

农村电商对乡村产业振兴的推动作用研究

——以贵州省正安县吉他产业为例

王钰璐

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年9月28日; 录用日期: 2025年10月17日; 发布日期: 2025年11月18日

摘要

在乡村振兴战略背景下, 农村电子商务逐渐成为推动产业发展的重要力量。本文通过文献综述与案例分析的方法探讨农村电商在政策支持和数字经济驱动下的作用机理。研究结合中央一号文件、“数字乡村”战略和贵州“数商兴农”工程等政策, 阐释电商赋能乡村产业振兴的现实意义并梳理相关研究进展。文章在理论上引入产业集群理论和数字经济理论构建农村电商推动产业振兴的机制框架; 实践层面以贵州省正安县吉他产业为例, 分析该县依托电商实现产业规模化、品牌化和跨境化发展的路径, 辅以返乡青年创业故事和相关数据予以说明。在此基础上, 总结农村电商在市场拓展、就业创业、供应链整合等方面的经验, 剖析物流、人才、基础设施等方面的制约因素并提出人才培养、电商平台赋能与金融支持等方面的对策建议。研究旨在为欠发达地区依托电商实现乡村产业振兴提供可资借鉴的思路与路径。

关键词

农村电子商务, 乡村产业振兴, 数字经济, 正安吉他产业

A Study on the Role of Rural E-Commerce in Promoting Rural Industrial Revitalization

—The Case of the Guitar Industry in Zheng'an County, Guizhou Province

Yulu Wang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: September 28, 2025; accepted: October 17, 2025; published: November 18, 2025

Abstract

Against the backdrop of the rural revitalization strategy, rural e-commerce has gradually become

an important force driving industrial development. This paper adopts a literature review and case study approach to explore the mechanisms through which rural e-commerce promotes rural industrial revitalization under policy support and the digital economy. Drawing on key policy initiatives such as the No.1 Central Document, the Digital Countryside Strategy, and Guizhou's E-commerce for Agriculture Development Program, the study illustrates the practical significance of e-commerce empowerment and reviews relevant research progress. Theoretically, the paper introduces industrial cluster theory and digital economy theory to construct a framework for understanding how rural e-commerce contributes to industrial revitalization. At the practical level, the guitar industry in Zheng'an County, Guizhou Province, is examined as a typical case to analyze how e-commerce has facilitated industrial scale-up, brand upgrading, and cross-border expansion, supported by entrepreneurial stories of returning youth and relevant data. On this basis, the paper summarizes the experiences of rural e-commerce in market expansion, employment creation, and supply chain integration, while reflecting on constraints such as logistics, talent shortages, and infrastructure gaps. Policy recommendations are proposed in terms of talent cultivation, platform empowerment, and financial support. The study aims to provide useful insights and pathways for underdeveloped regions to leverage e-commerce in achieving rural industrial revitalization.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Industrial Revitalization, Digital Economy, Zheng'an Guitar 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中之重,近年来党和政府高度重视发挥数字技术和电子商务在农业农村发展中的作用[1]。早在 2005 年,中央“一号文件”即提出鼓励发展农村现代物流和电子商务等新业态。自 2014 年起,中央一号文件连续多年部署“发展农村电商”,要求加强农产品市场信息化、支持电商平台参与农产品流通网络建设等。2016 年国务院相关部委出台《电子商务“十三五”发展规划》,将电子商务进农村综合示范明确为国家战略举措。2018 年中央印发《国家乡村振兴战略规划(2018~2022 年)》,强调要深化农村改革和科技创新,推动数字技术在农业农村的应用。2018~2020 年的中央一号文件进一步提出利用数字技术完善农产品全产业链大数据和数字农业农村体系,特别是 2021 和 2022 年中央一号文件提出实施“数商兴农”工程,完善县乡村三级物流体系无缝衔接,提高农村流通效率。同期发布的《“十四五”电子商务发展规划》突出电商在一二三产业融合发展中的促进作用,推进数字乡村建设和农村电商生态体系完善。2022 年《“十四五”推进农业农村现代化规划》亦强调增加物流、商贸、金融、快递等电商载体在乡村的布局,培育一批实力强、质量高的电商主体[2]。这些政策为农村电商发展提供了明确指引和良好环境。

数字经济时代,电子商务被视为赋能乡村振兴的新动能。与传统农业经营模式相比,电商利用互联网突破了时空限制,以极低成本连接全球消费者和农村生产者,为欠发达农村提供了前所未有的发展机遇[3]。通过电商平台,“农产品出村进城”渠道更加高效畅通。2023 年全国农产品电商销售额已超 7300 亿元,农村网络零售额达 2.49 万亿元,呈现出农村消费和农产品上行“双增长”趋势,电子商务正加速渗透广大乡村,为乡村产业振兴注入新动能[4]。贵州省作为脱贫攻坚主战场,于 2020 年底全部贫困县摘帽但巩固脱贫成果、实现产业兴旺任务仍然艰巨。发展农村电商被寄予厚望:既可完善扶贫开发的新路径,

