

数字经济背景下贵州省农村电子商务发展研究 ——基于乡村振兴的视角

姚秀田

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月30日; 录用日期: 2025年5月15日; 发布日期: 2025年6月12日

摘要

数字经济已成为驱动农村经济转型的核心力量。本文以贵州省为研究对象, 结合政策背景、产业现状及典型案例, 分析其农村电商发展的机遇与挑战。研究发现, 贵州省凭借数字经济规模扩张, 已形成以“黔货出山”为核心的农村电商模式, 但仍面临基础设施薄弱、物流成本高、人才短缺等瓶颈。基于此, 本文提出“技术赋能 + 政策协同 + 生态共建”的优化路径, 以期西部欠发达地区农村电商发展提供参考。

关键词

数字经济, 农村电子商务, 乡村振兴

Research on the Development of Rural E-Commerce in Guizhou Province under the Background of Digital Economy

—Based on the Perspective of Rural Revitalization

Xiutian Yao

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 30th, 2025; accepted: May 15th, 2025; published: Jun. 12th, 2025

Abstract

The digital economy has become the core force driving the transformation of the rural economy. Taking Guizhou Province as the research object, this paper analyzes the opportunities and challenges

of rural e-commerce development based on its policy background, industrial status and typical cases. The study found that Guizhou Province has formed a rural e-commerce model with “Guizhou goods out of the mountains” as the core by virtue of the expansion of the digital economy, but it still faces bottlenecks, such as weak infrastructure, high logistics costs, and talent shortages. Based on this, this paper proposes an optimization path of “technology empowerment, policy synergy, and ecological co-construction”, in order to provide a reference for the development of rural e-commerce in the underdeveloped areas of western China.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Rural Revitalization

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

1.1. 研究背景与意义

在数字经济与乡村振兴深度融合的背景下，农村电子商务已成为推动农业现代化、缩小城乡发展差距的核心引擎。自 2018 年《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》明确提出“互联网+农业”发展路径以来，农村电商被赋予破解“三农”问题、促进城乡要素流动的重要作用。特别是“十四五”期间，国家通过《数字乡村发展战略纲要》《“数商兴农”工程》等政策，进一步强化了农村电商在产业升级、就业创业中的地位。贵州省作为全国首个国家级大数据综合试验区，凭借数字经济增速连续六年超 10% 的显著优势，成为西部欠发达地区探索农村电商模式的典型样本。2023 年，贵州省农村网络零售额达 689.5 亿元，占全国比重 15.74%，但其发展仍面临基础设施薄弱、区域发展不均衡等挑战，与东部省份存在显著差距[1]。

以数字技术为核心的数商兴农工程提升了当前农业现代化、乡风文明、乡村善治、美丽乡村建设和农民收支水平。农村电商中的淘宝等电商模式在实现脱贫攻坚与乡村振兴的有效衔接方面提供了重要支撑，是助推农村电商高质量发展、助力乡村振兴的强劲动力[2]。数字经济的快速发展为农村电商发展奠定了基础。电商作为产业扶贫的重要手段，在助推小农户与大市场实现有效对接、拓展农民可持续增收空间方面，发挥了显著的作用。一方面，电子商务通过为农户提供低门槛的农产品销售平台，促使一些有商业头脑、敢于尝试新事物的农户进行网络创业，提升小农户对接大市场的意识与能力[3]。在数字经济快速发展的背景下，电子商务作为现代扶贫体系的重要抓手，展现出显著的资源整合与驱动效应。另一方面，通过构建开放型农产品流通渠道，该模式不仅为基层生产者提供了低成本的数字化交易界面，更有效激发了具备市场敏感性和创新精神的农民群体开展线上创业实践。这一过程不仅强化了微观经营主体与宏观市场环境的衔接能力，更通过供需匹配机制优化拓展了农业经营者的持续性收益空间[4]。

从区域特色看，贵州农村电商的实践具有双重示范价值。一方面，贵州依托刺梨、茶叶和中药材这些特色农产品资源和“黔货出山”政策支持，构建了“平台 + 合作社 + 农户”的产销模式，例如紫云县通过区块链技术实现红芯薯溯源，大大带动户均增收；另一方面，其作为西南地区大数据枢纽，率先将 5G、AI 等技术应用于农业产业链，如湄潭县通过“农业云”平台优化茶叶生产与流通，2023 年电商销售额实现历史性的突破。然而，贵州的探索也暴露了西部农村电商的共性难题：山区物流成本高，冷

