

新质生产力赋能农村电商发展的路径研究

李成蹊

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年2月20日; 录用日期: 2025年2月28日; 发布日期: 2025年3月26日

摘 要

我国农村电商在政策与技术的双重驱动下快速发展, 但其进程仍受城乡二元结构深层矛盾制约: 基础设施薄弱导致生鲜产品高损耗, 偏远地区网络覆盖不足阻碍数字化进程; 从业者技能与市场需求错位, 初级农产品同质化与品牌缺失加剧低效竞争; 区域产业链割裂进一步放大资源禀赋差异。为破解上述困境, 需构建“基建-人才-产业-区域”四位一体赋能框架——通过基建均衡化筑牢发展根基, 以多层次人才培养激活内生动力, 依托全链条数字化重塑产业价值, 借力跨区域协作机制优化资源配置。新质生产力赋能农村电商发展需兼顾技术创新与制度创新, 推动生产要素高效流动与利益共享, 为乡村振兴与共同富裕提供系统性支撑。

关键词

新质生产力, 农村电商, 乡村振兴

Research on the Path of Empowering Rural E-Commerce Development with New Quality Productivity

Chengxi Li

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Feb. 20th, 2025; accepted: Feb. 28th, 2025; published: Mar. 26th, 2025

Abstract

Under the dual drive of policies and technology, rural e-commerce in China has developed rapidly, but its progress is still constrained by deep-seated contradictions in the urban-rural dual structure: weak infrastructure leads to high consumption of fresh products, and insufficient network coverage in remote areas hinders the digitalization process; The mismatch between the skills of practitioners

and market demand, coupled with the homogenization of primary agricultural products and the lack of branding exacerbating inefficient competition; The fragmentation of regional industrial chains further amplifies the differences in resource endowments. To solve the above difficulties, it is necessary to construct a four in one empowerment framework of “infrastructure-talent-industry-region”—to build a solid foundation for development through balanced infrastructure, activate endogenous power through multi-level talent cultivation, reshape industrial value through full chain digitization, and optimize resource allocation through cross regional cooperation mechanisms. Empowering the development of rural e-commerce with new quality productivity requires a balance between technological innovation and institutional innovation, promoting efficient flow of production factors and benefit sharing, and providing systematic support for rural revitalization and common prosperity.

Keywords

New Quality Productivity, Rural E-Commerce, 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

随着数字技术革命纵深推进,新质生产力(以数字化、智能化、绿色化为核心)成为驱动经济高质量发展的重要引擎[1]。农村电商作为乡村振兴的关键抓手,近年来发展迅猛:2023年全国农村网络零售额突破2.5万亿元,直播电商、社区团购等新业态加速渗透[2]。然而,农村电商仍面临基础设施薄弱(如冷链物流覆盖率不足30%)、专业人才短缺(电商从业者缺口超200万人)、品牌同质化严重等现实瓶颈[3]。

2024年中央一号文件明确提出“实施农村电商高质量发展工程”,将“数商兴农”纳入新质生产力的核心范畴[4]。在此背景下,探究新质生产力如何赋能农村电商发展,既是破解城乡数字鸿沟、推动产业升级的理论命题,也是实现农民增收、助力乡村振兴的实践需求。研究从技术、政策、人才、产业四维度切入,系统性探索新质生产力赋能农村电商的可行路径,为相关决策提供参考。

2. 农村电商的发展现状及挑战

当前,我国农村电商在政策红利与技术赋能的叠加作用下,已成为乡村振兴的重要引擎,网络零售规模突破2.5万亿元、新业态渗透率超40%等数据彰显其增长活力[2]。然而,这一进程始终伴随“破局”与“掣肘”的双重属性——基础设施的城乡鸿沟、人力资本的供需断层、产业链条的价值失衡、区域协同的制度壁垒等结构性矛盾相互交织,既压缩了现有模式的可持续空间,亦倒逼从局部优化向系统重构的转型突围。具体表现为以下四重核心张力:

2.1. 基础设施建设滞后与数字化需求激增的矛盾

当前农村电商发展势头迅猛,2023年网络零售额突破2.5万亿元,直播电商、社区团购等新模式贡献超四成份额,拼多多“农地云拼”模式已覆盖全国2000余个县域[5]。然而,硬件短板严重制约潜力释放:全国农村冷链物流覆盖率不足30%,云南、贵州等西部省份冷链缺口超60%,生鲜农产品损耗率高达25%(城市平均为8%),直接推高物流成本;同时,约60%的行政村尚未覆盖5G网络,广西、甘肃等地农民直播时常因信号中断被迫下播,数字化工具难以落地[6]。尽管国家启动“县域商业体系建设行动”,

