

电子商务背景下张掖市临泽小枣的发展困境及对策研究

叶红燕

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2026年3月11日; 录用日期: 2026年3月26日; 发布日期: 2026年5月29日

摘要

在当下电子商务飞速发展的背景下, 电子商务的发展应用成为推动农业进步的重要手段之一, 农业信息化、农业大数据等方式逐渐进步。张掖临泽小枣是张掖市因地制宜发展农业生产的重要农产品, 本文旨在通过对临泽小枣的发展现状分析, 得出当前发展存在的生产成本高效率低下、农业集约化不足且农产品单一、电商发展程度低等困境, 结合当前电子商务的发展趋势提出针对性发展建议。目的是为临泽小枣在电子商务背景下实现农业的可持续发展战略提供参考, 对促进临泽小枣生产销售及提升产品竞争力、推动临泽县农业经济发展和农民增收有着重要意义。

关键词

临泽小枣, 电子商务, 发展困境, 未来发展对策

Research on the Development Challenges and Countermeasures of Linze Small Jujubes in Zhangye City under the E-Commerce Background

Hongyan Ye

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

Received: March 11, 2026; accepted: March 26, 2026; published: May 29, 2026

Abstract

In the context of the rapid development of e-commerce, the application of e-commerce has become

one of the important means to promote agricultural progress, and methods such as agricultural informatization and agricultural big data are gradually advancing. Zhangye Linze jujube is an important agricultural product in Zhangye City to promote the development of agricultural production according to local conditions. This article aims to analyze the current development status of Linze jujube and identify the challenges of high production costs, low efficiency, insufficient agricultural intensification, single agricultural products, and low level of e-commerce development. Based on the current trend of e-commerce development, targeted development suggestions are proposed. The purpose is to provide a reference for the sustainable development strategy of agriculture in Linze jujube under the background of e-commerce, which is of great significance for promoting the production and sales of Linze jujube and enhancing product competitiveness, promoting the development of agricultural economy and increasing farmers' income in Linze County.

Keywords

Linze Small Jujube, E-Commerce, Development Challenges, Future Development Strategies

Copyright © 2026 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

当前电商成为推动农产品销售、农业生产发展及农村经济发展的重要渠道。临泽小枣作为张掖特色农产品之一,有着得天独厚的地域特色和产品特色。临泽县在发展中以建设省级现代农业示范区为总揽,抢抓全省千万亩优质林果基地建设的机遇,坚持把加快特色林果业发展作为促进农业结构调整、发展区域特色经济和增加农民收入的优势产业来抓[1],以红枣原产地保护示范基地建设为目标,坚持“生态建设产业化,产业发展生态化”和“区域布局、生态循环、集群发展”的思路[2]。临泽小枣凭借着果肉厚实,汁水饱满甘甜、果核小糖分高的口感被列为甘肃省“陇原珍品”。近年以来,以临泽小枣为原材料的“红枣枸杞汁”远销全国各地。在2008年“临泽小枣”就已荣誉入选国家地理标志产品,意味着临泽小枣受到国家层级保护。2023年入选了全国“甘味”知名农产品品牌目录,不仅富含维生素C、可溶性糖和矿物质元素,还被证实含有具有生物活性的多糖成分,具有抗氧化功效[3]。然而,伴随着电子商务快速发展,农产品地域边界进一步缩小,临泽小枣产业发展陷入瓶颈。农产品生产成本较高与产业附加值较低之间的矛盾日益突出[4]。种植环节依赖传统经验导致产量波动幅度大、产品单一,且同质化产品较多导致市场竞争力下降。本文通过梳理临泽小枣当前发展现状分析存在的问题,结合当前电子商务的发展趋势提出针对性发展建议,对促进临泽小枣生产销售及提升产品竞争力、推动临泽县农业经济发展和农民增收有着重要意义。

2. 发展现状

2.1. 电子商务发展现状

电子商务是信息技术和销售活动的融合发展,随着目前社会大数据的进一步普及及物流体系完善,电子商务在农业产业化发展及促进农村经济发展中成为不可或缺的手段。临泽县通过利用电商平台扩宽销售渠道。目前县域交通枢纽主要以312国道、G30高速公路及兰新铁路等为主,沿周边交通枢纽线红枣产业区域带建设已初具规模和效益。结合临泽县政府政策支持,逐步形成了“地域特色品牌+农业合