链覆盖率很低，且青壮年劳动力外流严重，导致人才与技术应用双重滞后。此外，农产品标准化程度低、品牌溢价不足等问题，进一步制约了产业链价值提升。

本研究的意义在于理论与实践的双重突破。理论上，通过构建“技术－政策－生态”协同框架，弥补现有研究对西部山区农村电商特殊性关注的不足，为数字乡村理论体系提供区域化补充；实践上，总结贵州“政策先行＋本土创新”的经验，可为西部欠发达地区破解基础设施与人才瓶颈、探索“双循环”市场路径提供参考，助力实现“共同富裕”目标下城乡融合发展。

1.2. 研究方法

本研究以“技术－政策－生态”协同演化理论为核心，结合2021年世界银行提出的“数字乡村韧性”模型，构建了一个动态分析框架，旨在系统揭示数字经济驱动下贵州省农村电商发展的内在机制与矛盾根源。该框架包含三个维度：技术赋能、政策协同与生态重构，三者通过“输入－转化－输出”的循环机制实现互动演化。具体而言，技术赋能通过5G、区块链和AI算法等数字工具提升生产流通效率；政策协同通过供给型、需求型和环境型工具调节资源配置；生态重构则通过政府－平台－农户－消费者的主体协同，以及品牌溢价、文化赋能的价值共创，形成可持续发展的社会网络。

在技术赋能维度，数字技术不仅是基础设施的物理覆盖，更通过“技术嵌入性”与“社会适应性”的双向互动重塑乡村经济生态。例如，区块链溯源技术通过编码农产品全流程信息(种植、加工、物流)，将农户的“经验信任”转化为“数据信任”[5]，但技术应用受限于山区网络信号的“最后一公里”断层与农户数字素养的“代际鸿沟”。这种技术与社会的不完全耦合，导致“硬件超前、软件滞后”的结构性矛盾[6]。

在政策协同维度，贵州省通过“黔货出山”战略构建了供给型、需求型与环境型政策工具的系统性组合，旨在通过制度设计驱动技术赋能与生态重构的联动。然而，政策执行中暴露出结构性张力：一方面，政策资源的配置呈现显著的区域倾斜，部分示范地区因集中性投入获得优先发展，而边缘区域受限于资金与配套支持不足，难以形成可持续的运营能力；另一方面，政策目标的短期导向与长期诉求存在矛盾，例如硬件设施的快速扩张未能充分匹配基层实际需求，导致技术应用与市场机制脱节，部分项目陷入“重建设轻运营”的困境。这种矛盾凸显了政策工具动态适配性的不足，亟需通过跨部门协同机制优化与基层参与度提升，破解顶层设计与地方实践的错配难题。

生态重构维度聚焦多元主体的利益博弈与网络化协作。基于行动者网络理论(ANT)，贵州省农村电商生态中的核心行动者包括农户(诉求：提高收益)、平台(诉求：降低风险)、政府(诉求：政绩考核)与消费者(诉求：品质保障)。各主体通过“翻译机制”争夺话语权：例如，平台通过流量分配权强制农户接入区块链系统以降低退货率，政府通过补贴倾斜扶持龙头企业以提升考核指标，而农户因议价能力薄弱沦为“被动参与者”。这种权力失衡导致“马太效应”，凸显生态协同需以“价值共享”为目标，构建利益再分配机制。

2. 贵州省农村电商发展分析

贵州省作为西部欠发达地区，近年来依托数字经济与政策红利，逐步探索出一条具有区域特色的农村电商发展路径[7]。本章从基础设施、生态构建、政策支持三个维度，结合典型案例与数据，系统分析其发展现状与内在逻辑。

2.1. 数字经济基础支撑：技术赋能与设施短板并存

贵州省数字经济的快速扩张为农村电商提供了底层技术支撑。根据2023年《贵州省数字经济发展白

皮书》和《贵州省互联网发展报告》通过,2016~2022年,贵州省数字经济规模从2327亿元增长至7891亿元,年均增速超10%,显著高于全国平均水平。截至2023年,全省累计建成5G基站12.02万个,行政村光纤通达率达100%,移动互联网用户规模达2875.4万人,乡村网民占比31.1%。依托“农业云”平台,物联网、区块链等技术已应用于农产品溯源与生产管理。例如,湄潭县茶叶产业通过区块链技术实现全流程质量监控,2023年电商销售额突破1.2亿元。

