

河南温县农产品电商发展的三维解析： 模式创新与破局路径

王甜甜

贵州大学经济学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年8月11日；录用日期：2025年8月22日；发布日期：2025年9月8日

摘要

本文以河南温县农产品电商为研究对象，聚焦其发展现状、核心问题及破局对策。通过分析发现，温县依托平原地形优势和特色农产品资源，在产业规模化、渠道布局、物流体系及政策支持等方面取得一定成效，但也面临产业链同质化、品牌建设失衡、物流成本高、人才短缺及供应链标准化不足等问题。基于此，构建“三阶跃迁”赋能体系，从产业链升级、品牌矩阵构建、数字基建完善及政策创新等方面提出对策，为平原农业县农产品电商发展提供参考。

关键词

温县，农产品电商，平原农业县，三阶跃迁，发展模式

Analysis of the Development of Agricultural Product E-Commerce in Wenxian County, Henan Province: Model Innovation and Breakthrough Paths

Tiantian Wang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 11th, 2025; accepted: Aug. 22nd, 2025; published: Sep. 8th, 2025

Abstract

This paper takes agricultural product e-commerce in Wenxian County, Henan Province as the

文章引用：王甜甜. 河南温县农产品电商发展的三维解析：模式创新与破局路径[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 707-712.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1492968

research object, focusing on its development status, core issues and solutions. The analysis shows that relying on the advantages of plain terrain and characteristic agricultural product resources, Wenxian County has achieved certain results in industrial scale, channel layout, logistics system and policy support. However, it also faces problems such as industrial chain homogenization, unbalanced brand building, high logistics costs, talent shortage and insufficient standardization of the supply chain. Based on this, a “three-stage transition” empowerment system is constructed, and countermeasures are proposed from the aspects of industrial chain upgrading, brand matrix construction, digital infrastructure improvement and policy innovation, so as to provide reference for the development of agricultural product e-commerce in plain agricultural counties.

Keywords

County, Agricultural Product E-Commerce, Plain Agricultural County, Three-Stage Transition, Development Model

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

数字经济加速渗透和乡村振兴战略推进的背景下,农产品电商成为连接小农户与大市场的重要纽带,我国农村电商交易规模扩大、业态向多元融合模式演进[1]。河南省作为农业大省,农产品资源丰富且出台相关方案为县域电商发展提供政策保障。河南温县作为铁棍山药主产区之一,基于电商背景优势,铁棍山药产业可进一步立足于现有的发展基础,积极探索有利的产业运营策略,致力创造更大效益[2]。研究其农产品电商发展,既能为自身产业优化升级提供支持,剖析短板,也能为其他平原农业县提供可借鉴经验,对推动农村经济高质量发展、助力乡村振兴意义重大。本文采用文献研究法和案例分析法,梳理相关理论,结合温县具体案例深入分析其电商发展现状、问题及对策,研究框架为:先阐述现状特征,再剖析核心问题,接着构建“三阶跃迁”赋能体系并提出破局对策,最后得出结论与展望,总结对其他平原农业县的启示。

2. 文献综述

2.1. 国外研究现状

国外对于农产品电商的研究起步较早,相关理论和实践较为成熟。在农产品电商模式方面,国外学者注重研究电商平台与农业生产、销售环节的整合,强调供应链的高效协同。例如,美国学者通过对亚马逊生鲜、全食超市等案例的研究,提出电商平台应通过大数据分析精准对接消费者需求,指导农场进行标准化生产,实现从田间到餐桌的全链条高效运作。在农产品品牌建设方面,欧洲学者强调品牌的差异化和附加值,认为通过地理标志认证、有机认证等方式,能提升农产品的市场竞争力,如法国波尔多葡萄酒、意大利帕尔马火腿等,均通过品牌建设实现了价值跃升。

2.2. 国内研究现状

国内学者围绕农产品电商发展展开了广泛研究。在发展模式方面,就跨境电商与我国出口贸易之间的整体关系进行了分析。刘云(2018)分析了我国农产品出口现状和跨境电商在降低农产品出口成本方面的优势[3]张薇(2019)在梳理我国跨境电商兴起和发展特点的基础上,分析了跨境电商在出口贸易中存在的问题,提出了依托跨境电商发展的出口贸易政策来推动我国出口贸易的发展策略[4];李芬娟和易海峰

