

互联网+背景下传统农业发展困境与解决措施的探究

黎思恩¹, 周辰浩¹, 阮真凤¹, 姜婉君²

¹广西外国语学院文学院, 广西 南宁

²重庆幼儿师范高等专科学校学前教育学院, 重庆

收稿日期: 2024年12月12日; 录用日期: 2025年1月29日; 发布日期: 2025年2月8日

摘要

我国作为农业大国, 农业地位举足轻重。互联网的发展给农业带来了机遇与挑战。传统农业存在诸多困境, 生产上以家庭为单元规模小、资金不足且缺乏标准规范; 销售上渠道单一、品牌塑造弱、难以适应竞争; 信息方面滞后且产业链沟通不畅。而互联网+农业提出了困境解决方案, 在生产环节可借助网络平台扩大规模、解决资金短缺并实现规范化; 销售上电商平台拓宽渠道、网络营销助力品牌建设与提升竞争力; 信息上通过搭建监测预警平台等强化信息敏感, 实现与市场和产业链的紧密对接。充分利用互联网, 传统农业有望转型升级, 实现现代化、高效化与可持续发展, 为农业发展增添新动力与价值。

关键词

互联网+, 传统农业, 困境, 转型

Research on the Development Dilemmas and Solutions of Traditional Agriculture under the Background of Internet+

Sien Li¹, Chenhao Zhou¹, Zhenfeng Ruan¹, Wanjun Jiang²

¹Faculty of Arts, Guangxi University of Foreign Languages, Nanning Guangxi

²Preschool Education College, Chongqing Preschool Education College, Chongqing

Received: Dec. 12th, 2024; accepted: Jan. 29th, 2025; published: Feb. 8th, 2025

Abstract

As a major agricultural country, China attaches great significance to agriculture. The development

文章引用: 黎思恩, 周辰浩, 阮真凤, 姜婉君. 互联网+背景下传统农业发展困境与解决措施的探究[J]. 可持续发展, 2025, 15(2): 1-5. DOI: 10.12677/sd.2025.152034

of the Internet has brought both opportunities and challenges to agriculture. Traditional agriculture is faced with numerous dilemmas. In terms of production, with the family as the basic unit, it features a small scale, insufficient funds and a lack of standardization. In terms of sales, there are problems such as a single channel, weak brand building and difficulty in adapting to competition. In terms of information, there is a lag and poor communication in the industrial chain. However, the Internet+ agriculture model has put forward solutions to these dilemmas. In the production process, network platforms can be utilized to expand the scale, solve the shortage of funds and achieve standardization. In the sales process, e-commerce platforms can broaden sales channels, and network marketing can help with brand building and enhance competitiveness. In terms of information, by building monitoring and early warning platforms and so on, the sensitivity to information can be strengthened to achieve close docking with the market and the industrial chain. By making full use of the Internet, traditional agriculture is expected to achieve transformation and upgrading, realize modernization, high efficiency and sustainable development, and add new impetus and value to agricultural development.

Keywords

Internet+, Traditional Agriculture, Dilemmas, Transformation

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. 前言

我国作为传统农业大国，农业资源丰富且农耕历史悠久，其对国家发展、社会稳定和人民幸福指数意义重大，是稳固根基所在[1]。随着互联网技术的迅猛发展，各产业格局被深刻改变，农业亦受其强烈冲击。信息技术向农村渗透，使互联网成为推动农业现代化进程的关键力量，既给农业带来前所未有的机遇，也使其面临诸多挑战。在互联网快速发展的当下，传统农业急需调整以紧跟其节奏，在新时代拓展盈利能力，从而在国民经济中发挥更突出的作用。此外，互联网视域下的农业发展模式为农村经济增长另辟蹊径，能促进农村“一二三”产业融合，带动农产品加工业、农村电商服务业、乡村旅游业等相关产业蓬勃兴起，创造更多的就业机会与经济收入来源，推动农村产业结构优化升级[2]。

2. 传统农业面临的发展困境

2.1. 生产过程遇阻

传统农业主要以家庭作为基本生产单元，此小规模分散经营模式呈现出碎片化特征，难以凝聚形成强大的整合力量。从土地资源利用视角分析，各家庭所持有土地面积通常较为狭小，且地块呈现分散、零碎状态，不利于开展大规模机械化作业与现代化农田规划。如播种季时，往往因地块面积狭小且布局缺乏规整性，使得大型播种机械无法有效运作，农户仅能借助人力或小型简易农具开展播种作业，其效率颇为低下，并且难以保障播种的均匀度与深度，进而对农作物出苗率及后续生长态势产生直接的负面影响。