又可激活乡村资源要素融合,促进小农户对接大市场,实现脱贫地区可持续增收[5]。实践表明,农村电商已成为欠发达地区推动产业振兴的重要抓手。例如贵州本土电商企业在扶贫攻坚过渡期积极探索“消费帮扶+电商”模式,增加了乡村就业岗位和农民收入,倒逼乡村产业升级[6]。西部一些贫困县通过发展电商,实现当地特色农产品“黔货出山”,直接带动数万贫困户增收。因此,系统研究农村电商赋能乡村产业振兴具有重要现实意义:有利于总结数字经济条件下乡村产业发展的新路径,为巩固脱贫成果与全面振兴衔接提供思路;也有利于丰富乡村振兴理论,拓展产业经济与电子商务交叉领域的新视角[7]。

2. 文献综述

随着乡村振兴战略实施,学界对农村电商如何助力产业振兴的关注度持续提高。一是脱贫攻坚与乡村振兴背景下农村电商的发展研究。不少学者探讨了农村电商在减贫和振兴中的作用机制。研究表明农村电商覆盖率越高的地区,脱贫质量越高且能通过结构优化确保已脱贫乡村不返贫,实现长期稳定发展,乡村振兴政策为农村电商发展奠定了基础保障[2]。农村电商营业收入高的乡村其产业发展效率和振兴质量均优于其他乡村。例如,张鸿等(2018)[5]通过贵州调研发现发展农村电商已成为精准扶贫的重要途径,“电商+产业+农户”模式将贫困户嵌入电商产业链,既扩大了农产品销路又带动了农民就业增收。同时,电商进入农村还激活了农村消费市场,农村居民网购日趋频繁,多元消费需求被激活。总的来看,农村电商在扶贫开发和乡村振兴衔接中发挥着“造血”功能,被视为巩固脱贫成果、防止返贫的重要手段。产业集群理论的农村电商发展研究的视角认为区域经济发展水平为农村电商形成产业集群提供了基础,而农村电商发展到一定规模后形成产业集聚,反过来又推动区域经济发展肖国安等(2020)[2]。郭红东等(2019)[8]对山东曹县的研究证实了这一点:曹县依托服饰等乡村传统产业,在电商平台和服务型政府“双向赋能”下,推动农民大规模创业就业,实现产业兴旺和乡村振兴。该实践表明,即使经济欠发达地区,只要挖掘出本地优势产业,依靠电商赋能和政府扶持,同样能够走出一条产业兴旺、乡村振兴之路。产业集群视角的研究还指出,当农村电商高度集聚时,可能出现产业和产品同质化,影响长期竞争力,因此要注重电商集群发展的质量、防止低水平重复建设。肖国安等(2020)[2]关注企业在农村电商发展中的作用,认为大型电商企业下沉农村可带来先进技术和专业人才,助力电商创业项目实现盈利并提高农户收入。例如阿里巴巴的“千县万村计划”在各地培育出众多淘宝村和电商带头人,形成政府支持与市场主导相结合的发展模式。相比之下,纯粹政府主导的“自上而下”模式有利于快速提升电商品牌知名度、吸引外部投资人才而市场主导的“自下而上”模式更能促进产业融合和激发内生动力。此外,直播电商、共享经济等新模式在农村的应用也成为研究热点,探索政府政策支持、企业投资与农民自主参与相结合的发展路径,对提高电商经营效率作用明显。

总体而言,学术界普遍认可农村电商对乡村产业振兴的积极作用,但现有研究仍存在不足之处。一是区域与产业研究不均衡。熊雪等(2021)[3]的研究发现东部沿海淘宝村、农业电商的发展经验研究较多而中西部欠发达地区特色产业通过电商崛起的案例研究相对不足,例如西部地区因基础设施和资源禀赋限制,县域内部尚难形成淘宝村式的电商产业集群,电商扶贫效率整体不高、发展不充分。正安县吉他产业作为西部偏远山区依托电商实现制造业集群跨越式发展的典型,有必要深入剖析其模式经验。二是研究视角有待融合。既有文献大多从农业电商、农产品上行等角度研究产业振兴,或从返乡创业、社会学角度研究青年回流,但缺乏对制造业产业集群与电商融合推动乡村工业振兴的关注。本研究拟将产业集群理论与数字经济理论相结合构建电商赋能乡村产业发展的综合分析框架。本文通过案例详细展现电商介入产业的机制链条,并揭示其中的关键环节与现实瓶颈,从而丰富对电商助力产业振兴内在机理的认识。

3. 理论分析

3.1. 产业集群理论视角

产业集群理论最早由马歇尔提出，波特 1998 年在“钻石模型”中进一步阐释了区域内企业与机构集聚所带来的外部性与协作机制，指出集群能够通过知识共享、专业化分工和竞争合作关系提升整体竞争力。应用于乡村产业振兴背景下，产业集群不仅体现为生产要素的集中与成本的下降，更关键的是知识、技术与信息的高效流动与创新扩散。随着数字经济和农村电商的发展，传统的区位集聚逻辑被重新塑造，产业集群效应愈加凸显。一方面，电商平台为特色产业提供了市场扩张和品牌传播的数字化通道，使产业规模迅速壮大，形成集群发展的条件[8]；另一方面，电商降低了信息不对称、提高了市场透明度，使集群内部企业能根据实时数据进行差异化定位，避免陷入价格竞争[4]。

