直到最近几十年才慢慢实现了产业化发展。《贵州省刺梨产业发展调研报告》显示，截至 2020 年第一季度，全省刺梨种植面积超过 13 万公顷，较上年同期增长 12.1%；其中采摘面积约 60 千公顷，较上年同期增长 88.0%。全省刺梨种植主要分布在六盘水、黔南、毕节、安顺等市州，其中六盘水市占比在 44%以上。

2019 年，全省具有一定规模的刺梨加工企业 35 家，刺梨鲜果加工能力总计 13.8 万吨，其中刺梨原汁加工能力 9.6 万吨，刺梨原汁储存能力 4.8 万吨。生产产品主要以刺梨原汁、刺梨饮料、刺梨果脯为主，部分企业主要生产刺梨果酒，刺梨茶、含片等相关产品已陆续上市，刺梨药品、化妆品等在进一步研发中。初步统计，2019 年，全省 35 家刺梨加工企业销售收入合计 7.5 亿元，其中刺梨原汁、饮品销售收入分别超过 2.5 亿元[4]。

2.2. 国家政策体系助力贵州刺梨产业发展

在政府政策的支持下，贵州刺梨产业获得了长足的发展空间。产业政策在推动经济发展的同时，也能解决资源配置效率的问题[5]。对于产业政策的研究，一般是从中央政府、地方政府与企业 3 个层面进行研究和分析[6]。刺梨是贵州省十二大特色优势产业之一，对于实现贵州省乡村振兴和区域特色产业发展都有着重要的意义。过去十多年，贵州在各级层面颁布了诸多能切实推进贵州刺梨产业发展的政策文件。例如，2015 年 1 月，贵州省人民政府颁布了《贵州省推进刺梨产业发展工作方案(2014-2020 年)》，计划从种植加工、头部企业培育、品牌建设、相关产品延展、刺梨乡村旅游及招商引资等方面对贵州省刺梨产业进行科学合理的规划。

2018 年 12 月，贵州省人民政府印发了《贵州省十大千亿级工业产业振兴行动方案》，计划将刺梨制品打造为“生态特色食品产业”的重点产品。2019 年 2 月 1 日贵州省委办公厅、省政府办公厅还出台了《省委省政府领导领衔推进农村产业革命工作制度》，分别由 12 位省领导带领 12 个贵州省特色优势产业进行针对性地发展，贵州刺梨产业就是其中之一。2021 年 2 月，省刺梨产业发展工作专班印发了《贵州刺梨产业 2021 年高质量发展工作要点》，规定了 2021 年度贵州省刺梨产业高质量发展的总体要求、目标任务和重点工作。对于刺梨相关产业较为集中的市/州地区，成立了刺梨产业发展工作专项班，由州领导领衔推进刺梨产业发展，并出台了相应的激励政策。

2.3. 刺梨产品体系初具雏形

为了实现贵州刺梨产业的高质量发展，贵州刺梨产业正在逐步扩大种植规模，提升深加工能力，并不断完善刺梨产品体系以迎合市场需求。如前文所述，直到几十年前，贵州刺梨才逐渐形成了较为完善的产品体系，并且刺梨产品在电商平台的发展更是缓慢。

不仅局限于刺梨的使用价值，学术界对刺梨的药用价值也进行了大量的科学研究。刺梨厂商这些年来一直在投入研发，相继推出了刺梨原汁、刺梨果汁、刺梨酸奶；与其他水果类似，还推出了刺梨发酵产品，如刺梨酒；为了克服刺梨的保鲜问题，推出了刺梨果酱、刺梨果脯、刺梨罐头、刺梨糕等；因为刺

梨丰富的营养价值，相继推出了刺梨口服液、刺梨粉胶囊等。相关学术研究及其成果，为刺梨产品开发提供了科学支撑和技术指引[7]。贵州省刺梨产品开发主要聚焦于刺梨原汁、刺梨饮料、刺梨酒和刺梨果脯。随着加工技术的不断精进，刺梨化妆品和刺梨药类也在开发的路上。根据《贵州省刺梨产业发展调研报告》，2019 年全省 35 家刺梨加工企业实现销售收入 7.5 亿元，其中刺梨原汁和刺梨饮品销售均超过了 2.5 亿元，表明产品开发还是主要集中于饮料类和食品类。随着数字经济的不断发展，在不久的将来，这些刺梨相关产品体系将会越来越完善。

