

乡村振兴背景下山区电商产业发展困境及对策分析

——以丽水市A区为例

王 璐

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年6月18日; 录用日期: 2025年7月2日; 发布日期: 2025年8月5日

摘 要

在乡村振兴背景下, 山区电商产业不断拓宽农产品销售渠道, 促进山区产品流通、优化了产业结构, 促进区域发展, 对乡村振兴具有重要意义。丽水市A区虽地理环境受限, 人口规模小, 资源相对较少, 但近年来电商产业发展取得一定成效, 同时也面临挑战。本文通过分析A区电商产业发展现状, 研究山区电商产业发展存在的问题, 并提出解决对策, 为山区电商发展, 实现乡村振兴战略提供有力支撑。

关键词

乡村振兴, 山区电商, 电商产业

Analysis of Challenges and Countermeasures for E-Commerce Industry Development in Mountainous Areas under Rural Revitalization

—A Case Study of A District, Lishui City

Lu Wang

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Jun. 18th, 2025; accepted: Jul. 2nd, 2025; published: Aug. 5th, 2025

Abstract

Under the backdrop of rural revitalization, the e-commerce industry in mountainous areas continuously expands sales channels for agricultural products, facilitates product circulation, optimizes industrial structures, and promotes regional development, all of which hold significant implications for rural revitalization. Although A District of Lishui City faces geographical constraints, a small population, and limited resources, its e-commerce industry has achieved notable progress in recent years while simultaneously encountering challenges. This paper analyzes the current development status of e-commerce in A District, investigates existing problems in the industry, and proposes targeted solutions. The findings aim to provide robust support for advancing e-commerce in mountainous regions and advancing the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce Development, E-Commerce Industry

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

产业振兴是乡村振兴的重要内容之一，《国务院关于促进乡村产业振兴的指导意见》指出，产业兴旺是乡村振兴的基础。2025 年中央一号文件指出，继续推动农村电商高质量发展，强化数字赋能，促进产销衔接。乡村振兴相关政策中也明确指出要深入推进农村电商发展，广泛性促进相关基础设施建设。

山区电商产业发展改善了山区各地基础设施不完善、人才培养体系不健全和资源未有效整合的现状。以浙江省丽水市 A 区为例，近年来，电商产业规模不断扩大，已成为推动农民增收、改善山区环境的重要力量。但仍面临政策、基础设施、人才等多重挑战，研究其困境与对策对同类山区具有重要借鉴意义。

2. 乡村振兴背景下山区电商产业发展意义

2.1. 促进产业融合，推动经济发展

乡村振兴发展的过程中，存在的问题之一便是涉农产业单一，三产融合发展不足。山区电商的发展在一定程度上能够缓解三产融合不足的问题。生产和销售农产品是当下山区乡镇发展经济的主要渠道，若能提高农产品的对外销量，便可以有效地促进山区经济发展，如利用先进的网络购物平台和直播平台，可以快速向全国销售地方特色农产品，提高销售量，同时山区特色旅游项目、文旅产品、各类“山货”也将得到宣传推介，这些都将直接给农民带来经济效益，并带动乡村旅游、文化创意等第三产业发展，给乡村地区带来致富途径。

2.2. 提升产品价值，扩大品牌影响力

在传统方式下，各类“山货”、农产品销售成本较高，难以有效接触广泛的终端消费者。同时加上农产品的相似性大，同质性强，消费者也难以有效识别地方特色产品与相应品牌的农货，这导致部分产品被冒充，形成劣币驱逐良币的情况。而电商产业的发展，在一定程度上可以降低产品被模仿冒充、盗卖的风险，同时使消费者能够更有效识别品牌农货。比如利用电商平台开展直播，展示农产品生产基地现

