

数字经济背景下农产品经营的研究

——以徐州市为例

年蒋鑫

南京林业大学人文社会科学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年4月28日; 录用日期: 2025年5月16日; 发布日期: 2025年6月13日

摘要

伴随数字经济的快速发展, 农业领域正经历深刻的数字化转型。徐州市作为江苏省的农业大市, 具有丰富的农业资源和产业基础, 数字化农业正为其农产品经营带来新的发展机遇。本论文探讨了数字化背景下徐州市农产品经营的现状、优势和问题, 并提出了改进建议。徐州市积极响应国家政策, 推动农产品电商发展, 通过数字化平台提升产品的市场竞争力和品牌效应。尽管取得了一定的成效, 但仍面临基础设施建设不足、人才短缺和电商覆盖率低等问题。应加强数字基础设施建设、提升农民的数字技能, 并推动农产品线上销售规范化, 以促进徐州市的农业现代化发展和农村经济的高质量增长。

关键词

农产品, 数字化经营, 农村发展

Research on the Management of Agricultural Products in the Context of the Digital Economy

—Taking Xuzhou City as an Example

Jiangxin Nian

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 28th, 2025; accepted: May 16th, 2025; published: Jun. 13th, 2025

Abstract

Accompanied by the rapid development of the digital economy, the agricultural field is experiencing

文章引用: 年蒋鑫. 数字经济背景下农产品经营的研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(6): 1245-1251.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1461858

profound digital transformation. As an agricultural city in Jiangsu, Xuzhou has rich agricultural resources and industrial foundation, and digital agriculture is bringing new development opportunities for its agricultural product management. This paper explores the current situation, advantages, problems of agricultural product management in Xuzhou City under the digital background, and proposes improvement suggestions. Xuzhou City has actively responded to national policies, promoted the development of agricultural e-commerce, and enhanced the market competitiveness and brand effect of products through digital platforms. Although certain effects have been achieved, it still faces problems such as insufficient infrastructure construction, talent, and low e-commerce coverage. It is necessary to strengthen the construction of digital infrastructure, improve the digital skills of farmers, and promote the standardization of online sales of products to promote the modernization of agriculture in Xuzhou City and the high-quality growth of the rural economy.

Keywords

Agricultural Products, Digital Operation, Rural 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

伴随网络技术的快速发展，数字经济为推动全球经济增长做出了重要的贡献。这也对农业领域产生了潜移默化的影响，数字化转型正逐步改变传统的农业经营模式，推动农产品生产、流通、销售等各环节的效率提升，让客户和农户都享受到便利。数字化农业不仅能够提升农产品的市场竞争力，还能有效解决传统农业中存在的管理效率低、资源浪费严重等问题。徐州市作为中国江苏省的农业大都市，其农产品种类丰富，有着优秀的农业基础，非常适合且需要数字经济助其获得更大的发展。国家的中央一号文件也屡次重视农业发展，提出数字经济助力农业发展的新模式，这更加使农业经济的数字化转型处于迫切且关键的时刻。所以说未来已定，以后农业的发展模式就是从松散的变成聚集的，从传统的变成数字的，从小农经济蜕变成专业化的农业生产模式。

2. 数字化背景下徐州市农产品经营的基本情况

2.1. 数字化平台农产品经营的背景

随着互联网浪潮的兴起，各方面有关互联网的服务也在这段时间里快速崛起，使得电商平台在这些年里迅速发展，不管是国内还是国外的客户都通过这些电商平台享受到了极大的便利。国家在 2018 年中央一号文件首次提出实施数字乡村战略，再到 2022 年的中央一号文件(即《中共中央国务院关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》)明确指出，实施“数商兴农”工程，推进电子商务进乡村[1]。徐州市作为江苏省农业大都市，近年来积极响应国家“数商兴农”政策，推动农产品电商发展。同样在 2022 年，《徐州市数字乡村发展行动计划》明确提出打造“农产品电商示范市”，积极响应中央号召，重点支持丰县、沛县、睢宁等农业主产区建设数字化供应链体系。这几年，徐州市也是初步搭建起了农产品电商模式，通过数字化平台为徐州农业的发展提供一份巨大助力。

