

# 新质生产力背景下我国农村电商转型升级的路径探索

赵颖

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年10月22日; 录用日期: 2024年11月8日; 发布日期: 2025年1月13日

## 摘要

在新质生产力快速发展的时代背景下, 农村电商转型升级是实现乡村振兴的重要途径。新质生产力以高科技为支撑, 通过数字化、智能化、信息化等技术手段, 赋予农村电商新的活力和发展机遇。为了推动城乡发展的全面协调可持续, 本文以新质生产力的背景为立足点, 发现农村电商存在信息化水平滞后、电商人才的短缺、物流体系不完善、品牌建设较薄弱以及金融机构不健全五个现实困境, 并针对现实困境积极探索并提出了强化农村信息网络建设、完善电商人才培养体系、加快构建物流配送体系、培育农村电商特色品牌以及完善农村电商金融机制的有效路径。本文旨在深入剖析新质生产力背景下农村电商转型升级的具体路径, 以为当前充分利用新质生产力机遇, 促进农村电商发展升级提供有效参考。

## 关键词

新质生产力, 农村电商, 转型升级, 路径探索

# Exploring the Path of the Transformation and Upgrading of Rural E-Commerce in China under the Background of New Quality Productivity

Ying Zhao

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Oct. 22<sup>nd</sup>, 2024; accepted: Nov. 8<sup>th</sup>, 2024; published: Jan. 13<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

In the context of the rapid development of new quality productivity, the transformation and

upgrading of rural e-commerce is an important way to realize rural revitalization. New quality productivity is supported by high technology, through digital, intelligent, information and other technical means, giving rural e-commerce new vitality and development opportunities. In order to promote the comprehensive, coordinated and sustainable development of urban and rural development, this paper takes the background of new quality productivity as the foothold, and finds that there are five practical difficulties in rural e-commerce, such as lagging information level, shortage of e-commerce talents, imperfect logistics system, weak brand building and imperfect financial institutions. In view of the practical difficulties, this paper actively explores and puts forward effective ways to strengthen the construction of rural information network, improve the training system of e-commerce talents, accelerate the construction of logistics distribution system, cultivate the characteristic brand of rural e-commerce and improve the financial mechanism of rural e-commerce. This paper aims to deeply analyze the specific path of the transformation and upgrading of rural e-commerce under the background of new quality productivity, in order to provide effective reference for making full use of the opportunities of new quality productivity and promoting the development and upgrading of rural e-commerce.

## Keywords

New Quality Productivity, Rural E-Commerce, Transformation and Upgrading, Path Exploration

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

农村电商作为农村经济发展的重要引擎，在新质生产力背景下，正面临着前所未有的机遇与挑战。2021年，三部门发布《“十四五”电子商务发展规划》明确强调，“从深化创新驱动、优化要素配置、统筹发展安全入手，深度挖掘数据要素价值，推动5G、大数据、区块链、物联网等先进技术的集成创新和融合应用，实现电子商务高质量发展”。然而，农村电商在转型升级过程中面临着产业基础薄弱、电商人才紧缺、基础设施不完善等困难[1]。新质生产力为农村电商提供了更广阔的市场空间和更高效的销售渠道，为其带来了精准营销、智能物流、数据分析等先进手段，使得农村电商能够更好地满足消费者需求、提升运营效率、降低成本。因此，本文旨在针对农村电商转型升级的现实困境提出有效路径，从信息水平、人才培养、物流体系、品牌建设、金融机构等多个维度出发，分析农村电商转型升级的关键因素和有效策略，对于推动农村经济发展、提升农民收入、实现乡村振兴具有重大的理论价值和实践意义。

## 2. 文献综述

新质生产力主要以技术创新为主导，摒弃传统经济增长模式 and 生产力演进路径，展现高科技、高效能和高质量特征[2]。胡继晔和付炜炜(2024)指出新质生产力的数据生产要素是新质生产力的根本特征之一，能通过创新全面赋能其他生产要素[3]。大多数学者把新质生产力与高质量发展、乡村振兴结合起来，探寻其内在逻辑和现实困境[4][5]。在实证方面，新质生产力对碳排放效率和农业高质量发展有显著的正向影响[6][7]。在测度方面，大多数学者从劳动者、劳动资料以及劳动对象三个维度来构建新质生产力测度指标体系[8]，还有从新劳动者、新劳动资料、新技术、生产组织及数据要素等维度来测度[9]。

大多数学者理论探讨农村电商的挑战和路径[10]-[12]。其中，连宏萍和金子涵(2023)指出农村电商能够缓解中国家庭多维相对贫困、提供更多的就业岗位和创业机会以及促进共同富裕等作用[12]。并且，已