实情况，公开产品生产流程，可以大大提高山区农产品品牌信誉、美誉度等。

2.3. 完善基础设施，改善山区环境

山区电商产业要发展，则要求山区加强电商基础设施建设，提升电商服务水平。政府可以通过制定相关政策、提供公共服务和基础设施建设等方式，为山区电商产业的发展创造良好的环境。比如通过打造电商综合产业园、修建四好农村路[1]、改造修缮产业园区、建设仓储物流配送中心、农产品仓储冷链物流基地等等方式，为电商的发展夯实基础。山区交通变的更加便利，农产品对外销售物流成本降低，山区环境也将因此得以改善。

2.4. 丰富居民生活，带动群众增收

电商产业的发展不仅仅是简单的售卖方式改变，农民收益增加，更重要的还有改变了他们的生活方式甚至是精神世界的革新。比如贵州雷山县将制作工艺与民族文化故事结合，通过短视频传播，使农产品成为文化载体。山东一乡村直播手绘装饰画，带动村民学习艺术创作，将电商与美育融合。山区人民借助数字科技手段、电商平台等，快速将当地产品、文化甚至是技艺对外宣传和推广，在促进地方经济发展的同时，也让生产生活变得更具趣味性。电商产业的发展不仅带着产品走出大山，也让大山里的人们接触到了外面更广阔的世界。让山区群众的生活更有幸福感和满足感。

3. A 区电商项目发展现状分析

3.1. 电商产业规模不断扩大

一是网络零售额显著增长(见表 1)。近年来，A 区积极探索山区电商的共富经，从线下生产到线上平台，从数字资源到数字基建，A 区不断将山区禀赋转换为数据跃升。2021~2024 年，A 区网络零售额均实现两位数增长，分别为 19.7%、18.8%、13.42%、31.4%，2024 年首次突破 200 亿，达 214.02 亿元，增速位列浙江全省第 9¹。

Table 1. Online retail sales in A District

表 1. A 区网络零售额情况表²

年份	规模	增速%	省增速%
2021	124.9	19.7	11.6
2022	135.6	18.8	7.2
2023	153.8	13.42	13.3
2024	214.02	31.4	8.4

二是产业集聚效果显著。A 区现有电子商务产业园、集聚区共 3 个，电商企业超过 1800 家，从业人员超 2 万人。其中限上电商企业 7 家。2024 年 A 区在重点电商平台销售额 500 万元以上的企业共 50 家，较往年明显提升。同时创建成功省级电商产业示范基地 2 个、电商示范镇 2 个、电商专业村 6 个、电商直播式“共富工坊”百家典型案例 4 个。

三是产业园区带动作用明显。A 区范围内建成数字经济双创园，立足“一县一品”，依托主流平台生态，大力推动地区特色产品供应链整合。以“规模化、数字化、特色化”创新产业集成发展。获得快手电商官方直播基地、抖音丽水特产馆、淘宝直播产业带 3 个主流平台授牌，并且先后获得全国县域直播

¹本文相关区域数据均为内部调研数据，仅用于论文写作，已获得单位授权。

²数据来源：<http://zcom.zj.gov.cn/>。

电商中心(村播学院)典型案例、省电子商务示范基地、省级直播电商基地、省电子商务实践基地、省电子商务培训机构等。同时, A 区建成电子商务创新创业综合体。围绕特色产业、直播企业和供应链, 打造符合当地产业结构的综合性特色的电商园区。建设以来孵化企业 170 多家, 开展电商(含直播)培训 70 余场, 创造了近千个就业岗位, 年园区网络销售额达 2 亿元。先后被评为浙江省省级直播基地、第四批省级创业孵化示范基地等荣誉称号。

3.2. 电商支撑体系更加完善

一是实施平台建设工程。建成绿谷信息产业园、数字大厦、数字经济双创园, 以及电商服务综合体(即孵化基地)“三园一基地”, 成为市区电商发展主平台, 集聚电商企业超百家, 累计 GMV 突破百亿元³, 带动市区周边协同发展。同时各乡镇景区将电商直播与旅游推介相结合, 定期推出直播宣传, 吸引客流。