正安县吉他产业的发展正是产业集群理论在数字经济语境下的典型体现。原本零散分布的家庭作坊在电商带动与政府引导下，逐步集聚于“正安·国际吉他产业园”，形成涵盖木材加工、琴弦制作、成品组装、包装物流等完整的产业链条[9]。集群内部的分工协作显著提升了生产效率，带来了规模经济与区域品牌双重效应，也促进了技术与知识在园区内的快速扩散，构建了典型的知识溢出效应与劳动力池效应。前者体现在企业间生产工艺、运营经验和管理模式的互学互鉴；后者则表现为返乡青年与本地劳动力的集聚与分层，为产业持续扩张提供了技能与人力保障。在此基础上，本文提出“数字经济驱动下欠发达地区制造业集群跃迁机制”。该机制揭示了数字基础设施→电商赋能→产业集聚→产业升级与振兴的演进路径。如图 1 所示，政策支持与平台介入构成外生变量，为产业发展提供制度与资源保障；知

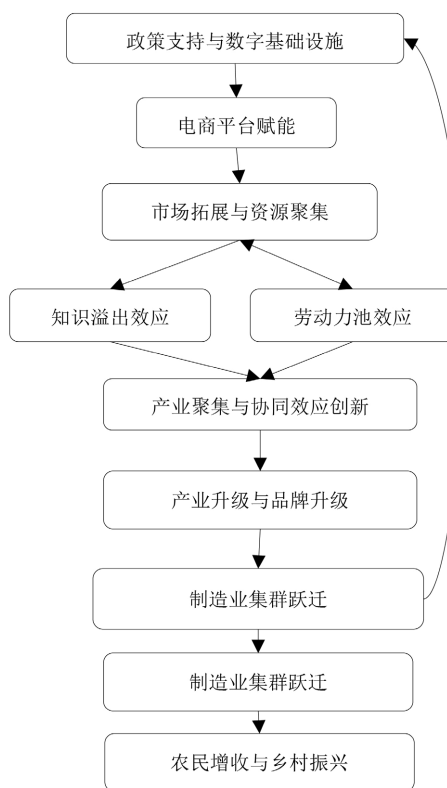


Figure 1. Mechanism of manufacturing cluster upgrading in underdeveloped regions driven by the digital economy

图 1. 数字经济驱动下欠发达地区制造业集群跃迁机制图

识溢出与劳动力回流作为中介变量,推动技术扩散与创新协同;产业集聚与升级则是核心结果变量,体现出信息要素对传统区位要素的替代效应。由此可见,数字经济不仅改变了欠发达地区的产业空间格局,也重塑了制造业集群的形成逻辑与跃迁机制。正安案例表明电商赋能能够突破地理限制,通过数据流、信息流和人才流的耦合,实现从资源依赖型集群向创新驱动型集群的转变,为欠发达地区产业振兴提供了可复制的数字化路径。

3.2. 数字经济理论视角

数字经济理论强调信息通信技术的普及和应用对经济体系的深刻重塑。互联网、大数据、人工智能等技术的渗透,显著降低了交易成本与时间成本,推动了市场边界的拓展[3]。在乡村发展场景下,电商平台的崛起是数字经济作用最直接地体现。电商不仅为农产品和乡村手工艺品提供了低成本进入全国市场的机会,也让特色制造业能够跨越时空障碍直接进入国际市场[10]。同时,数字经济理论强调平台赋能效应。电商平台不仅是交易场所,更是集支付、物流、数据、信用于一体的综合服务体系。通过大数据分析,平台能够帮助企业精准定位消费需求,实现产品升级与品牌建设[1]。例如正安吉他企业借助电商平台反馈不断优化产品设计,从代工生产逐步转向自主品牌经营。数字经济的“去中介化”特征也在乡村产业中得到体现,传统流通环节的层层加价被缩短,农户和小微企业能够获得更多利润空间[5]。

数字经济理论还强调网络外部性。当越来越多的农户和企业加入电商平台时,平台的整体价值随用户数增加而增加,从而形成良性循环。这意味着,一旦某一乡村产业在电商平台上形成集群效应,其对区域经济发展的推动力将成倍增强。正安吉他产业的发展过程,正是借助这种“数字集聚”实现了从零起步到国际化的跨越。

3.3. 电商推动乡村产业振兴的机制

农村电商推动乡村产业振兴的机制可归纳为一个由政策支持、平台赋能、市场拓展、产业集聚与品牌升级构成的动态链条。政策与基础设施是农村电商发展的前提条件,各级政府通过实施“电商进农村”综合示范工程、提供物流补贴与培训项目等措施,为电商下乡创造了良好的制度环境和发展土壤。如贵州省采取“外引内育”策略,引进阿里巴巴、京东等龙头企业并培育本土电商平台,使乡镇快递网点覆盖率显著提升,为偏远乡村“触网”奠定了基础[4]。在政策支持与基础设施完善的基础上,电商平台的下沉进一步强化了市场连接功能。平台通过交易撮合、支付结算、物流配送等服务,使分散的小农户和小作坊能够直接接入全国乃至全球市场。农村淘宝服务站、直播电商与社交电商的兴起,使地方特色产品在短时间内迅速获得市场知名度[1]。

