E-Commerce Letters 电子商务评论, 2025, 14(10), 764-770
Published Online October 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2025.14103205

Hans汉斯

新质生产力背景下永春芦柑电子商务发展路径探赜

戴楚彬

南京林业大学马克思主义学院，江苏 南京

收稿日期：2025年8月31日；录用日期：2025年9月12日；发布日期：2025年10月13日

摘 要

永春县是中国芦柑之乡，永春芦柑作为该地的特色农产品，其电子商务发展不仅能够为芦柑产业注入新活力，也有利于推动永春县的经济发展，但是目前永春芦柑的电子商务发展仍存在一些问题，急需探索一条适合永春芦柑电子商务发展的可持续路径。新质生产力以创新为核心，具备高科技、高效能、高质量、数字化和绿色化等特征，可为芦柑产业注入强劲动力。基于此，本文结合永春芦柑电子商务发展现状，深入探讨了新质生产力推动永春芦柑电子商务发展的内在逻辑，进而从加强物流基础设施建设，提升冷链物流水平、开展产学研合作，培养电商专业人才、加强品牌建设，创新营销模式三个方面切入来提出新质生产力背景下永春芦柑电子商务发展的实践路径，助力实现永春芦柑产业的高质量、可持续发展，这对于对推动县域特色农产品电商发展也具有重要的借鉴意义。

关键词

新质生产力，永春芦柑，电子商务

Exploration on the Development Path of Yongchun Citrus E-Commerce under the Background of New Quality Productivity

Chubin Dai

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: August 31, 2025; accepted: September 12, 2025; published: October 13, 2025

Abstract

Yongchun County is the hometown of Citrus in China. Yongchun citrus, as the local characteristic

文章引用: 戴楚彬. 新质生产力背景下永春芦柑电子商务发展路径探赜[J]. 电子商务评论, 2025, 14(10): 764-770.
DOI: 10.12677/ecl.2025.14103205

agricultural product, its e-commerce development can not only inject new vitality into the citrus industry, but also promote the economic development of Yongchun County. However, there are still some problems in the e-commerce development of Yongchun citrus, and it is urgent to explore a sustainable path suitable for the development of Yongchun citrus e-commerce. With innovation as the core, the new quality productivity has the characteristics of high technology, high efficiency, high quality, digitization and greening, which can inject strong impetus into the citrus industry. Based on this, combined with the current situation of Yongchun citrus e-commerce development, this paper deeply discusses the internal logic of new quality productivity promoting Yongchun citrus e-commerce development, and then puts forward the practical path of Yongchun citrus e-commerce development under the background of new quality productivity from three aspects: strengthening the construction of logistics infrastructure, improving the level of cold chain logistics, carrying out industry university research cooperation, cultivating e-commerce professionals, strengthening brand construction, and innovating marketing mode, so as to help realize the high-quality and sustainable development of Yongchun citrus industry, which also has important reference significance for promoting the development of e-commerce of county characteristic agricultural products.

Keywords

New Quality Productivity, Yongchun Mandarin, Electronic Commerce

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

福建省泉州市永春县被誉为“永春芦柑之乡”，因其独特的地势与适宜的温度，所种植的芦柑以果形硕大、色泽橙黄、果肉脆嫩而畅销海内外，是当地农业经济的重要支柱。然而，随着市场竞争的日益激烈和消费者需求的不断变化，传统销售模式已难以满足永春芦柑产业的可持续发展需求，电子商务的兴起为永春芦柑的销售拓展提供了新的机遇，不少农户通过网络平台与淘宝、京东、拼多多等电商平台合作来扩展销售渠道。但目前永春芦柑电子商务发展仍处于初级阶段，仍面临着许多问题：受到国外水果涌入与果农卖货经验不足，仍凭借传统经验卖果，数字化营销水平不高、一箱 10 斤的柑橘需要 15 元运费[1]，物流配送成本较高、品牌推广难等问题，制约了其电子商务的进一步发展。

