

乡村振兴背景下昭通市发展农产品电子商务的困境与优化策略研究

张 坤

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年7月7日; 录用日期: 2025年7月21日; 发布日期: 2025年8月29日

摘 要

农产品电子商务是农业现代化的必然趋势, 是乡村振兴工作的重要关注点。本研究聚焦乡村振兴背景下昭通市农产品电子商务发展现状, 旨在剖析其发展进程并探寻优化策略。通过文献研究与实践分析, 对昭通农产品电商当前发展成效及所遇到的瓶颈问题进行系统梳理。研究发现, 昭通拥有丰富的高原特色农产品资源, 且在“电商 + 农特产品”模式探索中涌现出“永善县电商培训赋能、大关县全产业链生态构建”等典型经验, 但受限于山区地理条件与薄弱的产业基础, 其发展仍面临多重制约。研究表明, 通过推行“县级枢纽 - 乡镇节点 - 村级终端”三级智慧物流网络、强化地理标志品牌培育与全生命周期品控、推行“政校企协同”三维人才培养机制、税收减免、用地保障等政策, 可在一定程度上破解农产品电商发展瓶颈。

关键词

乡村振兴, 农产品电子商务, 农业现代化, 昭通市

Study on the Dilemmas and Optimization Strategies for the Development of Agricultural E-Commerce in Zhaotong City under the Background of Rural Revitalization

Kun Zhang

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

Received: Jul. 7th, 2025; accepted: Jul. 21st, 2025; published: Aug. 29th, 2025

文章引用: 张坤. 乡村振兴背景下昭通市发展农产品电子商务的困境与优化策略研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(8): 3051-3059. DOI: 10.12677/eci.2025.1482872

Abstract

Agricultural e-commerce represents an inevitable trend of agricultural modernization and a key focus of rural revitalization. This study focuses on the development status of Zhaotong's agricultural e-commerce under the backdrop of rural revitalization, aiming to analyze its developmental process and explore optimization strategies. Through literature research and practical analysis, this paper systematically examines the current development achievements and bottleneck problems of Zhaotong's agricultural e-commerce. The study finds that Zhaotong is endowed with abundant plateau characteristic agricultural products, and typical experiences such as "Yongshan County's e-commerce training empowerment" and "Daguan County's full industrial chain ecological construction" have emerged in the exploration of the "e-commerce + agricultural specialty products" model. However, constrained by mountainous geographical conditions and weak industrial foundations, its development still faces multiple restrictions. The research demonstrates that implementing a "county-level hub-township node-village-level terminal" three-level intelligent logistics network, strengthening the cultivation of geographical indication brands and full-life-cycle quality control, promoting a "government-enterprise-university collaborative" three-dimensional talent training mechanism, and introducing policy support such as tax relief and land guarantee can, to a certain extent, break through the development bottlenecks of agricultural e-commerce.

Keywords

Rural Revitalization, Agricultural E-Commerce, Agricultural Modernization, Zhaotong City

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 年中央一号文件发布，文件指出“实现中国式现代化，必须加快推进乡村全面振兴”[1]。深入学习运用“千万工程”经验是做好农村工作的核心，在完成和巩固“三农”工作的成果过程中，“三农”发展也迎来新的机遇与挑战。自 2025 年起，乡村振兴要实现从“产业兴旺”到“全面振兴”的跨越。农产品电子商务作为新兴的商业形态，正在向农业领域注入新的内容，“互联网 + 农业”正在成为当前数字农业的代表，成为推动农业转型升级、促进农民增收致富的重要力量。昭通市作为云南省的农业大市，拥有丰富的高原特色农产品资源，如昭通苹果、鲁甸花椒、彝良天麻等，这些农产品品质优良，具有较高的市场潜力。然而，由于昭通市地理位置的制约，本市农产品销售主要依赖传统渠道，面临着销售半径有限、信息不对称、流通渠道不畅等问题，制约了农业产业的发展和农民收入的增长。

在农产品电子商务迅猛发展的进程中，学界对这一领域的研究也在持续深化。农产品电子商务最显著的特点，便是能够快速实现与消费市场的对接，精准满足消费者对于不同地域特色、优质农产品的需求。基于这一特性，众多学者围绕农产品电子商务的交易模式、渠道差异、优化措施及发展趋势等方面开展了大量研究。

