

兰州市特色农产品电商发展的困境与对策研究 ——以兰州百合为例

梁力为

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年5月12日; 录用日期: 2025年5月26日; 发布日期: 2025年6月23日

摘 要

随着电子商务的蓬勃发展, 兰州市特色农产品电商化成为推动农业经济转型的重要途径。兰州百合作为兰州市的特色农产品, 具有较高的营养价值和市场潜力。本文通过分析兰州百合产业与电商的发展现状, 指出其发展面临的困境: 品牌建设不足、物流配送存在问题、市场竞争激烈、人才短缺。并针对上述问题提出了相应的对策建议: 加强品牌建设、完善物流配送体系、提升市场竞争力、加强人才培养与引进。

关键词

兰州百合, 特色农产品, 电商发展, 发展困境, 对策

Research on the Dilemma and Countermeasures of E-Commerce Development of Characteristic Agricultural Products in Lanzhou City —Taking Lanzhou Lily as an Example

Liwei Liang

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

Received: May 12th, 2025; accepted: May 26th, 2025; published: Jun. 23rd, 2025

Abstract

With the rapid development of e-commerce, the e-commerce of characteristic agricultural products

in Lanzhou City has become an important pathway for promoting agricultural economic transformation. As a distinctive agricultural product of Lanzhou City, lily has high nutritional value and significant market potential. This paper analyzes the current state of the Lanzhou lily industry and e-commerce development, identifying key challenges faced by its development, such as insufficient brand building, logistical distribution issues, intense market competition, and talent shortages. Corresponding countermeasures are proposed to address these problems, including strengthening brand development, improving the logistics and distribution system, enhancing market competitiveness, and fostering talent cultivation and recruitment.

Keywords

Lanzhou Lily, Characteristic Agricultural Products, E-Commerce Development, Development Challenges, Countermeasures

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

在互联网技术飞速发展和数字经济时代全面到来的大背景下，电子商务已成为推动经济增长的关键引擎。对于农业领域而言，农产品电商的兴起更是为农业产业升级和农产品市场拓展提供了新的契机[1]。特色农产品是指在特定地理环境和气候条件下生长，且种植和生产工艺具有独特性，有着鲜明地域特点和传统工艺特色的农产品[2]。它与特定地方文化、历史和传统习俗紧密相连，代表着某个地区独特的农业资源和生产优势，是推动当地农业发展、增加农民收入的重要力量。甘肃省作为农业大省，拥有丰富多样的特色农产品，如兰州百合、天水花牛苹果、平凉红果等，这些特色农产品为电商产业发展奠定了坚实的物质基础。

随着电商的蓬勃发展，兰州百合也踏上了电商之路。兰州百合有着“蔬菜人参”的美誉，是药食同源的佳品，口感香甜、营养丰富，深受消费者的喜爱。近年来，兰州百合的种植规模不断扩大，产业带动作用和市场潜力巨大，已然成为广大山区农民脱贫致富、增加收入的支柱产业[3]。对于兰州百合产业而言，深入剖析其电商发展困境并提出针对性对策，能够有效推动兰州百合产业的转型升级。

2. 兰州百合产业与电商发展现状分析

兰州市位于黄土高原、青藏高原和内蒙古高原三大高原的交汇地带，光照充足，昼夜温差大，独特的地理环境和气候条件孕育了丰富多样的特色农产品。兰州百合是兰州市最具代表性的特色农产品之一，是百合中的上乘极品，也是全国唯一的食用甜百合[4]。兰州百合主要种植于七里河区、榆中县、西固区等地县，种植区域海拔在 1800~2600 米之间，昼夜温差大，充足的光照与适中的降水，为百合生长提供了得天独厚的条件。同时，兰州百合产业的发展也为带动了相关产业的发展以及对一二三产业融合发展创造了条件[5]。

从种植面积方面看，目前兰州百合兰州域内种植面积 13.7 万亩，占全省 25 万亩的 55%，全产业链产值达到 56.8 亿元¹。兰州百合种植主要分布在七里河区、榆中县、西固区等区域。其中，榆中县种植面积为 7.5 万亩，七里河区为 5.5 万亩，西固区为 0.7 万亩²。根据《兰州百合产业高质量发展规划(2024~2030)》

