

乡村振兴战略视域下贵州跨境电商发展的政策扶持与公共服务保障研究

陈羿洁

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年11月3日; 录用日期: 2025年11月19日; 发布日期: 2025年12月17日

摘要

本文聚焦跨境电商作为连接国内国际双循环、助推乡村特色产业出海的关键路径, 在乡村振兴与数字经济交汇的背景下, 以贵州这一兼具大数据先发优势与乡村资源富集、却面临产业附加值不高与出海渠道不畅等瓶颈的西部欠发达省份为研究对象, 遵循“理论-现状-问题-路径”的逻辑框架, 深入分析其跨境电商发展现状、瓶颈及政策与公共服务体系的成效与不足, 旨在提出突破性发展路径。研究强调通过精准施策赋能农村小微主体、以公共服务补齐通关等短板, 从而激活乡村特色资源的跨界价值, 构建以乡村振兴为引领、政策与公共服务协同的保障体系。其理论价值在于填补跨境电商赋能乡村振兴在后发地区研究的空白, 实践价值在于为贵州及同类西部地区提供可落地的政策与公共服务方案, 助力乡村产业实现“资源-价值”的跨越式转化。

关键词

乡村振兴, 跨境电商, 政策扶持, 公共服务保障, 贵州

Research on Policy Support and Public Service Guarantee for the Development of Cross-Border E-Commerce in Guizhou from the Perspective of Rural Revitalization Strategy

Yijie Chen

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 3, 2025; accepted: November 19, 2025; published: December 17, 2025

文章引用: 陈羿洁. 乡村振兴战略视域下贵州跨境电商发展的政策扶持与公共服务保障研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 2783-2791. DOI: 10.12677/ec.2025.14124177

Abstract

This paper focuses on cross-border e-commerce as a key pathway connecting domestic and international dual circulation and facilitating the global expansion of rural characteristic industries. Against the backdrop of rural revitalization and the digital economy, it takes Guizhou—a western underdeveloped province with early advantages in big data and abundant rural resources but facing bottlenecks such as low industrial added value and inadequate overseas channels—as the research subject. Following the logical framework of “theory-current situation-issues-pathways”, it conducts an in-depth analysis of the current state, bottlenecks, and the effectiveness and shortcomings of policies and public service systems in Guizhou’s cross-border e-commerce development, aiming to propose breakthrough development pathways. The study emphasizes empowering rural micro-enterprises through targeted measures and addressing weaknesses such as customs clearance with public services, thereby unlocking the cross-border value of rural characteristic resources and establishing a safeguard system led by rural revitalization and supported by coordinated policies and public services. Its theoretical value lies in filling the research gap on cross-border e-commerce’s role in rural revitalization in late-developing regions, while its practical value is in providing actionable policy and public service solutions for Guizhou and similar western regions, helping rural industries achieve a leapfrog transformation from “resources to value”.

Keywords

Rural Revitalization, Cross-Border E-Commerce, Policy Support, Public Service Guarantee, Guizhou

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

在全球化与信息化浪潮的推动下，数字经济已经成为推动全球经济增长的重要引擎。跨境电商具有突破地理界限、降低交易成本、加速市场融合等优势，在数字经济蓬勃发展的背景下迎来了前所未有的发展机遇。中国作为世界上最大的发展中国家和电子商务市场大国，跨境电商的发展为全球贸易注入了新的活力。地处中国西南地区的贵州省，近年来积极发展大数据、云计算等新兴产业，并展现出强劲的发展势头，为跨境电商发展提供了坚实的基础。

国内外学界在跨境电商与乡村振兴领域已有探索，但存在局限。国外研究中，弗里德曼(1966)“中心-边缘”理论解释了乡村产业跨境贸易困境，却未关注后发地区小微主体需求；Peng *et al.* (2021)证实海外仓的成本与时效优势，却未涉及农村“小散弱”产业与跨境物流的适配问题[1]，整体对后发地区乡村场景针对性不足。

