

# 乡村振兴视角下秦安蜜桃产业电商发展现存困境与对策探究

董亚斌<sup>1</sup>, 吕巧霞<sup>2</sup>

<sup>1</sup>甘肃农业大学林学院, 甘肃 兰州

<sup>2</sup>甘肃农业大学马克思主义学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年6月8日; 录用日期: 2025年6月25日; 发布日期: 2025年7月16日

## 摘要

在乡村振兴战略施行进程中, 农产品电商物流已成为农村经济发展与农民增收的重要驱动力。本文以秦安蜜桃产业为例, 分析了秦安农村电子商务发展的机遇、存在的问题, 并提出了解决问题的措施。在分析秦安蜜桃产业电商发展机遇的基础上, 就秦安电子商务人才匮乏、专业化程度低、配送设施不完善、产品配送成本高、农产品品牌塑造力度小, 品牌知名度低、政策落实存在误差、政策红利释放不到位等问题提出针对性解决措施。从强化专业人才培养、建设网络营销队伍、强化基础设施、提高物流效率、打造特色品牌、提高市场竞争力、加强宏观调控、强化政策支持等方面入手, 以期秦安蜜桃产品电商物流的可持续发展提供支撑。

## 关键词

乡村振兴, 秦安蜜桃, 电商物流, 对策探究

## The Existing Predicament and Countermeasures of E-Commerce Logistics of Qin'an Honey Peach Industry under the Background of Rural Revitalization

Yabin Dong<sup>1</sup>, Qiaoxia Lyu<sup>2</sup>

<sup>1</sup>College of Forestry, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

<sup>2</sup>College of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Jun. 8<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jun. 25<sup>th</sup>, 2025; published: Jul. 16<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

During the implementation of the rural revitalization strategy, e-commerce logistics for agricultural products has become an important driving force for rural economic development and farmers' income growth. Taking the Qin'an honey peach industry as an example, this paper analyzes the opportunities and existing problems in the development of rural e-commerce in Qin'an, and proposes targeted solutions. Based on the analysis of the development opportunities of e-commerce for the Qin'an honey peach industry, it puts forward targeted solutions to problems such as the lack of e-commerce talents in Qin'an, low professionalization, incomplete distribution facilities, high distribution costs of agricultural products, small efforts in shaping agricultural product brands, low brand awareness, and errors in policy implementation and inadequate release of policy dividends. It starts from the following aspects: strengthening professional talent training, building a network marketing team, strengthening infrastructure to improve logistics efficiency, creating characteristic brands to enhance market competitiveness, and strengthening macro-control and policy support, with the aim of providing support for the sustainable development of e-commerce logistics for Qin'an honey peaches.

## Keywords

Rural Revitalization, Qin'an Honey Peach, E-Commerce Logistics, Countermeasure Exploration

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

2025 年中央一号文件《中共中央国务院关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见》中提出,完善县乡村三级物流体系<sup>[1]</sup>,支持供销社、邮政系统建设县域集散中心;培育乡村新业态,实施互联网+农产品出村进城工程等促进农业农村电商发展的指示。在此大背景下,农产品电商物流已成为促进农村经济发展和农民增收的重要动力,是联系农业生产和市场消费的重要桥梁。秦安是甘肃省的主要农产品产地,具有独特的农业资源,如秦安花椒、苹果、白脆瓜和蜜桃等特色农产品,既具有较高的质量,又具有较强的区域文化与生态优势。近几年,秦安在落实乡村振兴战略的同时,积极推动农产品电商物流发展,通过构建农村电商平台,打造农产品品牌,实现农产品品牌化。全面、系统地分析秦安蜜桃等农产品电子商务的发展状况,有利于促进秦安蜜桃等农产品物流的可持续发展,一定程度上可以提高秦安农产品的市场竞争力与品牌效应,又能促进秦安农村地区电商物流高质量发展,为促进乡村振兴战略的顺利实施提供强有力的支持。

