

农村电商助力甘肃省六大农业产业发展的影响路径研究

袁嘉禾

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年10月15日; 录用日期: 2025年10月28日; 发布日期: 2025年11月25日

摘要

农村电商是农业产业发展的新引擎, 而农业产业发展又是实现产业升级、城乡经济协同发展与乡村振兴的关键支撑。本文以甘肃省“牛羊菜果薯药”六大特色农业产业为研究对象, 系统探讨农村电商对特色农业发展的影响路径与作用机制。研究发现, 农村电商可通过四大核心路径推动农业产业转型: 以渠道拓展打破传统产销的时空限制, 以品牌增值塑造产品差异化竞争优势, 以产业链升级促进农业向精深加工与三产融合延伸, 以要素优化实现人才、资本等资源的合理配置。在此过程中, 农村电商通过降低农产品交易成本、提升产品市场溢价、强化产业价值传导效率等机制, 为破解甘肃六大农业产业发展的现实难题提供了有效支撑。针对当前甘肃农业产业面临的物流基础设施短板、专业人才短缺等问题, 本文进一步提出适配性优化对策, 旨在为西北欠发达地区借助数字手段激活特色农业活力、推动乡村振兴提供理论参考与实践方向。

关键词

农村电商, 农业产业, 影响路径, 甘肃省

Research on the Impact Pathways of Rural E-Commerce in Promoting the Development of Six Major Agricultural Industries in Gansu Province

Jiahe Yuan

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

Received: October 15, 2025; accepted: October 28, 2025; published: November 25, 2025

Abstract

Rural e-commerce serves as a new engine for the development of the agricultural industry, while the development of the agricultural industry itself is a key support for realizing industrial upgrading, coordinated development of urban and rural economies, and rural revitalization. Taking the six characteristic agricultural industries of “cattle, sheep, vegetables, fruits, potatoes, and medicinal herbs” in Gansu Province as the research object, this paper systematically explores the impact paths and functional mechanisms of rural e-commerce on the development of characteristic agriculture. The study finds that rural e-commerce can promote the transformation of the agricultural industry through four core paths: breaking the temporal and spatial constraints of traditional production and sales through channel expansion, forging the differentiated competitive advantages of products through brand value enhancement, promoting the extension of agriculture to deep processing and the integration of the primary, secondary, tertiary industries through industrial chain upgrading, and realizing the rational allocation of resources such as talents and capital through factor optimization. In this process, by reducing the transaction costs of agricultural products, increasing the market premium of products, and enhancing the efficiency of industrial value transmission, rural e-commerce provides effective support for solving the practical problems in the development of Gansu’s six major agricultural industries. In response to the current problems faced by Gansu’s agricultural industry, such as insufficient logistics infrastructure and shortage of professional talents, this paper further puts forward targeted optimization countermeasures, aiming to provide theoretical reference and practical guidance for underdeveloped areas in northwest China to energize the vitality of characteristic agriculture and promote rural revitalization by means of digital technology.

Keywords

Rural E-Commerce, Agricultural Industry, Impact Pathways, Gansu Province

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

在数字经济与实体经济深度融合的时代背景下，农村电商作为乡村振兴的关键抓手，正重塑着传统农业的发展逻辑与空间格局。甘肃作为我国西北农业大省，依托独特的地理气候条件培育了“牛羊菜果薯药”六大特色农业产业。近年来，随着数字乡村战略的深入实施，农村电商已成为激活特色农产品流通、促进农民增收的重要引擎。2024年，甘肃省农产品网上销售额同比增长11.83%，达到312亿元，其中“甘味”品牌系列产品销售额突破300亿元，电商直播带动农特产品销售超2000万单[1]。然而，受制于地理空间分散、流通渠道不畅、品牌溢价不足等传统制约，六大特色产业的全链条升级面临现实挑战。这一背景下，探究农村电商助力六大农业产业发展的具体路径，对推动西北欠发达地区农业数字化转型具有重要理论与实践意义。

