

农村电商赋能贵州县域经济高质量发展：价值意蕴、现实困境与突破路径

余 宏

贵州大学公共管理学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年5月26日；录用日期：2025年6月13日；发布日期：2025年7月15日

摘 要

农村电商高质量发展有助于推动县域经济高质量发展。本文尝试从“业”“县”“民”三维视角，阐释农村电子商务驱动贵州县域经济高质量发展所具备的价值意义，分析其当前困境，并探讨突破路径。本文认为，农村电商的良性运行对于贵州县域经济发展具有“兴业”“强县”“富民”三大价值意蕴；贵州省部分县市借助电子商务发展经济已经取得了一定成果，但从总体上来看，当下阶段贵州在县域特色产业建设和升级、县城综合承载能力提升、县乡民生福祉改善等方面面临困境；要想突破困境，需充分发挥农村电商的价值作用，结合具体实际探寻突破路径，实现“业兴”“县强”“民富”，借助农村电商优势赋能贵州县域经济高质量发展。

关键词

农村电商，贵州县域经济，高质量发展

Rural E-Commerce Empowers High-Quality Development of Guizhou's County Economy: Value Implications, Practical Dilemmas, and Breakthrough Paths

Hong Yu

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 26th, 2025; accepted: Jun. 13th, 2025; published: Jul. 15th, 2025

文章引用：余宏. 农村电商赋能贵州县域经济高质量发展：价值意蕴、现实困境与突破路径[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 1172-1177. DOI: 10.12677/ecl.2025.1472288

Abstract

The high-quality development of rural e-commerce helps promote the high-quality development of county-level economies. This paper attempts to interpret the value and significance of rural e-commerce driving the high-quality development of Guizhou's county-level economy from three dimensions: "industry", "county", and "people", analyze its current dilemmas, and explore breakthrough paths. This study argues that the sound operation of rural e-commerce holds three value implications for the development of Guizhou's county-level economy: "revitalizing industries", "strengthening counties", and "enriching people". Although some counties and cities in Guizhou have achieved certain results in economic development through e-commerce, overall, Guizhou currently faces challenges in the construction and upgrading of county-level characteristic industries, the improvement of comprehensive carrying capacity of county towns, and the enhancement of people's well-being in counties and townships. To break through these dilemmas, it is necessary to fully leverage the value of rural e-commerce, explore breakthrough paths based on specific realities, achieve "prosperous industries", "strong counties", and "affluent people", and empower the high-quality development of Guizhou's county-level economy through the advantages of rural e-commerce.

Keywords

Rural E-Commerce, County Economy in Guizhou, High-Quality Development

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

县域经济是“以县城为中心、乡镇为纽带、农村为腹地的一种行政区划型经济”[1]，它包含城市经济、半城郊经济、农村经济等多元经济形态，是城乡二元结构在区域经济中“最小公倍数”的直观呈现形态，兼具完整经济结构和独特区域特色，同时也是兼具间接调控和直接参与的特殊经济场域[2]。县域经济的发展程度不仅反映了县一级行政区域的经济状况，同时也影响着更高层级地区的整体经济发展水平。因此，贵州地区的经济发展不能忽视对县域经济发展的大力支持。2025年3月18日，习近平总书记在贵州考察时就强调贵州要大力发展县域经济：“贵州要从自身实际出发，扎实推进以县城为重要载体的城镇化建设，推动兴业、强县、富民一体发展。要立足县域产业基础，注重分工协作，错位发展、串珠成链。”[3]。

农村电商是县域经济高质量发展的重要驱动力之一。所谓电子商务，根据我国2018年颁布的《中华人民共和国电子商务法》规定：“电子商务是指通过互联网等信息网络销售商品或提供服务的经营活动”[4]，这一定义表明，“电子商务”是一种依托“电子”途径或手段的“商务”活动。依据此定义不难理解，农村电子商务就是电子商务在农村地区的业态形式，“农村”二字表明了其主要活动场域，同时也明确了其主要的服务目标。2025年中央“一号”文件提出要着力壮大县域富民产业，其中明确提到要推动农村电商高质量发展[5]。由此可见，农村电商的良性运行对于县域经济的发展具有正向作用，这种正向作用在贵州地区如何体现？有何价值？当前贵州县域经济的发展正面临哪些困境？该如何应对和突破这些困境、实现贵州县域经济高质量发展从而展现中国式现代化进程中的贵州新风采？这些问题都是本文接下来所要重点关注的。

