

乡村振兴背景下贵州农村女性电商创业的现实困境与赋能路径研究

欧 江

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年11月7日; 录用日期: 2025年11月20日; 发布日期: 2025年12月22日

摘 要

在全面推进乡村振兴与数字经济快速发展的时代背景下,农村电商已成为推动乡村产业振兴的重要力量。贵州农村女性作为乡村发展的关键主体,借助电商创业实现自我价值并助力乡村发展的潜力日益凸显。然而,受限于资金、资源与基础设施等多重因素,其在电商创业过程中仍面临诸多现实困境。因此,本文基于对贵州农村女性电商创业现状的深入分析,系统梳理其在创业过程中遇到的核心困境,结合实际情况,从多维度提出具有针对性的赋能路径,从而推动贵州农村女性电商创业提质增效,为乡村振兴注入持久的女性力量。

关键词

乡村振兴, 贵州农村女性, 电商创业, 赋能路径

Research on the Practical Challenges and Empowerment Pathways for Rural Women's E-Commerce Entrepreneurship in Guizhou under the Background of Rural Revitalization

Jiang Ou

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 7, 2025; accepted: November 20, 2025; published: December 22, 2025

Abstract

Against the backdrop of comprehensive rural revitalization and rapid digital economic development,

文章引用: 欧江. 乡村振兴背景下贵州农村女性电商创业的现实困境与赋能路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 3784-3790. DOI: 10.12677/ec.2025.14124306

rural e-commerce has emerged as a vital force driving the revitalization of rural industries. Rural women in Guizhou, as key agents of rural development, increasingly demonstrate the potential to realize their self-worth and contribute to rural progress through e-commerce entrepreneurship. However, constrained by multiple factors such as funding, resources, and infrastructure, they still face numerous practical challenges in their e-commerce ventures. Therefore, based on an in-depth analysis of the current state of rural women's e-commerce entrepreneurship in Guizhou, this paper systematically identifies the core challenges they encounter during the entrepreneurial process. By integrating practical circumstances, it proposes targeted empowerment pathways from multiple dimensions. This approach aims to enhance the quality and efficiency of rural women's e-commerce ventures in Guizhou, thereby injecting enduring female strength into rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural Women in Guizhou, E-Commerce Entrepreneurship, Empowerment Pathway

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

2025 年中央一号文件明确指出“实现中国式现代化，必须加快推进乡村全面振兴。”[1]这一战略部署为农村电商促进乡村产业升级与农民增收提供了政策指引，也为贵州农村女性参与电商创业搭建了政策支撑平台。作为乡村建设的关键主体，贵州农村女性依托当地丰富的特色农产品与民族手工艺品资源，积极投身电商创业，将湄潭翠芽、大方天麻、苗族蜡染等特色产品推向全国，既拓宽产品市场、实现个人增收与自我价值，也为贵州乡村产业多元化发展注入了独特巾帼动能。但在创业过程中，她们仍面临资金筹集、基建配套与技能提升等多重现实阻碍，制约了创业质量的进一步提升。目前，针对贵州农村女性这一特定群体电商创业的系统性研究较为薄弱，因此本文聚焦其现实困境、探索针对性赋能路径，对于推动该群体创业提质增效、充分释放其在乡村振兴中的主体作用具有重要意义。

2. 贵州农村女性电商创业的现状

在乡村振兴与数字技术普及的双重驱动下，贵州农村女性电商创业整体呈现快速发展和结构优化的态势。政策环境持续完善，创业主体日趋多元，运营模式不断深化，共同构成了该群体参与电商实践的现实基础，为系统分析其现状奠定了基础。

2.1. 农村电商扶持政策不断出台

当前，从国家顶层设计到地方具体实施，多层次政策体系的构建为贵州农村女性参与电商创业提供了持续的制度支持。在国家层面，相关政策为妇女创业明确了方向。2021 年中华全国妇女联合会印发的《“十四五”时期妇联事业发展规划》提出“实施乡村振兴巾帼行动，鼓励妇女参与农村电商等新业态新模式。”[2] 2024 年《乡村全面振兴规划(2024~2027 年)》进一步强调“加强农村妇女就业创业支持，促进其参与电商、乡村旅游等新业态。”[3]