在乡村振兴战略持续深化进程中，数字化技术正成为撬动农村高质量发展的核心支点，其赋能效应表现在农业生产效率的精准提升和农村社会治理创新与农民生活品质升级的多个方面，通过将前沿数字科技深度融入农业耕作、乡村治理等场景，打造全链条数字化转型的农村发展新范式，为全国乡村全面振兴提供可复制的技术驱动样本[2]。数字技术与农业生产的各个环节的融入已经成为大势所趋，通过推

动智慧农业逐步取代传统生产模式，不仅强化了数字化手段与农业生产之间的紧密关联，更通过技术赋能显著降低了农民的劳动强度，拓宽了增收渠道，最终实现了农业经济效益的整体提升[3]。大数据、物联网、人工智能等数字技术矩阵在农业中的应用可以实现农业生产突破传统对自然条件的被动依赖，转而通过智能化、精准化的信息调控实现效率、成本、品质三大维度现代化升级路径，为农业高质量发展注入数字动能[4]。数字经济通过革新商业模式与技术应用，持续为经济增长注入新动能，而平台治理可以实现市场秩序改善、数据安全升级、内容环境净化及企业责任强化，构建良性竞争的数字生态保障，有利于数字经济的安全健康发展，主要包括规范平台运营，依托依法监管、技术赋能及多方共治等途径[5]。

现有研究表明，农村电商能够有效促进乡村振兴，为实现农业农村现代化助力。当前电子商务持续创新变革，农村电商作为其中重要一环发展迅猛，它是新发展阶段推动我国农业传统经济模式改革、助力农民增收就业创业的关键力量，为乡村振兴战略落实筑牢坚实基础[6]。农村电商依托电商平台与配套物流体系，能有效打破农产品地域销售限制，推动其高效流通，将市场从本地拓宽至全国多地，同时，它构建起产销精准对接模式，直接连接农户与消费者，减少中间经销环节，既降低经销商压价风险，又避免多次周转导致的农产品价格缩水，最终显著提升农产品附加值，切实增加农民到手利润[7]。农村电商通过连接农村产业上中下游链条，实现农业生产、加工、销售各环节资源与信息的高效整合及优化配置，同时农村电商可以加强农民与市场之间的利益联结，完善农业供应链，农村电商的发展可以为农产品赋予更高的经济价值，促进农业价值链提升，促进农业产业发展[8]。农村电商在农村地区蓬勃发展，纵向延伸特色农产品价值链条，横向开拓价值创造新路径，二者良性互动、协调共生，形成紧密联系，既提升农产品附加值，又拓宽销售渠道，推动农村产业升级与城乡经济协同发展[9]。

但现有研究中，针对甘肃特殊生态环境与产业结构的系统性探索仍显薄弱，未能充分结合当地“牛羊菜果薯药”特色产业实际，挖掘农村电商适配性赋能路径。本文以价值链理论为核心支撑，构建“渠道-品牌-产业链-要素”四维分析框架，聚焦甘肃农村电商和农业产业的现状和问题分析，系统揭示其赋能特色农业提质升级的内在作用逻辑，为西北欠发达地区借助数字手段激活农业产业活力提供理论与实践参考。

2. 甘肃省六大农业产业与农村电商发展现状

2.1. 六大农业产业发展基础

甘肃省聚焦“土特产”优势，形成了特色鲜明的“牛羊菜果薯药”产业体系。截至2024年，全省已建成国家级优势特色产业集群8个，现代农业产业园11个，农业产业强镇49个，六大产业全产业链产值目标达5300亿元以上，其中，马铃薯产业集群新增精深加工生产线10条，年加工能力提升10万吨；设施蔬菜产业集群全产业链产值达183亿元，带动30家龙头企业发展；道地中药材产业覆盖2市9县，甘味肉羊产业辐射4市州9县，呈现“跨乡成片、跨县成带”的集群发展态势[10]。

2.2. 农村电商发展态势

甘肃农村电商呈现加速发展态势。2024年1~11月，全省网络零售额达529.3亿元，农产品网上销售额276.43亿元，同比增长11.7%。物流基础设施显著改善，“快递进村”覆盖率超过90%，建成28个县域物流配送项目，通过“统仓共配”模式大幅降低物流成本。电商服务体系不断完善，培育10个县域直播电商中心和3个省级电子商务产业园，形成“直播基地+供应链+品牌”的发展模式。