¹ 数据来自：中国甘肃网 <http://www.gscn.com.cn/>。

² 数据来自：甘肃省人民政府 <https://www.gansu.gov.cn/>。

提出，力争到 2030 年，域内外种植面积由现在的 25 万亩增加到 40 万亩。

从产业规模看，目前兰州市从事百合加工的在册企业 220 家，年保鲜贮藏能力达 4.4 万吨，较为成熟的产品主要有真空包装鲜百合和百合干，以及近年开发的速冻百合、百合酥、百合膏、百合粉等 18 类。2023 年，兰州百合整个产业链的产值达到了 56.82 亿元，其中一产产值为 19.91 亿元，二产产值为 32.93 亿元，三产产值为 3.98 亿元³。根据《兰州百合产业高质量发展规划(2024~2030)》提出，到 2030 年，兰州百合产业产值由现在的 100 亿元增加到 200 亿元。

从电商规模看，兰州百合电商产业规模正在不断扩大，展现出良好的发展态势。在销售数据方面，兰州百合在电商平台上成绩斐然。国内电商平台上，新鲜兰州百合品牌众多，部分品牌位居销量排行前列，如“陇卉”牌出口级兰州新鲜甜百合 500 g 售价 96 元⁴，在 2025 年居新鲜兰州百合品牌销量第一名，鲜百合销量稳居全网首位。同时，通过跨境电商渠道，兰州百合制品等农特产品年出口增长达 47%，在东南亚市场复购率超过 60%⁵。在销售渠道方面，线上销售渠道丰富多样。除了淘宝、天猫、京东等传统电商平台，新兴的社交电商平台小红书、抖音，以及社区团购平台多多买菜等，都为兰州百合的销售提供了有力支持。像“良工尚品”有机百合干和“金德严选”碗装百合通过东方甄选等平台，在北上广和粤港澳大湾区市场销量稳步增长。在企业参与方面，兰州市从事百合加工的在册企业 220 家，其中不少企业积极拓展电商业务。例如爽口源等龙头企业，构建供应链体系，建立专业直播电商团队，开启多个电商销售平台，建成“互联网+特色农业”电商销售体系，有效促进了兰州百合的电商销售。现如今，越来越多的消费者通过电商平台认识和购买兰州百合，兰州百合的网络销售市场份额不断扩大。兰州百合在电商平台上的好评率也逐渐增高，消费者对兰州百合的品质和口感给予高度评价，这有利于进一步提升兰州百合的品牌形象和市场份额。

3. 兰州百合产业与电商发展面临的困境

3.1. 品牌建设不足

兰州百合虽然具有较高的知名度，但品牌建设仍存在诸多问题。尽管兰州百合入选了中国区域农业产业品牌影响力指数 100 强，但品牌意识淡薄和品牌运营能力不足的问题仍然突出。部分企业缺乏品牌意识，品牌推广力度不够，导致兰州百合的品牌价值未能充分发挥^[6]。例如，市场上存在以次充好、假冒伪劣的现象，一些商家将其他地区的百合冒充兰州百合销售，严重影响了兰州百合的品牌形象。此外，兰州百合的品牌建设还面临品牌宣传渠道单一、品牌文化内涵挖掘不足等问题，难以在激烈的市场竞争中脱颖而出。具体原因在于兰州百合在品牌保护方面，机制不完善：尚未建立起全面、高效的 brand 保护机制，对于市场上出现的假冒伪劣产品打击力度不够，使得侵权行为时有发生，扰乱了正常的市场秩序，损害了兰州百合的品牌声誉，也让消费者对品牌产生信任危机。在品牌推广方面宣传力度不够：政府、企业等投入到品牌宣传推广上的资源相对匮乏，无论是举办推介会的频次，还是广告投放的规模等都难以达到理想效果，使得品牌在市场上的声量不足，无法给消费者留下深刻印象。

3.2. 物流配送问题

兰州百合的物流配送面临诸多挑战。百合产品对保鲜要求高，尤其是鲜百合需要冷链物流支持，但兰州市的冷链物流基础设施仍不完善，物流成本较高^[7]。例如，疫情期间，兰州百合的外销受阻，导致大量产品滞销。据统计，受新冠肺炎疫情影响，有 1000 余吨兰州百合遭遇外销停滞之困。此外，物流配送的时效性和稳定性不足，影响了消费者体验和市场拓展。例如，每箱百合的运费是 30 元，人工装卸费