在农资采购阶段，鉴于单个家庭农资采购量极为有限，在面对农资供应商时，缺乏议价能力。例如在化肥采购方面，大型农业生产企业和合作社可凭借批量采购优势获取显著价格优惠，而传统农户只能以较高单价购入少量化肥，这无疑极大地推高了生产成本。在农药、种子等农资采购过程中，同样面临类似困境，致使有限资金在农资这一基础性环节便被大量消耗，从而压缩了后续用于改善生产条件与技

术提升的资金投入空间。

此外，传统农业难以达成有效的生产管理与标准化作业，同一区域内，农作物种类繁杂，成熟周期各异，无法实施集中化田间管理与病虫害防治措施。在农产品收获环节，由于缺乏标准化生产流程，导致产出的农产品在质量、规格等方面存在明显差异，难以契合现代市场对农产品一致性与高品质的要求，导致其在市场竞争中处于不利地位，农产品附加值难以有效提升，农民经济收益亦难以实现实质性突破。

2.2. 销售过程受限

传统农业的销售渠道呈现出极为狭窄的态势，对于线下农贸市场以及批发商的依赖程度极高，农产品的流通范围被极大地约束，难以突破地域壁垒而迈向更为广阔的市场领域。同时，在传统销售模式的运作机制下，农产品需要历经多级批发商的流转环节，极大地削减了农产品的终端销售利润空间。不仅如此，在农产品从产地向销售地运输的过程中，由于运输条件的限制等因素，不可避免地产生了运输损耗，这部分损耗进一步减少农民的利润所得，资源的极大浪费与农民经济利益的严重受损^[3]。

再者，传统农业生产者在品牌塑造方面的意识极为薄弱，在销售过程中，多呈现出粗放式的经营模式，缺乏对农产品进行品牌包装与品牌营销的战略意识与实际行动。而在当今时代下，未经过品牌塑造与推广的农产品，在庞大而竞争激烈的市场环境中，难以在消费者的心智中留下深刻的印象与独特的认知，进而导致其市场份额极为有限^[4]。缺乏品牌的支撑使得农产品的附加值难以得到有效提升，无法实现农产品价值的最大化。

随着互联网技术的发展，农产品市场也不可避免地被卷入其中，市场竞争呈现出白热化的激烈态势。在互联网电商平台的强力推动下，国内外各类农产品得以突破地域限制与传统销售渠道的束缚，大量涌入市场，消费者在面对海量的农产品供应有极为丰富多样的选择空间。传统农业的生产经营模式难以在激烈的市场竞争环境中求得生存与发展。

2.3. 市场信息滞后

农产品市场价格具有高度的动态波动性，其变动受到多种复杂因素的综合作用与交互影响。如供需关系的变化、季节更替引发的生产周期性差异以及政府部门的宏观调控等。传统农户在获取价格信息方面，依赖的主要途径多为传统的人际关系网络等，在时效性存在严重缺陷，无法及时反映市场价格的即时变动情况，对农户的经济利益造成了极为严重的损害，削弱了其可持续经营与发展的经济基础。

伴随社会经济的高速发展以及消费观念的持续迭代升级，消费者对于农产品的需求结构与层次已发生深刻变革。传统农业深陷信息滞后的困境之中，难以精准洞察消费者需求所发生的变化趋势，其在生产实践过程中，依旧沿袭传统的经验主义生产模式与固有习惯进行农业生产活动，导致其产品在市场竞争格局中处于劣势地位，无法有效满足消费者日益多样化且精细化的消费需求。

农业产业链的各个环节，涵盖生产、加工、流通以及销售等领域，彼此之间需要构建紧密的协作关系，并实现高效的信息共享机制，以此为基础方能达成资源的优化配置目标，并实现整体效益的最大化。市场信息在传统农业产业链中的滞后性，使产业链上下游环节间普遍存在信息不对称现象^[5]。在实际运营过程中，容易引发生产过剩与供应不足现象同时并存的矛盾局面、农产品的质量水平因缺乏统一标准、交易成本居高不下等一系列严峻问题，严重制约了传统农业产业整体效益的提升空间。