然而,基础设施的城乡差异仍显著制约发展潜力。据<http://www.100ec.cn/>监测数据,2023年,仅有35.1%的村有电子商务配送点,农村地区的电商物流网点覆盖面严重不足,此外,末端物流体系开放不充分,县乡村最后一公里投递问题尚未得到解决,以大数据、物联网等信息技术为基础的智能物流速配网络应用覆盖率低[8]。

同时黔东南州部分偏远山区4G信号覆盖率不足60%,德江县35%的农村居民反映网速难以满足直播需求。冷链物流覆盖率仅为22%,生鲜农产品损耗率高达30%,物流成本达8.5元/单,远超浙江的4.2元/单和江苏的5.1元/单。这一矛盾凸显了“硬件投入超前,应用落地滞后”的结构性问题。从本质上看,数字经济基础支撑的构建是一场“连接”的革命——连接农户与市场、连接数据与决策、连接效率与公平。技术的赋能性体现在其打破信息孤岛、降低交易成本、提升资源配置效率的潜力上;而设施短板则暴露了城乡二元结构下资源分配的深层矛盾,以及技术应用对制度、文化与社会网络的强依赖性。二者的并存表明,农村电商的数字化进程既不能脱离技术的前沿探索,亦不可忽视基础设施的普惠性建设。

2.2. 农村电商生态构建：平台下沉与本土创新交织

平台经济的下沉是当前农村电商发展的重要特征。大型电商企业通过资本与技术的双重优势,迅速渗透至县域及乡村市场,搭建起覆盖广泛的线上交易网络。这类平台通常以标准化服务为核心,通过统一的物流体系、支付系统和流量分配机制,降低农村市场的交易成本,提升商品流通效率。然而,平台下沉并非单向的资源输入,其背后往往伴随着对地方经济生态的重塑。一方面,平台通过数据积累与算法优化,逐渐掌握市场定价权与流量主导权,可能挤压本土小微企业的生存空间;另一方面,平台的规模化运营模式与农村分散化、非标化的生产特征存在结构性冲突,导致部分传统产业在数字化转型中面临适应性挑战[9]。

在此背景下,本土创新成为平衡外部冲击、维护地方经济韧性的关键路径。本土创新强调基于地方资源禀赋与文化特性的内生性发展策略。例如,部分农村地区通过挖掘非遗技艺、地域品牌或社群网络,构建差异化的电商模式。这种创新不仅体现在产品设计或营销手段上,更反映在组织形式的变革中——如合作社的联合经营、社区支持农业(CSA)的实践,或是基于熟人社会的信任机制重建。本土创新的核心在于将数字工具与地方性知识相结合,而非简单复制外部模式[10]。

贵州省通过引入阿里巴巴“村淘”、京东“京喜”等头部电商平台,构建了覆盖县域及乡村的服务网络。截至2023年,阿里巴巴“村淘”已在贵州覆盖56个县级服务中心和6949个村级服务站,通过标准化物流体系和流量分配机制,推动农产品上行规模增长42%。例如,京东“京喜”整合线下百万中小门店,形成全场景服务网络,2023年带动贵州辣椒、茶叶等特色农产品销售额突破8000万元,覆盖60余家涉农企业及合作社,合作产品达400余款。此外,正安县依托京东物流和跨境电商平台,2022年实现吉他出口额2.09亿美元,其中跨境电商占比显著提升。头部平台的下沉不仅降低了交易成本,还通过供应链整合加速了“黔货出山”进程。同时,通过“外引内育”策略构建电商生态,特色产品开发成为了生态构建的核心驱动力。全省已认证40余个地理标志产品,其中“坝羊茶叶”“修文猕猴桃”通过品牌化运营实现溢价30%~50%。德江县将土家族非遗元素融入竹编工艺品,通过亚马逊平台销往欧美市场,溢