二是实施物流通达工程。对内推进三级物流建设, 通过“邮快合作”、“快快合作”模式, 推动“快递进村”建设步伐, 不断扩大快递进村覆盖面, 实现快递进村全覆盖, 建成村先锋驿站 164 个和共富驿站 15 个, 为工业品下乡农产品上行打通物流通道。对外依托山海协作平台, 建设“两地双园”物流体系, 通过“政府主导、企业运营”方式, 实现资源共享, 开通共富专线, 形成了三位一体的“哑铃式”物流合作模块。企业产品上行成本明显降低, 实现 A 区制造一键“出山”, 2024 年全年货物发送量超 2 万吨。

三是巧用好工坊主体。以 A 区内主要 10 家共富工坊为核心, 通过直播带货、社区团购等方式赋能山区好货, 打开莲子、笋干、蜂蜜等山货的知名度和销路, 2024 年全年累计完成销售额约 3.6 亿元。同时开展多形式数字促销, 顺利组织多家食品电商企业参加中国杭州食品电商博览会, 实现现场交易 1.6 万元、达成意向交易额 40 多万元。联合“官方”+“主播”融媒体矩阵, 开展 A 区优品专场直播活动, 实现单场直播销售额突破 400 万元。

3.3. 电商融合方式更加多元

一是发展“电商+传统制造业”。A 区召开生产企业与电商企业资源对接会, 邀请主播走进企业, 累计开展“美好生活浙播季”直播活动 1700 场, 交易额超亿元, 通过电商+传统制造业的方式拓宽山区企业销路, 提升企业知名度, 打开产品市场。

二是发展“电商+农业”。依托电商直播式“共富工坊”建设, 鼓励主播达人、电商企业进农村, 让山区优质农产品“走出去”, 全年实现农产品网络零售额超 10 亿元, 一品蛋酥、果蔬脆、葱花肉、泡精肉等网红产品走进各大电商平台。4 家本地特色工坊入选全省百家典型案例。

三是发展“电商+文旅”。在少数民族特色村, 举办电商达人培训班, 培育本地特色的畲族主播, 用特色方式宣传销售特色产品。发起“A 区有艺思”抖音挑战赛, 通过电商推介、主播带你游等方式扩大 A 区内风景名胜区的对外吸引力。

4. 电商产业项目发展困境

4.1. 山区电商产业基础设施薄弱

4.1.1. 企业配套不足

一是企业存储能力较差。A 区 80% 的企业有小规模存储类自有仓库, 但专业配套不足, 存储能力较低。调查中发现, A 区 80% 的企业拥有自身物流仓库, 但规模较小, 基本以 300~500 平方米和 500~1000

³数据来源: <http://sswj.lishui.gov.cn/>。

平方米两个档次为主,使用率基本达到 70%以上,有的甚至 90%以上,虽然能够勉强支撑日常物流运转。但一到春节、双“11”等销售旺季,存储能力问题便凸显,若是租用仓库又将导致企业仓储成本增加。导致销量不断增长的企业主动选择外移。二是冷链存储空间缺乏。目前 A 区企业自有仓库多数以普通存储仓为主,而恒温库、冷库及相关的冷链运输设施则较为缺乏。近年来, A 区积极发展“两山”经济,发展了一系列生态农产品,但仍然缺乏企业做生鲜的线上销售,原因之一便是缺乏冷链配套,导致企业外销产品损耗率变高,成本大大增加。

4.1.2. 物流成本较高

一是物流配送网络尚未形成。目前, A 区乡镇、农村地区的物流配送网络尚未完全形成,快递配送仍然存在点位稀缺,配送成本较高等问题,加上山区交通便利性不足,直接影响了农产品的对外销售。并且农产品对于其它产品而言具有保存时间短、容易损坏的特殊性质,这也将导致物流配送难度增加,配送费用也相应提高。不利于山区电商产业的健康发展。二是电商企业议价能力较低。如今 A 区电商企业与快递公司均建立了较为稳定的合作关系,但由于 A 区物流行业的市场体制尚未完善,缺乏规范的市场进入与退出机制,导致本地物流企业呈现出“低小散”的局面,信誉度不佳。同时圆通、申通等几家知名物流企业制定了统一的寄件价格体系,一定程度上在 A 区形成了市场垄断,这也导致当地企业缺少了在物流选择上的选择权和议价话语权。当前 A 区企业的快递单价在 2 元以上,是义乌、温州等地的 2 倍左右,且每天 1000 单比 100 单的单价相差很大,导致企业运输成本较高。

