

高质量发展导向下砀山梨电商产业的创新与突破

侍彩艳

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

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

在数字经济与实体经济深度融合的当下, 电子商务已成为驱动经济高质量发展的重要引擎, 高质量发展理念也同样指导着电商产业的进一步发展。砀山县依托特色农产品砀山梨, 积极发展电商产业, 取得了一定成效。但在快速发展过程中, 砀山梨电商仍面临基础设施滞后、生产标准化缺失、品牌建设薄弱与人才支撑不足等突出问题。本文在梳理砀山梨产业与电商发展现状的基础上, 系统分析了当前产业所面临的硬约束与软短板, 指出制约其高质量发展的关键因素。进而, 提出以物流体系升级、标准化体系构建为重点的基础设施突破路径, 以及以品牌价值重塑、电商人才培养为核心的软能力提升策略。研究认为, 唯有坚持创新驱动、标准引领、品牌带动与人才支撑并重, 砀山梨电商产业方能实现从高速增长向高质量发展转型, 助力区域农业产业体系优化与县域经济可持续发展。

关键词

农村电商, 高质量发展, 砀山梨, 乡村振兴

Innovation and Breakthrough of Dangshan Pear E-Commerce Industry under the Guidance of High-Quality Development

Caiyan Shi

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

Received: Jun. 8th, 2025; accepted: Jun. 25th, 2025; published: Jul. 16th, 2025

Abstract

In the current deep integration of the digital economy and the real economy, e-commerce has

文章引用: 侍彩艳. 高质量发展导向下砀山梨电商产业的创新与突破[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 1265-1269.
DOI: 10.12677/ec.2025.1472301

become an important engine to drive the high-quality development of the economy, and the concept of high-quality development also guides the further development of the e-commerce industry in the same way. Dangshan County, relying on the characteristic agricultural products Dangshan pear, has actively developed the e-commerce industry, and has achieved certain results. But in the process of rapid development, Dangshan pear e-commerce is still facing infrastructure lag, the lack of production standardization, weak brand building, a lack of talent support and other prominent issues. In this paper, combing Dangshan pear industry and e-commerce development on the basis of the status quo, systematically analyzes the hard constraints faced by the current industry and soft short boards, pointing out that the key factors restricting its high-quality development. Then, the proposed logistics system upgrades, standardization system focuses on the infrastructure breakthrough path, as well as brand value reshaping, e-commerce talent training as the core of the soft ability to enhance the strategy. The study concluded that only by adhering to the innovation-driven, standards-led, brand-driven and talent support, Dangshan pear e-commerce industry can realize the transition from high-speed growth to high-quality development, and help optimize the regional agricultural industry system and sustainable development of the county economy.

Keywords

Rural E-Commerce, High-Quality Development, Dangshan Pear, Rural Revitalization

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，中央一号文件提出，发展乡村特色产业。加快构建农产品和农资现代流通网络，支持各类主体协同共建供应链。推动农村电商高质量发展[1]。在数字经济蓬勃发展的当下，电子商务已然成为推动产业升级与经济增长的关键力量。步入 2025 年，中国电商发展形势呈现出诸多新特征与新趋势，为各产业带来了全新机遇与挑战。但从全局来看，“高质量发展”将是农村电商发展的关键词。

砀山梨电商产业作为农村电商的重要组成部分，其发展对皖北经济具有非凡意义。近年来，随着电子商务的兴起，砀山梨电商产业发展迅速，砀山县借助入选国家电子商务进农村综合示范县、“互联网+”农产品出村进城工程试点县的契机，大力发展农村电商产业。然而，在快速发展的背后，砀山梨电商产业也面临着一系列挑战，如市场竞争加剧、产品同质化严重、物流配送体系有待完善等，这些问题制约着其向高质量发展迈进。在当前中国电商发展的新形势下，深入探究砀山梨电商产业的创新与突破路径具有重要现实意义。一方面，有助于砀山梨电商产业顺应消费升级趋势，满足消费者对高品质砀山梨及相关产品的需求；另一方面，通过创新发展，能够提升砀山梨电商产业的竞争力，促进产业可持续发展，为乡村振兴注入强大动力，推动砀山县域经济高质量发展。

