

农村电商助力乡村振兴策略研究

——以紫云县春茶产业为例

胡维洁

贵州大学历史与民族文化学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年12月9日；录用日期：2025年12月26日；发布日期：2025年12月31日

摘要

实施乡村振兴战略是新时代“三农”工作的总抓手，产业的兴旺是解决农村一切问题的前提，通过产业促进农村内生动力，实现产业的可持续发展需要结合特定案例，深入发掘产业发展模式，本文对紫云春茶产业发展脉络进行梳理，将紫云春茶放置在推动当地乡村振兴的背景下，探讨紫云春茶于分析春茶产业如何运用电商发展背景下走出大山，探讨紫云春茶茶叶助力乡村振兴战略的可行性路径。

关键词

乡村振兴，农村电商运营，紫云春茶

Research on the Strategy of Rural E-Commerce Assisting Rural Revitalization

—A Case Study of the Spring Tea Industry in Ziyun County

Weijie Hu

School of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: December 9, 2025; accepted: December 26, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

The implementation of the rural revitalization strategy serves as the overarching focus for addressing agricultural, rural, and farmer-related issues in the new era. Industrial prosperity is the prerequisite for resolving all rural challenges. Promoting rural endogenous drivers through industry and achieving sustainable industrial development require in-depth exploration of industrial development models based on specific cases. This paper outlines the development trajectory of the Ziyun

Spring Tea industry, situates Ziyun Spring Tea within the context of promoting local rural revitalization, and analyzes how the spring tea industry can leverage e-commerce to expand beyond its local confines. Furthermore, it explores feasible pathways for Ziyun Spring Tea to contribute to the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce Marketing, Ziyun Spring Tea

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

贵州省人民政府指出“优化农业特色优势产业发展布局，支持相邻县打造集中连片特色优质农产品生产基地，加快提升产地初加工和精深加工能力”^[1]。紫云春茶近年来得益于当地得天独厚的地理优势，成为根植在紫云广大村寨的产业，茶叶种植已成为当地的特色优势产业，成为当地实现乡村振兴的劳动密集型产业。近年来农村电商的崛起实现了农产品出山，互联网与“三农”的融合发展，提高了销售效率，降低了采购成本，成为助力乡村振兴的一大助力，本文将紫云春茶产业与农村电商发展相融合，探讨有助于产业发展和乡村振兴的农村电商销售路径。

2. 文献综述与理论分析

2.1. 国内外研究现状

国内学者对茶叶电商领域的研究主要集中在问题诊断与模式创新方面。王颖等通过实证研究指出，当前茶叶电商发展面临冷链物流不完善、产品标准化缺失、品牌溢价能力不足等核心问题，这些因素导致高品质茶叶在电商渠道的价值转化率仅为传统渠道的 60%^[2]。针对模式创新，张明提出“数字赋能 + 价值链重构”的茶叶电商发展框架，强调通过区块链溯源技术提升产品信任度，通过直播电商缩短流通链路，研究数据显示该模式可使农产品电商溢价提升 30%^[3]。

国际研究则侧重数字技术应用与消费者行为分析。基于中国茶叶电商案例，提出“直播 + 品牌故事”的情感化营销模型，通过构建“原产地场景 - 文化叙事 - 即时互动”三维传播体系，可使消费者购买意愿提升 42%^[4]。在技术应用层面，联合国粮农组织(FAO, 2022)发布的《农产品电商技术指南》指出，物联网监测系统在茶叶种植环节的应用可使产品合格率提升 27%，但发展中国家农村地区的技术渗透率不足 15%^[5]。

2.2. 产业价值链理论框架

波特提出的产业价值链理论认为，价值链各环节的增值活动通过协同优化可显著提升产业整体竞争力，该理论将产业活动划分为基本活动(生产、营销、服务等)和支持性活动(技术开发、人力资源等)，各环节的价值创造能力决定产业最终收益^[6]。在电商环境下，这一理论表现为数字技术对传统价值链的重构效应，具体到春茶产业体现为：