习近平总书记指出，新质生产力是创新起主导作用，摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径，具有高科技、高效能、高质量特征，符合新发展理念的先进生产力新质态[2]。作为全新的生产力形态，可为传统产业带来变革动力，可与永春芦柑电子商务发展形成双向互动格局。通过引入先进的信息技术、物流配送体系以及创新的营销模式，可以有效解决永春芦柑在电子商务发展过程中面临的诸多问题，如信息不对称、物流成本高、品牌推广难等。同时，借助新质生产力的技术优势可以有效提升永春芦柑的生产效率和产品质量，增强其在国内外市场的竞争力，进一步拓展销售渠道，提高农民收入，促进当地农村经济的繁荣。

2. 永春芦柑电子商务发展现状与问题

2.1. 销售渠道不断扩展

在数字经济蓬勃发展的背景下，电子商务作为一种新的营销模式，能够扩宽农产品销售渠道，从而提高农民收益。在传统的销售模式中，农民出售自家产品一般是以极低的价格卖给农产品批发商，农民

所获得的收益受限[3]，而在网络平台上，果农可实现自产自销，从而获得更多收益。不少农户便是看见了互联网所蕴含的商机，紧紧抓住这一机遇，将自己的产品挂到网络售卖，并采用网络直播方式更直观地向观众展示产品细节，及时回答观众疑虑，提高了销售量。同时，在乡村振兴战略背景下，永春县全面扎实推进“三农”领域“六稳”“六保”工作，以“互联网 + 芦柑”模式为依托，发展“电子商务 + 永春芦柑”的营销模式，并与线下实体店同时经营，培育农业新型业态，不断扩展永春芦柑销售渠道，增加农民收入。

2.2. 跨境贸易成效显著

永春县积极探索跨境电商，出口贸易成效显著。永春芦柑的出口发展始于 20 世纪 70 年代初，历经五十年的发展，所出口的国家多达三十多个。此外，泉州是海上丝绸之路的起点，在“一带一路”倡议下，其沿线的马来西亚、新加坡、印度尼西亚等国家已成为芦柑出口的重要目的地。在 2023~2024 年产季，永春芦柑出口量呈现显著增长，已有 96 批次、2403 吨的永春芦柑出口东南亚等“一带一路”共建国家，同比分别增长 31%、33% [4]。除了在东南亚市场受到欢迎以为，永春芦柑还成功进入了美国市场，成为福建首宗冷处理出口美国的农产品[5]。

2.3. 电子商务平台建设不断完善

永春县致力于搭建多样化信息服务平台，形成“多平台并进”的格局。在传统电商领域，积极利用平台流量不断扩大市场覆盖面，利用淘宝、拼多多等国内电商平台开设了多家旗舰店，在京东商城开设了“中国特产 • 永春馆”、“永春农特产馆”两大专属阵地，不断吸引企业入驻。另一方面，敏锐地把握住短视频、小红书等新兴平台，通过抖音、快手等短视频平台开展“产地直供”直播和在短视频内容中植入广告，将镜头直击果园采摘现场，让消费者直观感受芦柑生长环境与品质。并结合“县长带货”、“果农直播”等形式来与消费者进行互动，由地方领导亲自下场推荐家乡特产，果农现场讲解种植工艺与挑选技巧，通过真实场景互动增强消费者信任感，提升销量。