(2019)基于我国跨境电商发展现状和运营模式分析的基础上,分析了跨境电商在国际贸易中的作用和存在的问题,并以欧盟为样本分析了跨境电商发展对欧盟出口贸易的影响效应[5]。在面临的问题方面,学者们指出农产品电商存在产业链不完善,多以初级产品为主,深加工不足;品牌意识薄弱,同质化竞争严重;物流成本高,尤其是偏远地区冷链物流覆盖率低;人才短缺,缺乏专业的电商运营和营销人才等问题。在对策研究上,提出了加强产业链整合,推动农产品深加工;推进品牌建设,打造区域公共品牌;完善物流体系,加强冷链物流建设;加强人才培养,引进和培育专业电商人才等建议。此外,国内对于政策在农产品电商发展中的作用也进行了较多探讨,认为政策支持是推动农产品电商发展的重要保障,如电商进农村综合示范项目、农村电商扶持资金等,有效激发了农村电商发展活力。

2.3. 研究述评

综合来看,国内外关于农产品电商发展的研究已取得丰富成果,但针对平原农业县这一特定区域的农产品电商发展研究相对较少。现有研究多聚焦于宏观层面或特定典型案例,如山区县、沿海县等,对于平原地区农产品电商发展的特殊性和规律性探讨不足。平原农业县具有规模化种植优势明显、交通相对便利等特点,但也存在产业链同质化、品牌建设滞后等问题,其电商发展模式与山区县存在显著差异。本文以温县为研究对象,深入分析平原农业县农产品电商发展的模式和路径,以期弥补现有研究的不足。

3. 温县农产品电商发展现状

3.1. 特色产业的规模化优势

温县铁棍山药作为国家地理标志产品,具有悠久的种植历史和独特的品质。自2012年以来,温县铁棍山药种植面积稳定在2万亩以上,2016年种植面积2.23万亩。2012年“温县铁棍山药”证明商标注册成功;2014年启动驰名商标申报工作;温县铁棍山药入选农业部《2015年度全国名特优新农产品目录》[6]。并且经过多年发展,已形成从种植、加工到销售的完整产业链。在怀山药产业的带动下,温县逐渐形成了以怀山药为核心,涵盖怀菊、怀牛膝、地黄等多种特色农产品的“四大怀药”产业矩阵,产品种类丰富,为农产品电商发展提供了丰富多样的产品资源,满足了不同消费者的需求¹。

3.2. 数字渠道的立体化布局

温县的电商企业积极拓展销售渠道,形成了多平台协同发展的格局。三和堂等龙头企业与淘宝、京东、拼多多、抖音等主流电商平台建立了长期稳定的合作关系,通过开设官方旗舰店、参与平台“助农”活动、进行精准营销等方式扩大销售规模。其中,直播电商成为温县农产品销售的新亮点,打破了传统电商的图文展示局限。“贺司令”“班干部”等本土直播团队深耕本地农产品,将直播间设在田间地头、种植基地,通过现场展示农产品的生长环境、采摘过程、加工工艺等,让消费者直观了解产品的原生态和高品质,增强了消费者的信任感。直播过程中,主播还会与观众进行互动,解答关于产品特点、食用方法等问题,吸引了大量观众下单购买,取得了良好的销售业绩。这种“原产地直播”模式打破了传统销售的时空限制,有效提升了农产品的知名度和销售量,成为推动温县农产品上行的重要力量。

3.3. 物流体系的集聚效应

得益于平原地形的优势,温县的交通相对便利,物流网络建设较为完善。目前,温县拥有邮政、京东、顺丰、中通、圆通等多家知名快递企业,从业人员数量众多,形成了较为密集的物流服务网络,实现了乡镇和行政村的广泛覆盖。据当地邮政管理部门公开信息,温县快递业务量在焦作市占比较高,连续

