

# 乡村振兴背景下贵州省农村电商发展问题研究

官彦哲

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月12日; 录用日期: 2025年6月25日; 发布日期: 2025年7月29日

## 摘要

在乡村振兴背景下, 农村电商的发展为乡村产业升级转型以及农民增收提供了新渠道、新方向、新动力。近年来, 国家大力推动“数商兴农”, 为贵州农村地区电子商务的发展提供了政策支持, 贵州省应当抓住这一机会大力发展农村电商。然而贵州农村电商的发展存在许多掣肘, 即基础设施不完善、高素质电商人才缺乏、物流成本较高, 这些都阻碍了其进一步发展。因此本文章针对上述问题, 通过分析提出一系列对策, 旨在推动贵州农村电商高质量发展。

## 关键词

乡村振兴, 农村电商, 贵州省

# Research on the Development of Rural E-Commerce in Guizhou Province under the Background of Rural Revitalization

Yanzhe Guan

School of Marxism of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 12<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jun. 25<sup>th</sup>, 2025; published: Jul. 29<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

In the context of rural revitalization, the development of rural e-commerce has provided new channels, directions, and driving forces for the upgrading and transformation of rural industries and the increase of farmers' income. In recent years, the country has vigorously promoted the development of e-commerce in rural areas of Guizhou Province through the promotion of "promoting agriculture through digital commerce", providing policy support for the development of e-commerce. Guizhou Province should seize this opportunity to vigorously develop rural e-commerce. However, there are

many obstacles to the development of rural e-commerce in Guizhou, such as inadequate infrastructure, a lack of high-quality e-commerce talents, and high logistics costs, all of which hinder its further development. Therefore, this article proposes a series of countermeasures through analysis to address the above issues, aiming to promote the high-quality development of rural e-commerce in Guizhou.

## Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Guizhou Province

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

习近平总书记在党的二十大报告中指出：“全面建设社会主义现代化国家，实现中华民族伟大复兴，最艰巨最繁重的任务仍然在农村，最广泛最深厚的基础依然在农村”。随着乡村振兴战略的提出以及电子商务的蓬勃发展，为少数民族地区农村经济发展提供了新的历史机遇。在贵州省乡村振兴的蓝图中，农村电子商务的发展能够有效解决农产品销售渠道窄、人才吸引力弱、农民创收难等问题，对于推动农村经济健康发展起着十分重要的作用。

## 2. 贵州省农村地区发展电子商务的重要意义

作为多民族聚居的生态宝库，贵州省依托丰富的自然人文资源孕育出巨大的乡村市场潜力，却因山地阻隔、村落分散长期面临商业网络覆盖难、经济潜能释放不足的困境。随着互联网已经成为人们日常工作、生活中不可或缺的组成部分[1]，农村电商凭借其突破地理边界的革命性力量，正重构城乡商品流通体系：既打通了“黔货出山”与“网货下乡”的双向通道，显著提升农民市场话语权与经济收入；更激活了民族文化的创造性转化，通过电商赋能将非遗技艺等转化为乡村振兴的新动能，形成经济增收与文化传承的双重驱动。

### 2.1. 农村电商为农村经济发展提供新动力

贵州省作为一个多民族地区，其多元的自然文化环境，使其具有十分丰富的自然资源和人文资源，乡村市场发展空间潜力巨大。但由于贵州省的地理环境多为山地，连绵山地导致村落分布零散、人口聚集度低，传统商业网络覆盖成本高昂，农村地区的经济发展受限于地理位置，潜力难以得到充分释放。而电子商务的跨空间特性，即通过数字技术打破物理地域限制并重构商品流通与市场连接模式的属性，可以让贵州省受限于地理环境的地区打破地理空间限制，不仅能让本地市场能够与外部市场实现有效对接，更能让城市和农村有效对接，消除城乡之间长期存在的供需层级壁垒和信息不对称的问题。贵州省农村电商的发展在促使农户更加了解市场需求的同时，也为农村产业结构调整注入了新动力。

### 2.2. 农村电商能够增加农民经济收入

农村电商的蓬勃兴起从根本上重塑了农产品流通的传统模式，为小农户对接大市场开辟了低成本、高效率的新路径。过去由于贵州省农村地区网络技术不发达，信息滞后性较强，农民难以把握市场需求与价格波动，另外传统产品线下实体流通环节的“中介化”更是不断割裂农民作为生产者与消费市场的