随着平台普及与市场机制成熟,电商显著拓展了乡村产品的销售半径,推动销售渠道由线下转向线上,客户群体从本地市场延伸至全国乃至海外,有效缓解了长期困扰乡村产业的“销售难”问题。正安吉他依托淘宝、阿里巴巴国际站与中欧班列等渠道,实现了对德国、西班牙、日本等 40 多个国家的出口[9]。市场扩张反过来促进了产业的集聚与升级。当电商销售额持续增长时,生产企业及其上下游配套环节相继在本地集聚,形成以制造、销售与物流为核心的一体化产业链。短短数年间,正安吉他制造企业从无到有,产业园区现已入驻 144 家吉他及配套企业,显著降低了生产与运输成本,提升了整体产能与竞争力[10]。

在产业规模扩大与集群效应增强的基础上,品牌建设成为产业高质量发展的关键环节。电商平台的质量监测与溯源体系推动了标准化生产,平台提供的流量与营销资源亦助力地方品牌的推广。正安县积极实施品牌战略,注册“正安吉他”地理标志与区域公用品牌,鼓励企业创建自主品牌并在电商平台开设旗舰店,同时利用微博、短视频等新媒体开展线上推广,显著提升了品牌的知名度与美誉度[11]。品牌

溢价效应带动产品附加值提高，产业逐步实现由代工生产向自主品牌经营的转型。农村电商将外部市场需求转化为本地产业发展的持久动力，推动乡村产业实现规模扩张与质量提升，促进创业就业机会的不断涌现，吸引农村人力与资金要素回流，进而带动人口就地城镇化与社区繁荣，最终实现产业兴旺、农民增收和乡村全面振兴的目标。

4. 案例分析：正安县吉他产业的电商赋能之路

贵州省遵义市正安县地处武陵山区腹地，曾是国家级深度贫困县。受区位偏远、交通受限和产业基础薄弱等因素制约，正安长期处于经济发展的边缘地带，劳动力大量外流，县域经济结构以传统农业为主[8]。然而，自2013年以来，随着数字经济与农村电商的快速发展，正安县依托吉他制造业实现了产业结构的显著跃升。由图2可见，2013~2024年间正安县地区生产总值由43.43亿元增长至153.81亿元，十年间增长超过2.5倍，年均增速保持在两位数以上，经济总量持续攀升¹。这一增长态势反映出地方经济活力的显著增强，为特色制造业和农村电商的发展提供了坚实的宏观支撑。近年来，在政府政策引导和“电商进农村”工程推动下，正安逐步形成了以吉他制造为核心的特色产业集群，实现了从家庭作坊式生产到规模化、品牌化、集群化发展的跨越。目前，全县年产吉他超过240万把，约占全球吉他总产量的七分之一，产品远销40多个国家和地区，成为名副其实的“世界吉他之乡”[9]。这一产业奇迹不仅带动了地方经济增长，也成为数字经济赋能乡村产业振兴的典型样本。

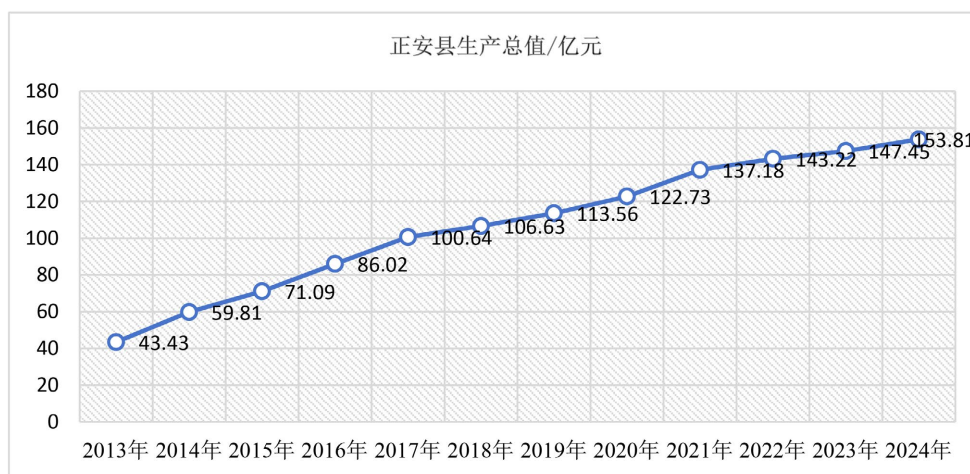


Figure 2. GDP growth trend of Zheng'an County from 2013 to 2024

图2. 正安县2013年至2024年GDP增长变化图

4.1. 电商拓市场：山村吉他的全球热卖

正安吉他的起步可以追溯到2013年前后外地吉他企业的引入，但真正令正安吉他“飞出大山、卖向全球”的是电子商务的蓬勃发展。随着淘宝、天猫等平台兴起，四面环山的正安瑞濠村摇身变成远近闻名的“淘宝村”[10]。本地青年王远清就是电商拓市的亲历者和推动者之一。王远清大学毕业后曾在各大城市漂泊追求音乐梦想，最终发现家乡才是实现梦想的舞台——因为有了淘宝电商机会，他得以将对音乐的热爱与家乡产业发展结合起来。王远清返乡创办吉他网店，把家乡吉他卖到全国各地乃至全世界。在他和众多返乡青年的努力下，“正安吉他”成为响当当的品牌，几百万把吉他销往全国甚至世界

