

数字经济赋能贵州农村电商发展路径探索

王冰冰

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年2月28日; 录用日期: 2025年3月14日; 发布日期: 2025年4月27日

摘要

数字经济的快速发展为农村电商注入了强大动力, 成为推动乡村振兴和实现共同富裕的重要引擎。贵州省作为“国家大数据综合试验区”和“西部经济欠发达地区”的典型代表, 兼具数字经济先发优势与农村电商发展需求, 具有显著的研究价值。本研究聚焦贵州农村地区, 剖析数字经济赋能农村电商进程中面临的挑战。基于此, 研究提出优化策略, 旨在为数字经济赋能其他农村地区电商发展提供实践指导与理论借鉴。

关键词

数字经济, 赋能, 贵州农村, 电商

Exploring the Development Path of Rural E-Commerce in Guizhou Empowered by the Digital Economy

Bingbing Wang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Feb. 28th, 2025; accepted: Mar. 14th, 2025; published: Apr. 27th, 2025

Abstract

The rapid development of the digital economy has injected strong impetus into rural e-commerce, becoming an important engine for promoting rural revitalization and achieving common prosperity. Guizhou Province, as a typical representative of the “National Big Data Comprehensive Pilot Zone” and a “less developed economic region in the western area” has both the early-mover advantage in digital economy and the demand for rural e-commerce development, making it of significant research value. This study focuses on rural areas in Guizhou, analyzing the challenges faced in

the process of empowering rural e-commerce through the digital economy. Based on this, the study proposes optimization strategies, aiming to provide practical guidance and theoretical references for empowering rural e-commerce development in other rural areas through the digital economy.

Keywords

Digital Economy, Empowerment, Rural Guizhou, E-Commerce

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

数字经济作为继农业经济、工业经济之后的新经济形态，正以革命性力量重构全球经济格局。近年来，在“新基建”战略和数字中国建设的推动下，中国数字经济呈现跨越式发展态势。据中国信息通信研究院《中国数字经济发展研究报告(2023 年)》显示，2022 年我国数字经济规模已达 50.2 万亿元，占 GDP 比重提升至 41.5%，展现出强大的发展韧性和增长动能[1]。这种变革力量正以前所未有的深度和广度渗透到农业农村领域，催生出农村电商这一具有中国特色的新兴业态。在乡村振兴战略背景下，农村电商已成为连接城乡要素流动、重构农业产业链、激活农村经济活力的重要载体[2]。2024 年，商务部等九部门联合印发《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，明确提出将农村电商作为农业现代化和农村产业振兴的战略支点。

近年来，数字经济与农村电商的相关课题成为学术界的研究热点。姚庆荣(2016)认为，农村电商能够重构农业产业结构，增加农业附加值，提升农业在产业链中的地位，增强农业的创新动能[3]。蔡志君、柯艳莉(2024)基于乡村振兴视角提出，农村电商的发展受到数字基础设施不完善、物流配送体系不健全、数字人才不足、农特产品品牌化不足等因素的限制[4]。作为全国脱贫攻坚主战场的贵州省，依托其独特的生态资源禀赋和数字经济先发优势，已培育出“黔货出山”“一码贵州”[5]等电商品牌。在其发展过程中也面临类似问题，例如基础设施不完善、物流体系不健全、电商人才短缺、品牌意识淡薄等。针对这些问题，学者们提出了相应的对策建议。高彦彦(2018)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[6]。录静静、杨萍(2024)认为政府应加大对农村电商的扶持力度[7]。然而，现有的研究仍存在一些不足之处。一方面，部分研究过于宏观，缺乏对具体地区和案例的深入分析，难以提出针对性的政策建议。另一方面，对于数字经济赋能农村电商的内在机制和长期影响，还需要进一步深入探讨。基于此，本文以贵州农村电商为例，深入研究数字经济的赋能意义，以期丰富和完善相关理论，并为实践提供有力指导。

