

我国丘陵山区电子商务发展的现实困境及其 破解对策

——以贵州省石阡县茶叶电商发展为例

龙庆

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年12月6日; 录用日期: 2024年12月20日; 发布日期: 2025年1月26日

摘要

随着电子商务在我国农村地区的蓬勃发展, 丘陵山区由于其独特的地理条件, 面临着一系列电子商务发展的困境。本论文通过分析丘陵山区电子商务发展的困境, 探讨其面临的主要挑战, 并结合贵州省石阡县茶叶电商扶贫模式等典型案例, 提出了切实可行的破解对策。论文最后总结了丘陵山区电商发展现状及其破解对策的实际意义, 并展望了未来在政策推动、技术应用和人才支持等方面的进一步发展。通过本研究, 旨在为我国丘陵山区电子商务发展提供理论依据和实践指导, 以促进山区经济的发展和乡村振兴战略的实现。

关键词

丘陵山区, 电子商务, 发展困境, 破解对策

The Real Dilemma and Solutions for E-Commerce Development in Hilly and Mountainous Areas of China

—A Case Study of Tea E-Commerce Development in Shiqian County, Guizhou Province

Qing Long

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Dec. 6th, 2024; accepted: Dec. 20th, 2024; published: Jan. 26th, 2025

Abstract

With the vigorous development of e-commerce in rural areas of China, hilly and mountainous regions face a series of challenges due to their unique geographical conditions. This paper analyzes the current status of e-commerce development in hilly and mountainous areas, explores the main challenges they encounter, and proposes practical solutions by examining typical cases such as the tea e-commerce poverty alleviation model in Shiqian County, Guizhou Province. Finally, the paper summarizes the practical significance of the current status and solutions for e-commerce development in hilly and mountainous areas, and looks forward to further developments in policy promotion, technology application, and talent support. Through this study, it aims to provide theoretical basis and practical guidance for the e-commerce development in hilly and mountainous areas of China, promoting the economic development of these regions and the realization of the rural revitalization strategy.

Keywords

Hilly and Mountainous Areas, E-Commerce, Development Dilemma, Solutions

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. 引言

党的二十大报告明确指出，在全面推进乡村振兴战略进程中，将解决“三农”问题作为全党工作的重中之重。报告强调，以高质量发展为核心，推动农村经济繁荣与农业现代化协同发展，成为实现农业农村现代化的重要方向。在此背景下，随着数字化浪潮的深入，电子商务作为推动经济转型的关键力量，正在乡村经济振兴中展现出前所未有的潜力。其广泛应用深刻改变了传统商业模式和社会生活方式，为乡村经济发展注入了新动能[1]。

近年来，电子商务的快速发展不仅推动了城市经济的提质增效，也为农村地区带来了全新的发展机遇。《“十四五”电子商务发展规划》明确提出：电子商务与一二三产业加速融合，全面促进产业链供应链数字化改造，成为助力传统产业转型升级和乡村振兴的重要力量。对于丘陵山区，更需要依托电子商务的发展，使之成为线下实体渠道的有益补充，才能打破地域的限制，将电子商务与农业生产、农村消费、农民增收相结合，才能为农民提供多样化的增收路径[2]。同时，“电商 + 乡村振兴”的发展模式通过推动农业产业链优化，使得越来越多的农民参与到农产品电子商务活动中，扩大农村就业机会，从而摆脱了贫困，为传统农业转型升级注入了新活力[3]。为此，政府出台了一系列促进农村电商发展的政策和补贴措施，并在丘陵山区开展了诸多电商试点项目。然而，这些政策在实践中并未充分发挥出预期效果。由于面临着“最后一公里”物流难题、农村信息化建设滞后、产品品牌化和标准化难度大等诸多挑战[4]。许多山区电商发展依旧面临运营成本高、品牌推广难度大、资源整合不足等困境。这些问题的存在使得丘陵山区电子商务的推广效率偏低，直接制约了山区农产品的市场流通与农民收入的提升。

当前，关于电子商务在农村经济中的作用及其推广模式的研究较为广泛，然而针对丘陵山区这一特殊地形的研究相对较少。丘陵山区地形差异显著，社会经济结构复杂，这些独特的条件决定了其在电子商务发展中的具体问题与破解路径需区别于其他地区。因此，本研究从丘陵山区电子商务发展的现实困

境为切入点,结合典型案例深入分析,探索适应丘陵山区电子商务发展的路径,为地方政府和市场主体制定针对性的决策提供理论支持与实践参考。从理论层面来看,丰富了农村电商推广的研究。基于丘陵山区的特有环境,分析地理和经济条件对电商发展的制约,探索适应山区特点的电商发展模式与路径,为我国农村电商的发展提供理论支持。从实践层面来看,通过总结成功案例的经验,本研究将为其他丘陵山区提供可以借鉴的电商发展模式。针对电商发展中的基础设施不足、人才短缺、市场接受度低等实际挑战,提出适应山区的实践建议,旨在为山区电商发展提供切实可行的参考,为推动丘陵山区经济振兴,具有重要的现实意义。