## 2. 秦安蜜桃产业电商物流发展机遇

秦安地处甘肃省天水市北部,位于渭河支流葫芦河下游,属陇中南部温带半湿润气候,地处陇中黄土高原西部梁峁沟壑区,山多川少,总面积 1604.01 平方千米<sup>1</sup>,截至 2023 年 6 月,秦安县辖 17 个镇<sup>2</sup>。

<sup>1</sup>数据来源:秦安县人民政府(<https://www.qinan.gov.cn>)。

<sup>2</sup>数据来源:秦安县 2023 年国民经济和社会发展统计公报(<https://www.qinan.gov.cn>)。

截至 2023 年末, 秦安县常住人口 40.1 万<sup>3</sup>, 县人民政府驻秦安县兴国镇, 是中国古代文明的重要发祥地, 被誉为“羲里娲乡”。秦安是甘肃省的一个重要农产品产地, 昼夜温差大, 苹果、蜜桃、花椒以及白脆瓜等农产品品质好。近年来, 秦安县积极响应国家乡村振兴战略号召, 立足本地特色产业优势, 以蜜桃产业为抓手, 通过大力发展农产品电商, 有效拓宽了销售渠道, 探索出一条助农增收的产业发展新路径。

## 2.1. 国家宏观引导

2025 年中央一号文件《中共中央国务院关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见》中, 提出健全要素保障和优化配置体制机制, 电商平台需联合地方政府建设智能物流网络, 解决“最后一公里”配送问题[1]。同时推动冷链配送和即时零售向乡镇延伸, 提高农产品物流配送效率和质量。此外, 政府也出台了一系列扶持农业电商发展的政策, 包括加强人才队伍建设、培育农产品品牌、支持电商新业态等, 为秦安蜜桃产品电商发展提供了有利的政策保障。同时, 甘肃省人社厅多部门联合印发的《关于支持电商产业发展促进就业创业的若干措施》建议从人才培养、企业培育、品牌打造等维度出台具体扶持政策, 为秦安蜜桃电商产业高质量发展提供政策引导与支持。

## 2.2. 电商发展模式创新

随着互联网的迅速推广与物流系统的健全, 使得我国农产品电子商务迅速发展, 给乡村经济带来新的生机。借助电商平台, 农产品可以打破传统的地理局限, 直接销售到国内甚至世界各地, 使其在市场上的竞争力和附加价值得到了极大的提高。首先, 随着抖音、快手、微信视频号等短视频与直播平台的快速发展, 秦安蜜桃销售模式迎来创新变革。一方面, 这些新兴平台打破了传统线下销售的地域限制, 为农产品开辟了全新的线上销售渠道; 另一方面, 通过生动的视频展示和实时互动, 不仅能够全方位呈现蜜桃的产品特色, 更有效提升了产品的市场吸引力和品牌认知度。其次, 近年来, 天水市文旅产业的快速崛起不仅带动了周边城市发展, 更为区域农产品打开了新的增长空间。甘肃作为文化旅游大省, 拥有莫高窟、麦积山等世界级文旅 IP, 这为农业与文旅深度融合提供了得天独厚的条件。秦安蜜桃产业可充分借势文旅流量红利, 通过“农产品 + 文旅”的创新模式, 实现品牌增值与市场拓展的双重突破。最后, 消费方式多元化, 数字经济下, 消费者线上消费比重不断攀升, 线上消费已不仅限于日常用品, 更融入了生活的方方面面, 数字经济深度发展, 扩大了消费人群和商家数量, 打破了传统实体经济的局限性, 凭借其物美价廉的产品优势, 有效激发了消费热情[2], 精准契合市场需求。

