

# 数字经济背景下贵州省农村电商发展现状及对策研究

王庆军

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年8月5日; 录用日期: 2024年8月30日; 发布日期: 2024年11月21日

## 摘要

近些年, 网络信息技术与数字经济繁荣发展, 为加速城乡之间各要素、资源有效流通与农村电商发展供给技术和经济基础。与此同时, 城市电商行业现已迈进白热化竞争阶段, 能够拓宽的市场空间也逐渐减少。在此环境下, 农村电商产业迎来全新发展契机, 并呈现出转变城乡地区分化现象不断扩大的趋势, 现已成为解决我国三农现实问题, 促进乡村振兴落实的重要路径。而本文正是以此为背景, 对贵州省农村电商现状进行研究。在此过程中, 本文结合了贵州省农村电商的发展特点, 来分析贵州省农村电商发展过程中存在的不足, 如基础设施不完善、物流体系不健全、电商人才短缺、品牌意识淡薄等问题。针对上述问题, 本文基于农村电商的相关理念以及贵州省农村地区的整体情况, 提出应完善网络基础设施建设, 培养专业电商人才, 完善物流体系建设, 提高乡村电商的品牌和信誉等措施。

## 关键词

贵州省, 农村电商, 数字经济

# Research on the Development Status and Countermeasures of Rural E-Commerce in Guizhou under the Background of Digital Economy

Qingjun Wang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 5<sup>th</sup>, 2024; accepted: Aug. 30<sup>th</sup>, 2024; published: Nov. 21<sup>st</sup>, 2024

## Abstract

In recent years, the prosperity and development of network information technology and digital economy have provided a technical and economic foundation for accelerating the effective circulation of various elements and resources between urban and rural areas and the development of rural e-commerce. At the same time, the urban e-commerce industry has now entered a stage of white-hot competition, and the market space that can be broadened is gradually decreasing. In this environment, the rural e-commerce industry has ushered in a new development opportunity, and has shown a trend of transforming the differentiation between urban and rural areas, which has now become an important path to solving the practical problems of China's agriculture, rural areas and rural areas and promote the implementation of rural revitalization. It is against this background that this paper studies the pattern of rural e-commerce in Guizhou. In this process, this paper combines the development characteristics of rural e-commerce in Guizhou Province to analyze the shortcomings in the development of rural e-commerce in Guizhou, such as imperfect infrastructure, imperfect logistics system, shortage of e-commerce talents, and weak brand awareness. In view of the above problems, based on the relevant concepts of rural e-commerce and the overall situation of rural areas in Guizhou, this paper proposes that in order to solve these problems, measures should be taken to improve the construction of network infrastructure, cultivate professional e-commerce talents, improve the construction of logistics system, and improve the brand and reputation of rural e-commerce.

## Keywords

Guizhou Province, Rural E-Commerce, Digital Economy

Copyright © 2024 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

随着数字经济的快速发展,电子商务在中国的普及和发展已经成为一种趋势。在这种背景下,贵州省的农村电商也开始逐渐崛起。然而,贵州省农村电商仍然面临着诸多问题,如基础设施建设不足、物流配送不畅、消费者信任度低等等。根据中国二十大报告的内容,2021年中国电商交易额达到34.81万亿元,同比增长16.5%。其中,农村电商市场占据了重要的一席之地,成为推动中国电商发展的重要力量。同时中国政府也逐渐加大对农村电商的支持力度,鼓励农村电商的发展,推进农村经济的转型升级。电子商务自2014年下半年以来,农村电子商务迎来了从未有过的关注和重视。2014至2016年间,中共中央连续三年在开年发布的第一号文件中都以不同的要求和举措内容指出要格外重视推进农村电子商务的发展。尤其是在2018年的一号文件中直接提到:若想大力推进农村电子商务的快速健康发展,必须着力建设覆盖面广的大规模基础设施、鼓励和促进市场主体通过创新加快与新兴农业产业的融合,助推农村电子商务规范化发展。2023年最新发布的中央一号文件则进一步点明了要重点发展农产品加工、乡村休闲旅游、农村电商等产业,同时明确指出要规范农副产品直播带货的健康发展。