分产业看，特色农产品电商表现亮眼。抖音平台数据显示，2024年甘肃土豆、苹果、人参果线上销售量分别增长184%、87%、121%；牛肉类产品销售量增长近1.5倍，GMV增长2.75倍，岷县中药材电

商销售额达 5.83 亿元，农特产品占比 94.5%，跻身全国农产品电商百强县前十，民勤县农产品网销额 7.53 亿元，其中蜜瓜线上销售额占总产值 30%，人参果线上销售额增长 38.23% [11]。

3. 农村电商助力农业产业发展的影响路径

3.1. 渠道拓展路径：打破时空限制，优化流通效率

传统农产品产销模式重生产轻流通，导致供需循环断裂，农村电商以“去中介化”优势直连生产与市场，提升产后销售能力，通过直播等模式破解信息不对称，推动农民按需精准生产，全面强化农产品销售效率与产业循环活力[12]。

农村电商最直接的影响在于拓宽销售渠道，实现从线下交易到线上交易的转变，减少中间环节。传统模式下，偏远地区特色农产品受地理限制，线下流通网络呈层级分明的结构，需依靠多级中间商完成产地到终端的流转，而每个流通层级都要承担仓储、运输、信息传递等成本，导致流通成本在终端价格中占比过高，形成“生产者收益低、消费者成本高”的双向难题。电商平台搭建“生产端－消费端”直连模式，打破传统流通的层级障碍，重构农产品交易链路，从理论上精简流通环节，进而降低中间环节叠加的交易成本，提升产业链各环节的价值传递效率。

电商渠道的多元化发展进一步释放市场潜力。从渠道创新理论来看，单一线下渠道常因地域辐射有限、消费场景覆盖不全，难以充分挖掘市场需求；而电商渠道的多元化可依托不同平台的功能特点，突破市场边界。例如，“政府＋企业＋合作社＋农户”的协同模式，本质是通过多方资源整合，强化生产端的标准化输出与供应链稳定性，确保产品精准对接消费需求；直播电商作为新兴渠道，凭借“原产地场景化展示＋实时互动”的核心优势，不仅缩短产品从产地到消费端的时空跨度，更以“可视化生产过程”增强消费信任，而信任机制能有效提高复购率，形成可持续需求。同时，流通时间缩短理论上降低农产品流转中的物理损耗，减少因损耗带来的沉没成本，进一步提升渠道运营效率。

交易成本理论认为，电商通过信息透明化降低搜寻成本和议价成本。传统农产品市场中，信息不对称是造成交易效率低的关键症结——消费者难获取产品产地、品质等关键信息，生产者也无法精准把握市场需求变化，双方需耗费大量成本搜寻信息、协商价格。电商平台借助数字技术实现信息聚合与公开，消费者可通过平台快速对比产品信息，生产者也能依托数据反馈及时调整生产与定价策略，显著降低双方信息搜寻成本；店播等直接沟通形式，让生产者能直接向消费者传递产品价值，减少中间方信息偏差引发的议价分歧，进一步降低议价成本。此外，多平台立体销售网络的构建，从规模经济理论来看，可通过集中流量与订单，分摊单位产品的运营成本，形成渠道规模效应，进而提升农产品的市场价格竞争力与覆盖范围，印证了数字渠道对传统交易模式的优化价值。

3.2. 品牌增值路径：从地域特产到国民品牌

农村电商驱动下，农业品牌化成为产业升级核心方向，品牌效应可显著提升农产品知名度与市场认知，通过挖掘特色资源、细化品牌定位、强化品质管控，构建差异化竞争优势，推动农产品从“产得好”向“卖得好”转型，实现价值倍增与可持续发展[13]。