4.1.3. 运转效率偏低

一是当前 A 区的物流运输方式单一,集货时间长,影响整体时效,单就顺丰快递来说,相比深圳等地一日上门取件 3 次以上, A 区一日最多 1 次且需要达到一定的货量才会上门取件。因此,大部分 A 区企业都选择在义乌、深圳等地“一件代发”(即只要打个电话,即使只有 1 件货也代发)。A 区一企业反映,在线上销售偏远乡镇的香菇、木耳等干货,要等销售货物满一车后才能把农产品从乡镇运到城区,再在城区的分拣中心进行分装后才能按订单分别寄给不同的客户,时效上比普通寄件要晚上好几天。二是企业包装速度滞后,目前 A 区部分农产品企业初级包装、产品加工等设施设备跟不上发达地区农村电商发展的速度,这也将直接导致山区农产品附加价值降低,企业竞争力弱化。

4.2. 山区电商产业发展体系不完善

4.2.1. 市场监管体制不健全

一是监管主体复杂。电商产业发展涉及市场监管、商务经信、等多个部门,每个部门在电商产业发展过程中关注的内容各有不同,但又相互关联。例如商务是电商产业发展的牵头部门,但实际在电商直播、对外销售的过程中又需要市场监管部门对产品质量把关,一旦产业发展过程中出现问题,单靠一个部门完全无法高效解决。二是管理机制落后。目前 A 区电商产业发展水平与其他发达地区相比仍有较大差距。尽管政府推出了一系列鼓励、支持、规范山区电商发展的政策措施,但仍缺乏本地数字化的监测系统,电商发展的社会环境仍待完善。

4.2.2. 政府规划引导力度不足

一是规划制定尚未完善^[2]。目前, A 区虽已制定电子商务发展规划,但并未明确不同类型电商发展路径。同时也未针对电商未来发展趋势,本地特色产业优势提出具体明确措施,对企业的引导力度不足。二是多个电商产业园区定位重叠, A 区目前拥有多个电商产业园区,但园区在招引过程中并未制定差异化招引举措,基本以企业自愿入驻为主,导致同质化企业不断增多。甚至有园区因招商的不良竞争使得园区内空置率不断提升,未形成良好竞争发展格局。

4.2.3. 扶持政策吸引力有限

一是配套政策缺乏。A 区电商产业发展使用的仍是市级政策，尚无匹配度高的区级配套政策，相较发达地区，政策中的资金支持、技术支持等对 A 区内现有企业做大做强、大型企业外部招引等刺激较小，吸引力不够。二是政策宣传未到位。目前 A 区电商相关政策宣传主要依靠线上平台，定向推介宣讲政策的次数较少，也缺乏针对性的推送机制、反馈机制，导致企业难以精准获取政策信息，当地企业入驻率也将降低。

4.3. 电商企业创新力度不足

4.3.1. 产品开发同质化

一是 A 区工业发展起步较晚，文体用品、日用品、服饰纺织等适合直播带货的消费品生产能力较弱，初级农产品虽种类相对丰富但地方特色产品开发不足，非标产品偏多，尚未形成较大生产规模。二是特色品牌效应不强。产品差异化是提高农产品竞争优势、获得利润和发展机会的重要手段之一。A 区农产品的生产企业忽略了对品牌特色的挖掘和塑造，虽有众多如泡精肉、画乡酒等地方特色美食，但各类产品未精心包装，反而与其它地区如出一辙、缺乏创新。

