

新质生产力视角下的农村电商发展策略

吕心如

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年11月24日; 录用日期: 2024年12月6日; 发布日期: 2025年1月16日

摘要

本文从新质生产力的视角出发, 探讨了农村电商的发展现状、面临的问题, 并提出了具体的发展策略。新质生产力强调技术创新、数据资源利用和人力资源优化, 这些要素为农村电商的高质量发展提供了新的动能, 通过政策支持、技术创新、人才培养和品牌建设等多方面的努力, 农村电商有望成为推动乡村振兴的重要力量。本文首先回顾了新质生产力的理论基础和农村电商的发展现状, 分析了农村电商在物流配送、人才短缺、品牌建设等方面的挑战。针对当前面临的挑战, 提出了基于新质生产力视角下的农村电商发展策略, 包括利用大数据和人工智能提升运营效率、优化供应链管理、加强电商人才培养、打造地方特色农产品品牌等。

关键词

新质生产力, 农村电商, 发展策略, 乡村振兴

Development Strategy of Rural E-Commerce from the Perspective of New Quality Productive Forces

Xinru Lyu

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Nov. 24th, 2024; accepted: Dec. 6th, 2024; published: Jan. 16th, 2025

Abstract

This article explores the current development status and problems faced by rural e-commerce from the perspective of new quality productive forces, and proposes specific development strategies. New quality productive forces emphasize technological innovation, utilization of data resources, and optimization of human resources, which provide new impetus for the high-quality development of

rural e-commerce. Through efforts in policy support, technological innovation, talent cultivation, and brand building, rural e-commerce is expected to become an important force in promoting rural revitalization. This article first reviews the theoretical basis of new quality productive forces and the current development status of rural e-commerce, and analyzes the challenges of rural e-commerce in logistics distribution, talent shortage, brand building, and other aspects. In response to the current challenges, a development strategy for rural e-commerce based on the perspective of new quality productive forces has been proposed, including utilizing big data and artificial intelligence to improve operational efficiency, optimizing supply chain management, strengthening e-commerce talent training, and creating local characteristic agricultural product brands.

Keywords

New Quality Productive Forces, Rural E-Commerce, Development Strategies, Rural Revitalization

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

新质生产力推动了农村电商的高质量发展，其应用能够显著提升农村电商的竞争力，助力乡村振兴战略的有效实施[1]。商务部等九部门印发的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》中提出，要深入实施“互联网+”农产品出村进城工程，建设县域农副产品电商直播基地，促进优质农产品上网销售。

2. 新质生产力的概念及其在农村电商中的应用

2.1. 新质生产力的理论基础

新质生产力是指在数字经济背景下，通过技术创新、数据资源利用和人力资源优化等手段，提升生产效率和经济效益的一种新型生产力形态。与传统的物质生产力相比，新质生产力更加注重知识、技术和信息的集成与应用，强调通过智能化、网络化和数字化的方式，实现资源的高效配置和价值的最大化[2]。其主要特征包括技术创新的驱动作用、数据资源的价值挖掘以及人力资源的优化配置，这些要素共同构成了新质生产力的核心内容。

新质生产力是以习近平同志为核心的党中央基于马克思主义生产力理论提出的创新概念，其核心是先进生产力。作为事物的根本属性，本质决定了事物的发展方向和进程。“人类社会的发展，就是先进生产力不断取代落后生产力的历史进程。”[3]由此可见，新质生产力的关键在于技术创新，即通过持续引进新技术、新工艺及新方法，促进生产模式的革新与产业的升级。

2.2. 农村电商的发展模式

农村电商的运营模式丰富多样，主要可以归纳为以下四类：首先是平台型电子商务。这类模式依托于淘宝、京东等大型电商平台，旨在为农村市场提供农产品的线上销售及采购服务，这些平台通常具有广泛的用户基础和成熟的物流体系，能够有效连接城乡市场。二是自营型电商。就是农村合作社、家庭农场等自主建立电商平台，直接销售农产品，这种方式能够更好地控制产品质量和供应链，但面临技术和资金的挑战[4]。三是社交电商。就是利用社交媒体平台如微信、抖音等进行农产品销售，通过社交网络的传播效应，社交电商能够迅速扩大市场影响力，吸引更多的消费者。四是直播电商。就是通过直播

