

电商助推农村三产融合发展模式研究

——以甘肃岷县为例

刘文娟

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2026年3月25日; 录用日期: 2026年4月10日; 发布日期: 2026年6月23日

摘要

当前, 电子商务已成为农产品流通的核心渠道, 农村电商更是推动农业产业升级、乡村经济发展、农民增收致富与乡村振兴的重要引擎。甘肃岷县依托独特的寒旱地理气候禀赋, 培育形成以黄芪、当归等道地中药材为核心的特色寒旱农业产业, 将特色寒旱农业与电子商务深度融合, 对推动传统农业转型升级、实现农村一二三产业深度融合具有重要现实意义。本研究以甘肃岷县为例, 分析当地电商助推农村三产融合的发展模式、实施现状、成效及困境, 提出针对性发展建议, 为岷县农村电商与三产融合协同发展、促进农民持续增收提供实践参考。

关键词

乡村振兴, 三产融合, 电子商务, 特色寒旱农业, 岷县

Research on the Development Model of E-Commerce Promoting the Integration of Rural Three Industries

—A Case Study of Min County, Gansu Province

Wenjuan Liu

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

Received: March 25, 2026; accepted: April 10, 2026; published: June 23, 2026

Abstract

E-commerce has become the core channel for agricultural products circulation, and rural e-commerce

文章引用: 刘文娟. 电商助推农村三产融合发展模式研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(6): 514-520.

DOI: 10.12677/ecl.2026.156662

serves as a vital engine for agricultural industrial upgrading, rural economic development, farmers' income growth and rural revitalization. Endowed with unique cold and arid geographical and climatic conditions, Min County, Gansu Province has fostered a distinctive cold and arid agricultural industry dominated by authentic Chinese medicinal herbs including astragalus and angelica sinensis. The deep integration of characteristic cold and arid agriculture and e-commerce is of great practical significance to the transformation and upgrading of traditional agriculture and the in-depth integration of rural primary, secondary and tertiary industries. Taking Min County as a case, this study explores the development model, current situation, achievements and dilemmas of e-commerce-driven integration of rural three industries, and puts forward targeted countermeasures, so to provide valuable practical references for the coordinated development of rural e-commerce and three-industry integration and sustainable income increase of farmers in Min County.

Keywords

Rural Revitalization, Three-Industry Integration, E-Commerce, Characteristic Cold and Arid Agriculture, Min County

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

农村三产融合是指将农业生产、农产品加工流通、乡村休闲旅游等一二三产业有机整合,实现产业链延伸、价值链提升、供应链完善的农业农村发展模式,其核心是通过产业联动实现要素优化配置与农民收益共享。农村电商有效破解了农产品“出山难”和消费品“下乡难”的双向流通难题,带动生产、加工、仓储物流、电商服务等配套产业发展,为三产融合奠定基础[1]。学界研究表明,降低交易成本、优化要素配置是产业融合关键,“农户+合作社+企业”为主流模式,“电商下乡推动形成‘互联网+三产融合’新型发展模式”,同时能构建一体化农村流通网络,优化产业结构、延伸产业链条,降低融合交易成本。

本文以甘肃岷县为研究案例,其涉及的三产融合细分产业类型以道地中药材种植为第一产业核心,涵盖黄芪、当归等国家地理标志产品种植;第二产业聚焦中药材切片、杂粮加工、畜产品深加工等农产品加工环节;第三产业包含农产品电商销售、乡村康养旅游、物流配送、电商直播服务等业态,形成以特色寒旱农业为基底的三产融合体系。

当前学术界对产业融合内涵与路径研究丰富,但电商助推三产融合的研究不足,西北寒旱地区相关成果尤为稀缺。甘肃岷县地处青藏高原东麓与西秦岭陇南山地接壤区,寒旱气候显著,是“中国黄芪之乡”“中国当归之乡”,道地中药材产业基础雄厚。近年来,岷县抢抓农村电商高质量发展机遇,推动特色寒旱农业与电商深度融合,三产融合模式不断丰富,带动“工业品下乡”和“道地药材出山”,推动县域农业转型升级[2]。本研究梳理岷县农村电商与三产融合发展现状,探讨寒旱地区电商背景下农村三产融合发展模式。