2.4. 贵州刺梨销售状态

从贵州刺梨的销售上看，贵州刺梨正在不断完善线上、线下结合的体系。“黔货出山”是贵州省自 2017 年起实施的系统性战略，旨在通过政策引导、产业升级、市场拓展等多维度举措，推动贵州特色农产品、工业品及文化产品走向全国和国际市场，而推广贵州刺梨就是该战略的其中一个目标。该战略为贵州省的刺梨辐射到全国和国际提供了战略契机。目前，贵州刺梨已经成功推广到了周边省份，如重庆，四川和云南。在广东，北京和上海等大城市也进行了有效推广。从电商平台上看，贵州刺梨还在淘宝、京东等大型线上销售平台上逐步取得了成果。不仅如此，在微信小店，抖音商城等新兴网络销售平台也能看见贵州刺梨的身影。贵州刺梨还与哇哈哈、阿里巴巴、大润发等大型企业建立了合作伙伴关系，借助各大企业的优势进一步推广贵州刺梨。

另外，网络新媒体在不断发展壮大，名人带货、网红带货等新形式不断出现。贵州刺梨也抓住了这个机遇。据《贵州省刺梨产业发展调研报告》统计，2020 年钟南山院士的一场直播为例，仅一个小时，刺柠吉品牌直播间的观看人次就到了 258 万人，直播成交额达到了 103 万元，名人效应明显带动刺梨产品销售的后续增长。这说明在电子商务加持下，贵州刺梨能够实现高质量发展。

3. 贵州刺梨产业电商发展瓶颈

3.1. 加工能力、标准化生产存在短板

当前，贵州省刺梨企业的加工能力与冷藏保鲜能力存在明显短板。刺梨鲜果并不适宜长时间储藏，但是贵州省的冷链保鲜链条并不完善，如果坏果大量流入市场，将是对贵州刺梨招牌的一种损害。

此外，刺梨相关的专业技术人员也不足。为促进农业高质量发展，专业人才必不可少[8]。不论是哪种农产品，发展到一定程度呈现规模化生产后，就需要指定一系列标准去规范生产。但是贵州省刺梨生产面临的问题是：当前的生产链条上的工作人员多是仅经过简单培训的农民，企业的人力资本并未达到规模化生产后应当达到的水平。与此同时，贵州刺梨产业的一些执行标准仅是取决于企业本身的，达不到可以向外大量推广刺梨的水平。在电子商务背景下，许多地方特色优势的水果都借助互联网浪潮得到了蓬勃发展，如赣南脐橙、栖霞苹果等。而上述的贵州刺梨加工问题，保鲜问题和标准化程度不足的问题严重制约了贵州刺梨产业的高质量发展。

冷链物流体系的完善程度对农产品的市场拓展具有显著促进作用[9]。冷链温控断链问题在刺梨流通领域尤为突出。更有电商直播带货中采取的即采即发模式，导致与冷链标准形成较大偏差。这些操作缺陷不仅造成刺梨原料的经济损失，更是对贵州刺梨推广到全国、全世界的一大阻碍。

3.2. 刺梨产业规模效应和集群效应不显著

不论是规模效应还是产业集群效应，都会对企业产生正向影响[10]。但是贵州刺梨产业的规模效应和集群效应并不明显。由于发展时间较短，贵州刺梨的产品价值挖掘不足，所以并没有形成显著的产业规模效应。从种植上看，贵州省刺梨种植整体规模位居全国第一位，但是并没有实现刺梨种植的标准化，

规模的扩大并没有带来相应的经济效益的提升。除此之外,贵州省刺梨产业并没有对应产量的集群效应。区域间产品并没有形成联动,配套设施不全、资源不共享等问题导致了企业间并没有进行合理的分工协作。

不明显的规模效应和集群效应不仅阻碍了贵州刺梨实体产业的高质量发展,还妨碍了贵州刺梨的电商发展。一方面,如果不具备规模效应和集群效应,贵州刺梨不仅在价格上,在产品研发上相较于其他水果都缺乏竞争力;另一方面,缺乏规模效应和集群效应使得贵州刺梨的品牌推广不能够形成合力,这是对贵州刺梨走向全国、全世界的一种阻碍。

3.3. 国际市场拓展受阻

贵州刺梨要走向国际就需要达到国际认可的出口标准。如前所述,贵州刺梨产业在加工和生产的标准化程度上是存在明显短板的,所以极大地限制了贵州刺梨走向全世界。此外,贵州刺梨相应的宣传工作也不到位,官方媒体平台并没有发布贵州刺梨的外语宣传片,这就导致了国外很多消费者甚至并不知道贵州刺梨的存在,以至于贵州刺梨的出口份额极低,目前仅出口到了日本、法国等少数几个国家。