4.3.2. 产业融合发展不足

目前 A 区电商产业与当地特色旅游业、文化产业融合不够。因为 A 区以旅游业发展为重，淘宝村发展相对不佳[3]，拉低了当地电商发展水平，加之缺乏旅游、农产品、制造业开发形式上的创新，如未能将旅游发展与农村地区旅游产品直播带货很好连接，不同镇域农产品、文旅产业、制造业未形成体系联合打造，导致电商产业在 A 区一产、二产、三产融合发展中带动作用不明显，未能推动产业融合升级。

4.3.3. 电商专业人才缺乏

一是人才难招。电商产业发展需要具备专业技能、了解市场规则、熟悉农村现状的综合型人才，A 区企业普遍反映电商人才缺口大，特别是高级运营管理、优质主播、视频剪辑等人才，预计全区电商人才缺口近千人。二是人才难留。受杭州、温州等优势区域影响，电商专业技术人才成熟后稳定性不足，为获得更优质资源和收入，普遍流向发达地区，流失率较高。三是人才难育。缺乏专业的电商人才培养机构和师资队伍。市区高校专业培养方面，定向培养乏力，学生主动性、创新性不足，与电商企业需求的电商人才不相匹配[4]。

5. 电商产业项目发展对策

5.1. 加强基础设施建设，降低企业运营成本

5.1.1. 完善基础设施布局

一是支持山区县完善物流基础设施配套，建议政府增加对山区基础设施建设的财政投入，通过设立专项资金或争取上级补助资金的方式用于山区基础设施建设，降低企业物流成本。积极鼓励推进县域商业体系建设，加大对山区完善物流基础设施配套的支持力度[5]，二是加大冷库、冷链等专业性仓储设施上的政策倾斜。山区电商产业的核心仍以农产品为主，生鲜品易腐的特性亟需配套冷库、冷链等基础设施，政府对于支持的企业投资项目可采用资本金注入或打包争取专项债的方式解决冷链体系建设资金不足等问题。

5.1.2. 建立物流配送网络

一是引导山区县完善物流配送网络建设，加快山区乡镇四好农村路建设，在中心村镇建立多功能中

转站(整合邮政、快递、电商服务),提供短期农产品临时仓储,定期批量外运销售,减少企业产品存储压力。二是提高企业议价能力。对电商企业给予一定的物流政策扶持,并通过大力招引优质物流企业,缓解抱团局面,完善市场调节机制,提高企业议价能力,降低物流成本。

5.1.3. 加强区域合作共建

充分运用“飞地”“飞仓”等山海协作成果,提高A区货物对外运转效率。加强A区与杭州、义乌、深圳等电商发达标杆城市在中转仓等方面的合作,三地仓库共享库存数据,缺货时可跨仓直发,或者消费者下单时,可就近选择最近仓库进行货物发出,通过建设飞地、飞仓,形成“山区集货-枢纽城市智能分拨-精准辐射目标市场”的三级跳架构,解决山区寄件时间滞后难题。同时加强与发达地区企业联系学习,引进先进包装流水线,提升产品包装技术,提高产品价值。

5.2. 健全电商产业发展体系,形成良好生态

5.2.1. 加强行业联动监管

一是加强跨部门联动,联合市场监管、税务、商务等部门对电商产业发展中的产品质量、知识产权、依法纳税、诚信经营等活动加强宣传指导,监督检查。组建电商产业发展工作联动小组,进一步营造良好的电商产业发展环境,扩大影响。二是建议政府引导整合本地电商及直播行业协会,加强直播电商行业规范及发展标准的宣传引导,敦促电商从业人员诚实守信经营,强化头部主播的示范引领。三是加强行业标准的制定和实施,提高山区电商从业者的诚信意识和责任意识,促进山区电商产业规范发展[6]。