在省级落实层面，贵州省相继出台配套政策。2023 年省商务厅发布《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》，将“服务乡村振兴，大力发展农村电商，推动农产品电商高质量发展”列为

核心任务[4]。而《贵州省妇女发展规划(2021~2025年)》明确提出“深入实施‘乡村振兴巾帼行动’、‘锦绣计划’，不断发展壮大乡村各领域女性人才队伍，鼓励支持各类女性人才投身乡村振兴建设。”[5]这些政策共同构筑起从宏观指引到具体措施的支持框架，为农村女性电商创业奠定了制度基础。

2.2. 创业主体构成日趋多元

当前，贵州农村女性电商创业主体日趋多元、结构清晰，主要分为三类代表性群体。一是返乡青年女性，她们多有外出务工经历或较高受教育水平，视野开阔且具备基础网络应用能力，是连接外部市场与本地资源的重要纽带。如黔东南苗族侗族自治州部分返乡女青年，凭借销售或设计从业经验，通过社交媒体推广苗绣、银饰等非遗手工艺品，成功拓宽销路。二是本地特色农产品生产加工女性，作为传统农业长期参与者，她们熟悉修文猕猴桃、遵义红茶、麻江蓝莓等特产的生产周期与工艺，在电商渗透下从单一生产转向“生产+销售”一体化经营，“产地直供”模式既增强产品可信度，也丰富了品牌叙事。三是政策扶持区域内的留守或搬迁女性，尤其集中在易地扶贫搬迁安置点。她们的创业多与政府就业帮扶项目结合，通过参与安置区电商服务站、社区工厂或专项技能培训获得入门机会，主要从事产品分拣、包装、社群团购及配送等环节，成为实现“稳得住、能致富”目标的重要力量。

2.3. 电商运营模式深化发展

政策与技术双轮驱动下，贵州农村女性电商创业模式已从单一网店经营向多元融合方向深化，形成四类核心模式：一是“个体网店+特色农产品”基础模式，依托电商平台及社交渠道销售农特产品。如遵义女性线上售卖红茶、辣椒制品，黔南创业者推广中药材、腊肉等，搭建起“黔货出山”线上通路。二是“直播带货与短视频引流”主流模式，农村女性通过抖音、快手等平台真实场景展示引流转化。例如雷山县女性记录苗绣工艺与乡村生活开展直播，有效提升产品知名度与附加值。三是“社群电商+熟人社交”特色模式，依托微信等工具开展熟人网络精准营销。该模式信任度高、启动成本低，在易地扶贫搬迁社区尤为常见，形成“线上下单、线下自提”闭环，激活社区经济。四是“合作社/企业+女性创业者”协同模式，在产业基础较好区域日趋成熟。由合作社或企业提供产品、品牌与物流支持，女性负责前端销售与客服，如修文县猕猴桃产区，女性通过社交渠道推广，合作社统一供货发货，实现高效分工。

3. 贵州农村女性电商创业的实践困境

在乡村振兴战略推动下，电商为农村经济发展注入新活力，贵州农村女性也积极投身电商创业浪潮。但其发展仍面临从资金保障到基建支撑，从技能提升到品牌塑造等多重现实挑战，这一系列难题制约着创业实践的进一步深化与可持续发展。

3.1. 创业资金筹集困难

资金是创业的血液，资金短缺是贵州农村女性电商创业的首要阻碍。一方面，初始资金筹集难、来源单一受限。受传统社会结构与性别角色认知影响，农村女性在经济领域处于相对边缘地位，社会资本关注度低，难以吸引外部投资。加之其社交范围有限、个人积蓄薄弱，创业启动资金多依赖家庭积蓄或亲友借贷。这种资金筹集方式虽为便捷，但稳定性不足、额度有限，难以支撑电商规模化发展的初始投入，从源头制约创业的起点与潜力。