农村电商为“甘味”品牌建设提供数字化赋能。从区域公用品牌培育理论看，地方特色品牌的核心竞争力在于资源整合与价值集中，电商平台通过“区域品牌协同运营机制”，将分散县域特色产品纳入统一品牌体系，以数字化标识完成品牌统一认证。这种模式破解传统品牌“小而散”难题，让区域内多元产品形成品牌合力，强化市场辨识度。同时，电商直播依托实时互动与场景化展示，将品牌地域特色、品质优势直传消费者，搭建“品牌－消费者”直接沟通通道。从品牌经济学逻辑看，消费者对品牌信任度越高，价格敏感度越低，电商减少中间环节信息损耗，使品牌价值精准转化为产品附加值，实现传统

渠道难及的溢价。

直播电商的场景化营销增强品牌认同感。从消费者心理与行为理论出发,品牌认同感需经“认知-信任-认同”递进,直播场景化特性提供高效路径:一方面,直播可视化呈现产品生产、加工、产地环境,打破传统营销信息不对称,建立品质信任,降低决策风险;另一方面,故事化传播挖掘产地文化与农户故事,将产品与地域人文价值绑定,为品牌注入情感内核,让消费者购得使用价值的同时,获得文化认同与情感共鸣。这种“场景可视化+情感故事化”驱动,推动品牌认知从浅层“知晓”转向深层“认同”,突破传统广告单向传播局限,提升认知度质效,稳定情感连接更强化消费者粘性,奠定品牌忠诚度基础。

品牌标准化建设同步推进。从品牌管理与供应链理论看,标准化是品牌持续发展的核心保障,电商规模化交易需求推动品牌从生产到流通建立全链条标准体系:供应链端通过仓储物流整合、智能分选技术,保障产品品质稳定一致,避免产品差异割裂品牌形象;专项培训与网销标准制定,从制度与能力层面确保经营者掌握标准化运营,推动品牌标准从制定到落地。从品牌价值评估视角看,品牌化通过降低市场信息成本提升产品差异化竞争力——统一标准与品质承诺让消费者预期更稳定,愿为确定性支付更高价格形成溢价。这种溢价不仅体现在与非品牌产品的价差,更拉近与高附加值进口产品的价值差距,印证电商借标准化为品牌价值提升搭起关键桥梁,实现从产品输出到品牌价值输出的转型。

3.3. 产业链升级路径:从初级生产到三产融合

农村电商通过带动农村物流业、服务业发展,推动一二三产业融合,促进农村经济结构优化,成为乡村振兴的重要引擎,推动农村经济高质量发展^[14]。

电商需求引导农业产业链向精深加工延伸。从产业链升级理论来看,传统农业产业链常局限于初级产品供应阶段,价值增值空间被束缚在生产环节,核心问题在于需求信息传递迟缓,使得加工环节因缺乏明确市场预期而不敢加大投入。电商平台通过整合订单数据生成精准的需求图谱,将分散的消费诉求转化为明确的生产指引,为精深加工提供了市场可行性依据。这种“需求先行-加工匹配”的逻辑,打破了“生产主导销售”的被动模式,推动加工环节从简单的初级分拣向多样化精深加工跨越。同时,电商渠道对标准化、差异化产品的要求,促使加工环节攻克技术难题,而加工转化形成的多元产品又能进一步拓展电商销售场景,构建“需求-加工-销售”的良性循环,本质是通过需求牵引实现产业链价值向更高附加值环节拓展。

农村电商推动农业与服务业深度融合。依据产业融合理论,农业现代化的关键在于打破三次产业间的界限,而电商正是推动产业跨界融合的关键纽带。传统模式下,农业生产与物流配送、包装设计、市场推广等服务领域彼此分离,资源配置效率不高。电商的规模化发展催生出对专业化配套服务的迫切需求,拉动冷链物流、包装印刷等生产性服务产业向农业领域汇聚,形成“农业+服务业”的共生体系。这种融合并非简单的服务环节补充,而是通过“种养加销”全链条整合,搭建起要素顺畅循环的产业生态系统——电商为服务领域提供市场接入渠道,服务端为农业生产降低运营成本,最终实现从单一产品输出向全链条价值创造的转变。