2.2. 徐州市农产品特点的介绍

徐州市作为江苏省农业大都市，现有农村人口 675 万人、农村劳动力人口 358 万，居全省第一位。尽

管徐州拥有众多农业优势产业地，经济发展水平却远远落后于苏南地区[2]。不过徐州的农产品基础很不错，农产品质量有保障且规模不小。具体来说，徐州市农产品的品类丰富并且区域特色比较明显，比如徐州的丰县，被誉为“苹果之乡”，其农产品苹果以甜度高和口感脆甜著称；徐州沛县则被称为“生态大米之乡”，主要是因为沛县的稻米品质优良，还获评成为国家地理标志产品；此外徐州市的邳州也是家喻户晓的“中国大蒜之乡”，它的大蒜出口量占比全国的三分之一，优势明显。这些产品通过标准化种植、品牌化运营和数字化营销，形成了“农香徐来”区域公用品牌体系，使得徐州市优质农产品获得长足的发展。

3. 数字化背景下徐州市农产品经营的优势分析

3.1. 良好的数字化农业发展基础

首先徐州市本身就是一片沃土，它是江苏省的农业大市，是重要的农业基地。徐州市在 2016 年被确立为淮海经济区中心城市，是农副产品出口基地、国家粮棉生产基地，还是全国五大蔬菜产区之一。这为后续的数字化农产品模式打下了坚实的基础，毕竟巧妇难为无米之炊，没有这样完好的农业基础，再先进的数字化平台也只是空壳。

另一方面随着国家数字化农业营销战略的推进，徐州市积极发展农村电商生态体系，建设了一批县域电商服务中心与乡村物流配送站点和农产品上行渠道，初步建立起了差强人意的农村电商服务体系。2019 全年徐州市市级层面共开展各类电商人才培训 20 余场次，参培人员超过 1000 人，全市参培人员达 20,000 人次。从 2017 年开始，徐州市针对农产品电商开展“万人培训”、农业科技入户等项目培训超过 50,000 人次，极大地提高了各类经营主体的服务能力和经营素质[3]。同时徐州市的电商企业数量也在持续增长，规模也在逐渐扩大，形成了以徐州电商产业园、邳州电子商务中心等为代表的集聚发展格局，为农产品的品牌化与规模化运营提供了平台保障。截至 2023 年底，徐州市累计建成乡村电商服务站超过 2300 个，县域电商服务中心 10 个；“农香徐来”品牌体系已覆盖全市 90%以上的地理标志农产品，品牌交易额突破 12 亿元。

3.2. 国家与地方政府的扶持推动

从国家级的政策方针来看，中央对农业数字化转型给予了高度重视，出台了一系列政策措施，为农产品数字化经营提供了有力支撑。2022 年国家的中央一号文件中提出了“数商兴农”，并且要加快农村基础设施建设、推动农业信息化进程、发展智慧农业和农村电商。所谓“数商兴农”战略，是以“数商”为驱动，打造农村电商的升级版。“数商兴农”着眼于运用前沿的数字商务技术，持续提升农村电商的数字化、网络化和智慧化水平。随着农村电商的飞速发展，其作用已经从助力扶贫转为乡村振兴，是乡村经济高质量发展的重要力量，对于促进农村电子商务的持续进步和实现高质量发展，具有重要的意义和深远的影响。在这一过程中，“数商兴农”战略对农村电商人才的综合素质要求进一步提升。

从地方政府政策支持方面来说，徐州市政府高度重视农村电商发展，清楚认识到这是带动徐州市农业发展的重要举措，在此背景下徐州市政府出台了多项扶持政策：比如鼓励农户、合作社与电商平台合作，推动农产品的网络销售模式发展。依托这一良好的电商环境，徐州市的部分农产品如大蒜、苹果、梨等已实现线上热销，拓宽了销售渠道，提高了产品附加值，为农民增收与农业转型升级奠定了坚实基础。

3.3. 品牌效应助力市场规模的扩大

众所周知，消费者在选择商品时往往会更倾向于去选择品牌产品，因为品牌产品往往与优质挂钩，而且消费者之间的从众心理也会促进品牌的推广。比如说到白酒就会想到茅台和五粮液，说到可乐就会

想到百事可乐和可口可乐。所以品牌化的推广能够极大推动产品的销售规模扩大。随着数字化经营模式的推进,越来越多的徐州优质农产品通过网络平台进行品牌化推广,逐步树立了地域特色明显、品质保障可靠的品牌形象。比如“徐州大蒜”“贾汪苹果”等区域公用品牌已在消费者中建立起较高的认知度和美誉度,极大提升了产品附加值和市场竞争力。在数字化平台的支持下,这些品牌不仅实现了从“酒香不怕巷子深”到“主动营销与精准触达”的转变,还借助直播带货、社交电商等新兴销售模式,快速打开了更广阔的市场空间。另外品牌建设促进了产品标准化和质量溯源体系的完善,增强了消费者的信任感,带动了整个产业链的提质增效。因此,品牌效应的不断增强,不仅有利于徐州市农产品销量的持续增长,也为推动区域农业高质量发展提供了坚实支撑。

