

新质生产力赋能农村电商的 现实挑战和发展路径

汪娜

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年7月2日; 录用日期: 2024年10月10日; 发布日期: 2024年10月17日

摘要

新质生产力是随着技术革命性突破而形成的产业升级的新型生产力, 对于当代中国的发展方式、发展动力和发展政策具有重要的实践指引意义。新质生产力通过技术进步推动农村电商的发展, 提升农村电商的效率, 助力农村模式转变和产业升级。然而, 在农村电商发展的过程中仍然存在基础设施不够完善、缺乏专业人才、地区之间缺乏协调联动、经营模式单一的现象。因此, 在基于新质生产力的基础之上提出加强建设基础设施、培育专业人才、完善区域协调、实现“数商兴农”等建议, 为实现乡村振兴提供了全新的动力和可能性。

关键词

新质生产力, 农村电商, 高质量发展

The Real Challenges and Development Pathways of New Quality Productivity Empowering Rural E-Commerce

Na Wang

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 2nd, 2024; accepted: Oct. 10th, 2024; published: Oct. 17th, 2024

Abstract

The new quality productivity is a new type of industrial upgrading productivity formed with the revolutionary breakthrough of technology, which has important practical guiding significance for

the development mode, development impetus and development policy of contemporary China. New quality productivity promotes the development of rural e-commerce through technological progress, improves the efficiency of rural e-commerce, and helps rural model transformation and industrial upgrading. However, in the process of rural e-commerce development, there is still incomplete infrastructure, lack of professional talents, lack of coordination between regions, and a single business model. Therefore, on the basis of new quality productivity, suggestions such as strengthening the construction of infrastructure, cultivating professional talents, improving regional coordination, and realizing the “number of businesses to promote agriculture” are put forward to provide a new impetus and possibility for the realization of rural revitalization.

Keywords

New Quality Productivity, Rural E-Commerce, High-Quality Development

Copyright © 2024 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

2023年9月,习近平总书记在黑龙江考察调研期间首次提到“新质生产力”。同年12月的中央经济工作会议强调,要以科技创新推动产业创新,特别是以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能,发展新质生产力。2024年1月31日,习近平总书记在中共中央政治局第十一次集体学习时对新质生产力进行了深刻的阐释:“新质生产力是创新起主导作用,摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径,具有高科技、高效能、高质量特征,符合新发展理念的先进生产力质态。它由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生,以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的跃升为基本内涵,以全要素生产率大幅提升为核心标志,特点是创新,关键在质优,本质是先进生产力。”[1]2024年3月5日,十四届全国人大二次会议在北京召开,“新质生产力”首次被写入政府工作报告。2024年3月13日,商务部、中央网信办等9部门联合印发的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》对外发布。意见提出,用5年时间,在全国培育100个左右农村电商“领跑县”、1000家左右县域数字流通龙头企业、1000个左右县域直播电商基地、10000名左右农村电商带头人[2]。

新质生产力不仅改变了工业和服务业的发展模式,也为农业和乡村提供强大支撑。我国是农业大国,农村人口依然占有相当大的比例,在中国共产党第十九次全国代表大会提出实施乡村振兴战略的重大决策部署的背景下,坚持农业农村优先发展是解决城乡发展不平衡问题的一个重要抓手。通过研究发现中共中央和国务院对农村电商的重视程度逐年上升,2022年中央一号文件更是提出了要实施“数商兴农”工程,推进电子商务进乡村,促进农副产品直播带货规范发展。新质生产力是以技术创新为核心的生产力形态,为实现农业现代化开辟了全新的路径。

2. 我国农村电商发展现状

作为农村新产业新业态,农村电商已成为经济欠发达地区提升农民收入水平、消除贫困的有效途径及引导农村供给侧结构性改革、促进乡村振兴的重要抓手[3]。近年来,在国家的大力扶助支持下,农村电商的发展效果显著,农村网民规模以及互联网普及率也实现了质的突破,大大提高了农民生活的便利。但由于农村人口规模较大,这样的数据仍然显得不足,与城镇相比还有较大提升空间。