电商平台的数据反馈优化生产环节。从数据要素赋能理论出发,传统农业的“经验式种植”,本质上是信息不对称背景下的粗放型生产模式,生产与消费的脱节造成资源浪费和效益损失。电商平台作为数据整合的载体,将消费行为、用户评价、市场喜好等信息实时反馈至生产环节,构建起“消费分析-生产优化-产品匹配”的闭环体系。这种“需求反哺生产”的逻辑,使农业生产从依赖经验判断转变为依靠数据决策,在精准对接市场需求的同时,显著减少生产风险和资源消耗。从价值链视角看,数据要素通过优化生产端的供给质量,提高了整条产业链的价值传递效率,充分证明了数字技术对农业生产模

式的根本性改造价值。

3.4. 要素优化路径：人才、资本与技术的重新配置

借农村电商发展之势，对农村产业发展要素进行优化，推动农业资金、生产技术与人才形成相互流动、彼此促进的良好态势，促进农业生产效率的提升[15]。

电商产业集聚吸引劳动力回流与技能提升。从产业集聚理论来看，电商形成的产业链会催生仓储、运营、销售等多元化就业场景，打破农村劳动力“外出务工”的传统格局，吸引劳动力向本地电商领域汇聚——这种集聚效应不仅解决了农村劳动力闲置问题，更通过岗位适配性让劳动力实现本地就业价值。同时，电商领域的专业化培训体系持续健全，通过实践指导与能力培育，推动从业者从“零散参与”向“专业运营”转型，逐步形成具备数字技能的本土人才队伍，而人才的留存又进一步巩固电商产业基础，形成“产业集聚-劳动力回流-技能提升”的良性循环。

电商发展引导资本要素向农村流动。依据要素流动理论，农村地区长期面临资本稀缺问题，核心源于传统农业“回报周期长、市场不确定性高”的属性；而电商的发展为农村赋予了明确的市场价值预期，打破资本对农村的固有认知，吸引社会资本与政策扶持向农村倾斜。无论是电商基础设施建设的投入，还是对经营主体的补贴激励，本质都是资本对农村电商“市场潜力”的认可；这种资本流入不仅完善了农村电商的供应链与服务体系，更通过“龙头带动”效应，推动资本向产业链关键环节集中，逐步填补农村资本缺口，为农村产业发展注入动力。

数字技术应用提升农业现代化水平。从数字赋能农业理论出发，数字技术通过对农业生产、流通环节的精准改造，推动农业从“传统经验型”向“现代精准型”转变：生产端的智能监测技术可优化种植环境，流通端的智能分选与调度技术能提升产品品质与效率，本质是用数字手段替代传统粗放式管理，减少资源浪费。这种技术应用直接作用于农业生产效率与资源利用率的提升，印证了“数字市场通过技术渗透促进农业全要素生产率提升”的理论逻辑，而全要素生产率的提高，正是农业现代化水平提升的核心标志，推动农业向高质量发展转型。

4. 甘肃省农业产业发展的问题分析

4.1. 物流成本高企制约发展

尽管“快递进村”覆盖率达 90%，但甘肃山区冷链物流覆盖率仅 45%左右，低于全国 60%的平均水平。鲜活农产品产后损失率仍超 10%，偏远地区物流成本比城市高 30%~50%，民勤蜜瓜、高原夏菜等易腐产品因冷链不足，线上销售仅能覆盖一线城市，限制了市场半径拓展[16]。

基于以上数据分析，由于甘肃山区地形复杂，冷链物流基础设施建设存在明显短板，与全国整体水平存在差距，难以满足鲜活农产品的流通需求。鲜活农产品对仓储运输的温度、时效要求较高，冷链覆盖不足导致产品在流转过程中易出现损耗，不仅增加了流通环节的成本，还限制了产品的市场覆盖范围。例如，易腐类农产品因缺乏稳定的冷链保障，仅能对接消费能力较强的一线城市，无法向更广泛的下沉市场拓展，间接缩小了线上销售的市场半径，制约了电商规模的进一步扩大。