有学者实证验证农村电商不仅能够缓解资本和劳动力要素外流、农村家庭消费不平等、城乡收入差距[13]-[15]，还能提高农村居民收入[15]。在测度方面，大多数学者采用淘宝村数量作为农村电商发展水平的衡量指标[16]，还有学者采用阿里研究院提供的各县级电子商务发展指数作为农村电商发展水平的度量指标[17]。

因此，本文立足于新质生产力的视角，深入剖析农村电商在转型升级过程中所面临的现实困境，并积极寻求其转型升级的有效路径，旨在构建一条适应新质生产力发展要求的农村电商转型升级路径。本研究的边际贡献在于：1) 以新质生产力为背景，系统探讨了农村电商转型升级的现实困境，并抓住新质生产力的契机找到适合农村电商转型升级的有效路径，为新质生产力的时代背景下推动农村电商转型升级提供理论支撑；2) 基于对农村电商转型升级现实困境的深刻分析，本文提出了强化农村信息网络建设、完善电商人才培养体系、加快构建物流配送体系、培育农村电商特色品牌以及完善农村电商金融机制的五条路径，旨在为相关决策提供更为准确的经验依据。

### 3. 新质生产力背景下农村电商转型升级的现实困境

#### 3.1. 信息化水平滞后

信息化水平滞后作为农村电商转型升级的核心挑战，显著体现在网络基础设施不完善和信息化设备普及率不高等方面[18]。与城市相比，农村地区的网络覆盖率、网络速度和稳定性都还存在明显的短板，这是阻碍电商交易流畅性与安全性的关键因素。根据《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至 2022 年底，农村地区互联网普及率为 61.90%。虽然近年来农村地区互联网普及率正在逐步上升，但是 2022 年有接近一半农村地区没有实现互联网全覆盖，从而影响农村地区获取网络信息的能力，进而影响农村电商产业发展。并且农村的信息基础设施建设方面存在发展滞后性，缺乏专业人才进行指导，导致很少有农户能够利用互联网技术实现网络交易[19]。

#### 3.2. 电商人才的短缺

农村电商领域面临的人才短缺是其发展的瓶颈[20]。一方面，农村地区的教育资源相对稀缺，继而电商从业者难以获取系统的知识培训。在此基础上，院校的人才培养在适应市场需求方面显得滞后，无法充分满足电商行业的快速发展对人才培养的迫切需求。2022 年《中国电子商务报告》指出高校的培养模式以理论的系统性与完整性为主，知识理论更新速度跟不上快速发展电子商务行业的实际需求，实习实践与产教融合等环节的效果也因成本高、周期长等问题大打折扣。这种资源和知识结构的局限，使农村电商从业者难以掌握运营的核心技能与策略，限制了其的发展。另一方面，农村地区的经济发展水平、生活设施及文化氛围等存在显著差距，对电商专业人才的吸引力较弱。加之缺乏足够的激励措施与支持体系，即便有意愿服务农村的电商人才也往往难以长期驻留，进一步加剧了人才短缺的困境。

#### 3.3. 物流体系不完善

农村地区受地域、地形及交通限制，物流配送成本高、配送效率偏低[10]。尽管物流网络在农村地区的建设已取得一定进展，但覆盖仍显不足，物流网点稀缺且服务水平亟待提升。据国家邮政局统计数据显示，截至 2021 年底，尽管全国快递网点在乡镇的覆盖率已高达 98%，但仍有 73% 的建制村未能配备农村电商配送站点，表明我国农村电商物流尚未实现真正的“村村通”。特别是在一些偏远的山区，由于交通基础设施建设和网络覆盖的不完善，“最后一公里”难题尤为突出，并且，“最先一公里”与“最后一公里”的物流配套设施之间尚未形成有效的平衡，冷链能力较为薄弱。农产品在预冷、包装、配送等关键环节缺乏必要的保障措施，储藏保鲜条件欠缺，导致农产品的时间价值难以得到充分保障。

### 3.4. 品牌建设较薄弱

我国农村电商品牌创建工作起步晚，基础弱，面临着品牌建设难、宣传难等问题[21]。首先，部分经营主体的品牌意识不强，往往聚焦于短期的销量与收益，而忽视了品牌建设的长远价值。为了降低成本，部分经营主体精简包装，牺牲了产品的独特性与差异化，导致消费者难以形成深刻的品牌印象。同时，农产品品牌定位模糊，在激烈的市场竞争中，这种缺乏个性的品牌定位无疑削弱了品牌的竞争力。此外，农产品品牌的营销策划和宣传也缺乏足够的创新。在品牌打造过程中，需要借助各种新颖的营销手段来吸引消费者的注意力。然而，许多农产品品牌在这方面表现得过于保守和传统，缺乏足够的吸引力和创新性。