洪涛、张传林[2]从平台、驱动因素、生鲜品性、淘宝村镇县、市场体系等多个维度，对农产品电商模式进行了系统总结。郑红明[3]则聚焦政府导向的农产品电子商务模式展开深入研究，提出若缺乏政府支持，电子商务形成规模的进程将会延长。张夏恒[4]认为，电商应适时借助国家政策与相关措施，积极

推动全程冷链物流的建设。赵苹、骆毅[5]指出,农产品电子商务的实现需依赖农产品生产、流通供应链各环节的协同合作,应构建整个流程的闭环运作机制,真正达成产供销的有效对接。在农产品电子商务带来的经济与社会效益方面,王珂、李震、周建[6]以“菜管家”为实例,运用供应链网络均衡理论,分析了电子商务融入后对农产品供应链各参与方产生的影响。

然而,由于农产品电子商务涵盖农业生产、加工、物流、营销及网站建设等多个领域,致使其经营难度较大,政府的扶持与监管工作也面临挑战[7]。目前,农产品在网络零售总额中的占比依然很低,专门从事农产品电子商务的网站影响力也十分有限[8]。易观智库发布的中国电商市场 2016 年度盘点报告显示,2015 年农产品电商市场交易规模较上年增长 87%,达到 542 亿元;预计 2016 年这一交易规模将突破 900 亿元[9]。但另一组数据却揭示了严峻的现实:全国 4000 多家农产品电商中,实现盈利的仅占 1%,4%基本持平,88%略有亏损,7%处于巨额亏损状态。当前电商整体渗透率已达 20%~30%,而农产品电商的渗透率可能还不足 0.1% [10]。由此可见,尽管农产品电子商务是近年来市场的热门领域,平台、超市和农业基地纷纷涉足,但多数经营艰难,倒闭率居高不下。

互联网技术的发展普及促使电商平台迅速兴起,电商平台逐渐成为消费者购物的重要渠道[11]。昭通市相关部门和农户紧抓机遇,积极尝试“电商 + 农特产品”的现代化互联网销售模式,通过电商平台将本地优质农产品推向全国乃至更广阔的市场。昭通市积极培育农产品电商发展,拓宽了农产品的销售渠道,还提高了农产品的附加值,成为农民增收的“致富法宝”。在此背景下,研究昭通市农产品电子商务发展的现状及优化策略具有重要的现实意义。通过分析昭通市农产品电商发展中存在的问题,并提出针对性的优化策略,有助于进一步优化电商在农产品销售中的优势,推动昭通市农业产业的产业化、高质量、现代化发展,助力农业兴旺、农村富裕、农民增收的“三农”愿景,进一步推动乡村振兴战略目标向前迈进。

2. 昭通市发展农产品电子商务的重要意义

2.1. 促进农民增收与产业升级

电子商务的兴起为推动农产品销路拓展了全新的路径。电商平台的一个显著优势就是农产品能够实现“产地直达”,这样就减少了中间环节运营成本,提高了农民的收益。永善县当地通过电商平台销售脐橙、枇杷等特色水果,并且有关数据显示其有着很高的复购率,带动了农户收入提升。另外,永善大美科技有限公司作为当地的电商企业代表,通过电商平台将永善的水果、花椒、土碱面等农特产品销往全国各地,年销售额达 500 万余元。这种“电商 + 农特产品”的模式,让农民从传统的“提着篮子售卖”的农产品销售模式中解脱了出来,农户可以直接与市场对接,实现了农产品价值和销售利益的最大化。

2.2. 推动农业产业现代化转型

农产品电商的发展在农业产业现代化转型进程中发挥着关键驱动作用。电商平台销售场景的改变对农产品的品质管控、包装设计、品牌塑造等维度形成了更严苛的准入标准,也同时造就了反向的约束机制,进一步推动农业生产体系向标准化、规模化、品牌化路径演进。昭通市昭阳区苹果产业创新推行的“认养计划”,实现了农产品预售模式的突破,不仅前置性完成市场需求锁定,又深度赋能消费者参与体验的提升。昭通市丑甜心种植专业合作社所采用的“公司 - 合作社 - 农户”的协同发展模式,聚集了超 200 户苹果种植户的规模化种植,借助互联网电商销售渠道,逐步形成了苹果产品的线上流通闭环,在供应链协同效率问题上成效显著。另外,电商平台的大数据分析功能,为农业生产主体搭建起市场需求的前瞻性洞察体系,种植户能够提前预测风险[12],提前获得具体生产任务,助力农户动态调整种植结构,实现精准化、定制化生产,持续为农业产业现代化转型注入数字化动能,持续推进产业能级的迭代

