

# 贵州省农村电子商务的高质量 发展研究——基于SWOT分析法

刘思玥, 代禄敏

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年7月11日; 录用日期: 2024年10月10日; 发布日期: 2024年10月17日

## 摘要

近年来, 贵州的农村地区电子商务发展迅速, 贵州省作为中国西南地区的一个重要省份, 其独特的地理和文化背景使其在发展电子商务时面临特别的挑战和机会。将高质量发展理念融入电子商务实践, 不仅可以推动贵州经济的增长, 还可以保护其丰富的自然资源和文化遗产。本文以贵州省为例, 通过分析贵州农村电子商务高质量发展的必要性, 指出目前贵州农村电子商务高质量发展面临的优势、劣势、威胁、机遇, 提出了农村电子商务高质量发展的对策, 这对于助力贵州农村地区的进一步发展和贯彻落实乡村振兴战略具有一定的借鉴意义。

## 关键词

农村地区, 电子商务, 高质量发展, SWOT分析

## Research on the High-Quality Development of Rural E-Commerce in Guizhou Province Based on SWOT Analysis

Siyue Liu, Lumin Dai

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 11<sup>th</sup>, 2024; accepted: Oct. 10<sup>th</sup>, 2024; published: Oct. 17<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

In recent years, the development of rural e-commerce in Guizhou has been rapid. As an important province in southwestern China, Guizhou's unique geographical and cultural background presents

specific challenges and opportunities for developing e-commerce. Integrating high-quality development concepts into e-commerce practices can not only promote economic growth in Guizhou but also protect its rich natural resources and cultural heritage. Taking Guizhou Province as an example, this paper analyzes the necessity of high-quality development of rural e-commerce in Guizhou, identifies the current strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by Guizhou's rural e-commerce, and proposes countermeasures for its high-quality development. These insights are valuable for furthering the development of rural areas in Guizhou and implementing the rural re-vitalization strategy.

## Keywords

Rural Areas, E-Commerce, High-Quality Development, SWOT Analysis

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

农村电商的高质量发展是指在农村电子商务领域中,通过优化和升级各个环节,切实提升农村电子商务的整体水平和竞争力,使其在推动农村经济发展、农民增收和乡村振兴方面发挥更加重要的作用,实现经济效益、社会效益和生态效益的全面提升。农村电商的高质量发展不仅是要在数量上扩展,更重要的是在质量上提升,使其真正成为推动农村经济社会全面发展的重要引擎。

## 2. 推动贵州农村电商高质量发展的必要性

贵州作为一个以农业为主导的省份,进一步推动贵州农村电商高质量发展是大势所趋,有其必然性。第一,促进农村经济的发展。农村电商的发展可以促进农村经济的增长和产业升级,拓展农产品销售渠道,提高农民收入。贵州省地处西南地区,拥有丰富的农产品资源,如茶叶、水果、药材等。通过电商平台,可以更好地推广和销售这些优质的农产品,提高农民的收入水平。第二,推动乡村振兴战略的落实。农村电商与乡村振兴战略相互促进,电商为乡村振兴提供了新的发展路径和动力,乡村振兴战略为电商提供了良好的政策环境和支持。乡村振兴战略是国家长期推进的重要战略,贵州农村地区地处偏远,整体落后,是国家实施乡村战略的重点区域,发展农村电商是贵州乡村振兴的重要途径之一。第三,习近平生态文明思想在贵州农村的生动实践。推动农村电商的高质量发展是在贵州践行习近平生态文明思想的题中应有之义。“牢固树立和践行绿水青山就是金山银山的理念” [1],贵州农村电商不光要发展,还要绿色发展,可持续发展,高质量发展,不仅要创造经济效益,还要创造环境效益、生态效益。