2. 我国丘陵山区电子商务发展的困境

随着电子商务和乡村振兴战略的深入推进,农村电商成为连接城市与农村、促进农村经济增长的重要途径。尽管在平原和经济发达地区,农村电商发展迅猛,但我国广泛分布的丘陵山区由于地形条件、交通不便、经济基础薄弱等多方面的阻碍,电商发展仍面临诸多挑战。以下将从政策支持、基础设施建设、农产品市场化进程和电商人才建设四个方面,分析我国丘陵山区电子商务发展所面临的现实困境。

2.1. 政策推动的困境与挑战

近年来,国家和地方政府针对丘陵山区电商发展出台了許多政策支持措施,特别是在农村电商扶贫方面,促进了电子商务在经济欠发达的山区广泛应用。此外,各地政府也纷纷在丘陵山区启动电商示范村、示范县的建设,通过政策引导促进地方电商发展。例如,贵州、湖南、四川等地政府通过政策支持和补贴措施,积极扶持地方特色农产品的线上销售和品牌建设。这些政策的推动为丘陵山区电商发展奠定了一定的基础,激发了部分山区农户和农村企业投身电商的兴趣。然而,尽管有政策引导,丘陵山区电商发展仍然受制于基层资源有限和政策宣传力度不足等问题,政策效果未能充分显现。因此,尽管政策支持对丘陵山区电商发展起到了促进作用,但如何进一步提高政策的针对性和执行力度,仍是当前的一项重要挑战。

2.2. 基础设施建设的滞后与不足

基础设施是电商发展的核心支撑,但丘陵山区的交通和网络设施建设较为滞后。近些年来,随着“新农村建设”与乡村振兴政策的推进,部分丘陵山区交通设施得到显著改善,主要交通干线和物流网点逐步完善。同时,在信息基础设施方面,许多丘陵山区已经实现了基本的网络覆盖,4G网络在一些偏远地区也已铺设,且部分地区正逐步推行5G网络覆盖。这些措施为丘陵山区电商发展提供了一定的基础支持。然而,相较于平原地区,丘陵山区的交通和网络基础设施依旧存在明显的不足,尤其是在偏远的山村地区。受地形复杂影响,山区内部的物流运输难度较大,物流成本高昂,加之农村分布较为分散,电商物流“最后一公里”问题依然严重,许多偏远山村无法及时实现配送。此外,网络信号不稳、带宽低、断网频繁等问题仍然在一定程度上限制了山区居民的电商参与度。因此,尽管基础设施在逐步改善,但其发展速度依旧难以满足电商在丘陵山区的实际需求。

2.3. 农产品市场中标准化难题

丘陵山区拥有丰富的农业资源,许多特色农产品,如贵州的茶叶、四川的竹编、云南的水果、湖南的腊肉等,在市场上颇具吸引力。近年来,电商平台推动了这些特色农产品的市场化,使得部分优质农产品走出山区,赢得更广泛的市场和消费群体。例如,拼多多、淘宝等平台与地方政府合作,打造“一县一品”模式,带动了丘陵山区农产品的品牌化进程,有效地促进了山区经济的发展。然而,丘陵山区农产品市场化进程依旧面临标准化和品牌化的难题。同时,由于许多山村缺乏品牌意识,产品包装、宣

传和营销手段相对落后，品牌推广面临较大挑战。并且由于缺乏检测和认证机制，部分电商农产品质量参差不齐，影响了消费者的信任度。因此，尽管电商加速了丘陵山区农产品市场化，但如何实现标准化、规范化、品牌化生产仍是需要解决的问题。

2.4. 电商发展人才短缺问题

电商的发展离不开专业人才的支持，尤其是在产品营销、物流管理和平台运营等方面[5]。然而，由于丘陵山区经济和教育资源相对落后，电商人才的匮乏成为制约电商发展的重要因素。近年来，一些地方政府和社会组织针对山区电商发展开展了电商培训项目，如“农民电商培训班”、“互联网+”技能培训等，旨在提高当地农民的电商认知和操作技能，使其能够在电商平台上实现自主经营。但总体来看，丘陵山区电商人才储备依然不足，特别是在专业技能、市场敏锐度、管理能力等方面缺乏熟练人才。即使部分年轻人接受了电商培训，但由于工作环境差、收入不稳定，许多年轻人仍选择外出务工而非留在山区从事电商。此外，许多农村合作社和小企业缺乏专业的电商团队，往往在产品营销和售后服务上存在问题。因此，如何吸引、培养并留住电商人才，是当前丘陵山区电商发展的重要挑战。