4. 数字化背景下徐州市农产品经营的问题分析

4.1. 农村数字化基础建设有待提升

要想实现农业数字化平台的高效率和高质量,除了软件方面的精益求精,硬件方面的基础化建设也必不可少。在推进徐州市农产品数字化运营的过程中,部分地区在数字化基础设施建设方面仍存在一定不足。尽管政府近年来投入了大量资源改善地区的数字化基础设施,但与城市地区相比,在网络覆盖、网速和数据处理能力方面仍存在较大差距。特别是在一些偏远村庄,互联网普及率较低数字化设施建设仍处于落后状态,这直接影响了农民参与电子商务平台和使用数字农业工具的能力。

另一方面来看,农村地区的物流配送体系尚未完全跟上数字发展的步伐。电子商务平台的兴起为农产品销售带来了新的机遇,但缺乏高效的物流体系,这使得部分产品在运输过程中容易损坏,降低了市场竞争力,减少了农民的收入。物流体系的不完善主要体现在三个方面:首先不少农村的物流领域公司和农村个体经营者对信息化技术的应用不够娴熟,缺乏实时物流信息更新和追踪系统,降低了整个物流过程的可控性。其次电子商务平台的物流运输模式呈现出个性化定制与速度快和单次销售小批量的特点,这传统物流所遵循的批发型运输模式有着不小的区别。这也是数字化经营转型过程的难点堵点。最后徐州市农产品供应链较为松散,平台各环节以及不同平台之间产生信息独立,达不到交流,很难做到对农产品冷链物流的无缝对接,平台成本升高。目前,徐州市农产品电商平台普遍使用支付宝、微信支付,网上支付存在一定危险性[4]。

所以改善农村基础设施不仅是提高农产品运营模式的关键,还有助于促进农民收入增长和农业产业链的升级。政府应加大投资,推动宽带网络和物流体系的专业化和体系化建设,为农村数字化转型提供坚实基础。

4.2. 相关人才短缺导致数字化运营能力有待提升

时代在进步,技术的突破也是日新月异,在这个快节奏的世界当中,人要打开思维,及时更新自己的认知,才能不被时代淘汰,进而利用新的技术去获得更大的发展。所以扩大数字化经营领域的人才规模是十分重要的,在推动徐州市农产品数字化经营的过程中,相关数字化人才的短缺成为制约其运营能力提升的关键因素之一。尽管部分农民通过自主学习或参与政府组织的培训掌握了电商基础操作技能,但从整体来看,精通农业信息化、数据分析、网络营销等复合型数字技术的人才依然稀缺。尤其是在基层农村,由于农村老龄化的程度加深,熟悉农业、技术和市场的“新农人”人数有限,这使得农产品在数字平台上的运营、推广及品牌建设受到制约。

另一方面,部分从业者对数字化转型的理解存在偏差,缺乏系统性思维与有效运营策略,进而影响了农产品市场化进程。企业与合作社也由于缺乏专业的电商运营团队,难以根据市场需求实现精准营销,从而导致线上销售效果不理想。

因此，要提升农产品数字化经营的整体水平，就需要通过加强相关人才的引进和培养，组建一支专业高效的农业数字化运营队伍，进而推动徐州市农业现代化的深入发展。

4.3. 农户专业程度和电商覆盖率有待提升

在徐州市推动农产品数字化经营的进程中，农户专业素养的欠缺与电商平台覆盖范围的局限构成了需要突破的制约因素。尽管越来越多的农民已经开始慢慢认识到电商销售所蕴藏的巨大潜能，但是从比例上来说，大部分的农户在实际操作中仍局限于数字平台应用的初级层面。他们缺乏系统的电商知识体系与更深层次的互联网营销技巧，从而难以高效运用各类数字化工具实现农产品的推广与流通，许多农户依旧固守传统销售路径，尚未真正洞悉并掌握依托电商平台优化销售流程的策略，这使得他们的市场开拓能力受限，收入水平亦随之停滞不前。

其次，农村地区电商平台的渗透率整体偏低，尤以交通闭塞的偏远乡村最为突出，不少农户至今未能接入电商网络，在物流体系、互联网基础设施及支付系统尚不完善的环境下，大批农产品难以突破地域桎梏，无法顺畅进入更广阔的消费市场，甚至连潜在客户群体的触达亦成问题，优质的农产品受限于地域阻隔，难以实现跨区域销售布局。这需要加速提升农户电商技能的专业化水平，并全力推进电商平台在农村地区的广泛覆盖，方能有效增强徐州市农产品在竞争激烈的市场环境中的整体竞争力，同时使得徐州的农产品数字化经营更加的专业化和高效率。