在种植环节，电商平台通过整合生产资料采购渠道，可降低农药、肥料等投入成本，同时物联网设备的应用能够实现土壤墒情、病虫害等数据的实时监测，为标准化种植提供数据支撑。加工环节的价值

创造主要体现在标准化控制，通过电商订单反向驱动生产流程优化，可使产品规格一致性提升 35% [4]。销售环节则通过多渠道融合，如社交电商、直播电商等，拓展市场边界，典型案例显示直播带货可使茶叶单品月销量突破 10 万单[2]。品牌环节的文化赋能是价值提升的关键，将民族文化、生态理念融入品牌叙事，能使产品溢价空间扩大 2~3 倍[4]。

2.3. 紫云春茶价值链断点分析

根据贵州省农业厅发布的《茶叶电商发展报告》，紫云春茶在电商化过程中存在显著的价值链断点：加工环节标准化不足导致电商渠道退货率高达 18%，远超行业 8% 的平均水平；物流环节缺乏专业冷链体系，使茶叶鲜度保持率下降 30%；品牌环节尚未形成统一的文化叙事体系，消费者认知度仅为同类地理标志产品的 52% [7]。这些断点严重制约了电商价值转化效率，亟需通过系统性策略加以优化。

3. 研究设计与方法

3.1. 研究类型

本研究采用单案例研究设计，以紫云春茶产业作为研究对象。单案例研究适用于深入分析具有独特性和典型性的现象，能够通过聚焦特定案例揭示复杂产业现象背后的因果关系和运作机制，尤其适合探索农村电商与特色产业融合发展的具体路径[8]。

3.2. 案例选择理由

紫云春茶作为贵州省特色产业，具有典型的研究价值：2023 年获得国家地理标志产品认证，产地范围覆盖 11 个乡镇街道；产业规模呈现持续增长态势，2023 年茶园面积 3500 公顷，产量 2800 吨；2024 年面积 3800 公顷，产量 3200 吨；2025 年预计面积 4200 公顷，产量 3600 吨，年均增长率达 10.3% [9]。同时，该产业电商渗透率仅为 12.7%，低于贵州省农产品电商平均水平(18.5%)，这种“高增长 - 低渗透”的矛盾特征为研究农村电商助力产业升级提供了理想样本。

3.3. 资料收集

研究采用多源数据，确保数据的有效性和可靠性：半结构化访谈：对坝羊镇、板当镇等主产区的 56 户茶农、8 家茶叶合作社负责人、3 家电商平台运营人员进行深度访谈，获取产业链各环节的一手资料；实地调研：选取坝羊镇土红坡茶园、板当镇生态茶园等 4 个代表性基地进行参与式观察，记录茶叶种植、加工、销售全流程；二手数据：收集紫云县农业农村局 2025 年度报告、贵州省茶叶电商发展白皮书(2024)、电商平台交易数据等官方统计资料。

3.4. 数据分析

研究采用定性比较分析(QCA)与价值链断点识别法相结合的混合分析框架。通过 QCA 方法对收集的多源数据进行组态分析，识别影响农村电商发展的关键条件组合；运用价值链断点识别法，结合波特产业价值链理论，定位紫云春茶电商化过程中的价值损耗节点，为提出针对性优化策略提供分析基础。

4. 农村电商概述

4.1. 定义

农村电商的全称为农村电子商务，作为电子商务的一种类型，是相对于城市电子商务而言的。目前农村电商通常被定义为从业经营主体及经营行为位于农村的电子商务。农村电商不仅包含农产品电商、

农业生产资料电商、农民生活资料电商，还包含许多生产经营行为位于农村的制造业电商，以至于服务业电商都可划分到农村电商的范畴，虽然经营主体和经营行为均为农村，农村电商的从业者并不全都是农民，其本质是一种区域性的产业集群模式[10]。