¹数据来源于贵州省正安县人民政府：<https://www.gzza.gov.cn>。

各地。例如，通过阿里巴巴国际站等跨境电商平台，正安的吉他源源不断出口欧美亚各国。2020 年 7 月，满载正安吉他的中欧班列从成都启程驶向德国纽伦堡，标志着正安吉他正式搭上“一带一路”快车进入欧洲市场。此后企业海外订单量大增，目前正安一家骨干企业年产吉他 30 万把，2024 年出口额达 500 万元[9]。除了线上渠道，政府还组织本地企业参加上海国际乐器展等展会，正安企业自主研发的智能电吉他新品在展会上获得各国客商关注，现场签下百万级订单。由表 1 可见²，2022 年正安县电商销售额达到 1.13 亿元，当地拥有电子商务企业 151 家，其中跨境电商企业 6 家。到 2024 年，全县累计授权专利约 288 项，自主品牌达 77 个，2023 年出口额突破 11.13 亿元。这些数据表明，电商已成为推动正安特色制造业规模化、品牌化和国际化的核心引擎，为欠发达地区制造业集群跃迁提供了鲜活范例。

Table 1. E-commerce and innovation development data of the guitar industry in Zheng'an County
表 1. 正安县吉他产业电商与创新发展相关数据

指标	时期	数值
电商销售额	2022 年	1.13 亿元
跨境电商/电商企业数量	2022 年	跨境电商企业 6 家，电子商务企业 151 家
专利授权数量/品牌数	2024 年	专利 288 项，自主品牌 77 个
出口额	2023 年	11.13 亿元

4.2. 电商聚产业：产业园区的一体化发展

随着电商渠道的全面拓展，外部市场需求迅速释放，推动正安吉他产业由分散化生产向规模化、集聚化方向发展。在政府规划与招商引资的引导下，正安县建设了“正安·国际吉他产业园”，将原有的家庭作坊与外来制造企业统一纳入园区管理，逐步形成涵盖吉他生产组装、琴弦与配件制造、包装印制、物流配送等环节的完整产业链体系。如今产业园内集聚了 144 家吉他及配套企业，实现了从单一吉他生产向生产、销售、物流一体化转变，有效降低了采购与运输成本，提高了生产效率与规模经济效益[9]。

为进一步促进产业与市场的高效衔接，园区配套设立电子商务服务中心，引入淘宝、京东的服务团队现场为企业提供电商运营、网店建设、产品摄影与客户管理等培训与指导[10]。此举显著提升了企业的数字化经营水平和线上营销能力。据统计，目前园区内约有 70 至 80 家企业从事电商业务，部分优质网店月成交订单超过 3 万单，电商渠道成为园区企业订单增长的主要来源。电商发展的带动不仅加速了资本与技术的本地集聚，也促进了劳动力要素的回流。一批外出务工青年选择返乡就业创业，形成了以“本地就业、本地创业”为特征的产业劳动力集群。截至目前，正安吉他产业直接带动就业超过 2 万人，其中大部分是本地青年，实现了“离土不离乡”的稳定就业模式。正安县还前瞻性地将吉他制作列为中小学校的必修课程，培养本地技术后备人才，吉他产业所辐射的就业人次累计超过 6 万，为 6000 多脱贫人口提供了稳定增收渠道。

正安的实践表明，电商驱动下的市场扩张不仅重塑了产业组织形式，也通过“知识溢出效应”和“劳动力池效应”促进了制造业的发展。从要素集聚到人才回流，再到品牌塑造与创新积累，正安吉他产业形成了一个功能完备、层次分明的现代化产业，为欠发达地区依托特色制造业实现县域经济振兴提供了可复制的经验样本。

²数据来源于贵州日报：http://szb.eyesnews.cn/pc/cont/202309/19/content_104717.html；中共遵义市委宣传部官方账号：正安：“吉他 + N”助推县域经济高质量发展

4.3. 电商塑品牌：从代工制造到自主品牌

在产业集聚和规模扩张的基础上，正安县进一步依托电子商务实现由低端代工向品牌高端化转型。早期的正安吉他产业以代工生产为主，自主品牌数量有限、产品附加值较低。针对这一问题，地方政府确立了“品牌引领、数字赋能”的发展思路，积极推动“互联网 + 产业”融合，通过电商平台培育区域公用品牌“正安吉他”。政府层面整合资源，成立吉他产业发展服务中心，完善品牌建设配套服务，包括申报“中国吉他制造之乡”称号、制定统一质量标准、注册“正安吉他”集体商标等，从制度层面强化品牌基础。

