

甘肃省农村电商发展的现实困境与突破路径研究

王春晖, 赵 华

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10日; 录用日期: 2025年6月24日; 发布日期: 2025年7月21日

摘 要

在乡村振兴战略与数字经济深度融合的背景下, 甘肃省依托“牛羊菜果薯药”六大特色产业体系, 以农村电商为纽带加速农业现代化进程。通过构建“甘味”区域公用品牌矩阵, 推动地理标志产品突破地域限制, 形成线上线下联动的产销新格局。面对数字时代机遇, 甘肃以政策创新牵引要素整合, 通过基础设施提质、产业链条延伸、人才梯队培育等系统性工程, 探索出一条协同生态保护与产业振兴的农村电商发展路径, 初步实现“工业品下乡 - 农产品进城”的双向流通闭环。这一实践为西部欠发达地区激活资源禀赋、弥合城乡发展差距提供了重要范例, 对推动农业高质高效与农民共同富裕具有重要参考价值。

关键词

甘肃省, 农村电商, 现实困境, 突破路径

Research on the Practical Challenges and Breakthrough Pathways of Rural E-Commerce Development in Gansu Province

Chunhui Wang, Hua Zhao

School of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Jun. 10th, 2025; accepted: Jun. 24th, 2025; published: Jul. 21st, 2025

Abstract

Against the backdrop of the deep integration of the rural revitalization strategy and the digital

文章引用: 王春晖, 赵华. 甘肃省农村电商发展的现实困境与突破路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 1640-1646.
DOI: 10.12677/eci.2025.1472350

economy, Gansu Province relies on the six major characteristic industrial systems of “cattle, sheep, vegetables, fruits, potatoes, and medicinal herbs”, and uses rural e-commerce as a link to accelerate the process of agricultural modernization. By constructing the “Ganwei” regional public brand matrix, it promotes geographical indication products to break through geographical restrictions and forms a new pattern of online-offline integrated production and marketing. Facing the opportunities of the digital era, Gansu has promoted factor integration through policy innovation. Through systematic projects such as infrastructure improvement, industrial chain extension, and talent echelon cultivation, it has explored a rural e-commerce development path that coordinates ecological protection and industrial revitalization, and initially realized the closed-loop of two-way circulation of “industrial products going to the countryside and agricultural products entering the city”. This practice provides an important example for underdeveloped areas in the west to activate resource endowments and bridge the urban-rural development gap, and has important reference value for promoting high-quality and efficient agriculture and the common prosperity of farmers.

Keywords

Gansu Province, Rural E-Commerce, Practical Challenges, Breakthrough Pathways

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

党的二十大报告强调, 乡村振兴战略是实现农业农村现代化的关键抓手, 要求通过培育乡村特色产业、构建现代农业体系, 切实提升农民的收入水平[1]。在数字经济蓬勃发展的当下, 农村电商已经成为了推动乡村振兴的核心动能, 其发展离不开数字鸿沟、供应链管理、人力资本管理、生态经济理论的支撑。数字鸿沟理论揭示了城乡在信息获取、技术使用和数字素养上的接入、使用、效益鸿沟三层差异, 直接影响农户参与电商的能力; 供应链管理理论强调通过商流、物流、信息流、资金流的协同优化提升产业效率; 人力资本管理理论则聚焦个体与组织的能力匹配, 其核心观点——“人力资本是产业发展的核心驱动力”; 生态经济理论主张将经济活动纳入生态系统承载能力范畴, 通过外部性内化机制平衡发展与保护, 为破解“生态敏感区限制”与“电商扩张需求”的矛盾提供逻辑基础。

甘肃省, 地处我国西北内陆, 拥有丰富的特色农产品资源, 已形成以兰州百合、天水苹果、定西马铃薯等地理标志产品为代表的特色农业产业集群。统计数据显示, 甘肃省农村电商交易额年均增长率连续五年超 20% (数据来源: 由甘肃省商务厅发布的历年农村电商交易额计算而得)。但与此同时, 受制于偏远地区网络基础设施滞后、冷链物流节点覆盖率低、产品精深加工能力不足等结构性矛盾, 电商对特色产业的赋能效应尚未充分释放。特别是在构建“双循环”新发展格局的宏观要求下, 如何破解甘肃农村电商发展难题, 充分发挥其在乡村振兴中的作用, 成为亟待深入研究与解决的重要课题。