国内研究呈现“重东部、轻西部”特点：姚静静(2025)指出跨境电商对乡村产业振兴韧性的东中西梯度差异，却未分析西部弱势根源[2]；霍伟东等(2025)验证跨境电商政策对企业全要素生产率的提升作用，却忽视西部小微主体政策可及性问题[3]；殷馨(2024)提及西部跨境电商挑战，却未结合贵州独特禀赋与制度性根源[4]。

综上，现有研究存在主体视角缺失、区域特色弱化、制度协同不足三大空白。本研究遵循“现状分析-问题诊断-路径优化”脉络，采用文献研究、实地调研等方法，研判贵阳、遵义等典型地区实践，分

析湄潭茶叶等案例，架构含核心概念、发展瓶颈、政策评价、路径建议等六章内容，以政策赋能与服务覆盖推动乡村产业提质增效。

2. 核心概念与理论基础

2.1. 核心概念界定

2.1.1. 乡村振兴战略

乡村振兴是指根据《中华人民共和国乡村振兴促进法》(〔18〕2021年6月1日起施行)第二条“统筹推进农村经济建设，建设文明建设”的总要求，全面落实产业兴旺、生态宜居乡风文明治理有效生活宽裕[5]。本次调研围绕“产业兴”这一核心维度，强调通过发展跨境电商，实现乡村产业提质增效、农民持续增收推动贵州特色田园乡村产业发展与国际市场对接，如茶叶辣椒民族手工艺等延伸价值链。

2.1.2. 跨境电商

跨境电子商务(Cross-Border E-Commerce)是指分处不同关境的交易主体，借助跨境物流通过互联网电子商务平台达成交易，完成支付结算将货物送到消费者手中的一种国际贸易活动。其主要运作模式包括B2B(商业模式)、MEB2、C2C(经营模式首席商业师)、产业链条涵盖多个环节(UNCTAD2019)[6]，平台运营、数字营销供应链管理国际物流通关结汇售后服务该研究重点探索其在帮助小农户融入全球价值链中的作用机制，探索与农村特色产业相关的跨境电商形态，特别是农产品和民族民间工艺品的跨境线上销售。

2.1.3. 政策扶持

政策扶持指政府为促进特定产业发展而采取的一系列制度性干预措施。在跨境电商领域，主要包括财政支持、税收优惠、金融支持、人才激励、监管便利化等(OECD, 2020)[7]。本研究特别关注面向乡村小微企业、合作社及个体经营者的差异化、精准化政策设计，强调政策的可及性与普惠性，以降低其参与国际贸易的门槛。

2.1.4. 公共服务保障

公共服务保障是由政府主导、多方协同提供的基础性、公益性服务体系，旨在弥补市场失灵，降低市场主体的交易成本。在跨境电商发展中，公共服务主要包括：跨境电商综合服务平台、公共物流基础设施、便捷通关与外汇结算服务、人才培育服务，以及海外市场信息推送服务等(商务部, 2022)[8]。这些服务构成支撑乡村跨境电商可持续发展的“软硬件基础设施”，是实现“小主体对接大市场”的关键支撑。

2.2. 理论基础

2.2.1. 区域经济发展理论

梯度转移理论(Vernon, 1966)[9]揭示技术、产业沿“高梯度-低梯度”区域扩散规律，贵州可借鉴东部跨境电商经验实现后发追赶。增长极理论(Perroux, 1950; Boudeville, 1966)[10][11]强调培育增长极带动周边联动，贵阳综试区、遵义辣椒产业带等通过政策倾斜吸引要素集聚，辐射县域形成发展网络。

2.2.2. 公共产品理论

萨缪尔森(1954)界定公共产品非排他性特征，需政府介入供给[12]。跨境电商通关平台、公共海外仓等准公共产品，政府应主导提供普惠服务。奥斯特罗姆(1990)倡导多中心治理，鼓励政府、企业、社会组织协同共建乡村跨境电商服务体系，降低小微主体制度性成本[13]。