在此背景下,贵州省也开始加大对农村电商的支持力度,积极推动农村电商的发展。然而,贵州省农村电商仍然存在一些问题,需要采取相应的对策来解决。例如,贵州省可以加强农村电商的基础设施建设,完善物流配送网络,提升消费者信任度,同时加强农产品品质和品牌的提升,提高农村电商的核

心竞争力。总的来说,随着数字经济不断发展优化,贵州省农村电商的发展前景广阔,但也需要政府和企业共同努力,加强基础设施建设和品牌建设,提高服务水平和消费者体验,以推动贵州省农村电商的发展,推进贵州省农村经济的转型升级,对实现贵州省乡村振兴和共同富裕具有重要意义。

## 2. 文献综述

回顾相关研究成果,研究重点主要集中在以下领域:

首先是探讨农村电商与“三农”问题之间的联系。基于农村电商的数字经济体系,已成为推动我国乡村振兴战略实施的核心动力。同时,凭借其便捷性,农村电商在众多领域的普及,对农村居民的生活产生了深远影响。有研究者提出,农村电商在促进农村经济发展上,可以重构农业产业结构,增加农业的附加值,提升农业在产业链中的地位,增强农业的创新动能[1]。在调整产业结构方面,农村电商的快速发展促使农村基础设施如道路、网络和物流体系得到完善,推动了农村服务业的成长,直接促进了当地经济的繁荣[2]。

此外,农村电商在生产经营活动中,带来了信息和技术上的红利,降低了信息获取与传播的成本,消除了信息障碍,提高了农业的经营效率[3]。农村电商在降低农产品的流通和交易成本上发挥了积极作用,减少了市场风险,简化了农产品参与国际贸易的难度,提升了我国农产品的国际影响力和竞争力[4]。在农村消费领域,农村电商的发展大幅缩小了城乡消费差距,扩大了农村网购人群,激发了消费潜力,拓展了农村消费市场。

最后,农村电商虽然发展迅猛,但是也存在着许多的问题。从政府角度看,在政治任务的压力下,多数电商村成了形象工程,地方政府在制度支持方面未能切合农村电商的实际需求,缺乏有效的风险应对措施,并未建立防返贫机制,这些因素制约了农村电商的持续发展[5]。从基础设施建设方面看,我国的农村电商的基础设施和配套服务亟需改善,三级电商网络存在连通性差、网速慢和费用高的问题。物流服务方面也显不足,冷链物流建设落后,末端配送问题突出[6]。从人才方面看,农村面临“空心化”加剧,福利待遇欠佳,缺少人才引进机制,难以吸引城市人才。同时,村委会成员年龄结构偏老化,缺乏更新知识和技能的能力,限制了农村电商的进步[7]。从电商运营方面看,我国农村电商正处于成长向成熟的过渡期,面临着溯源体系不健全等问题,由于农产品流通链条长,溯源体系只覆盖了部分产品及环节,易导致劣质产品驱逐优质产品的问题[8]。

通过对相关文献的梳理可知,农村电商作为数字经济体系的重要组成部分,对推动我国乡村振兴战略具有重要作用。它在促进农村经济发展、调整产业结构、提高农业附加值、增强农业创新动能等方面发挥了积极影响。同时,农村电商缩小了城乡消费差距,提升了农村消费市场的潜力。然而,农村电商发展中也存在诸多问题,包括政策支持不力、基础设施建设不足、人才短缺以及电商运营中的溯源体系不完善等。这些问题需要得到有效解决,以促进农村电商的持续健康发展。

## 3. 数字经济背景下贵州省农村电商发展现状

### 3.1. 贵州省数字经济规模发展现状

见图 1 可知,2016~2022 年贵州省数字经济的规模呈现出逐年上升的趋势,从 2016 年的 2327 亿元增长到 2022 年的 7891 亿元,增长了约 3.4 倍;从规模增速看,贵州省数字经济规模增速 2017 年最高,达到了 37.2%,此后增速有所放缓,但总体保持在 10%以上,2017~2022 年贵州省数字经济规模增速均显著超过了全国数字经济规模增速;见图 2 可知,贵州省数字经济增加值占 GDP 的比重总体上与全国平均水平保持一致,且 2016~2022 年的比重水平都呈现出先降低再缓慢上升的过程<sup>1</sup>。