价率达 200%，2023 年出口额突破 2000 万元。但品牌同质化问题突出，70% 的小型合作社缺乏商标意识，导致同类产品拼多多平台价差不足 10 元/箱。

2.3. 政策支持体系：顶层设计与基层落地的张力

贵州省农村电商的政策支持体系呈现显著的“双轨性”特征：一方面，通过国家级政策框架的顶层设计，构建了以“数商兴农”为核心的战略导向；另一方面，地方实践在复杂的社会经济生态中不断试错与调适，形成了“政策驱动”与“本土创新”的动态博弈。这种张力既体现了中央与地方治理逻辑的差异性，也反映了政策工具在区域适应性上的局限性[11]。

在顶层设计层面，贵州省依托国家“电子商务进农村综合示范县”政策，累计投入 8.9 亿元财政资金，重点支持物流体系与人才培养。国家级示范县的遴选标准(如基础设施覆盖率、农产品电商渗透率)为地方发展提供了明确的目标导向，例如正安县通过“吉他产业跨境电商扶持计划”，将传统制造业与数字贸易结合，2023 年出口额突破 10 亿元，占全国吉他出口量的 20%。此外，“数商兴农”工程的深化，推动 AI 选品、AR 虚拟体验等技术在农业产业链的应用，政策目标直指产业升级与市场扩容。

然而，政策落地过程中，基层实践的复杂性逐渐凸显。贵州省山区的地理阻隔、少数民族文化传统与小农经济的分散性，对统一政策框架的执行形成多重挑战。以冷链物流建设为例，尽管省级规划提出“县域云仓全覆盖”，但黔东南州部分偏远乡镇因电力供应不稳、维护成本高昂，冷链设施长期处于闲置状态。此外，政策资源分配的“示范县优先”机制导致非示范区域如从江县难以获得持续性支持，村级站点设备老化、运营低效问题普遍存在。

更深层的矛盾源于政策工具的动态适配不足。例如，针对电商平台的佣金管制政策在东部发达地区有效约束了市场垄断行为，但在贵州省，小微商户对头部平台的依赖性更强，简单限制佣金比例可能削弱其市场准入能力。类似地，标准化分级政策(如《贵州省茶叶分级标准》)在湄潭县等主产区推进顺利，但在雷山县等小规模产区，因合作社组织松散、检测能力不足，执行率不足 30%，导致同质化竞争加剧。

这种“制度刚性”与“地方柔性”的冲突，揭示了政策支持体系的根本困境：顶层设计追求规模化效益与标准化效率，而基层实践需要灵活应对非标化、差异化的现实需求。解决这一张力，需在政策工具设计中融入“弹性机制”——例如，允许地方政府根据区域特性调整资金使用比例，或将民族文化保护、生态可持续性等非经济指标纳入考核体系，从而实现政策目标与地方实践的有机耦合[12]。

2.4. 典型案例：模式创新与瓶颈突破

乡村振兴背景下，电商助农增收需要结构优化改变，贵州省的实践表明，任何模式创新都必然伴随结构性矛盾的暴露，而瓶颈的突破往往需要超越技术或政策的单一维度，直面权力关系、文化惯性与市场逻辑的深层博弈[13]。

(1) 紫云县“红芯薯产业联盟”：技术赋能的理想化与乡土现实的冲突

紫云县通过整合 42 家合作社，引入区块链溯源系统，试图以技术手段重建市场信任并提升溢价能力。这一模式的核心创新在于“标准化整合”——通过统一生产标准、集中供应链管理，将分散的小农生产纳入现代市场体系。区块链技术的应用表面上解决了信息不对称问题，但其实际效果受制于多重矛盾：第一，技术落地的社会成本。区块链要求农户、合作社、物流企业等多方实时录入数据，但在教育水平较低的区域，技术操作的复杂性导致“数据悬浮”——部分合作社为应付检查虚构信息，溯源系统沦为形式化工具。第二，规模化与差异化的矛盾。强制统一标准虽提升了产品一致性，却消解了传统耕作中的地方性知识(如土壤适应性调整)，部分农户因种植成本上升退出联盟，反加剧生产端的碎片化。第三，利益分配的隐性失衡。区块链技术赋予平台和政府更强的监管权，而农户因缺乏数据解读能力，在定价