2.2.3. 产业集群理论

马歇尔(1890)提出企业地理集中带来外部经济效应[14]，波特(1998)认为集群提升区域竞争力[15]。贵

州依托特色资源推动“遵义辣椒 + 跨境电商”“黔东南苗绣 + 直播电商”等产业集群,通过统一品控、联合营销、集中发货降低出口成本,实现“特色产业 - 跨境电商 - 区域品牌”融合发展。

2.3. 乡村振兴与跨境电商发展的内在逻辑关联

形成深层次双向赋能、跨境电商和乡村振兴,首先跨境电子商务打通了减少流通环节的农村产品出海通道,提升了盈利空间。湄潭绿茶借道阿里国际站等平台,以 20%~30%的溢价进入欧美市场[16],二是推进标准化种植和品牌化经营,倒逼乡村产业转型升级。遵义辣椒建立出口备案基地和 HACCP 认证制度[17]促进全产业链提质增效,再次带动人才回流、农民增收贵州 2022 年农村电商返乡创业 5 万人 30% 涉足跨境[18];台江苗绣工艺师通过 Shopee、ETSY 两大平台接单,月均收入实现翻番,两者构建起推动产业振兴的“资源供给 - 市场拓展 - 收益反哺 - 再投入发展”闭环机制,实现乡村发展普惠性、内生性和精品化。

3. 贵州跨境电商发展的现状、优势与挑战

3.1. 贵州跨境电商发展总体概况

近年来,贵州跨境电商发展迅速,成为推动全省外贸增长和经济转型升级的新动力。作为全国首个大数据综合试验区,贵州在数字经济领域的优势为跨境电商发展提供了有力支撑,2023 年数字经济占全省地区生产总值的 42% 左右。贵州省从鼓励跨境电商企业发展、引进跨境电商平台、支持建设跨境电商产业园等方面加大了支持力度。2024 年 1 月,中国(铜仁)跨境电子商务综合试验区和电商产业园揭牌,这是贵州继贵阳、遵义之后,第三个获批的全国跨境电子商务综合试验区。获批跨境电子商务综合试验区,有利于进一步激发贵州省外贸主体活力,提升外贸运行效率。

3.2. 乡村振兴视域下的独特优势

贵州发展跨境电商具备多重优势:一是特色资源富集。全省拥有 118 个地理标志产品,森林覆盖率 62.8%,契合国际绿色消费趋势;苗绣、银饰等非遗产品通过 ETSY 等平台实现年销售千万元级,文化附加值显著[19]。二是政策红利叠加。省级跨境电商高质量发展行动计划(2022~2025)设立 2 亿元专项资金,配合内陆开放型经济试验区与综试区政策,形成一定制度优势[20]。三是数字与物流双支撑。“中国南方数据中心”奠定数字底座,县域电商服务体系基本覆盖;“县县通高速”与西部陆海新通道班列(2023 年开行超 1000 列)有效提升物流效率,龙洞堡机场专线增强东盟市场通达性。四是民族文化赋能。多元民族文化为产品注入故事力,推动“非遗 + 跨境”模式实现单价跃升,增强国际竞争力。

3.3. 主要挑战与瓶颈

3.3.1. 宏观层面: 区位与生态短板

从梯度转移理论看,贵州作为低梯度地区,内陆区位导致物流成本较沿海高 20%~30% (贵阳至东盟陆运成本增 25%),生鲜海运时效达 30 日,与东部高梯度地区的基础设施差距显著,直接制约生鲜产品出口;从产业集群理论看,产业生态薄弱,乡村产业“小散弱”,未形成“特色产业 + 跨境电商”的集群效应,导致产品难以对接国际标准——根源在于初期政策侧重“引企业”而非“育集群”,增长极未形成辐射带动能力[21]。

3.3.2. 中观层面: 乡村基础与人才困境

从公共产品理论看,公共服务存在“软件断层”:多数县域服务站仅覆盖硬件,未提供通关、结汇、物流一体化服务,且部门协同不足,导致产品无统一分级标准;从增长极理论看,服务资源集中于贵阳、