## 3. 贵州省农村地区电子商务高质量发展的优势(S)与劣势(W)

### 3.1. 贵州省农村地区电子商务高质量发展的优势分析

#### 1. 人力资源成本和土地成本低

第一,贵州省人力资源成本低。在贵州省推动电子商务高质量发展有利于降低企业成本,增强竞争力。国家统计局数据显示,2023年贵州居民人均可支配收入27,098元,在全国31个省级行政单位中排名第30位[2],人力资源成本相比周边省份低,在西南地区具有一定优势。第二,贵州农村地区土地成本低,上涨幅度小,有利于电商企业稳定长期发展。土地成本低,减少了相关企业的成本,增强竞争力。贵

贵州省农村地区的房屋均价更是普遍低于贵州省房屋均价, 这有利于企业租赁较大场地实施环保项目, 如采用太阳能供电的仓储设备, 支持可持续农业的发展, 为贵州农村地区发展电商减少了阻力。

## 2. 贵州农村地区电商发展潜力巨大

第一, 贵州特色农产品资源丰富, 有进一步深挖空间, 有利于打造特色电商品牌。贵州省内有许多尚未深入开发的优质特色资源, 如牙舟陶器、苗绣和蜡染等, 这些资源有着巨大的潜力, 进一步挖掘这些资源将有助于打造独具特色的电商品牌。通过深入开发和推广这些传统工艺品, 可以提升它们的知名度和市场价值, 为当地经济带来新的增长点。同时, 贵州农产品不仅可以进行原材料销售, 还可以进行深加工, 开发出更多具有地方特色和品牌效应的农产品。例如, 将贵州的茶叶进行深加工, 制成茶叶精油、茶叶饮料、茶叶保健品等系列产品, 通过电商平台进行创新销售, 拓展产品市场, 提高附加值, 增加农民收入。第二, 贵州农村地区网络普及率较高。随着信息技术的发展, 贵州农村地区的网络普及率不断提高。越来越多的农村地区实现了宽带网络覆盖, 居民能够更方便地接入互联网, 进而使用电商平台进行在线购物。移动上网设备逐步普及, 奠定了贵州省发展电子商务的物质基础。更快的移动网速能够确保消费者享受到更优质的电商购物体验。第三, 贵州不断推动农村电商发展, 完善电商服务体系。截至目前, 全省已创建国家级和省级电子商务进农村示范县 79 个, 建成县级电商运营服务中心 79 个, 建成村级电商服务站点 4306 个, 快递物流实现乡镇全覆盖[3]。

## 3.2. 贵州省农村地区电子商务高质量发展的劣势分析

### 1. 贵州农村电商参差不齐, 缺乏市场意识与绿色发展理念

第一, 农产品经营分散, 缺乏市场意识。贵州省内当前许多小规模经营农户缺乏市场意识, 对于农村电子商务相关知识和技术了解并不多, 所以在经营上仍是重生产、轻市场的状态, 缺乏专业的指导。由于经营分散, 规模较小, 产业不集中难以形成规模经济。同时, 贵州本土电商企业缺乏知名品牌, 农村电商品牌的建设较为落后。第二, 贵州农村电商企业绿色发展理念意愿不强。许多农村电商企业在运营过程中更注重眼前的经济利益, 而忽视了长期的可持续发展目标。他们往往倾向于追求快速盈利, 而不是投入时间和资源去建立一个长期稳定的商业模式。此外, 农村电商企业普遍面临资源和技术上的限制, 无法投入大量资金和技术力量去开发和实施高质量发展的解决方案。许多企业缺乏技术支持 and 创新能力, 难以取得突破。