<sup>1</sup> 数据来源于贵州省大数据发展管理局: <https://dsj.guizhou.gov.cn/>。

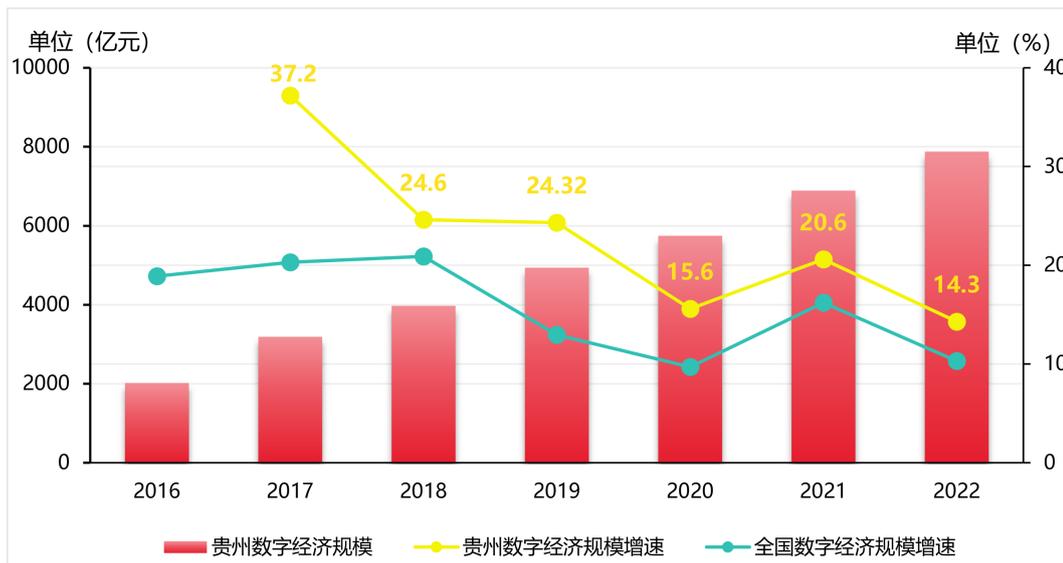


Figure 1. Changes in the scale of digital economy in Guizhou province  
图 1. 贵州省数字经济规模变化

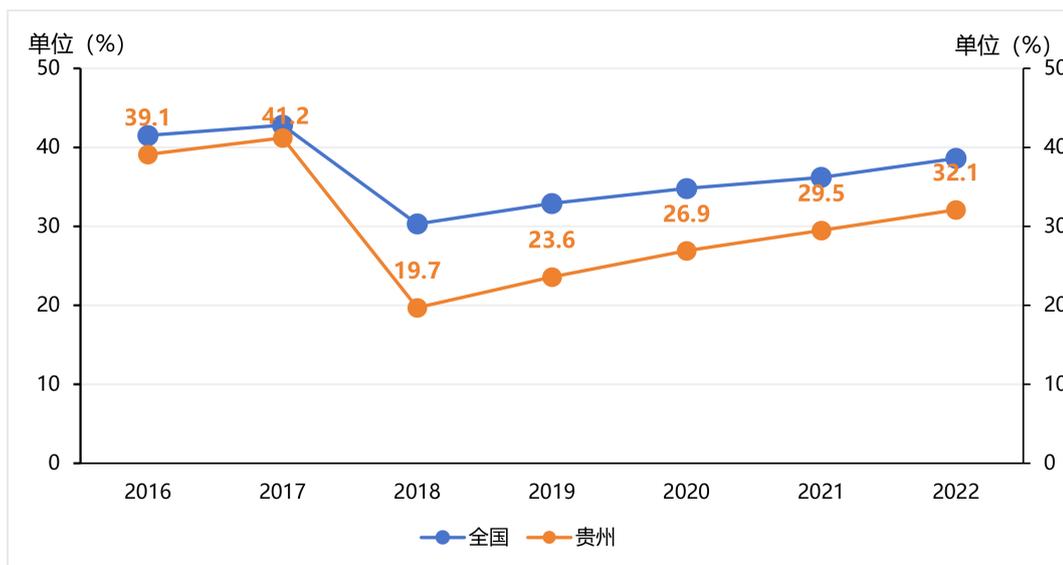


Figure 2. Proportion of digital economy added value to GDP in Guizhou province  
图 2. 贵州省数字经济增加值占 GDP 比重