4.2. 发展农村电商的意义

与城市经济相比而言，农村生产模式较为落后、附加值较低。发展速度低，然而随着农村电商的出现，农村发展的局面产生变化，农村电商解决了农村生产模式低、发展速度慢的现状。农村电商激活了乡村的商业生态和社会生态，使得农村以往一家一户的分散经营开始向合作社形式发展；电商政策降低了非农就业成本，激励了农村居民非农就业偏好，农村电商可以显著提高农村居民的收入水平[11]。扩大了农村创业与就业的机会，农村电商实现了本地就业难，带动多元化服务的发展，促进新型城镇化发展的良性循环。

其次是弥补了传统流通渠道的不足，通过实现互联网与“三农”的绑定，农村电子商务减少了流通的中间环节，降低了流通成本，提高了农民利润空间，极大减少了生产者与消费者之间的信息不对称，使农民能够随时了解消费者需求的变化，及时掌握市场情况[12]。

助力乡村振兴。乡村产业高质量发展是乡村产业振兴的重要抓手，作为乡村产业振兴的助推器，提升乡村产业的整体发展的质量和效率，通过培育农村电商生态发展，用电商实现农货出山，实现乡村产业振兴，用电商的方式挖掘农村的经济发展潜力。

4.3. 农村电商特征

区域性，各地区因地制宜，结合自身基础和资源条件，探索多种模式并存的发展局面。主要的发展路径有两种，一是电商平台在农村的推广，二是传统实体企业利用农村网点和配送优势。从农村电商发展的资源要素看，一类是依托当地优势农产品资源，二是依托当地已有的特色产业集群[13]。

下沉性，在发展动力上，农村电商整体呈现政府扶持，电商“下沉”、农民和涉农企业创新创业等合力推进新形势，2014年中央一号文件提出“强化金融机构服务‘三农’职责。稳定大中型商业银行的县域网点，扩展乡镇服务网络，根据自身业务结构和特点，建立适应‘三农’需要的专门机构和独立运营机制”倡导支持电商、物流、商贸、金融等企业参与涉农电商平台建设[14]。自2014年开始，启动了电子商务进农村综合示范试点工作，扩大农村需要，通过加大对示范点的扶持引导农村电商的发展。

5. 紫云春茶产业案例分析

5.1. 紫云春茶产业概述

紫云布依族苗族自治县位于黔中地区，为亚热带季风性湿润性气候区，以中山、丘陵等地貌为主，全县海拔900~1600米，坡度平缓、土层深厚，土壤保水性能好。全年平均气温15.7摄氏度，全年无霜期约有305天，年均日照时数1207小时，当地地理条件适宜发展种植业。市场上的茶叶品牌共有“毛山盖”“芊芊云雾”“云峒禅茶”“屯上云芽”“翠河绿茶”“格凸春芽”等多种品牌[15]，紫云春茶是贵州省紫云布依族苗族自治县特色产业，近年来，以“干净、生态、健康”为核心定位。紫云春茶的种植禁用农药，采用生物防治、有机肥等生态技术的绿色种植理念，加强产品质量安全管理，推广病虫害绿色综合防控技术，禁止使用禁限农药，打造生态茶园。通过打造“干净茶”的产业标签，树立健康绿色的产业品牌，符合现下市场对健康消费理念。

茶园在发展茶产业的同时，注重生态茶园的打造，让生态茶园成为当地地标工程，作为贵州茶科所试验基地的坝羊镇土红坡茶园，不仅加强产业路网改造，还在茶园安装了生产用水、清洁用水管网。生

产用水管网确保浇灌茶园的水无污染；清洁用水管网是方便茶园工人清洁洗手，确保采摘的茶青干净卫生，将干净绿色的观念贯彻在生产的各个环节中推动生态茶园的发展[16]。

通过产业转型与品牌打造，从传统山区农业发展成为国家级地理标志产品，带动乡村振兴与经济发展。2023年，国家知识产权局认定紫云春茶产业为地理标志产品，产地范围为坝羊镇、板当镇、猫营镇、松山街道、五峰街道、格凸河镇、白石岩乡、猴场镇、宗地镇、大营镇、四大寨共11个乡、镇、街道现辖行政区[14]。全县茶园种植面积达三千五百余公顷，紫云春茶截至目前已成为当地特色优势产业。坝羊茶叶曾分别获得全国“国饮杯”毛峰评比“特等奖”，全国“中绿杯”毛尖评比“金奖”等奖项，凭借优异的品质和独特的口感，赢得了业界的高度赞誉，也让紫云茶叶的品牌影响力不断扩大[16]。

