

# “政府搭台、电商赋能”：特色农业产业链升级路径研究

左舒萍

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年7月13日; 录用日期: 2025年7月28日; 发布日期: 2025年8月21日

## 摘要

本文聚焦乡村振兴战略背景下, 深入探讨电子商务驱动特色农业产业链升级的具体路径。通过分析当前电子商务在农业生产、流通、销售等环节的赋能运用, 结合政府政策引导、资源整合的协同效应, 揭示“电商平台 + 政府支持 + 特色农业”三方联动对特色农业产业链优化的内在机制。通过剖析目前特色农业产业链升级过程中的瓶颈, 探索性提出政策扶持、农业智能化技术创新、建设区域公用品牌等针对性路径, 为特色农业产业链升级提供理论参考。

## 关键词

政府扶持, 电子商务, 产业链升级, 品牌建设

# “Government Sets the Stage, E-Commerce Empowers”: Research on the Upgrading Path of Characteristic Agricultural Industry Chain

Shuping Zuo

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Jul. 13<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jul. 28<sup>th</sup>, 2025; published: Aug. 21<sup>st</sup>, 2025

## Abstract

Focusing on the context of the rural revitalization strategy, this paper delves into the specific paths through which e-commerce drives the upgrading of characteristic agricultural industrial chains. By analyzing the enabling application of current e-commerce in agricultural production, circulation, sales and other links, and combining the synergy of government policy guidance and resource inte-

gration, it reveals the internal mechanism of the tripartite linkage of “e-commerce platforms + government support + characteristic agriculture” in optimizing the characteristic agricultural industrial chain. Through analyzing the bottlenecks in the upgrading process of the current characteristic agricultural industrial chain, it put forward targeted paths such as policy support, innovation in agricultural intelligent technologies, and the construction of regional public brands, so as to provide theoretical reference for the upgrading of the characteristic agricultural industrial chain.

## Keywords

Government Support, E-Commerce, Industrial Chain Upgrading, Brand Building

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

我国正在积极构建全面小康社会、推进乡村振兴战略，地方特色农业产业的发展被视为促进农村经济高质量发展和解决当前“三农”问题的关键和有效手段。习近平总书记明确指出，乡村振兴的核心在于产业振兴，强调鼓励和扶持农民群众依托本地资源，培育和发展特色农业。2025年中央一号文件提出，要推进农产品加工业转型升级，实施农业品牌精品培育计划，打造特色农业产业集群，提升农业产业化水平。而电子商务作为数字经济重要载体，作为联通城乡的数字化新通路，在助力乡村产业兴旺、促进农民增收致富方面大有可为，为特色农业产业突破地域限制、实现价值增值提供机遇。然而传统农业产业链存在生产分散、销售渠道不畅、深加工不足及品牌附加值较低等问题，亟需通过电子商务赋能与政府搭台实现转型升级，以推动特色农业产业链升级，实现乡村产业不断振兴。

大量学者围绕电子商务与农业特色产业链开展了一系列的研究，综合来看，主要集中在以下两个方面。一方面电子商务对农业特色产业链的数字化转型有影响。王昕天、荆林波、冯章伟(2025)基于产业链视角，从技术采纳模型和产业链联动效应出发，建立电商驱动农业数字化转型两阶段模型，认为产业链视角下电商驱动农业数字化转型的本质是农业在电商的带动下，借助数字技术实现农产品商品化、农业功能多样化和涉农服务价值化的过程[1]。王昕天、荆林波、张斌(2024)提出电商驱动数字化的本质是产业链层面农业主体再分工和价值再分配，目标是推动农业产业链向数字化生态系统转型[2]。此外，于振冰(2022)提出利用电商平台，对农产品销售、管理等环节进行布局优化，打破了传统农业产业的模式束缚，形成了完整的农业产业链[3]。另一方面电子商务对农业特色产业链具有价值整合与产业集聚作用。刘学侠、徐文哲、温啸宇(2025)认为数字经济赋能农村产业现代化具有全链路深度覆盖的特征，能提升农业生产效率和产品质量，促进农业产业间的融合发展，增强农业产业的整体竞争力[4]。陈兢(2021)以广西的面板数据开展研究，发现农村电子商务对农业产业集聚的作用更强，而对经济发展适中的农村地区相对较弱[5]。综上所述，目前研究已肯定了电子商务对农业特色产业链在数字化转型、价值整合和产业集聚等方面的积极作用，但如何发挥政府“看得见的手”的作用，以突破特色农业产业链升级过程中的瓶颈问题，推动电子商务促进农业特色产业链升级等方面，仍有待深入研究。