4.4. 数字化平台销售农产品的消费者信任度有待提升

目前来看，数字化平台为农产品销售提供了极大的便利，但是想要获得长足的发展还应该重视消费者的体验感和信任度，特别是徐州市这样典型的农业区域，提升用户的信任度对于增强用户的购买意愿有不可忽视的作用。但是当前的数字化平台销售农产品的消费者信任度有待提升。主要体现在以下几个方面。

首先，平台的安全性问题是影响用户信任度的主要因素之一。尽管现代电商平台在技术上取得了显著进展，但仍然存在网络安全漏洞和数据泄露的风险，这些问题可能引发用户对平台的质疑，尤其是在涉及到农产品这样关乎健康的商品时，消费者的安全意识尤为强烈。用户对平台是否能够保障个人隐私、交易安全以及农产品质量的真实性存在疑虑，直接导致了他们的购买意愿下降。因此，数字平台在保障网络安全、加强数据加密、透明化交易信息等方面需要进一步加强，增强用户的信任基础。

其次，平台的信息透明度不足也是信任度低的一个重要原因。农产品的质量直接关系到消费者的健康，而消费者在购买农产品时，往往缺乏对产品质量的直接感知，依赖于平台提供的产品信息。然而，目前许多数字平台在展示农产品信息时，存在内容模糊、描述不准确、缺乏详细的产地和生产过程信息等问题，造成了消费者对产品真实性和质量的怀疑。为了提升用户的信任度，平台应提供更为透明和可靠的信息，例如通过产地直供、可追溯的溯源系统等方式，增加产品的透明度和可信度。

最后，农产品的配送和售后服务也是影响信任度的重要因素之一。由于农产品易腐坏、运输过程中易受损，消费者对配送的时效性和质量控制要求较高。不少用户对平台的配送服务和售后保障存在担忧，担心延误、损坏或不符合预期的产品会影响他们的购买体验。因此，数字平台必须强化与物流服务提供商的合作，确保配送环节的及时性和质量，同时完善售后服务体系，及时解决消费者在购买过程中遇到的问题。

5. 数字化背景下徐州市农产品经营的改善建议

5.1. 加大国家财政对农村数字化基础建设的投入

为了有效推动徐州市农产品的数字化经营，必须从根本上改善农村地区的数字基础设施水平。当前

农村互联网覆盖率不高、网络质量不稳定、物流配送体系不完善等问题仍普遍存在，严重制约了数字技术在农业中的全面应用。

在这种情况下，国家和地方政府应加大财政投入，重点支持农村宽带网络建设、5G 通信布局、农业信息化平台搭建及智能物流体系建设。与此同时还应推动数字基础设施与农业场景的深度融合，确保相关设施真正服务于农民的实际需求。另外还应建立健全项目评估与资金监管机制，提升财政资金使用效能，避免资源浪费。通过财政政策的强力保障，为农村数字经济发展夯实基础，从而提升农产品流通效率、推动农业产业链优化，助力农业现代化转型。

5.2. 强化相关农产品数字化人才的孵化和引进

为了进一步推动徐州市农产品经营的数字化转型，加强数字化人才的孵化与培养是十分必要的。当前数字化技术在农业中的应用尚处于初步阶段，相关的高素质、复合型人才严重短缺。特别是对于能够将农业与信息技术深度融合的“新农人”，他们不仅需要具备一定的农业专业知识，还需掌握数据分析、电子商务运营、网络营销等技能。

针对这种情况，徐州市应加强与高等院校、科研机构的合作，建立数字农业领域的培训基地，定期开展面向农民的数字化技能提升课程。如建立“数字农业实训中心”，政府牵头与高校、龙头企业共建“订单式”人才培养体系。在政策层面，政府还应加大力度对数字化人才的返乡建立并完善相应的奖励制度，激发青年们回乡发展的热情。比如为返乡大学生创业提供三年税收减免与 10 万元以内的无息创业贷款，吸引高素质人才下沉农村。同时政府和企业还可以实行政企联合，政府给予政策补贴农业企业，共同开展数字化人才的孵化项目，为有潜力的农民提供资金支持和技术培训，帮助他们从传统农业转型为具备现代农业管理能力的“数字农民”。