### 3.5. 金融机构不健全

金融服务在农村地区的滞后性显著，主要表现为缺乏与农村电商发展相匹配的金融工具与服务，这一滞后性根源于农村经济发展的相对滞后，导致金融机构布点与服务覆盖不足，继而难以适应电商网络支付的需要[18]。并且，由于农村地区金融机构数量与种类相对较少，农村电商难以获得足够的资金支持，从而限制了其业务扩展与发展速度，削弱了市场竞争力。此外，风险管理工具的缺乏也增加了农村电商的经营不确定性，农村电商在经营过程中需面对市场波动、自然灾害等多种风险，而风险管理工具的不足使其难以有效应对这些挑战，进而影响了其可持续发展能力。由于农村地区金融体系构建不完善，电子商务行业具体运营和发展的投资成本较高，制约了电子商务行业在农村地区的顺利运行和发展[22]。

## 4. 新质生产力背景下农村电商转型升级的路径探索

### 4.1. 强化农村信息网络建设

首先，提升网络覆盖能力，聚焦于优化农村电子商务的信息基础设施，积极促进新质生产力背景下“互联网+”的农产品流通模式。在此过程中，政府需发挥引领作用，主导对现有网络设施的升级，大力推进农村地区5G网络和千兆光网建设，提升农村生产作业区、农产品直播基地等重点场所的网络覆盖深度，实施电信普遍服务，加快“宽带边疆”建设，确保全国未通宽带行政村动态清零。其次，完善数据中心和云平台，建设或升级农村数据中心，提供数据存储、处理和共享服务，为农村信息网络提供支撑。此外，优化网络服务质量，加强对农村网络设备的更新和升级，提高网络质量和稳定性；同时，优化农村网格化设施，建设更多的网络接入点，提高农户接入互联网的便捷性。

### 4.2. 完善电商人才培养体系

首先，政府应积极组织电子商务技能培训项目，紧密围绕农村基层组织建设，特别关注返乡农民工、退役军人等群体，为他们提供量身定制的电商技能培训，并引入外部优质师资资源，定期派遣专家前往乡村进行现场指导和教学，确保培训内容的实用性和针对性。同时，政府需注重培训、实习、创业及就业之间的无缝衔接，为学员搭建起从学习到实践的桥梁。为了深化产教融合，政府在人才培养过程中需积极推动政府、产业、学校、科研机构和企业等多方面的紧密合作，共同营造电子商务人才培养的良好环境，确保人才培养过程与市场需求紧密对接。此外，以企业用人需求为导向，结合新质生产力的特点，明确电商人才的培养目标，不仅要掌握电商基础知识，还应具备利用新技术进行业务创新和管理的能力。

### 4.3. 加快构建物流配送体系

首先，通过大数据分析农村物流需求，优化配送路线，减少空驶率，降低物流成本。其次，在农产品冷链物流体系建设方面，需加快骨干冷链物流基地的建设步伐，并在县域内布局产地公共冷链物流设施，

以确保农产品的新鲜度和品质，以及充分发挥县域大型商贸流通企业自建物流的优势，为电商平台和中小商户提供农资和农产品等第三方配送服务，以满足多样化的物流需求。并且，在农村物流配送的“最后一公里”，应灵活布局物流站点，如依托农村的政务中心、小型便利店等基础设施，设置物流投递点和代收点，以方便村民接收和寄送物品，进而解决农村地区配送点分散的问题。此外，积极探索构建“一点多能、一网多用、功能集约、便利高效”的农村运输服务新模式，以整合各方资源，提升农村物流服务的整体效能。

#### 4.4. 培育农村电商特色品牌

首先，通过系统性的市场调研，深入剖析目标市场的具体需求与消费倾向，精准地提供符合其偏好的产品与服务。其次，充分挖掘并利用农村地区独有的自然资源与文化底蕴，创造具有地域标识的民俗工艺品，满足消费者对文化产品的独特追求，通过深化加工、提升包装设计等手段，有效增强产品的附加值，进而提升其市场竞争力。同时，充分利用社交媒体、短视频平台等新兴渠道进行品牌推广和营销，开展直播带货、限时折扣等促销活动，吸引更多消费者关注和购买，同时还可结合农产品展销会、乡村旅游等线下活动，形成线上线下的全方位联动，从而全面提升品牌知名度与影响力。此外，把讲述产品故事作为品牌建设的关键组成部分，深入挖掘农产品的生产历程、文化背景等丰富内涵，并通过故事化的传播策略，将产品的独特性与文化价值传递给消费者，以此增强消费者对品牌的情感联结。