2. 甘肃省农村电商发展现状

(一) 政策支持

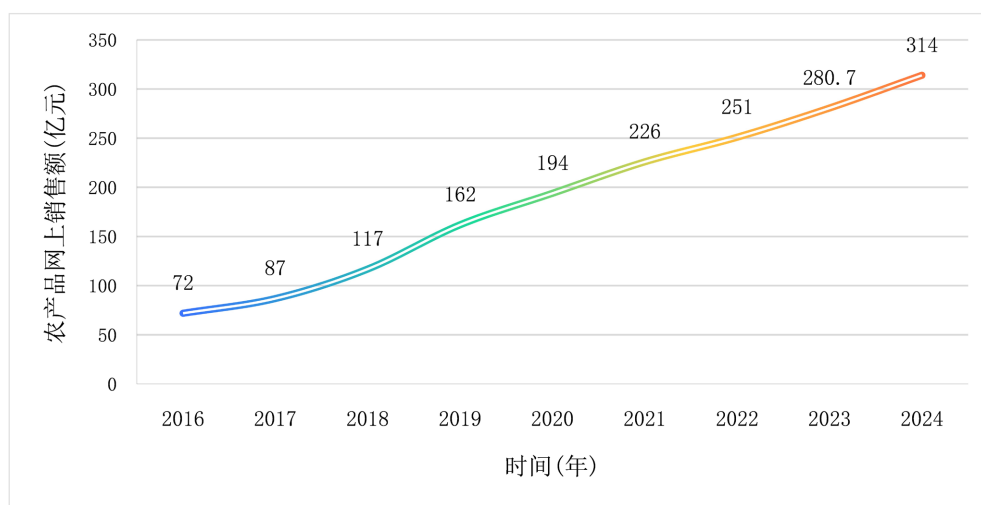
近年来, 国家以乡村振兴为核心战略, 多维度推动农村电商高质量发展。2019 年国务院印发《数字乡村发展战略纲要》, 系统性部署农村物流节点网络建设。2021 年, 国家邮政局、交通运输部等六部门联合推进“快递进村”工程, 通过整合县域交通、邮政资源, 在物流基础设施建设方面取得显著成效。截至 2021

年底, 全国累计建成县级物流配送中心超过 1.4 万个, 村级快递服务站点超 15.3 万个(数据来源: 国家邮政局 2021 年邮政行业发展统计公报), 构建起覆盖城乡的物流网络。该工程的实施有效降低了农产品上行成本, 农产品上行物流成本同比下降约 30% (数据来源: 国家邮政局 2021 年快递服务质量检测报告), 极大提升了农产品流通效率。2022 年, 中央一号文件提出“数商兴农”工程, 加速推动直播电商等新业态向农村地区下沉[2]。2022 年我国农村直播电商市场规模达 5313.6 亿元(数据来源: 农业农村部 2022 年农村电商发展报告), 较上年实现大幅增长。同时, 鲜食农产品线上销售渠道不断拓展, 线上渗透率提升至 28.1% (数据来源: 农业农村部市场与信息化司 2022 年统计数据), 进一步促进了农产品的销售与流通。

甘肃省紧扣国家战略精准施策: 2019 年启动“农村电商提质增效工程”, 建成 12,058 万个村级站点, 行政村覆盖率从 2018 年的 50.3% 提升至 90.2% (数据来源: 甘肃省商务厅 2019 年甘肃省农村电商发展报告); 2021 年, 依据《数字乡村发展行动计划》, 甘肃省加速推进 5G 网络建设, 到 2021 年末, 5G 网络覆盖了全省 81.3% 的行政村(数据来源: 甘肃省通信管理局 2021 年数字乡村建设成果通报), 其中河西走廊实现全域连续覆盖, 为农村数字经济发展筑牢网络基础。在物流领域, 甘肃省创新推进“县域统仓共配模式”, 整合 12 家快递企业, 建成 122 个冷链仓储节点(数据来源: 甘肃省发展和改革委员会 2022 年物流建设专项报告), 使高原夏菜、静宁苹果等产品物流成本降低 25.6%, 村级配送时效从 72 小时缩短至 48 小时(数据来源: 甘肃省邮政管理局 2022 年农村物流发展白皮书)。金融端也持续发力, 甘肃省设立 10.2 亿元专项信贷资金, 截止 2023 年, 累计扶持 3568 家涉农企业(数据来源: 甘肃省地方金融监督管理局 2023 年涉农信贷扶持总结), 2023 年, 依托跨境电商综试区中药材出口额达 8.7 亿元同比增长 67.3% (数据来源: 兰州海关 2023 年甘肃省外贸进出口统计数据)。但政策效能仍受区域资源分配不均制约, 冷链覆盖不足、物流资源分散等问题亟待破解。