2. 农村电商赋能贵州县域经济高质量发展的价值意蕴

农村电商对于贵州县域经济高质量发展的价值意蕴可以从产业、县城、民生三大维度体现，分别表现为“兴”贵州县域特色优势产业、“强”贵州县城综合承载能力、“富”贵州县乡治下民生福祉。其中，兴业是关键驱动，强县是空间载体，富民是最终目的，兴业、强县是为了富民[6]，三者一体发展，服务于贵州县域经济高质量发展的共同目标，共同推进贵州乡村振兴和现代化进程。

2.1. 农村电商激活贵州县域特色产业新引擎

贵州省下辖 9 个地级行政区划单位，共 88 个县级行政区划单位。贵州是一个典型的西部山区省份，长期以来，其发展受限于地理环境等外部因素，这些因素不仅加大了贵州与其他省份的交流成本和难度，同时也限制了贵州各县的发展方向 and 模式。传统模式之下，贵州县域产业以第一产业的山地农业为主，部分县市依靠煤矿、旅游等二、三产业作为支柱，但是总体来说这些产业基础相对薄弱，这一模式之下贵州大部分县之间产业布局具有趋同性，一些县缺乏具有自身特色的优势产业，而一些具有特色产业的县也因品牌知名度不够而导致竞争力不足。

近年来，随着农村电商的蓬勃发展，为贵州县域特色优势产业注入了新动能。部分县依托数字技术和平台逐步建立起自己的县域特色产业，最为典型的例子当属榕江县和台江县，两县因在 2023 年分别举办乡村足球超级联赛(简称“村超”)与贵州和美乡村篮球大赛(简称“村 BA”)而爆火出圈，作为现象级传播的热点事件，“村超”“村 BA”为两县带来了巨大流量。热度之下，两县也在冷静思考如何才能接好这波热度，将“流量”转化为“留量”，使其成为推动两地经济发展的持续动力。基于这一现实需求，数字技术成为了留住热度的重要“转换器”和“调节器”。一方面，两县通过网络直播和大力宣传继续扩大赛事热度；另一方面，依托“村超”“村 BA”等热点名词打造联名产品，布局以“村超”“村 BA”为中心的 IP 产品矩阵，形成了“村超+”“村 BA+”的数字经济发展模式，实现了流量持续“变现”，从而建立起了两县独特的县域特色产业。借助数字化平台和途径，一些原本拥有自身特色产业的县在此基础上更进一步，将自身特色专业转化升级为了优势产业，例如湄潭县的茶叶产业。湄潭县茶叶种植历史悠久，可追溯至汉唐时期，如今的湄潭更是贵州第一、全国第二的茶产业基地，拥有扎实的茶产业基础。近年来，湄潭县积极引入数字技术，建立“村播中心”并打造“一村一品”的 AI 基地，在原有特色茶产业基础之上将茶产业打造成贵州乃至全国茶行业领域的优势产业，在贵州几乎各县都在种植茶叶的环境下持续领跑。

由此可见，农村电商在帮助贵州各县打造特色产业、升级优势产业等方面具有重要的价值意蕴，以农村电商为主的数字技术正逐渐成为激活贵州县域特色产业活力的新引擎。

2.2. 农村电商提升贵州县城综合承载新能级

县域经济的形成和发展与我国长期存在的“县”一级行政区划密切相关。县在古代是我国国家政权的基础层级，素有“皇权不下县”的说法，县起到了上承皇命、下启黎民的纽带作用，这也意味着县在整个区域和基层的体系中需要承载诸多职责。县以县城为中心，县城是县域政治、经济、文化的中枢，县域的有序运作和发展考验县城的综合承载能力。

农村电商的良性运行对于提升贵州县城综合承载能力具有重要价值意蕴，有助于加快推进以县城为重要载体的新型城镇化建设。具体而言，以县城为载体的新型城镇化建设需要打破城乡“藩篱”，处理好城乡之间的关系，充分调动城乡要素之间的交流以达到城乡优势互补[7]。农村电商的推广和有序运行则需要依靠现代化的物流体系，同时农村电商的布局推广也离不开政策支持。综合来看，农村电商具有