另一方面，持续运营及抗风险能力弱，政策落地存在“最后一公里”难题[6]。尽管国家和省级层面有金融支持乡村振兴与女性创业的政策导向，但基层实践中，农村女性从事的手工艺品、农产品电商项目多规模小，缺乏合格抵押物与稳定信用记录，难以达到专项扶持资金申请门槛。即便少数获贷，也常

面临额度小、期限短、融资成本高的问题。而电商创业本身市场波动大、竞争激烈，女性创业者资本基础薄弱，一旦遭遇产品滞销或价格波动，易陷入资金链断裂甚至债务困境，难以持续发展与规模扩张，形成恶性循环。

3.2. 基建配套服务滞后

《中华人民共和国乡村振兴促进法》明确要求“加强农产品流通骨干网络和冷链物流体系建设。”[7]然而，受喀斯特地貌等因素影响，贵州农村地区在物流、网络等关键基础设施方面仍存在明显短板，制约女性电商创业发展。一方面，流通基础设施薄弱。由于山区地形复杂、村落分散，物流配送面临成本高、效率低的挑战，加之多数快递服务点仅设置于乡镇一级，致使村寨层面出现服务盲区，最终对女性创业者的发货时效与运输成本造成显著影响。同时，冷链设施供给严重不足。《贵州省“十四五”现代物流业发展规划》将“大力发展农产品冷链物流”列为重点任务，提出“加快补齐城乡冷链物流短板、打通流通堵点、完善网络体系”[8]，直指冷链设施供给严重不足。当前贵州农村冷链设施缺口显著，多集中于县城及重点乡镇，产地预冷、分拣设施匮乏，导致生鲜农产品损耗偏高、难实现远距离销售，极大限制电商创业选品与市场半径。

另一方面，网络通信设施不足。稳定网络是直播带货、店铺运营等电商活动的生命线，但部分偏远农村地区的网络覆盖深度与信号稳定性仍有待提升。宽带未全覆盖、移动信号不稳，导致女性创业者在进行高清视频直播或处理大容量订单数据时频繁遭遇中断，不仅影响用户体验，更直接制约了其把握商业机会的能力。

3.3. 电商运营技能薄弱

数字经济下，电商创业已从“开网店”升级为需综合运营能力的复杂活动，贵州农村女性创业者普遍面临着技能短板。一方面，自身运营技能单一碎片化。多数农村女性创业者仅能完成商品上架、即时通讯等基础操作，对数据分析、营销推广等进阶技能掌握不足，不熟悉用户画像分析、关键词优化、营销投入产出比评估等核心能力。如黔东南州苗绣销售女性创业者，因不懂短视频内容策划与算法推荐机制，优质作品难以触达广阔市场，流量转化率偏低。

另一方面，专业培训针对性与深度不足。尽管各级层面开展了电商培训，但部分存在“重理论、轻实践”“普及性多、精英式少”的问题。据贵州省商务厅数据，2024年省级直播电商培训班线下学员仅100余人[9]。且未设置农村女性专项班次，线上培训以基础理论为主、缺乏实操。对于六盘水猕猴桃销售等特定品类创业者而言，她们亟需的是保鲜包装、冷链协同、差异化竞争等专项技能。此类精准赋能的缺失，使创业者在面对实际运营挑战时往往应对乏力，折射出农村女性在数字化营销技能上的普遍欠缺。

3.4. 区域公共品牌薄弱

区域公共品牌是提升产品市场竞争力的核心要素，贵州农村电商在这方面的不足，直接制约了女性电商创业的市场竞争力。一方面，品牌体系覆盖不足。尽管贵州省层面积极打造了“贵州绿色农产品”、“苗绣”等公共品牌，但在具体实践中，这些品牌的声量远未达到如“丽水山耕”或“武功山珍”等国内成熟区域品牌的高度。目前，除都匀毛尖等少数知名品牌外，贵州大部分农产品仍面临品牌化程度不足的困境。这导致农村女性创业者多依赖于销售初级农特产品或手工制品，因缺乏强大的品牌背书而难以突破同质化价格竞争的困局。