2.1. 农村网民规模以及互联网普及率

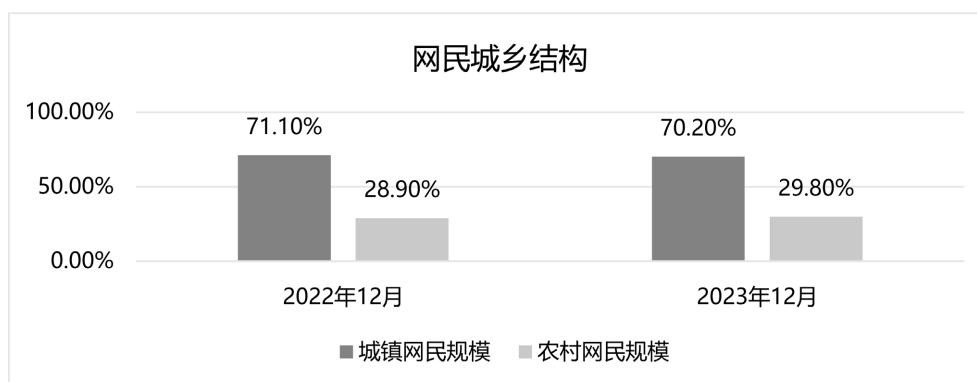
农村电商实质上是以互联网技术为基础的商业模式在农业农村发展中的应用。截至 2023 年 12 月，我国网民规模达 10.92 亿，互联网普及率达到 77.5%，其中，城镇网民规模达 7.66 亿人，占网民整体的 70.2%；农村网民规模达 3.26 亿人，占网民整体的 29.8% (见表 1，见图 1)；我国城镇地区互联网普及率为 83.3%，较 2022 年 12 月提升 0.2 个百分点；农村地区互联网普及率为 66.5%，较 2022 年 12 月提升 4.6 个百分点(见表 1)。数据表明，互联网的发展极大地推动了农村地区的互联网进程，但与城镇地区相比，农村地区的网民规模和互联网普及率相应增速都较慢。2023 年我国农村人口总量为 4.77 亿，面对农村地区如此大的人口规模，农村网民总规模虽有明显提升，但农村互联网普及率仍显不足。

Table 1. China's rural netizen scale and internet popularity rate

表 1. 我国农村网民规模和互联网普及率

项目	2020 年 3 月	2020 年 12 月	2021 年 12 月	2022 年 12 月	2023 年 12 月
网民规模(亿人)	9.03	9.89	10.32	10.67	10.92
互联网普及率(%)	64.50	70.40	73.00	75.60	77.50
城镇地区互联网普及率(%)	76.50	79.80	81.30	83.10	83.30
农村地区互联网普及率(%)	46.20	55.90	57.60	61.90	66.50

数据来源：中国互联网信息中心。



数据来源：中国互联网信息中心。

Figure 1. Our country netizen urban and rural structure

图 1. 我国网民城乡结构

2.2. 农村电商零售规模

电子商务研究中心(智库)监测数据显示，2020 年至 2023 年，我国全网电商零售额从 11.76 万亿增至 15.42 万亿。其中，农村电商零售额由 1.79 万亿增至 2.49 万亿，城市电商零售额由 9.27 万亿增至 12.93 万亿(见表 2)，与此同时，农村电商零售额占比逐年提升。可见，当前我国农村电商的零售规模在绝对值上与城市地区存在较大差距，仍然有巨大的市场挖掘潜力。

3. 新质生产力赋能农村电商的现实挑战

当前我国农村电商的建设已经取得了显著成果，但同时也面临多重困难。存在基础设施不够完善，物流配送体系不全、农村专业人才不足，农民发展受限、地区缺乏协同发展，电商成本较高、现代农业