### 2. 基础设施不完善, 尤其是物流系统和网络覆盖

第一, 物流配送不畅。农村地区的交通条件相对欠缺, 物流配送不畅可能成为影响农村电商发展的因素。当前, 贵州省内的物流交通基础设施日趋完善, 但很多农村的道路狭窄崎岖, 农产品的生产又多位于更为偏远山村地区, 和工商业的产品相比, 农产品具有季节性、保质时效短等特点, 对物流的要求极高, 由于偏远地区的交通运输条件更为落后, 物流网络也无法全面覆盖, 农产品所需要物流时效很难达到, 有的地区甚至不能配送。第二, 农村物流成本高。偏远地区的配送成本较高, 配送时间较长, 农村电商进村入户问题亟待解决。农村电商物流基础设施的欠缺, 尤其是在仓储和冷链物流方面, 导致农产品运输过程中损坏率高、配送速度慢、利润低。由于冷链物流设施的前期投入较大且回收周期长, 多数电商企业投资意愿不高, 这进一步限制了农村电子商务的优势发挥。与省内的城市相比, 贵州农村地区的物流体系尚不健全、仍需完善。第三, 数字鸿沟问题。贵州农村地区的数字鸿沟仍然存在, 即便是有网络覆盖的地区, 也可能存在网络速度慢、网络信号不稳定等问题, 影响居民的网络体验和电商购物意愿。

### 3. 贵州农村电商企业缺乏发展所需的人才

与东部省份相比, 贵州民族地区的人才能力和素质相对较弱, 主要体现在两个方面。首先, 专业员

工稀缺, 基层服务力量薄弱。电商主要依赖在线服务, 然而贵州缺乏优秀的网络工程师, 部分产品经理甚至无法正确把握自身产品的核心竞争优势和客户需求。这些问题导致电商产品的核心竞争力不足。其次, 优秀的管理和营销人才短缺。截至 2023 年底, 贵州没有 985 大学, 仅有一所 211 大学, 其余数十所普通高校在数量和质量上明显低于全国平均水平。整体教育水平的滞后, 难以为电商企业的高质量发展提供顶尖的管理和营销人才。贵州农村电商从业者的技能和经验不足为农村电商的高质量发展带来了阻力。

## 4. 贵州省农村地区电子商务高质量发展的机会(O)与威胁(T)

### 4.1. 贵州省农村地区电子商务高质量发展的机会分析

#### 1. 政府重视和政策支持

政策优势为贵州农村电商高质量发展保驾护航。第一, 政府政策引领。政府出台了专门针对农村电商高质量发展的政策文件, 例如《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》。据该方案, 贵州省进一步加快农村电子商务发展的目标在于到 2025 年, 培育打造省级电商产业园区 10 个以上、省级电商直播基地 100 个以上、省级电商龙头企业及电商直播团队 1000 个以上, 打造电商畅销产品 10,000 个以上, 网络零售额达 1000 亿元以上, 全省电子商务产业跨越式高质量发展格局基本形成[4]。第二, 贵州将加强与大型电商平台合作, 推动天猫、京东、贵州电商云等落户全省电子商务进农村综合示范县。同时, 还将依托龙头电商企业建设线上线下互动融合的社区电商体系, 将项目建设和贫困地区农产品销售有机结合, 打造农产品基地直供体系。第三, 建设高质量发展示范基地。通过示范引领和经验推广, 推动更多企业和农户参与到高质量发展中来。这些示范基地在环保技术应用、绿色供应链管理和社会责任实践等方面起到了良好的示范作用。通过这些措施, 政府显著提升了对贵州农村地区电商高质量发展的重视程度, 推动了农村电商的绿色、环保和健康发展, 有助于实现经济效益、环境效益和社会效益的协调统一。