另一方面，品牌管理体系不健全。由于缺乏统一、严格的质量标准、授权使用和监管惩处机制，部分产品以次充好，损害了整体品牌形象。以“都匀毛尖”为例，虽然其作为国家地理标志产品享有盛名，

但在电商平台上，品质参差不齐的产品均打着该旗号销售，不仅混淆了消费者认知，更挫伤了坚持高品质生产的女性创业者的积极性。

3.5. 时间资源双重受限

农村女性电商创业普遍面临时间与资源的双重约束，这一双重困境显著制约了其创业活动的规模扩张与可持续发展。一方面，家庭照料责任挤占创业时间配置。根据《2018 年全国时间利用调查公报》，无酬劳动的平均时间女性为 3 小时 48 分钟，男性为 1 小时 32 分钟，女性无酬劳动时间是男性的 2.4 倍 [10]。在传统家庭分工模式下，农村女性被默认为家庭照料责任的主要承担者，需要兼顾老人赡养、子女抚养等多重家庭责任。这使得农村女性难以抽出完整时段参与电商技能培训、订单处理及店铺常态化运营，创业活动多集中于农闲或家务间隙，呈现零散化特征，难以实现规模化专业化发展。

另一方面，家庭资源配置存在明显的结构性失衡。在家庭经济决策过程中，有限资金通常优先投向被视为“更稳妥”的传统经营项目，而这类项目多由男性成员主导。与之相对，农村女性从事的电商创业因其创新性和一定不确定性，往往难以获得充分的家庭资金支持。这种基于风险认知的资源分配方式，使得女性创业者在货源采购、营销推广等关键环节面临资金约束，直接影响了创业项目的市场竞争力和可持续发展能力。

4. 贵州农村女性电商创业的多维赋能路径

贵州农村女性电商创业赋能是乡村振兴实践中的具体工作，当前仍处于逐步推进阶段。需聚焦该群体创业面临的实际痛点，从资金、基础设施和技能培训等多方面协同推进，通过多维度发力破解发展堵点，为农村女性电商创业提供必要支撑，助力农村经济稳步发展。

4.1. 加大金融支持力度

资金短缺常常是贵州农村女性创业的首要难题，为解决此难题，可以探索多渠道的资金筹集方式。一方面，强化资金供给与政策支持。政府在促进农村女性就业创业方面扮演着关键角色，政府可以出台财政补贴政策，为农村女性提供创业资金支持。通过给予一定的资金补贴，降低她们创业的经济门槛，使她们有更多的机会参与到经济发展中 [11]。同时，政府可以实行税收减免政策，减轻农村女性创业者的税务负担，激励她们积极开展业务。此外，政府可联动地方金融机构，专项落实与拓展“乡村振兴巾帼贷”等普惠金融产品 [12]，简化贷款审批流程，为创业女性提供门槛更低、手续更简的启动资金。

另一方面，完善风险分担与保障机制。通过政府性融资担保机构为创业贷款提供支持，为符合条件的农村女性创业贷款提供担保，分散金融机构放贷风险，提升信贷投放意愿。鼓励保险机构开发辣椒、茶叶等特色农产品价格指数保险与物流保险，帮助创业者有效应对市场波动，增强经营韧性与持续发展能力。

4.2. 强化基建配套供给

针对基建配套服务滞后的现实困境，赋能贵州农村女性电商创业需以系统性思维补齐硬件短板。一方面，完善物流体系与冷链设施。可整合县域客运、邮政及商贸流通等既有资源，利用农村客运班车捎带邮件包裹，发展“客货同网、一站多能”的集约化配送模式，构建贯通县、乡、村的三级物流网络，从而有效降低末端配送成本，提升女性创业者的发货时效。在冷链环节，应重点围绕茶叶、生鲜、果蔬等特色农产品主产区，加快建设移动式预冷库、共享型产后处理中心等实用型设施，并配套相应的冷链运输服务，以显著降低产品损耗，支持创业者拓展销售半径与选品范围。