2. 数字经济赋能贵州农村电商的重要意义

贵州农村经济长期以来受限于复杂的地理环境与传统农业的发展困境。然而，借助“国家大数据综合试验区”政策优势，数字经济的深度赋能为贵州农村电商发展提供了突破瓶颈的关键路径，其重要意义主要体现在：第一，数字经济通过技术手段有效打破了地理空间的壁垒，借助电商平台与直播带货等新兴模式，贵州特色农产品得以直接链接至全国乃至全球市场。第二，数字经济的渗透激活了农村闲置劳动力资源，通过“云就业”模式为留守妇女、老人提供了灵活就业机会。同时，借助品牌包装与溯源认证等数字化手段，生态农产品的附加值得以显著提升，推动了非物质文化遗产等文化资源的商业变现，

为农村经济多元化发展注入新动力。第三，在数字经济的赋能效应下，电商模式有效减少了农产品流通的中间环节。以贵州辣椒产业为例，通过直播电商模式，产品能够直达消费者，从而大幅提升了农户的利润空间，实现了农村电商经济效益与社会效益的双重提升。

3. 数字经济赋能贵州农村电商发展现状

近年来，贵州省以数字经济为引擎，持续推动农村电商高质量发展，网络零售规模实现跨越式增长。2024年上半年，全省网商总数达47.99万个，同比增长15.11%，其中实物类店铺17.91万个，同比增长3.54%。本土电商平台加速崛起，自建电商平台企业达965家，其中具备实际销售能力的电商企业918家[8]。云岩区“贵高速最汇购”、兴义市“淘手游”及观山湖“一码贵州”等本土平台网络零售额均突破亿元，形成“多极驱动”的发展格局。尤其“一码贵州”平台自2020年上线以来，依托数字技术整合产供销全链条资源，实现信息流、商流、物流、资金流“四流合一”，累计用户数突破2300万，入驻企业超6万家，上线产品逾110万种，交易额达470亿元。该平台已成为贵州省规模最大、覆盖最广的综合性数字经济平台，有效推动“黔货出山”与乡村振兴深度融合。此外，贵州农村电商网络零售额在2024年1至6月达549.9亿元，同比增长64.2%，其中实物商品销售额431.7亿元，增速高达78.7%[9]。上半年农村网络零售额68.39亿元，同比增长19.27%。全省76个农村区域中，58个区县实现正向增长，36个区县增速超30%。兴义市、都匀市、凯里市、仁怀市及雷山县依托特色产业打造电商品牌，贡献农村网络零售总额的33.86%。以雷山县为例，其苗绣、银饰等非遗产品通过短视频直播实现文化溢价，带动区域电商品牌价值提升，2023年非遗产品线上销售额突破亿元。2023年，《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》[10]发布以来，全省累计认定省级电商示范园区4家、电商直播示范基地31家、电商示范企业237家、电商直播示范团队9家，构建起“园区孵化+基地赋能+企业引领”的协同发展体系。政策红利进一步激活市场主体活力，如毕节市威宁县通过“电商扶贫险”降低农户销售风险，推动“三白蔬菜”（白菜、白萝卜、莲花白）线上标准化分级销售，溢价率提升40%[11]；六盘水刺梨产业借力直播电商从滞销品转型为“网红爆款”，2023年线上销售额突破15亿元，带动20万农户增收。最后，贵州通过“硬联通”与“软服务”双轨并进，建成县级电商物流配送中心78个、村级服务站点1.2万个，乡镇快递网点覆盖率达95%[12]。依托“黔菜云”冷链大数据平台，实现生鲜农产品“48小时出省”，运输损耗率从25%降至12%。

4. 数字经济赋能贵州农村地区电商发展存在的问题

4.1. 数字基础设施“最后一公里”待打通

以黔东南州雷山县为例，雷山县以茶叶、中药材等特色农产品为主，近几年农产品电商发展迅速，2016年到2020年，雷山县电子商务网络零售额从698万元增长到3.76亿元，5年增长近53倍。但冷链物流设施不足问题突出，制约了农产品电商的进一步发展。截至2023年，雷山县建成储备冷库10余个，总容量近2600吨，配置冷链物流车辆13辆。而雷山县2023年茶叶综合产值完成10.88亿元，天麻种植面积达2.9万亩[13]。现有冷链物流设施难以满足大量农产品的运输和储存需求。同时，部分偏远村寨因地理位置偏远、地形复杂，网络基础设施建设难度较大，导致网络信号覆盖不完全且信号质量不稳定，影响电商平台的运营效率，村民在进行电商交易时频繁遭遇网络卡顿、掉线等问题，严重影响交易效率和用户体验[14]。