2. 甘肃岷县电商助推农村三产融合的发展模式

2.1. 特色寒旱农业成为电商助推三产融合的前提条件

岷县立足寒旱地地理气候和土地资源,因地制宜发展以道地中药材为核心的特色寒旱农业,形成区

域特色农业产业体系，为电商助推三产融合筑牢产业基础。岷县特色寒旱农产品品类丰富、规模显著：道地中药材为核心，2023年种植面积达39.41万亩¹，常年稳定在60万亩以上²，建成20余个标准化基地，黄芪、当归产量分别占全国20%、30%以上，均为国家地理标志保护产品、特色杂粮种植10万亩左右³，青稞、燕麦等绿色生态，是重要产业补充；生态养殖业以黑裘皮羊、牦牛为主，“公司+基地+农户”规模化养殖[3]。

近年来，岷县搭建县、乡、村三级公共服务体系，实现服务网点全覆盖，提供“一站式”政策咨询、产品对接等服务⁴。通过参与“甘味”品牌推介、东西部协作消费帮扶等活动，加强与阿里巴巴、京东、抖音等平台合作，推动特色农产品销往全国。同时，推动电商与乡村旅游融合，依托中药材基地、高原生态、民俗文化，发展农家乐、民宿等业态，实现“线上预订、线下体验”[4]。2024年岷县农特产品电商销售额达5.83亿元⁵，中药材占比超95%，黄芪、青稞面等产品网络畅销，电商成为寒旱地区农民增收新路径。

2.2. 电商助推三产融合的三大核心模式

岷县以农业龙头企业、合作社、电商企业、行业协会为核心，整合特色寒旱农业资源，结合地域产业实际，构建形成“电商+特色寒旱农业+销售”“电商+特色寒旱农业+产品加工”“电商+特色寒旱农业+旅游”三大核心模式，突破电商单一销售局限，推动与加工、旅游、物流等产业深度融合，实现三产融合向纵深发展[5]。

2.2.1. “电商+特色寒旱农业+销售”模式

电商为岷县特色寒旱农产品拓宽销售渠道，依托淘宝、快手等平台实现流通规模化、科学化，通过农业电商平台展示农产品品质、地理标志等信息，为消费者提供便捷服务。岷县抢抓东西部协作机遇，与天津、杭州等对口城市合作，推动农产品进入商超、社区，引导本土龙头企业与贝店、盒马鲜生等平台合作，实现全国分销；帮扶城市搭建“1+N”展销体系，开通政府集采平台，上架多款农特产品，设立体验馆。

同时，以“特色寒旱农产品+网红主播+产地直播”为载体，打造中药材产地直播基地，培育本土主播和新农人，推动传统批发零售向网络化、直播化转型。网络渠道打通后，通过“线上直播+线下批发”模式，破解了岷县农产品销售渠道单一、本地消化为主的困境，开拓全国市场的同时，降低了流通的时间、人力和渠道成本，实现道地农产品与全国消费者直连。

2.2.2. “电商+特色寒旱农业+产品加工”模式

电商发展为岷县特色寒旱农业产业链整合提供契机，盘活产业链资源，推动供需精准对接，打造电商主导的新型产业链。本地电商企业从单一销售向生产、加工、仓储物流延伸，为农户提供分选、包装、加工等一体化服务，提升农产品附加值，同时与物流企业合作，打造适配寒旱地区农产品的冷链配送模式，保障产品品质[6]。

岷县建成集电商公共服务、农产品加工、快递物流于一体的加工中心，通过“电商+种植基地+加工园”模式，整合种植、加工、包装、销售、品牌培育环节，实现供应链一体化管理。目前已形成黄芪切片、青稞饼干、羊肉干等多款加工网货农产品，实现质量、标准、包装“三统一”并线上销售。同时，建成完善的三级物流配送体系，融合快递物流园与电商产业园，建成县级物流仓储中心、乡镇中转站及冷