升级。

2.3. 助力乡村振兴与区域经济发展

农产品电子商务的发展，对乡村振兴和区域经济发展起到了积极的促进作用。据商务预报网有关资料统计，2023 年前三季度全市网络交易额达 166.4 亿元，电商企业超 5000 家，带动物流、包装等配套产业发展，创造就业岗位超 1.8 万个。电子商务的发展，不仅增加了农民的收入，还吸引了大量外出务工人员返乡创业就业，为乡村振兴注入了新鲜血液。大关县通过电商平台，将当地的特色农产品推向市场，带动了当地经济的发展，提升了乡村的发展活力。同时，电商的发展也进一步促进了网络通信、物流配送等农村基础设施的完善，推动了乡村振兴战略的实施。

3. 昭通市农产品电子商务发展面临的问题

昭通市农产品电子商务取得了一些阶段性的进展，但在发展过程中仍面临着诸多问题，制约着农产品电子商务更进一步的发展，需要引起重视并持续发力。

3.1. 物流体系不完善

云南省昭通市地处云南省东北部山区，地形较为复杂且主要以山地为主，山区面积占比高达 93.80% [13]，物流基础设施建设相对滞后，导致农产品物流配送成本高昂、效率低下。据调查，昭通市偏远山区的快递首重费用高达 12 元每公斤，是平原地区的 2 倍之多。这使得许多农产品在物流环节的成本大幅增加，削弱了该地区特色农产品在市场上的价格竞争力。冷链物流的缺失，使得生鲜农产品在运输和储存过程中容易出现腐烂、变质等问题，进一步增加了农产品的损耗。此外，昭通市的物流配送网络覆盖范围有限，一些偏远地区难以实现快递直达，需要经过多次转运，这不仅延长了配送时间，也增加了货物丢失和损坏的风险。因此，昭通地区的农产品电商化发展需要优先解决制约货物流通的物流体系建设的基础性问题。

3.2. 品牌建设 with 质量标准化不足

昭通市特色农产品虽然种类丰富、品质优良，但在品牌建设和质量标准化方面存在明显不足。昭通苹果虽品质优异，但缺乏统一品牌标识，市场均价低于“烟台苹果”30%左右。许多特色农产品没有形成统一的品牌形象，品牌知名度和美誉度较低，难以在市场上获得较高的认可。在质量标准化方面，全市仅 12% 的农产品获得绿色食品认证，消费者信任度也因此受限。由于缺乏统一的质量标准和认证体系，消费者难以辨别农产品的质量优劣，这在一定程度上影响了消费者的购买意愿。同时，部分农产品在生产过程中存在农药残留超标、化肥使用过量等问题，也对农产品的质量和安全也造成了威胁，这就要求当地有关部门及时依据电商农产品相关要求制定符合当地生产要求的农产品药物使用及其检测有关标准的政策。因此，打造一批具有云南特色的强势农产品区域公用品牌，是众多云南区域公用品牌面临的主要问题[14]。

3.3. 电商产业人才存在较大缺口

电商产业的发展必须要有专业的知识型人才支持，但昭通市在电商人才方面存在较大缺口。全市电商从业人员中，直播运营人才缺口超 2000 人。许多电商企业缺乏专业的运营、管理和技术人才，导致电商活动的开展受到巨大限制。农民作为农产品的生产者，其参与电商的程度也较低。相关问卷调查显示，55 岁以上农户中，仅有 12% 的农民能熟练使用电商平台。农民对电商的认知和操作能力不足，使得他们难以通过电商平台将农产品销售出去，也无法充分享受到电商发展带来的红利。另外，昭通市在电商人

才的培养方面还有欠缺，高校尚未开设电子商务及其相关专业的人才培养，这也是该地区电子商务发展受限的原因之一。同时，由于昭通市的经济水平相对较低，难以吸引和留住优秀的电商人才，进一步加剧了电商人才的短缺现象。