3. 贵州省石阡县茶叶电商的扶贫模式

3.1. 案例背景

石阡县位于贵州省东部，典型的丘陵山区地带，自然资源丰富，尤其适合茶叶种植。然而，由于地理环境的限制，当地经济发展相对滞后，贫困人口较多。近年来，石阡县将茶叶电商与扶贫相结合，以发展电子商务为抓手，构建了一套以茶叶为主导的扶贫模式。通过这一模式，石阡县不仅推动了当地农产品的上行销售，还为农民提供了稳定的收入来源，进而改善了贫困家庭的生活水平，成为全国农村电商扶贫的成功案例之一。电子商务成为推动石阡县农村经济发展的重要途径，同时也为其他山区地区提供了有益的借鉴。

3.2. 模式特点

石阡县的茶叶电商扶贫模式在以下几个方面表现出独特的创新性：

(1) 政府主导，政策扶持。石阡县政府高度重视电商扶贫工作，将其纳入县域经济社会发展规划，制定了《石阡县电子商务进农村综合示范工作方案》等一系列政策措施，为电商扶贫提供了坚实的政策保障。通过设立专项资金用于扶持电商企业和茶农，政府帮助农户与市场建立更紧密的联系，减轻了其进入电商市场的门槛。

(2) 产业链整合。2015年，石阡县建立了电商扶贫产业园，包括五方国际商贸城、茶叶交易物流中心、电商运营中心等，形成了集茶品交易、电子商务、商贸物流于一体的综合服务平台。石阡县不仅重视茶叶产业链的整合，从生产到包装再到销售，构建了一个完整的茶叶产业生态链。还通过引入专业的茶叶加工企业与物流体系，确保茶叶质量的同时提高了流通效率，使农民的收益最大化。

(3) 数字化与品牌化。为增强茶叶的市场竞争力，石阡县推动了茶叶的品牌化，通过各类电商平台如淘宝、京东等进行线上推广，增强了产品的市场曝光度和用户黏性。此外，还建立了自己的电商平台“茶多网”，专门服务于茶农和茶企，提供从生产到销售的一站式服务。同时，当地还利用社交媒体与直播平台扩大产品的影响力，让消费者通过直播了解石阡茶叶的生长环境和制作工艺，从而增强消费者的购买意愿。

3.3. 实施效果

石阡县茶叶电商扶贫模式的实施在以下三个方面取得了显著成效：

(1) 经济效益。电商的发展带动了物流、包装、仓储等相关产业的发展，创造了大量的就业机会。许多外出务工的农民选择回乡创业或就业，缓解了农村劳动力流失的问题，据统计，参与电商销售的茶农平均收入比传统销售方式高出 30% 以上。此外，通过茶叶电商的推广，石阡县的茶叶可以直接销售到全国各地，减少了中间环节，石阡县茶叶销量显著增加，使得茶农的收入有了明显提升。石阡茶叶产业的成功不仅带动了本地经济，也吸引了更多的外来投资，为当地的乡村振兴提供了新的动能。

(2) 市场效应。通过与淘宝、京东等知名电商平台的合作，石阡县的茶叶品牌得以在全国范围内广泛推广，吸引了更多的消费者。据统计，参与电商销售的企业，其年销售收入平均增长了 50% 以上；虽然石阡县地处山区，物流成本相对较高，但通过与多家物流公司合作，以及建立本地物流中心，企业可以享受更优惠的物流费用，降低了运输成本；通过电商平台，石阡县的茶叶不仅在传统市场如江浙沪等地销售良好，还成功打入了新的市场，如东北、西北等地区。

(3) 社会效益。石阡县政府定期举办电商培训班，邀请专家和成功企业家授课，普及电商知识，提升当地农民和企业的电商运营能力。此外，政府还加大对农村基础设施的投入，特别是交通、通信、水电等方面的改善，为电商发展提供了有力支持，也极大地改善了农民的生活条件，促进了社会的和谐稳定。

4. 破解丘陵山区电子商务发展困境的对策

石阡县的茶叶电商扶贫模式为其他丘陵山区地区提供了宝贵经验，在丘陵山区发展电子商务，政府的政策支持与资金投入至关重要。电商发展初期往往需要较多的资源投入，尤其是在基础设施欠发达的地区，政府的支持为电商发展提供了良好的外部环境。石阡县茶叶电商的发展证明，山区地区可以通过挖掘当地特色农产品的市场价值，打造特色品牌，提升产品的附加值，并且要通过电商平台与社交媒体的联动，与市场紧密连结，使宣传效果得到大幅度提升。

通过以上模式的成功实施，石阡县的茶叶电商扶贫模式不仅为当地农民带来了经济效益，也为山区地区的电商扶贫探索出了一条可行之路。这一模式的推广不仅帮助其他贫困山区地区走出困境，同时也有助于我国扶贫与乡村振兴的实现。未来，石阡县可以在克服现有挑战的基础上，继续深化电商扶贫模式，实现更加可持续的发展。通过对以上案例的分析与总结，提出了相关的政策建议。