4.2. 产业链数字化水平不足

贵州农村地区农产品种类丰富，但整体产业链数字化水平较低，生产、加工、包装等环节缺乏统一

标准和规范，导致产品质量参差不齐，难以形成统一市场认知。在农产品分级与分类方面，由于缺乏科学的标准化体系，农产品在销售过程中难以实现精准定价与差异化营销，进而影响其市场竞争力。此外，贵州农村地区农产品品牌意识薄弱，缺乏具有市场影响力的品牌体系。多数农产品仍以初级原料形式供应市场，缺乏品牌化包装与营销手段，导致产品溢价能力不足。以贵州茶叶为例，尽管其品质优良，但由于缺乏统一的品牌形象与营销策略，数字化品牌运营能力不足，导致茶叶价格普遍偏低，难以形成高附加值的产业体系。

4.3. 数字人才短缺依赖高

实施乡村振兴战略与农村电商发展均需高素质人才队伍的智力支撑。然而，贵州省农村地区经济发展相对滞后，就业机会有限，致使人才外流现象严重。同时，贵州省人才引进政策吸引力不足，相较于电商发展较为成熟的省份，电商专业人才返乡意愿较低。目前，农村电商相关培训普及程度低，培训体系尚不完善，导致从业人员在运营和销售能力方面存在明显短板。电商专业人才的紧缺和培训资源的匮乏，使贵州省农村电商发展面临人才瓶颈，难以满足转型升级对高素质人才的需求，进而制约了农村电商的进一步发展。

4.4. 电商销售方式缺乏创新

贵州农村电商销售模式较为传统，主要依赖基础电商平台开店和社群团购，未能有效整合数字经济红利与地域文化特色，导致市场竞争力不足。产品多集中于茶叶、辣椒、刺梨制品等初级农产品，商家多依赖低价促销策略，缺乏差异化卖点。例如，黔东南地区多个县域电商平台中，一半以上主打雷同的腊肉、米酒产品，仅通过价格竞争，未能构建品牌优势。此外，安顺黄果树瀑布周边景区电商销售的手工艺品中，大多来自义乌批发，本土非遗产品如苗绣、银饰的线上转化率不足，文化附加值未充分挖掘。在直播电商方面，部分县镇虽已建立直播基地，但存在“三低现象”：一是专业主播留存率低；二是场景化直播渗透率低，仍采用静态货架式展示，未结合当地特色场景；三是技术应用水平低，VR 实景体验、AI 虚拟主播等新技术应用案例不足。最后，部分县域存在“等靠要”思维，过度依赖政府组织的“黔货出山”展销活动，缺乏自主创新能力。电商销售方式单一，缺乏吸引力和趣味性，难以应对产品同质化严重的市场竞争。乡村本土主播在直播内容上缺乏创新，与消费者互动单调，导致消费者黏性不足，影响农户营收。

5. 数字经济赋能贵州农村电商发展路径优化

5.1. 强化基础设施：夯实数字底座

首先政府应加大资金投入，优化农村基础设施，包括道路、交通、网络等，依据乡村振兴战略强化乡村路段维护，并针对农产品电商需求修建冷链物流交通，完善相关设施。同时，建立互联网点，扩大光纤、宽带覆盖，确保农村网络畅通[15]。此外，增设快递点与电商中心点，全面扶持贵州农产品电商发展。其次，推进贵州农产品电商基础设施建设与质量建设的协调发展推进“5G+ 智慧农业”试点，通过5G技术与现代农业的融合，利用物联网、大数据等技术实现农业生产的智能化、精准化，提升农业生产效率，促进农业产业升级，为农民提供更多增收渠道。最后，贵州地处西南，农产品丰富但运输成本高、损耗大一直是制约其电商发展的瓶颈，需完善冷链物流节点布局，积极与广东共建“黔粤冷链通道”，提升冷链物流效率，缩短农产品运输时间和距离，降低损耗率，实现资源共享和互利共赢。

