

农产品电商发展的困境与优化策略研究

——以广安市龙安柚为例

肖 蒙

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2026年6月24日; 录用日期: 2026年7月8日; 发布日期: 2026年8月12日

摘 要

在乡村振兴战略背景下, 农产品电商已成为推动农业产业升级、促进农民增收的重要路径。广安市龙安柚作为国家地理标志保护产品, 其产业发展对地方经济具有重要意义。然而, 在电商化发展进程中, 龙安柚产业仍面临种植基础薄弱、产品深加工不足、品牌意识淡薄、销售渠道单一以及专业人才匮乏等现实困境。本文以广安市龙安柚为例, 系统分析了其电商发展的现状与主要问题, 并从完善基础设施与技术培训、推进产品深加工与产业链升级、强化品牌建设、拓宽电商销售渠道以及加强政策扶持等方面提出了针对性的优化策略, 旨在为龙安柚及类似特色农产品的电商高质量发展提供参考。

关键词

农产品电商, 龙安柚, 乡村振兴

A Study on the Dilemmas and Optimization Strategies for the Development of Agricultural Product E-Commerce

—A Case Study of Long'an Pomelo in Guang'an City

Meng Xiao

College of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: June 24, 2026; accepted: July 8, 2026; published: August 12, 2026

Abstract

Against the backdrop of the rural revitalization strategy, agricultural product e-commerce has

become an important pathway for promoting the upgrading of the agricultural industry and increasing farmers' incomes. As a nationally geographical indication protected product, the Long'an pomelo in Guang'an City holds significant importance for the local economy through its industrial development. However, in the process of e-commerce development, the Long'an pomelo industry still faces practical dilemmas such as a weak planting foundation, insufficient product deep processing, weak brand awareness, a single sales channel, and a lack of professional talent. Taking Long'an pomelo in Guang'an City as a case study, this paper systematically analyzes the current status and major problems of its e-commerce development. It proposes targeted optimization strategies from the perspectives of improving infrastructure and technical training, advancing product deep processing and industrial chain upgrading, strengthening brand building, diversifying e-commerce sales channels, and enhancing policy support. The aim is to provide a reference for the high-quality development of e-commerce for Long'an pomelo and similar specialty agricultural products.

Keywords

Agricultural Product E-Commerce, Long'an Pomelo, Rural Revitalization

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

近年来,随着“互联网+”和数字经济的迅猛发展,农村电商日益成为推动农产品市场化、赋能乡村产业升级的重要力量。国家多次强调深入实施“数商兴农”工程以及“互联网+”农产品出村进城工程,鼓励创新农产品电商新型业态,以全面把握农村电商高质量发展的机遇[1]。我国农产品网络零售额呈逐年递增态势,农产品电商在增加农民收入、巩固脱贫攻坚成果方面发挥着不可替代的作用。

当前,国内关于地理标志产品电商发展的研究,多集中于宏观层面的电商模式构建、供应链物流优化、地理标志品牌溢价效应等方面的探讨。然而,针对中西部地区特定地理标志产品在电商化进程中的实证研究仍相对匮乏。在这一背景下,以地理标志产品为代表的特色农产品凭借其独特的资源禀赋和文化价值,成为电商市场中的关键板块。广安市龙安柚作为四川省广安市的特色优势农产品,已有百年栽培历史,并获得了国家地理标志产品保护。大力发展龙安柚电商,不仅能够拓宽销售渠道、提升产品附加值,更是带动广安市农村经济发展、切实发挥农村电商对柚农增收效应的重要举措[2]。然而,现实中特色农产品在电商化过程中往往受到基础设施、物流、品牌和人才等多种因素的制约。因此,本文以广安市龙安柚为例,深入探讨其电商发展的现状与困境,并提出优化策略,以期为区域特色农产品的现代化与电商化发展提供理论借鉴与实践参考。

2. 龙安柚电商发展的现状

随着乡村振兴战略的深入推进和国家“互联网+”现代农业的发展趋势,广安市抢抓数字经济发展机遇,将农村电子商务作为助推龙安柚产业转型升级、实现果农增收的重要抓手。通过政府引导、企业带动和农户参与,广安龙安柚的电商化进程取得了较好成效,从传统的线下一销售逐渐向线上线下一体化的现代营销模式转变。目前,广安市龙安柚电商发展的现状主要体现在以下三个方面。

2.1. 电商交易规模稳步扩大,网商经营主体日益丰富

在政策扶持和市场驱动的双重作用下,相关农村电商政策在基层有效执行[3],广安市涉农电商交易

额也呈现出持续、快速的增长态势。相关统计数据显示,2021年上半年,广安市农产品网络零售额达到1.26亿元,同比增长高达38.86% [4],增速位居四川省前列。在网商规模方面,广安市不仅与阿里巴巴、中国网库等国内知名电商企业开展合作,还积极打造了“广安亲农网”、“广安e站”等具有本土特色的网销平台,大力引导传统涉农企业建立自营网站,推进线上线下一体化运营。