## 2.3. 市场需求潜力大

进入新时代以来, 我国人民的生产生活方式发生了深刻变革。随着对美好生活的向往日益强烈, 人们不仅对物质文化生活提出了更高要求, 也更加注重生活品质, 尤其对食品质量有了更严格的标准。首先, 消费升级。随着生活水平的提高和健康意识的增强, 消费者对优质、健康、安全的农产品需求不断增加, 农产品电商发展可以为消费者提供高质量产品, 满足消费者健康需求, 获得更多市场份额。秦安蜜桃凭借绿色有机的天然优势, 为其规模化发展奠定了坚实基础。作为核心产区, 秦安县持续推进农产品质量认证体系建设, 早在 2004 年就成功获得国家级绿色食品认证。多年来, 当地通过与多家科研院所合作, 不断引进优质品种, 优化品种结构和产业布局。这些举措不仅构建了稳定的供应链体系, 为蜜桃电商产业的多元化发展提供了有力支撑, 更能充分满足消费者日益增长的品质需求。其次, 市场份额比重大。中国属于世界第二人口大国, 有巨大的消费潜力, 农产品电商物流产业前景广阔, 已形成千亿级市场规模。随着农村特色产品加速走向全国市场, 叠加城市消费者对优质农产品的需求持续提升, 为秦

<sup>3</sup>数据来源: 秦安县 2023 年国民经济和社会发展统计公报(<https://www.qinan.gov.cn>)。

安蜜桃电商的发展开辟了巨大空间。

### 3. 秦安蜜桃产业电商存在的问题

虽然秦安县农产品电商物流发展已初见成效,但现存的发展瓶颈不仅制约了产业提质增效,更影响了农户收入增长和乡村产业转型升级进程。本文从人才建设,配送设施建设,品牌建设,政策扶持等几个角度,对秦安蜜桃产品电子商务物流发展所面临的问题进行了较为详尽的剖析。

#### 3.1. 电子商务人才匮乏,专业化程度较低

人才是农村电商发展的核心驱动力,直接关系到产业升级的成败。然而在秦安蜜桃电商产业发展实践中,专业人才短缺问题日益凸显。首先,缺乏复合型人才,复合型人才具有综合运营能力、跨部门协调能力、敏锐的市场洞察力、应对各种风险挑战的能力,这不仅能够促进电商与农业的深度融合,更能有效帮助农民实现降本增收。秦安地区相关电商从业者多以农民为主,尽管其有丰富的农产品生产经验,但受限于认知程度的影响,其对于电商平台的运作模式、营销策略、物流管理等缺乏足够的认识,这使得他们很难将电商渠道的优势发挥到极致。这类复合型人才匮乏,在一定程度上阻碍着秦安电商的发展。其次,相关电商从业人员专业化程度低,缺乏专业素养和责权意识,服务效率与配送效率低下,另外,电商平台的运作与维持对专业技术人员的需求较大,秦安现有的电商从业者普遍学历较低、知识面较窄,缺乏系统的电商知识和技能培训,难以满足农村电商发展的需求[3]。由于知识水平和认知能力的局限,农民接受的培训在深度和广度上均显不足,难以全面满足电商物流的实际需求,更难以有效转化为企业的实际运营能力。

#### 3.2. 配送设施不完善,产品配送成本高

由于秦安地处内陆,农产品运输多以公路运输为主,物流运输距离远、成本高,加之秦安蜜桃具有明显的季节性,在销售旺季,物流需求急剧增加,产品运输难以满足销售需求,运输成本增加。其次,秦安地区冷链物流短板制约秦安农产品流通效能。主要表现为冷库设施布局分散且结构失衡,硬件设备陈旧,冷藏运输效率低下。这种基础设施的滞后性,在农产品集中上市期间尤为凸显——冷链保障能力不足导致高鲜度农产品的品质难以维持,不仅造成损耗率上升,更削弱了产品的市场竞争力。最后,秦安农村地区的物流配送存在断链现象,物流资源缺乏有效地整合与优化,在物流规模和技术等方面还有较大的提升空间。