作社 + 农户 + 电子商务”的发展模式。利用电商政策与中国邮政、京东、顺丰等多家电子商务平台签订合作。

但临泽县在电子商务快速发展的同时也存在较多问题。产业配套不完善、基础设施欠缺[5]、电商运营能力不足等局限日益突出。科技投入不足，冷链物流与仓储能力滞后[6]。临泽县物流运输仍采取传统冷链方式，无法实现物流智能温控。现有传统技术对时间长、路途远的运输需求，无法保证农产品品质。易出现水分流失、口感下降等问题，农产品损耗较高。其次缺少标准化仓储、制冷保鲜等配套基础设施。受农产品生长周期时间限制，致使农产品难以实现常态化供应。同时，缺乏电子商务运营、策划、直播、设计等核心人才[7]。

2.2. 临泽小枣发展现状

甘肃统计年鉴 2015~2024 年度数据如表 1 所示：临泽县 2015~2024 年果园种植面积以 2017 年为分界，2017 年前果园种植面积包含苹果、梨等多种品种，2017 年后种植面积均维持在 2.11 以上，结合 2017 年“聚焦农业产业特色，打造地理标志性农产品”的政策导向，临泽县果园种植中清退混种苹果、梨等果树，因此面积呈现骤减。后续年度临泽县政府鼓励发展国家地理标示产品“纯度”，进一步强化“临泽小枣”品牌辨识度，实现聚焦式种植。

Table 1. Orchard planting area in Linze County from 2015 to 2024 (Unit: thousand hectares)

表 1. 临泽县 2015~2024 年果园种植面积(单位：千公顷)

2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
7.47	7.45	2.11	2.29	2.40	2.16	2.47	2.62	2.59	2.7

数据来源：甘肃统计年鉴整理。

小枣近 10 年产量数据如表 2 所示：呈现先降后升，本质上是临泽小枣产品发展呈现“提质增效”趋势。从传统的仅靠增加种植面积增产向依靠提升亩产产值过渡。实现从“种的多”到“种得好”，逐步提升小枣市场竞争力。

Table 2. Jujube production in Linze County from 2015 to 2024 (Unit: tons)

表 2. 临泽县 2015~2024 年小枣产量(单位：吨)

2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
18,483	16,458	9994	10,151	9812	8952	7801	8935	12,324	12,392

数据来源：甘肃统计年鉴整理。

综上，种植面积与小枣产量的数据变化表明小枣产业从粗放型向精细化发展。作为小枣主产地临泽县已拥有多个小枣加工生产基地及枣业生产企业，其中具有代表性的有西域食品公司、祁连红枣开发公司、枣尚好公司等[5]。这些企业结合“基地化种植生产加工 + 农户收购”经营模式，初步构建了临泽小枣从生产、收购、加工、销售的完整农产品产业链条，开发出枣干、枣片、红枣枸杞汁、脆枣等多个特色农产品。其中以红枣枸杞汁为主的小枣饮料目前已销往全国各地，成为了临泽小枣对外展示的闪亮名片与区域优势的农产品代表。临泽小枣虽在产业基础、产品建设、品牌知名度等方面取得了一定成效，但仍存在电商运营主体不均衡、缺乏品牌建设等问题。

3. 存在的问题

3.1. 生产成本高效率低下

临泽小枣采收期均集中在9月下旬及10月上旬。采收方式多以人工采集为主,辅助个别半自动机械(振动式采果器)进行采收。且因城市化问题原因,采收人员多以留守老人为主力,劳动者素质低且采摘时效性差。经市场调查数据显示:采收效率约为每人每天20~30公斤,效益差,易错失最佳采收期出现小枣腐烂、市场同质化产品大量上市导致出现市场饱和、竞争力下降问题。人工采摘成本占小枣生产总成本约30%~40%,以临泽枣尚好企业采摘现状为例,临泽小枣采收季节单日采购日薪为每人150元,根据种植规模单日人工成本达1万元以上。