¹岷县统计局. 2023年岷县国民经济和社会发展统计公报[R]. 2024. http://www.minxian.gov.cn/art/2024/4/12/art_5330_1729374.html

²定西市中医药产业发展局. 定西市岷县中医药产业发展[R]. 2024. http://zyy.dingxi.gov.cn/art/2024/4/3/art_11976_1290299.html

³岷县人民政府. 2025年岷县人民政府工作报告[R]. 2025. http://www.minxian.gov.cn/art/2025/3/19/art_15590_1804946.html

⁴定西岷县. 电商赋能乡村振兴 打造群众增收新引擎. <https://news.cri.cn/n/20260123/fa58408d-c72a-83b2-d1ee-8f4384707d10.html>

⁵新华网甘肃频道. 岷县: 电商助力特色产业提质增效[EB/OL]. 2025-03-19.

<http://gs.news.cn/20250319/f41049725ab4472396a1d5463a4b811e/c.html>

链配送车辆，破解物流“最后一公里”难题，该模式成为农民增收的重要支撑。

2.2.3. “电商 + 特色寒旱农业 + 旅游”模式

乡村旅游是岷县农村经济重要增长点，与特色寒旱农业各环节深度关联，其消费需求为电商线上线下载融合奠定市场基础。岷县培育本土农旅电商平台，推动电商与高原生态、民俗文化旅游融合，实现农家乐、观光园线上订餐订宿，构建“农业生产 + 加工体验 + 产品销售 + 乡村住宿”完整产业链，通过电商平台推广旅游资源，实现“旅游 + 购物”精准对接。

以“一县一品、一村一特”为抓手，将道地中药材打造成乡村旅游核心名片，建设中药材康养小镇、杂粮体验小镇，提质升级当归、黄芪观光长廊，兴建现代农业田园综合体，配套体验馆、药膳餐厅，举办采摘节、丰收节，开展中药材种植、药膳制作等体验项目。同时，整合乡村旅游资源，构建“互联网 + 智慧旅游”模式，与携程、抖音等平台互联互通，提供门票、线路、农特产品一站式服务，培育中药材康养、高原生态观光等精品旅游路线，实现电商、特色农业、旅游业有机融合，为寒旱地区乡村旅游注入新动能。

3. 电商对岷县农村三产融合效益的影响

3.1. 拓宽就业渠道，促进农民增收

岷县抢抓“互联网 + 农业”机遇，推动信息技术与特色寒旱农业生产、经营、服务深度融合，以信息化改造传统农业，推广智能化设备在中药材种植加工环节的应用，建立农产品电子交易平台，推动电商在农产品供销、乡村旅游等领域广泛应用，创造大量就业岗位，增加农民经营性、工资性收入。

三产深度融合催生了种植、研发、加工、物流、销售等多环节就业机会，形成“农户种植 + 企业加工 + 电商销售 + 物流配送”全产业链和“产业 + 电商 + 配套”营销模式，带动大量农民参与农产品加工、电商打包、物流配送等工作，实现“工农兼业”非农化就业[7]。同时，农村电商培育了一批本土主播、新农人和电商服务人员，带动乡村创业就业，形成“一人创业、带动一片”的良好格局[3]。

3.2. 延伸产业链条，培育主导产业

电商发展推动岷县特色寒旱农业产业链延伸，农产品分选、包装、仓储等环节形成专业化服务企业，实现产供销一体化，推动全产业链升级。岷县以黄芪、当归为核心打造道地中药材主导产业，开展从种植、初加工到精深加工、品牌建设的全产业链服务，推动产业规模化、标准化、品牌化经营，形成全国性知名品牌。

以打造“中国道地中药材产业核心区”为目标，依托龙头企业扩大种植规模、优化品种结构，发展中药材精深加工，开发中药饮片、药膳食品、中药日化产品等衍生产品，同步推动评药、中药养生等相关行业创新。打造中药材康养小镇，让游客沉浸式体验种苗繁育、传统炮制技艺，配套建设观光步道和景观设施，通过“产区直播 + 在线云游”整合资源，助力中药材销售。目前，岷县在全国一二线城市布局 20 余个中药材品牌体验店，加强乡村电商直播间建设，借助多平台实现线上线下同步销售，中药材产业成为县域农村经济核心支撑[7]。2023 年岷县药材总产量达 12.04 万吨⁶。