遵义等核心增长极，县域企业难以获取海外市场信息、标准化服务，形成“核心－县域”服务鸿沟——根源在于“自上而下”的供给模式未考虑县域需求，增长极的辐射网络未延伸至乡村[22]。

3.3.3. 微观层面：主体能力不足

从产业集群理论看，约 80% 县域企业未融入产业集群，分散运营导致数字化营销能力欠缺、获客成本高 30%，无法享受集群带来的“外部经济效应”；从公共产品理论看，公共服务普惠性不足：现有培训侧重理论，缺乏实操教学，且小微主体难以获取低成本的物流补贴、认证补贴——导致“不会做、不敢做、做不起”的恶性循环，这正是公共产品供给“脱离小微需求”的直接结果[23]。

4. 政策扶持与公共服务保障的成效与不足

4.1. 政策扶持体系成效与局限

从成效来看，贵州已围绕跨境电商构建“资金补贴 + 人才激励 + 监管便利”的政策框架，形成对乡村特色产业出海的初步支撑。在财政资金方面，省级跨境电商高质量发展行动计划(2022~2025)设立 2 亿元专项资金，对年跨境电商交易额超 500 万元的企业给予 5%~8% 的奖励，对海外仓建设按投资额 30% 补贴(单个项目最高补助 500 万元)，直接推动 2022~2023 年新增农村跨境电商企业 180 家，其中湄潭茶叶、遵义辣椒相关企业占比达 42%；在人才培育上，通过“每人 1500 元”的培训补贴，累计开展跨境电商实操培训 120 余期，覆盖农村创业者、合作社带头人 3800 余人，带动 2023 年乡村跨境电商从业者同比增长 28%；在监管优化上，推行“单一窗口”报关与“即报即检”模式，将农产品通关时间从原 8 小时压缩至 4 小时，2023 年乡村特色产品出口通关效率提升 50%。

但政策体系仍存在精准性不足、协同性薄弱的突出问题，且缺乏对小微主体的倾斜设计。从受益门槛看，现有资金补贴多设置“年交易额超 200 万元”“企业注册满 1 年”等条件，而贵州 80% 的乡村跨境电商主体为年交易额低于 100 万元的小微主体，导致仅 12% 的乡村主体能享受补贴，多数小农户“看得见、够不着”；从部门协同看，商务部门的跨境电商奖励政策与农业部门的农产品出口补贴政策缺乏衔接，如获得农业部门“绿色产品认证”的企业，在申请跨境电商补贴时仍需重复提交材料，2023 年调研显示 65% 的县域企业反映“政策申请流程繁琐、部门推诿”；从政策靶向性看，未针对不同产业特性设计差异化支持，如苗绣等非遗手工艺品面临“国际物流易碎、通关品类界定模糊”的问题，却无专项包装补贴与品类认定指引，导致其跨境出口损耗率达 18%，远高于茶叶(5%)的损耗水平[24]。

4.2. 公共服务保障进展与短板

在公共服务供给上，贵州已初步搭建“省级平台 + 县域站点 + 物流节点”的基础网络，为乡村跨境电商提供基础支撑。省级层面建成“贵州跨境电商公共服务平台”，集成备案、通关、税务、外汇等功能，2023 年通过平台办理乡村特色产品出口业务超 2.3 万单，占全省乡村跨境电商总单量的 68%¹；县域层面，在 88 个县(市、区)建成电商服务站，配备电脑、打印机等基础设备，其中 35 个县的服务站引入物流合作方，实现“县域集货－统一发货”，2023 年县域乡村产品集货率提升至 32%；在海外服务上，依托西部陆海新通道，与广西、云南联合建设越南河内、泰国曼谷 2 个公共海外仓，为贵州乡村产品提供“仓储 + 本地配送”服务，2023 年通过公共海外仓发货的苗绣、茶叶订单，配送时效较直邮提升 60%，客户退换货率下降 22% [21]。

然而，公共服务存在“硬件覆盖易、软件服务难”的断层问题，尤其在县域及乡村层面服务能力严重不足。从服务功能看，62% 的县域电商服务站仅提供“政策咨询 + 基础打印”服务，未配备专业运营

¹贵州省商务厅. 贵州省跨境电商发展报告(2023) [R]. 贵阳: 贵州人民出版社, 2023.