#### 2. 直播新业态的兴起

直播新业态的兴起为贵州省农村地区电子商务高质量发展提供了新的机遇。通过直播平台, 农产品和手工艺品可以直观地展示给消费者。主播能够详细介绍产品的特点、生产过程和使用方法, 让消费者对产品有更深入的了解。这种直接的展示形式增加了消费者的信任度。例如, 贵州的茶叶、中药材、特色水果等产品, 通过主播的现场展示和试用, 消费者可以直观地看到产品的品质, 增强了购买信心。同时, 直播提供了实时互动的机会, 消费者可以在观看直播的过程中即时提问, 主播能够及时解答。这种互动性不仅提升了消费者的购买体验, 还能够通过及时反馈和互动调整销售战略, 进一步提高销售转化率。此外, 直播平台打破了地域限制, 使贵州省农村地区的农产品可以销往全国乃至全球市场。通过直播, 贵州的特色农产品和手工艺品能够接触到更广泛的消费者群体, 拓展了销售渠道。例如, 通过与大型电商平台的合作, 这些产品可以进入国内外市场, 获得更高的市场曝光度和销售量。直播不仅促进了线上销售, 还能为线下经济带来流量。通过直播宣传, 当地的自然风光和民族文化吸引了更多游客, 促进了乡村旅游业的发展。这种线上线下结合的模式为贵州农村经济带来了更多的收入来源, 进一步推动了当地经济的发展。充分利用直播新业态, 将有助于贵州省农村地区实现电子商务的高质量发展, 推动当地经济和社会的全面进步。

### 4.2. 贵州农村地区电商高质量发展的威胁分析

#### 1. 竞争的加剧

市场竞争是电商行业的常态, 但随着电商行业的不断发展和壮大, 竞争日益激烈, 尤其是来自大型

电商平台的冲击, 对本土电商企业发展构成了一定威胁。国内的大型电商平台拥有良好的口碑, 拥有统一的电商营销渠道。如淘宝和拼多多在业界就拥有高人气和高市场占有率, 同时拥有国内统一的销售网站和移动设备应用这些大型电商平台拥有庞大的用户基础、强大的品牌影响力和先进的营销手段, 能够在价格、服务、品种等方面给予小型农村电商很大的竞争压力。对于一些小型农村电商来说, 可能面临着难以与之抗衡的困境。贵州农村地区的一些小型电商企业竞争压力与日俱增。

## 2. 平台依赖性的加深

平台依赖性的加深对贵州农村地区电商高质量发展带来了诸多威胁。比如, 贵州农村电商企业过度依赖某一或少数几个大型电商平台时, 这些企业的议价能力会显著降低。平台方可能会利用其市场垄断地位, 提高佣金费用、推广费等运营成本, 挤压农民和小商户的利润空间。同时, 电商平台的政策和规则变化可能对依赖平台的商户产生重大影响, 平台可能会调整算法、增加收费项目或改变推广政策, 这些变化会直接影响商户的流量和销售额。由于平台政策的不确定性, 商户需要面对更大的市场风险。此外, 在平台上, 商户通常是通过平台的推荐机制获得流量, 而平台的品牌往往比商户的品牌更为显著。贵州农村电商企业难以通过平台建立自己的独立品牌形象, 导致品牌认知度和忠诚度难以提升。

## 5. 贵州农村地区电商高质量发展的策略建构

通过 SWOT 分析, 贵州省农村电子商务高质量发展面临着显著的优势和潜力, 同时也面临一些劣势和威胁。为了实现高质量发展, 需要充分利用优势, 优化人力和土地资源, 深挖电商潜力; 改善劣势, 提高市场意识和绿色发展理念, 完善基础设施, 培养电商人才; 抓住机会, 利用政策支持, 发展直播电商; 应对威胁, 降低平台依赖性, 提升市场竞争力。只有在政府、企业和农民的共同努力下, 通过协同合作, 才能实现贵州农村电商的高质量发展, 推动当地经济和社会的全面进步, 助力乡村振兴战略的实施。贵州农村地区电商高质量发展分析参见表 1:

**Table 1.** SWOT analysis of the high-quality development of e-commerce in rural areas of Guizhou

**表 1.** 贵州农村地区电商高质量发展的 SWOT 分析

外部因素	优势(S)	劣势(W)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>人力资源成本和土地成本低:</b> 贵州省人力资源和土地成本较低, 为电商企业提供了较低的运营成本。</li> <li>• <b>电商发展潜力大:</b> 贵州特色农产品资源丰富, 网络普及率较高, 电商服务体系逐步完善。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>市场意识和绿色发展理念不足:</b> 农产品经营分散, 缺乏市场意识和专业指导, 绿色发展理念不强。</li> <li>• <b>基础设施不完善:</b> 物流系统和网络覆盖不足, 数字鸿沟问题仍然存在。</li> <li>• <b>人才缺乏:</b> 电商相关专业人才缺乏, 管理和营销人员短缺。</li> </ul>
内部因素	机会(O)	威胁(T)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>政府重视和政策支持:</b> 政府出台了多项支持农村电商高质量发展的政策。</li> <li>• <b>直播新业态的兴起:</b> 直播电商为贵州农村产品提供了新的销售渠道和市场拓展机会。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>市场竞争加剧:</b> 大型电商平台的竞争压力大。</li> <li>• <b>平台依赖性加深:</b> 过度依赖单一或少数电商平台, 面临平台政策变化带来的风险。</li> </ul>
	SO 战略: 增长型战略 发挥优势, 快速发展	WO 战略: 扭转型战略 扬长避短, 补齐短板
	ST 战略: 多元化经营战略 把握机遇, 实现跨越	WT 战略: 防御型战略 应对威胁, 奋力赶超

### 5.1. 发挥优势, 快速发展

首先, 优化人力和土地资源。第一, 降低运营成本。贵州农村地区电商企业应当充分利用贵州省人力资源和土地成本低的优势, 鼓励电商企业在农村地区设立运营中心和仓储基地。通过优化人力和土地资源, 减少企业的运营成本, 从而提升其市场竞争力。第二, 政策引导。政府应制定有利的政策, 吸引更多企业入驻农村地区。可以通过税收减免、财政补贴等方式, 支持企业在农村地区设立电商业务, 利用低成本优势发展电商产业。此外, 设置企业入驻优惠。为入驻企业提供土地租金优惠、基础设施配套支持等, 降低企业初期投入成本, 吸引更多电商企业落户贵州农村。

其次, 挖掘电商潜力。第一, 打造地方特色品牌。深入挖掘贵州特色农产品的潜力, 开发茶叶、中药材、水果等具有地方特色的高附加值产品。通过品牌化运营, 提升产品的市场认知度和美誉度。第二, 开发深加工产品。鼓励农产品深加工, 提升产品附加值。例如, 将茶叶制成茶叶精油、茶叶饮料、茶叶保健品等, 通过电商平台进行销售, 拓展产品市场, 提高农民收入。第三, 完善网络基础设施。加大对农村网络基础设施建设的投入, 提升网络覆盖率和速度, 为电商发展提供技术支持。通过政府和企业合作, 推动宽带网络覆盖到所有农村地区, 确保农民能够便捷地使用电商平台。

### 5.2. 扬长避短, 补齐短板

首先, 提升市场意识和绿色发展理念。第一, 加强市场意识培训。定期举办市场意识培训班, 邀请电商专家和成功的电商企业家为农民和小商户讲解市场趋势和电商运营知识。通过案例分析和实战演练, 提升农民的市场意识和经营能力。第二, 推广绿色发展理念。鼓励电商企业采用可持续发展模式, 推广绿色种植、绿色包装和绿色物流。政府可以设立绿色发展基金, 奖励在环保和可持续发展方面表现突出的企业, 增强长期竞争力。

其次, 完善基础设施。第一, 改善物流基础设施。加大对农村物流基础设施的投资, 建设高效的物流配送体系, 特别是冷链物流, 确保农产品的新鲜度和质量。推动建立县乡村三级物流配送网络, 缩短物流配送时间, 降低物流成本。第二, 缩小数字鸿沟。政府应加大投入, 确保所有农村地区实现宽带网络全覆盖, 并提高网络速度和稳定性。通过免费或低成本提供上网设备, 解决农村居民的数字鸿沟问题, 提高电商购物意愿。