联络城乡要素、促进政策协调以及驱动资源整合和基础设施建设完善等方面的优势，凭借此优势，农村电商的发展可以推动城乡、产业等诸多要素配置的优化，重塑城乡空间结构，增强县城作为县域中枢的辐射和带动作用，推进县域治理体系的数字化升级从而创新县域治理模式。同时，农村电商也通过推动要素重组、空间重构以及治理创新等途径，让贵州县域经济布局从原来的“离散化”“无序化”逐渐演变为“网络化”“有序化”，提升贵州县域经济韧性，从而增强贵州县城的综合承载能力。

2.3. 农村电商拓宽贵州县乡民生福祉新路径

就物质层面而言，农村电商的推广增加了贵州普通民众的就业机会，拓宽了贵州县乡百姓的增收渠道，促进收入多元化。改革开放以来，全国盛行了持续几十年的“打工潮”，贵州作为西部欠发达省份之一，一直以来都以劳动力输出为主，随着出省务工大环境逐渐变得不景气，本省就业的需求逐渐增加，农村电商的出现顺应了这一现实需要，并且在很大程度上缓解了就业压力。农村电商一般采取“线上平台 + 线下网点”的二元运作模式，这一套模式的维持和运作需要投入大量的人力资源，这一需求就为当地民众创造了更多可供就业的机会。传统贵州农村家庭的收入除外出务工以外主要依靠耕畜，以耕为主、以畜为辅是贵州农村家庭最常见的生产方式，一般情况下，农产品销售主要面向乡镇，最远不超过县城，这样的生产销售模式带来的后果是农村产业以个体农户为主，难以形成产业集群效益，农民收入结构单一且收入水平较低。农村电商的出现正逐渐改善这一状况，得益于电商环境下信息沟通成本的降低和现代化物流体系带来的交通运输效率提高，贵州农村农产品的销售市场得以打开，销售渠道得以拓宽，农民收入水平自然也能得以提升。

就精神层面而言，农村电商“富民”的价值主要体现在其对于普通百姓观念的改变。“民以食为天”是一个公认的观念，时至今日这一观念从未改变，改变的是对于“如何能吃得饱”“如何能吃得好”这两个问题的反思，前者反映温饱，后者则关系到生活的质量。随着国家富强和科技进步，温饱问题已经不再是困扰大多数人的难题，生活质量是人们更加关心的问题。农村电商的出现逐渐改变了普通大众的生活方式，也拓展了大众的视野，逐渐认识到农村电商促进就业增收的趋势，在政府和相关企业的带动下，越来越多底层民众愿意接受新鲜事物，共同参与到这一趋势当中。除此之外，农村电商的发展对于弱势群体也展现出了一定的包容性，电商模式下的产业分工也使弱势群体有机会走向价值创造的中心。

3. 农村电商赋能贵州县域经济高质量发展的现实困境

3.1. 贵州部分县域特色产业建设和升级遭遇瓶颈

正如前文所述，贵州部分县产业结构比较单一，其县域特色产业的建立和发展还不成熟，同其他地区其他相关产业之间竞争力不足。例如，茶产业在贵州各县基本都有布局，但并非每个县的茶产业都能发展成特色支柱产业，湄潭、都匀等成功案例只占少数，究其原因一定程度上与产业布局的不合理有关，并非所有的县都发展同一种产业就一定形成规模效益，相似产业布局的两个县必然存在竞争关系，适当合理的竞争有利于促进市场活力，但无序竞争其后果很大程度上可能会导致“两败俱伤”。同理，在旅游产业领域同样存在相似情况，贵州是一个多民族的省份，少数民族文化在其旅游资源中占据重要地位，但贵州少数民族并未完全按照行政区划分布，同一少数民族分散居住在不同县市的情况十分常见，不同县之间经常存在谁才是某一少数民族文化“正统”的争议，使得其有特色资源而难成特色产业。面对这样的情况，即使借助农村电商途径也难以将其建成县域特色的产业。