#### 4.5. 完善农村电商金融机制

首先，增强农村金融服务可及性，政府应出台激励政策，引导金融机构在农村地区增设服务网点，扩大金融服务覆盖范围。并且推广数字化金融服务，利用现代科技，简化服务流程，提高金融服务的便捷性和效率，降低农村电商的融资成本以及获取金融服务的门槛。其次，多元化农村电商融资渠道，政府可设立专项基金，为农村电商地区提供财政补贴和低息贷款，减轻其融资负担；还可鼓励社会资本通过股权融资、债券融资等方式，为农村电商提供资金支持，促进其发展壮大；同时，系统梳理当地农村电商企业，引导有条件的农户开展“三品一标”认证，对认证成功的电商企业给予经济支持[20]。此外，提升农村电商金融素养，金融机构应定期开展金融知识普及活动，采用线上线下相结合的方式，向农村地区传授金融产品、风险管理等金融知识。

### 5. 结语

本文在新质生产力的背景下，深入剖析了农村电商转型升级过程中面临的核心制约因素，旨在充分挖掘并利用这一新兴生产力的潜能与机遇，系统性地探索一系列旨在促进农村电商转型升级的有效路径。本文致力于为农村电商的转型升级提供科学指引，进而为农业农村现代化和乡村全面振兴奠定坚实的理论基础与实践框架。

### 参考文献

- [1] 王鹤霏. 农村电商扶贫发展存在的主要问题及对策研究[J]. 经济纵横, 2018(5): 102-106.
- [2] 杨国玉, 唐亮. 基于数字普惠金融视角的新质生产力及其关系研究[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2024, 41(5): 84-94.
- [3] 胡继晔, 付炜炜. 数据要素价值化助力培育新质生产力[J]. 财经问题研究, 2024(9): 48-60.
- [4] 刘震, 周云帆. 新质生产力与高质量发展: 内在逻辑和重要着力点[J]. 上海经济研究, 2024(9): 5-16.
- [5] 连宏萍, 熊学振. 新质生产力赋能乡村振兴的现实困境与破解之道[J]. 改革, 2024(8): 119-129.
- [6] 王洪艳. 新质生产力对碳排放效率的影响——基于产业结构高度化和合理化的双重视角[J]. 统计与决策, 2024,

---

40(17): 24-29.

- [7] 高祥晓, 王永强, 卢秀茹. 数字经济、新质生产力与农业高质量发展[J]. 科学管理研究, 2024, 42(4): 113-123.
- [8] 王珏. 新质生产力: 一个理论框架与指标体系[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版), 2024, 54(1): 35-44.
- [9] 韩文龙, 张瑞生, 赵峰. 新质生产力水平测算与中国经济增长新动能[J]. 数量经济技术经济研究, 2024, 41(6): 5-25.
- [10] 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.
- [11] 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.
- [12] 连宏萍, 金子涵. 农村电商产业可持续发展路径探索——基于行动者网络治理视域[J]. 东岳论丛, 2023, 44(6): 95-105+191-192.
- [13] 卜洁文, 汤龙, 赵妍妍, 等. 农村发展电子商务能减缓资本与劳动力要素外流吗?——以电子商务进农村综合示范政策为例[J]. 金融研究, 2023(10): 145-164.
- [14] 尹志超, 吴子硕. 电商下乡能缩小农村家庭消费不平等吗——基于“电子商务进农村综合示范”政策的准自然实验[J]. 中国农村经济, 2024(3): 61-85.
- [15] 汤龙, 唐跃桓, 杨其静. 农村电子商务、数字普惠金融与城乡共同富裕[J]. 经济社会体制比较, 2024(4): 95-110.
- [16] 张志新, 丁鑫, 刘晓合. 国家电子商务示范城市建设如何缩小城乡收入差距?——基于全国 258 个地级市的证据[J]. 软科学, 2024, 38(3): 70-76+84.
- [17] 姚利好, 易法敏, 孙煜程. 农村电商、数字普惠金融协同促进县域经济增长[J]. 财经问题研究, 2022(11): 67-76.
- [18] 阎斌, 侯艳艳. 基于流通创新视角的农村电商发展研究[J]. 商业经济研究, 2019(20): 140-143.
- [19] 王辉, 张国卿. 乡村振兴背景下农村电商发展的困境选择[J]. 农业经济, 2022(3): 130-132.
- [20] 易法敏, 古飞婷, 刘晓风. 平台资源编排、价值共创与农村电商生态系统演化[J]. 农业经济问题, 2024(9): 94-109.
- [21] 王丽, 滕慧君. “数商兴农”背景下农村电商高质量发展路径探赜[J]. 农业经济, 2024(2): 136-137.
- [22] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.