Table 2. The retail scale and e-commerce structure in China
表 2. 我国电商零售规模及结构

项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
电商零售额(万亿)	11.76	13.1	13.79	15.42
农村电商零售额(万亿)	1.79	2.05	2.17	2.49
城市电商零售额(万亿)	9.27	11.05	11.62	12.93
农村电商零售额占比(%)	15.22	15.67	15.73	16.14
城市电商零售额占比(%)	84.78	84.36	84.27	83.86

数据来源：国家统计局。

创新不足，未形成规模驱动等问题。

3.1. 基础设施不够完善，物流配送体系不全

由于地理和资源分配等原因，农村的基础设施不够完善，农村的物流体系建设不全，从而导致电商难以在农村开展。

第一、农村的基础设施相比较城市显得不足，特别是在基础交通设施和基础网络设施方面。在我国中西部一些偏远地区，由于道路狭窄、地形复杂，交通比较落后，阻碍了农业和工业的发展。在基础网络设施方面，尽管城市已经基本实现 5G 全覆盖，但农村的基础网络设施仍然处在初级阶段，5G 网络和光纤宽带的普及遭遇瓶颈，很多居住在山上的农民享受不到网络的便利，这也导致网络直播带货这一当前最主要的电商方式无法顺利在偏远农村开展，加剧了城乡发展的“鸿沟”。

第二、农村物流配送体系不够完整。当前物流服务主要以代收为主，大部分具有以下两个特点：一是代收地点分散且多为个体小商户经营；二是物流站点一般设立在镇上，很多并没有完全进村[4]。这两个特点导致居住在农村的人收寄快递比较麻烦，也就使得大多数人不愿意从事农产品电商行业。同时，农产品从农民手上采摘下来的一刻就需要及时保鲜，而农村的冷冻链是十分不完善的，这也导致农村的代寄服务特别是鲜活产品很难达到人们的要求。

3.2. 农村专业人才不足，农民发展受限

农村电商当前面临专业人才缺失的问题，这成为制约农村电商发展的关键难题。特别是在中国式现代化的背景之下，当前农民主体意识构建仍然存在一定的问题，小农经济思维尚存、数字素养有待进一步提升。

第一、专业人才缺失。尽管互联网的普及范围已经十分广泛，为乡村的发展提供了技术创新和发展理念的双重驱动，但农村发展的广度和深度仍旧受限于人才储备。根据我国第三次人口普查，农业从业人员的年龄结构不合理，年龄断层现象较为明显，呈现两极趋势，大多以 36 岁及以上、小学初中文凭的人群为主，年龄偏大，受教育程度较低[5]。这样的年龄结构制约了农村电商的推广和农业的多元化发展进程。

第二、农民的数字素养有待提高。当大量的互联网信息涌入农村地区时，农民在对互联网的应用和认知方面还存在一定的局限性，这也加剧了农村电商推广的复杂程度。而高学历的人群，如大学生在毕业之后会更愿意留在城市发展，导致农村的知识和技能型人才逐渐减少，这种困境也增加了农村电商的实施难度。

3.3. 地区缺乏协同发展，电商成本较高

区域协同发展是电商发展的重要环节，要确保农村电商的有效推广和普及，需要全方位的政策支持

和部门配合。如果各区域缺乏协调配合，导致电商成本上升，从而影响农民的从业意愿。

第一、区域缺乏协同发展。目前只有一些电商重点发展城市建立了农村电商产业园，比如湖南省桃江县电子商务产业园、广东省惠城区海纳农村电商产业园、广东省花都农村电商产业园等，其他大部分地区仍未建立区域之间协同发展的产业园。如果区域分散式地各自发展，缺乏统一的区域共建园区和无法建设完整的冷冻链、冷冻库，将不能够有效地把本土优质农产品输送出去。缺少统一协调制度和标准，农村电商的发展也会呈现明显的差异。

