

乡村振兴背景下少数民族地区 电商发展路径研究

——以贵州省雷山县为例

杨小慧

贵州大学历史与民族文化学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年3月13日；录用日期：2025年3月27日；发布日期：2025年4月27日

摘要

在全面推进乡村振兴的战略下，电子商务作为互联网经济下的一种重要手段，对少数民族地区的经济发展具有重要影响。本文在乡村振兴背景下，从电子商务的视角，以贵州省雷山县为例，探索少数民族地区电商的发展现状、困境及路径，为进一步助力乡村振兴，促进少数民族地区电商的高质量发展提出建议。

关键词

乡村振兴，少数民族地区，电商发展，雷山县

Research on the Development Path of E-Commerce in Minority Areas under the Background of Rural Revitalization

—Taking Leishan County, Guizhou Province as an Example

Xiaohui Yang

College of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 13th, 2025; accepted: Mar. 27th, 2025; published: Apr. 27th, 2025

Abstract

Under the strategy of comprehensively promoting rural revitalization, e-commerce, as an important

means under the Internet economy, has an important impact on the economic development of minority areas. In the context of rural revitalization, from the perspective of e-commerce, this paper takes Leishan County of Guizhou Province as an example to explore the development status quo, difficulties and paths of e-commerce in minority areas, and puts forward suggestions to further help rural revitalization and promote high-quality development of e-commerce in minority areas.

Keywords

Rural Revitalization, Minority Areas, E-Commerce Development, Leishan County

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

党的十九大提出实施乡村振兴战略，并指出农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题。党的二十大报告强调要全面推进乡村振兴。为推动乡村振兴战略的实施，国家陆续出台并实施了一系列行动方案和扶持政策，比如实施“数商兴农”工程，重点发展农村电商等产业，电商的发展为乡村振兴注入了强大的活力。

近年来，学界从不同的视角对乡村振兴背景下电商的发展进行了深入的讨论和研究。朱慧明(2025)进一步分析数字经济赋能农村电商发展的现实路径，提出农村电商把握数字经济发展机遇的对策建议[1]。白丹、江展鹏(2025)结合农村电商与物流赋能乡村振兴战略的价值、问题，提出构建一体化协同体系、信息共享机制等科学的协同发展策略[2]。谢清先(2024)分析农村电商发展的现状及模式并提出构建乡村振兴背景下农村电商发展的新模式[3]。李霄冰(2023)将乡村振兴、小农户和电商市场三者有效结合起来，探讨与经济社会发展相适应的小农户与电商市场有效对接的机制和途径[4]。廖一红(2022)从乡村共同体的视角出发，结合不同类型的村庄特征提出电商发展的三种模式[5]。李依帆、黄均泽、黄小敏(2022)以广西南宁市马山县为例，探析乡村振兴背景下民族地区电商带货模式存在的问题，并思考民族地区特色电商带货模式创新路径的形成[6]。

综上，近年来基于乡村振兴战略对农村电商发展的研究数量越来越多，从现在已有的文献和案例地研究来看，对于少数民族地区电商的发展研究比较少，研究其电商的发展情况不仅对于民族地区经济发展具有重要的意义，还能够丰富少数民族地区电商发展研究方面的参考文献。鉴于此，本文以贵州省雷山县为研究对象，从电子商务的视角，研究雷山县电商发展现状、挑战和提升路径，最终根据研究结果为少数民族地区电商的高质量发展提供参考性依据。

2. 雷山县电商发展现状

雷山县，隶属于贵州省黔东南苗族侗族自治州，2024 年全县户籍总人口数 165203 人，超过 1000 人的民族有苗族、汉族、侗族、水族、瑶族共 5 个，少数民族人口占总人口的 92.71% [7]。雷山县自发展电商以来，充分利用自身资源，在国家政府的政策支持下，不断完善电商发展相关的基础设施，积极打造“农村电商+”模式，电商发展取得显著成效，助力了乡村振兴。