4.2. 专业人才短缺成为瓶颈

农村电商人才结构性短缺突出，全省农村劳动力中 50 岁以上人员占比超 40%，初中及以下学历者达 60%，直播运营、网店设计等专业人才匮乏，岷县虽培训 1000 余人，但仍面临“留不住”问题，部分农户数字技能不足，难以适应电商标准化要求，制约了参与深度[17]。

从以上相关数据可以看出，农村地区劳动力结构呈现明显的老龄化与低学历特征，这一群体对数字

技术的接受度和应用能力有限，难以适配电商运营所需的专业技能要求。直播运营、网店设计等需要专业知识的岗位面临人才缺口，即便部分地区开展了电商培训，也常因农村地区的就业环境、发展空间等因素，面临“培养易、留存难”的困境。同时，部分农户缺乏数字操作技能，难以达到电商对产品标准化、流程规范化的要求，导致其在电商产业链中的参与深度不足，无法充分享受电商发展红利。

4.3. 品牌管理与标准化滞后

临泽县市场监管部门在 2024 年排查 4392 户企业时，发现 1 家企业擅自使用“临泽小枣”地理标志商标，经整改完成注销[18]。静宁苹果电商售后成本占销售额 3%，因品质差异导致单笔售后成本达 12~30 元，民勤蜜瓜优质果占比 75%，但仍有 25%果品因外观或糖度不达标影响线上销售，甘肃省市场监督管理局发布《地理标志产品民勤蜜瓜》地方标准(DB62/T2060-2011)，明确分级指标但执行存在差异[19]。

以上相关数据显示，“甘味”区域公用品牌在管理上存在分散性问题，部分地区对地理标志商标的使用缺乏规范，存在滥用、误用情况，长期下来易损害品牌的整体公信力与市场形象。在农产品生产环节，部分品类仍存在生产管理不规范的现象，影响产品品质的稳定性，进而对线上销售的口碑造成负面影响。此外，农产品整体标准化程度不高，部分特色产品存在品质参差不齐的情况，不仅增加了电商平台的品控难度，还易引发售后纠纷，推高了电商运营的售后成本。

4.4. 产业链协同程度不足

2024 年甘肃省农产品加工转化率为 63%，显著低于全国平均水平的 75%，全省食品制造业仅占农产品加工业总营收的 13% [20]。全省范围内仍有 70%以上的农业企业与农户停留在短期原料收购合作，庆阳全县仅 35 家企业入驻电商产业园，覆盖合作社不足 20%，民勤蜜瓜线上销售溢价的 60%被中间商截留 [21]。甘肃省累计开展电商培训超 78 万人次，但小农户占比不足 30%，岷县 2024 年培训电商人才 1000 余人，其中小农户仅占 40% [22]。

以上相关数据表明，当前电商销售仍以初级农产品为主，高附加值的精深加工产品占比偏低，产业链的价值挖掘不够充分。电商环节与上游种植、中游加工环节之间的利益联结机制不够完善，部分领域仍停留在短期的原材料收购合作，缺乏长期稳定的利润共享与风险共担机制，导致产业链各环节难以形成发展合力。小农户因资金、技术、规模等限制，融入电商产业链的门槛较高；同时，多数农民合作社缺乏专业的电商运营能力，无法有效带动小农户对接电商市场，进一步削弱了产业链的协同效能。

5. 对策建议

5.1. 完善农村电商基础设施

完善农村电商基础设施。针对甘肃农村电商物流与数字基建短板，重点在农产品主产区加大冷链物流建设投入，聚焦河西走廊、陇东苹果主产区布局产地冷仓，提升鲜活农产品流通保鲜能力，破解易腐产品运输损耗难题。比如，河西走廊戈壁农业按万亩种植区配 1 座千吨级预冷仓，适配戈壁农业连片规模化种植，并采用“智能变频制冷 + 分区温控”系统；而陇南山地特色林果可按千亩林果区配 1 座 200~300 吨级预冷仓，适配山地林果分散种植、分批采收特点，并采用“分层预冷 + 湿度调控”技术。推广“统仓共配”模式，整合邮政、供销等现有物流资源，通过资源集中调度降低农村末端物流运营成本。同时优化农村网络基础设施，提升 4G 信号传输稳定性，推动重点产区数字网络升级，为直播电商等新业态提供稳定的技术支撑，夯实电商发展的硬件基础。