第二、电商成本较高。区域之间缺乏协同发展会导致电商成本升高，比如各镇、村的物流站点之间没有统筹管理，缺乏互相关联而造成的配送不及时以及无法配送等问题；农产品无法新鲜送到消费者手中，农民要承担损失等问题。长此以往，农民无法负担高额的物流费用，也大大降低他们从业电商的意愿。

3.4. 现代农业发展落后，经营模式单一

通过研究发现，现代农业无法完全满足农民的种植需求，更无法因地制宜地进行耕种。并且当前我国农村农产品的种植方式仍然以个体经营为主，基本都是为了满足自己的需求而种，很少会大范围地种植，并且种植的积极性较低。导致经营模式单一，无法同其他品牌竞争。

第一、现代农业发展落后。现代农业无法满足各地区的地形特点，特别在我国中西部地区，地势较为复杂崎岖，耕地也大多呈现梯田式，分散且小。如贵州的农村地区，耕地大多在山上，且道路狭窄险峻，想要耕作必须通过人工才能进行，现代的耕作机器很难登山，更不用说帮助农民耕作。以这样的耕作方式来运转农村电商势必成本很高，且农民的利益无法保障。

第二、经营模式单一。如今，市场竞争日益激烈，人们大多追求品牌效应。而农村电商大多是各自发展、较为分散，并且只关注农产品的生产、加工和销售，从而忽视了对品牌的经营，没有建立一个相当规模的品牌或者渠道。其一是由于农民缺乏品牌意识，导致农产品的推销相对滞后，难以引起消费者的关注。其二是转变经营模式需要大量的人力、物力和财力，而农民的经营往往是小规模，难以支撑品牌建设[6]。

4. 新质生产力赋能农村电商的发展路径

马克思主义认为，生产力和生产关系是社会发展的基本矛盾，而生产力则是人类改造世界的的能力，同时也是推动社会进步最活跃、最革命的因素，是人类历史发展的最终决定力量。社会主义的根本任务就是解放和发展生产力。相比于传统的生产力，“新质生产力”主要依靠创新驱动，更符合数字时代的发展，也进一步提升了社会生产力。为推进乡村振兴和农业农村现代化，需要充分地发挥新质生产力在农村建设中的巨大作用。

以新质生产力的创新动力赋能新技术、新制度，建设基础设施，开发乡村资源、培育专业人才，推动农民发展、完善区域协调，打造智慧农商、发挥创新驱动，实现“数商兴农”。以科技创新和数字技术带动农业发展、农村电商完善，促进农民增收。

4.1. 建设基础设施，开发乡村资源

随着互联网的普及和数字技术的发展，新质生产力的发展和应用更加完善。在农村电商方面，新质生产力不仅可以推动新型设施的普及，解决了农村基础设施落后的问题，还能为乡村资源的开发提供了新的思路和渠道。

第一、农村基础设施完善是农村电商发展的必要步骤。在交通基础设施和网络基础设施方面必须充

分利用新质生产力改革农村的基础设施，提升建设水平。特别是农村的网络系统，对电力设施的要求较高，这就要求优化农村供电体系，淘汰低端落后设备，要能保证农村的电力技术与网络系统相适配。只有稳定的供电系统和电力输送通道才能保证网络的畅通，从而保证农村电商的正常运行[7]。

第二、新质生产力可以优化农村的产业转型。新质生产力通过引入新技术、新模式以及新业态，来促进农村电商的进一步升级与转型，带动更多农民从事农村电商，提高农民的收入和生活水平。

第三、新质生产力赋能乡村资源。乡村拥有丰富的生态资源，如山、水、草原、森林等，具有很高的生态价值和旅游价值。可以引入先进的技术和经营模式，对这些资源进行有效的开发和利用，再通过直播等电商形式向全世界推广宣传，提高经济效益和社会效益。由此可见，新质生产力可以有效促进农村电商的发展，为实现农业现代化奠定坚实基础。