3. 新质生产力何以推动永春芦柑电子商务发展

3.1. 新质生产力推动技术创新，驱动电商模式变革

“生产力是人类在生产实践中形成的改造和影响自然以使其适合社会需要的物质力量”[6]。新质生产力正是马克思主义生产力理论在当代的生动体现，它始终以科技创新为核心要素，不断引入新兴技术。通过技术创新，新质生产力能够有效推动永春芦柑电子商务发展，推动电商模式从传统流通向数字化全链路变革，突破传统农产品营销模式弊端。在营销方面，新质生产力催生了直播电商、社交电商等新兴电商模式。通过直播，每一位观众都是潜在的消费者，主播与观众进行实时互动和直观展示，让消费者更全面地了解永春芦柑的特点和优势，激发了他们购买欲望，让潜在的消费者变成实在的消费者。社交电商则利用社交网络的传播效应，通过用户分享和口碑传播来拓宽销售渠道。通过用户分享和口碑传播来拓宽销售渠道。在销售方面引入大数据分析，电商平台能够收集消费者偏好并进行数据分析，采用协同过滤算法(CF)与深度学习算法(如 CNN)构建推荐模型——基 CF 算法识别“购买礼盒装芦柑”与“购买某种产品”的关联用户，推送“芦柑+”组合套餐；并通过 CNN 分析用户对芦柑外观、口感的评价文本，生成“酸甜度偏好标签”，定向推荐高糖或低糖产品，实现个性化推荐与营销，以此推动电商模式从“广撒网”转向“精准触达”，有效提高购买率。在物流领域，新质生产力催生了智慧物流系统，建立了数字化仓储模式，能够有效降低芦柑在运输过程中出现变质、运输损伤问题；而数字化仓储管理也能够快速分拣订单，缩短从果园到消费者的距离。这些技术创新带来的模式变革，在提高电商运营效率与

优化用户体验发挥了重要作用，能够与芦柑产业深度融合，为产业发展带来新的增长点，推动永春芦柑电子商务向更高水平迈进。

3.2. 新质生产力推动产业融合，扩展电商发展空间

农产品电子商务是互联网技术创新而催生的产物。将人工智能、大数据、区块链等现代数字技术运用于电子商务领域，能够将农产品生产各个环节紧密地联系在一起，推动一、二、三产业融合。电子商务将新型农业技术融入种植环节，能够有效推动永春芦柑产业融合，助力供应链、价值链和产业链形成闭环[7]。在永春芦柑种植中收集到的种植数据可上传至数据平台，与电商平台的消费数据实现共享，通过消费数据反馈可引导芦柑优化下一季度种植结构和创新加工品类，生产果汁、果脯等其他深加工产业也可与电商合作形成专属的产品线，打造一条“种植 + 加工 + 电商”的全产业链融合新模式。同时，随着人们对休闲旅游需求的日益多样化，田园乡村正成为备受青睐的打卡地，农村文旅产业展现出强大的发展活力和潜力，正日益成为促进农村经济发展、带动农民增收的新经济增长点[8]。当前福建省内仅有永春县是以芦柑作为主导产业，并打造出我国规模最大的永春芦柑标准化种植基地，并于 2023 年建设了五个芦柑采摘园。新质生产力能够加速农业与文旅产业融合，依托永春县优势地理位置，结合永春闽南文化、侨乡文化，深入挖掘芦柑历史文化故事，设计相关主题文创产品，并通过电商平台预售“采摘体验券”与“农家乐套餐”，让电商从单一销售渠道升级为文旅消费入口，实现芦柑收益提升与旅游业发展双向收益。

3.3. 新质生产力优化要素配置，提高芦柑产业效能

习近平总书记指出：“产业是发展的根基，产业兴旺，乡亲们的收入才能稳定增长”[9]。新质生产力能够优化要素配置，通过对土地、劳动力、数据、技术等核心生产要素进行创新性重组与高效配置，提高芦柑产业效能，为芦柑电子商务发展铸牢基础。到芦柑果实品质的好坏与土壤养分含量有关，当前永春芦柑果园呈现出管理粗放、土壤肥力下降的问题[10]。芦柑产业要提效走远则需要优化果园栽培管理模式，提高土壤养分。在这一方面，新质生产力能推动规模化经营和提升土壤肥力，依托卫星遥感、土壤检测等数字化技术，对全县 12 万余亩芦柑种植区进行精准测绘与肥力评估，根据不同地块的光照时长、土壤酸碱度等特性科学规划种植品种与密度，实现“一块地种出最优品质”的精细化管理，让有限的土地资源释放更大产能。芦柑产业提效最终要落到人身上。新质生产力能够培养出更多具备农业现代知识与电子商务人才，他们能够熟练运用新技术，在应对农业生产问题上能够灵活多变。新质生产力通过多维度进行要素优化配置，不仅能够有效调控芦柑生产，提升芦柑品质，也能够为芦柑电子商务的规模化扩张和精准化运营提供坚实的产业支撑。