#### 3.3. 品牌塑造力度小,品牌知名度低

尽管秦安蜜桃产业在省内具有一定知名度,但在全国范围内知名度较低,其原因主要如下,一是,蜜桃产业品牌定位模糊。蜜桃产业在品牌建设上没有明确的定位,没有向消费者传达清晰的品牌形象和价值。加之,蜜桃产品在服务上没有独特的买点,不能在激烈的市场竞争中脱颖而出,缺乏竞争的差异性,容易被消费者忽视。蜜桃产品质量良莠不齐,缺乏统一的农产品销售标准,溯源系统不健全等问题,一定程度上影响着品牌的总体形象和市场声誉,不仅会降低销售数量,而且还会降低消费者的信任度。二是,市场推广不足。农产品生产者在广告宣传、市场推广等方面投入不足,品牌传播渠道单一,难以在广大消费者中形成广泛的影响力[4]。秦安作为“中国蜜桃之乡”和“中国苹果之乡”,但“秦安蜜桃”、“秦安苹果”等已有的地方公共品牌大多以地域命名,缺少对外市场的拓展,使得其在省内有一定的知名度,但在国内的知名度不高,很难在激烈的市场竞争中胜出。三是,包装设计存在明显不足,缺乏核心视觉符号,整体设计单调缺乏特色。产品包装同质化严重,品牌识别度不高;销售模式仍以零散零售为主,目标消费群体狭窄;线上销售缺乏差异化竞争优势。这种状况不仅削弱了产品的市场竞争力,更

限制了网络营销渠道的拓展空间。提升“秦安蜜桃”和“秦安苹果”市场竞争力的关键举措在于优化包装设计, 通过突出产品核心卖点来推动产品质量标准化建设。

### 3.4. 政策落实存在误差, 政策红利释放不到位

政策指引在农村电商发展中起引领作用, 秦安电商发展政策落实不到位, 政策红利释放不到位。首先, 政策激励存在偏差。农村电商发展逐渐成为基层政府的“面子工程”, 这与电商发展的实效性有偏差。一方面, 地方政府的电商宣传与实际工作不匹配, 存在政策理解的偏差, 导致农村地区电商发展与需求的根本性问题没有得到解决[5]。另一方面, 现有的政策主要是针对传统的农业或者是普通的电子商务, 对新鲜农产品的运输缺乏针对性考量。其次, 政府在冷链物流关键环节(包括仓储设施、信息化平台等)的投入不足, 且缺乏专业化引导, 导致整体物流运营效率低下。最后, 目前我国农产品电商物流企业面临着融资难、融资贵等问题, 缺少与之相适应的金融产品和服务。金融机构给农产品电商物流企业提供的贷款门槛高, 使得企业很难得到充足的融资, 同时也缺少一些创新性的金融产品, 如供应链金融、仓单质押等, 造成了企业的资金流动受阻。上述问题制约着秦安地区农产品电商物流的发展, 需要相关政府部门从宏观上进行引导, 微观上提供帮助, 把政策落实到实处。