最后, 培养电商人才。第一, 培养本地电商人才。与高校和培训机构合作, 设立电商专业课程和培训班, 培养本地电商专业人才。提供奖学金和实习机会, 吸引优秀学生投身电商行业。第二, 设立电商培训中心。在各县市设立电商人才培训中心, 定期举办培训班, 提高从业人员的技能和管理水平。提供在线培训课程, 方便农村居民随时学习电商知识和技能。

### 5.3. 把握机遇, 实现跨越

首先, 充分利用政策资源, 建立良好的农村电商环境。第一, 争取政策扶持。积极申报和利用政府的扶持政策, 争取资金和技术支持。政府应出台专项资金, 用于支持农村电商基础设施建设、人才培养和市场推广。第二, 推动平台合作。推动大型电商平台与本地企业合作, 建立线上线下互动的电商体系。通过与天猫、京东等平台合作, 拓展销售渠道, 提升农产品的市场覆盖面和销售量。

其次, 发展直播电商。第一, 培训直播人才。利用直播电商的兴起, 培训本地直播人才, 开展直播带货活动。与直播平台合作, 邀请专业主播为本地农产品代言, 提升产品曝光度和销售量。第二, 展示自然和文化特色。通过直播展示贵州的自然风光和文化特色, 结合乡村旅游, 促进线上线下融合发展。通过直播宣传, 吸引更多游客前来旅游, 增加当地经济收入。

此外, 农村电商企业应当进行多样化经营, 挖掘潜在顾客、满足顾客多样的需求, 充分挖掘客户的支付意愿。第一, 开拓新业务。如开展农产品实地采摘体验、乡村旅游等新兴业务, 特别要采用线上加线下相结合的模式, 使得电商营销更有竞争力。第二, 将电商与地区优势产业相结合, 通过天然优势带动电商的发展。举例来说, 农村电商企业可以与当地优秀的土特产企业、苗药等企业合作, 提供移动在线购买配送服务, 通过其优势和知名度带动自身发展。

#### 5.4. 应对威胁, 奋力赶超

首先, 降低平台依赖性。第一, 拓展销售渠道。拓展多元化销售渠道, 减少对单一电商平台的依赖。建设自有电商平台和微商城, 提高自主销售能力, 增强企业的独立性。第二, 分散销售风险。与多个电商平台建立合作关系, 分散销售风险。通过合作, 扩大产品的市场覆盖面, 确保销售渠道的稳定性。

其次, 提升竞争力。第一, 加强品牌建设。通过创新和质量提升, 提高产品的市场竞争力。制定品牌发展战略, 打造一批具有竞争力和影响力的农产品品牌, 提升市场认知度。第二, 市场推广活动。借助政府和企业的力量, 开展市场推广活动, 提升贵州农村电商的知名度和影响力。通过线上线下结合的方式, 进行全方位的市场推广, 吸引更多消费者关注和购买。

#### 参考文献

- [1] 习近平. 以美丽中国建设全面推进人与自然和谐共生的现代化[J]. 环境与可持续发展, 2024, 49(2): 4-8.
- [2] 贵州省统计局, 国家统计局贵州调查总队. 贵州省 2023 年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. [https://www.guizhou.gov.cn/zwgk/zfsj/tjgb/202404/t20240430\\_84385915.html](https://www.guizhou.gov.cn/zwgk/zfsj/tjgb/202404/t20240430_84385915.html), 2024-04-30.
- [3] 李兰松, 江婷婷. 贵州: 探索农村智慧销售新路径[J]. 当代贵州, 2020(42): 32-33.
- [4] 贵州省商务厅办公室. 省商务厅关于印发《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》的通知[EB/OL]. [https://www.guizhou.gov.cn/zwgk/zdlygk/jjgzlfz/smlt/nmlt/202301/t20230109\\_77879278.html](https://www.guizhou.gov.cn/zwgk/zdlygk/jjgzlfz/smlt/nmlt/202301/t20230109_77879278.html), 2023-01-06.