互联网时代为贵州刺梨走向国际提供了良好的契机,但是 Youtube、Facebook 等国外主要媒体平台缺乏贵州刺梨的相关宣传,导致国外消费者不了解刺梨的营养价值,所以贵州刺梨务必抓住这个机会在改善前述问题的基础上将“贵州刺梨”这个招牌推广到全世界。

3.4. 食品安全问题

对于食品安全的担忧和生活水平提高后对于健康的关注使得消费者在消费贵州刺梨前更为渴望了解刺梨的成分构成和其制造过程^[11]。消费者在电商平台选购贵州刺梨产品时,较为关注产品价格、包装图片及高营养价值宣传,因为鲜果糖度、加工品原料新鲜度等核心品质指标难以直观判断。与线下品尝、触摸的传统消费模式相比,线上消费的信息不对称更为明显。部分商家为提升销量,刻意美化刺梨鲜果色泽、夸大果实尺寸。

另一方面,受制于运输环节损耗,冷链断链导致刺梨鲜果腐坏率升高。多次遭遇质量问题的消费者中,会转向线下商超购买可直观验货的刺梨产品,或选择其他地区标准化程度更高的生鲜品类,而这导致贵州刺梨线上用户流失率逐年升高。这种现象,正逐步蚕食贵州刺梨产业的电商信任。

4. 贵州省刺梨产业电商发展路径优化

4.1. 贵州刺梨行业产品加工能力、建立标准体系

为了实现贵州刺梨行业在电商背景下的高质量发展,第一步就是要做好基础建设。生鲜电商企业普遍存在资金有限,缺乏电子商务人才的问题^[12]。首先,针对贵州刺梨企业加工能力不足和冷链管理不完善的问题,应当加强相关专业人才的培养。一是专业的种植人才,应用更加标准化的流程去生产刺梨产品;二是冷链物流管理人才,为了使得贵州刺梨能更好的走向全国,乃至全世界,贵州刺梨产业应该花更多功夫去实现冷链保鲜,防止出现冷链断链的情况。

此外,贵州刺梨产业还应当加强行业标准体系的建立健全。《贵州省刺梨产业发展调研报告》披露,针对贵州刺梨的行业标准仅有 1 个,所以当务之急就是加强行业标准体系的建立。制定关于刺梨鲜果采收与分选、刺梨加工品质量分级等省级行业标准并加快推广到全国。通过建立有关标准体系,从技术上提升贵州刺梨的竞争力,贵州刺梨行业和电商的发展才能更上一层楼,出口贸易才会敞开大门。

4.2. 加强区域建设,提升规模效应,培养产业集群

贵州省刺梨产业规模效应和集群效应的提升无疑会对贵州刺梨的电商发展产生积极影响。一方面,

规模效应和集群效应能够促进贵州刺梨的招牌推广；另一方面，规模效应和集群效应将使贵州刺梨的生产成本下降，从而让刺梨产业有更大的利润空间，刺激其生产和研发积极性，由此形成积极的正向循环。

所以，针对贵州省刺梨产业规模效应和产业集群效应不够显著的发展现状。贵州省第一步要做的就是深度挖掘贵州刺梨的产品价值，推进刺梨产品的深度加工，形成标准化生产流程。在上述基础上，充分利用贵州省种植刺梨的天然优势，推出“贵州刺梨”地理标志认证，努力打造贵州省刺梨公共品牌和强势产品品牌，使贵州刺梨企业形成空间上的聚集，由此产生刺梨的规模经济。

只有深度挖掘刺梨的产品价值才能对贵州刺梨资源进行更好的分工，由此形成贵州刺梨产业的集群效应。此外，应当加强龙头企业的建设，由此带动相关产业的发展，形成从原料供应、产品加工到销售配送的完整产业链条。最后，为了实现刺梨产业的规模效应和集群效应，应积极给予贵州刺梨产业政策支持，为贵州刺梨产业在实体和电商领域的蓬勃发展保驾护航。

4.3. 积极开拓贵州刺梨的国际市场

根据《贵州省刺梨产业发展调研报告》，目前仅贵州六盘水市实现了少量刺梨产品的出口。为了到达农产品出口的国际标准，归根到底还是要加强贵州刺梨的标准化体系建设，加强对产业链相关人才的培养才能实现贵州刺梨走向国门的战略目标。