平台如淘宝直播、快手等，农民或网红主播现场展示农产品，实时互动解答消费者疑问，增强消费者的购买意向，直播电商凭借其直观展示和互动交流的特点，已成为农村电商领域的新宠。

2.3. 新质生产力与农村电商的关系

农村电商作为数字经济的重要组成部分，与新质生产力密切相关，二者之间存在着紧密的互动和相互促进的关系。

第一，新质生产力对农村电商的技术创新具有驱动作用。人工智能、物联网和大数据等智能化技术的应用，大大提升了农村电商的运营效率和服务质量。例如，通过人工智能技术，电商平台可以实现智能推荐，提高用户的购物体验。物联网技术可以实现农产品的全程追溯，增强消费者信任，现代物流技术的发展，如无人机配送、智能仓储等，解决了农村地区物流配送的难题，缩短了配送时间，降低了物流成本，移动支付技术的普及，使得农村地区的消费者和商家能够方便快捷地完成交易，促进了农村电商的快速发展。

第二，就对农村电商数据资源的价值挖掘来讲，通过大数据分析，农村电商可以更好地了解市场需求和消费者行为，优化产品结构和营销策略[5]。比如，通过对用户浏览记录、购买记录等数据的分析，电商平台可以进行精准营销，提高转化率，数据资源的利用还可以优化供应链管理。当然为了实现库存的精准预测和动态调整，降低库存成本，企业需要通过多种策略来优化其库存管理，从而提高供应链的整体效率。

第三，就人力资源的优化配置而言，新质生产力强调人力资源的优化，通过教育培训和职业发展，提升农村电商从业者的专业技能和综合素质。如政府和企业可以通过开设电商培训班、提供实习机会等方式，培养一批高素质的农村电商人才，灵活用工和远程办公模式的普及，为农村电商提供了更多的人力资源选择。农民可以在家中通过互联网参与电商运营，增加了就业机会，提高了收入水平，新质生产力促进了人才的流动和跨界合作，吸引了更多有志于农村电商发展的年轻人回到农村，带来了新的思想和创意，推动了农村电商的创新发展。

第四，从生态系统的协同发展层面来看，大型电商平台如淘宝、京东等，通过整合资源、连接供需双方，形成了强大的生态系统。这些平台既为农村电商提供了广阔的市场，还通过提供技术支持、金融服务等增值服务，助力农村电商的发展，新质生产力推动了产业链上下游的协同发展，从原材料供应到生产制造，再到销售服务，整个产业链条都在向智能化、数字化转型。这种通过全流程的优化的方式，提高了整体效率和竞争力，不同行业之间的界限逐渐变得模糊，跨界融合成为新的增长点。例如，制造业与服务业的结合、传统行业与互联网的融合，催生了新的商业模式和业态，为农村电商的发展提供了新的机遇。

新质生产力与农村电商之间存在密切的互动关系。技术创新、数据资源利用和人力资源优化等新质生产力的核心要素，为农村电商的发展提供了新的动力和路径。新质生产力的应用提升了农村电商的竞争力，也为农村经济的高质量发展注入了新的活力。

3. 农村电商的发展现状与问题

中国特色社会主义进入新时代以来，随着互联网和电子商务的快速发展，农村电商在中国取得了显著的成效。在某些地区，电子商务已发展成为农村电商的标杆案例。例如，贵州省通过示范县建设，利用电商产业园作为平台，推广了一定的产业模式。该模式构建了一个涵盖“生产基地 + 服务站点 + 产地预冷设施 + 服务中心 + 仓储配送云平台 + 网络化销售网络”的农村电商综合运营系统，有效促进了农产品的外销和工业品向农村市场的流通，实现了双向融合发展的目标；还有湖南新邵县创新实施“人

“+ 货 + 站”电商模式，通过人才培训、网红经济带动、网货供应链建设和站点联盟整合，探索农村电商的多元化发展路径，这种模式既解决了农业公益服务和社会化服务不足的问题，还为返乡创业者提供了平台。

3.1. 农村电商的发展现状

3.1.1. 市场规模快速增长

近年来，得益于互联网及智能手机的广泛普及，农村电商市场经历了快速扩张。《2021全国县域数字农业农村电子商务发展报告》显示2020年全国2083个县域的网络零售额达到35303.2亿元，比上年增长14.0%，占全国网络零售额的比重为30.0%。农村电商现已成为驱动农村经济发展的关键因素之一。