联系，农民的利润空间进一步被压缩。农村电商的出现进一步破除了农产品流通的壁垒，农民不再仅仅是被动接受收购价格的“生产者”，而是直面消费者市场的产品“提供者”，农民在商品流通环节中的话语权显著增强。另外电商平台凭借其强大的与全国市场对接的能力，使农户生产的农产品能够通过线上直播等渠道精准定位消费人群，提高农产品收益，达到农民增收的目标。同时，农村电商还能凭借其强大的信息聚合能力，能对市场需求和价格波动的及时反应，为贵州省农村居民提供了更多的创收机会。

### 2.3. 农村电商能够促进乡村文化振兴

农村电商给民族地区乡村带来了新理念，对民族传统文化产生新的影响，推动民族传统文化创造性转化、创新性发展。贵州省位于云贵高原东部，“八山一水一分田”的地形地貌，使贵州高原在中国历史发展过程中成为古代民族交汇的大走廊和民族杂居地，世居民族有 18 个，各民族于不同时期、不同方向进入贵州，在长期的生产生活中交往交流交融，形成了十分丰富的带有本民族特色的文化资源。通过农村电商这一平台，贵州省乡村少数民族传统文化发展注入了新的动力。当传统手工艺品、特色美食通过电商转化为具有市场价值的产品时，文化便转化为实际的经济效益。另外农村电商还催生了“乡村文化主播”“非遗带货人”等新角色，他们用现代语言诠释传统文化，让传统文化在直播互动中焕发新生命，塑造乡村文化新业态。

## 3. 贵州省农村电商发展存在的问题

贵州省作为国家长期重点扶持的地区，获得了国家多项政策支持。例如，推动“农村淘宝”等电商平台在省内多个地区落地，促进农产品电子化销售，为农产品电子商务拓展了广阔空间。尽管贵州省正着力推进农特产品线上渠道建设，但在其发展进程中，仍面临诸多问题。

### 3.1. 基础设施不完善

基础设施相对薄弱是制约贵州农村电商发展的“拦路虎”，而基础设施建设在农村电商的发展中起着十分重要的作用。从交通运输方面来说，近十年来贵州省大力推进交通基础设施建设，实现了从“地无三里平”到“县县通高速，村村通公路”的历史性跨越，高铁里程超 1500 公里，贵阳成为铁路枢纽，航空、水运能力提升，水利工程增强供水和防洪，农村饮水安全解决，电力网络(尤其新能源)和“西电东送”地位巩固，信息基建方面实现县城 5G 覆盖和行政村光纤通达。但差距依然较为突出：部分偏远地区高铁尚未通达，农村公路等级低且养护不足，信息基建在偏远山区网络质量不佳。例如部分乡村道路维护成本较高，道路在建成以后缺乏维护导致道路路况随着时间的推移逐步恶化，在这种条件下，很多农产品包括水果、蔬菜等因路面维护不当等问题会产生损耗[2]。另外更为关键的是，信息通信基础设施的覆盖不足和质量不高，构成了另一大瓶颈[3]。贵州省虽通过实施“光网贵州”、“满格贵州”等专项工程，持续扩大宽带网络在农村地区的覆盖范围，目前全省已实现行政村光纤宽带和 4G 网络双 100% 覆盖。但当前农村网络基础设施仍然较为薄弱，稳定高速的宽带网络在农村地区覆盖有限，较为偏远的农村地区网络信号不稳定，难以满足农村电商发展的正常需要。另外对于农民来说，每年花费上千元用于支付网络宽带费用，负担比较大，很多农民不太愿意去花这笔钱[4]。农产品线上销售必须同时做到交通联通、网络沟通畅通、物流配送及时等，但是贵州省农村地区在交通设施维护以及互联网基础配套设施等方面存在明显短板，且这些基础设施的短板相互叠加，严重制约了贵州农村电商规模化 and 高质量发展。

### 3.2. 高素质电商人才缺乏

人才振兴是乡村振兴的重要支撑。贵州农村电商的高质量发展需要高质量人才的持续输送。随着社会、经济越来越数字化，数字技能迅速成为数字时代日常生活和工作中获得信息时必不可少的重要技能。