砀山梨与农村电商发展均有较高研究热度，查阅文献可以发现，学者们多从品牌竞争力、电商赋能等维度展开探讨。当前研究聚焦三大核心议题：一是品牌建设存在管理意识薄弱、文化价值挖掘不足等瓶颈，需通过标准化生产与文化 IP 打造提升辨识度；二是电商产业链面临物流成本高、冷链设施滞后等结构性矛盾；三是产业集群存在产品创新不足、人才结构性短缺等问题，需强化“电商 + 深加工 + 文旅”融合模式。然而现有研究多侧重单一维度分析，未来需加强品牌价值转化、物流体系优化与数字技术应用的协同机制研究，为构建“梨产业数字生态”提供理论支撑。

2. 砀山梨电商产业发展现状

2.1. 砀山梨产业基础

砀山县位于安徽省最北部，是水果之乡，拥有近百万亩连片生态果园，是吉尼斯纪录认定的世界最大连片果园产业区，是“砀山酥梨”原产地。黄河故道独特的气候与土壤条件，造就了砀山梨质优味美的特性。2024 年全县梨产量达 109.54 万吨，产值 35.49 亿元，梨产业链产值达 127.43 亿元，其中砀山酥梨产量稳中有升，产量 74 万吨，较去年增加 7.25%，品质总体好于常年[2]。在政府的积极推动下，砀山梨产业获得诸多荣誉，如“科技赋能国家梨产业技术体系砀山梨产业示范样板县”“国家农业绿色发展先行创建示范区”“农业农村部农业品牌精品培育计划”等。

2.2. 砀山梨电商发展现状

目前，砀山县电商产业发展态势良好。根据省商务厅电子商务监测平台数据，2024 年砀山县网络零售额达 20.27 亿元，电商企业数量增至 3500 家，相关从业人员超 10 万人[3]。特别是在直播经济、电商营销、供应链服务和数字农业等领域，已逐渐形成新模式新业态。直播带货成为砀山梨销售的重要渠道。砀山县积极组织各类直播活动，众多主播走进果园，向全国乃至全球的消费者展示砀山梨的生长环境、采摘过程以及优良品质。

然而，砀山梨电商产业在发展过程中仍存在一些不足和进步空间。在直播带货方面，虽然直播活动数量较多，但部分直播的质量和效果还有待提高。一些主播缺乏专业的销售技巧和产品知识，无法充分展示砀山梨的优势，导致转化率不高。同时，直播内容的创新性不足，同质化现象较为严重，难以持续吸引消费者的关注；在电商营销方面，虽然砀山县在社交媒体上进行了一定的推广，但与一些知名品牌相比，营销的深度和广度还不够。在品牌建设方面，虽然砀山梨具有一定的知名度，但品牌的影响力还不够大，品牌形象不够鲜明，缺乏统一的品牌定位和品牌传播策略；在供应链服务方面，虽然仓储和物流有了一定的改善，但物流模式旧化制约着砀山梨产业高质量。

3. 砀山梨电商产业面临的挑战

3.1. 硬约束：基础设施与生产标准化瓶颈

3.1.1. 精深加工薄弱与物流模式旧化

砀山梨要实现高质量发展，精深梨加工技术是不可或缺的重要一环。国外先进梨生产大国非常重视采后商品化处理与加工技术研发，商品化处理程度高达 85% [4]。与之相比，我国梨生产者则把更多注意力投放在前期生产过程中，对后期应该精深加工的环节较为轻视。目前，砀山县有从事酥梨深加工的国家级龙头企业 2 家，省级龙头企业 19 家，当地酥梨的加工转化率超 50%，但是商品化处理水平仍存在上升空间[5]。此外，砀山当地的企业也大多从事生产和初加工，致力于精深加工的企业数量寥寥，由此导致砀山梨的产品附加值较低，不利于其高质量发展。

除了精深加工环节的相对薄弱之外，物流模式的旧化同样是制约砀山梨实现高质量发展的关键因素之一。当前，砀山县农村电商的物流体系尚不健全，尤其在“最后一公里”配送环节问题突出，末端物流依赖人工搬运，效率较低、成本较高。此外，由于信息化和智能化程度不高，物流调度和资源配置缺乏科学规划，无法实现快速响应和精准配送，导致订单履约率和客户满意度受到影响[6]。特别是在电商销售高峰期，物流系统容易出现延迟甚至积压，严重制约了砀山梨产品市场的时效性与竞争力。智能分拣、冷链运输等现代物流技术的缺位，不仅削弱了果品在运输过程中的保鲜能力，也阻碍了电商模式向规模化、高效化、智慧化的方向发展，成为制约其高质量可持续发展的重要瓶颈。