在微观农户层面,越来越多的龙安柚种植户开始主动“触网”。针对广安市龙安柚主产区(如龙安乡、大龙镇等地)的实地调研数据显示,在受访的282户农户中,已有97户通过电商平台销售龙安柚,参与占比达到34.4%。伴随着网商总数的不断增加,龙安柚的线上销售份额也呈逐年上升趋势。在多种销售方式的结构占比中,龙安柚的互联网销售占比已从2019年的仅1%跃升至2022年的12%。电商平台正逐渐成为拉动龙安柚销量增长和实现品牌溢价的重要引擎。

2.2. 三级服务体系逐步完善,农产品“上行”通道全面打开

电子商务进农村,基础设施和物流体系是关键支撑。广安市深入推进电商进农村综合示范工作,先后成功获批了7个国家级、省级农村电商综合示范项目。为了彻底打通龙安柚等生鲜农产品出村进城的“最初一公里”,广安市倾力构建了县、乡、村三级电商物流配送服务体系。

截至目前,广安市已建成13个快递处理场地,县级电商物流中心6个、乡镇电商物流分中心164个、村级电商物流站1383个[5]。同时,广安市已开通运营益农信息社2228个[6]。在仓储与物流配送方面,广安市政府积极推进电商物流配送平台建设,与多家快递公司达成合作。同时,广安市建立了龙安柚冷链物流基地和产村融合示范基地,通过推进生鲜农产品电子商务冷链物流协同与创新[7],部分较大的乡镇也开始逐步配备了冷库储存设备。这些基础设施的持续优化,使得龙安柚不仅能够存得住、保得鲜,还能以更快的配送速度直达全国各地,有效破解了生鲜农产品“上行难”的流通瓶颈。

2.3. 营销模式不断创新迭代,多渠道矩阵助力销量提升

在龙安柚的电商实践中,广安市不断探索并优化电商发展模式,形成了多管齐下的创新营销格局。目前,龙安柚种植户参与电商的形式主要表现为三种成熟模式:一是“自产自销”模式;二是“代销代运”模式;三是“企业/专合社+电商+农户”的利益联结模式,进行规模化营销。

除了传统电商模式,广安市还积极拥抱电商助农背景下的农产品“网红”营销与直播经济等新业态[8]。例如,在龙安乡群策村,基层组织创新推出了“带货营销”、“追溯+电商”的新型模式。相关人员带头参与电商、成为龙安柚产品“代言人”或亲自直播带货,有效提升了买方对农产品品质及安全的信任度。此外,2020年11月,广安龙安柚还成功登上了央视财经“百村大集”农产品展销会网络平台,借助国家级媒体的巨大流量红利打造爆款路线。这些多元化、社交化、内容化的电商新业态,不仅丰富了龙安柚的销售渠道,也极大地提升了“广安龙安柚”的品牌知名度和全国市场竞争力。

3. 龙安柚电商发展面临的主要问题

尽管龙安柚电商发展取得了一定成效,但通过调研发现,其在发展过程中仍面临诸多困境,制约了电商化进程和产业的高质量发展。

3.1. 种植基础薄弱与标准化程度低,制约电商优质货源供给

农产品“电商化”对产品的品质、规格和标准化提出了更高要求。然而,广安市龙安柚以散户种植较多,分散经营,独立管理,对果园基础设施的搭建、规划和管理比较混乱,标准化程度低,这直接增加了农户参与电子商务的交易成本,限制了销售渠道的最优选择[9]。同时,农村青壮年劳动力流失严重,现有龙安柚种植的主力军多为中老年人,平均年龄在40岁以上,且绝大多数文化程度为初中及以下,整

体受教育水平不高。受限于文化素质，极少数人的种植技术来源于专业技术人员的指导。此外，龙安柚果苗多为自然繁育，品质良莠不齐。落后的种植管理模式和专业农技人才的匮乏，导致龙安柚产量低、品质参差不齐，难以满足电商平台对高质量、标准化果品的稳定需求，直接影响了后期的品牌化发展和产业链延伸。

3.2. 产品深加工不足与冷链物流滞后，削弱电商产品竞争力

龙安柚目前的销售仍以鲜果初级产品为主，深加工能力不足。虽然近年来开发了柚花茶、蜂蜜柚子茶、龙安柚精油及蜜饯等衍生产品，但这些深加工产品的生产面积和产量均不高，市场认可度较低，未能形成规模效应和集聚效应。同时，深加工所需的关键设备和技术匮乏，导致产品结构单一，难以在大型电商平台上形成丰富的产品矩阵。在物流配套方面，广安缺乏龙安柚产业链中完善的冷链储运体系，不能有效地对本地龙安柚产品进行初加工和收集转运。深加工及冷链物流能力的缺乏，使得产品附加值较低，极大地增加了产业规避风险的难度，难以抵御生鲜农产品在电商环境下的季节性波动和长途运输损耗。