4. 新质生产力背景下永春芦柑电子商务发展路径

4.1. 完善物流基础设施建设，提升冷链物流水平

尽管当前永春县基础设施覆盖率呈现出良好的发展态势，但冷链物流的“最后一公里”仍制约着芦柑电商高质量发展进程，因此，要实现永春芦柑电子商务高质量发展，需要发展好物流基础设施建设。

完善物流基础设施建设是提升永春芦柑电商效率的基础。尽管永春县不断加大对芦柑标准化果园的建设力度，然而域县内生产、道路等基础设施建设整体上都较为薄弱[11]。完善的物流网络能够确保芦柑快速、高效地从产地运输到消费者手中。应加大对农村物流基础设施的投入，建设现代化的物流配送中心，优化物流配送路线，提高物流配送效率。同时，引入智能化物流管理系统，利用大数据和云计算技术优化物流配送过程，实现物流信息的实时跟踪和监控，提升物流服务的透明度和可靠性。

芦柑属于生鲜农产品，其特点是容易变质，从产地运输到消费者手中容易出现果实损坏问题，其流转损耗率达 7% [12]，因此需要提升仓储保鲜与冷链物流水平，这是保障永春芦柑品质的关键环节。政府与企业要加大对仓储保鲜设施的投入，建设现代化的冷藏仓库和保鲜库，配备先进的保鲜设备，延长芦柑的保鲜期。同时，完善县域冷链物流网络，整合物流资源[13]，优化冷链配送路线，提高冷链物流的效率和覆盖范围。通过引入智能化冷链物流管理系统，实时监控运输过程中的温度、湿度等关键指标，实现永春芦柑能够新鲜地到达消费者手中。

4.2. 开展产学研合作，培养电商专业人才

新质生产力的发展离不开创新驱动，而创新的关键在于人才。作为农业生产经营新模式，电子商务若想实现高质量发展，必须培养出契合乡村当前发展实际状况与未来发展趋势的经营主体[14]，而新质生产力可为农产品电商培育出专业的新型人才，为农产品电子商务发展增添新动力。

开展产学研合作是培养契合产业需求的电商专业人才，推动产业升级发展的有效途径。高校是培养人才的摇篮；科研机构拥有丰富的学术资源和前沿的研究成果，二者在电子商务理论、数字技术应用、市场营销策略等方面具有深厚的积累；企业则贴近市场一线，深知永春芦柑电子商务发展中面临的实际问题，如何提升品牌知名度、拓展销售渠道等。当前永春县人民政府与华中农业大学、福建农林大学等多所高校和科研机构达成合作共识，签订了一系列合作协议，涵盖芦柑黄龙病防控技术研发等关键领域[15]。为永春芦柑实现优质生产提供了坚实有力的支撑，但对于电商人才方面的培养仍有欠缺。永春县可进一步拓展合作渠道，与泉州师范学院、泉州轻工职业学院合作，开设 “永春芦柑电商定向班”，课程设置融入芦柑种植技术、电商运营、跨境贸易等内容，搭建协同育人平台，围绕芦柑电商全链条需求设定人才培养目标，通过产学研合作培养出专业的电子商务人才，打造一支“懂芦柑、懂种植、懂电商”的复合型人才队伍。