同时，政府与平台企业合作推动线上品牌营销，支持企业入驻天猫、京东等主流电商平台设立旗舰店，并在淘宝直播、抖音短视频等渠道开展全域推广，实现从“曝光”到“转化”的链式营销。在阿里巴巴与地方政府的共同推动下，瑞濠村成功创建贵州省第二个“淘宝村”，形成了以专业团队为核心的内容营销体系，通过短视频、直播带货等方式显著提升了“正安制造”的品牌影响力。园区内已有数十个自主品牌崭露头角，如本土企业“娜塔莎乐器”自主研发的 NEBULA 星云智能电吉他在国际乐器展上获得百万订单；创业者王远清创立的定制高端吉他品牌年销售量逾百把，顶级款售价超过七万元。

电商平台的大数据反馈进一步帮助企业精准洞察消费偏好，实现差异化产品设计。例如针对海外客户的音乐文化差异推出个性化系列，并利用用户评价体系构建口碑传播机制，强化品牌忠诚度。事实表明，正安吉他产业正由“代工制造”向“品牌智造”转型，其核心功能在于电商平台带来的信息反馈机制与市场洞察能力。电商不仅成为产品销售的渠道，更是产业创新与品牌升级的催化剂。品牌化转型的完成，标志着正安吉他产业实现了从要素集聚向创新驱动的跃迁阶段。

4.4. 电商兴创业：青年返乡带来人力资本回流

正安吉他产业的兴起带动了一批具有互联网思维的青年群体返乡创业就业，推动了人力资本的回流与乡村创新活力的释放。前文提到的王远清是其中的典型代表，其返乡创业经历体现了数字经济背景下青年主体在乡村产业振兴中的关键作用。随着吉他产业集群的扩展和电商生态的完善，越来越多外出务工人员意识到家乡就业的收入水平与沿海地区差距逐渐缩小，加之生活成本较低与家庭照顾便利，返乡就业意愿显著增强。在政府易地扶贫搬迁政策支持下，部分偏远山区居民迁入县城安置点，实现了“搬得出、稳得住、能致富”的产业转移就业模式。目前，吉他制造及电商岗位的平均工资在 3000~5000 元之间³，直接、间接带动就业 1.5 万余人次。正安吉他工业的崛起，是产业扶贫的生动实践，也是乡村振兴的有力支撑。

地方政府还积极创新就业模式，推出“客服县”建设计划，培育电商服务型人才，形成以淘宝客服、直播主播、网店运营为代表的新职业群体。这一政策有效拓宽了农村青年就业路径，带动了新型农村职业化进程。据统计，在西部电商创业群体中，90 后、95 后及 00 后青年已占比超过 60% [10]，成为农村电商发展的中坚力量。这一群体具有较强的数字素养与创新能力，能够利用电商平台进行产品推广、内容营销与品牌塑造，从而加速乡村产业与数字经济的深度融合。返乡青年不仅是产业劳动力的供给者，更是知识与信息的传播者。他们将城市经验、市场理念和数字技术带回农村，形成了“知识回流 - 创新扩散 - 产业升级”的正向循环。正安的经验表明，电商平台在连接城乡要素、促进青年回流和实现人力资本再配置方面具有显著作用，构建了城乡人才双向流动的机制通道。一端是城市的技术、资金与理念向乡村扩散，另一端是农村的人力资源回流与产业再生。这印证了王昆等(2023)的研究结论，即返乡电商创业已成为推动乡村产业振兴的重要模式，通过促进人力资本回流与创新积累，增强了乡村经济的内生

³数据来源于贵州日报：http://zyrb.zunyi.cn/html/2024-08/12/content_97628_17706469.htm。

发展动力。

5. 电商推动机制与问题反思

5.1. 电商推动乡村产业振兴的路径总结

通过对正安吉他案例的分析，可以概括出农村电商在推动乡村产业振兴方面的主要路径和机制。首先，电商拓展了市场半径，有效促进了产销对接。电商的引入打破了山区交通与信息封锁，实现了“小市场”对接“大需求”。以淘宝等平台为代表的电商渠道，使正安吉他得以走出大山，进入全国乃至国际市场，突破了地域与流通壁垒，形成了产品外向型发展的新格局。特别是随着直播带货和短视频等新兴电商形式的兴起，乡村产品的知名度和销量被成倍放大，主播们在镜头前弹奏正安吉他、讲述大山里的制作故事，吸引了大量消费者下单，真正实现了产地与消费地的无缝衔接。

在市场打开的基础上，电商带动了创业就业，促进了农民在地化增收与产业化转型。正安的经验表明，电商兴起吸引了大批外出务工人员 and 高校毕业生返乡创业就业，形成了新型产业劳动力群体。返乡青年利用数字技能开展电商创业，推动了产业运营的现代化转型；普通农民则通过在电商工厂就业、从事包装发货和网络客服等岗位实现了“离土不离乡”的稳定就业。目前，正安吉他产业直接带动就业超过两万人，创造了可持续的本地就业体系，强化了乡村产业振兴的人力资本基础。