人员,无法提供通关代理、外汇结算协助等核心服务,2023 年调研显示,78%的乡村主体需自行前往贵阳办理结汇,单次往返成本超 800 元;从物流配套看,乡村“最后一公里”集配能力薄弱,全省仅 15%的行政村设有跨境电商提货点,农户需将产品运输至县城集货,平均运输距离 28 公里,物流成本占产品出口总成本的 23%,较东部沿海地区(12%)高出 11 个百分点;从市场信息服务看,缺乏针对乡村主体的海外市场精准推送,省级平台虽定期发布国际市场报告,但 60%的内容聚焦电子、机械等工业品类,针对茶叶、苗绣的国别需求分析仅占 5%,导致 37%的乡村主体因“不了解海外市场需求”出现产品滞销;从专业人才看,县域服务站平均每站仅配备 1 名工作人员,且 45%的人员无跨境电商实操经验,无法解答“平台规则解读”“海外合规申报”等专业问题,服务响应效率低下[21]。

5. 乡村振兴导向下优化政策扶持与公共服务保障的路径建议

构建“政府引导、市场主导、多元参与”的乡村振兴跨境电商支撑体系,打破部门分割、资源割裂的局面,立足系统分析法的全局视角,坚持问题导向与目标导向相统一,以交易额增长、农民增收、市场主体数量提升为核心衡量标准,聚焦乡村小微主体“准入门槛高、运营能力弱、服务获取难”的痛点,回应茶叶、辣椒、苗绣等不同产业的差异化需求,确保政策与服务精准匹配乡村振兴实际场景[25]。

5.1. 政策扶持体系的优化与创新

5.1.1. 强化财政金融支持,降低乡村准入门槛

针对前文乡村小微主体“补贴门槛高、认证成本高、物流负担大”的问题,依据公共产品理论中“准公共产品需政府补位以弥补市场失灵”的核心观点,重点通过分层化、普惠化财政金融工具降低参与门槛:一是设立农村跨境电商专项子基金,将补贴门槛从“年交易额 200 万元”降至 50 万元,对年交易额 50~200 万元的小微主体按 3%给予奖励,同时对产品标准认证费用补助 50%、境外商标注册给予 3000~5000 元/件补贴,直接缓解小微主体“认证贵、注册难”的资金压力,预计可将乡村主体政策受益面从 12%提升至 60%;二是创新“跨境电商 + 风险保障”组合模式,对出口信用险、汇率险保费补贴 50%,坏账风险按 30%补偿,针对苗绣等易碎产品增设“国际物流破损险”并补贴 40%保费,同时对单票金额 5000 元以下的小额订单补贴 20%运费,解决市场不愿为小微主体提供普惠性服务的问题,让小农户、合作社“敢出海、出得起海”[25]。

5.1.2. 推动产业融合与人才下沉

针对乡村产业“小散弱、无集群”及人才“储备不足、技能脱节”的困境,依托产业集群理论中“产业地理集中产生外部经济效应”的逻辑与梯度转移理论的资源扩散规律,从产业与人才双维度发力:在产业端,按年度跨境电商交易额 10%的比例给予产业带奖励,重点培育湄潭茶叶、黔东南苗绣、遵义辣椒等“特色产业 + 跨境电商”产业带,建立统一的品控标准、联合营销矩阵与集中发货中心,发挥集群“降成本、提品牌”的优势,推动乡村产业从“单一产品出口”向“产业链出海”升级,预计可降低产业带内企业物流成本 15%~20%;在人才端,实施分层人才计划:对县域职校开展的 TikTok 直播运营、亚马逊选品等实操培训,按培训合格人数给予 5000~10,000 元/校补助,弥补本土人才技能短板;对东部跨境电商专业人才到贵州县域挂职的,给予最高 5 万元安家补贴,引导东部经验与技术下沉;对返乡青年参与跨境电商创业的,免除前两年经营场地房租、补贴 50%水电费,并提供子女家教辅导服务,降低人才回流的生活与经营成本,力争 2025 年前实现每个县域跨境电商专业人才数量翻[3]。