### 3.2. 数字要素驱动业现状

贵州省数字化基础设施建设不断完善。截止 2023 年末，贵州省大数据领域项目投资完成 295.35 亿元，同比增长 43.79%，全年整体实现强势正增长，为贵州省数字经济高质量发展作出积极贡献；贵州省新建 5G 基站 3.57 万个，累计建成 5G 基站 12.02 万个；互联网出省带宽累计 4.53 万 Gbps；新增光缆长度 30.4 万公里，累计已达 211.4 万公里(其中通信光缆长度累计达 197.4 万公里)；新增接入光端口数 196.74 万个，累计已达 2391.86 万个；完成光纤到户数 136.92 万户，累计已达 3435.47 万户，互联网已经成为本省居民生活消费、城市运行、产业发展的重要载体<sup>2</sup>。

<sup>2</sup> 数据来源于贵州省人民政府：<https://www.guizhou.gov.cn/>。

### 3.3. 产业数字化发展现状

近年来,贵州省紧密结合“互联网+现代农业”的发展战略,大力推动智慧农业体系建设。依托科技创新,贵州省农业与科技深度融合,农业智慧化进程不断加快。

为了加速智慧农业工程的实施,贵州省积极推动物联网、大数据、3S 技术等前沿信息技术的深度融合与应用。通过试验和示范,成功打造了“贵州省农业云”这一物联网创新模式。推进大数据、云计算、人工智能等技术在农业全产业链中的广泛应用,实现了“互联网+”与农业生产、经营、管理、服务的高效融合,农业生产智能化水平显著提升。

农业大数据的实施简化了种植和管理流程,节约了生产成本,促进了农产品质量的提升和生态农业品牌的建设。大数据管理平台通过资源整合、数据采集监测和数据分析应用,深入分析农作物生长情况,并提供针对性的解决方案。农民能够在家中掌握农作物生长动态,及时进行科学管理,极大地方便了农业生产,农业大数据平台的建立,为农民提供了丰富的农技知识和农业管理信息,拓宽了生产视野,丰富了农业种植模式。

### 3.4. 贵州省农村电商发展现状

贵州省乡村农事活动十分活跃,具有十分广阔的发展前景。过去由于网络基础设施的缺乏,农产品的销售和融资途径极为单一,严重制约了农业的市场拓展与经济效益。然而,随着数字经济的发展,为农产品市场注入了新的活力,不仅拓宽了销售渠道,也优化了融资途径,从而彻底颠覆了原有的发展格局。目前,贵州省加强了对农产品销售情况的重视程度,开始引进各大电商平台,调整产业结构。从全国范围看,2022 年的中国农村网络零售额为 2.17 万亿元,占了全国网络零售总额比例的 15.74%,同比增速为 3.6%。其中,农村实物商品网络零售额为 1.99 万亿元,同比增长 4.9%,这说明电商平台已成为农产品销售的主要平台。因此,将数字经济与电子商务平台相结合,对贵州省乡村振兴具有一定推动作用<sup>3</sup>。

## 4. 数字经济对贵州省乡村电子商务的影响及存在问题

### 4.1. 网络基础设施有待完善

#### 4.1.1. 信息基础设施尚不健全

截至 2022 年底,贵州省累计建成 5G 基站 8.43 万个,每万人基站数超全国平均水平。“十三五”期间,贵州省信息基础设施综合水平进入全国第二方阵(第 15 名),成为全国重要的互联网枢纽、信息枢纽、数据枢纽。近年来,贵州省适度超前布局以 5G 网络为代表的新型基础设施建设。