贵州部分县域虽然依托农村电商实现了特色产业的初步突破，但后续其产业的升级仍面临深层次矛盾，从而制约着县域经济高质量发展。在产业链的延伸上，一些县在深加工环节基础薄弱，导致产品附加值难以提升，部分县存在“重产量”而“轻质量”的情况，使得其县域产业长期处于相关产业价值链的

低端。部分县农村电商与相关特色产业的融合深度不足，融合运行模式创新力度不足，仍依赖传统网购平台，对短视频、直播、公众号等新渠道利用率不够，导致产品品牌知名度不足，从而重蹈有好货无销路的覆辙。

3.2. 贵州部分县城综合承载能力存在明显短板

农村电商的发展对于县域基础设施及治理能力都提出了更高的要求，但贵州部分县城在综合承受能力上仍显不足。在交通条件方面，贵州虽然已经实现“县县通高速”，但受限于地理环境，其交通运输成本还是很高，部分县乡之间交通条件更加落后，“第一公里”的发货困境与“最后一公里”的配送难题突出。在数字基础设施建设方面，贵州省虽然建有大数据中心，但部分县乡在数字基础设施的覆盖上仍有盲区存在，已覆盖的县乡在数字设备的维护和相关数据的联通上存在缺陷，导致产品的供给销售及相关决策缺乏精确的数据支撑。在县域电商政策方面，不同县出台的电商政策各有差异，一些县财政能力有限，出台的政策与实际落实情况不一致，导致农村电商发展所需软硬件建设水平不足，相关资源整合利用的效率也不够。总而言之，现阶段贵州部分县城农村电商发展的条件不够充足，其中既有“硬件”设施设备的落后，也有“软件”电商政策不够完善，二者共同作用下这部分县城难以发挥辐射和带动作用，农村电商对于促进县域经济高质量发展的价值意蕴也很难在这种情况下得到发挥和体现。

3.3. 贵州部分县乡民众增收和民生改善面临现实困境

虽然农村电商的发展对于民众增收和拓宽民生福祉路径方面具有重要价值意义，但在现实情景中，部分贵州县乡在这一层面上仍然面临诸多障碍。一方面，贵州县乡农村电商专业性、技术性人才缺口较大，前文提到农村电商的发展能够带动就业促进增收，但需要农村电商能够良性运行，而目前贵州部分县乡农村电商服务体系建设不够完善，缺乏相关专业的技术性人才，一些县虽然成立了农村电商相关的平台和部门，但其工作人员多是临时调任，缺乏相关经验，导致农村电商在促进县域经济发展方面效果不佳，长期下来民众对于这一模式的发展前景就会存在质疑，传统模式下县域产业发展难以增收，农村电商新模式下同样无法达成这一目标，就会让百姓逐渐失去信心，并影响到民生福祉。另一方面，部分县乡农村电商运作保障体系并不完善，面对自然灾害、市场波动、售后问题等突发情况时应对机制不够成熟，导致产品价格波动较大，民众增收可持续性面临挑战，多方因素叠加，共同制约着民生福祉的全面提升，也限制着贵州县域经济的高质量发展。

4. 农村电商赋能贵州县域经济高质量发展的突破路径

4.1. 以数字化培育特色产业，突破贵州县域“业滞”困局

一方面，要以数字化培育“特色”产业。贵州各县需要根据实际情况，利用数字平台和技术充分挖掘可与自身特色和发展需求相结合的资源，利用信息化途径打造和打响品牌知名度，并将其转化整合为适合本县推广发展的特色产业。例如，锦屏县的侗族刺绣手艺是其最具特色少数民族资源之一，得到当地大力推广，随着数字化技术的引入，侗族刺绣的工艺、成品等都能通过网络途径生动展现，通过电商平台，制作精美的刺绣产品可以跨越空间局限，远销国内外。另一方面，要以数字化培育特色“产业”。从生产环节来看，贵州县域产业生产分布较为分散，需依托数字化技术途径提升生产环节的管理和劳动效率，从而提高产品质量。从物流运输环节来看，贵州部分地区县以下交通条件比较落后，运输工具单一，物流中转站存在分布不合理、规模不够大等情况，导致产品损耗成本高，需要通过电商途径重塑物流布局，缓解产品“出山难”和“溢价低”等难题。从产品的销售环节来看，贵州县域产品大多都存在知名度低等问题，需要利用短视频、网络直播等途径加大宣传，打造地域特色品牌，改善“有好物”而“无