## 2. 电子商务对特色农业产业链的影响机制

### 2.1. 生产环节：数据驱动标准化与精准化

电商平台使特色农业农产品突破了地域的限制，从而推动农业产业生产不断向标准化和精准化的方

向前进。电商平台凭借海量的信息进行大数据分析，能更好的掌握消费趋势，为农户提供生产方面的指导，从而在结合当地实际资源优势的基础上，能及时调整种植结构。惠农网可实时采集 4000 万用户数据，形成覆盖全国 2821 个县级行政区，18 大类目、2 万多种常规农产品的农业产业数字化服务平台，为数字农业和智慧农业发展提供大数据服务。<sup>1</sup>“互联网 + 农业”的发展、新质生产力的广泛运用，促使人工智能技术在农业生产中得以应用，农业信息化水平不断提高。如智能灌溉系统可根据土壤湿度传感器数据精准灌溉，实现生产环节的精细化。电子商务的快速发展，极大提高了农业生产效率和农产品质量。

## 2.2. 流通环节：缩短链条与降本增效

电子商务平台为农产品提供了新的销售渠道，传统的农产品销售主要依靠农贸市场、农村集市等传统渠道，存在着信息不对称、交易不透明等问题[6]。电商平台搭建了农户与消费者直接联系的平台，实现“产销直连”，让农产品从产地直发消费者手中，打破了传统农产品流通需经过多个中间环节，农户利润被挤压的局面，降低了流通成本、缩短了流通链条，使农户获得更高收益，消费者也能买到更实惠的产品，达到了农户和消费者“双赢”局面。我国电子商务快速发展，商务部数据显示 2024 年全国电子商务交易额 46.41 万亿元，农产品网络零售额同比增长 15.8%，农村网络零售额同比增长 6.4%。<sup>2</sup>电商平台通过冷链配送体系，不断优化物流运输体系，减少农产品运输的时间，降低农产品的运输损耗，进一步提升农产品运输效率和新颖度。

## 2.3. 销售环节：拓宽渠道与品牌增值

依靠在线营销等平台，可以采取网络直播、公众号宣传等数字化营销手段打破地域限制，提高产品的知名度和销量，使乡村产品通过数字交易平台流向全国乃至全球消费者[7]，极大提升了农产品的市场覆盖面，增加了农产品销售的渠道和机会。电商平台在销售的过程中，可以充分利用电子商务网络的普及程度和影响力，在销售的过程中，能不断提升特色农业产业的知名度，提升农产品的市场价值。利用网络宣传品牌故事，展示农产品生产全过程，可以助力打造良好的农产品品牌形象，增加产品品牌附加值。安徽砀山县利用电子商务平台打造品牌效应，积极深入对接阿里巴巴、京东等电子商务平台企业，打造“砀山酥梨”品牌供应链基地，通过直播等运营模式不断扩大“砀山酥梨”品牌影响力。

# 3. 政府在驱动产业链升级中的角色与作用

## 3.1. 政策引导与制度保障

政府作为市场的监管者，制定和出台了一系列关于电商助农、农村电商发展规划的文件，对电子商务的发展、特色农产品的打造进行宏观层面的管理。通过明确电子商务发展的目标与路径，为电商平台推动特色农业产业的发展提供政策指引。通过提供电商创业补贴、物流费用减免、税收优惠等措施，降低企业运营成本，给予企业财政和税收方面的支持，以促进电子商务的快速发展，为电子商务赋能特色农业产业链升级打下基础。通过建立农产品线上销售质量标准，推动区块链溯源技术应用，建立农产品质量追溯体系，保障产品品质，严厉打击虚假宣传、价格欺诈等问题，维护农户与消费者的权益，当好“守夜人”的角色。

## 3.2. 资源整合与平台搭建

政府作为公共资源的调配者，积极整合物流资源、人力资源等资源优势，推动特色农业产业链升级。

<sup>1</sup>数据来源：百度百科。<https://baike.baidu.com/item/%E6%83%A0%E5%86%9C%E7%BD%91/22216344>

<sup>2</sup>数据来源：商务部。<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/sjcx.html>

在现有物流体系的基础上，不断完善农村电子商务配套基础，投资建设农村冷链物流、仓储中心等，持续构建形成市级农村物流中心、镇级农村物流综合信息服务站、村级农村物流服务点的村镇市三级物流网络，解决农产品流通“最初一公里”和“最后一公里”的难题。积极统筹人力资源，对农民和电子商务相关企业进行培训，充分发挥龙头企业的示范引领作用，不断提升数字化能力。积极搭建平台，发挥电子商务数字化、便捷性、跨区域性等优势，积极联结电商平台开展“电商助农”项目，利用平台流量、技术优势拓展销售渠道，帮助农产品直销全国市场。