¹河南省商务厅,河南省县域电子商务发展指数报告(2024),2024。

多年位居前列，充分体现了其物流集聚效应。为进一步提高物流效率，降低物流成本，温县积极建设“云仓”，实现了农产品的集中仓储、分拣和发货²。例如，怀府街公司作为当地知名的电商企业，在重庆、杭州等消费市场集中的城市建立直播带货公司，结合本地的“云仓”资源，形成“本地云仓 + 异地直播”的协同模式，通过云仓的快速发货能力，缩短了产品的配送时间，满足了不同地区消费者对产品新鲜度的需求，极大地提升了物流配送效率和消费者满意度。

3.4. 政策驱动的生态构建

温县作为河南省电商进农村综合示范县，得到了省级政策的大力支持，电商发展环境不断优化。当地政府依托县域电子商务公共服务中心，为电商企业和从业者提供全方位的服务，包括电商培训、技术支持、品牌推广、政策咨询等。通过开展直播电商技能培训、电商运营实战课程、电商创业大赛等活动，培养了一批具备电商运营能力的人才，激发了社会各界参与电商发展的积极性。同时，政府还为返乡农民工、大学生、退役军人等群体提供免费的创业指导和政策扶持，如场地租赁补贴、创业担保贷款、税收优惠等，鼓励他们投身农产品电商行业，开设网店、从事直播带货等。这种“政策引导 + 市场运作”的模式，充分发挥了政府的引导作用和市场的决定性作用，形成了良好的电商发展生态，为温县农产品电商的持续发展提供了有力支撑³。

4. 温县农产品电商发展面临的核心问题

4.1. 产业链条的同质化困局

温县农产品电商目前仍以销售初级农产品为主，铁棍山药、怀菊等产品的深加工比例较低，缺乏高附加值的产品。大部分企业和农户主要将新鲜的怀山药、怀菊等直接销往市场，而对其进行深加工的企业较少，产品形式单一，多为简单包装的初级产品。虽然温县拥有“中国速食调味料之都”的称号，酸辣粉、方便面料包等加工产品发货量较大，产业链相对成熟，但在怀山药衍生品开发方面明显滞后，未能充分挖掘怀山药的潜在价值。目前市场上的怀山药衍生品多为山药粉、山药片等简单加工产品，缺乏如山药保健品、山药休闲食品等高附加值产品。这种以初级产品为主的产业结构，导致市场上产品同质化现象严重，企业之间主要依靠价格竞争，抗市场风险能力较弱^[7]。一旦市场需求发生变化或出现价格波动，将对农产品销售产生较大影响，不利于产业的长期发展。

4.2. 品牌建设的分层失衡

尽管温县拥有铁棍山药这一国家地理标志产品，但在品牌建设方面仍存在诸多问题。中小企业的品牌意识淡薄，对品牌建设的重要性认识不足，不少网销产品未进行商标注册，缺乏品牌保护意识，产品多以通用名称进行销售，难以形成独特的品牌形象。温县的“豫农优品”区域品牌作为省级公共品牌，在运营过程中较为分散，未能形成统一的品牌形象和市场竞争能力，各企业各自为战，缺乏协同合作，难以发挥区域品牌的协同效应。此外，市场上还存在一些低端产品仿冒“铁棍山药”品牌的现象，这些产品质量参差不齐，以低价冲击市场，严重损害了“铁棍山药”的品牌声誉和价值，影响了消费者对温县农产品的信任度，制约了品牌价值的提升^[8]。

4.3. 物流成本的剪刀差效应

虽然温县实现了行政村快递较高的通达率，但在物流成本方面存在明显的“剪刀差”效应。即工业

²温县人民政府，温县人民政府年度工作报告(2023~2024)，2024。

³河南省人民政府，关于推动农村电商高质量发展的实施方案(2024~2026)，2024。

品下乡的物流成本相对较低，而农产品进城的物流成本较高。温县日均收发快递数量较多，其中工业品下乡的快递占比较大，由于工业品包装规范、批量运输，物流成本相对较低；而农产品进城的快递中，多为怀山药等大宗农产品，体积大、重量重，且部分产品需要冷链运输，在干线运输过程中成本较高。同时，农产品的保鲜要求较高，需要特殊的包装和运输条件，也增加了物流成本。温县日均收发快递数量较多，但农产品出村件量占比相对较低，远低于工业品下乡的比例，这种失衡的局面进一步加剧了物流成本的压力。高昂的物流成本降低了温县农产品在市场上的价格竞争力，制约了农产品电商的进一步发展。