## 4. 推动秦安县蜜桃产业电子商务发展的策略与措施

### 4.1. 强化专业人才培养, 建设网络营销队伍

要促进我国农产品电商发展, 必须构建多层次的人才培训机制。首先, 加强校企合作进行定向人才输送。加强秦安与周围的职业学院合作, 定向输送电商人才, 建立电商物流实习基地, 提升学生实践能力, 提高岗位熟练度。同时, 加强与京东等大电商平台的合作, 引进他们的培训资源和课程, 提高现有从业者的职业技能和当地居民的电商经营水平。其次, 政府给予资金与税收支持。政府通过提供财政补贴、金融信贷支持与税收优惠等政策, 吸引电子商务人才到秦安来创业, 为当地农产品电子商务的发展提供智力支撑; 同时, 建立“大学生返乡创业基金”, 对大学生进行金融、创业辅导, 鼓励他们回乡创业, 用专业知识与能力给蜜桃电商产业带来更多的活力。再次, 要结合农村电商所急需的管理人才和规划人才, 引入拥有丰富从业经验的企业家、管理者及技术人才, 使其真正地成为促进我国农村电商发展的中坚力量[6]。最后, 创造一个良好的企业环境。第一, 是建立一个电子商务启动基金, 用于资助企业家并对其提供贷款保证; 第二, 建立电商创业孵化基地, 为企业提供办公场地, 培训指导, 营销推广等一系列配套服务; 第三, 定期举行“电子商务创业竞赛”, 让有才华的人踊跃参加, 激发人们的创业激情, 挖掘出优秀的项目, 同时, 通过财政、政策等方面的扶持, 促进秦安电子商务产业的发展, 定期对秦安的优秀电子商务人才进行表彰, 起到示范引领的作用。从而使秦安蜜桃产品电子商务的人才储备与创业环境得到全方位的改善, 促进其可持续、健康地发展。

### 4.2. 加强配送设施建设, 提高物流效益

秦安蜜桃电商产业的发展, 依托于高效优质的物流体系。首先, 冷链物流是运输蜜桃的重要方式, 冷库及其管理体系的完善发展对蜜桃产业的电商发展有极大的促进作用。可在各乡镇建立中小型冷库, 以保证农产品的质量。其次, 优化物流网络配置。合理规划物流节点, 科学选址、优化布局、整合物流资源和仓储资源, 以及建立物流信息系统, 促进物流信息共享。最后, 大力发展智慧物流。运输配送是物流时效的决定性环节。企业要充分运用移动互联网、物联网、人工智能等新技术, 优化运输组织模式, 最大限度压缩运输时间、提高配送效率[7]。一方面, 将物联网、大数据、人工智能等技术引入到仓库中, 构建能够对温度、湿度进行实时监测的智能仓储体系, 保证农产品的品质, 从而提升仓库的存储效率,

并实现整个过程的可视化和智能化管理。另一方面, 通过大数据的分析, 对物流路径和配送方案进行优化, 在配送流程中推广应用无人机等新的配送方式, 提高配送的速率和精度, 从而进一步提升物流的效率, 从而实现对整个物流系统的整体提升。

### 4.3. 打造特色品牌, 提高市场竞争力

发展秦安蜜桃电商产业, 实行品牌战略是必须的, 可以从产品把控、文化挖掘、营销推广等多维度发力, 以促进秦安蜜桃电商产业的发展。

首先, 产品质量把控是发展秦安蜜桃电商产业的关键。一方面, 在产品生产方面要实施标准化生产, 制定农产品生产、加工、运储的流程标准, 保证产品质量。另一方面, 强化质量监管, 建立农产品溯源追查体系, 通过二维码等技术, 实现从农田到餐桌的全程信息追溯, 让消费者放心购买。其次, 特色文化融入品牌建设是买点。秦安位秦岭与黄土高原的交界地带, 气候温润、光、肥, 适宜农业生产, 再加上秦安县具有丰富的历史和丰富的人文资源, 因此, 在实施品牌战略时, 要突出地域特色, 将农产品产地的自然风貌、历史文化等元素融入品牌设计中, 形成独特的品牌识别度[8]。同时, 围绕农产品特色塑造专属品牌 IP 形象, 增强品牌辨识度与亲和力。再次, 品牌视觉升级是亮点。一方面, 统一品牌形象。在产品包装, 宣传物料, 销售终端等方面保持视觉风格一致, 强化品牌印象。设计一个有创意的包装, 设计出简洁、容易识别的商标; 另一方面, 设计专属品牌 LOGO, 除要突出地方特征之外, 还要促进包装的形态和结构的创新升级, 以新颖、独特的外形来吸引顾客, 同时使用环保材料, 在注重实用性的同时提高蜜桃产品的附加值, 同时, 开展品牌线上推广, 线下展销等活动。最后, 延长产业链, 发展深加工是发展的长久之策。鼓励公司进行果干、蜜桃罐头等农产品的深加工, 延申产业链, 提高产品附加值。引入先进加工技术, 提高产品生产率和产品品质, 从而使秦安蜜桃产品的品牌价值、品质和市场竞争能力得到充分的提高, 促进蜜桃产业的高质量发展。

