

楚雄州农产品电商供应链创新基地



农产品电商如何「一路向好」

近年来，在各级政府部门和社会各界的努力下，云南农产品电子商务建设体系不断完善、市场主体不断壮大、经济和社会效益显著。然而，受制于投入不足、基础薄弱、发展起步晚等因素，云南农产品电子商务发展还存在不少短板。下一步，云南农产品电子商务建设如何发力？记者采访了云南省商务厅电子商务处副处长彭继。

记者：近年来，云南农产品电商建设虽然成效显著，但存在的短板依然不少，您认为主要体现在哪些方面？

彭继：一是电商企业多而不强。从第三方监测数据看，尽管云南从事网络交易的网商数量达 77.5 万余家（户），但其中 73.3 万余家（户）是利用第三方平台或自媒体开展网络交易业务的应用型主体，占总数的 97.34%。

二是龙头企业奇缺。能够搭建自有平台上架产品的本省电商企业数量少、规模小，电商运营服务、经营管理、战略规划方面的高层次人才比较

匮乏，市场开拓能力不足，竞争难度大。目前，云南年销售额上亿元的电商企业凤毛麟角，示范和辐射带动力严重不足。

记者：存在上述问题的主因是什么？

彭继：一是云南的农产品商品化率不高。在发展中，初级农产品依靠人工分拣、分级现象普遍，效率低且规格、品质不统一，包装简陋且保鲜性差，产品质量难以保障，导致消费体验差。部分深加工农产品缺乏品牌和 SC 认证，导致许多好产品无法在大平台上架销售，制约了农产品的