³ 数据来自：甘肃农业信息网 nync.gansu.gov.cn。

⁴ 数据来自：兰州市商务局 <http://swj.lanzhou.gov.cn/>。

⁵ 同 4。

是 22 元，一个来回就是 44 元，退货成本极高。

3.3. 市场竞争激烈

兰州百合面临着来自国内外市场的激烈竞争。一方面，随着电商的普及，越来越多的农产品进入市场，兰州百合不仅要与国内其他地区的百合竞争，还要与进口百合竞争[8]。例如，兰州百合的主要外销目的地如北京、上海、广州等地的餐饮企业歇业，导致兰州百合外销停滞，甚至出现了退货的情况。另一方面，消费者对农产品的品质和价格要求越来越高，兰州百合需要不断提升自身竞争力，以满足市场需求。此外，兰州百合的线上销售仍处于初级阶段，市场开拓能力不足，导致产品销售范围有限。

3.4. 人才短缺

电商运营需要专业的技术人才和管理人才。但是兰州市在电商人才方面存在短缺。许多企业缺乏专业的电商运营团队，导致电商销售的效果不理想[9]。例如，疫情期间，由于工人到岗率不高，致使去年秋季收购的百合不能及时进行加工，增加了存贮成本，严重影响今年的百合收购和加工。此外，农村地区电商人才流失严重，进一步制约了兰州百合电商的发展[10]。例如，有企业怀揣“让全国人民都能吃上正宗兰州百合”的信念，投入 200 万元开设了天猫旗舰店，但由于缺乏电商运营经验，店铺很快就陷入了困境。

4. 对策建议

4.1. 加强品牌建设

建议政府、企业和行业协会等多方协同发力，共同推动兰州百合品牌建设。政府应加大对兰州百合品牌建设的宣传推广力度，通过举办品牌推介会、参加农产品展销会等方式，提升兰州百合的品牌知名度。同时，鼓励企业加强品牌意识，注重产品质量和品牌形象塑造，打造具有市场竞争力的品牌。并且建立健全品牌保护机制，打击假冒伪劣产品，维护品牌形象。良好的品牌形象有助于在电商平台众多同类产品中脱颖而出，让消费者更愿意选择品质有保障、形象良好的兰州百合产品，增强其在电商市场中的竞争力，提高产品复购率。此外，应深入挖掘兰州百合的文化价值，通过发展文化产业促进兰州百合产业多元化发展，增加百合产品包装的文化元素，结合兰州其他特色文化内容进行设计，开发联名款包装。可以通过包装、文案等向消费者展示独特的文化韵味，契合当下消费者对于文化消费的需求，更好地吸引消费者关注并下单购买，促进电商销量增长。借助挖掘文化价值发展文化产业促进兰州百合产业多元化发展，后续有望产生更多样化的百合衍生产品进入电商渠道销售，丰富电商平台上兰州百合相关产品的种类，满足不同消费者的多元需求，进一步拓展电商业务规模。此外，利用新媒体平台，通过网络直播、邀请网红主播推广等方式，对兰州百合文化节等活动进行广泛宣传，吸引更多年轻消费者。最后，还需建立健全品牌保护机制，严厉打击假冒伪劣产品，维护兰州百合的品牌形象。

4.2. 完善物流配送体系

建议加强冷链物流基础设施建设，鼓励企业建设冷链物流设施，降低物流成本。政府可以通过财政补贴等方式，支持物流企业制定针对性的一站式解决方案，提高兰州百合的航班频率和衔接效率，实现随到随走、国内当日达、门到门等服务，还可鼓励企业积极参与冷链物流设施建设，对于企业投资新建或升级改造冷链物流设施的行为，政府可通过税收优惠、土地使用优惠等政策给予支持。同时，加强物流配送的时效性和稳定性，通过与专业冷链物流企业合作，确保百合产品的运输质量和效率。此外，利