3.1.2. 生产标准化缺失与品质管控乏力

当前，砀山梨电商产业在生产标准化和品质管控方面存在明显短板。由于缺乏统一的生产技术规范和销售标准，果农、合作社与电商平台之间操作各异，产业链各环节缺乏有效协同，导致产品在品相、口感、成熟度等方面差异较大，难以保证整体质量的一致性。消费者在电商平台购买砀山梨时，往往面临产品体验不稳定的问题，这在一定程度上削弱了消费者对品牌的信任，降低了复购意愿。

此外，品质不统一也影响了市场宣传的可信度，使品牌形象模糊、竞争力下降。尤其在当前以用户口碑为导向的网络消费环境中，标准化体系的缺失成为制约砀山梨品牌向上突围的重要障碍。因此，建立科学、系统、可执行的生产与营销标准体系，实现全链条品质监管与统一形象输出，是推动砀山梨电商产业可持续发展的关键路径。

3.2. 软短板：品牌建设与人资源短板

3.2.1. 文化价值挖掘浅层化与品牌势能不足

尽管砀山梨拥有丰富的文化背景和优质的产品，但在品牌建设与管理上存在明显的不足[7]。目前，砀山酥梨的品牌宣传多停留在产品表象层面，对其深厚文化价值的挖掘与传播缺乏系统性，致使品牌在文化维度的吸引力与消费者认同感不足。具体而言，砀山酥梨与黄河故道地域文化的历史渊源、作为传统名果的产业地位，尚未在品牌叙事中得到深度呈现——百年老梨树的种植传统到酥梨在皖北民俗中的文化符号意义，从黄河故道独特风土孕育的品质基因到“世界最大连片果园”的吉尼斯文化 IP，这些极具传播价值的文化要素未能形成完整的品牌故事链条。这种文化叙事的缺失，使得消费者难以建立对产品的情感共鸣与文化认同，削弱了品牌在文化消费市场中的差异化竞争力。

其次，砀山梨品牌的保护措施不够完善，容易受到模仿和侵权的威胁。尽管砀山梨的知名度逐渐提高，但其品牌的知识产权保护仍然存在较大隐患。一方面，地方品牌的保护力度相对薄弱，缺乏完善的专利和商标管理体系，导致市场上出现大量的山寨和假冒产品，损害了原品牌的信誉。另一方面，由于缺乏有效的品牌监管与法律保护，消费者对于砀山梨品牌的信任度下降，影响了产品的市场认同与价格溢价能力。

3.2.2. 专业人才缺口与职业能力适配性不足

当前从事砀山梨电商产业的多为本地居民，他们对电商的认识多为平时上网习得，对于电商产业的理解较为表层，处理相关问题时也不够专业。与此同时，农村对电商创业人员的培训不足，现有从业人员技能迭代滞后于行业需求，电商运营、数字营销及供应链管理人才储备匮乏。

并且，由于电商入门的门槛较低，不少人把农村电商作为最后的退路。然而，一旦发现农村电商经营收益不好，他们就会择业转行。这样一来，难免导致电商人才引进难、留住更难，使农村电商陷入困境。

4. 高质量发展导向下砀山梨电商产业的创新路径

4.1. 硬约束突破：夯实基础设施与标准化建设

针对砀山梨电商产业在基础设施与生产标准化方面的瓶颈，需从以下两方面突破。一方面，加强物流基础设施建设与技术升级，引入智能化物流设备，优化末端配送网络，降低人工成本，提升配送效率；推动冷链物流体系建设，提高商品化处理水平，支持企业开展精深加工，延长产业链，提升产品附加值。

另一方面，建立健全生产与销售标准化体系至关重要。需统一种植环节的施肥频次、病虫害防治等技术标准，制定科学的采摘周期与成熟度检测流程，确保果实品质达标。在分级环节，依据大小、糖度、外观瑕疵等指标建立量化标准，通过专业设备与人工复检双重把控；包装环节则需规范材料选用、缓冲