谈判中仍处于弱势地位。终端售价的 20%农户收益占比，揭示了技术赋能未能根本扭转权力结构的现实。

这一案例表明，技术驱动的模式创新若脱离社会基础，可能陷入“效率假象”——表面数据增长掩盖了生态可持续性的风险，比如旱灾导致的订单履约率暴跌等。

(2) 德江县“非遗 + 跨境电商”：文化符号的商品化困境

德江县将土家族竹编工艺与跨境电商结合，通过 Etsy 平台实现 200%溢价，其创新逻辑在于“文化资本的经济转化”。然而，这一模式的瓶颈揭示了文化资源开发的深层矛盾：第一，原真性与商业化的张力。为迎合国际市场审美，西兰卡普竹编设计逐渐脱离传统纹样，转向简约现代风格。这种“去地方化”改造虽提升销量，却导致文化内涵的空洞化，非遗传承人田茂荣直言“手艺成了流水线贴牌”。

知识产权保护的失效：国际商标缺失使仿制品泛滥，仿制成本仅为正品的 1/3，而维权需跨国法律协作，小微主体无力承担。这暴露了“文化出海”中制度保障的缺位——平台经济的全球化并未伴随治理规则同步延伸。第二，代际传承的断裂。年轻一代因技艺学习周期长、收益不稳定而拒绝继承，老艺人被迫依赖运营网络账号的数字化技能，但代际认知差异导致内容生产低效，多数出现停更问题。

德江案例的核心启示在于：文化赋能若仅停留在“符号借用”层面，忽视社区参与和代际反哺机制，最终将沦为短期套利工具，而非可持续的产业生态。

(3) 正安县吉他产业带：政策红利的“潮汐效应”

正安县通过“吉他产业跨境电商扶持计划”，依托政策倾斜实现出口额超 10 亿元，但其发展暴露出政策驱动模式的脆弱性：第一，外部依赖症。企业为获取补贴集中于诸如入门级吉他的“政策友好型”品类，忽视高端产品研发，导致产业链长期低端锁定。一旦补贴退坡，如 2024 年出口退税调整，抗风险能力不足。第二，本土价值链缺失。尽管出口规模扩大，但设计、品牌运营等高端环节仍由海外企业掌控，本地工厂沦为代工基地，利润空间被压缩至 5%以下。

第三，社会成本外部化。政府为吸引企业投资，默许环保标准降低，电镀废水处理不达标的隐性成本由社区承担，引发多起环保纠纷。

正安模式折射出“政策红利”的双刃剑效应——短期数据繁荣可能掩盖内生动力不足的隐患，甚至加剧区域发展的不可持续性。

上述案例的共同瓶颈指向农村电商生态的脱嵌问题。第一，技术脱嵌。数字工具的设计逻辑源于城市中心主义，未能适配农村非标化、分散化的生产特征；

第二，文化脱嵌。市场导向的文化商品化侵蚀地方知识体系，却未构建价值反哺机制；第三，制度脱嵌。政策工具追求标准化绩效，忽视乡土社会的异质性与弹性治理需求。

突破瓶颈需重构“嵌入性发展”路径：技术方案应保留地方性知识的接口，文化开发需建立社区利益共享契约，政策设计则应允许“模糊性执行”。唯有如此，模式创新才能从“问题应对”升维至“系统重构”，为农村电商提供可持续的转型动能。

3. 贵州省农村电商发展的核心问题

3.1. 基础设施薄弱：技术覆盖的“城乡断层”与物流网络的“毛细血管梗阻”

贵州省农村电商基础设施的薄弱性，本质上是技术、政策与生态协同失效的集中体现。从技术维度看，城乡数字鸿沟的“名义覆盖”与“实际效能”存在显著落差。根据《贵州省通信管理局 2023 年互联网发展报告》，尽管全省行政村光纤通达率达 100%，但黔东南州雷公山区部分村落的 4G 信号强度不足 -90 dBm，直播卡顿率超 40%，德江县农村平均下载速度仅为 12 Mbps，不足城市地区的 27%。这种“选择性覆盖”暴露了技术工具的标准化设计逻辑与农村非标化需求的冲突——例如，高清直播所需的 50