3.2. 农业集约化不足且农产品单一

3.2.1. 农产品单一且附加值较低

临泽小枣产品形态以“原枣+初级加工”为主,其中鲜枣直接出售占85%,深加工产品占比约在15%，“国家地理标志产品”认证主要用于鲜枣,未延伸至深加工产品,消费者对于临泽小枣的认知均停留于鲜枣原生态口味甘甜,未产生高端枣类品牌联想。目前小枣深加工产品主要以枣汁为主,消费市场上的红枣枸杞汁包装低廉,市场定位在中低端枣类饮品行列。根据国家企业信用信息网数据查询显示:临泽县现存续期间的临泽小枣企业为38户,均为小微企业。企业生产规模局限较多,缺乏技术及资金与品牌能力,企业间未产生连锁辐射,产品利润较低。

3.2.2. 全产业链质量把控参差不齐,产品创新不足

临泽小枣虽已向“龙头企业带动为主+辐射周边小企业发展为辅+农户”[8]的发展模式,但受种植条件限制,龙头企业采用科学施肥及技术种植为主。而小企业及部分散户果园采用传统种植,人工经验判断施肥。种植管理标准化程度不一,导致果实大小、甜度、果肉质量均波动幅度较大。加工阶段全县仍存在大量的简易加工家庭农场及小规模加工点。加工设备落后、初加工环节分类分拣仍依赖于人工判定、包装采取手工简易包装。导致小枣的产品规格参差不齐,生产标准化程度低[9]。且加工企业多为小微企业,临泽小枣尚未建立起完善的市场监管体系,导致伪劣产品流入市场,损害临泽小枣产品名誉。

临泽小枣产品主要以直接出售初加工产品为主,如制成枣片、枣干等。由于临泽小枣生产和加工的现有企业规模较小、生产技术科技含量低[9]。其次加工制成枣类饮料“红枣枸杞汁”等,但结合当前社会饮食“养生”主流来看,居民消费更加倾向低糖健康饮品为主。但小枣深加工产品单一且红枣枸杞汁含糖量高与主流饮食趋势不符,缺少深加工高端产品。

3.3. 电商发展程度低

3.3.1. 农户电商意识薄弱

临泽县属于传统农业县,小枣种植散户种植居多,大多数枣农以传统经验种植、传统销售为主要方式。因农户普遍劳动力素质较低,缺乏对电子商务的认识,也对电商销售存在顾虑。因此,在电商源头销售过程中产生了制约。同时临泽县电商发展起步晚,电子商务普及程度较低缺少电商运营、销售等方面的专业人才。例如,在利用电商直播销售小枣时,直播内容一直处于模仿但未推陈出新的阶段,导致观众审美疲劳,参与度下降。同时,直播形式单一多以直接展示产品、现场采摘等口头介绍,内容简陋枯燥。缺乏互动性和趣味性,难以满足消费者日益增长的多元化需求[10]。

3.3.2. 电商发展参差不齐

临泽县电商发展规程中,出现物流运输成本远高于小枣本身单价现象。经市场快递寄件调查数据显

示：鲜枣走生鲜运输省外首重为 20 元，每增加一公斤是 10 元，但小枣单价为 6~12 元每公斤。高昂的物流费用导致临泽小枣在线上渠道销售时成本过高。在利用电商销售过程中物流服务质量参差不齐，在配送过程中容易出现鲜果损坏，特别是鲜枣季节性时效性要求较高，现有物流效率和物流服务制约了临泽小枣电商的发展。此外，电商物流受较强的季节性制约，直播期限仅依赖于鲜枣成熟期、采摘期及加工期。在非生产季节普遍呈现为停止运营现象，难以形成全年常态化与持续性的流量累积，进一步制约临泽小枣电商发展。

3.3.3. 电商品牌建设滞后

1) 品牌意识薄弱

临泽小枣的生产种植依托于散户种植，传统枣农缺乏产品标准化生产意识。原材料质量参差不齐，企业收购产品后直接加工出售，致使销售市场中“临泽小枣”品牌存在产品质量不一现象。经抖音、快手等电商平台检索与统计：临泽小枣线上经营主体中官方未入驻，且企业资质认证账号仅 1 户，其余均为个体工商户或个人账号。这一现象表明目前临泽小枣电商运营仍处于个体化运行阶段，未进行规范管理及品牌建设。导致临泽小枣缺乏稳定的品牌形象与供应链体系。同时，网络线上销售存在各网店商家未经授权，私自使用“临泽小枣”国家地理标志的现象，甚至出现被其他区域枣类产品盗用品牌标示问题，导致消费者在电商品台下单后收到产品品种不一，对其品牌信任程度下降。