自全面实施“六网会战”以来,贵州省大数据领域投资从 2019 年的 127.7 亿元增加到 2022 年的 205.4 亿元,年复合增长率 17.1%,4 年累计完成投资 637.6 亿元,远超既定的 500 亿元投资目标。2020 年,贵州省启动 5G 网络规模化部署后,同年年底实现 5G 网络县县通,2021 年实现 5G 网络乡乡通,2022 年贵州省行政村 5G 网络通达率超 50%,5G 基站连续三年大幅增长。截至 2024 年 6 月末,贵州省基础电信企业电话用户总数 4849 万户,其中固定电话用户 230.2 万户,移动电话用户 4618.8 万户,4G 移动电话用户 1897 万户,5G 移动电话用户数 2464.1 万户。贵州省固定互联网宽带接入用户总数 1644.2 万户。其中,光纤接入用户占比 95.6%。贵州省移动互联网用户 4277.1 万户,蜂窝物联网用户 1119.8 万户,IPTV 用户数 1116.2 万户<sup>4</sup>。

<sup>3</sup> 资料来源于商务大数据:<http://www.mofcom.gov.cn/>。

<sup>4</sup> 数据来源于贵州省通信管理局:<HTTPS://GZCA.MIIT.GOV.CN/>。

### 4.1.2. 乡村信息化服务水平有待提高

在农村电子商务体系建设进程中，随着电商逐步渗透至乡村地带，针对贵州省的特定发展态势，对该地区各类特色农产品进行了深度发掘。在贵州省，成功打造了“贵州省优品网”、“贵州省农村电商网”、“贵州省电子商务公共服务平台”以及“贵州省农产品电商平台”等多家网络平台。这些电商平台的崛起，为贵州省农副产品的市场拓展提供了新渠道，不仅有效促进了当地农产品的快速流通，还借助电商平台的多样化服务，为众多电商参与者提供了便利，大幅提升了贵州省农业的整体服务质量和效率。

### 4.2. 乡村电商人才匮乏

在贵州省农村地区，电商人才的短缺与对电子商务认知水平的不足，成为制约当地电商发展的关键因素，不容忽视。在这些农村地带，由于农民普遍受教育程度有限，对电子商务的理解较为浅显，且缺乏网络应用能力。他们对计算机和互联网知识的掌握不足，信息意识和概念相对较弱。尽管一些人对农村电商的发展潜力持乐观态度，由于当地居民的消费观念尚未完全转变，影响了电商与消费的协调发展，未能有效激发消费潜力。

### 4.3. 乡村物流体系有待健全

贵州省地处中国西南地区，地势多为山地，在一定程度上制约了当地农产品的出口，很多偏远地方因为交通不便而不能大量运送农产品。并且，贵州省农村居民与居住地分布较散，这给农产品的大规模运输带来了很大难度。

截止 2021 年贵州省邮政邮路总条数 1316 条，比上年末增加 434 条。邮路总长度(单程) 161,501 公里，比上年末减少 13,911 公里。贵州省邮政农村投递路线 3282 条，比上年末增加 151 条；农村投递路线长度(单程) 136,763 公里，比上年末增加 14,080 公里。贵州省邮政城市投递路线 2307 条，比上年末增加 202 条；城市投递路线长度(单程) 47,939 公里，比上年末增加 6558 公里。贵州省快递服务网路条数 3606 条；快递服务网路长度(单程) 538,864.57 公里。

截止 2023 年，贵州省邮政行业寄递业务量完成 111,457.57 万件，同比增长 19.08%。其中，快递业务量完成 66,135.74 万件，同比增长 34.41%。2023 年贵州省邮政行业业务收入(不包括邮政储蓄银行直接营业收入)完成 134.07 亿元，同比增长 19.66%。其中如图 3 所示：快递业务收入完成 89.57 亿元，同比增长 23.26%。快递业务收入占行业总收入的比重为 66.81%，比上年提高了 1.95 个百分点。