3.4. 供应链协同性较差

随着在线渠道和数字渠道的快速发展，农产品供应链全渠道协同发展逐渐成为主流^[15]。昭通市小农户分散经营现象较为普遍，农产品供应链存在协同性较差的问题。譬如永善县花椒种植户由于地形和户与户之间的边界感等问题导致农户平均种植规模不足 5 亩，难以满足电商订单集中需求。小农户的生产规模小、组织化程度低，缺乏市场话语权和抗风险能力，难以与电商企业形成有效的合作。此外，由于信息不对称，农户缺乏市场预判能力。农户往往根据以往的经验进行生产，难以准确把握市场需求的变化，导致农产品供需失衡，出现滞销等问题。同时，农产品供应链各环节之间的信息共享和协同合作不足，物流、仓储、销售等环节之间缺乏有效的衔接，影响了供应链的整体效率。说到底还是地区发展受限、缺乏优质供求关系资源的问题。这些问题的背后潜藏着更为复杂的深层成因。小农户分散经营的长期固化是核心症结，源于历史、经济与社会因素的多重叠加。从历史上看，云贵高原山地峡谷地貌造就了昭通市农业生产“依山而作、分户经营”的传统模式，家庭联产承包责任制推行中为追求公平的土地细化分割，形成碎片化产权格局。从经济层面，农村集体经济薄弱使农户面临融资难题，难以通过土地流转扩大规模；青壮年劳动力外流导致留守农户生产能力有限，而农业生产的高风险又让农户缺乏扩大经营的动力。社会文化上，宗族观念强化了土地私有边界感，农户对集体合作信任不足，传统自给自足思想也削弱了协同意愿。

供应链各主体间的利益博弈与权责失衡进一步加剧了协同困境。一方面，政府存在角色错位问题，要么过度干预市场盲目推动规模化，要么在基础设施和信息平台等公共服务领域投入不足，且农业、交通等部门各自为政缺乏协同机制。另一方面，龙头企业与小农户间谈判地位悬殊，企业常通过压低收购价转嫁风险，而双方缺乏稳定的利益联结机制，违约现象频发，导致小农户组织化程度低、缺乏市场话语权。合作社本应发挥桥梁作用，但部分合作社“空壳化”、“精英化”问题突出，管理制度不健全且服务能力薄弱，难以有效联结农户与市场。

3.5. 信用体系与售后服务薄弱

商务信用体系和售后服务是一个地区电商持续发展的基础。昭通市在信用体系及其电商售后服务方面还存在诸多的缺陷。某电商平台监测显示，昭通农特产品描述不符投诉占比高达 15%。部分商家为了追求利益，存在虚假宣传、夸大产品功效等现象，严重损害了消费者的合法权益，同时也影响了昭通市农产品的整体形象。当消费者购买的农产品出现质量问题时，也难以得到及时有效的解决方案，降低了消费者的满意度和忠诚度。此外，昭通市的农产品电商信用评价体系还不够完善，缺乏对商家的有效约束和监管，导致一些不良商家有机可乘。

3.6. 政策支持力度显著不足

政府作为一个地区农产品电子商务发展的重要引领者，目前的整体政策支持力度仍显薄弱。资金扶持方面，昭通市的专项扶持资金额度有限甚至根本没有将农产品电子商务项目纳入财政预算，以至于许多电商企业和农户难以获得足够的资金来扩大生产、改善物流设施或进行技术创新，这在很大程度上制约了昭通市发展电商农业的机遇。在税收优惠方面，相关政策的覆盖范围较窄，一些中小电商企业和个体农户无法享受到税收减免的福利，依然是“小农户生产”的经营形式占多数，无法进行规模、产业化

种植。在土地政策上,对于农产品电商仓储、物流用地的支持不足,许多地区由于土地分散,无法进行规模化、集约化生产,导致地区农产品电商发展高度受限。另外,由于土地的审批手续仍然受各种制度影响,导致企业在用地审批过程中面临诸多困难,增加了企业的运营成本。此外,政策的落实和执行也存在一定问题,部分政策在基层的宣传和解读不够到位,导致许多电商从业者和农户对政策了解不深,无法充分利用政策红利。