为了开拓国际市场，还应当加强对贵州刺梨的国际宣传，不仅局限于日本、法国等发达国家，通过多国语言的官方宣传片的拍摄，在国外主流媒体 Youtube、Facebook 上加大宣传力度。积极参与德国科隆食品展、美国天然产品博览会等国际重要食品展览会，设立“贵州刺梨”展区，提供试饮体验，吸引更多海外消费者了解并关注到贵州刺梨。此外，贵州刺梨产业需要制定差异化的贵州刺梨网络营销策略。比如美国更加强调天然、有机和高营养价值，那么贵州刺梨产业就应积极与 SGS 合作取得有机认证，促进刺梨鲜果，刺梨原浆和饮料出口到美国；针对韩国，就可以侧重于刺梨美容产品的宣传，联合韩国化妆品企业研发刺梨面膜、精华液，加快入驻 Olive Young、乐天免税店。通过大数据推送，使得贵州刺梨这个特色招牌深入人心。最后，建议将贵州刺梨融入贵州特色民族文化，增强贵州刺梨的故事属性，借助贵州民族文化的影响力进一步促进贵州刺梨走向世界。

4.4. 加强执法监督，保障贵州刺梨产品的食品安全

为了有效监督贵州刺梨的食品安全问题，需从生产源头到消费终端的全产业链入手，结合法律法规、技术手段和多方协作，构建科学系统的监管体系。

首先，应积极推动在《贵州省食品安全条例》中增设刺梨产业专项条款，明确企业主体责任和违法处罚细则。对违规使用农药、非法添加等行为实施“黑名单”制度，并纳入社会信用体系。其次，在种植环节，推广标准化种植基地，建立“合作社 + 农户”模式，统一提供种苗、农资和技术指导，禁用高毒农药。定期检测种植区域土壤、灌溉水的重金属及污染物，建立环境质量数据库。第三，在加工环节，推广 HACCP 体系，对灭菌、添加剂使用等高风险环节实施动态监控。第四，在流通环节，利用区块链技术建立“一物一码”追溯系统，覆盖种植、加工、销售全流程。最后，应加强消费者的监督参与，鼓励消费者通过相关软件举报违规行为，设立食品安全有奖举报制度，进一步完善贵州刺梨的食品安全保障制度。

参考文献

- [1] 葛梅, 白丽, 曹君瑞. 乡村振兴战略下农产品电子商务发展问题与策略研究[J]. 农业经济, 2023(8): 118-121.
- [2] 敖芹, 谷晓平, 于飞, 等. 贵州刺梨气候适宜性研究[J]. 中国农学通报, 2013, 29(34): 177-185.
- [3] 袁琼芳. 数字经济下贵州省特色农产品网络营销的成效、问题及对策[J]. 中国商论, 2022(21): 62-64.

- [4] 贵州省统计局. 贵州省刺梨产业发展调研报告[EB/OL].
https://stjj.guizhou.gov.cn/tjsj/tjfbjyjd/202007/t20200716_86400221.html, 2021-07-20.
- [5] 陈健, 郭冠清. 论政府与市场的有效结合——兼析产业政策的适用性[J]. 财经问题研究, 2020(12): 22-30.
- [6] 吴小节, 马美婷, 杨尔璞, 等. 中国产业政策研究综述[J]. 华东经济管理, 2020, 34(5): 81-95.
- [7] 唐玲, 陈月玲, 王电, 等. 刺梨产品研究现状和发展前景[J]. 食品工业, 2013, 34(1): 175-178.
- [8] 张喜才, 丁颖哲. 生鲜农产品冷链物流的产地悖论及应对策略研究[J]. 农业经济与管理, 2022(4): 71-80.
- [9] 牟进进, 李静, 王淑云. 农产品冷链物流发展研究: 客观要求、增值机理及发展对策[J]. 东岳论丛, 2024, 45(7): 51-58.
- [10] 陈嘉, 韦素琼, 李锋. “共位集群”视角下的农业产业集群演化路径与网络——以福建省漳平市茶产业为例[J]. 热带地理, 2021, 41(2): 364-373.
- [11] 孙娟娟. 农产品价值增值的路径和制度保障——兼论粮食安全、食品安全、食品质量关联性[J]. 华南农业大学学报(社会科学版), 2016, 15(1): 72-81.
- [12] 田刚, 张蒙, 李治文. 生鲜农产品电商企业技术效率及其影响因素分析——基于改进 DEA 方法与 Tobit 模型[J]. 湖南农业大学学报(社会科学版), 2018, 19(5): 80-87.