4.4. 人才供给的结构性短缺

随着直播电商的快速发展，温县对专业电商人才的需求日益增加，但人才供给却难以满足需求，存在结构性短缺问题。村级服务站作为农产品电商的基层节点，普遍缺乏专业的运营人员，从业人员多为当地农民或个体商户，大多缺乏系统的电商知识和技能，在平台运营、营销推广、客户服务、数据分析等方面能力不足，导致直播转化效果不佳，难以充分发挥电商渠道的优势。虽然河南省计划培养一定数量的国家级农村电商带头人，但温县本地缺乏专业的MCN机构，人才孵化能力有限，难以培养出既懂农业又懂电商的复合型人才[9]，同时，由于县域发展条件有限，难以吸引外地专业电商人才落户，导致人才短缺问题长期存在，在一定程度上制约了温县直播电商的持续升级和发展。

4.5. 供应链的标准化短板

小农户分散种植与电商规模化需求之间的矛盾是温县农产品电商发展面临的另一突出问题。温县铁棍山药种植仍以小农户为主，虽然有龙头企业带动，但分散种植的比例依然较高。小农户在种植过程中，采用的种植技术、管理方式各异，导致铁棍山药在采收环节的标准化程度有待提高，部分产品在大小、品相、品质等方面存在差异，无法满足电商平台的采购标准，错失了一些大额订单机会[10]。与山区相比，平原地区的规模化种植本应更容易实现标准化生产，但温县在这方面组织化程度不足，缺乏有效的协调和管理机制，对农户的培训和指导不够系统，导致农产品质量不稳定，影响了农产品供应链的效率和稳定性，难以满足电商规模化、标准化的需求[11]。

5. 破局对策：构建“三阶跃迁”赋能体系

5.1. 产业链升级：从初级产品到价值重构

实施“怀药精深加工计划”，加大对怀山药等特色农产品的深加工力度，推动产业链向高端延伸。政府可设立专项扶持资金，鼓励企业与科研机构合作，建立产学研合作机制，共同开发山药粉、山药糕点、山药饮料、山药保健品、山药休闲食品等多种高附加值产品，提高农产品的加工转化率和附加值。同时，引导企业引进先进的加工设备和技术，提升加工水平，确保产品质量。依托温县“中国速食调味料之都”的优势，推动怀山药与酸辣粉、方便食品等产业跨界融合，开发山药酸辣粉、山药方便面等创新产品，借鉴现有成功产品的销售模式和市场经验，拓展市场份额。例如，可与当地知名的酸辣粉企业合作，将怀山药粉融入酸辣粉原料中，打造具有独特风味的健康食品，满足消费者对健康饮食的需求。

建立“产学研”协同机制，与河南农业大学等高校和科研机构合作，制定怀山药等农产品的分级标准、种植标准和质量检测标准，形成一套完整的标准化体系。对符合电商销售标准的产品给予一定的溢价补贴，引导农户按照标准进行生产和采收，提高农产品的标准化程度。同时，开发“温县怀药”溯源系统，引入区块链技术，记录农产品从种植、加工、运输到销售的全过程信息，包括种植时间、施肥情况、采收时间、加工企业、运输路线等。消费者通过扫描产品包装上的二维码，可查看产品的相关信息，增强对产品的信任度，提升产品的市场竞争力。