3.3. 丰富发展业态，形成新的经济增长点

电商推动岷县特色寒旱农产品加工流通效率显著提升，带动农产品储藏、保鲜、加工等第二产业快速发展。当地重点发展“公司 + 农户”“公司 + 合作社 + 农户”模式，加强产地市场建设，支持直销、电商等流通新业态，引领产业品牌培育与升级，让农民分享产业链增值收益。

⁶岷县统计局. 2023 年岷县国民经济和社会发展统计公报[R]. 2024.
<http://gs.news.cn/20250319/f41049725ab4472396a1d5463a4b811e/c.html>

岷县以“绿色、生态、道地”为核心，以三产融合为重点，以道地中药材产业为支撑，初步形成以中药材精深加工为主、保健食品研发生产为辅，原料种植、研发、检测配套的特色寒旱产业体系，黄芪、当归等产品受市场青睐，中药材康养旅游成为爆款。近年来，岷县持续扶持涉农电商、加工企业，特色寒旱产业产值逐年递增，中药材产业成为农业农村经济新增长点。同时，倡导农文旅商融合，以农业节庆为抓手发展休闲农业和乡村旅游。

4. 甘肃岷县电商助推三产融合发展面临的困境

4.1. 特色产业挖掘不深，品牌体系不完善

岷县作为“中国黄芪之乡”“中国当归之乡”的区域品牌形象未完全转化为市场竞争优势，特色寒旱产业内涵挖掘不足，未做足“土特产”文章。黄芪、当归等国家地理标志产品虽有一定知名度，但缺乏完整的品牌培育、推广、保护体系，附加值低，产品多为初级原料型，西北寒旱地区同类农产品深加工环节薄弱，远低于全国平均水平。部分加工企业仍采用传统工艺，数字技术应用不足、创新研发能力弱，深加工产品开发不够，同质化严重，生产成本偏高。

品牌宣传方面，线下依赖农博会、药博会等形式，范围有限；线上虽开展直播营销，但本土电商主体缺乏专业运营能力，内容同质化、流量获取难，且平台“扶强不扶弱”，中小主体难以获得流量支持，产业市场知晓率偏低。利益联结机制方面，农户、合作社与龙头企业、电商企业多为简单买卖关系，农户难以分享二三产业增值收益，生产积极性受影响，制约产业可持续发展。

4.2. 信息化程度不足，基础设施不完善

岷县地处西北寒旱山区，部分中药材种植核心区互联网、通信设施存在短板，网络带宽不足、信号不稳定。目前全国行政村 5G 覆盖率持续上升，但岷县等偏远山区的覆盖率不足，限制直播、短视频等新媒体营销开展。农村居民居住分散，部分村级电商服务点距县城较远，网点建设投资高、使用频率低，导致快递进村成本偏高，影响电商发展积极性。

4.3. 供应链发展滞后，物流体系不健全

岷县特色寒旱农产品供应链体系不完善，多数产品分选、分级仍靠手工操作，标准化程度低、品质参差不齐。产地仓储、冷藏、保鲜等配套设施建设滞后，尤其是中药材冷链仓储能力不足，难以满足产业发展需求。县域内缺乏完善的第三方物流体系，物流企业多为小型分散主体，无集中物流产业园和一体化管理，服务能力难以满足电商发展需求。

冷链配送覆盖有限、方式单一，生鲜畜产品、鲜切中药材附加值难以提升，运销损耗率较高，物流“最后一公里”问题突出[2]。同时，部分农产品生产规划缺乏科学性，品质管控不严、同质化严重，难以纳入规范电商供应链；季节性供应不均衡，淡季价格高、供应短缺，影响电商平台持续运营。