4. 昭通市农产品电子商务优化策略

4.1. 构建高效便捷的农村物流网络

针对昭通市土地多而且较为分散的地理特征,物流网点难以覆盖每一个农作物产区,为了保证农产品在运输过程中减少腐烂的现象发生,当务之急是建立完善的物流冷链保鲜和监测体系。以昭阳区为例,当地政府通过财政补贴、税收优惠等政策,吸引企业投资建设配备先进的制冷设备、温控系统和仓储设施的冷链物流中心,确保生鲜农产品在运输和储存过程中的品质。据统计,通过冷链物流运输的生鲜农产品,损耗率可降低至 10% 以下,大大提高了农产品的保值率和消费者满意度。

在推进城乡物流体系融合发展过程中,昭通市应坚持以资源统筹优化为战略基点,重点强化政企协同招商机制,着力构建标准化智慧物流中枢平台。通过系统化整合运输链、信息链与供应链,实现市域范围内“县级枢纽-乡镇节点-村级终端”三级物流体系的高效贯通,形成双向畅通的城乡配送循环网络。永善县作为创新实践样本,通过“政府引导+企业运营”模式完成县域物流资源重构,建成 1 个智能分拨中心、15 个乡镇集散站点及 132 个村级服务网点,形成“两小时配送圈”的城乡共配格局。建议该县深化“乡村物流合伙人”制度创新,依托职业培训体系培育专业化的本地配送团队,运用动态路由算法优化农货出村路径,重点解决山区“最后一公里”冷链断链问题,为全市探索出具有山地特色的城乡物流协同发展范式。

4.2. 构建“山地智慧+生态溯源”的流通保障模式

针对昭通市 93.8% 为山区面积的地理特征,创新“海拔分级仓储+云端溯源”体系。在苹果、花椒核心产区按海拔梯度建设太阳能恒温仓储点,利用山地索道实现仓间货物转运,降低山路运输损耗。开发“昭通山地农产溯源码”,通过区块链记录海拔、土壤、降水等生态数据,消费者扫码可查看作物生长的山地环境实景及彝族农户田间管理过程。组建由当地村民组成的“山地冷链配送队”,配备适应山路的小型冷藏车,解决偏远村寨配送难题。

4.3. 强化品牌塑造与质量管制

积极推动“昭通苹果”、“小草坝天麻”等具有昭通特色的农产品品牌建设。可通过申报国家地理标志品牌标志、借助娱乐和社交平台加大对特色农产品宣传力度,农产品要体现外形“土”和质量“优”。以“昭通苹果”为例,当地政府应组织相关企业和农户,通过组织各项社会活动来加强品牌宣传和推广,把昭通苹果送出了云南,送到了北京,在北京大学收到了各国学生的一致好评,极大地提升品牌知名度和美誉度。同时,严格把控产品质量,确保符合国家地理标志认证标准,这样,“昭通苹果”的市场价格有望进一步提高,农产品的溢价能力才有增长的空间。

借鉴“大关乌骨鸡”全生命周期品控模式,昭通市可构建“基地管理-精深加工-智慧检测”三位一体的现代农业品控体系。建议实施“四化联动”战略:在种植环节推行 GAP 标准化生产规程,建立农事操作电子档案系统;在采收环节配置智能化分选设备,实现糖度、农残等指标的近红外光谱无损检测;在加工环节引进 HACCP 危害控制系统,构建覆盖清洗、杀菌、锁鲜等多道工序的数字化车间;在流通环

节搭建全链路质量追溯平台,运用区块链+物联网融合技术,对每件农产品进行“一物五码”身份标识(地块编码、批次码、质检码、物流码、溯源码),消费者扫码即可获得从土壤检测数据到冷链运输温控曲线的全维度信息。以“大关乌骨鸡”产业数字化升级为例,其构建的“区块链+AI品控”系统已实现养殖环境数据毫秒级上链,加工环节关键控制点AI视频监测覆盖率,为高原特色农业标准化建设提供了“技术+机制”双轮驱动的创新样本。