Mbps 带宽标准，因为故障修复周期 3~5 天，导致在山区因基站维护滞后而难以实现。

政策维度上，资源分配的“示范优先”机制加剧了技术赋能的失衡。根据 2023 年的《贵州省电子商务进农村综合示范县阶段性成果报告》，80% 的财政补贴流向 28 个示范县，非示范县年均获补不足 50 万元。冷链物流建设尤为典型：省级规划要求“县域云仓全覆盖”，但依据 2020 年的《贵州省农产品电商流通标准》，黔东南州从江县因资金匮乏，村级冷链站点设备陈旧，预冷环节缺失导致生鲜损耗率高达 30%。政策考核重“硬件覆盖率”轻“运营持续性”，使冷链设施沦为“面子工程”——贵阳龙洞堡机场冷链中转仓容量仅 5000 吨，旺季修文猕猴桃出口因爆仓延误 48 小时，损耗率飙升至 35%。

生态维度则凸显物流网络的“系统性梗阻”。农产品上行依赖“农户-合作社-平台-消费者”的多级中转链条，中间环节利润占比 45%，而农户收益仅占终端售价 20% (紫云县人民政府，2022 年)。平台企业通过流量分配权抽取 15%~25% 佣金，小微商户利润率被压缩至 5% 以下。技术孤岛问题(如区块链仅用于高端产品溯源)与政策监管缺位，使物流成本居高不下(县域物流 8.5 元/单)，形成“低效循环”。这种断裂表明，基础设施的薄弱性不仅是技术或资金的短缺，更是技术工具、政策目标与生态需求协同缺位的必然结果。

3.2. 人才短缺：“空心化”与“技能错配”的双重困境

农村电商的人才困境是技术、政策与生态协同失效的人力资本映射。技术维度上，数字技能的供需错配尤为突出。根据《贵州省电商人才发展报告》，政府年均培训 5 万人次，但课程内容集中于基础操作，缺乏直播运营、数据分析等进阶技能。务川县 2023 年抖音培训 2000 人次，仅 12 人实现稳定月销超 1 万元，转化率不足 1%。更严峻的是，区块链溯源、AI 选品等技术的引入要求跨领域知识，但现有培训体系未融合农业经验与数字技能，导致“懂技术者不谙农事，懂农事者难控数据”。

政策维度的矛盾体现在激励机制的“目标悬浮”。根据 2023 年的《贵州省电商企业薪酬调研报告》，县域电商企业平均月薪 4500 元，仅为杭州的 58%，而“农村电商工程师”职称评定因缺乏配套晋升通道，对青年吸引力有限。政策工具的设计僵化——例如，跨境电商人才实训要求“返乡服务 ≥ 2 年”，但县域缺乏职业发展空间，人才流失率仍超 40%。这种“一刀切”模式忽视人才需求的层次性：既需“数字领袖”开拓市场，也需“数字工兵”夯实基础，更需“数字桥梁”协调多方利益。

生态维度暴露代际断裂与文化惯性的深层制约。根据 2023 年《贵州省农村劳动力就业调查报告》，农村常住人口中 60 岁以上占比 28.6%，45 岁以上电商从业者占 65%。非遗传承人田茂荣的案例极具代表性：其竹编技艺通过孙辈运营抖音账号销售，但因代际认知差异，如内容更新频率、算法规则，账号停更率达 70%。这种“银发电商”现象折射出乡土社会的结构性矛盾——技术赋能的“青年依赖”与传统经济的“老年主导”形成冲突，文化传承与数字转型的双重目标在人力资本断层中难以调和[14]。

3.3. 产业链协同不足：“小散弱”生产与“大市场”需求的断裂

产业链协同的困境本质上是技术、政策与生态协同缺位的价值链危机。技术维度上，标准化与溯源的失衡加剧生产端“原子化”。根据《贵州省农业农村厅 2023 年数据》，全省农产品合作社平均规模仅 23 户，70% 年销售额不足 50 万元。雷山县 138 家茶叶合作社中仅 8 家年销售额超 100 万元，难以形成议价能力。尽管湄潭县通过区块链实现茶叶全流程溯源，但全省仅 30% 企业执行分级标准(《贵州省茶叶分级标准》，2020 年)，同一批次产品品质差异达 15%，电商退货率增加 10%。技术工具的“孤岛化”使用导致“信任分层”——消费者对溯源产品支付溢价，而对非标产品退货率激增，市场割裂加剧。

政策维度暴露利益分配的结构性失衡。紫云县红芯薯案例显示，田头收购价 1.8 元/斤，终端售价 6.5 元/斤，价差超 260%，而农户收益占比仅 20% (紫云县人民政府，2022 年)。政府通过示范县评选、流量