除此之外，电商还推动了产业链延伸和一二三产业深度融合。随着订单量增长，原材料供应、零配件加工、包装印制和物流配送等环节在本地逐步集聚，形成了完整的产业链体系，实现了工业要素在县域范围内的循环。一方面，前端木材加工与原料采购在地化，带动了林业等相关产业；另一方面，后端延伸至音乐培训与文旅体验，实现了“产品 - 体验 - 文化”的多层次融合。电商推动的物流体系建设进一步完善了县乡村三级网络，打通了服务“三农”的“最后一公里”，提升了整体产业协同水平。

随着产业链条的延伸和集群的形成，品牌价值提升成为产业升级的关键。电商平台依托用户评价体系、销量排行和大数据反馈，帮助优质产品迅速脱颖而出，推动企业注重质量和品牌建设。正安吉他在政府与平台合作支持下，注册区域公用品牌、建立质量标准体系、开展网络促销节等活动，品牌知名度显著提升。“正安吉他”不仅获得“中国吉他制造之乡”称号，也成为贵州省重要的文化制造品牌。品牌溢价机制促进了产业精品化与高端化发展，企业纷纷申请专利、开发定制产品，形成差异化竞争格局，避免了低价内卷。

更为重要的是，电商赋能带动了农民收入增长、厚植乡村产业振兴的内生动力。农民通过多元化方式参与电商产业链，既可在工厂就业获取工资性收入，也可通过打包、直播等灵活岗位获得经营性收益。部分村民成为“农民主播”，通过内容传播带动销售。吉他产业工人月均收入普遍在 3000 元以上，专业工种收入更高，实现了农村家庭收入结构的多元化与稳定化。电商驱动下的产业发展由“输血式扶贫”转向“造血式振兴”，农民在其中兼具劳动者与经营者双重身份，形成了可持续的乡村振兴内生机制。

5.2. 存在的问题与挑战

尽管农村电商为乡村产业振兴注入了新动能，但正安案例及相关调研也揭示出多方面制约因素，反映出欠发达地区在数字化产业发展过程中仍面临结构性挑战。

(1) 物流成本与效率仍是制约产业进一步扩张的关键因素

正安县虽然已经建立了县、乡、村三级物流体系，但与东部沿海地区相比运输成本与配送时效仍存在差距。一把吉他从正安发往沿海城市的物流成本普遍高于沿海工厂直发产品，且大宗出口仍需依赖成都中欧班列中转，导致成本上升与频次受限。要实现“工业品下乡、农产品进城”的双向循环，需要进一步完善基础设施建设与物流网络，吸引社会资本参与冷链、仓储及配送体系建设，以形成稳定高效的

供应链体系。

(2) 人才短缺已成为产业发展的核心瓶颈

电商产业属于知识与技术密集型行业，对运营、美工、直播、跨境贸易等多元人才需求旺盛。然而，本地高等教育与职业培训体系尚未形成匹配的供给结构，高层次人才依赖外部引进，而本地返乡青年多数缺乏系统化的电商管理经验。一线技能工人，尤其是高水平制琴师与质检师的供给不足，也影响了产业质量升级。解决之道在于建立“外引内育”双轨制的人才体系，既通过政策激励吸引外部人才扎根乡村，又依托地方高校与培训机构实现本土化培养，构建可持续的人才生态。

(3) 产业配套与基础设施尚未完善，制约了高质量发展的实现

正安虽然建成了产业园区，但配套的公共服务仍不健全，部分环保设施如污水处理和废料回收未能跟上产业扩张的步伐，研发设计中心和检测认证中心等平台的缺失限制了产品创新与升级。信息基础设施方面，虽然光纤与4G网络基本覆盖，但偏远村寨信号不稳、带宽不足，5G与千兆光网尚处于起步阶段，部分地区电力供应不稳定，影响生产与电商运营。未来应在数字与物理基础设施“双提升”上发力，推进园区配套设施与数字网络建设，提升产业承载与创新能力。

(4) 产业同质化与竞争压力逐渐显现

当前正安吉他企业数量已超过百家，企业规模参差不齐，产品多集中于中低端市场，出现了同质化竞争的迹象。部分小作坊为争夺市场不惜低价倾销，扰乱市场秩序，压缩利润空间。随着正安吉他知名度的提升，国内其他地区甚至东南亚国家可能进入同类竞争，加剧市场压力。如何在规模扩大的同时实现分工协作与差异化发展，避免陷入“量增利减”的困境，是正安亟需破解的问题。政府和行业协会应引导企业加强自律与协作，避免恶性价格战，并推动企业在高端、中端、定制等不同市场定位上错位竞争，提升整体竞争力。