(二) 市场规模

近年来, 甘肃省农村电商市场规模持续稳健增长, 形成特色鲜明的农产品上行通道。2016 至 2024 年间全省农产品网上销售额实现跨越式发展, 从 72 亿元攀升至 314 亿元(见图 1 所示), 特别是 2024 年以 11.83% 的同比增速既印证了电商平台对农业产业的深度赋能, 更彰显出兰州百合、天水花牛苹果等地理标志产品在全国消费市场的品牌影响力。这种数字经济的渗透效应已切实转化为富民成果, 通过完善的分销体系和溢价机制, 推动全省农民增收渠道显著拓宽, 让乡村振兴与数字经济实现深度融合[3]。



数据来源: 根据甘肃省商务厅、甘肃省农业农村厅、甘肃省统计局发布的数据整理而来。

Figure 1. Trend of agricultural products' online sales revenue in Gansu Province (2016~2024)

图 1. 甘肃省 2016~2024 年农产品网上销售额变化趋势

在市场扩容过程中, 甘肃逐步构建起成熟高效的农村电商生态系统。全省电子商务购销比从 12:1 优化至 6:1 的突破性转变(数据来源: 甘肃省商务厅 2023 年甘肃省电子商务发展报告), 标志着农产品上行与工业品下行的双向流通格局基本形成, 有效激活农村市场内生动力。目前, 依托 21.6 万家注册网店构建的商业网络, 其中 4.3 万余家专注农产品销售(数据来源: 甘肃省市场监督管理局 2023 年网店注册统计数据), 结合直播电商、社群营销等创新模式, 已形成多维度市场触达体系, 抖音平台农产品订单量在 2020~2023 年期间增长 235%(数据来源: 抖音电商 2023 农产品上行发展报告), “甘味”农产品区域公用品牌通过云端渠道辐射全国 30 个省级市场, 冷链物流乡镇覆盖率达 98.2%的基建支撑(数据来源: 甘肃省发展和改革委员会 2023 年冷链物流建设成果通报), 更使生鲜农产品网络零售额占比提升至 37.6%(数据来源: 甘肃省统计局 2023 年农村电商消费统计数据)。这种“数字新农具”的应用, 不仅重构了传统农业产销链路, 更在空间维度上突破地域限制, 将黄土高原的特色物产推向更广阔的消费市场[4]。然而, 规模扩张与质量提升的失衡, 凸显供应链与品牌建设的深层短板。

(三) 人力资本

甘肃省农村电商人才队伍在政策培育与产业实践中逐步构建起基础支撑体系, 但结构性短板仍制约着产业进阶。依托“农村电商提质增效工程”等政策, 全省累计开展网店运营、直播带货等技能培训超 23.6 万人次(数据来源: 甘肃省商务厅、甘肃省人力资源和社会保障厅《2023 年甘肃省农村电商人才发展报告》), 初步形成覆盖基础操作层的人才储备, 孵化出兼具农产品生产与线上销售能力的“新农人”群体。部分县域通过电商产业园建设, 吸引返乡青年参与电商创业, 形成以枸杞、中药材等特色产品为核心的网商集群, 为区域品牌线上化提供了实践载体。

但人才队伍的深层矛盾仍较为突出: 高龄从业者占比较高, 对直播电商、数据分析等新业态技术适应性较弱; 青壮年人才外流导致运营管理力量薄弱, 供应链优化、流量运营等关键环节效能不足。这些矛盾叠加形成的人才断层, 使得产业升级面临基础能力与高阶需求之间的衔接困境, 亟待通过优化人才生态增强发展动能。