销路”的窘境，真正实现县域产品完成从“土特产”到“新国货”的蜕变。

4.2. 以智慧化构建新型城镇，打破贵州县城“县弱”桎梏

贵州县域城镇化相对全国水平较低，农村居民占比较大且居住分散，县城功能未能得到充分发挥，需要利用现代电商优势，加快推进智慧化的新型城镇建设。其一，将贵州县城打造成为智慧物流枢纽。农村电商既有“买进来”，又有“卖出去”，是一条“双向车道”，庞大且复杂的商品流动需要通过智慧化的物流枢纽来分配调节，农村电商的物流途径与县域交通之间高度重合，可利用农村电商物流的高效性加强城乡联系。其二，贵州县城需要通过优化公共服务来增强吸引力。建设农村电商产业园区，出台相关优惠政策并完善配套设施，一方面吸引企业入驻，另一方面吸收劳动力就业，实现产业发展和城镇化的同步进行，达到产城共兴的良性发展。其三，贵州县级政府要通过农村电商等数字化平台和技术推进治理效率的升级，利用大数据手段优化服务和管理水平，发挥县级职能部门对于县域经济的统筹和指导作用。

4.3. 以普惠化增进民生服务，消减贵州县乡“民忧”顾虑

县域经济高质量发展的目的与核心是增加民生福祉，要利用数字化渠道为贵州县乡民众提供普惠化的服务，以此实现百姓“增收”和“减忧”。首先，要利用数字化平台和途径为民众提供专业知识培训服务。农村电商是依托信息化技术的运行模式，不仅涉及观念转变，也需要从业者具备一定素养，有必要推广农村电商相关培训，提升民众从业技能，能更加科学有效地利用农村电商渠道获得增收。其次，要培养农村电商领域专业性的人才。一方面，要提升政府相关管理人员在这方面的专业素养，能够针对本县实际情况做出合理决策；另一方面，可以通过高效相关专业培养专门性的人才，为农村电商推动贵州县域经济发展注入新鲜血液。第三，要加强兜底能力，为民众提供保障。一方面，要将农村电商和教育、医疗、养老等公共服务结合起来，提高服务质量，提升民众获得感；另一方面，也要强化监管机制，对于相关利益纠纷及时关注、妥当处理，打击不良行为，营造安全互利的县域营商环境。

5. 结语

作为数字经济的重要载体，农村电商对于贵州发展县域经济来说是一个难得的机遇，但同时当下阶段贵州县域经济发展仍面临诸多挑战。展望未来，需要持续发挥农村电商的驱动作用，不断创新发展模式，拓宽发展路径，政府、企业、社会等多方主体也应形成合力，共同促进农村电商与贵州县域经济深度融合，推动农村电商良性运行，为贵州县域经济高质量发展持续赋能，推进贵州县域“兴业”“强县”“富民”一体发展，真正实现“业兴”“县强”“民富”，为贵州乡村振兴与现代化发展贡献更多力量。

参考文献

- [1] 杨晓军, 宁国良. 县域经济: 乡村振兴战略的重要支撑[J]. 中共中央党校学报, 2018, 22(6): 119-124.
- [2] 贾晋, 高远卓. 县域经济高质量发展: 现实困囿、逻辑转置与未来进路[J]. 社会科学研究, 2025(3): 1-13.
- [3] 新华网. 习近平在贵州考察时强调 坚持以高质量发展统揽全局 在中国式现代化进程中展现贵州新风采[EB/OL]. <https://www.news.cn/20250318/940144391500419fbef8cfd8504721f/c.html>, 2025-05-20.
- [4] 中国人大网. 中华人民共和国电子商务法[EB/OL]. http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/lfzt/rlyw/2018-08/31/content_2060827.htm, 2025-05-20.
- [5] 中华人民共和国中央人民政府. 中共中央国务院关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/202502/content_7005158.htm, 2025-05-20.
- [6] 胡向东. 因地制宜推动兴业、强县、富民一体发展[J]. 人民论坛, 2025(6): 60-64.
- [7] 郑世林. 以县城为载体畅通城乡要素流动与推进新型城镇化建设研究[J]. 现代经济探讨, 2025(5): 16-25.