2.1. 电商发展资源优势突出

雷山县拥有丰富的农产品资源、旅游资源、民族文化资源。在农产品资源方面，雷山县以茶叶、天

麻为主导产业,大力发展蔬菜、雷山银球茶、雷山乌杆天麻等特色农产品,这些特色农产品能够通过电商平台进行销售。在旅游资源方面,雷山县自然生态资源与民族文化资源保存较为完好,境内拥有国家5A级旅游景区西江千户苗寨、郎德苗寨等景点,这些旅游资源提供了丰富的旅游产品和服务。在民族文化资源方面,雷山县是少数民族聚居地,丰富的民族文化资源可以开发出具有民族特色的手工艺品、文创产品等电商产品。总之,雷山县电商发展的资源优势突出,通过电商平台的推广和营销,能够将丰富的农特产品销售出去,并将旅游资源与民族文化资源转化为旅游产品和文化产品,吸引来自各地的游客和消费者前来体验和购买。

2.2. 政策支持力度逐渐提升

少数民族地区电商的发展离不开国家和政府一系列政策的大力支持。2015年中央一号文件特别提到,要支持电商、物流、商贸、金融等企业参与涉农电子商务平台建设。雷山县在国家政策的支持下,不断进行农村电商的发展。2022年,《中共中央、国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》中提出:实施“数商兴农”工程,推进电子商务进乡村。在国家政策的支持下,雷山县电商得到进一步的发展。在《贵州省县域商业三年行动计划(2023~2025)》中指出,要发展农村物流共同配送,推动农村电商高质量发展。这些政策都促进了雷山县电商的发展。在雷山县电商发展过程中,政府不仅在政策上提供支持,还提供了很多发展资金支持,并牵头举办各种电商活动,引导县区内各个行业的传统产品向电商产业化转型,从而持续推进民族地区电商产业的发展。在支持农村电商发展的政策下,雷山县紧跟电商发展的时代潮流,坚持电商富农,服务当地企业和个人,不断加快雷山经济社会高质量发展,赋能乡村振兴。

2.3. 基础设施不断完善

少数民族地区电商的快速发展离不开健全完善的基础设施。在网络信息建设上,雷山县内所有的村全部实现宽带接入,这为雷山县农村电商的发展奠定了一个良好的网络基础。在交通设施上,在“十三五”期间,贵州省全力补齐农村交通基础设施短板,雷山县的农村交通得到显著的改善。因此,雷山县能够实现村村通快递,并将物流快递运输出去,物流货运通道得以打通。在电商平台建设方面,雷山县建立了多个本地电商平台,成立县级农村电子商务服务中心、农村电子商务产业园、乡镇电子商务服务站,建立雷山县电商直播示范基地,并与主流电商平台合作,拓宽了电商产品销售渠道。此外,雷山县各个行政村电子商务服务点建设实现全覆盖,并在各乡镇建立物流收发点,冷链物流设施建设也不断完善。总之,雷山县各项基础设施都在不断建设和完善,为推动电商的全面发展奠定了坚实的基础。

2.4. 打造“农村电商+”模式

雷山县在电商发展过程中,积极打造“农村电商+”发展模式,助力经济发展。通过打造“农村电商+山地农业品牌”,将雷山的茶叶、中药材、蔬菜、水果、食用菌、黑毛猪等特色产品通过电子商务平台面向全省全国进行销售,促进农业的发展。雷山县通过打造“农村电商+乡村旅游品牌”,使雷山县的景区如西江千户苗寨、朗德苗寨等景区能够通过旅游服务平台实现网上购票、预订等服务,推动了雷山县旅游业的快速发展。通过打造“农村电商+民族文化品牌”,利用电商平台市场把雷山县的银饰、刺绣、乐器、蜡染等传统工艺品往外推销,推动了民族文化产业的发展。此外,雷山县电商发展还结合时代发展潮流,积极打造新的发展模式。比如黔货云仓“雷山节点仓”通过“云仓+基地+企业(合作社)”运营模式,实现“一个产品多仓卖”“零碎产品汇集卖”的目标,助推电商直播,为雷山县农产品销售、乡村经济发展和电商发展提供了强大的支持。雷山电商服务中心联动“电商+网红直播+云仓”,

通过联动本地知名网红进行直播带货,销售量取得良好成绩,农户的产品能够更好地走向市场。这些“农村电商+”模式的打造,不仅促进了旅游业的发展、农特产品的销售、民族文化的传承,还促进当地经济发展,助力了乡村振兴。

