

基于电子商务视角的河源市农特产品全域推广与公益销售模式研究

张凯棋¹ 吴兴生^{2*}

(1. 广东开放大学, 广东 河源 517000; 2. 河源市政协, 广东 河源 517000)

摘要: 在国家乡村振兴战略与广东省“百千万工程”政策背景下, 河源市农特产品资源丰富但面临品牌影响力不足、销售渠道单一、产业链条短等问题。本文基于电子商务专业视角, 结合河源市政协提案《关于推动河源市农特产品全域推广与公益销售助力乡村振兴的提案》, 从产品资源分析、市场机遇识别、电商模式创新、政策协同机制等维度, 系统探讨了电子商务在河源农特产品全域推广与公益销售中的作用与路径。研究提出以“公益证书+电商销售”为核心的全域协同电商模式, 构建“线上线下融合、品牌溯源一体、公益价值显化”的农特产品电商生态, 旨在为河源市乡村振兴与农产品数字化转型提供理论与实践参考。

关键词: 电子商务; 农特产品; 全域推广; 公益销售; 乡村振兴; 河源市

DOI: <https://doi.org/10.65196/8vjcv752>

一、引言

随着数字经济的快速发展, 电子商务已成为推动农产品上行、促进乡村产业振兴的重要引擎。河源市作为粤北生态发展区, 拥有东源板栗、连平鹰嘴蜜桃、龙川山茶油、紫金蝉茶、和平猕猴桃等一批优质农特产品, 并已打造“万绿河源”“河你有源”区域公共品牌。然而, 在品牌影响力、销售渠道、产业链延伸等方面仍存在明显短板。如何借助电子商务手段, 实现农特产品的全域推广与公益价值转化, 成为河源市落实乡村振兴战略、推进“百千万工程”的关键课题。

本文基于河源市政协提案内容, 结合电子商务专业理论与实务, 从产品资源整合、品牌数字化建设、公益电商模式设计、多渠道营销策略等方面, 系统构建河源农特产品电商推广体系, 旨在为地方政府、农业企业与电商平台提供可操作的路径建议, 推动河源农特产品实现从“产品优势”到“品牌价值”再到“社会价值”的跨越。

二、文献综述与研究背景

(一) 农产品电子商务研究进展

近年来, 农产品电商研究主要聚焦于模式创新、供应链优化、消费者行为等方面。“直播带货”“社交电商”“社区团购”等新型电商模式在农产品销售中广泛应用, 有效缩短了供应链环节, 提升了农产品流通效率。同时, 地理标志产品、区域公共品牌等概念与电商结合, 成为提升农产品溢价能力的重要途径。

(二) 公益电商与乡村振兴融合趋势

公益电商强调在商业行为中融入公益属性, 通过“消费即公益”模式吸引具有社会责任感的消费者。在乡村振兴背景下, 公益电商不仅能够促进农产品销售, 还能带动乡村产业发展、提升农民收入、支持乡村公益项目, 实现经济价值与社会价值的统一。

(三) 河源市农特产品电商发展现状

作者简介: 张凯棋, 大学生。

通讯作者: 吴兴生 (1974-), 男, 河源市政协经济界委员。

河源市已通过参加深圳食博会、十五运会“农立方”主题展示日等活动开展农产品推广，线上直播累计流量突破10万，取得初步成效。但整体而言，电商平台建设仍处于起步阶段，品牌数字化程度低、溯源体系不完善、公益属性未充分激活等问题突出。

三、河源市农特产品资源与市场机遇分析

(一) 农特产品资源禀赋

产品名称	核心产区	种植规模/产值	品牌荣誉
东源板栗	东源县	12.34万亩，年产量1.6万吨，综合产值4.4亿元	国家地理标志产品
连平鹰嘴蜜桃	连平县	8.8万亩，年产值突破21亿元	国家地理标志产品（申报中）
和平猕猴桃	和平县	5万余亩，国家级生产基地县	“粤字号”品牌
龙川山茶油	龙川县	品质优良，产业链初步形成	国家地理标志产品（申报中）
紫金蝉茶	紫金县	特色茶产业，文化底蕴深厚	“粤字号”品牌

(二) 市场机遇识别

1. 消费升级与公益意识增强：年轻消费者特别是学生与白领群体，更倾向于购买具有社会价值的产品。2025年广东旅博会期间，河源土特产现场交易额超10万元，意向客户500余家，说明市场对河源优质农产品具有较高认可度。

2. 政策支持与区域协作：广东省“百千万工程”、深圳对口帮扶协作等政策为河源农产品“融深融湾”提供平台。“农立方”主题展示日等活动实现赛事经济与土特产推广双向赋能。

3. 电商基础设施日益完善：直播电商、社交电商、内容电商等新模式为农产品上行提供多样化渠道。

四、电子商务在河源农特产品全域推广中的作用机制

(一) 品牌数字化与溯源体系建设

电商平台可集成产品溯源功能，通过“一物一码”实现从田间到餐桌的全流程可追溯。建议河源市加快制定《地理标志产品龙川山茶油》《地理标志产品连平鹰嘴蜜桃》等地方标准，并依托电商平台建立数字化溯源查询系统，提升产品公信力。