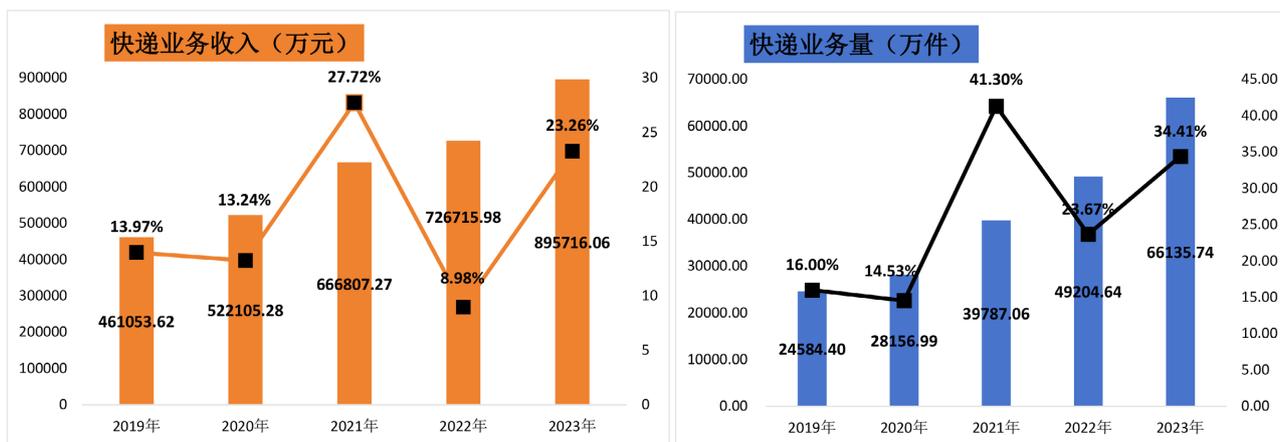


Figure 3. Development of express delivery business in the province from 2019 to 2023

图 3. 2019~2023 年全省快递业务发展情况

## 4.4. 缺乏当地特色品牌

### 4.4.1. 品牌意识薄弱

贵州省有九山半水半分田的美誉，多年来，贵州省的很多特色农产品“藏在深山无人知”，生于山，烂于山，众多优质的农产品由于并不出名，这造成了优质农产品出不了贵州省。贵州绿茶、都匀毛尖、兴仁薏仁米、遵义朝天椒、贵州黄牛、黔东南小香鸡、黔菌、修文猕猴桃、遵义红、镇宁蜂糖李，这些常见的农产品因缺乏公众的关注，在省外不为人所知。贵州省计划到 2025 年实现绿色优质农产品占比超 20%，建设 1 个重点市、6 个重点县、58 个生产基地。同时，培育 3 个特色品种，构建 6 项品质指标体系，制定 3 项操作规程，推广 3 项绿色生产技术标准。推动“十百千万”工程，设立 2 个市场专区、11 个商超专柜，培养 110 名推广专员，争取建立 1 个国家级农产品科技成果转化试验站。

### 4.4.2. 产品同质化严重

贵州省主销农产品以大米、菜籽油、蔬菜、瓜果、蜂蜜等为主，产品多为简单包装，直接销售，未进行特殊加工、概念化包装及理念的附加，产品的同质化比较严重。贵州省农产品品牌因缺少明确的定位和差异化的营销策略，使得品牌形象较为含糊，不易在消费者脑海中留下深刻印象。这种情况使得这些品牌在激烈的市场竞争中难以凸显，难以吸引消费者的目光和实现销售。在选购商品时，消费者往往倾向于选择那些具有较高知名度的区域农产品，导致其他未建立品牌的农产品难以在市场上获得良好的销售渠道。为了提升销量，“无品牌”农产品常采用降价促销手段，部分经营者之间甚至出现恶性竞争。在价格战的压力下，企业为确保盈利，有时会在产品质量上做出妥协。

## 5. 数字经济对贵州省乡村电子商务的影响及对策建议

### 5.1. 加强网络基础设施构建

在网络布局方面，需强化基础设施的铺设工作，拓宽网络在偏远地区的覆盖，延伸光缆线路，推动光纤到村到户，加速网络深度普及和热点区域的全面覆盖。同时，增强农村电网的供电能力及网络信号的接收性能，逐步增设乡镇以上区域的 5G 基站，并投入实际应用，提高互联网在 PC 和移动端的普及率。积极发展农村信息网络，拓展宽带、移动互联网和数字电视的覆盖范围。在物联网、5G、人工智能、大数据等前沿技术领域加快步伐，促进农村广播电视事业的发展，并持续推动信息化进程，构建全新的农村公共服务平台。