5.2. 构建人才培养体系

构建人才培养体系。为缓解农村电商人才短缺问题，实施“电商人才返乡计划”，为返乡创业青年

提供场地支持与创业补贴，降低返乡创业门槛。建立“省级培训基地 + 县域服务中心 + 村级站点”三级培训网络，实现电商培训的层级覆盖与精准触达。加强与高校合作，开设电商专业定向班，针对性培养直播运营、短视频制作等紧缺专业人才，构建“引才 + 育才 + 留才”的人才供给体系，解决电商领域“用工难”问题。

5.3. 强化品牌建设标准化

强化品牌建设与标准化。针对“甘味”品牌管理分散问题，建立统一品牌管理体系，规范地理标志商标使用，严厉打击侵权行为，维护品牌整体公信力。结合六大特色产业特点，制定电商产品专属标准，推广静宁县智能分选的成熟经验，建立“生产有记录、质量可追溯”的品控体系，保障产品品质一致性。扩大绿色、有机农产品认证范围，提升产品生态附加值，增强“甘味”产品在线上市场的竞争力。

5.4. 深化产业链利益联结

深化产业链利益联结。培育“电商龙头企业 + 合作社 + 农户”的协同模式，推广临夏直播基地的利益分配机制，通过“保底收购 + 利润分红”保障农户收益，强化各环节利益绑定。支持电商企业建设精深加工基地，对重点产业的深加工项目给予政策扶持，推动农产品从初级销售向高附加值加工转化。发展农业社会化服务，为小农户提供包装、仓储、物流等一体化电商配套服务，降低小农户融入电商产业链的门槛，提升产业链整体协同效能。

5.5. 优化政策支持体系

优化政策支持体系。整合涉农资金向电商领域倾斜，设立专项农村电商发展基金，为电商项目提供资金保障。创新“电商 + 信贷”金融服务模式，推出适配电商经营场景的金融产品，解决电商主体融资难题。将电商发展纳入乡村振兴考核体系，建立“月监测、季通报、年考核”的监督机制，确保政策落地见效。持续举办电商直播大赛，打造“甘味出陇”专属营销品牌，扩大甘肃特色农产品的线上影响力。

6. 结论与展望

农村电商通过渠道拓展、品牌增值、产业链升级和要素优化四大路径，为甘肃省六大农业产业发展注入强劲动力，农村电商通过销售渠道去中介化、品牌数字化认证、产业链需求牵引、要素精准配置，系统性提升农业产业附加值，在这个过程中，农村电商不仅提高了农产品流通效率，更推动了农业生产方式、组织模式和价值分配的系统性变革。研究同时发现，农村电商助力农业发展是一个系统工程，需要基础设施、人才、品牌、政策等多维度协同，未来应重点解决冷链物流不足、人才短缺、品牌建设等瓶颈问题，深化电商与农业产业链的融合程度，随着“甘味”品牌影响力扩大和数字技术深度应用，农村电商将在推动甘肃从农业大省向农业强省跨越中发挥更大作用，为乡村振兴提供可持续的动力源泉。

本研究聚焦甘肃省六大农业产业，但对小众特色农产品，如藜麦、苦荞等的电商路径探讨不足，未来可进一步研究数字技术如何赋能“小而美”农产品，构建“大产业引领 + 小品类补充”的多元农业生态。同时，需关注电商发展中的数据隐私保护与平台垄断风险，为西北农业数字化转型提供更全面的理论支撑。

参考文献

- [1] 西和县人民政府. 甘肃新闻|陇原电商“新集市”拓宽农民增收路[EB/OL]. 2024-02-24. <https://www.xihe.gov.cn/zfxgk/public/5664095/147986638.html>, 2025-09-10.
- [2] 朱维全, 李想, 张天浩. 乡村振兴视域下数字化赋能农村高质量发展的路径探索[J]. 农业经济, 2025(10): 50-52.