3.3. 品牌意识淡薄与定价机制混乱，难以形成电商统领品牌

在电商品牌建设方面，龙安柚面临严重的滞后问题。许多种植户乃至部分包装加工企业缺乏品牌意识，甚至认为没有必要进行品牌建设，忽视了对品牌的塑造与维护。目前市场上虽有“广安龙安柚”等传统品牌，但缺乏全国知名度，且由于种植分散带来的品质难以整体把控，市场上存在优劣混杂、劣质品驱逐良品的现象，对品牌声誉造成了负面影响。部分厂家甚至频繁更换产品商标，导致消费者黏性不足，市场占有率低。此外，由于缺乏企业化经营和集中包装场所，大量龙安柚以“裸柚”或散装形式进入市场，这在注重视觉展示和品牌调性的电商环境中处于明显劣势。在定价方面，由于现阶段农产品电商整体发展面临一定的规范困境^[10]，种植户普遍存在价格定位混乱、定价主观随意性强等问题定价策略无法客观跟随市场变动，严重阻碍了龙安柚在电商市场上的良性溢价与竞争。

3.4. 销售渠道单一与营销推广乏力，阻碍线上市场拓展

尽管电商有所发展，但龙安柚的销售仍高度依赖传统的线下渠道。调研显示，在受访的种植户中，批发收购和现场零售占据了很大份额，而电商销售在总销量中的占比依然很小(仅约 13%)。由于根深蒂固的小农经济思想，大多数种植户各自经营，没有形成规模化的产业利益联结体，无力承担自主外销和独立电商运营的成本。在营销推广方面，促销手段较为单一，多数仅是以低价售卖的方式实现快速脱手，主动参与网络推广的比例极低。龙安柚生产者、采购商与销售商之间缺乏有机融合，对互联网、短视频带货、融媒体等新型商业推广模式认识不到位，缺乏切实有效的推广手段。同时，由于缺乏专业的电商运营团队和长效的引导机制，种植户对非官方的商业推广缺乏信任，严重制约了电商市场的做大做强。

4. 龙安柚电商发展的优化策略

针对上述龙安柚电商发展在种植基础、深加工与物流、品牌及定价、渠道与人才等方面面临的现实困境，结合国内其他地区(如浙江常山胡柚、广西容县沙田柚以及安岳县柠檬产业发展的相关经验与对策)的成功产业化经验^[11]，提出以下 4 个方面促进广安龙安柚电商高质量发展的优化策略。

4.1. 夯实产业基础，推进标准化种植与专业技术培训

电商的高质量发展源于优质且稳定的产品供给。针对种植基础薄弱、标准化程度低的问题，应加强果园基础设施建设，地方财政可设立“老旧果园改造专项补贴”，按亩均标准补贴水肥一体化滴灌设施

与无人机飞防设备。在技术培训方面,可在主产村设立“柚农夜校”,由农业科研院所与村委会结对子,开展“按户承包式”的技术指导,为中老年种植户提供涵盖优良果苗选育、科学施肥、病虫害绿色防控等全流程的系统技术培训。通过全面提升种植户的科学管理水平,确保龙安柚果品的一致性、优质率和标准化,从而为电商平台的持续销售提供坚实可靠的货源保障。

4.2. 深化产品精深加工,完善冷链物流与产业链升级

打破单一鲜果销售的季节性局限,是提升龙安柚电商抗风险能力和核心竞争力的必由之路。政府应通过招商引资和优惠减免等政策扶持,引进和培育具有精深加工能力的农业龙头企业。政府可牵头设立“龙安柚产业发展引导基金”,针对引进全自动榨汁、精油提取等深加工设备的企业给予一定比例的设备购置补贴。在现有产品基础上加大科研投入,重点开发龙安柚果汁、果酒、精油、果酱等高附加值的功能性食品和日化产品,形成丰富的电商产品矩阵,满足线上不同消费群体的细分需求。针对生鲜电商的物流痛点,采取“政企共建”模式,在乡镇集散地规划建设一批容量在百吨以上的产地预冷库,并引入第三方物流企业共同运营自动化分拣线,补齐冷链短板,推动整个产业链价值的全面升级。