### 3.3. 产业融合与示范引领

政府是地域形象宣传、农产品规划的主体，积极打造“农业 + 电商 + 旅游”融合模式，引导电子商务与农业观光、乡村旅游、手工艺品等产业结合，积极发展乡村旅游、休闲农业，推动农文旅融合发展。通过鼓励并支持电商龙头企业以及社会化服务组织的发展，培育多家农业、电商龙头企业，通过“电商 + 合作社”、“电商 + 特色产业 + 乡村振兴”等新型的经营模式，延伸产业链、保障供应链、完善利益链<sup>[8]</sup>，推动特色农业产业实现一二三产深度融合。发挥“领头羊”作用，积极推动家庭农场、种养大户、农民专业合作社等新型经营主体的培育，积极发挥示范效应，积极鼓励中小农户参与产业链分工，整合分散农户资源，形成规模化产销链条。

## 4. 特色农业产业链升级的现存问题

### 4.1. 销售渠道不畅

我国农村地区面积广大，耕地面积 192,913 万亩，农民居住分散，山区交通不便，农村物流“最后一公里”成本高，大部分农村地区网络覆盖不足，基础设施不够完善，冷链设施等物流配套设施覆盖率低，农产品初加工储、物流(冷链)配送和电子商务等功能区不健全，导致产品运输时效低、损耗大，农产品的运输成本高、运输渠道不畅，影响农产品的销售。产地低价与消费端高价并存，2023 年 11 月河北玉田县大白菜丰收，收购价暴跌至 0.08 元/斤，而同期广州菜场售价 1.6 元/斤。重庆市江津区塘河镇碕寨村林下土鸡年存栏量 1.5 万余只、土鸡蛋年产蛋量 100 万枚，但由于村级物流服务缺失，快递公司服务仅覆盖到镇场镇，村民寄取快递往返需 1 小时，且销售渠道主要依赖赶集和熟人购买，小镇人口少、赶集频次有限，农产品销售遇冷。<sup>3</sup>

### 4.2. 市场竞争力弱

部分特色农业产业还处在发展初级阶段且面临同质化竞争挑战，随着大量农产品网上同质化竞争问题变得日益严重，相同品类特色农产品在品质特征包装形式和功能诉求上高度相似，缺少独特卖点与竞争优势，产品创新能力不足让特色农产品无法依据市场需求变化进行有效产品升级和功能拓展。产品结构单一且附加值较低难以满足消费升级背景下消费者对个性化高品质产品的需求，深加工程度低，限制特色农产品价值链延伸和利润空间拓展，多数产品以初级形态进入市场，缺少技术含量和创新元素。产品标准化程度不高致使品质稳定性难以保证且无法有效保障消费者购买体验的一致性，进而影响品牌信任度建立和市场口碑积累，缺乏有效产品差异化策略使特色农产品电商只能靠价格竞争获取市场份额，陷入低价竞争恶性循环。

<sup>3</sup>数据来源：农业农村部。

[https://www.moa.gov.cn/xw/qg/202411/t20241120\\_6466571.htm?use\\_xbridge3=true&loader\\_name=forest&need\\_sec\\_link=1&sec\\_link\\_scene=im&theme=light](https://www.moa.gov.cn/xw/qg/202411/t20241120_6466571.htm?use_xbridge3=true&loader_name=forest&need_sec_link=1&sec_link_scene=im&theme=light)

### 4.3. 品牌建设滞后

特色农产品电商品牌建设的薄弱直接制约市场竞争力有效提升，形成品牌价值缺失与市场表现不佳的恶性循环。多数特色农产品经营主体缺乏系统性品牌战略规划，品牌意识淡薄让产品仅停留在初级农产品阶段，精深加工不足，难以形成有效品牌溢价和消费者忠诚度。截至 2023 年 6 月，国家知识产权局批准地理标准 2498 个，核准地理标准集体商标 7173 件，核准使用专用标志市场主体有 25,219 家[9]。品牌建设滞后使特色农产品在激烈市场竞争缺乏识别度和记忆点，消费者对产品无法建立情感连接和品牌偏好，品牌建设投入不足直接影响产品包装设计品质控制和营销推广专业化水平，导致产品在终端市场视觉呈现和品质保障能力落后于竞争对手。