(四) 生态环境

甘肃省农村电商发展的生态环境呈现“资源价值突出与系统脆弱并存”的双重特性。作为西北生态安全屏障核心区, 省内 83.6%的县域具备绿色农产品生产优势(甘肃省农业农村厅《2023 年甘肃省特色农业资源报告》): 高原强日照、低污染水土孕育出当归、黄芪等当地中药材, 以及花牛苹果、陇南橄榄油等 7 个国家级地理标志产品, 其无公害特性在健康消费趋势中形成差异化竞争力。截至 2023 年“甘味”品牌整合 1526 个绿色认证产品, 带动线上销售额年均增长 22.3%, 生态溢价初步显现(数据来源: 甘肃省商务厅《2023 年甘肃省农村电商发展报告》)。

然而, 生态敏感性对产业形成制约: 重点生态功能区限制化肥农药使用, 使有机认证投入较传统模式增加 42%(数据来源: 甘肃省生态环境厅《2023 年生态功能区农业生产研究报告》); 高原气候导致生鲜储运配套率需达平原地区 1.3 倍, 但农村冷链仓储节点覆盖率仅 65.2%(数据来源: 甘肃省发展和改革委员会 2023 年冷链物流建设专项报告), 苹果、蔬菜等品类损耗率高出全国均值 8~12 个百分点(数据来源: 甘肃省农产品流通协会《2023 年甘肃省生鲜农产品损耗情况调研报告》)。这种资源禀赋与承载能力的不匹配, 导致电商供应链面临“优质不优价、供给不稳定”的结构性矛盾。

3. 甘肃省农村电商发展的现实困境

(一) 数字鸿沟与物流梗阻并存制约基础效能

甘肃省农村电商发展面临的首要困境在于数字基础设施与物流网络的协同性不足, 掣肘生产要素流通效率, 尽管全省行政村 4G 网络覆盖率已达较高水平, 但偏远山区网络带宽不足、信号稳定性差等问题

长期存在导致农户在参与直播带货、在线客服等数字化经营活动时频繁遭遇技术中断, 直接影响消费者体验与交易转化率。更为深层的矛盾体现在物流体系的结构性失衡, 受制于复杂地形与经济密度偏低, 县级物流中心与村级服务点之间的衔接效率低下, 冷链物流节点覆盖率不足 20% (数据来源: 甘肃省发展和改革委员会《2023 年冷链物流建设进展通报》), 导致生鲜农产品运输损耗率显著高于全国平均水平 [5]。这种“数字可达性”与“物理可达性”的双重滞后, 不仅抬高了电商运营的边际成本, 还加剧了城乡要素流动的不对称性, 使得农产品上行与工业品下行的双向通道难以实现规模经济效应。

(二) 供应链体系效能不足制约产业升级

农产品供应链的粗放式运营模式严重限制了农村电商的价值创造能力。当前甘肃省农产品电商化仍以初级原料销售为主, 精深加工转化率不足 15% (数据来源: 甘肃省农业农村厅《2023 年甘肃省农产品加工产业发展报告》), 产品附加值提升空间被严重压缩。由于标准化生产体系缺失, 多数农产品的品控管理停留在感官检验阶段, 无法满足电商平台对规格、包装、保质期等参数的精细化要求, 导致市场竞争力薄弱。区域公共品牌建设同样面临系统性难题, “甘味”品牌虽已形成一定知名度, 但子品牌间协同效应不足, 质量标准与认证体系尚未完全统一, 消费者认知仍停留在地域标签层面, 难以实现品牌溢价。此外, 供应链金融、质量追溯等配套服务的缺位, 进一步削弱了产业链韧性, 使得中小农户与电商平台间的利益联结机制松散, 抗风险能力显著弱于东部成熟产区。