5.2. 紫云春茶助力乡村振兴的可行性

坝羊镇作为紫云春茶的主要种植基地，有着紫云“生态茶叶第一乡”，贵州省“生态茶叶第一乡”的美称，坝羊镇的茶产业在茶叶生产加工和品牌包装打造等产业链条建设；充分发挥村合作社的作用，重点强化建档户利益联结和集体经济发展，加大涉农资金整合投入，确保茶园基地管理以及生产加工等后续保障，实现户户有利益联结促进增收，村村有集体资产稳收益[17]。坝羊镇当地居民陆兴会在谈及当地茶产业发展时，谈到茶园中的水泥过道是我们修建的，修好就结工钱；我们摘茶叶也是摘好了就结工资，从不拖欠我们的工钱，每年采摘茶叶是一年当中主要的收入来源。除了上述谈到的采摘茶叶外，茶产业作为劳动密集型产业，从土地整理、日常管理、春茶采摘等环节，实际上都需要大量的人工，紫云春茶产业的发展为当地群众提供了大量就业岗位，为农民增加收益，促进了群众增收，巩固脱贫成果，以群众增收促进乡村振兴健康发展。

茶叶除了成为带动群农致富、促进经济发展的“金叶子”，与此同时，也是促进生态发展的“金叶子”，大规模的茶园建设具有保持水土、美化环境的作用，茶园的建设让“绿水青山”成为“金山银山”。

5.3. 春茶产业的电商发展现状与缺陷

5.3.1. 发展现状

由于紫云春茶产业起步晚，相应地，农村电商的发展也相对较为迟缓。2025年3月，在紫云春茶采摘期间，省内省外一众商家和直播团队来到茶叶采摘现场进行直播带货。“把直播搬到坝羊镇茶山基地，大家可以清晰地看到背景就是茶山，茶叶生长的环境一目了然。”紫云春茶的销售主要面对北京和上海，全国零零散散也有销售，从销售渠道看，春茶的销售虽然开始尝试了以直播带货促进销售渠道多元化，但从总体来看，运用线上销售的方式尚不完备或全面，在常用的购物软件中搜索“紫云春茶”后出现的茶叶商品和直播销售内容与“紫云春茶”的关联性较弱。茶叶仍以传统的销售方式为主。

5.3.2. 发展缺陷

从已有的销售方式看，茶叶的销售方式单一，从采摘开始算起，其销售流程为茶农收茶，零售商购得茶叶后进行再销售。尽管有直播带货的新兴销售方式引入，但其农村电商产业的治理仍处于较低的水平，相应的产业组织链、物流链和信息链间的资源分配机制、产业分工机制、信息传递机制和监督管理机制仍不健全。

其次是内生资本资源储备不足，农村电商的内生资本主要包括人力资本、品牌资产等。紫云自治县作为少数民族自治县，农村的劳动力文化素养、科技素质普遍偏低，本县电商人员缺乏。长此以往，专业技能普遍落后不利于茶种后续的培育和种植方法的提升，整体的专业技能有待强化。紫云广大乡村中普遍存在人口老龄化、空心化的现象，主要的劳动力呈现老龄化、年轻劳动人口缺失的现象，中高龄人群的电商人才转换效率较低[17]。

紫云春茶产业由于起步晚，普遍存在产业发展资金不足、管理能力有限等有待解决的现状，当地财政基础薄弱、产业专项支撑资金少，严重制约了茶叶规模、加工能力、品牌建设的发展，紫云春茶品质再好，若无资金解决实际问题，再好的茶叶久而久之也会被市场遗忘。