通过这几种方式，能够有效提高数字化人才的集聚程度，加快其孵化速度，还能推动农业信息化、智能化的深度发展，最终提升徐州市农产品经营的整体效益和市场竞争能力。

5.3. 建立针对于当地农户的电商培训体系

为了促进徐州市农产品经营的数字化转型，提高农民的数字技能水平，建立专门针对当地农户的数字化培训体系是必不可少的。目前看来，尽管部分当地农民通过政府和社会组织的培训活动掌握了基本的电商操作技能，但整体培训效果仍未达到预期，有些农户消极对待，不愿意学习；有些农户则是年龄偏大无法再学习。这就导致特别是在技术深度和应用广度方面农户之间存在较大差距。

针对这些情况，徐州市应根据农户的具体需求和能力水平，设计多层次、分阶段的数字化培训课程。可以通过线下与线上相结合的方式，开展针对不同农业类型、不同年龄段的定制化培训。比方说对于年轻农民，可以着重教授电商平台的使用技巧、社交媒体营销等新兴数字技术；对于年长农民，可以强化基础的数字工具使用，如智能手机操作、在线支付等。通过这种差异化培训，使得农民能够在日常生产和销售中更加灵活地运用数字化工具，提高其市场竞争力。同时，徐州市还应搭建长期性的数字化支持平台，为农民提供持续的技术支持和经验交流的机会，帮助他们在实践中不断提升自己的数字化能力，真正实现农业经营方式的现代化与可持续发展。具体来说，可以依托“农广校 + 新农人学院”建设体系，针对性设立“短视频带货训练营”与“区域品牌运营班”等实践型课程，提升农户数字应用的实战能力。并推行“数字导师 + 村级电商服务站”结对机制，实现“一村一能人”，逐步提升整体徐州农村电商的素养。

5.4. 完善线上农产品销售的规范制度

国家目前已经有了一套行之有效的关于线上产品销售的法律，这使得农产品电商行业的发展有了法

律的保证。《中华人民共和国电子商务法》要求平台商应履行谨慎合理的注意义务，并放开民事赔偿责任。网络经销商应按照《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》等知识产权法，承担相应的责任和义务。平台商开展自营业务时应承担作为销售商的义务[5]。

从完善的角度来说，徐州的政府部门还应该完善专门的细则，要求线上平台定时提供农产品公司的总体生产情况以及农产品检测的结果，比如通过二维码和大数据技术精确到各个产品，同时确保信息的时效性和准确性，这对于农产品的安全和质量提供了一层保障，使得消费者慢慢倾向于通过网络平台进行农产品的购买，增强徐州农产品的品牌效应和用户粘性。

6. 结论

伴随着全球数字化浪潮的加速推进，数字经济正在深刻重塑农业的发展格局。徐州市作为江苏省的重要农业大市，凭借丰富的农产品资源和坚实的农业基础，在国家“数商兴农”战略和地方政府积极引导下，逐步迈入了农产品经营数字化转型的重要阶段。通过建设数字化平台、推动品牌化发展、加快电商体系布局，徐州市农产品经营已展现出良好的发展势头，数字农业新模式初步形成，为乡村振兴注入了强劲动力。在肯定成绩的同时，也应清醒认识到，徐州市农产品数字化经营仍面临基础设施滞后、专业人才短缺、农户电商素养不高、消费者信任度不足等问题。若不能及时加以应对，将可能制约农业数字化转型的深度和广度。因此，未来徐州市需进一步加大财政投入，具体要完善农村数字基础设施建设；强化数字农业人才的引进与培养，提升农户的电商应用能力；通过制度建设完善线上农产品销售的规范体系，提升消费者的购买信心与平台信任度；同时，加快推进物流体系现代化建设，打通农产品流通的“最后一公里”。

总而言之，徐州市农业经济的未来发展，必须坚定走专业化、数字化、规模化的道路。只有不断深化农产品经营的数字化转型，充分释放数字经济赋能农业的巨大潜力，徐州市才能在竞争日益激烈的市场环境中赢得主动权，推动农业产业升级，实现乡村全面振兴的宏伟蓝图。

参考文献

- [1] 李铜山, 马燕. 我国数商兴农中存在的现实缺憾及对策研究[J]. 乡村科技, 2024, 15(7): 27-31.
- [2] 王平, 吴坤. 徐州丰县“互联网+”农产品出村进城发展现状与对策研究[J]. 农村经济与科技, 2021, 32(21): 153-156.
- [3] 王平, 吴坤. 徐州市农产品上行发展现状与路径研究——以丰沛两县为例[J]. 中国商论, 2021(24): 10-12.
- [4] 戴君, 王皓, 宋思瑜, 等. 徐州市农产品电商平台发展状况调查分析[J]. 农村经济与科技, 2019, 30(13): 162-164.
- [5] 张峰源. 电商背景下特色农产品消费的优势、困境与对策[J]. 现代农业研究, 2024, 30(7): 55-58.