4.4. 农产品深加工不足，产业附加值偏低

岷县特色寒旱农产品标准化生产水平亟待提高，而标准化是农产品电商规模化发展的核心基础。当地虽形成一定产业化种植规模，但多数产品仍以初级原料为主，精深加工环节薄弱，产品附加值偏低。县域内大型精深加工企业数量少，多数企业仅能开展中药材切片、烘干等初加工，杂粮、畜产品也以简单包装为主，未能开发高附加值深加工产品。小农经济仍占一定比例，产区规模化、标准化发展难度大，供应链稳定性不足。部分产品仍采用“先生产、后销售”模式，市场预判能力弱，易出现滞销；全程品控不严格，个别商家以次充好、夸大宣传，损害消费者体验和产业整体品牌形象。

4.5. 农旅融合电商平台单一，游客体验感不足

岷县乡村旅游产品和服务模式单一，对乡村美食、中药材文化、民俗文化挖掘不深，文创产品、旅游纪念品缺乏精深加工和包装创新，未充分发挥“道地药材、高原生态、民俗文化”特色资源优势，西北乡村旅游文创产品开发程度较低。农旅电商信息服务平台服务能力低，未能有效整合各类资源，难以满足游客多元化需求，无法激发旅游和购物消费意愿。

农村旅游平台盈利机制不成熟，运营成本高、管理不规范，行业监管不足，部分平台缺乏轻资产经营理念。乡村旅游活动缺乏多样性，农事体验、文化体验等互动性项目少，难以满足游客沉浸式体验需求，岷县乡村旅游活动缺乏多样性，农事体验、文化体验等互动性项目少，难以满足游客沉浸式体验需求。同时，部分旅游项目存在资本下乡圈占资源现象，未坚持农民主体、村域单位的发展原则，农文旅商深度融合未有效落地，既影响农民参与度和收益，也导致游客体验感不佳。

5. 促进岷县电商推动三产融合的对策建议

5.1. 深挖寒旱产业特色，打造特色融合模式

立足岷县“寒旱气候、道地药材”特色资源和中药材主导产业，打造具有地域特色的电商助推三产融合模式，形成差异化竞争优势。围绕黄芪、当归等道地中药材，打造寒旱地区特色农产品电商平台，培育“岷县印记”知名品牌，提升核心竞争力。

以“电商 + 特色寒旱农业 + 销售”为基础，依托第一产业带动加工、物流等二三产业发展，实现“种植 - 加工 - 服务体验”全产业链发展；以“电商 + 特色寒旱农业 + 产品加工”为核心，保留农产品道地性和生态性，以中药材文化为引领，发挥加工环节带动作用，推动与种植、销售环节深度融合；以“电商 + 特色寒旱农业 + 旅游”为延伸，以中药材康养、高原生态旅游为主导，发展产地直采、农事体验等业态，通过直播、短视频宣传特色资源，实现三产带动一二产发展。优化三大模式，推动电商与特色寒旱农业深度融合，探索西北寒旱地区三产融合特色发展道路。

5.2. 提升信息化水平，完善基础设施建设

深入推进“互联网 + 农业”深度融合，构建“互联网 + 自媒体”一体化营销平台，聚焦道地中药材、特色杂粮等优势产品，提升线上营销精准度^[3]。加大“新农人”培育力度，开展电商直播、平台运营、产品包装等专业培训，培育懂农业、会电商、善经营的本土人才，带领农户发展新型农村集体经济。打造县域电商直播基地，引导乡村成立新型合作社，搭建专属直播平台，以合作社名义统一销售、打造区域公共品牌，绕开中间商实现农户与消费者直连，发展“一县一品、一村一特”。

加快农村通信基础设施建设，实现全县行政村 5G 网络、Wi-Fi 全覆盖，完善农村信息服务体系；持续改善农村道路条件，重点提升中药材核心区、乡村旅游重点村的道路通行能力，配套建设停车场、服务驿站、旅游指引系统，保障车辆和游客便捷出入，为电商和农旅融合奠定基础设施基础。