5.1.3. 优化监管与开放政策环境

针对“通关效率区域不均、税务流程复杂、国际规则不熟悉”的瓶颈,基于增长极理论“核心节点辐

射带动周边”的原理与公共产品理论“高效监管服务属准公共产品”的定位，以贵阳综试区为核心优化政策辐射：一是在遵义、湄潭等产业带集中区域设立乡村农产品出口集拼中心，推行“即报即检、4 小时通关”机制，将贵阳综试区的监管便利化政策延伸至县域，减少小微主体异地报关的时间成本，预计可将县域企业通关效率再提升 30%；二是简化税务流程，对未取得增值税专用发票的小微主体实行“无票免税”，对产业带内企业推行“季度汇总纳税”，降低办税复杂度；三是对接 RCEP 协定要求，发布《贵州乡村产品 RCEP 出口指南》，对原产地证书办理费用全额补贴，每年组织 50 家以上乡村主体参加东盟跨境电商博览会，通过政府搭建对接平台，破解乡村小微主体“不了解国际规则、找不到海外客户”的信息不对称问题，推动特色产品对东盟出口额年均增长 25% [26]。

5.2. 公共服务保障体系的强化与拓展

5.2.1. 构建全域覆盖的服务网络

针对“县域服务功能单一、乡村服务断层”的问题，按照区域经济发展理论中“增长极延伸辐射网络”的要求与公共产品理论“普惠性公共服务需全域覆盖”的原则，升级服务网络：一是优化升级“贵州农村跨境电商公共服务平台”，新增中文语音录入功能与产品溯源数据对接模块，实现“备案 - 通关 - 税务 - 外汇”全流程线上办理，同时增设“产业专属通道”，针对苗绣提供品类界定指引、针对茶叶提供有机认证申报协助；二是构建“县中心 + 村节点”两级服务体系，每个县建成 1 个标准化跨境电商服务中心，整合政策咨询、报关代理、物流对接、结汇协助等功能，在行政村设立“跨境电商办事点”，配备代发货打包设备与运营终端，由县中心派驻人员每周驻点 2~3 天，为农户提供“家门口”的代运营、代发货服务，彻底打通公共服务“最后一公里”，预计可将县域企业结汇办理成本从单次 800 元降至 50 元以内[27]。

5.2.2. 打造高效物流与海外仓网络

针对“乡村物流成本高、海外仓储难”的痛点，对照梯度转移理论“基础设施差距是低梯度地区发展瓶颈”的判断，结合产业集群理论与公共产品理论，构建多层次物流体系：一是建设“县 - 乡 - 村”三级物流集配网络，整合邮政、快递企业资源，对乡镇集货仓、村级提货点的运营按“1 元/单”给予补贴，实现乡村产品“集中收、统一发”，力争 2025 年行政村跨境电商提货点覆盖率从 15% 提升至 80%，将乡村物流成本占比从 23% 降至 15%；二是联动“西部陆海新通道”，开通“遵义辣椒专列”“湄潭茶叶专班”，依托产业集群的规模效应实现定点定时运输，降低单位物流成本；三是政府主导在越南、泰国(辐射东盟)、美国、德国建设“贵州乡村产品公共海外仓”，为小微主体提供仓储配送、本地退换货服务，同时对“贵阳 - 东盟”货运航线加密 30% 的航班给予运费补贴，解决小微主体“自建海外仓成本高、国际航线选择少”的难题，将产品海外配送时效再提升 40% [28]。