(二) “公益证书+电商销售”模式设计

设计“河源公益助农证书”数字化系统，与电商订单绑定。证书包含购买者信息、产品溯源信息、公益金额、唯一二维码等。消费者通过电商平台购买产品后，可实时查看公益资金流向（如40%用于生产者增收、30%用于乡村振兴项目等），增强参与感与信任感。

(三) 全域协同的电商渠道矩阵

构建“平台电商+社交电商+直播电商+社区电商”多渠道体系：

- 在天猫、京东开设“河源农特产品官方旗舰店”；
- 利用抖音、快手开展常态化直播带货；
- 与高校合作开展“校园公益电商节”；
- 在深圳对口帮扶平台设立“地理标志产品驿站”。

(四) 数据驱动的精营销

通过电商平台用户行为数据分析，识别目标消费群体（如珠三角白领、高校学生、文旅游客），开展精准推送。结合连平桃花旅游文化周、鹰嘴蜜桃文化周等文旅活动，开展线上话题营销与线下体验引流。

五、基于电商视角的实施路径与对策建议

(一) 建立全域电商协同工作机制

由市农业农村局牵头，联合市场监管局、文广旅体局、乡村振兴局等部门成立电商专项工作

组，统筹五县一区资源，明确电商平台建设、运营推广、质量监管等职责分工。

（二）构建电商公益认证与分配系统

开发“河源公益助农电商平台”，实现公益证书自动生成、资金透明分配、项目公示查询等功能。采用“成本+公益溢价”定价模式，溢价部分按比例反哺生产者、乡村振兴项目与运营推广。

（三）开展电商人才培养与团队建设

联合广东开放大学等高校，开展农产品电商运营、直播带货、内容创作等培训，培育本地电商人才。鼓励大学生返乡开展电商创业，给予政策与资金支持。

（四）推动农文旅电商融合

将农产品电商与乡村旅游、非遗文化相结合，打造“线上订购+线下体验”融合模式。例如，开发“板栗采摘+电商直播”“茶文化体验+电商销售”等文旅电商产品。

（五）强化政策与资金保障

将农特产品电商项目纳入市级乡村振兴重点工程，安排专项启动资金。对参与电商项目的企业、合作社给予税收优惠、贷款贴息等支持，鼓励社会资本参与电商平台建设与运营。

六、结论与展望

本文基于电子商务专业视角，系统分析了河源市农特产品资源现状、市场机遇与电商推广路径。研究表明，通过构建“公益证书+电商销售”为核心的全域电商模式，能够有效提升河源农特产品的品牌影响力、销售渠道广度与公益价值转化率。未来，随着5G、物联网、区块链等技术在电商领域的深化应用，河源农特产品电商有望实现更高效的供应链管理、更透明的溯源体系与更广泛的社会参与，为乡村振兴与区域经济协调发展注入持久动力。

参考文献：

- [1] 河源市政协. 关于推动河源市农特产品全域推广与公益销售助力乡村振兴的提案 [R]. 2025.
- [2] 广东省农业农村厅. 广东省“百千万工程”实施方案 [Z]. 2023.
- [3] 王晓明, 李静. 农产品电商与乡村振兴协同机制研究 [J]. 农业经济问题, 2024 (2): 45-52.
- [4] 张蕾, 陈吴. 公益电商模式在农产品上行中的应用路径 [J]. 电子商务, 2025 (5): 33-38.
- [5] 河源市统计局. 河源市农业产业发展报告 [R]. 2025.

Research on the Citywide Promotion and Public Welfare Sales Model of Heyuan Agricultural Specialty Products from the Perspective of E-Commerce

ZHANG Kaiqi¹, WU Xingsheng^{2*}

(1. Guangdong Open University, Heyuan, Guangdong 517000, China; 2. Heyuan Municipal Committee of the Chinese People's Political Consultative Conference, Heyuan, Guangdong 517000, China)

Abstract: Against the background of the national rural revitalization strategy and Guangdong Province's "High-quality Development Project for Hundreds of Counties, Thousands of Towns and Tens of Thousands of Villages," Heyuan City is rich in agricultural specialty product resources, but still faces problems such as

insufficient brand influence, limited sales channels, and short industrial chains. From the perspective of e-commerce, and in combination with the proposal of the Heyuan Municipal Committee of the Chinese People's Political Consultative Conference titled Proposal on Promoting the Citywide Promotion and Public Welfare Sales of Heyuan Agricultural Specialty Products to Support Rural Revitalization, this paper systematically explores the role and pathways of e-commerce in the citywide promotion and public welfare sales of Heyuan agricultural specialty products from the dimensions of product resource analysis, market opportunity identification, e-commerce model innovation, and policy coordination mechanisms. The study proposes a citywide collaborative e-commerce model centered on "public welfare certificates + e-commerce sales," and seeks to build an agricultural specialty product e-commerce ecosystem characterized by online-offline integration, integrated brand traceability, and the visualization of public welfare value. The aim is to provide theoretical and practical references for rural revitalization and the digital transformation of agricultural products in Heyuan City.

Keywords: E-commerce; Agricultural specialty products; Citywide promotion; Public welfare sales; Rural revitalization; Heyuan City