贵州省是典型的“以代际分工为基础的半工半耕”的家计模式，人口特征表现为乡村常住人口大幅减少。据《贵州省第七次全国人口普查公报》结在州省常住人口中，农村常住人口为占全省常住人口的 6.85%，与第 2010 年六次人口普查相比，乡村人口大减少 19.35%，且常住人口多为老年人和儿童。另外当前贵州农村地区人们互联网知识学习能力不足，这是因为很长一段时间内，农村家庭由于经济压力等原因，家庭成员早早放弃学业转而帮助家庭承担劳动。这一转变不仅意味着他们过早地结束了学校教育，更重要的是他们将来在学习新知识、掌握新技能方面往往面临更多的困难。在生产方式逐渐由传统农业向互联网转变的今天，这种困境尤为突出，他们常常表现出更高的学习难度和较低的适应速度，无法匹配电商专业化需求。加上贵州农村地区是典型的“以代际分工为基础的半工半耕”家计模式，年轻子女进城务工经商，村里多为老人和留守儿童，根本无法填补电商发展的人才空缺。另外贵州农村经济发展水平相对滞后，在薪酬待遇、公共服务等方面较城市相比对人才吸引力不足，导致大量具备电商相关技能的人员流向薪资与发展机会更具吸引力的城市地区，进一步加剧了农村电商人才的结构短缺态势。并且由于乡村产业同质化程度高，产品竞争激烈导致价格波动大，当利润出现滑坡时，也难以留下专业化的电商人才。

### 3.3. 物流成本较高

物流作为电商的重要组成部分，直接影响着商品的配送效率和农民群众的利益。贵州较高的物流成本是农村电商发展面临的又一障碍。贵州地理环境多为山地，这使得农产品运输面临路况复杂、时效性差等难题，大大增加了农产品的运输时间和风险成本，单位农产品的平均运输成本显著高于平原地区。更为棘手的是农产品，特别是生鲜农产品的线上销售不仅对预冷、冷藏、分拣、包装等环节有严格要求，更要求物流及时送达和规模化生产。但当前省内农产品生产呈现分散化特点，产地分散、集货困难加之贵州农村地区的冷链物流尚未形成完善的体系，物流运输路径也没有得到合理的规划，生鲜农产品在采摘后到进入运输前的损耗率较高，为了抢时效有时不得不采用成本高昂但未必可靠的小型车辆进行零散运输，进一步推高了物流成本。除此之外，互联网技术虽然在农村得到了普及，但贵州农村目前的常住人口多为留守儿童和老人，他们对线上交易的方式并不熟悉，往往需要在熟悉互联网功能使用的人员帮助下才能使用互联网，相比而言他们更加喜欢线下实体交易的方式。这导致第三方物流很难将服务全方位覆盖到农村地区，因此很多地方物流点和快递点数量不多。同时，仓储成本也因用地、建设和运营标准化的不足而相对较高。这些因素共同作用，使得物流成本在贵州农产品电商总成本中占比较高，极大地削弱了贵州农产品在线上市场的价格竞争力，成为阻碍农村电商可持续发展的沉重枷锁。

## 4. 贵州省农村电商发展对策建议

### 4.1. 加强基础设施建设

良好的基础设施是农村电商发展的重要物质基础，当前贵州农村地区基础设施建设较过去有了较大提升，但整体水平并不高，比如 5G 网络在农村的覆盖率不足 30%，道路缺少专人维护等问题严重制约了贵州省农村电商的高质量发展。尤其在偏远区域的乡村，这些问题更为突出。针对这些问题，首先政府应在之前的基础之上进一步完善农村地区交通运输网络中的基础设施建设，并完善相关配套措施，对于部分地区道路无人维护的状况，应设立专职岗位聘请人员定期对道路进行检查和维修，以保证道路的正常运行。其次政府应设立专项资金加大对农村互联网建设的力度，继续提升农村地区网络覆盖率与宽带网络设施水平，确保农村地区享有稳定高速的宽带网络，保障其高效可靠的互联网接入环境，为实施“数商兴农”战略奠定坚实基础。最后，根据需要适当增加快递点与电商中心点，做到对全省农产品电商发展的扶持。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[5]。

## 4.2. 培养高素质电商人才

在目前城乡二元体系之下，农村对人才的吸引力相对城市来说较低，因此短时间内农村电商人才短缺的情况难以从根本上得到解决。人才短缺的情况可以从以下几个方面得到一定程度的缓解。首先贵州省农村地区应保留现有的电商人才，并加强对现有电商人才的培训，比如可以加强农村和专业的电商公司合作，聘请电商公司的资深从业者作为指导专家定期到乡村地区对农村电商的从业人员进行相关技能知识的培训，如从产品设计、产品运营、产品营销、等环节出发，切实提高农村电商从业人员的技能水平。另外，可以定期在乡村开展互联网基础知识讲堂，向村民普及互联网的基础知识，有助于他们更快地了解和掌握一定的电商知识和基础技能。还可以通过建立农村电商示范基地，引导农民在实操过程中学会更多电商知识与技能[6]。其次，政府可以出台政策对愿意留在乡村的电商人才进行生活上的补贴，切实满足他们的基础需求，留住专业能力强的电商人才。最后，农村电商企业可以加强与高校的合作，向高校生提供优质的实习岗位，展示农村电商的发展前景，吸引更多高校人才加入。还可以与高校建立产学研实习基地，依托高校资源，助推农村电商的发展[7]，提升农村电商人才培养的指向性[8]。