2.5. 电商发展成效显著

在互联网时代,电商在巩固脱贫攻坚成果、全面实施乡村振兴战略、推动经济高质量发展中发挥重要作用。雷山县自2015年着力发展电商以来,取得了不错的成果,既巩固了脱贫攻坚的成果,也促进了经济的良好发展,推动乡村振兴的发展,并在2016年、2019年被评选为全国电子商务进农村综合示范县。在农特产品销售方面,雷山县的直播电商、黔货云仓·雷山节点仓等电商平台通过拉动线上商品供给销售,促进农产品销售,营造了良好的电商发展氛围。在就业与创业方面,雷山县电商的发展也为当地人民提供了许多就业岗位,当地农民被带动参与到电商发展当中,主动学习电商知识,将农产品、民族特色产品通过电商平台销售出去,还有许多年轻人返乡创业,建设美丽家乡,助力乡村振兴。在民族文化传播方面,通过电商平台,很多苗族手工艺品等产品能够得以推广和销售。此外,电商与旅游的融合发展,也在一定程度上促进了民族文化的传承和发展。总之,雷山县通过电商助力乡村振兴,取得了显著的成效。电商不仅拓宽了农产品的销售渠道,增加了农民收入,还促进了就业和创业以及文化传承。未来,雷山县还可以继续加大电商发展力度,进一步发挥电商在乡村振兴中的重要作用。

3. 雷山县电商发展面临的挑战

在电商发展过程中,少数民族地区由于各种因素的限制,会面临许多挑战和难题。虽然雷山县在电商发展过程中取得不错的成果,电商发展趋势良好,但是也面临着一些挑战,比如缺乏专业的电商人才、民族特色品牌建设力度不够、产品质量参差不齐以及物流配送体系不健全等。

3.1. 专业电商人才短缺

少数民族地区电商平台的运营和发展离不开专业人才的支持。专业的电商人才具备市场分析、电商运营、数据分析、法律法规等方面的专业知识和技能,但像雷山县等少数民族农村地区由于各种原因在专业的电商人才方面比较缺乏。一是留在少数民族地区发展的青年劳动力比较少,人才总量不足。年轻人大多进城务工,留在农村生活的大多为老年人和留守儿童。这些老年人不熟悉普通话语言以及网络和电脑等电子设备的使用,这在很大程度上影响了电商在少数民族地区的发展。二是缺乏有效的人才引进和培养机制。雷山县在人才引进方面,缺乏有吸引力的政策环境和激励机制,很多电商人才考虑到职业发展机会和待遇保障等因素,不愿意留在县城发展。在人才培养方面,尽管雷山县多次开展电商培训,培训人数也比较多,但电商培训未进行系统化,使得本地电商人才难以获得系统的电商知识和技能。

3.2. 民族特色品牌建设力度不够

在当下互联网时代,对于民族地区电商发展而言,打造出具有全国影响力和知名度的地区特色产品品牌是电商长远发展的关键。然而,民族产品品牌的打造是少数民族地区电商发展中的一大短板,在品牌打造方面雷山县存在力度不够的问题。一是民族文化挖掘与产品融合力度不够。雷山县拥有丰富的民族文化资源和特色农产品,但在电商发展过程中,雷山县未能充分将民族文化与产品融合发展。比如许多产品缺乏统一的品牌包装和营销策略、旅游产品同质化严重等。这导致消费者在购买时难以形成对雷山县特色产品的深刻印象,也不利于产品的长期推广和销售。二是在民族品牌宣传方面存在不足。尽管雷山县在近年来加大了对产品品牌的宣传力度,但整体而言,品牌宣传的广度和深度仍然不够。雷山县缺乏专业的品牌宣传团队和营销策略,尚未充分利用社交媒体、短视频平台等新兴媒体的力量对民族文