5.2.2. 强化政府规划引导

一是进一步完善A区电商产业发展标准细则,在已经制订发布的基础上,进一步明确不同类型电商发展路径的相关政策,比如生鲜电商、文旅电商制定出差异化发展路径,明确发展方向。二是构建良好的园区生态。设置不同类型的产业园区,如生鲜电商产业园、跨境电商产业园、文旅电商产业园等,实施“招商清单制”与“企业适配度算法”引导企业积极抱团发展。设置电商企业红黑名单,一旦发现恶性竞争企业,及时踢出产业园区。

5.2.3. 优化电商发展生态

用好政策“1+1”,打造良好生态。一方面坚持用好市级电商政策,另一方面加快出台并用好区级电商政策,探索加码直播电商、跨境电商等新业态扶持政策力度上实现新突破,争取招引一批龙头电商企业、培育壮大一批本土领军企业,坚持优先发展一批,成熟一批,以强带弱,增强全国各地电商主体和创客对山区电商政策的认可度。同时也可积极利用全省直播电商式共富工坊建设契机,引导更多专业机构项目落地莲都,为山区电商行业“开新渠”。

5.3. 强化企业创新力培育,拓宽销售市场

5.3.1. 形成产品特色优势

一是强化农特产品优势,补供应链短板。建议A区进一步发挥“绿水青山”生态优势,有针对性地出台打造直播供应链基地建设的相关政策,通过市场调查,扶持部分有意向、有目标、有能力整合改造农特产品的供应链企业做强做大,指导优化农产品包装,提高产业寄送、分发能效,以直播基地服务品牌商和主播,畅通直播电商行业供销一条链。二是构建品牌矩阵,比如设置“山区味道”、“画乡味道”等地方品牌,通过短视频溯源直播、农文旅体验等方式立体营销,形成“特色产品+文化IP+体验经济”的复合型品牌效应,全面提升市场辨识度和附加值,形成特色品牌效应。

5.3.2. 推动产业融合发展

A 区政府可鼓励民宿、农家乐等文旅产业相关主体开展“沉浸式直播”，结合非遗文化展示进行农产品带货，也可以制定支持新兴服务业开展电商业务的政策措施，比如税收减免、场地租金补贴等，为山区特别是山区旅游景点的电商发展提供政策红利和激励措施，进而引导具有 A 区文化特色的景点发展文旅电商产业，同时也拓宽文旅产业发展。同时也可大力发展电商新业态新模式，如串联山区农特产品、企业制造、文旅景点等一二三产，打造电商产业发展的新格局。

5.3.3. 多措并举培育人才

电商人才是否充足对于电商产业的发展至关重要。A 区一方面可实施人才引进工程，联合地方院校、电商企业开展电商人才培养，实行人才培养学徒制，实现毕业即就业，上岗即上手的目标。另一方面还是应打好人才招引组合拳，打造优质电商创业孵化园，配套响应人才公寓以及子女入学政策^[7]，或是企业建立与业绩挂钩的股权激励制度等，用“产业生态 + 城市配套 + 事业前景”的组合拳留住人才。同时也不应忽视对农村电商从业者的培育，应多培育懂电商、会电商的新农人，用人才优势夯实山区电商产业发展的基础。

参考文献

- [1] 郑彩云. 农村电商助力乡村振兴的机理、困境及对策探究[J]. 山西农经, 2025(10): 199-201.
- [2] 武霞飞. 乡村振兴背景下地方政府推动农村电商发展对策研究[D]: [硕士学位论文]. 太原: 山西大学, 2024.
- [3] 马芳芳, 李晗, 崔誉, 等. 多尺度视角下浙江省农村电商发展水平时空差异及其影响因素[J]. 浙江大学学报(理学版), 2024, 51(6): 677-691.
- [4] 赵域棋. 数字经济背景下我国农村电商产业发展的现实困境及对策分析[J]. 市场周刊, 2025, 38(15): 83-86.
- [5] 文丰安. 数字乡村建设促进农村经济高质量发展: 障碍及实践路径[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2025, 42(1): 5-16.
- [6] 张莉. 宿迁市政府在农村电商发展中的作用研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 东南大学, 2021.
- [7] 向雪. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径[J]. 农业经济, 2025(4): 141-144.