## 4.3. 完善物流体系

是否拥有完善的物流体系在很大程度上决定着农村电商的成败。高效低成本的物流体系不仅能够打通当前贵州农村电商普遍存在的城市工业品进村难的“最后一公里”，更能够解决农村产品出村难的“最后一公里”困境。另外当前农产品同质化较为严重，物流成本高会弱化同等农产品在市场中的竞争力。因此，贵州农村地区应在政府的主导下推动建设高效的物流体系，降低产品运输的成本与时间，增加产品在价格上的竞争力。首先，针对产品产地分散、集货困难的问题，应考虑分别在农村电商发展较为成熟的区域以及交通便捷的区域设立一个货物集散中转点或者打造多功能的电商物流园区，将产品集中统一分拣、包装、发货，在一定程度上缓解农产品流通的难题。其次，加强冷链物流体系建设。农村电商主要以农产品销售为核心，但其易腐性使其对预冷、冷藏、保鲜等技术有着极高的要求，因此农产品的生产地区要加强冷链物流建设，并配套预冷、冷藏等销售前的基础配套设施。冷链物流体系延长了易腐农产品销售的时间跨度[9]。另外由于冷链物流体系建设初期投资大，且建设与回报周期长，存在较大的投资风险，农村地区冷链物流体系的建设应由政府出资牵头，多渠道筹措资金。最后，政府应适当对第三方物流企业进行补贴，推动第三方物流企业向农村地区下沉，提高其在农村地区的服务覆盖率。第三方物流作为专业化的企业，不仅能够提供优质的物流服务，还能凭借市场化优势优化产品运输的物流路线进一步缩短配送时间，降低物流成本，提升物流效率，更好地满足农村电商在生产端和消费端多元化需求。

## 5. 结语

基于乡村振兴战略对解决“三农”问题的关键作用，推动农产品电子商务发展可有效破解贵州农业经济中的产销失衡与流通阻滞困境。然而当前贵州面临多重制约：基建水平有待提升、物流体系效率不高、产品标准化程度较低、品牌影响力薄弱、产业协同不足及专业人才短缺。为此需采取针对性措施：提升基建水平，构建高效物流网络；完善质量标准体系，强化品牌价值塑造；深化产业跨界融合，培育电商专业队伍，从而加速农业数字化转型进程。还需要以政府为引领，推动社会各界积极参与形成合力推动农村电商持续健康发展[10]。

## 参考文献

[1] 郑刚, 陈箫, 斯晓夫. 通过互联网技术与包容性创业减贫: 东风村案例[J]. 科学学研究, 2020(10): 1818-

1827+1887.

- [2] 丁鹏力. 眉县农产品电子商务发展现状及对策[J]. 中南农业科技, 2023, 44(1): 180-183.
- [3] 赵琳霖, 徐延新. 乡村振兴背景下民族地区农村电商发展现状、困境及对策——以齐齐哈尔市梅里斯达斡尔族区为例[J]. 黑龙江民族丛刊, 2023(6): 59-63.
- [4] 何佳宁, 马坤. 贵州桐梓县农村电商发展现状与改进建议[J]. 黑龙江粮食, 2020(11): 68-69+72.
- [5] 尹奕达. “互联网+”环境下农产品电子商务发展问题研究[J]. 黑河学刊, 2022(6): 24-29+122.
- [6] 张静. 贵州农村电商发展对策探究[J]. 广东蚕业, 2024, 58(6): 154-156.
- [7] 周一鑫, 刘云龙. 贵州农村电商可持续发展的途径研究[J]. 现代化农业, 2025(5): 65-67.
- [8] 刘亢, 宁如. 校企合作背景下农村电商人才创业能力培养研究[J]. 商场现代化, 2017(16): 38-39.
- [9] 宋长鸣, 刘笑, 章胜勇. 深化农村电商发展促进乡村产业振兴[J]. 宏观经济管理, 2025(2): 58-65+76.
- [10] 刘甸甸, 李玲. 乡村振兴视域下濉溪县农村电商发展存在问题及对策研究[J]. 山西农经, 2025(10): 94-96.