另一方面，实施农村网络提质增效行动。提升网络覆盖率是实现乡村电商发展的前提。通过加强通信设施建设，推进农村地区通信网络全覆盖，提高网络速度和稳定性，能为农村女性创业提供坚实的通信保障，让她们在电商运营中更顺畅地开展线上业务[13]。优先在重点村镇、电商产业园及创业孵化基地实施光纤网络扩容和 5G 基站建设，确保网络稳定性与高速带宽，为创业活动提供可靠保障。同步建立网络故障快速响应机制，保障直播带货、订单处理等场景的稳定性，满足女性创业者高清展示、实时互动需求。

4.3. 开展系统化技能培训

贵州农村女性从被动参与者成长为乡村振兴中活跃的创业主体，她们对电商运营技能的掌握程度直接影响了创业的成败。针对贵州农村女性电商运营技能薄弱的现实困境，开展系统化技能培训至关重要。一方面，建立分层分类培训机制，精准弥补技能短板。基础层聚焦电商平台基础操作，针对入门级农村女性创业者开展商品上架、订单处理等必备技能培训，助力实现从“不会做”到“能上手”的转变；进阶层围绕平台规则、用户洞察、内容创作等核心模块，补齐数据分析、营销策划等进阶能力，破解“会上架不会运营”的困境，尤其针对黔东南苗绣、黔南蜡染等非遗创业者，强化短视频策划与算法逻辑教学，助力特色产品突破传播瓶颈；专项层紧扣贵州产业特色，为遵义辣椒、六盘水猕猴桃等生鲜创业者定制卖点提炼、包装优化课程，为毕节中药材从业者补充合规运营、溯源展示等专项知识，实现培训与创业实践精准对接。

另一方面，为提升培训实效，需同步强化模式实操性。打破传统理论授课局限，突出实践教学核心，推广“田间课堂”“直播间实训”模式，将教学现场设在合作社、加工车间等场景，通过直播模拟、产品拍摄实战等形式，让学员即时应用所学。针对非遗手工艺品创业者，重点开展场景化拍摄、文化故事融入等实操训练；结合贵州农村地域分布特点，采用“就近培训 + 跟岗实践”模式，组织创业者到本地成熟电商企业、示范基地短期驻学，直观掌握全流程运营细节，助力其从“知道”向“会做”转变，独立解决实际运营难题。

4.4. 深化区域品牌建设

深化区域品牌建设是提升贵州农村女性电商创业产品市场竞争力的核心抓手，为女性创业者实现可持续发展筑牢基础。一方面，扩容品牌矩阵，畅通对接渠道。省级层面集中资源提升“贵州绿色农产品”等母品牌的整体形象与知名度；同时，鼓励和支持各县市围绕特色产业，发展如“修文猕猴桃”、“遵义朝天椒”等子品牌，并鼓励农村女性创业者在其产品包装上规范使用“母品牌 + 子品牌 + 自有商标”标识。有利于将省级品牌的背书效应与地方特色及个人信誉相结合，使广大创业者，尤其是女性群体，能被纳入品牌体系，共享品牌红利。

另一方面，健全管理体系，强化质量保障。推动省级农业品牌标准向女性创业主体下沉，开展免费培训确保标准知晓率；针对都匀毛尖等地理标志产品，建立授权“白名单”与溯源监管机制，严查以次充好行为，搭建维权通道，保障高品质创业者权益，提升品牌公信力。

4.5. 优化时间资源分配

优化时间与资金资源的公平配置是破解农村女性电商创业困境的重要支撑，能够有效化解家庭照料挤占创业时间、资金分配存在性别偏向的双重制约，为女性创业者筑牢规模化发展的资源保障基础。一方面，缓解家庭照料对创业时间的挤占。通过村集体宣传、妇联引导等方式，倡导平等家庭分工理念，弱化“女性主内”的传统分工固化认知[14]。同时，完善农村托育、养老配套服务，支持村级幸福院、托