5.2. 构建全链条数字化生态

首先，打造农产品产业集群，通过政策引导解决生产分散问题。政府应制定相关政策，引导农民和

企业集中生产，形成规模效应。构建产学研一体化模式，加大科研投入，创新特色农产品研发。政府可设立专项科研基金，支持高校和企业合作开展农产品研发项目。此外，深化农产品深加工，延伸产业链，增加附加值。例如，将贵州的辣椒加工成辣椒酱、辣椒面等系列制品，提高产品市场竞争力和经济效益。同时，政府应重视农产品品牌塑造，树立品牌意识，引导高校与电商中心合作[16]，提供品牌塑造指导。利用互联网打造新媒体传播体系，通过品牌化提升农产品溢价。加大品牌宣传力度，借助短视频直播等渠道推广，利用大数据预测市场需求，实现新零售，线上线下联动，提高品牌知名度和影响力[17]。其次，建立物流信息平台，实现信息共享和优化。针对产品标准化程度低的问题，加强品牌建设，打造区域公用品牌，提高产品质量。最后，农村电商企业应与加工商合作，进行农产品再加工，延长保质期，利用品牌优势促进销售。

5.3. 培育本土化数字人才

贵州农村电商的可持续发展离不开本土化数字人才的支撑。首先，以茶叶、辣椒、中药材等特色产业为核心，联合职业院校与贵州电商云、一码贵州，共建“电商 + 农业”“直播 + 非遗”定制课程，融入短视频运营、数据分析、供应链管理等模块，形成“理论 + 实操”的课程体系。推行“线上慕课 + 线下实操”“田间课堂 + 企业轮岗”分层培训机制，针对农村青年、返乡创业者、村干部等群体开展农产品营销、品牌包装等专项技能培训。设立“电商产教融合园”，搭建直播带货、物流管理等实战场景，提升人才实践能力。将苗绣、侗族大歌等民族文化融入电商培训课程，增强本土人才的文化自信与传播能力，打造“懂技术、通乡情”的复合型人才。其次，挖掘“村播达人”“乡村网红”等新农人典型，通过案例教学、结对帮扶等方式推广经验，形成“能人带众人”的辐射网络。对返乡创业人才提供住房补贴、税收减免及创业贷款贴息支持，设立“农村电商人才专项基金”，重点吸引大学生、退伍军人等群体下沉乡村。最后，组建县域电商专家服务团，定期开展技术指导、资源对接，针对性解决物流、支付、售后等环节的痛点问题。

5.4. 探索差异化发展路径

1) 建立区域资源数据化诊断机制

利用大数据、GIS 技术对各县域农产品资源、民族文化及物流基础设施进行立体化分析，生成“资源市场适配度”评估报告，明确区域电商发展的核心赛道。基于诊断结果，将县域划分为“农产品电商示范区”“文旅电商融合区”“跨境贸易试验区”等类型，差异化配置政策资源。搭建省级农村电商数字监测平台，实时追踪县域电商交易数据、消费者偏好及竞争态势，动态优化发展路径。

2) 推动特色产业垂直化与品牌化

在茶叶、刺梨等优势产业中推广“区块链溯源 + 智能分选”技术，建立从种植到销售的全程数字化管理体系，提升产品溢价能力[18]。省级层面统筹“贵州绿色农产品”公共品牌，县域层面孵化“小而美”子品牌，通过差异化定位覆盖高端定制、大众消费等多层次市场。将苗银、侗布等非遗技艺融入农产品包装设计，开发“民族文化 + 生态农产品”联名礼盒，通过短视频、直播等渠道传播品牌故事。

3) 构建“中心辐射 + 多点联动”的空间布局

在贵阳、遵义等中心城市建立“农村电商数字化服务中心”，提供云仓储、跨境物流、直播基地等共享基础设施，辐射周边县域。在交通条件较差的偏远县域如从江、榕江，设立“5G + 智慧微仓”，通过无人机配送、社区团购等模式实现“小批量、高频次”订单高效响应。推动相邻县域共建产业联盟，共享供应链、物流与营销资源，降低边际成本。