5.2. 品牌矩阵：从地理标志到生态运营

整合“铁棍山药”地理标志资源，由县政府牵头成立专门的品牌运营公司，负责“铁棍山药”及其他特色农产品的品牌建设、市场推广和品牌管理。品牌运营公司应制定统一的品牌战略，统一产品的包装设计、质量标准 and 营销宣传，打造统一的品牌形象，提高品牌的辨识度和知名度。实施“双 IP 战略”，将怀药种植技艺这一传统农业文化与温县太极拳文化这一世界级非物质文化遗产相结合，挖掘农产品的文化内涵，打造“太极养生 + 怀药食疗”的文化 IP。通过举办怀药文化节、太极拳与养生论坛等活动，传播怀药的养生理念和文化价值，提升品牌的文化附加值和溢价能力。

开展“豫农优品·温县专场”活动，定期组织大型直播带货活动，邀请“与辉同行”等头部直播团队参与，借助其强大的流量和影响力，扩大温县农产品的销售规模。同时，培养本土直播达人，打造“怀药主播”IP，通过持续地内容创作和直播互动，积累粉丝群体，提高品牌的忠诚度。在郑州、北京、上海等大城市建设“温县怀药”展销中心，展销中心可设置产品展示区、体验区和销售区，通过线下展示、烹饪体验、养生咨询等方式，让消费者亲身体验温县农产品的品质和特色，实现“线上流量 + 线下体验”的双向转化，弥补平原地区旅游资源不足的短板，进一步提升品牌的市场影响力。

5.3. 数字基建：从物流覆盖到智慧网络

为强化温县物流能力，推动产业数字化发展，需多维度构建现代化物流网络。在优化“云仓 + 直播”体系方面，对现有云仓进行智能化改造，引入仓储管理系统(WMS)，通过电子标签和 RFID 技术提升库存管理效率，优化仓库布局以提高分拣发货速度；建立直播与云仓的信息共享机制，实现订单实时传输与优先发货，同时利用库存数据辅助直播选品；开展专业培训并推动校企合作，定向培养相关人才。在冷链物流建设上，通过公开招标引入专业冷链物流企业，依据乡镇实际情况规划建设冷链集散中心，配备不同温度的冷藏冷冻设施、带监控的冷藏车及分拣包装区域，建立完善的运营管理制度和第三方质量检测机制。

对于物流企业整合，由政府牵头制定整合方案，采取兼并重组等多种形式，搭建物流资源共享信息平台实现车辆、仓库等资源的共享与在线交易，同时出台财政补贴、税收优惠等政策并加强市场监管。此外，开发具备数据采集、分析、预测及可视化功能的温县物流大数据平台，通过加密技术、权限管理和安全检测保障数据安全，加强平台应用推广，为企业和政府部门提供个性化数据服务与决策支持。

参考文献

- [1] 傅泽. 数字经济背景下电商直播农产品带货研究[J]. 农业经济, 2021(1): 137-139.
- [2] 范娜. 电商背景下河南温县铁棍山药产业运营策略创新[J]. 食品研究与开发, 2023(12): 233-234.
- [3] 刘云. 跨境电商对农产品出口的影响及对策研究[J]. 北方经贸, 2018(12): 80-82.
- [4] 张薇. 跨境电商发展水平对我国出口贸易的影响研究[J]. 商业经济研究, 2019(19): 150-153.
- [5] 李芬娟, 易海峰. 我国跨境电商发展现状、问题及其出口贸易效应研究——以我国对欧盟的出口贸易为例[J]. 商业经济研究, 2019(17): 138-141.
- [6] 刘永康. 温县铁棍山药产业化发展现状与对策分析[J]. 农业科技通讯, 2018(2): 39-41.
- [7] 赵冰燕. 温县铁棍山药的销售问题及解决对策研究[J]. 商, 2016(11): 290.
- [8] 宋娟娟. 浅谈农产品地理标志保护与发展——以温县铁棍山药为例[J]. 河南农业, 2025(7): 47.
- [9] 梁艳萍. 乡村振兴背景下温县农村电商发展的现状、问题及对策研究[D]. [硕士学位论文]. 南京: 南京林业大学 2025(3): 98.
- [10] 李雨欣. 温县铁棍山药产业发展现状问题及对策浅析[J]. 南方农业, 2024(18): 166-168.
- [11] 李永娣. 特色农产品流通面临的问题和对策[J]. 统计理论与实践, 2022(10): 71-55.