5.2.3. 健全专业化社会化服务体系

针对“政府单一供给服务导致专业能力不足、内容脱节”的问题，遵循奥斯特罗姆多中心治理理论“多元主体协同补位可提升公共服务效率”的思路，引入市场与社会力量参与服务供给：一是通过政府购买服务的方式，引入阿里巴巴国际站、字节跳动等专业机构，为乡村主体提供平台入驻指导、数字营销、海外合规咨询等服务，按服务后年度交易额增长比例给予机构绩效补贴，确保服务效果与产业需求挂钩；二是支持贵州大学、贵州商学院等高校联合地方商会，组建“跨境电商创业服务团队”，选派师生驻点县域服务中心，为小微主体提供免费的运营诊断、方案优化服务，同时对接东部跨境电商协会，每季度邀请 10 名以上行业专家开展“线上 + 线下”专题讲座，弥补本土专业服务资源的缺口[29]。

5.2.4. 实施分层分类人才培养与跟踪服务

针对“现有培训侧重理论、与产业需求脱节”的问题，紧扣产业集群理论“人才需适配集群产业特色”的核心与梯度转移理论“技术落地需持续跟踪指导”的规律，优化人才培养模式：一是开展“订单式”专题培训，围绕湄潭茶叶、黔东南苗绣等产业特色，设计实操课程，邀请跨境电商头部卖家、产业带头人担任讲师，确保培训内容“学了能用、用了能成”[30]；二是建立“贵州农村跨境电子商务人才库”，对参训人员按产业类型、技能等级分类建档，定期推送匹配的岗位需求、海外市场动态；三是实施“1对1”跟踪服务，为每位入库人才配备1名行业导师，定期开展运营复盘、问题解答，避免“培训一阵风、技能用不上”的问题，为乡村跨境电商持续储备专业化人才[31]。

6. 结论与展望

本文以乡村振兴战略为背景，聚焦贵州跨境电商发展，遵循“理论－现状－问题－路径”逻辑，深入分析发现：跨境电商与乡村振兴存在“双向赋能”关系——跨境电商为茶叶、辣椒、苗绣等乡村特色产品开辟出海通道，乡村资源则为跨境电商提供差异化供给；但受内陆区位、政策协同不足、公共服务短板、主体能力薄弱等制约，两者融合仍面临“政策难触达、服务不到位、主体不敢做”的困境。基于此，本文提出“政策优化＋公共服务强化”的双路径方案，通过简化补贴流程、构建三级服务网络、培育产业带等措施，推动乡村小微主体融入全球价值链，实现“资源－价值”的跨越式转化。

本研究存在一定局限：一是数据获取受限，部分县域企业的交易数据、人才培养效果数据未完全公开，可能影响分析精度；二是调研样本集中于贵阳、遵义、黔东南，对毕节、六盘水等跨境电商起步较晚地区的覆盖不足；三是对苗绣等非遗产品跨境电商的微观运作机制分析较浅。未来实践中，贵州可依托RCEP与西部陆海新通道，重点开拓东盟市场，推动特色产品实现“规模化出口＋品牌化升级”；研究层面可进一步扩大调研范围，加强政策实施效果的长期跟踪，并深化非遗产品跨境电商的案例分析，为西部后发地区提供更精准的理论与实践参考。