管点建设,减轻女性赡养老人、抚养子女的刚性负担;针对电商创业需求,开设线上弹性技能培训课程、农闲集中实训班,适配女性碎片化时间安排,助力其系统提升运营能力。

另一方面,破解家庭资金分配结构性失衡。优先借助基层妇联组织网络发力。通过开展“优秀女性创业者进村社”“电商创业成果巡展”等宣传活动,以真实创业案例直观展现女性电商创业的可行性与发展潜力,引导农村家庭重新认识不同创业方向的多元价值,逐步转变对女性创业项目的认知偏差。在此基础上,通过村集体专题宣讲、邻里创业经验交流等形式,进一步强化家庭公平分配意识,推动经济资源在成员间均衡配置,避免有限资金过度向单一类型项目倾斜。

5. 结语

在乡村振兴与数字经济持续融合的背景下,贵州农村女性电商创业既是激活乡村女性主体潜能的重要载体,也是探索“巾帼赋能乡村振兴”的有益路径。乡村振兴战略的政策扶持与贵州丰富的特色农产品及民族手工艺品资源,为该群体创业提供了良好的发展机遇,但实践中仍面临多重现实困境。通过多维度赋能路径的系统实施,可有效破解现存问题,推动其电商创业可持续发展。展望未来,农村女性电商创业的提质增效将进一步促进贵州农村产业多元升级、拓宽农民增收渠道、增强乡村经济活力,为乡村振兴战略深入实施注入持续女性力量。同时,贵州农村女性电商创业实践还应立足本地资源禀赋与女性发展实际,持续探索适配的模式创新与路径优化,逐步形成具有地域特色与实践价值的发展经验,为同类地区激发农村女性创业活力、推进乡村产业振兴提供可参考的实践样本。

参考文献

- [1] 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[N]. 人民日报, 2025-02-24(001).
- [2] “十四五”时期妇联事业发展规划[N]. 中国妇女报, 2021-08-19(002).
- [3] 中共中央国务院印发《乡村全面振兴规划(2024~2027年)》[N]. 人民日报, 2025-01-23(001).
- [4] 省商务厅关于印发《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》的通知[EB/OL]. 2023-01-06. https://swt.guizhou.gov.cn/zwgk/zfxzgk/fdzdgknr/zcfg/cwj/202301/t20230111_77900449.html, 2025-10-30.
- [5] 贵州省妇女发展规划(2021-2025年)[EB/OL]. 2021-12-27. https://guizhou.gov.cn/zwgk/zcfg/szfwj/qff/202201/t20220121_72387746.html, 2025-10-30.
- [6] 杨秀云, 冯子纯. 乡村全面振兴视角下“五个振兴”的协同关系与协同路径[J]. 经济体制改革, 2025(5): 174-182.
- [7] 中华人民共和国乡村振兴促进法[EB/OL]. 2021-04-29. http://www.npc.gov.cn/c2/c30834/202104/t20210429_311287.html, 2025-10-30.
- [8] 《贵州省“十四五”现代物流业发展规划》印发实施[EB/OL]. 2023-01-06. https://fgw.guizhou.gov.cn/fggz/jrtj/202112/t20211210_71997670.html, 2025-10-30.
- [9] 省商务厅关于省十四届人大三次会议第942号建议的答复[EB/OL]. 2025-07-17. https://swt.guizhou.gov.cn/zwgk/zfxzgk/fdzdgknr/qtfdx/jytabl/202507/t20250717_88298589.html, 2025-10-30.
- [10] 2018年全国时间利用调查公报[EB/OL]. 2019-01-25. https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1900224.html, 2025-10-30.
- [11] 赵素燕, 段莹苹, 王玥琳. 乡村振兴视域下农村女性电商创业实践研究: 以长治L村为例[J]. 山西农经, 2025(19): 52-55.
- [12] 茹希佳. 培树巾帼主理人 筑梦乡村振兴路[N]. 中国妇女报, 2024-10-31(001).
- [13] 李亚菊. 乡村振兴背景下农村女性就业创业路径探索[J]. 中国就业, 2024(4): 48-50.
- [14] 董瑞昶, 万文凯, 汪力斌. 赋能理论视角下农产品电商与农村女性发展[J]. 中国农业大学学报(社会科学版), 2022, 39(5): 155-167.