3. 互联网+农业困境的解决方案

3.1. 优化生产环节

互联网技术的蓬勃发展为突破传统农业生产规模的局限提供了解决方案。借助互联网搭建的土地流

转信息平台，能够高效整合分散的土地资源信息，打破地域限制与信息壁垒，促进土地的规模化流转与集中经营。农户可将自家分散的土地信息发布于平台之上，供有大规模经营意向的农业企业、种植大户或农业合作社进行筛选，并对接合适的土地资源，实现土地的集约化整合，为开展大规模机械化作业创造有利条件。同时，利用互联网构建的农业生产管理系统，可对整合后的大规模农田进行精准化、智能化管理。通过在农田中广泛部署各类传感器，并借助互联网将实时数据传输至管理系统，科学制定生产计划、合理调配农业资源，帮助农业生产规模的有序扩大与优化升级。

借助农资电商平台，众多小农户可实现联合采购，形成规模效应，从而具备与供应商议价的实力。同时，互联网金融服务为农业资金融通开辟了新途径。农户通过农业众筹平台展示其农业项目规划、预期收益等信息，吸引社会公众投资[6]。投资者根据项目前景和预期回报进行投资，农户提前获得资金支持用于购买农资、改善农田设施等。此外，利用互联网大数据与农业供应链金融相结合的模式，金融机构可基于对农业产业链数据的分析，为农户和农业企业提供精准的金融服务，通过互联网平台对资金使用进行监控和管理，确保资金专款专用，提高资金使用效率，进一步助力传统农业突破资金瓶颈，实现可持续发展[7]。

通过建立农业大数据平台，能够对不同区域的土壤、气候、作物生长习性等海量数据进行收集、整理与分析，为每个区域制定科学合理的种植规划，确定适宜统一种植的农作物品种及最佳种植时间，从而实现区域内农作物种植的相对集中化与有序化，为开展标准化田间管理和病虫害防治创造基础条件。有助于农业生产者严格执行标准化生产，提升农产品质量，有效提升其附加值与市场竞争力，推动传统农业向标准化、规范化方向迈进。

3.2. 提高销售能力

电商平台的出现打破了传统的地域限制，极大扩宽了农产品的销售渠道。通过互联网消费者能够便捷地通过网络购买来自全国各地乃至全球的农产品，使各类农产品得以在电商平台上充分呈现。同时，在农产品销售过程中，电商平台大幅减少了中间环节，生产者可直接与消费者进行交易，省去了繁琐的中间环节[8]。电商平台整合物流、仓储等资源的功能，使得运作成本降低，使生产者也能获得更高的利润空间。

借助网络营销、社交媒体等手段，可提升农产品品牌的知名度和美誉度。利用短视频平台展示农产品的生长环境、种植养殖过程以及传统的加工工艺，让消费者直观感受到农产品的天然与纯正[9]。通过这种透明化、互动式的营销方式提升品牌的亲和力与可信度，建立起与消费者的情感连接与信任纽带。互联网还促进了农产品品牌的口碑传播与社群建设，极易形成涟漪效应，吸引更多的潜在客户。不仅如此，还可通过运营品牌社群，举办线上线下活动，增强消费者的参与感与归属感，将消费者转化为品牌的拥护者与传播者，实现可持续发展与价值增值[10]。

互联网可为消费者提供详细的产品信息、图片以及用户评价，使消费者能够更全面地了解农产品的品质和特点，极大突出传统农业绿色健康与纯天然的产品优势[11]。还可借助互联网旅游平台和社交媒体的宣传力量，将传统农业与乡村旅游、文化体验等产业深度融合，开发乡村农事体验等旅游项目，通过在线旅游平台进行推广，增加消费者对当地农产品有更深入的了解和喜爱，进而促进农产品的销售，提升传统农业的市场竞争力[12]。

3.3. 强化信息敏感

借助互联网，可搭建农产品价格实时监测与预警平台，整合农产品批发市场、电商交易平台以及国际贸易数据等多渠道信息源，对价格数据进行实时处理与深度分析，并通过数据挖掘算法精准捕捉价格波动趋势，以便农户迅速作出应对决策，调整生产计划或销售策略。其次，构建农业信息服务移动应用，