同时，制定开放包容的人才引进政策，吸引外来科技人员与返乡创业人员积极投身永春芦柑电商领域。永春县拥有丰富的侨乡资源，可借此优势对接海外永春商会，吸引侨胞中的电商人才返乡创业，设立电商创业孵化基地与专项人才发展基金，为引进的电商专业人才提供住房补贴、创业资金支持和税收减免等优惠，并定期组织电商培训、邀请专家进行指导，给他们提供职业发展平台，为芦柑电子商务与产业发展提供可靠的人才保障。

4.3. 加强品牌建设，创新营销模式

品牌是产品的灵魂，是消费者认知和信任的载体。培育芦柑独有的品牌标识有助于提升涉农企业的市场影响力和产品附加值以及增加消费者信任[16]。永春芦柑虽有独特品质，但长期以来品牌影响力有限，且受到其他地区大规模种植芦柑造成假货众多，质量参差不齐，芦柑名声受损[17]，在电商市场海量商品中难以脱颖而出。在新质生产力的推动下，通过品牌化和创新营销手段，可有效助力这一国家地理标志产品突破传统传播与销售局限，在电商市场中构建差异化竞争优势。

在新质生产力的推动下，加强品牌建设不仅能够提升永春芦柑市场竞争力，也是实现电子商务高质量发展的核心策略。永春县积极实施品牌战略，永春芦柑成功入选国家地理标志产品保护名录，荣获全国名优果品区域公用品牌百强称号，并被收录于《中国品牌果品地图》。这些荣誉不仅是对永春芦柑品质的认可，也是对其品牌价值的有力提升。在此基础上，需深入挖掘永春芦柑的文化内涵与地域特色，将永春的历史底蕴、风土人情与芦柑的种植、采摘、加工等环节紧密融合，打造具有深厚文化底蕴和鲜明地域标识的品牌形象。作为芦柑之乡，永春县芦柑的种植技艺代代相传，这其中蕴含着当地农民的智慧，这是永春芦柑品质的保障也是其芦柑文化的重要组成部分。在品牌形象的塑造上，可以永春山水为

背景，融合传统农耕元素的品牌标识，突出永春芦柑的自然与人文特色。同时，开发具有地方特色的包装设计，将国家地理标志产品印于包装左上角，使产品在视觉上更具吸引力。围绕永春芦柑的种植历史展开讲述品牌故事，如讲述古代永春人如何在特定的自然条件下培育出这种独特的柑果，以及它在当地社会生活中扮演的重要地位，比如在节日庆典、婚丧嫁娶等场合中的应用，让品牌故事充满情感与温度，通过设计独特的品牌标识、包装，讲述动人的品牌故事，能够让消费者在品尝芦柑的同时，也能感受到永春的独特魅力，从而增强品牌的辨识度与吸引力。

借助新质生产力带来的技术革新，创新营销模式。打破传统“线下批发 + 线上铺货”的单一模式，构建多维度、互动式的电商营销矩阵：一是发展直播电商新业态，结合“县长带货”、“网红探店”等形式，在抖音、快手等平台开设专场直播；二是利用大数据分析消费者的购买行为、偏好和需求，实现精准营销。根据不同消费群体的特点，制定个性化的营销策略，如针对年轻消费者推出时尚、便捷的包装和线上互动活动；针对中老年消费者强调产品的健康、养生功效；三是借力跨界营销拓展品牌边界，与茶饮品牌、烘焙企业合作开发芦柑味饮品、糕点等联名产品，在电商平台推出 “芦柑 + 联名产品”组合套餐，借助合作方的品牌流量扩大受众范围。这种依托新质生产力的品牌建设与营销创新，不仅有助于永春芦柑能够在激烈的市场竞争中脱颖而出，也有助于提升农民收入，促进农村经济的繁荣，还能为乡村振兴战略的实施提供有力支持。