4.3. 强化品牌塑造与统一定价,建立防伪溯源与包装体系

打造强势的区域公用品牌和规范的市场秩序是提升电商溢价的核心。政府和相关行业协会应统一“广安龙安柚”的品牌视觉形象,规范地理标志商标的授权与使用,坚决打击假冒伪劣行为。针对定价混乱现象,建议由广安市龙安柚产业协会出台“电商销售分级定价指导目录”,依据果径、糖度进行严格的A、B、C分级并设定价格区间。同时,联合技术公司开发“一物一码”微信溯源小程序,让消费者扫码即可清晰了解龙安柚的产地环境、采摘时间及质检报告,切实提升电商消费者的信任度。在包装方面,需彻底告别粗放的“散装”模式,引入专业设计团队开发适合快递长途防摔运输的精美包装,并运用新电商模式助推农产品营销优化的相关策略,全面提升产品的视觉展示效果与品牌附加值[12]。

4.4. 拓宽多元化电商渠道,培育数字营销与专业运营人才

拓展线上市场需要渠道创新与人才支撑的双轮驱动。应积极引导龙头企业、合作社与农户深化与统电商平台合作的同时,针对农产品电商直播营销面临的现实困境采取优化策略,大力拥抱“直播经济”和短视频带货[13]。鼓励地方干部、返乡青年成为“新农人”,通过抖音、快手等平台直观展示龙安柚的生长环境,开展产地直发直播;积极探索社区团购、社交电商等新零售模式,成倍扩大销售半径。针对电商运营人才匮乏问题,建议联合本地职业院校或具有资质的电商培训机构开设短期实操培训课程,课程内容应精准聚焦直播话术设计、短视频脚本撰写与剪辑、社群裂变运营等实战技能。地方政府牵头制定“新农人”返乡创业扶持计划,设立青年电商创业专项补贴,出台办公场地免费、三年小额贷款免息等激励措施。发挥农业龙头企业和合作社在资源整合中的组织引领作用,带领分散的小农户抱团对接大市场,全面提升龙安柚产业的数字化营销综合能力。

5. 结语

在数字经济与乡村振兴战略的交汇下,电商化已成为广安龙安柚产业破局升维的关键。面对种植基础薄弱、深加工滞后、品牌势能较弱及复合型人才匮乏等现实困境,传统模式的跨越绝非一蹴而就。未来,必须依托“政企社农”多方协同发力,通过夯实标准化生产基础、延伸深加工产业链条、擦亮区域特色品牌以及创新多元数字营销矩阵等综合施策,方能有效打破销售瓶颈。这不仅将全面赋能龙安柚产业的提质增效与果农增收,更能为中西部特色农产品突破电商化转型困境提供极具参考价值的“广安样本”。

参考文献

- [1] 郭凯凯, 高启杰. 农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J]. 现代经济探讨, 2022(2): 103-111.
- [2] 张莹莹. 广安农村电商发展对柚农的增收效应研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西南财经大学, 2022.
- [3] 晋澜珂. 基于史密斯模型的广安市农村电商政策执行问题研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 四川大学, 2024.
- [4] 广安市完善农村商业体系促进农村消费提升[EB/OL].
<https://swt.sc.gov.cn/sccom/dfsw/2021/8/6/42829a0548a641e7860b57eb7a679176.shtml>, 2021-08-06.
- [5] 广安市扎实推进智慧物流建设[EB/OL].
<https://swt.sc.gov.cn/sccom/dfsw/2024/9/24/ab01669b68bd44d8ad0eddb024a88168.shtml>, 2024-09-24.
- [6] 广安市商务局关于市政协六届四次会议第 044 号提案答复的函[EB/OL].
https://www.guang-an.gov.cn/zfxgk/jyta/pc/content/content_1961234418216443904.html, 2025-08-29.
- [7] 陆健. 生鲜农产品电子商务冷链物流协同与创新研究——以广安市生鲜农产品为例[J]. 智慧农业导刊, 2021, 1(5): 16-18+22.
- [8] 张晓艳. 电商助农背景下的农产品“网红”营销现状及对策分析[J]. 农业经济, 2023(1): 133-135.
- [9] 汪阳洁, 黄浩通, 强宏杰, 等. 交易成本、销售渠道选择与农产品电子商务发展[J]. 经济研究, 2022, 57(8): 116-136.
- [10] 罗猛, 林万龙. 农产品电商发展现状、困境与未来支持政策[J]. 世界农业, 2024(12): 37-50.
- [11] 蒋盼. 安岳县柠檬产业发展问题及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 雅安: 四川农业大学, 2025.
- [12] 侯月月, 陈辉. 新电商助推农产品营销优化策略研究[J]. 农业经济, 2024(12): 138-141.
- [13] 蒙菊花, 李良, 李辉. 农产品电商直播营销发展现状、现实困境与优化策略[J]. 商业经济研究, 2024(11): 126-129.