为农户提供便捷的价格查询与市场分析功能, 获取全国乃至全球范围内各类农产品的实时价格、历史价格走势以及不同地区的价格差异等详细信息, 及时对市场波动作出反应。

在互联网大数据的帮助下, 通过深度挖掘电商平台、社交媒体、线上调查问卷等多渠道的消费者数据以及社交媒体上关于农产品的话题讨论热度、消费者分享的美食图片与生活方式等信息, 从而清晰地了解到不同年龄、地域、消费层次群体对农产品品质、品种、包装、功能等方面偏好与需求变化趋势, 为农业生产提供精准的导向。还可利用互联网搭建农产品与消费者互动交流的平台, 鼓励消费者分享农产品食用体验、创意食谱、改进建议等内容, 及时解答消费者疑问, 收集反馈信息, 深入了解消费者内心真正的需求痛点和期望, 确保推出的农产品能够更好地满足消费者日益多样化和个性化的需求, 能够紧密贴合市场, 重塑传统农业在市场中的竞争力, 实现与现代消费市场的深度对接与协同发展。

互联网可帮助农户构建农业产业链信息共享平台, 整合生产端的农户、农业合作社, 加工端的各类工厂, 流通环节的物流企业以及销售端的批发商、零售商等主体信息[13]。通过平台实现信息的即时互通, 有效避免因信息不对称导致的生产过剩或供应不足。借助互联网开展产业链上下游的远程协作与智能决策支持, 通过视频会议、在线协同办公软件等工具, 产业链各环节的企业和从业者可随时进行沟通交流, 开展业务洽谈、技术培训与问题研讨, 帮助农业产业链不同环节的企业紧密连接在一起, 加强彼此合作, 促进利益最大化。

4. 总结

农业作为我国的根基产业, 在互联网时代面临着深刻变革。传统农业在生产、销售及信息获取等多方面困境重重, 生产上规模小、资金缺、缺标准, 销售上渠道窄、品牌弱、竞争力差, 信息上滞后且沟通不足。互联网为传统农业突破困境提供了全方位的解决方案, 若能充分利用, 传统农业有望在新时代实现转型升级, 走向现代化、高效化与可持续发展的新道路, 为我国农业发展注入新活力并创造更大价值。

参考文献

- [1] 2003 年我国国民经济发展的综合状况[J]. 科技和产业, 2004(3): 19.
- [2] 张继承. 河南省农业现代化的路径选择研究[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2010, 10(5): 28-32+42.
- [3] 郑燕妮. 乡村振兴背景下农村电子商务销售渠道的建设与发展[J]. 现代营销(经营版), 2019(6): 134.
- [4] 王静, 郭秋婷. “绿色生活”清洁剂品牌营销策略研究[J]. 品牌研究, 2019(1): 25-26.
- [5] 高原, 赵婧宏. 数字化背景下农业全产业链发展路径研究——以黑龙江省为例[J]. 现代农机, 2023(5): 3-5.
- [6] 焦冬梅, 张占富, 宋春艳. 我国可持续农业发展面临的主要问题及解决对策[J]. 黑龙江科技信息, 2010(2): 74.
- [7] 付娜. 基于物联网技术的小农户融资模式创新研究[J]. 天津农学院学报, 2020, 27(4): 83-88.
- [8] 赵玥. 数字经济背景下贵州省农产品营销渠道模式创新研究[J]. 物流工程与管理, 2019, 41(8): 138-139+113.
- [9] 董瑜. 三农自媒体在乡村振兴战略中的价值反思——基于“使用与满足”理论[J]. 新闻知识, 2018(12): 72-76.
- [10] 单娟, 崔晨虹, 武婕. 数字化时代的奢侈品牌: 感知价值的重构与展望[J]. 管理现代化, 2018, 38(3): 79-81.
- [11] 田晗. 乡村振兴视角下农村电商市场营销策略研究[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(10): 247-249.
- [12] 管贤俊. “互联网+精准扶贫”背景下农产品网络营销策略[J]. 河北农机, 2023(17): 97-99.
- [13] 周丹, 杨晓玉, 郝俊峰. 国外农产品流通模式借鉴[J]. 商业经济, 2020(8): 99-101+117.