4.1. 政策助力电子商务的发展

在丘陵山区，政府应承担主导者的角色，通过相关政策措施完善电子商务的发展，加大宣传力度，降低农村电商创业门槛，吸引企业和社会资本投入农村电商领域。此外，政府还应提供电商创业补贴及税收优惠，鼓励更多电商企业参与山区农业供应链，为当地农民提供稳定的销售渠道。除此之外还需要加强跨部门协作，形成合力，共同解决农村电商发展中遇到的问题并且加强市场监管，打击假冒伪劣商品销售，保护消费者权益，维护公平竞争的市场秩序。

4.2. 加强数字化平台支持与推广渠道拓展

当前，社交电商、短视频平台的兴起为丘陵山区电商推广提供了新的机遇。政府和电商平台可以联合开展专项活动，推广山区特色产品，通过短视频、直播等手段向更广泛的受众推广产品。同时，还可利用地方电商平台开展产品预售和集约采购，提高农产品的销售量，降低销售难度。并通过引入现代化的农业技术，提高产品质量和加工水平，为电商提供更加优质的产品来源。

4.3. 构建农产品供应链与仓储物流体系

发展电商必须解决好农产品的流通效率与成本问题，只有推动农村公路建设和改造，提升交通便利性，才能为农产品运输提供更好的条件。丘陵山区的地理限制使得传统的物流模式不经济，建议引入“前

置仓”模式，在乡村中心位置设立仓储和配送中心，减少物流的中间环节，从而降低物流成本[6]。此外，可以与大型物流企业合作，通过订单直配模式，构建“村-镇-城市”的物流线路，提升配送效率。

4.4. 注重人才培养与品牌推广能力

丘陵山区的电子商务运营仍处于初级阶段，发展电商需要强化农户及企业的市场意识。对此，政府和企业应合作开展针对性的技能培训，鼓励有经验的电商从业者返乡创业，带动当地经济发展。重点培养当地电商人才的产品拍摄、品牌推广、客户服务等技能。同时，还可以与知名电商平台合作，共建“产地直供”或“特色馆”等品牌专区，提高山区特色农产品的知名度和市场信任度[7]。对于具有较高市场潜力的产品，如特色果蔬、药材等，应创建统一品牌，开展标准化生产，确保产品品质，增强品牌竞争力。

5. 结论与展望

我国丘陵山区电子商务的发展在扶贫、乡村振兴中扮演了重要角色。然而，受限于地理、交通及经济发展水平等因素，丘陵山区电子商务发展仍然面临诸多挑战。本论文基于实际案例，深入探讨了电子商务在丘陵山区发展的现实困境及其影响因素，并提出了政策支持、基础设施建设、品牌推广等多方面的破解对策。未来，随着科技的进一步发展和政策的持续扶持，丘陵山区的电子商务将有望逐步突破现有瓶颈。人工智能、物联网、大数据等新兴技术的应用，将为山区农产品的全产业链赋能，实现更高效的产供销一体化。同时，随着乡村振兴政策的深化，未来更多资源和人才将流向丘陵山区，推动区域内的农业经济全面发展，为农村居民带来更加稳定和可持续的增收途径。

因此，丘陵山区的电子商务发展不仅是解决当地经济问题的有效途径，也是实施乡村振兴战略的有力抓手。未来，丘陵山区应继续深化电商模式创新，整合区域资源，实现可持续的数字化发展，开创山区经济与社会全面进步的新局面。

参考文献

- [1] 何阳, 杨年锦, 李成明. 农村电子商务、农民工返乡创业与乡村振兴——基于中国家庭追踪调查(CFPS)的实证分析[J]. 农村金融研究, 2024(8): 56-68.
- [2] 赵路. 以“互联网+”优化拓宽农民增收途径[J]. 宏观经济管理, 2024(2): 53-60+69.
- [3] 周晗, 朱谦, 孙晓然. 扶贫助农视角下的农产品电子商务发展策略研究[J]. 农业经济, 2024(5): 140-142.
- [4] 常晋. 基于乡村振兴背景的电商下沉对农村经济的影响研究[J]. 农业经济, 2024(2): 127-130.
- [5] 张毅. 电子商务人才培养问题与路径创新[J]. 商业经济研究, 2023(20): 124-127.
- [6] 林婷. 数字乡村背景下农村电子商务发展对农产品流通效率的影响——基于交易成本和渠道整合的中介效应[J]. 商业经济研究, 2024(14): 76-79.
- [7] 乔煜新, 李宪宝. 农产品标准化、品牌效应与农村电子商务发展[J]. 商业经济研究, 2024(18): 111-114.