3.1.2. 农产品销售显著提升

电商平台为农产品提供了更广阔的销售渠道，帮助农民解决了“卖难”问题，提高了农产品的附加值。例如，2019年“双十一”期间，淘宝平台上农产品销售额同比增长超过50%，显示出农村电商的巨大潜力。

3.1.3. 农村消费升级

据2024年7月15日国家统计局发布信息显示，2024年农村居民的人均在线消费支出达到了1500元，相较于前一年增长了20%。农村电商不仅促进了农产品的销售，还激发了农村地区的消费升级趋势。农民通过电商平台能够购买到更多种类、更高质量的商品，提高了生活质量[6]。

3.1.4. 就业创业机会增加

2024年农村电商直接和间接带动就业超过1000万人。农村电商的发展为当地居民提供了大量的就业和创业机会，包括电商运营、物流配送、网络营销等岗位，促进了农村经济的多元化发展。

3.2. 农村电商面临的问题

3.2.1. 信息化水平差异

农村地区的信息化建设相对滞后，宽带网络覆盖率低，网络速度慢，影响了电商的使用体验。同时，农民的互联网使用技能普遍不高，需要进一步加强培训和普及，因此信息化水平的差异使得部分农村地区无法充分享受到电商带来的便利。

3.2.2. 物流配送难题

农村地区交通不便，物流基础设施相对落后，导致配送成本高、效率低，特别是在偏远山区和乡村，物流网络覆盖不足，影响了农产品的及时配送[7]。这既增加了农民的物流成本，同时也影响到了消费者的购物体验。

3.2.3. 人才短缺

农村地区普遍面临电商运营、营销等方面专业人才短缺的问题。虽然政府和企业加大了培训力度，但仍然难以满足市场需求，此外，由于待遇和发展空间有限，留住人才也是一个难题，因此专业人才的缺失导致农村电商在运营与管理上面临众多挑战。

3.2.4. 品牌建设不足

许多农村地区的农产品缺乏品牌意识，产品质量参差不齐，一些不良商家利用虚假宣传等手段误导消费者，损害了农村电商的信誉，品牌建设的欠缺影响了农产品的市场竞争能力，同时也限制了农村电商的长期发展。

3.2.5. 法规标准不完善

农村电商的发展还面临法律法规和标准体系不完善的问题。例如，农产品的质量标准、物流配送标准、消费者权益保护等方面仍需进一步明确和完善。缺乏完善的法规标准，使得农村电商在实际运营中存在一定的风险和不确定性。

农村电商在促进农村经济增长、提升农产品销售、引领消费升级以及创造更多就业和创业机会等方面已取得显著成果。然而，物流配送难题、人才短缺、品牌建设不足、信息化水平差异和法规标准不完善等问题依然存在，制约了农村电商的进一步发展[8]。要解决上述问题，需要政府、企业和社会各界共同协作，采取包括政策扶持、技术创新、人才培养及品牌建设在内的多元化措施，以促进农村电商的高质量发展。

4. 新质生产力视角下的农村电商发展策略

新质生产力着重于科技创新的作用，通过将大数据、区块链、人工智能等先进信息技术与电子商务产业深度融合，助力农村电商向高端化、智能化和绿色化方向发展[9]。

4.1. 技术创新驱动

通过应用人工智能、物联网和大数据等智能化技术，农村电商的运营效率和服务质量得到了显著提升。例如，利用人工智能技术，可以实现智能推荐功能，从而提高用户的购物体验；而物联网技术的应用则使得农产品的全程追溯成为可能，增强了消费者的信任感。还可以发展现代物流技术，比如无人机配送和智能仓储等，以此来解决农村地区物流配送面临的挑战，从而缩短配送时间并降低物流成本。除了在物流上创新之外，也可以从支付技术上进行创新改善，可以持续推广移动支付技术，简化交易流程，提高交易的安全性和便捷性，也可以促进农村电商的普及和发展。

4.2. 数据资源深度挖掘

借助大数据分析，农村电商能够更深入地洞察市场需求及消费者行为，进而优化产品组合和营销策略。例如，通过分析用户的浏览历史和购买记录等信息，实施精准营销，提升转化效率。还可以通过利用数据资源优化供应链管理，实现库存的精准预测和动态调整，降低库存成本，提高供应链的整体效率，利用数据共享和信用评估，建立完善的信用体系，减少交易风险，提升市场信任度。