(5) 农民参与度和收益分配问题仍然存在

虽然吉他产业带动了大量就业，但不同群体之间的收益分配仍然存在不均。企业主体和经销商因掌握资本与技术而获得了主要利润，而普通工人和原材料供应农户的收益相对有限，一部分老弱劳动力和技能不足的贫困户未能直接融入产业链，存在“产业振兴与弱势群体获益脱节”的现象。要实现包容性产业振兴，应建立多层次利益联结机制，如员工持股、合作社分红与绩效奖励制度，增强农民在产业链中的主体地位。同时，通过设立专项扶持岗位、加强职业培训和再就业支持，提升弱势群体的劳动参与率与收益水平，确保产业发展成果的普惠性与可持续性。

6. 结论与政策建议

在数字经济快速发展的背景下，农村电子商务正逐渐成为推动乡村产业振兴的重要力量。本文以贵州省正安县吉他产业为案例，结合产业集群理论与数字经济理论，对农村电商在欠发达地区产业转型中的作用机制进行了系统分析。研究发现，农村电商通过信息流、资金流与物流的重构，有效打破了山区县区位劣势，推动了产业要素在县域内部的高效配置与再集聚。其主要作用机制体现在五个方面：一是拓展市场半径，打通城乡双向流通渠道，使区域特色产品实现由“卖不出去”向“卖全国”“卖全球”的转变；二是创造创业与就业机会，吸引青年返乡创业，形成产业人才集聚效应；三是延长产业链条，促进一二三产业深度融合，构建本地循环的产业体系；四是提升品牌价值，通过数字营销实现品牌溢价与国际化扩张；五是增加农民收入，带动农户从产业链末端参与者转变为收益分享者，增强乡村内生发展动力。但同时，正安案例也揭示了农村电商发展的现实困境：物流基础设施不足、专业人才匮乏、产业同质化竞争、收益分配不均等问题仍制约其高质量发展。要实现从“电商兴业”向“产业振兴”的跃升，需在政策、基础设施、人才与品牌等层面协同推进。根据上述研究结论，本文提出如下政策建议：

(1) 面对日益突出的同质化竞争,应在政府引导下建立区域统一的质量标准体系与品牌联盟,以标准化生产和协同营销取代低价竞争。同时,充分利用电商平台的大数据分析功能,动态掌握消费者偏好,引导企业在产品设计、功能创新与市场定位方面实现差异化发展,形成各具特色的品牌格局。可进一步成立“正安吉他产业协会”,通过行业自律与协同议价,促进集群内部合作共赢,增强整体竞争力。

(2) 在产业收益分配层面,应构建包容性利益联结机制,确保电商红利向农民与普通劳动者合理延伸。地方政府可通过税收返还、土地入股、就业培训补贴等措施,强化农民和工人的收益保障,推动“员工持股+集体分红”模式,让普通劳动者分享产业增长红利。同时,有必要设立吉他产业发展基金,将部分产业利润反哺教育、培训与科研,培育本地技能型人才,实现产业发展与人力资本积累的良性循环。

(3) 要夯实数字化与人才支撑体系。应加快完善农村物流和数字基础设施,推进5G网络、仓储冷链与智能制造设施建设,为电商和制造业融合提供坚实保障。依托高校、职业院校和龙头企业,共建多层次电商实训与技能培训体系,培养兼具工艺技能与电商思维的复合型人才;同时,通过政策激励吸引在外青年返乡创业就业,形成知识与劳动力的“双回流”,为乡村产业振兴注入持续动力。

(4) 未来应推动正安吉他产业由制造业集群向文化品牌集群跃升,打造具有国际传播力的地方文化符号。应在政府与平台协同下推动“品牌+文化+旅游”融合发展,打造具有国际传播力的“正安吉他”文化符号,并通过跨境电商平台提升全球知名度与品牌溢价。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 肖国安,陈谦,王文涛.乡村振兴战略背景下我国农村电商发展路径研究[J].贵州社会科学,2022(10): 161-168.
- [3] 熊雪,聂凤英.西部地区农村电商扶贫效率测算及其空间特征[J].农业展望,2021,17(10): 80-90.
- [4] 郭馨梅,郭金阳.发展农村电商对乡村产业振兴影响研究——基于城乡融合发展调节效应的分析[J].价格理论与实践,2024(6): 34-38+224.
- [5] 张鸿,宋炜,黄文广,孟景乾.贵州农村电商精准扶贫的困境及对策研究[J].农村经济与科技,2018,29(9): 135-139.
- [6] 娄坤坤.贵州省本土电商实施消费帮扶的多元模式研究[D]:[硕士学位论文].贵阳:贵州大学,2024.
- [7] 王昆,崔菁菁.青年返乡电商创业赋能乡村产业振兴的现实问题、典型案例和实践路径[J].经济纵横,2023(11): 122-128.
- [8] 郭红东,刘晔虹,龚瑶莹,曲江.电商发展与经济欠发达地区乡村振兴——以山东曹县为例[J].广西民族大学学报(哲学社会科学版),2019,41(5): 49-55.
- [9] 唐正平,李政林.全球七分之一吉他产自正安[J].当代贵州,2025(10): 36.
- [10] 袁帅.我在村里卖吉他给全世界[J].小康,2022(13): 38-39.
- [11] 正安县委组织部.正安县三措并举激活乡村发展新动能[N].遵义日报,2025-06-13(004).