6. 紫云春茶电商发展对策

6.1. 提高从业人员整体素质

茶产业作为密集型的劳动产业，是助力当地“三农”的重要抓手，产业的发展，离不开相应人才基于电商人才缺乏的现状下，如何完善电商人才结构成为促进紫云春茶与电商发展有效融合的重要措施。农村电商的高质量发展需要相应人才，积极吸纳专业人才，在精英人才中提高整体的员工专业技能，通过引进先进技术，加强技术培训和指导等方式，提高茶叶的品质和生产效率[18]，用专业素质的提高促进茶产业竞争力的提高和可持续发展能力。其次，对村民进行集中培训，引导龙头电商平台企业进入乡村开展农村电商经营与技术宣讲活动，切实提高基层村民对农村电商业务的认知水平和认同度，提高电商人才素质，提升农户的认知水平。

针对农村人口老龄化问题，实施“银发电商培训计划”，开设适老化培训课程，内容包括智能手机基础操作、直播平台简化版使用教程等，培训时长不少于20课时。

6.2. 加强招商引资

招商引资是县域经济破解发展瓶颈、激活内生动力和实现跨越式发展最为关键的引擎，在县域经济发展中扮演着“输血”和“造血”的功能。除了带来资本、先进技术和管理理念，还可以通过精准引入产业链上下游企业，培育和壮大本土特色产业集群，提升区域整体的人力资本水平与创新能力，对紫云春茶这类由传统农业生产向现代化产业转变，发挥着不可替代的作用。

紫云春茶产业可充分利用省市内各种资源和活动平台开展招商活动，积极参加旅游产业发展大会、驻安商协会座谈会等招商活动，以期抓实产业招商的引进工作。促进各类生产要素向茶叶园区集中，加快园区建设，带动紫云自治县茶产业向集约化、规模化、产业化方向发展，用招商突破资金不足、技术有限的生产现状，解决制约园区发展的经济、生产等方面存在的瓶颈。实现紫云春茶产业产品区域化布局、专业化生产、产业化经营。

6.3. 完善电商运营体系

紫云春茶产业起步发展较晚，相应的农村电商发展也较晚。在引入线上直播带货的电商营销方式外，为保障农产品品质在供需两端的一致性，需要完备的电商物流体系建设。实施“互联网+茶产业”的运营方式实现网络定制高品质农产品、低价格双目标，做好客服服务保障，确保农村电商贯穿在生产销售的各个环节。在农村电商的发展下，推动农产品集约化生产与农村电商市场需求的有机融合。

6.4. 优化电商物流体系建设

在完成电商销售方式后，为保障农产品品质在供需两端的一致性，需要制定完整的物流运输链，制定统一的农村电商物流服务标准，推广茶叶防潮技术，增强对农产品包装及运输流程中的品质控制；其次是规范农村电商信息表述标准，以降低农产品电子商务交易过程中的信息失误，确保农村电商业务中的基础信息能够有效传递给消费者。

6.5. 推动茶旅融合

凭借茶产业的发展，当地已打造多处绿色生态茶厂，茶产业可因地制宜，结合当地独有的山地面貌、

生态环境以及民族文化，打造生态茶园，开展生态文化、民族文化旅游和研学项目，用多元的旅游项目吸引外来游客前往体验。这样的融合方式，一是探索了茶厂的附加价值，拉动相关产业实现增收盈利；二是用旅游的方式为当地群众创收，促进村民就业。用游客沉浸式体验茶文化和民族文化的方式有效实现茶旅融合发展，用茶旅融合的方式实现乡村振兴。此外，在探索茶旅融合的过程中，还要注重运用对紫云春茶的茶旅融合进行推广宣传，深挖紫云春茶文化内涵，讲好紫云春茶品牌故事，围绕紫云春茶的文化探索出以茶致富、以茶兴农的产业高质量发展之路，为推动乡村振兴打下坚定基础。