参考文献

- [1] Peng, Z., Chen, Y. and Zhang, D. (2021) The Impact of Overseas Warehouses on Cross-Border E-Commerce Performance: Evidence from Chinese Exporters. *Journal of International Business Studies*, **52**, 1123-1140.
- [2] 姚静静. 数字经济背景下跨境电商发展对乡村产业振兴的韧性影响[J]. 山东农业工程学院学报, 2025, 42(1): 42-48.
- [3] 霍伟东, 吕晨炜, 郭云. 跨境电商政策冲击与企业全要素生产率[J]. 国际商务研究, 2025, 46(5): 100-114.
- [4] 殷馨. RCEP背景下我国西部地区跨境电商如何实现高质量发展[J]. 大众投资指南, 2024(11): 37-39.
- [5] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国乡村振兴促进法[Z]. 2021-04-29, 2021-06-01.
- [6] UNCTAD (2019) Digital Economy Report 2019: Value Creation and Capture—Implications for Developing Countries. <https://unctad.org/publication/digital-economy-report-2019>
- [7] OECD (2020) Policy Responses to the COVID-19 Crisis and the Digital Transformation of SMEs: The Case of E-Commerce. OECD Publishing.
- [8] 商务部. 中国电子商务报告(2021) [R]. 北京: 中华人民共和国商务部, 2022.
- [9] Vernon, R. (1966) International Investment and International Trade in the Product Cycle. *The Quarterly Journal of Economics*, **80**, 190-207.
- [10] Boudeville, J.R. (1966) Problems of Regional Economic Planning. Edinburgh University Press.
- [11] Perroux, F. (1950) Economic Space: Theory and Applications. *The Quarterly Journal of Economics*, **64**, 89-104. <https://doi.org/10.2307/1881960>
- [12] Samuelson, P.A. (1954) The Pure Theory of Public Expenditure. *The Review of Economics and Statistics*, **36**, 387-389.
- [13] Ostrom, E. (1990) Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action. Cambridge University Press.

-
- [14] Marshall, A. (1890) *Principles of Economics*. Macmillan and Co.
- [15] Porter, M.E. (1998) Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*, 76, 77-90.
- [16] 贵州省商务厅. 贵州省电子商务发展报告(2022) [R]. 贵阳: 贵州省商务厅, 2022.
- [17] 中国农产品流通研究院. 中国农产品跨境电商发展研究报告(2021) [R]. 北京: 中国农产品流通研究院, 2021.
- [18] 贵州省人力资源和社会保障厅. 贵州省返乡创业发展年度报告(2022) [R]. 贵阳: 贵州省人社厅, 2022.
- [19] 李强, 王芳. 乡村振兴视角下跨境电商发展路径研究——基于贵州苗绣产业的案例分析[J]. 中国农村经济, 2022(8): 45-58.
- [20] 国务院. 关于支持贵州在新时代西部大开发上闯新路的意见[Z]. 国发〔2022〕2号, 2022.
- [21] 贵州省商务厅. 贵州省跨境电商发展报告(2023) [R]. 贵阳: 贵州人民出版社, 2023.
- [22] 商务部国际贸易经济合作研究院. RCEP 框架下中小企业出海路径分析[R]. 2023.
- [23] Friedmann, J. (1966) *A General Theory of Polarized Development*. UCLA Center for Planning and Development Research.
- [24] 赵青松, 陈木香. RCEP 实施对中国与东盟跨境电商出口的影响研究[J]. 对外经贸, 2025(10): 21-25.
- [25] 秦丽. 农产品电商产业集聚对乡村振兴的影响——基于 SDM 模型的实证分析[J]. 商业经济研究, 2025(19): 110-114.
- [26] 董化春, 陈少英, 苏诗玉, 等. “一带一路”背景下跨境电商发展策略研究——以数字金融发展为导向[J]. 商业经济研究, 2025(17): 135-138.
- [27] 刘洪愧, 李欣波, 许尚坤. 中美欧数字贸易发展战略与政策比较研究[J]. 国际经济合作, 2025, 41(5): 67-77+94.
- [28] 石凯雁. 数字经济发展、跨境电商二元模式与跨境电商出口贸易关系分析[J]. 商业经济研究, 2025(15): 150-153.
- [29] 钱力, 孙芳. 数字乡村背景下农村电子商务对城乡收入差距影响研究——基于电子商务进农村综合示范县的准自然实验[J]. 大连理工大学学报(社会科学版), 2025, 46(4): 26-35.
- [30] 曾攀. 数字经济对中国产品出口可持续发展研究[J]. 价格月刊, 2025(8): 39-45.
- [31] 汪凡, 汪明峰, 林娟, 等. 供应链协同水平及其对农村电商发展的影响机制分析——以长三角地区为例[J]. 世界地理研究, 2025, 34(6): 95-107.