## 5. 电子商务驱动特色农业产业链升级路径

### 5.1. 强化政府引导，完善政策支持体系

不断完善政策支持体系，出台相应的政策，从平台搭建、物流建设、市场主体培育等方面提供政策支持，构建农产品和农资现代流通网络，推动电商赋能特色农业产业。设立农业专项培育资金，鼓励支持金融机构开发多种类型的农业保险和农业质押贷款产品。支持村级电商服务站建设，完善县乡村三级物流配送体系，建设县级物流配送中心和乡镇快递物流站点，整合物流资源，开展共同配送服务，降低物流成本，打通农产品流通的“最后一公里”。科学布局初加工储、物流(冷链)配送和电子商务等功能区，建设区域性农产品产地批发市场、配套完善产地初级市场，推动形成产、贮、运、销体系完善[10]。

### 5.2. 深化电商应用，优化产业链结构

发挥电商具有技术迭代快、市场空间广、业态模式灵活等特点，不断在生产环节推广智慧农业，利用物联网监测土壤、气候数据，实现精准种植，推广节水灌溉技术等，积极打造一批“智慧渔场”、“智慧牧场”、“智慧渔场”，不断提高特色农产品质量。在产品流通环节，积极构建县乡村三级物流体系，鼓励和支持第三方物流企业下沉农村，发挥电商的桥梁纽带作用，逐步完善形成仓储、物流配送和电子商务等功能区，不断优化农业产业链结构。积极运用大数据、区块链等现代信息技术，构建农产品质量安全溯源体系，为农产品建立溯源档案，记录从生产源头到销售终端的全过程信息，消费者通过扫码等方式即可查询农产品的详细信息，把严销售环节。

### 5.3. 加强品牌建设，延伸产业链条

政府要强化品牌意识，引导新型经营主体和企业开展绿色食品、有机食品等农产品区域公用品牌 and 地理标志品牌的认证和申报。建立省级农业品牌目录，实行动态管理，推广“区域公用品牌 + 企业品牌”双轨模式，支持农产品品牌建设。加强宣传，组织企业参加各类展销会、博览会，探索农文旅融合发展模式，开发观光农业、田园采摘等产学研活动，不断提高农产品品牌市场知名度和影响力。积极搭建“龙头企业 + 科研院所 + 高等院校合作”交流平台，发挥龙头企业示范带头作用，引导企业加大产品研发投入力度，不断推动农产品深加工、精加工，延伸农产品产业链条，推动一二三产深度融合，提高农产品的市场竞争力和影响力，提高农产品市场附加值。

## 6. 结语

乡村振兴战略背景下，电子商务在推动农产品生产、流通、销售环节上发挥了重要作用，政府作为电子商务的推动者和农业产业的规划者，在制度保障、资源整合、产业融合方面发挥了重要作用，不断推动特色农业产业发展。电子商务与政府支持协同是特色农业产业链升级的核心动力，通过政策支持、

优化产业链结构、品牌建设等多维度协同推进,不断打造现代特色农业产业,提升特色农业品牌影响力,推动农业产业链升级。未来可进一步探索区块链技术在农产品溯源、跨境电商中的应用潜力,不断关注新兴消费趋势对农业产业链的影响。

## 参考文献

- [1] 王昕天,荆林波,冯章伟. 产业链视角下电商驱动农业数字化转型的理论解构与案例分析——兼论农业“产业大脑”的经验启示[J]. 中国农村观察, 2025(1): 43-62.
- [2] 王昕天,荆林波,张斌. 电商如何驱动农业产业链数字化: 理论阐释与实践演进[J]. 中国软科学, 2024(3): 47-56.
- [3] 于振冰. 新电商背景下农业产业链及商业模式建构[J]. 农业经济, 2022(12): 120-122.
- [4] 刘学侠,徐文哲,温啸宇. 数字经济赋能农村产业现代化的内在逻辑、现实挑战及优化路径[J]. 中国流通经济, 2025, 39(1): 14-24.
- [5] 陈兢. 乡村振兴视角下电子商务发展对农业产业集聚的影响——以广西为例[J]. 商业经济研究, 2021(8): 123-127.
- [6] 程好,孙伟. 农村电子商务发展与农村产业升级——基于生产和消费角度[J]. 商业经济研究, 2024(24): 100-104.
- [7] 连宏萍,韩文静. 数字经济赋能乡村产业融合发展的实证研究[J]. 中国特色社会主义研究, 2025(1): 55-66.
- [8] 李庆萍. 乡村振兴背景下政府推进地方特色农业产业发展的效能研究[D]: [硕士学位论文]. 南宁: 广西大学, 2024.
- [9] 强化政策研究 为创新农业品牌发展提供有力支撑——农业农村部市场与信息化司司长唐珂解读《中国农业品牌政策研究报告(2023)》[J]. 农产品市场, 2023(10): 8-9.
- [10] 刘德仓. 秦安县特色农业产业链升级成效、问题及对策[J]. 农村科学实验, 2025(10): 9-11.