4.4. 打造“地标农产+非遗技艺”的文化赋能体系

聚焦昭通苹果、彝良天麻等地理标志产品,构建“农产品+非遗”深度融合的特色发展模式。联合彝族漆器、苗族蜡染非遗传承人,开发专属包装系列,如将彝族图腾纹样融入苹果礼盒、天麻包装印刻苗族医药古籍记载。建立“非遗工坊+农户”合作机制,组织苗族妇女参与农产品初加工包装,通过抖音直播“非遗包装制作全过程”,打造“#昭通好味藏非遗”传播话题。结合彝族火把节、苗族花山节等节庆,推出“节庆限定款”农产礼盒,配套非遗手作体验视频教程,让消费者在购买中感受民族文化魅力。

4.5. 优化供应链的协同机制

推行“三链协同”现代农业组织模式。数字订单链:推广俊东食品“订单农业3.0”模式,运用区块链智能合约技术构建“五统一”管理体系(统一种植标准、农资供应、技术指导、质量检测、保底收购),开发“昭品通”数字化协作平台,实现合作社生产数据、企业采购需求、金融机构授信评估的实时交互。

4.5.1. 柔性供应链

建设“云端工厂”柔性加工体系,在县乡村三级布设模块化预处理中心,配置智能分选、气调包装等设备,通过ERP系统对接电商平台销售数据,实现“销量预测-加工排产-库存调配”的动态优化。

4.5.2. 大数据服务平台

“大数据”是继物联网、云计算之后信息技术产业又一次重要的技术变革,已成为数据挖掘和智慧应用的前沿技术,科技已经进入了“大数据”时代[16]。构建农产品电商大数据服务平台,整合生产端(种植面积、产量预测)、流通端(物流轨迹、仓储数据)、消费端(市场价格、需求趋势)全链条数据,通过AI算法实时监测市场动态。例如,当系统分析到某类农产品需求激增时,可自动向农户推送种植建议、向企业预警产能规划,提前3~6个月规避供需失衡风险;结合气候模型,还能为农户提供灾害预警与生产调整方案,实现“数据驱动决策”的智慧农业闭环,从源头提升供应链响应效率。

4.6. 完善信用与服务体系建设

建立全链条信用监管机制,通过电商平台数据、第三方征信机构及行业协会评价,构建“商家信用档案-动态评级-奖惩联动”体系。对诚信经营主体给予流量扶持、贷款贴息等奖励,对质量不达标、虚假宣传等违规行为实施阶梯式处罚(包括限流、罚款、行业禁入),营造“守信受益、失信惩戒”的市场环境,从根本上保障农产品电商可持续发展。

推行“即时响应+先行赔付”服务标准,参照主流电商平台成熟模式,要求商家在消费者反馈质量问题24小时内响应,48小时内完成问题核实与赔付(包括退款、换货或差价补偿),有效树立昭通农产品“品质可靠、服务贴心”的区域品牌形象。

4.7. 优化昭通市电商发展政策

设立专项扶持基金激活电商生态,政府每年安排财政预算用于电商企业技术升级、物流基础设施建

设、创业孵化与人才培养。对符合条件的企业给予最高 30%左右的设备购置补贴、50%左右的场地租赁减免，直接降低企业运营成本并达到优化税收与土地政策降低经营门槛的目的。

4.7.1. 税收减免

为激活农产品电商发展动能，助力乡村振兴战略实施，政府推出针对性税收优惠政策：对农产品电商企业及个体农户实施增值税、所得税“双减半”政策，通过降低应纳税额提升经营主体盈利能力；同步明确对年销售额 500 万元以下的小微企业实施增值税全额免征政策，精准缓解小微企业现金流压力。积极推行国内支持政策体系^[17]覆盖不同规模经营主体，既通过阶梯式减免切实减轻税费负担，又以政策红利引导社会资本流向农产品电商领域，助力构建农产品数字化流通体系，为农村产业升级注入长效动力。

4.7.2. 用地保障

为优化农产品电商发展的土地要素保障，政府构建全链条用地支持体系：对电商仓储、冷链物流及加工园区用地实施优先审批机制，通过建立绿色审批通道压缩用地审批周期；同步简化土地招拍挂流程，推行“一站式”政务服务提升用地获取效率。针对农村集体建设用地用于电商配套设施建设的，明确执行基准地价 70%的最低标准，通过地价优惠直接降低企业用地成本。该政策组合精准破解农产品电商企业“用地审批慢、获取成本高”的现实难题，形成从审批效率到成本控制的全流程保障，为农村电商基础设施规模化建设提供土地要素支撑，助力构建现代化农产品流通体系。