- [3] 白津蓓. 我国农业数字化技术现状及数字经济发展路径研究[J]. 农业经济, 2025(10): 28-30.
- [4] 董珍珍. 数字化技术驱动农业经济高质量发展的创新路径探究[J]. 山西农经, 2025(18): 57-60, 89.
- [5] 曹世超. 数字经济与平台治理: 中国数字平台监管实践与全球治理启示[J]. 现代商贸工业, 2025(19): 23-25.
- [6] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴: 价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.
- [7] 余云鹏. 农村电商对乡村产业振兴的促进效应与提升策略研究[J]. 现代商业, 2025(9): 48-51.
- [8] 董安洞. 农村电商助力乡村产业振兴的理论逻辑与现实考察[J]. 中国集体经济, 2025(6): 5-8.
- [9] 石红琴, 王怡. 农村电商助推特色农产品发展的逻辑与路径探究[J]. 中国商论, 2025, 34(11): 24-28.
- [10] 中华人民共和国农业农村部. 甘肃全力推进农业特色产业高质量发展[EB/OL]. 2024-05-27.
https://www.moa.gov.cn/xw/qg/202405/t20240527_6456170.htm, 2025-09-12.
- [11] 中国供销合作网. 全国人大代表梁倩娟: 推动直播电商高质量发展, 助力乡村振兴带动农民增收[EB/OL]. 2025-03-06. <https://www.chinacoop.gov.cn/news.html?aid=1833523>, 2025-09-11.
- [12] 罗少兰, 王强, 林阿娟. 农村电商发展对农产品销售能力的影响研究——来自“淘宝村”的经验证据[J]. 延边大学农学学报, 2025, 47(1): 107-110.
- [13] 郭继双. 乡村振兴背景下数字技术助力农村电商品牌化发展的研究[J]. 商场现代化, 2023(16): 41-43.
- [14] 刘明慧, 吕剑平. 农村电商助力农村经济发展研究[J]. 物流工程与管理, 2024, 46(11): 103-105, 31.
- [15] 王萍萍, 曹芷畅, 黄卓, 等. 农村电商对农业全要素生产率的影响研究——基于电子商务进农村综合示范政策考察[J]. 财经理论与实践, 2025, 46(3): 125-132.
- [16] 民乐县人民政府. 民乐县关于加快冷链物流体系建设的实施意见(2025-2027年)(征求意见稿)[EB/OL]. 2025-03-03. http://www.gsml.gov.cn/zfxxgk/fdzdgknr/jccayjzj_01/cayjz/202503/t20250303_1364364_gbb.html, 2025-09-09.
- [17] 甘州区人民政府. 甘州区商务局开展农村电商发展专题调研[EB/OL]. 2025-07-21.
http://www.gsgz.gov.cn/jjgz/bmdt/202507/t20250725_1431652.html, 2025-09-11.
- [18] 张掖日报. 临泽: “检察蓝”助力“小枣红”[EB/OL]. 2024-11-14.
http://gs.news.cn/shizhou/2024-11/14/c_1130219555.htm, 2025-09-10.
- [19] 甘肃省政协办公厅. 全力推进“甘味”品牌走向全国、走出国门[EB/OL]. 2025-07-01.
<http://www.mzxsbs.com/2025/0701/10503.html>, 2025-09-11.
- [20] 甘肃省经济合作中心. 特色农产品及食品加工产业链图谱[EB/OL]. 2024-05-31.
<https://swt.gansu.gov.cn/swt/c118500/202405/173924396.shtml>, 2025-09-09.
- [21] 甘肃日报. [农村电商]岷县: 电商助力特色产业提质增效[EB/OL]. 2025-03-19.
<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news/phone/29/2025/4/m-1743492195876.html>, 2025-09-12.
- [22] 信用中国(甘肃定西). 岷县: “药”“草”为媒兴产业电商赋能助振兴[EB/OL]. 2025-03-03.
<http://credit.dingxi.gov.cn/swcx/5367607.jhtml>, 2025-09-10.