4) 创新“文旅电商 + 生态经济”融合模式

通过 VR 直播、AI 虚拟导游等技术展示梯田景观、民族村寨，同步推荐当地农特产品，实现“观看即购买”。对林下经济产品进行碳足迹核算，接入全国碳交易平台，通过电商渠道销售“碳中和农产品”，吸引环保消费群体。在黄果树、荔波等景区周边打造“电商驿站”，整合农产品展销、非遗体验、直播培训等功能，形成“线下体验线上下单物流直达”闭环。

6. 结语

数字经济为贵州农村电商突破地理限制、激活资源禀赋提供了历史性机遇。本文通过深入分析数字经济赋能贵州农村电商的重要意义、发展现状及现存问题，发现贵州农村电商在数字基础设施覆盖、产业链协同、人才储备及模式创新等方面存在短板，但依托其独特的民族文化、生态资源与特色产业，其差异化发展潜力显著。数字经济作为经济增长引擎，能推动传统产业转型升级。贵州农村电商可借助强化数字基建、构建数字化生态、培育本土人才和探索特色路径等举措，实现从“流量驱动”向“价值驱动”的转型升级，推动高质量发展。

参考文献

- [1] 孙壮珍. 数智技术赋能农业新质生产力: 内在机理、驱动要素与实现进路[J]. 江淮论坛, 2025(1): 100-106.
- [2] 黄洋, 杨思富, 丁钊. 西部地区发展农村电商的现实困境和路径选择研究[J]. 农业科技与信息, 2024(5): 121-125, 130.
- [3] 姚庆荣. 我国农村电子商务发展模式比较研究[J]. 现代经济探讨, 2016(12): 64-67.
- [4] 蔡志君, 柯艳莉. 乡村振兴背景下农村电商创新模式与营销策略研究[J]. 山西农经, 2024(14): 59-61.
- [5] 李保凯, 李震, 伽红凯. 贵州烟叶产业综合体产业融合发展模式研究[J]. 农业与技术, 2023, 43(23): 170-172.
- [6] 高彦彦. 互联网信息技术如何促进农村社会经济发展? [J]. 现代经济探讨, 2018(4): 94-100.
- [7] 录静静, 杨萍. 电商物流融合发展推动农村经济发展的研究——以甘肃省天水市为例[J]. 农业科技管理, 2024, 43(4): 31-34, 39.
- [8] 助推电商高质量发展 2024 贵州省电子商务发展大会举办[EB/OL]. 2024-09-22.
<https://bajiahao.baidu.com/s?id=1810879423681076429&wfr=spider&for=pc>, 2025-01-25.
- [9] 贵州新闻. 贵州省电子商务发展大会在贵阳举行[EB/OL]. 2023-01-19.
https://swt.guizhou.gov.cn/zwgk/zfxgk/fdzdgknr/zcfg/zcjd/202301/t20230109_77880980.html, 2025-01-19.
- [10] 关于《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》政策解读[EB/OL]. 2023-01-19.
https://swt.guizhou.gov.cn/zwgk/zfxgk/fdzdgknr/zcfg/zcjd/202301/t20230109_77880980.html, 2025-01-19.
- [11] 威宁: 税收助“三白”蔬菜 出山 鼓起农民“钱袋子” [EB/OL]. 2020-08-07.
https://www.gzweining.gov.cn/xwzx/zwyyw/202008/t20200807_62283193.html, 2025-01-25.
- [12] 多彩贵州网. 贵阳乡级快递网点覆盖率已超 95% 农村电商将覆盖 912 个行政村[EB/OL]. 2017-05-01.
<http://www.gog.cn/zonghe/system/2017/05/01/015654891.shtml>, 2025-01-15.
- [13] 中国县域. 雷山县 2023 年政府工作报告[EB/OL]. 2024-01-05.
<https://zgcounty.com/news/47259.html>, 2025-01-19.
- [14] 张静. 贵州农村电商发展对策探究[J]. 广东蚕业, 2024, 58(6): 154-156.
- [15] 王丽, 滕慧君. “数商兴农”背景下农村电商高质量发展路径探赜[J]. 农业经济, 2024(2): 136-137.
- [16] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [17] 杨汝洁, 邹春芳. 乡村振兴战略下贵州农村电子商务发展路径探析[J]. 时代经贸, 2023, 20(10): 47-49.
- [18] 贺宁丽. 乡村振兴背景下贵州省农村电商发展研究[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(3): 258-260, 274.