化和特色产品品牌进行塑造和推广，从而难以形成强大的品牌效应。

3.3. 产品质量参差不齐

产品质量是在电商平台进行交易需要严格把控的一个重要方面，确保产品质量是赢得消费者信任和市场竞争力基石。在雷山县的电商发展过程中，产品质量由于各种问题的存在，从而受到不利的影响。一是在雷山县，各类产品的生产缺乏统一生产流程和标准。由于少数民族地区的农户进行产品生产都是比较分散的，无法集中生产，没有统一的生产流程和标准，从而导致产品质量参差不齐。二是部分农产品的保鲜和储存环节存在问题，对产品质量造成影响。雷山县地处山区，各项基础设施相对薄弱，这在一定程度上影响了部分农产品的储存和运输，尤其是生鲜等对运输时间要求比较高的产品。因为在运输过程中，部分农产品可能由于运输时间长等因素受到损坏或变质，从而影响产品质量。三是农户和手工艺者等生产者素质水平参差不齐。许多农户由于技术水平和知识水平较低，对产品质量安全意识不强，生产出来的产品也因此存在质量参差不齐的问题。此外，还有的生产者为了获得更大的利益，在生产产品时偷工减料，欺骗消费者。

3.4. 物流配送体系不健全

电商的快速发展对物流配送系统依赖很大。然而，受制于地理位置偏远、交通基础设施薄弱等因素，物流配送体系成为制约雷山县电商发展的瓶颈。一是物流配送成本高、效率低。雷山县地处山区，交通不便，有的村到县城的距离比较远，在一定程度上会导致物流运输时间长。同时，雷山县内物流企业规模小、数量少，各物流企业之间缺乏市场竞争力，导致物流配送效率低下，难以满足电商快速发展的需求。二是冷链物流体系不完善。尽管雷山县拥有丰富的农产品资源，但冷链物流发展较为滞后，难以满足需要冷藏的瓜果蔬菜和肉类等生鲜农产品的保鲜运输需求，在一定程度上影响了部分农产品电商的发展。三是物流信息化水平较低。雷山县的物流信息化水平还有待提高，物流资源比较分散，并且缺乏统一的管理平台进行管理和调度，未能对物流资源进行有效的整合和优化配置，从而导致资源利用效率较低。四是物流基础设施薄弱。雷山县物流基础设施建设还需要不断完善，为适应电商快速发展的需求，还需适当增加现代化的物流园区、仓储中心和配送中心等数量。此外，还需加强农村地区的网络信息化建设，部分农村地区物流网络覆盖不全，无法享受便捷的物流服务，从而影响电商的发展。

4. 乡村振兴背景下少数民族地区电商发展路径研究

在乡村振兴战略下，少数民族地区电商的发展迎来了更多的发展机遇，同时也伴随着诸多挑战。针对电商发展过程中出现的问题，应采取及时有效的措施，探寻出合适的电商发展路径，促进电商的高质量发展，不断赋能乡村振兴。

4.1. 加强人才引进与培养，提高专业技能

人才对少数民族地区的经济发展发挥着重要的作用，针对专业电商人才缺乏的问题，雷山县应高度重视，采取相应的有效措施。一是要加大政策扶持力度，吸引和留住电商人才。政府应出台更加优惠的政策措施，在税收、住房、教育等方面给予电商人才政策倾斜，吸引和留住优秀的电商人才。二是要加强人才的引进与培训。在人才引进方面，可以通过校企合作、高校人才引进等方式引进优秀电商人才，为电商发展注入新鲜血液；在电商培训方面，应建立完整的电商培训体系，对县内从事电商的农村人员、返乡创业青年等进行理论学习和实操技能的系统培训，从而提高电商从业人员的技能和综合素质。此外，相关部门还可以为优秀的电子商务人才进行奖励，以此鼓励电商从业人员要不断学习，提升自身技能。

4.2. 加强民族特色品牌建设，提高品牌知名度

民族品牌建设对于少数民族地区电商发展具有重要的意义。雷山县在民族品牌建设方面投入力度不够，应加强民族品牌的建设。一是要加强对民族品牌文化的挖掘并进行文化创新。一方面要充分整合当地的自然资源、民族文化资源等，打造具有当地特色的民族品牌形象和产品。比如，将雷山县浓厚的民族文化融入到电商品牌建设上，加强品牌文化赋能，使民族品牌具有文化深度，才能够真正吸引消费者。另一方面，结合时代元素，对民族文化产品进行文化创新。比如，在部分产品的包装上，可以进行统一的民族品牌包装，以提升产品独特性和市场竞争力。二是要加强民族品牌的宣传，提升知名度。要充分利用抖音、快手、微信公众号等平台，加大对民族品牌的宣传，让更多的人接触、了解民族品牌，不断提升民族品牌的知名度，从而增强品牌的市场竞争力。