除此之外, 还要强化品牌保护, 及时进行商标注册、地理标志认证, 以及打击假冒伪劣产品, 严厉打击侵权行为, 保护品牌权益和声誉。同时加强村企合作、政企合作等进行品牌推广, 提升品牌影响力。

### 4.4. 加强宏观调控, 强化政策支持

秦安电商的迅速发展需要国家的宏观指导、具体的政策倾斜、明确的发展目标。首先, 政府应该制定相应的支持政策, 在土地、税收、融资等方面给予一定的优惠, 以减少企业的经营成本。同时, 设立专项研发资金, 提高当地电商研发进度, 为当地电商发展提供有力的政策保证和金融支撑。其次, 要强化各部门之间的协作。建立由商务、农业和交通等部门构成的协调机制, 对蜜桃产品电子商务物流进行全面的管。同时, 设立联合监管部门, 对假冒商品进行严厉的打击, 保证公平竞争的市场秩序, 创造一个有利的发展环境。最后, 鼓励金融法服务创新。第一, 鼓励金融机构研发供应链金融、仓单质押等与蜜桃产品电商相适应的金融产品, 以缓解企业融资难的问题。第二, 构建风险补偿机制, 以减少金融机构的风险, 促进其贷款的动机。第三, 要大力发展农业保险, 减少其运营的风险。总之, 实现秦安蜜桃产品电子商务的发展, 需要政策支撑、部门协同效率、资金支持程度等方面的综合考量, 以促进秦安蜜桃产品电子商务物流的良性循环与可持续性发展。

## 5. 结语

发展电子商务对于促进秦安地区农业转型升级和乡村振兴具有十分重要的价值。尽管秦安在发展过程中还面临诸如人才匮乏、配套设施不完善、品牌建设滞后、政策支持不足等问题, 但是, 我们可以通过培养专业人才, 强化基础设施建设, 打造特色品牌, 加大政策支持, 使秦安蜜桃产品电商物流朝着更高质量、更效率的方向发展。展望未来, 我们应该进一步聚焦农村电商发展, 积极推动网络购物模式

创新, 持续健全并优化服务体系, 为乡村振兴战略的深入实施注入源源不断的新活力。

### 参考文献

- [1] 曾玲. 乡村振兴背景下农村电商高质量发展路径探讨[J]. 中国农业会计, 2023, 33(18): 112-114.
- [2] 王琦, 温志斌. 数字经济背景下农村电商发展的现实困境与对策[J]. 时代经贸, 2025, 22(4): 16-20.
- [3] 王倩妮. 农村电商赋能下的乡村经济转型升级路径研究[J]. 山西农经, 2025(7): 71-73+152.
- [4] 张端民, 刘宏达. 数字经济时代农村电商助力乡村振兴策略研究[J]. 投资与创业, 2025, 36(6): 194-196.
- [5] 向雪. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径[J]. 农业经济, 2025(4): 141-144.
- [6] 张雯雯, 陈彬彬. 乡村振兴战略背景下农村电商高质量发展研究[J]. 普洱学院学报, 2021, 37(4): 38-40.
- [7] 徐傲. 网购旺季电商企业物流供应链运力风险评估与调度优化研究[J]. 全国流通经济, 2025(9): 24-27.
- [8] 陈魁. 乡村振兴战略下农产品区域品牌建设与突围路径[J]. 中国经贸导刊, 2025(10): 109-111.