2) 品牌定位不准确

结合现有发展情况看，临泽小枣存在“有地标特色，无品牌建设”的处境。临泽小枣虽被认定为国家地理标志产品，但缺乏官方统一的品牌建设[1]。市场销售均以“临泽小枣”署通用名，缺乏特色品牌属性。且电商平台中临泽小枣销售均以直接出售鲜枣、初加工产品为主，消费者对“临泽小枣”的品牌认知仅停留在“普通红枣”的阶段。在电商平台销售中产品及店铺包装均与其他同质化产品类似，竞争能力较弱。品牌市场定位均以低端消费为主，难以打入中高端市场。

4. 未来发展对策

4.1. 推广集约化

目前临泽县小枣种植及采收以传统经验为主要方式。需加强对枣农的技术培训，利用当下现代农业技术提升小枣采收效率。首要推进土地集约化管理，利用张掖市绿洲农业的地域属性，发展种植集约化。利用种植集约化实现小枣种植规模的大幅上升，通过集约化进一步提高枣类产品标准化生产，降低农业生产成本，让小枣农户实现收入增长[11]。

4.2. 加强产品创新，延伸产业链条

增加产品特性是临泽小枣当前重要的发展手段。准确定位消费群体，针对不同消费群体开发专属性产品。目前推出产品以红枣枸杞汁为主，该产品提倡的是养生及滋养的产品定位。在社会消费及饮食主流的不断变迁仍然采取原产品定位必将会淘汰。面对复杂多变的消费者喜好建议丰富产品属性，例如“养生枸杞汁”、“低糖红枣汁”、“加入茶元素的红枣汁”等。可参照目前市场成熟的康师傅类饮品，采用经典电视剧或利用明星效应，采取联名或赞助方式，进一步打响临泽小枣品牌形象。充分发挥“国家地理标志产品”的品牌价值及经济价值。产品创新融入地域风情，利用张掖市七彩丹霞、平山湖大峡谷、肃南康乐草原等 5A 级景区，加装农产品销售定点，同时推出“买临泽小枣饮料，领略张掖当地特色风情”等促销口号。

4.3. 完善电子商务服务体系

成熟稳定的电子商务体系是实现农产品电子商务发展的重要基石。临泽县已有产业创业园等新产业

孵化基地, 利用当地现有资源加大对临泽小枣的宣传力度。同时以园区带动电商发展, 采取周边配套设施全方面发展, 利用入驻三年免租、水电减半、提供技术指导等政策扶持。政府结合当地金融机构可推出小微企业智慧贷、电子商务贷款等品种, 结合降息或展期等多方优惠确保资金支持[12]。对现有电子商务物流体系加强资金及技术投入, 建立健全完善物流仓储一站式服务体系[6] [13]。在物流冷链中实行智能温控系统, 进一步弱化临泽县地处西北内陆的地域局限性。

利用农业农村城市化发展特色, 由政府出面引导, 林业、财政和科技等部门应积极予以相应的技术支持和资金支持[14], 选派相关科技人员对临泽小枣的种植、培育和深加工等进行技术指导, 提高农户种植小枣的品质[7], 加大直播、物流等多方面电商培训。结合人才引进等人口政策, 壮大电子商务人才培养及队伍建设。同时能够通过龙头企业带动为主, 对农产品精准发力, 实现商家卖枣、顾客选购、快递发货一站式服务, 最大限度锁住小枣鲜度, 提升生鲜运输时限, 让临泽小枣搭乘快递“快车”, 新鲜直达全国各地消费者手中。