设计及标识信息,强化运输过程中的防震防潮管理。同时,引入数字化溯源系统,对各环节数据实时记录,形成品质管控闭环。通过标准化建设,既能确保产品质量稳定可控,又能以统一的品牌形象提升品牌辨识度,为电商销售提供从田间到云端的全链条质量保障,增强消费者对产品的信任度与复购率。

4.2. 软能力提升:品牌价值与人才体系创新

为弥补品牌建设与人力资源的短板,需着力提升软能力。砀山梨具有悠久的历史和丰富的文化,这为建立情感纽带、提升品牌认同提供了资源。在品牌建设上,应挖掘砀山梨的历史文化价值,制定统一的品牌传播策略,打造鲜明的品牌形象。落实到具体实施上,需要引进专业的设计人才,并且在官方账号发布“logo征集令”,面向广大受众,集思广益。此外,利用社交网络平台,如在小红书和抖音进行直播、发布短视频,可以有效提升品牌的曝光度和知名度。同时,结合周边旅游景区与梨园种植区特色,形成旅游产业带,提升核心竞争力,吸引更多的游客,以带动当地的旅游产业,同时提升砀山酥梨的知名度[8]。最后,保护品牌知识产权,维护品牌独立性和纯正性,对长期发展有重要意义。

在人才体系建设方面,要加强电商专业人才培养。首先,构建电商教育体系,完善培训机制,提升从业人员的电商运营、数字营销、供应链管理等技能。其次,吸引返乡青年和专业人才参与砀山梨电商产业,对于在农村电商有重大贡献的有心青年,要给予一定的住房、安置等福利,为产业发展提供智力支持。最后,与大型电商企业进行合作,可以定期到周边的大型电商企业取经,学习成功经验。如此,才能让当地的电商人才队伍强大起来。

5. 结语

在高质量发展背景下,砀山梨电商产业作为皖北区域农村电商的重要组成部分,不仅承载着农产品“出村进城”、推动农业现代化的使命,也体现了区域特色农业与数字经济融合的巨大潜力。本文通过对砀山梨电商发展现状的系统梳理,指出其在基础设施、生产标准化、品牌建设及人才培养等方面所面临的现实挑战,揭示出制约其高质量发展的关键因素。面对硬约束和软短板双重制约,本文提出从基础设施建设与标准体系建立入手,在物流智能化、冷链完善、深加工提升等方面实现突破;同时在软能力层面,通过挖掘文化价值、打造品牌势能、完善人才教育与引进机制,为砀山梨电商注入内生动力。这些路径不仅有助于提升产品质量与市场竞争力,更将推动产业向价值链中高端迈进,助力砀山梨形成稳定、高效、可持续的电商发展模式。未来,砀山梨电商产业要紧紧围绕高质量发展的核心要求,坚持创新驱动、标准引领、品牌带动与人才支撑相结合,持续拓展市场空间,深化“电商+农业”融合路径,真正实现从“产得出、卖得掉”到“卖得好、卖得久”的转变,为乡村振兴和县域经济发展注入持续活力。

参考文献

- [1] 中华人民共和国中央人民政府. 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[EB/OL]. 2025-01-01. https://www.gov.cn/zhengce/202502/content_7005158.htm, 2025-05-14.
- [2] 砀山县人民政府. 砀山县农业农村局 2024 年工作总结[EB/OL]. <https://www.dangshan.gov.cn/public/6622314/162255881.html>, 2025-05-14.
- [3] 砀山县人民政府. 砀山县入选 2024 年度省级农村电商“领跑县”典型案例[EB/OL]. <https://www.dangshan.gov.cn/ztzl/dzswjnc/162192021.html>, 2025-05-14.
- [4] 张绍铃, 谢智华. 我国梨产业发展现状、趋势、存在问题与对策建议[J]. 果树学报, 2019, 36(8): 1067-1072.
- [5] 刘佳雯. 砀山酥梨产业发展现状、问题和对策[J]. 山西农经, 2024(18): 166-168.
- [6] 蒋传义. 农村电商物流高质量发展的制约因素及其破解路径[J]. 中国航务周刊, 2025(15): 84-86.
- [7] 朱梦雨, 刘文秀, 郭旭. 砀山酥梨品牌的现状及高质量发展[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(17): 105-107.
- [8] 张延斌, 常纪苹, 朱世友. 砀山酥梨品牌竞争力分析[J]. 中国果树, 2021(8): 91-95.