补贴吸引头部平台下沉，但平台通过佣金抽成与流量控制挤压小微商户利润。政策对中间环节的纵容，使“小散弱”生产者在博弈中彻底边缘化。

生态维度则体现组织化与市场化的矛盾。德江县竹编企业通过拼多多销售，平台扣点与物流成本占比 40%，而合作社因规模小被迫接受低价订单。根据商务部发布的《中国农村电子商务发展报告(2021~2022)》，贵州农产品电商渗透率 19.3%，显著低于浙江(34.7%)与江苏(29.5%)。这种断裂表明，技术工具的“效率优先”逻辑、政策的“规模导向”，与生态的“公平诉求”如农户收益、文化保护形成根本性冲突。唯有重构“技术降本、政策赋权、生态共享”的治理框架，才能破解产业链的协同困局。

4. 优化贵州省农村电商发展的对策建议

4.1. 技术适配：从“效率工具”到“社会接口”的重构

技术赋能的本质并非简单移植城市经验，而是构建与农村社会肌理兼容的“社会性技术接口”。针对山区分散化生产与网络覆盖不均衡的现状，需优先开发低门槛、高韧性的技术工具。例如，设计支持离线功能的区块链溯源系统——农户通过扫码即可完成生产数据录入，系统在无网络环境下自动缓存，待信号恢复后同步至云端，避免因网络波动导致操作中断。在物流环节，推广模块化冷链设备，其容量可根据农产品季节性需求灵活调整，同时兼容传统运输工具如农用三轮车，降低技术嵌入的摩擦成本。技术工具的核心功能应从“效率提升”转向“社会包容”，允许传统分拣经验与技术逻辑共存。例如，AI 选品算法需引入土壤适应性、气候变化规律等农户经验参数，而非单纯依赖消费市场数据。通过技术接口的“去中心化设计”，削弱平台企业对流量与数据的垄断，为小微主体争取议价空间。

4.2. 政策弹性：从“刚性指标”到“参与式治理”的转型

政策工具的优化需突破“标准化考核”的桎梏，构建“动态适配 + 多元共治”的弹性框架。首先，建立分层次的考核机制：在保障基础网络覆盖与物流通达的前提下，赋予地方政府自主设定特色发展目标的权限，例如非遗文化转化效能或生态保护成效，省级财政根据目标的创新性与完成度动态调配支持资源。其次，基于多方协作理论，成立由政府部门、电商平台、农村合作社及消费者代表共同参与的共治委员会，定期协商利益分配规则与责任边界。例如，平台需公开流量分配的核心逻辑并接受独立审计，合作社可联合发起跨区域议价谈判，消费者通过溯源评价体系参与质量监督。针对政策执行中“重硬件轻运营”的痼疾，推行分阶段的资金释放模式：初期投入聚焦基础设施建设，后续资金则与运营效能如农户收入增长幅度、市场信任度提升直接挂钩。同时，设立政策创新试验区，在代表性县域试点突破性改革，如平台佣金机制优化、碳排放权益探索，通过小范围实践提炼可复制的制度经验。

4.3. 生态融合：从“文化符号”到“价值闭环”的跃迁

农村电商的可持续生态需实现“文化资源 - 市场价值 - 社区福祉”的闭环转化。在文化维度，建立非遗开发的分类管理体系：对大众化商品征收文化保护费用，专项用于传承人培养与传统工艺保护；对高附加值的限量手工艺品实施数字化产权认证，通过区块链技术确保文化溢价直接回馈社区。在价值链层面，通过立法明确利益分配的均衡框架——农户、合作社与平台按比例共享终端收益，剩余部分纳入生态风险基金，用于应对自然灾害或技术升级。针对绿色转型，构建“低碳行为 - 资源激励”联动机制：农户的环保实践如有机种植、废弃物回收等可兑换为平台流量扶持或低息信贷额度，政府通过市场化手段将生态效益转化为经济收益，形成“环境保护 - 价值创造 - 社区反哺”的良性循环。在组织层面，推动小微合作社的跨区域整合，组建产业生态联盟，共享物流网络、技术资源与品牌价值，并通过股权交叉绑定实现风险共担，避免低水平同质化竞争。