5. 结论与展望

以高效能、高科技、数字化、绿色化为主要特征的新质生产力能够为永春芦柑高质量发展带来机遇，通过大数据分析市场需求，芦柑种植户和电商产业能够及时调整生产与销售策略，实现高校对接，降低运营成本。新质生产力打破产业边界，促进产业融合，提升产业附加值。而直播带货、社交电商等新兴电商模式的兴起，借助新质生产力催生的传播手段，极大拓展了永春芦柑的销售渠道，提升了品牌知名度与市场影响力。

展望未来，随着新质生产力的持续推进与数字技术的发展，电商技术将不断创新，消费者对农产品品质与安全要求也不断提高，永春县应继续探索新质生产力的应用路径，推动永春芦柑电子商务实现高质量发展，为乡村振兴战略深入实施贡献力量。

参考文献

[1] 泉州网. 30 万斤芦柑无销路续: 手机响不停有人买芦柑有人支高招[EB/OL]. 2019-01-17. http://www.qzwb.com/gb/content/2019-01/17/content_5935518.htm, 2025-07-27.

[2] 习近平在中共中央政治局第十一次集体学习时强调: 加快发展新质生产力扎实推进高质量发展[N]. 人民日报, 2024-02-02(01).

[3] 周晗, 朱谦, 孙晓然. 扶贫助农视角下的农产品电子商务发展策略研究[J]. 农业经济, 2024(5): 140-142.

[4] 郑璜, 辜馨豪, 黄忠族. 永春芦柑热销“一带一路” [N]. 福建日报, 2023-11-25(04).

[5] 朱思琦, 祁春节, 张宇平, 等. 福建永春芦柑出口贸易的优势、措施及经验启示[J]. 中国南方果树, 2024, 53(5): 233-238.

[6] 胡莹. 新质生产力的内涵、特点及路径探析[J]. 新疆师范大学学报: 哲学社会科学版, 2024, 45(5): 36-45, 2.

[7] 曹增栋, 涂勤, 夏文浩. 电子商务发展与涉农企业新质生产力——基于“电子商务进农村综合示范”政策的准自然实验[J/OL]. 产业经济评论: 1-18. https://doi.org/10.19313/j.cnki.cn10-1223/f.20250721.004, 2025-08-15

[8] 颜杨, 冯星源, 周雪曦. 新质生产力赋能泸州市农村文旅产业高质量发展研究[J]. 甘肃农业, 2024(11): 19-24.

[9] 习近平. 论“三农”工作[M]. 北京: 中央文献出版社, 2022.

[10] 唐易, 王明元, 周钰皓, 等. 微生物肥对永春芦柑品质及土壤养分的影响[J]. 华侨大学学报: 自然科学版, 2022, 43(5): 643-649.

[11] 朱思琦. “土特产”视角下永春芦柑产业竞争力分析及扩大出口对策研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中农业大学, 2024.

[12] 李泰, 程广燕, 黄家章, 范协裕, 卢士军. 苹果和柑桔损耗与浪费的综合足迹评估[J]. 中国生态农业学报(中英文), 2021, 29(4): 683-690.

[13] 张文国. 数字乡村建设赋能农产品电商产业集群发展研究[J]. 农业开发与装备, 2025(8): 123-125.

[14] 杨玉新, 张妍. 数字经济引领农村电商生态建设的现实困境与推进策略[J]. 农业经济, 2024(9): 140-142.

[15] 张孙博文, 陈佑成, 马永强, 等. 基于 SWOT 分析的永春县芦柑产业发展策略及前景[J]. 农业展望, 2022, 18(12): 50-55.

[16] 李芝兰, 文薏涵. 电商模式下生鲜农产品营销策略优化研究[J]. 中国农业资源与区划, 2024, 45(3): 13, 35.

[17] 周可云, 刘佳丽, 陈杭. 乡村振兴之科技助力永春柑橘发展研究[J]. 河北农机, 2025(14): 145-147.