5.3. 打造现代化供应链，健全农村物流体系

打造寒旱地区特色农产品产地供应链运营体系，建立“原产地直采 - 初选 - 精选 - 标准化包装 - 冷藏仓储 - 精准物流”全链条体系，层层把控品质，实现产品标准化、品牌化上线销售。加大政策扶持，支持发展“电商 + 产地仓 + 寄递物流”模式，发挥县域大型商贸、农业龙头企业自建物流优势，为电商平台和中小主体提供三方配送服务。

加快物流网点建设，实现行政村物流全覆盖，完善三级物流配送体系，优化县级仓储中心、乡镇中转站、村级服务点功能，提供仓储、分拣、配送一体化服务，彻底打通物流“最后一公里”。加强冷链物

流基础设施建设，在中药材核心区、畜禽养殖基地建设低温配送、产品处理、冷链仓储中心，配备适配寒旱地区的冷链车辆，打造完善冷链体系；推动物流网点与村级电商服务点融合发展，保障农村快递网络可持续运行，为电商发展提供物流保障。

5.4. 延伸农产品产业链，提高产业附加值

突出“绿色、生态、道地、寒旱”产业优势，以三产融合为核心，聚焦特色寒旱农产品生产、加工、销售全链条，推进产业链与生态链、价值链深度融合[5]。推动原材料生产标准化，建立从种植、养殖到加工、销售的全流程标准体系，加强全程质量控制，提升农户按标生产能力。

做好农产品精细化初加工，支持新型经营主体开展中药材分拣、烘干、标准化包装等服务，推进杂粮、畜产品初加工，实现减损增效。大力提升精深加工水平，规划建设中药材、杂粮、畜产品精深加工产业园，打造四大特色产业链，建设标准化产业基地；推动中药材开发饮片、提取物、药膳产品，杂粮开发代餐粉、饼干，畜产品开发真空包装肉、肉干等，通过精深加工大幅提升产品附加值。

5.5. 深化农文旅融合，创新电商营销模式

实现农村 Wi-Fi 全覆盖，为直播带货、旅游线上预订提供网络保障。优化农旅电商信息服务平台，整合旅游、农产品、民俗文化资源，通过简洁文字、高清图片和短视频，全方位展示岷县地域特色、旅游线路和农特产品，提升宣传效果。发展“以人为本、生态优先”的乡村旅游，保留乡村原有风貌，合理设置观景台、停车场、休闲驿站，满足游客放松、体验需求。

创新农村电商应用场景，围绕“高原山水、万亩药田、民俗村寨”，将电商与农产品采摘、土特产展销、中药材文化节等活动结合，融入少数民族文化元素，吸引城市居民下乡消费。鼓励本土新农人、主播开展特色直播，举办采摘体验、药膳大赛等活动，让游客沉浸式体验乡村生活，增强体验感。坚持以农民为主体，因地制宜推动农业生产与乡村旅游有机融合，实现生态化、可持续的三产融合，推动岷县农村电商与三产融合协同发展，为乡村振兴注入持续动力。

参考文献

- [1] 周殿红. 农村电商经济及其财务管理研究[J]. 中国农业资源与区划, 2023, 44(2): 26, 42.
- [2] 洪雨萍. 电子商务的产业联动及其增收效应测度[J]. 商业经济研究, 2020(2): 94-96.
- [3] 蔡小菲. 电商直播对特色农产品品牌价值提升的实证研究[J]. 山西农经, 2026(4): 50-52, 87.
- [4] 黎军. 浅析地方特色农产品电商品牌构建的机遇与挑战——以广东茂名打造乡村振兴“一村一品”品牌为视角[J]. 南方论刊, 2025(12): 38-40.
- [5] 何小艳, 樊帆, 胡旭. 电商助推农村三产融合发展模式研究——以湖北恩施为例[J]. 农业展望, 2025, 21(6): 76-83.
- [6] 李艳. 乡村振兴背景下农业电商助力乡镇特色产业经济发展的实践分析[J]. 新农民, 2025(25): 25-27.
- [7] 王亚存, 宋爱平. 郑州市特色农产品电商发展模式及对农业经济增长的驱动效应研究[J]. 河南农业, 2025(21): 7-8, 16.