4.3. 建立质量监督体系，确保产品质量

产品质量是消费者最关注的问题，建立健全的质量监督管理体系，确保产品质量是十分有必要的。雷山县应高度重视产品质量问题，确保产品质量。一是要建立适用于雷山县各类产品的统一的生产流程和标准，并对农户进行标准化的生产培训和技术指导，帮助他们了解现代化生产技术和标准化流程，提升产品的整体质量，确保所有上架进行销售的产品都符合国家质量标准。二是要改善产品保鲜和存储的条件。一方面要加强冷库、冷藏车等基础设施的建设，减少产品运输过程中的损耗和变质，还可以引进先进的保鲜技术和包装材料，延长蔬菜、肉类等生鲜农产品的保质期，提高市场竞争力。另一方面要加强交通基础设施建设，改善道路条件，缩短农产品从产地到市场的运输时间，降低损坏的风险。三是要提高生产者的综合素质。一方面要开展生产技术、质量管理、食品安全等方面的技术和知识培训，增强生产者的产品质量意识；另一方面需要加强对产品的监督管理，打击偷工减料、过度使用农药等行为，对产品的质量进行严格的审核和监督，保障产品的安全性和消费者的权益。此外，还可以建立及时的产品质量反馈路径，并做好管理，及时了解消费者反馈的问题并做好改进，确保产品质量问题能够得到解决。

4.4. 完善物流配送系统，提高物流效率

在物流配送方面，雷山县应针对存在的问题，采取相应措施。一是要加强政策扶持，降低物流成本。政府应加大对物流企业的政策扶持力度，在税收、用地、资金等方面给予优惠，降低物流企业运营成本。同时，鼓励物流企业整合资源，发展共同配送、集中配送等模式，提高配送效率。二是要发展冷链物流，提高冷链物流配送效率。雷山县政府应鼓励企业投资建设冷链物流设施，完善冷链物流网络。同时，还可以支持电商平台与农产品生产基地、冷链物流企业合作，从而提高冷链物流配送效率，推动农产品电商的发展。三是要提升物流信息化水平，搭建智慧物流平台。雷山县政府应引进和培养现代物流技术，推动物流信息化建设，搭建统一的物流信息管理平台，对物流信息进行实时监控，提升物流效率和服务水平。四是要完善物流基础设施。政府应加大对物流基础设施的投入，加快农村地区快递网点的建设，建设现代化的物流园区、仓储中心和配送中心，扩大农村物流覆盖面。同时，不断扩大农村物流网络信息的覆盖，完善农村物流配送体系。

5. 结论

电商的发展为少数民族地区的经济注入了强大的活力，有效助力了乡村振兴。本文在雷山县电商发展的现状基础上，通过探讨雷山县电商发展过程中存在的问题，并为雷山县的电商发展提出建议和策略。少数民族地区电商的发展需要政府和当地人民的共同努力，加强人才引进与培养、建立具有民族特色的

产品品牌、保证产品质量、不断完善物流配送系统等，才能够使少数民族地区电商得到高质量的发展，促进民族地区的经济发展，不断助力乡村振兴。

参考文献

- [1] 朱慧明. 乡村振兴视域下数字经济赋能农村电商发展对策研究[J]. 山西农经, 2025(1): 221-223.
- [2] 白丹, 江展鹏. 乡村振兴背景下农村电商与物流协同发展路径研究[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2025(1): 30-32.
- [3] 谢清先. 乡村振兴战略下农村电商发展模式研究[J]. 经济研究导刊, 2024(24): 13-16.
- [4] 李霄冰. 乡村振兴背景下民族地区小农户对接电商市场的路径探究[J]. 学习与探索, 2023(7): 90-95.
- [5] 廖一红. 乡村振兴视域下农村电商发展模式的探索及启示——基于乡村共同体的思考[J]. 税务与经济, 2022(3): 74-80.
- [6] 李依帆, 黄均泽, 黄小敏. 乡村振兴背景下民族地区电商带货模式创新路径探析——以广西南宁市马山县为例[J]. 中国商论, 2022(21): 28-30.
- [7] 雷山县人民政府. 雷山简介[EB/OL]. 2025-02-14. <https://www.leishan.gov.cn/mls/lsgk/lsgk>, 2025-03-16.