(三) 人才断层与能力缺失掣肘发展

甘肃省农村电商发展面临显著的人力资本瓶颈, 人才队伍的结构失衡与专业化水平不足严重削弱产业可持续发展能力。从供给侧看, 青壮年劳动力持续外流导致农村人口老龄化加剧, 在留守群体里, 50 岁及以上人员所占比例高于 60% (数据来源: 甘肃省统计局《2023 年甘肃省人口普查数据报告》), 其数字技术接受度与学习能力相对有限, 难以适应直播运营、数据分析等电商新业态的技能要求。与此同时, 省内高校电子商务、物流管理等专业毕业生留甘就业率不足 20% (数据来源: 甘肃省教育厅《2023 年高校毕业生就业质量报告》), 高层次技术与管理人才向东部发达地区单向流动趋势明显, 造成本土电商企业长期面临“招不到、留不住”的用人困境。从需求侧看, 现有培训体系与实际产业需求存在错配, 政府主导的技能培训多集中于基础操作层面, 如网店开设、图片上传等入门课程, 缺乏供应链管理、品牌营销、跨境电商运营等进阶内容, 导致从业人员能力提升陷入低水平循环。更为深层次的问题在于, 专业化服务主体培育滞后, 全省具备电商全流程服务能力的第三方机构不足百家, 县域层面缺乏既懂农业产业规律又熟悉数字商业逻辑的复合型人才, 致使农产品电商化过程中普遍存在品控标准模糊、消费需求洞察不足、流量运营低效等痛点。这种人才供需的结构性矛盾, 使得农村电商发展过度依赖外部技术输入与政策扶持, 难以形成以本地人力资本为核心的内生增长机制, 在平台规则迭代加速、市场竞争加剧的背景下, 进一步放大产业脆弱性 [6]。

(四) 生态约束与市场挤压双重压力交织

甘肃省特殊的生态功能定位与激烈的外部竞争环境共同构成农村电商可持续发展的外部约束。作为国家生态安全屏障核心区, 全省 45% 的县域属于限制开发区域 (数据来源: 甘肃省生态环境厅《2023 年生态功能区划报告》), 传统农牧业生产规模受到严格管控, 导致中药材、高原夏菜等特色产品的供应链稳定性不足, 据统计 2020~2023 年间, 这些产品的年产量波动幅度达 27.3% (数据来源: 甘肃省农业农村厅《2023 年特色农产品产量波动分析报告》), 难以适应电商平台持续稳定的订单需求。与此同时, 全国性电商平台的流量分配机制对欠发达地区形成隐性壁垒, 甘肃农产品需支付比沿海地区高 18%~22% 的推广费用才能获得同等曝光机会 (数据来源: 甘肃省商务厅、阿里巴巴研究院《2023 年甘肃农产品电商平台推广成本调研报告》), 中小经营主体在竞价排名机制中处于明显劣势。这种生态保护与经济发展、资源禀赋与市场规则之间的张力, 使得农村电商在推动产业振兴过程中面临多重目标平

衡的复杂挑战[7]。

4. 甘肃省农村电商发展的突破路径

(一) 数字基建与物流网络协同疏解基础梗阻

基于数字鸿沟理论对城乡数字资源配置结构性失衡的揭示, 甘肃农村电商需从“技术可及性 - 工具易用性 - 应用效益性”三维破局。当前偏远山区网络带宽不足与操作技能缺失, 直接导致农户难以融入电商生态。因此, 需构建“软硬协同、梯次覆盖”的基础设施体系。具体而言, 在数字基建方面, 2025年前由政府与运营商联合推进偏远山区网络提质工程, 优先在陇南、甘南等信号薄弱区域增建5G基站, 同步升级光纤网络以保障直播等实时交互场景流畅运行; 开发简易版电商操作小程序, 集成商品上架、订单管理等基础功能, 配套开展“一对一”驻村培训, 帮助农户掌握数字化工具使用技巧。物流体系优化上创新采用“县域统仓共配”模式, 整合快递企业资源在主产区建设冷链仓储节点, 推广“客运班线捎带物流”与“无人机 + 智能快递柜”等混合配送方式, 同时搭建省级物流数据平台实现资源智能调度, 降低生鲜农产品流通损耗与配送成本。