4.3. 人力资源优化配置

通过教育培训和职业发展，提升农村电商从业者的专业技能和综合素质。政府和企业可以合作开设电商培训班、提供实习机会等方式，培养一批高素质的农村电商人才，推广灵活用工和远程办公模式，为农村电商提供更多的人力资源选择。这样一来，农民可以在家中通过互联网参与电商运营，增加就业机会，提高收入水平，促进人才的流动和跨界合作，吸引更多有志于农村电商发展的年轻人回到农村，带来新的思想和创意，推动农村电商的创新发展。

4.4. 品牌建设和市场拓展

鼓励和支持农村电商企业打造具有地方特色的农产品品牌，提升产品的市场竞争力。通过品牌建设，提高农产品的附加值和市场认知度，充分利用新媒体平台如社交媒体、短视频平台等进行品牌推广，扩大市场影响力[10]。还可以通过直播带货、短视频营销等方式，吸引更多年轻消费者，鼓励农村电商企业开拓国内外市场，通过跨境电商平台将农产品销往国际市场，这要求加强国内外电商平台之间的合作，以拓宽销售渠道。通过深化合作，不仅能够提升农产品的国际知名度，还能为农户带来更多的销售机会，

促进农业的国际化发展。

4.5. 政策支持与环境优化

政府应制定更多支持农村电商发展的政策措施，涵盖资金支持、税收优惠和技术支持等方面，完善相关法律法规和标准体系。在政策支持的基础上，农村电商的发展可以进一步培养专业人才，可以加大对创新人才的培养和引进力度。为确保农村电商的健康发展，需要营造有利的政策环境和丰富的人力资源条件，从而为其提供坚实的制度与人才支持。

另外，通过明确农产品的质量标准、物流配送标准、消费者权益保护等方面的规定，来减少交易风险，加强农村地区的基础设施建设，尤其是交通、通讯和物流等基础设施，它们为农村电商的成长提供了必要的硬件支撑。这些基础设施的完善，能够降低物流成本，缩短配送时间，还能提高消费者的购物体验，进而促进农村电商市场的繁荣发展。

5. 结论

在新质生产力视角下，农村电商的发展策略应着重于科技创新和产业升级，以推动农业现代化和农村经济的高质量发展[11]。近年来，随着国家政策的支持和互联网技术的普及，农村电商已成为促进乡村振兴的重要引擎。在新质生产力视角下，农村电商的发展策略应聚焦于科技创新、人才培养、基础设施建设以及品牌建设等方面通过上述策略的执行，可以有效促进农村电商的高质量发展，助力乡村振兴战略目标的达成，最终提升农民的生活质量。通过实施这些措施，能够优化农村电商的发展环境，激发农村经济的新活力，为实现乡村全面振兴贡献力量。

参考文献

- [1] 钟垚鑫. 新质生产力活化传统农产品营销生态逻辑研析——评《农村电商新思维——农业创新营销模式设计》[J]. 商业经济研究, 2024(19): 2.
- [2] 曾绍龙, 傅沁怡, 纪曼. 创新视域下新质生产力的理论内涵、现实基础及挑战与对策研究[J]. 上海对外经贸大学学报, 2024, 31(5): 49-63.
- [3] 江泽民. 江泽民文选: 第3卷[M]. 北京: 人民出版社, 2006: 274-275.
- [4] 孔德营. 乡村振兴战略下农村电商赋能产业发展模式研究[J]. 中国商论, 2024, 33(15): 49-52.
- [5] 曾丽平. 乡村产业振兴视域下农村电商发展研究[J]. 中共乐山市委党校学报, 2024, 26(5): 63-73.
- [6] 陈玲. 网络经济发展与农村居民消费升级关系的实证分析[J]. 商业经济研究, 2019(16): 129-132.
- [7] 周群力, 程郁. 发展农村电商面临的突出问题及建议[N]. 中国经济时报, 2016-02-24(005).
- [8] 陈治宇. 乡村振兴视域下农村电商高质量发展面临的主要问题及对策[J]. 科学发展, 2024(1): 61-67.
- [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(002).
- [10] 冯敏贤, 陆欣潼, 吴晓菊. 农村电商发展中“新媒体 + 电商”模式有效策略研究[J]. 山西农经, 2022(18): 46-48.
- [11] 白舒婕. 农产品电商焕发“新质力量” [N]. 国际商报, 2024-09-25(001).