4.7.3. 完善政策落地闭环管理

通过“宣讲会 + 线上平台 + 一对一辅导”多渠道解读政策，保障从业者知晓率；建立政策执行评估机制，每季度跟踪资金使用效率、项目落地进度及企业满意度，根据反馈动态调整补贴标准与支持方向，确保财政资金“精准滴灌”，真正转化为产业发展动能。

5. 结论与展望

昭通市农产品电商领域目前仍处于初期，虽然在一定程度上取得了一些成绩，如网络交易额逐年增长、电商企业数量不断增加等，但是却仍面临着物流体系不完善、品牌建设不足、人才匮乏等诸多根本性的问题。针对这些问题，本文提出了一系列针对性的优化策略，包括构建现代化物流网络、强化品牌培育与质量管控、实施人才振兴计划、优化供应链协同机制以及完善信用与服务体系并持续优化电商发展相关政策。

随着这些优化策略的逐步实施，昭通市农产品电子商务有望实现进一步向产业化、规模化、专业化的更高层次发展，成为昭通市乡村振兴的重要力量。未来昭通市还可进一步探索“电商 + 文旅”融合模式，如开发“苹果采摘直播”、“水果采摘节”等体验式旅游项目，将农产品销售与乡村旅游相结合，推动产业多元化发展。

参考文献

- [1] 钱五海. 进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴——对 2025 年“中央一号文件”的多角度思考[J]. 教学考试, 2025(25): 63-66.
- [2] 洪涛, 张传林. 2014~2015 年我国农产品电子商务发展报告[J]. 电子商务, 2015(z1): 44-54.
- [3] 郑红明. 基于政府导向的农产品电子商务发展模式研究农产品——以韶关市为例[J]. 经济研究参考, 2016(21): 77-84.
- [4] 张夏恒. 电商物流现状、问题与发展趋势[J]. 贵州农业农产品科学, 2014, 42(11): 275-278.
- [5] 赵苹, 骆毅. 发展农产品电子商务的案例分析与启示——农产品以“菜管家”和 Freshdirect 为例[J]. 商业经济与

- 管理, 2011(7): 19-23.
- [6] 王珂, 李震, 周建. 电子商务参与下的农产品供应链渠道农产品分析——以“菜管家”为例[J]. 华东经济管理, 2014, 28(12): 157-161.
- [7] 骆毅. 我国发展农产品电子商务的若干思考——基于一组多案例的研究[J]. 中国流通经济, 2012, 26(9): 110-116.
- [8] 何德华, 韩晓宇, 李优柱. 农产品电子商务消费者购农产品买意愿影响因素研究[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学农产品学版), 2014(7): 85-91.
- [9] 易观智库. 2016 农产品年电商规模将超 900 亿[EB/OL]. 2016-03-16.
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2016/346003.shtml>, 2025-07-25.
- [10] 刘海燕. 武威市“互联网+”农产品出村进城背景下农业电子商务发展研究[J]. 山西农经, 2024(2): 42-44.
- [11] 贺士珍. 基于电商平台的产品捆绑销售策略研究[D]: [硕士学位论文]. 无锡: 江南大学, 2023.
- [12] Qiao, D., Wang, T., Xu, D.J., Ma, R., Feng, X. and Ruan, J. (2024) Early-Season Estimation of Winter Wheat Yield: A Hybrid Machine Learning-Enabled Approach. *Technological Forecasting and Social Change*, **201**, Article ID: 123267.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123267>
- [13] 李星玲, 周艳, 刘芸杉, 等. 云南省耕地非农化的时空特征及演变态势[J]. 中国农业资源与区划, 2025, 46(5): 212-223.
- [14] 沈仕鸿. 昭通市大关县箬竹产品区域公用品牌建设研究[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 云南农业大学, 2024.
- [15] 周婕, 周扬帆. 数字经济背景下湖南农产品供应链协同发展路径探究[J]. 南方农机, 2025, 56(10): 88-91.
- [16] 孙忠富, 杜克明, 郑飞翔, 等. 大数据在智慧农业中研究与应用展望[J]. 中国农业科技导报, 2013, 15(6): 63-71.
- [17] 南云亭. WTO 框架下中国农业的国内支持政策研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 对外经济贸易大学, 2006.