5. 结语

贵州省农村电商的发展历程，深刻揭示了数字经济时代乡村振兴的复杂性与可能性。作为西部欠发达地区的典型样本，其探索既展现了“技术-政策-生态”协同框架的实践价值，也暴露出单向度发展的局限——技术的效率逻辑与政策的规模导向，往往在追求短期增长中忽视乡土社会的内生需求与文化韧性。本研究通过理论重构与实践批判，提出农村电商的可持续发展绝非简单的“数字化移植”，而是一场深层次的社会经济系统变革：技术赋能需摒弃“城市中心主义”的工具理性，转向“社会接口”的适配性设计，使区块链、AI等工具成为连接而非割裂传统智慧的桥梁；政策治理需突破“刚性考核”的路径依赖，通过动态授权与多元共治，构建弹性化的制度框架，使地方政府从“被动执行者”转变为“主动创新者”；生态构建则需超越“文化符号化”的浅层开发，以非遗保护、绿色转型与利益共享为轴心，推动“文化根植性-市场价值-社区福祉”的闭环转化。贵州省的实践表明，西部农村电商的突围之路在于拒绝“追赶式现代化”的焦虑，转而寻求一种“有根的数字化”——即在技术工具中保留地方知识的接口，在政策设计中嵌入弹性试错的空间，在生态演进中坚守文化传承与环境正义的底线。这种转型不仅为破解城乡数字鸿沟提供实践范式，更对全球化语境下“发展何为”的元命题发出叩问：当效率至上的市场逻辑遭遇乡土社会的多样性，当标准化技术遭遇非标化生产，唯有通过“工具适配-制度弹性-价值共享”的深度协同，才能实现从“机械增长”到“有机共生”的跨越，为乡村振兴注入兼具经济活力与文化尊严的可持续动能。

参考文献

- [1] 刘平玉, 谢丽, 刘大珍. 贵州农村电子商务发展特色研究[J]. 社会科学前沿, 2021, 10(12): 3450-3454.
- [2] 周立, 康亚茹. 数商下乡何以兴农?——基于“淘宝村”准自然实验的经验证据[J]. 中国农业大学学报, 2025, 30(5): 308-324.
- [3] 王瑜. 电商参与提升农户经济获得感了吗?——贫困户与非贫困户的差异[J]. 中国农村经济, 2019(7): 37-50.
- [4] 聂凤英, 熊雪. “涉农电商”减贫机制分析[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2018(4): 63-71, 158.
- [5] 张丽华, 王伟. 乡村振兴背景下农村电商生态系统的构建路径[J]. 中国农村经济, 2022(5): 45-58.
- [6] 李秋斌. “互联网+”下农村电子商务扶贫模式的案例研究及对策分析[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2018(3): 179-188.
- [7] 李盛龙. 贵州民族地区农村电商扶贫研究[D]: [博士学位论文]. 贵阳: 贵州民族大学, 2021.
- [8] 彭小珈. 农村电商发展效率及影响因素研究[D]: [博士学位论文]. 长沙: 湖南农业大学, 2020.
- [9] 曾庆均, 高蕊, 李文. 流通数字化赋能全国统一大市场建设——来自国家电子商务示范城市政策的准自然实验[J]. 中国流通经济, 2025, 39(5): 15-29.
- [10] 王晴岚. 特色农产品消费需求挖掘与交易路径创新——基于电商促进特色农产品营销视域下的分析[J]. 价格理论与实践, 2024(4): 62-66.
- [11] 李慧凤, 孙莎莎. 共同富裕目标下乡村数字化发展的推进路径: 一个系统性的分析[J]. 贵州财经大学学报, 2023(1): 22-31.
- [12] 李季. 数字经济背景下农村电商直播助农模式与策略研究[J]. 乡村科技, 2024, 15(21): 63-67.
- [13] 卢丽媛, 王竞谕, 王瑞峰. 农村电商助农持续稳定增收机理——基于城乡要素融合的中介效应[J]. 中国流通经济, 2025, 39(5): 45-58.
- [14] 秦初生, 唐韵萌. 数字赋能农业生态文明的内在逻辑、价值意蕴与实现路径[J/OL]. 社会科学家: 1-8. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/45.1008.C.20250423.1310.002.html>, 2025-06-06.