### 5.2. 提高乡村信息化服务品质

为乡村数字经济的发展打下坚实基础，依托贵州省的“数字农业云”平台及“三农”信息服务系统，建立完善的“三农信息服务”平台。在城乡积极发展“互联网+”、智慧物流和集散中心等新型业务。推动线上线下服务的融合，促进网络技术与新型农村商业模式的结合，推动农村地区数字共享经济的繁荣。

### 5.3. 培育专业电商人才队伍

#### 5.3.1. 强化内部人才培养

针对农村电商发展中人才短缺的问题，坚持基本培训与精准培训相结合，普及法律法规、网店注册、商品上架等基础知识，并对有一定规模的网店从业者进行内容运营、直播推广等方面的专业培训，提升其团队管理和绩效配置能力，助力网店经营者快速成长。

#### 5.3.2. 引入外部优秀人才

在优化电商市场环境和营销氛围的同时，积极吸引农业从业者、大学生、退伍军人等加入农村电商

领域。在互联网、大数据、人工智能快速发展的背景下，5G 的布局和移动网络的便利性正在改变消费者的消费习惯。在培养本土电商团队的同时，还需改善人文环境，吸引更多优秀电商人才。

#### 5.4. 优化物流配送系统

贵州省农村物流虽取得显著进展，但仍面临末端配送等问题。为此，需完善三级物流体系，合理规划乡镇、乡村道路和建筑布局，重点发展县、乡、村电商服务站，构建物流集散中心，整合优化现有服务站点，形成网络化的布局结构。

#### 5.5. 提升乡村电商品牌与信誉

##### 5.5.1. 增强品牌意识

加强特色农产品品牌建设，增加政策支持和财政补贴，完善农产品质量安全监管体系，对认证企业给予奖励。推广企业品牌和农产品品牌，打造“黔茶”“黔酒”“黔织”“黔珍”“黔食”等“黔系列”品牌。

##### 5.5.2. 打造核心农产品

通过独特的产品策略，创建有特色的品牌，解决产品销售难题。利用网络平台和电视广告宣传贵州省的都匀毛尖茶、盘县火腿、罗甸火龙果、水城猕猴桃等特产，积极参与国际展会，推广农产品。同时，通过公益组织助力贫困地区特产的市场营销。

### 6. 结论

在数字经济不断发展的背景下，贵州省农村电商得到了迅猛的发展。目前，贵州省农村电商已经成为贵州省农村经济发展的重要推动力之一。一方面，贵州省政府积极推进农村电商的发展。政府加大了对农村电商的扶持力度，提出了一系列政策措施，如加强对电商平台的资金支持、对电商人才的培养、对电商物流体系的建设等。这些政策措施为农村电商的发展提供了良好的环境和政策支持。另一方面，贵州省农村电商发展的市场需求不断增长。贵州省农村地区经济发展水平较低，农产品销售存在一定难度，通过电商平台，农村地区的产品可以更好地销往城市和其他地区，农产品销售渠道得以拓宽。同时，消费者也更加便捷地获取到农产品和其他农村特色产品，对农村电商进行合理规划，运用新媒体平台开拓市场，加大宣传力度，打造特色产品，赢得良好口碑。

### 参考文献

- [1] 张颢瀚. 区域经济发展与农村电商产业集聚的协整研究[J]. 商业经济研究, 2023(22): 122-125.
- [2] 何铁林. 普惠金融赋能农村电商产业升级机制与空间溢出效应[J]. 商业经济研究, 2021(11): 169-172.
- [3] 申姝红, 郭晶. 数字经济模式下农村电商产业高质量发展研究[J]. 农业经济, 2023(8): 122-125.
- [4] 王莹, 杜彦君. 农村电商发展对农村居民消费支出的影响机制研究——基于绝对收入增加的中介作用[J]. 商业经济研究, 2024(12): 113-116.
- [5] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴: 价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.
- [6] 李怡娴. 农村电商助力乡村振兴: 内在机理、现实堵点及纾解之策[J]. 农业经济, 2024(7): 135-138.
- [7] 肖国安, 陈谦, 王文涛. 乡村振兴战略背景下我国农村电商发展路径研究[J]. 贵州社会科学, 2022(10): 161-168.
- [8] 郭玉杰. 基于 ARMA 模型的农产品供应链成本优化研究[J]. 商业经济研究, 2024(15): 109-112.