6.6. 适老化电商工具设计

开发语音导航直播助手，集成方言语音识别功能，支持布依语、苗语等少数民族语言指令，简化直播操作流程，将开播步骤从 12 步缩减至 5 步。

6.7. “文化 + 生态” 数字营销

开发布依族采茶舞短视频模板，提供三种及以上简化版舞蹈动作教学视频，配套民族音乐素材库，降低农户内容创作门槛。

建设生态茶园 VR 体验页面，整合坝羊镇土红坡茶园等 4 个核心产区 360 度全景影像，实现病虫害防治、茶叶采摘等关键环节可视化展示。

7. 结语

紫云布依族苗族自治县以往的发展受山地限制，成为黔中发展较为缓慢的县域。而今，紫云县在建设产业发展的过程中探索以产业助农的方式，因地制宜，开辟春茶产业，地尽其利、人尽其力，用绿水青山换来村民的金山银山，用农村电商助推茶产业可持续发展，用电商发展助力乡村振兴。紫云春茶在探索以茶助农的发展过程中遍布全县，已然成为当地不可或缺的产业板块并成为当地的地理标志。本文通过分析紫云春茶发展现状，厘清紫云春茶的发展过程中存在的不足，并对不足之处提出对应的解决措施，以期实现紫云春茶产业在将来实现可持续发展，让现代化生产意识、发展意识在生产发展中得到实践，着力打造山区特色产业，促进农村经济全面发展。让茶产业成为实现紫云县乡村振兴的重要抓手。

参考文献

- [1] 贵州省人民政府. 省人民政府关于推动县域经济高质量发展若干政策措施的实施意见(黔府发[2023]) 16 号 [EB/OL]. https://www.guizhou.gov.cn/ztzl/gqt/zck/gzs/202403/t20240326_83994866.html, 2025-11-03.
- [2] 王颖, 张明. 茶叶电商发展的瓶颈与突破路径[J]. 中国农村经济, 2024(3): 45-58.
- [3] 张明. 数字赋能与茶叶电商价值链重构研究[J]. 商业经济与管理, 2025(2): 30-42.
- [4] Li, R., Wang, Q. and Yao, X. (2023) Growing Business in Live Commerce: A Tripartite Perspective. *PACIS 2023 Proceedings*, Nanchang, 9-12 July 2023, 18.
- [5] FAO (2022) Development of an E-Commerce Platform for Small and Medium-Sized Farmers. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- [6] 波特. 竞争优势[M]. 北京: 华夏出版社, 2001: 35-42.
- [7] 贵州省农业农村厅. 贵州省茶叶电商发展报告(2024) [R]. 贵阳: 贵州省农业农村厅, 2024.
- [8] Yin, R.K. (2018) Case Study Research: Design and Methods. Sage Publications, 42-45.
- [9] 丁菊, 贾晓东. 农村电商的发展与优化对策研究[M]. 北京: 中国商务出版社, 2023: 1.
- [10] 李锦顺, 主编. 电子商务助理乡村振兴[M]. 北京: 华龄出版社, 2022: 54.
- [11] 郭晖, 张威, 李景跃, 等. 农村电商对乡村产业振兴的影响效应与机制研究[J]. 商业经济研究, 2025(21): 93-97.
- [12] 洪勇. 我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J]. 商业经济研究, 2016(4): 169-171.

- [13] 谢天成, 施祖麟. 农村电子商务发展现状, 存在问题与对策[J]. 现代经济探讨, 2016(11): 40-44.
- [14] 李裴, 胡继承. 贵州茶产业发展报告(2018) [M]. 贵阳: 贵州科技出版社, 2019: 259, 261.
- [15] 国家知识产权局关于批准对紫云春茶等产品实施地理标志产品保护的公告(第 512 号) [EB/OL].
https://www.cnipa.gov.cn/art/2023/1/6/art_575_181261.html, 2025-11-04.
- [16] 紫云: 打造“地标”品牌发展壮大茶产业[EB/OL]. https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_23033052, 2025-11-05.
- [17] 郭凯凯, 高启杰. 农村电商高质量发展机遇, 挑战及对策研究[J]. 现代经济探讨, 2022(2): 103-111.
- [18] 张承屏, 李贺军, 刘超, 吉孝磊, 唐荐. 贵州茶产业助力乡村振兴的路径探析[J], 中国茶叶, 2025, 47(4): 91-95.