4.2. 培育专业人才，推动农民发展

以新质生产力培育高素质人才、优化地区高质量发展等特点改善农村年龄结构不均衡和农民数字素养不高等问题，提升农民的文化水平。随着社会的发展，乡村对于人才尤其是技术创新和电子商务方面的人才有着很大的需求，这就要求通过培养专业的人才来促进乡村的发展。国家也出台一系列的政策来适应这方面的需求，如增加电子商务、大数据技术等专业。

第一、优化农村电商的人才培养体系。引进行业人才，重点打造将现代技术和当地农业紧密融合的实践团队，以适应各地区的不同发展需求。除了吸引农村电商行业的领军人物之外，还应形成人才储备库，吸引本村的大学生回乡发展。地方政府也需要充分调动学术界和产业界的力量，共同推动农村电商的进步。

第二、提升农村电商的人力资本投入。对政策进行创新，改善人才引进的方式，比如为大学生创业项目提供资金和政策支持，吸引大学生前来发展。同时，要培训村干部熟悉电商流程，此外，政府应当大力支持农民参与电商，如通过对农民进行培训，教会他们如何使用电商平台，如何将自家的农产品推广到网络上。这些措施可以大大提高农民参与电商的积极性，增加农民的收入。

第三、提升农民的数字素养。要关注农民在农业生产、电商等领域的需求，通过乡村培训提升农民的基础数字技能。引进农村电商的专业人才和学者对农民进行有效的实践指导，确保农民在新时代数字化浪潮中的发展机遇，也为后续的农业转型奠定基础。

4.3. 完善区域协调，打造智慧农商

新质生产力助推区域协调联动发展，打造智慧乡村。区域发展不协调、不统一等问题是农村电商发展的关键问题，只有实现区域协调才能适应农村电商的发展和需求。同时，区域协调也是农村电商的重要保障，只有不断完善区域之间的统一，才能更好促进农村电商的发展，促进乡村振兴和农民致富。

第一、实现区域信息互通。区域协调就意味着不同利益主体的融合，只有连通彼此的信息，完善农村电商系统，更新物流服务体系，才能确保农村电商的顺利进行。而信息的交换需要一个强大的数据承载系统来保护农民的隐私和数据安全，就必须发挥新质生产力的巨大潜力，来确保农民在享受农村电商红利的同时得到充分的保障。

第二、推动集体经济的发展。在农村地区，大部分的农民是个体经营，要开展农村电商就必须调动集体农民的力量，如广西省钟山县燕塘镇张屋村依托“村集体经济 + 电商直播 + 产业”的新模式，实现线上销售 11 万元，预计助农增收 10 万余元。为保障农民的利益，避免集体资产的不当流失和管理漏洞，依托新质生产力去优化资源配置机制、创新管理模式，以推动农村电商的可持续发展。

第三、多元主体全面参与。要打造智慧农商体系，关键在于实现多元主体的全面参与。要综合考虑

区域的实际情况和特点,采取因地制宜的办法进行统筹规划,建设符合乡村发展、符合农民需要的智慧农商体系[8]。以新质生产力的战略部署,明确各主体的职责分工,推动各行各业以及各区域发挥特长去建设多样化的农村电商模式。

4.4. 发挥创新驱动,实现“数商兴农”

发挥新质生产力的创新驱动作用,实现“数商兴农”。“数商兴农”是为了促进乡村发展而推出的一项工程。2022年1月4日,《中共中央、国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》中提出:实施“数商兴农”工程,推进电子商务进乡村。随着互联网、人工智能的不断发展,农村电商的发展已成为新质生产力的代表之一。应当推动农村电商的创新性发展和创造性转化,为乡村振兴战略提供有力支持。