用航空物流资源,提升兰州百合的运输效率和市场覆盖范围,进一步拓展销售渠道,提高产品曝光度。

4.3. 提升市场竞争力

建议从产品附加值、销售渠道和市场推广等多方面入手,提升兰州百合的市场竞争力。政府及产业主管部门应加大对百合产业的政策扶持和资金投入,支持百合产品加工企业引进先进生产加工设备,加强技术人员培养,提升产品质量。同时,面向市场需求,开展百合精深加工技术研究,开发市场前景好、附加值高的产品,如百合保健品、百合护肤品等。此外,应紧跟线上销售发展趋势,由政府和产业主管部门组织安排,对种植者、合作社和企业等加强线上销售技能培训,引导和支持其开展线上销售。企业应面向更广泛的消费者群体,合理调整产品销售方向,加强与各大超市的深度合作,提高产品曝光度。同时,利用农旅结合模式,在百合产区开展田园采摘观光活动,创造产品销售机遇。此外,构建“线上与线下相结合、整体品牌形象塑造与渠道营销紧密结合”的营销推广体系,推动兰州百合长期稳步开拓国内外市场。

4.4. 加强人才培养与引进

政府社会等多元主体应共同建设人才全链条培养体系。建议政府、企业和教育机构等多主体协同发力。政府应组织开展电商培训活动,提高农民和企业人员的电商运营能力。同时,鼓励高校和职业院校开设电商相关课程,培养专业电商人才,为兰州百合电商发展提供人才支持。此外,政府应通过政策引导,提供创业支持和优惠条件,吸引电商人才回流农村地区,缓解人才短缺问题。同时,创造良好的创业环境,鼓励更多有发展潜力的产业落地生根,形成品牌,推动兰州百合产业的可持续发展。通过以上综合性的对策建议,可以有效解决兰州百合电商发展过程中面临的品牌建设不足、物流配送问题、市场竞争激烈和人才短缺等困境,推动兰州百合产业的高质量发展,促进乡村振兴和农民增收。

5. 结论与展望

5.1. 研究结论

近年来,电子商务的快速发展为特色农产品销售提供了新的机遇,但同时也面临诸多挑战,本文研究认为,兰州百合电商发展需以科技创新为驱动,以标准化建设为保障,以品牌营销为突破,通过政府、企业、农户及电商平台多方协同发力,实现产业转型升级。该研究不仅为兰州百合的电商转型提供实践指导,也可为兰州市其他特色农产品电商发展提供借鉴,对促进农业现代化和乡村振兴具有现实意义。

5.2. 未来展望

兰州百合的电商化发展是兰州市特色农业转型升级的缩影,其困境与对策可为西北地区同类农产品提供参考。未来,随着互联网技术的不断发展和农村电商市场的不断扩大,兰州市特色农产品电商发展前景向好,可从以下方面进行深入探索:一是详尽研究电商发展对兰州百合产业升级对农民增收的影响机制,为制定更加精准的政策提供依据;二是钻研新的电商模式及新技术的应用,如大数据、人工智能、区块链等,提高电商运营效率和产品质量安全水平;三是加强区域合作和品牌共建,持续提升兰州百合等特色农产品在全国乃至全球市场的竞争力。通过不断的研究和实践,为兰州市特色农产品电商发展注入新活力。

参考文献

- [1] 洪勇,洪涛. 2025 中国数字农产品电商新格局、新政策与新建议[J]. 供应链管理, 2025(6): 1-43.

-
- [2] 孙光霞. 乡村振兴背景下特色农产品电商营销模式分析[J]. 山西农经, 2024(1): 137-139.
 - [3] 杨彩娥, 王建平. 百合电子商务发展的影响因素及对策研究[J]. 热带农业工程, 2022, 46(6): 86-89.
 - [4] 周清泉. 兰州百合产业发展现状及对策[J]. 甘肃农业科技, 2016(1): 64-66.
 - [5] 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.
 - [6] 朱婷莉. 乡村振兴背景下兰州百合企业创新发展路径的实例研究[J]. 数字农业与智能农机, 2024(6): 109-111.
 - [7] 杨洋, 吕剑平. 农业电商发展中的农产品物流问题与对策研究[J]. 物流科技, 2024, 47(6): 30-33.
 - [8] 李想儿, 袁峥嵘. 兰州百合地理标志保护问题及对策研究[J]. 农村经济与科技, 2021, 32(17): 172-174.
 - [9] 张金香, 管乐然. 农产品电商直播赋能乡村振兴实践的路径研究[J]. 广东开放大学学报, 2023, 32(2): 105-111.
 - [10] 权玺, 林静. 新媒体环境下西北特色农产品品牌网络推广研究——以“兰州百合”为例[J]. 农业网络信息, 2016(8): 34-37.