(二) 全链重构与价值跃升驱动产业升级

依据供应链管理理论对商流、物流、信息流、资金流协同优化的要求, 甘肃农村电商需打破“原料低价外销”的粗放模式, 构建全链条价值增值体系。在生产端, 选取河西走廊等主产区建设标准化种植示范基地, 引入物联网监测设备与自动化分选系统, 建立覆盖主要农产品的质量分级标准, 通过第三方检测与区块链溯源技术实现全流程品控管理; 在加工端, 出台政策扶持农产品精深加工企业, 重点发展马铃薯全粉、中药材提取物等项目, 开发即食型、功能性产品提升附加值; 在品牌端, 成立专业运营机构统一管理“甘味”区域品牌矩阵, 规范子品牌使用标准, 结合新媒体营销与线下体验店建设强化品牌认知, 推动农产品从原料销售向价值输出转型[8]。

(三) 育引并重与机制创新激活人力资本

人力资本管理理论强调“人岗适配”是产业发展的核心动能, 针对甘肃农村电商面临的“人才外流 - 技能老化 - 服务缺位”三重困境, 需构建“培育 + 引进 + 服务”的人才生态体系。依托省内高校与电商平台合作开设定制化专业课程, 通过学费减免、就业补贴等政策吸引毕业生留甘发展; 针对存量劳动力开展分层培训, 重点提升直播运营、数据分析等实用技能, 建立技能认证与就业推荐机制; 出台创业扶持政策吸引返乡青年参与电商创业, 提供孵化基金、场地支持与创业指导, 同时通过“周末工程师”等柔性引才方式引入东部专业团队, 配套建设人才公寓与服务保障措施解决后顾之忧, 同步培育本土电商服务团队为农户提供专业化支持[9]。

(四) 生态优先与差异竞争重塑发展范式

生态经济理论要求将经济活动纳入生态承载边界, 甘肃作为西北生态安全屏障, 需在“生态敏感区限制”与“电商扩张需求”间建立平衡机制。应对生态约束与市场挤压需探索“绿色化 + 特色化”的突围路径。科学划定电商适产区域, 优先发展高原夏菜、油橄榄等低环境负荷产业, 推广有机种植与绿色认证, 构建光伏冷库、电动冷链车等绿色物流体系; 扶持本土电商平台与区域性垂直平台建设, 依托东西部协作机制对接对口支援地区消费市场, 打造“农产品 + 文创 + 旅游”融合产品, 挖掘敦煌文化黄河风情等IP价值开展内容营销; 争取国家生态补偿政策支持, 与主流电商平台协商优化流量分配规则, 建立价格波动应急机制, 平衡生态保护与产业发展需求[10]。

基金项目

甘肃省人文社会科学项目“数字技术赋能甘肃小农户现代化的路径研究”; 甘肃省科技计划项目“甘肃省小农户与现代农业有机衔接的路径研究”项目编号(24JRZA161)。

参考文献

- [1] 中国共产党. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL]. <https://www.gov.cn/zhuanti/2022-10/27/content5721685.htm>, 2022-10-16.
- [2] 中共中央、国务院. 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[EB/OL]. <http://www.gov.cn/zhengce/2022-02/22/content5675041.htm>, 2022-02-22.
- [3] 田野, 夏杰长. 农村电商、农村居民就业与共同富裕[J]. 中国流通经济, 2024, 38(6): 66-76.
- [4] 赵丹玉. 农村电商发展对农村产业融合的促进作用——以甘肃省为例[J]. 中国商论, 2021(17): 56-59.
- [5] 鞠安琪, 宋波. 农村电商发展对生鲜农产品绿色物流效率的影响[J]. 商业经济研究, 2024(5): 122-125.
- [6] 王昆, 崔菁菁. 青年返乡电商创业赋能乡村产业振兴的现实问题、典型案例和实践路径[J]. 经济纵横, 2023(11): 122-128.
- [7] 王丽, 滕慧君. “数商兴农”背景下农村电商高质量发展路径探赜[J]. 农业经济, 2024(2): 136-137.
- [8] 周文超, 李英毅. 乡村振兴背景下农村电商对农产品供应链整合的影响[J]. 商业经济研究, 2024(17): 91-94.
- [9] 郑伟. 乡村振兴战略下农村电商人才的培养模式和路径研究[J]. 中国果树, 2023(11): 152.
- [10] 苗渝婧. 甘肃省农村电商高质量发展路径研究[J]. 广东蚕业, 2023, 57(12): 129-131.