第一、在农村建立一个强大的电商生态系统。这个电商生态系统的目的在于提升农村电商的协同性和整体性。这要求缩小城乡互联网普及率的差距,增加农村人口上网规模。努力实现与城市的网络基础设施同步,争取达到网络全覆盖,保证电商服务水平的一致性。为实现这一农村电商生态系统,有以下两点:一是针对农民,特别是低收入群体,应当给予一定的电商优惠或者政策补贴等,以减轻他们生活负担的同时享受互联网的便利,提升他们的幸福指数。二是针对从事电商的农民,也应当给予政策关怀或者补贴,鼓励更多的农民参与农村电商,进入电商生态系统,加快乡村建设。

第二、提升传统农业与现代技术的融合发展。传统农业操作难度大,生产率不高,农民付出的成本较大,导致农村电商发展缓慢。而融合了现代技术的农业加快了农村电商的进程,可以适当解放农民的双手,让农民拥有更多的空闲时间去专注自己喜欢的事情,为实现人的全面发展奠定基础。在传统农业与现代技术相融合的过程中,科技创新,特别是数字技术是新质生产力的核心。为了保证农村电商在数字化的进程中不落后于时代,就必须不断加强农村的科技创新,不断提升数字技术应用,增加农产品的产量和质量,为实现“数商兴农”打下强有力的基础。

第三、打造农产品品牌效应,优化经营模式。新质生产力为农业领域带来了机遇和前景,特别是在优化农产品经营模式方面。新质生产力在建立农村电商新渠道的同时还推动了农产品信息的整合和利用。通过市场分析、技术研究和商品流通等方面,将这些资源统一整合,打造大型农产品品牌或者建立专门的销售平台如“一亩田”“惠农网”“中农网”等。这不仅可以促进农村电商的数字化转型,还能保证全国农产品信息的统一建设,为乡村振兴的发展和农业现代化提供更全的信息保障和更快的流通效率。

5. 总结

在农村电商的建设进程中,新质生产力已经成为推动农业发展的核心力量,当前农村电商面临着农村基础设施不完善、农村专业人才缺失、区域缺乏协调统一、经营模式单一等问题,为了有效解决上述问题,充分依托新质生产力的发展,指出需要建设基础设施、培育专业人才、完善区域协调、发挥创新驱动。同时,在建设农村电商的过程中,始终坚持以农民为主体,优先考虑农民的利益需求,确保他们学会必要的技能、获得应有的权益,实现发展成果惠及全体农民。

随着新质生产力的普及和应用,传统农业和现代技术的融合,农村电商取得的显著成果,都预示着农村的发展将朝着智能化、多元化和绿色化的方向发展[9]。因此,在以后的研究中,需要深入探索新质生产力在农村电商中运用的实际效果,去粗取精,更好地利用新质生产力促进农业现代化的发展。

参考文献

- [1] 刘露. 数商兴农背景下中国农村电商发展研究[J]. 物流工程与管理, 2024, 46(5): 56-59.

- [2] 孙琳. 从“618”看农村电商助力农产品上行[N]. 人民政协报, 2024-06-25(09).
- [3] 龚政. 新质生产力赋能乡村振兴的理论逻辑、现实挑战与发展路径[J]. 当代农村财经, 2024(4): 17-21.
- [4] 林容, 王诗荟, 邓志锋, 等. 农村电商发展状况及与农村金融融合的路径研究[J]. 活力, 2024, 42(10): 187-189.
- [5] 张震宇. 新质生产力赋能数字乡村建设: 转型逻辑与实施路径[J]. 学术交流, 2024(1): 93-107.
- [6] 张震宇. 新质生产力赋能城乡融合: 理论逻辑与路径探索[J]. 重庆理工大学学报(社会科学), 2024, 38(2): 11-21.
- [7] 陈健, 王丹. 新质生产力赋能乡村全面振兴的内涵特征与实践路径[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2024, 45(2): 99-107.
- [8] 高俊, 虞满华, 苏国红. 新质生产力赋能农文旅产业发展[J]. 西昌学院学报(社会科学版), 2024, 36(4): 42-52.
- [9] 白舒婕. 新质生产力赋能农村电商涌动“新”力量[N]. 国际商报, 2024-03-20(02).