4.4. 加强品牌建设

品牌建设是产品的定位及名片[15]。不仅要充分发挥临泽小枣国家地理标志的品牌价值。而且需建立“公共品牌 + 企业品牌”双轨制定位。通过公共品牌树立好临泽小枣形象, 加深消费者印象。结合企业品牌构建核心产品提升辨识度。加强市场监管力度, 通过公共品牌进行品牌保护及品质管控, 统一规范实行品牌使用, 坚决抵制商标冒用现象。丰富品牌价值, 利用“讲故事”等方式赋予品牌“生命力”[15]。融入临泽绿洲、沙质土壤等当地独特的生长环境, 打造“祁连雪水滋养, 纯天然养生枣”的品牌主张。将地域文化、养生价值、地理标志等特点, 综合融入形成鲜活丰富的品牌主张, 加深消费者对临泽小枣的印象。

在电商运营中, 将品牌主张及品牌文化深入贯穿至电商运营全流程, 结合“线上 + 线下”通过新媒体等多平台进行品牌推广。摒弃单一直播流量依赖, 构建有内容、场景化、故事化等高质量的传播定位。其次升级改造快递物流包装设计, 利用“枣乡邮路”等特色包装, 实现品牌价值与电商传播深度融合。

5. 结论

临泽小枣具备得天独厚的产品特色及优势, 但在电子商务发展方面仍然存在部分局限性。生产成本高效率低下、农产品单一且附加值较低、全产业链质量把控参差不齐, 产品创新不足、电子商务意识薄弱、电商物流发展参差不齐、电子商务品牌建设不足等问题突出。为促进临泽小枣进一步发展必须践行新发展模式, 要以品牌建设为引领, 以建设标准化生产为基础, 以电子商务物流体系为辅助, 强化制度保障。突破当前发展局限及困境, 让临泽小枣从“地方特产”走出去, 实现“全国知名农产品”品牌建立, 进一步促进临泽县农业可持续发展。

参考文献

- [1] 王金霞, 陈龙. 临泽县特色林果产业化发展的思考[J]. 甘肃林业, 2020(1): 14-15.
- [2] 李曼. 乡村振兴背景下昌吉市特色林果产业高质量发展的路径探究[J]. 农业科技与信息, 2025(2): 134-138.
- [3] 李宏, 单红芳, 漆奋玉, 等. 临泽小枣全枣与枣肉中多糖含量比较及抗氧化活性探究[J]. 中外食品工业, 2025(20): 74-76.
- [4] 马晓燕, 韩文明, 马原, 等. 临夏州特色林果产业发展现状及对策[J]. 现代农业科技, 2022(18): 193-196.
- [5] 许莉. 临泽小枣加工产业发展现状及对策[J]. 现代农业科技, 2017(16): 88, 90.
- [6] 牟进进, 李静, 王淑云. 农产品冷链物流发展研究: 客观要求、增值机理及发展对策[J]. 东岳论丛, 2024, 45(7): 51-58.

-
- [7] 宋阳. 电子商务环境下农产品绿色物流发展策略研究[J]. 山西农经, 2026(1): 139-141.
- [8] 杨瑚, 高玉霞. 临泽小枣区域品牌价值提升策略研究[J]. 山西农经, 2021(23): 41-43.
- [9] 任先鹤, 管晓彤, 卢振, 等. 有关临泽小枣产业发展制约因素的调查分析[J]. 种子科技, 2020, 38(23): 5-8.
- [10] 薛国庆, 陈俊, 唐志强. 临泽小枣价格-收益波动及其影响因素研究[J]. 河西学院报, 2014, 30(2): 9-12.
- [11] 赵霞. 电子商务在巩固脱贫攻坚成果与推进乡村振兴中的做法浅析——以张掖市为例[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(10): 221-223.
- [12] 刘娜. 茶叶产业电子商务融合发展路径研究[J]. 福建茶叶, 2026, 48(2): 46-48.
- [13] 李富昌, 唐茜, 陈太静. 西南地区电子商务与乡村产业高质量发展耦合协调研究[J]. 林产工业, 2026, 63(2): 101-108.
- [14] 刘毅嘉. 乡村振兴背景下农村电商物流发展问题与对策研究——以广东省汕头市为例[J]. 现代化农业, 2025(12): 45-49.
- [15] 张媛莉. 情感化设计在临泽小枣包装中的应用[D]: [硕士学位论文]. 株洲: 湖南工业大学, 2021.