但资金投入分散、区域分配不均等问题导致基建升级进度缓慢。

2.2. 人才资源短缺与技能错配的双重困境

政策层面，地方政府联合平台企业推出“新农人培训计划”，如阿里巴巴“村播计划”累计培训超 10 万名农民主播，但人才供给仍远低于需求。结构性矛盾突出：一方面，中西部县域超 80% 的电商从业者为初中学历，仅 15% 接受过系统培训，广西百色芒果农户反映“会种不会卖，直播时连产品卖点都讲不清”[7]；另一方面，高校毕业生返乡意愿低，河南某县 2024 年电商招聘会上，技术运营岗位报名人数不足计划数的 30% [8]。技能错配导致农产品网销集中于低价促销，缺乏品牌策划与用户运营能力，难以形成长期竞争力。

2.3. 初级产品主导与品牌化转型的失衡

农村电商目前 70% 以上的交易来自水果、粮油等初级农产品，但附加值低、同质化严重：陕西洛川苹果线上售价仅为线下品牌的 1/3，且因缺乏溯源体系，消费者难以区分品质差异[9]。尽管部分地区尝试打造区域公共品牌(如五常大米、赣南脐橙)，但全国农产品品牌化率不足 10%，大量中小农户仍陷于低价内卷。与此同时，消费者对绿色有机、精深加工产品的需求逐年上升，2023 年天猫“有机杂粮”搜索量增长 120%，但农村电商供给端响应不足，深加工产品占比不足 5%，供需结构性矛盾凸显[7]。

2.4. 区域资源禀赋与协同机制的割裂

东部沿海依托产业集群优势，形成“一县一业”电商生态，如浙江临安坚果产业带动 200 余个网店集群，年销售额超 50 亿元[8]。而中西部仍以原材料输出为主，贵州遵义辣椒线上销售中，80% 以散装形式低价销往东部加工企业，本地深加工环节缺失导致利润外流[9]。尽管国家推动“东数西算”工程，但区域协同仍停留在数据存储层面，浙江电商平台与新疆干果产地的合作仅限采购协议，缺乏技术赋能(如 AI 选品、智能分拣)和利益共享机制，东西部产业链“断链”问题亟待破解。

3. 新质生产力赋能农村电商发展的理论模型

基于“技术 - 数据 - 制度”三元互动框架，构建新质生产力赋能农村电商的“三阶跃迁”模型：第一阶是技术渗透，通过数字基建下沉和生产工具升级，缩小城乡“接入鸿沟”，降低物流边际成本；第二阶是数据增值，通过需求侧响应和供给侧重构，破解农产品供需错配，催生新业态[5]；第三阶是制度协同，通过治理机制革新和组织形态进化，形成风险共担体，实现资源的高效配置。

这一理论模型不仅突破了“技术决定论”的局限，揭示了制度创新对技术扩散的调节效应，还重构了要素配置逻辑，论证了数据要素对传统要素的乘数效应，为农村电商从“资源驱动”转向“创新驱动”提供了理论支撑[6]。同时，它延展了城乡融合的路径，将新质生产力作为破解城乡二元结构的新变量，拓展了数字经济反哺乡村的理论边界[7]。

4. 新质生产力赋能农村电商发展的路径

面对农村电商的结构性矛盾，需跳出“单点突破”思维，构建“基建托底 - 人才驱动 - 链式创新 - 区域联动”四位一体的系统性赋能框架。以城乡数字基建均衡化为前提，以人力资本提质为内核，以全产业链数字化重构为手段，以跨区域资源整合为突破，推动政策靶向发力、技术下沉适配、机制协同创新的深度融合。政府、平台、企业、农户等多主体需围绕以下核心任务形成合力，破解增长瓶颈，激活农村电商高质量可持续发展的内生动力。

4.1. 夯实数字化基础设施底座，打通城乡要素流通堵点

针对冷链物流覆盖率低与网络基建薄弱的核心问题，需实施“硬基建 + 软服务”双轮驱动战略。在硬件层面，中央财政应设立专项补贴(比例不低于总投资的 40%)，重点支持中西部县域建设产地预冷库、移动式冷链车等设施，力争 2025 年实现生鲜主产区冷链覆盖率达 60% [10]。同时，推进“村村通 5G”工程，引导三大运营商对 832 个脱贫县实行基站建设成本分摊机制，确保 2026 年行政村 5G 通达率超过 90%。在软件服务层面，支持京东、顺丰等企业搭建“共享冷链”数字化平台，通过物联网传感器实时监控运输温湿度，将生鲜损耗率控制在 8% 以内[8]。浙江安吉县已通过该模式实现白茶运输成本下降 35%，可为全国提供借鉴[7]。

4.2. 构建多层次人才培育体系，破解人力资本结构性矛盾

建立“高校定向培养 + 企业实战培训 + 政策引导回流”的立体化人才供给链。教育部应推动 50 所职业院校开设“智慧农业与电商运营”专业，采用“2 年理论 + 1 年企业实训”模式，每年定向输送 5 万名复合型人才[4]。对于现有从业者，依托抖音“新农人计划”、拼多多“多多课堂”等平台，开发“短视频制作 - 数据分析 - 品牌管理”阶梯式课程体系，并对完成 500 学时培训的农民发放专项认证，提高市场竞争力。此外，实施“返乡创业金钥匙工程”，对高校毕业生返乡从事电商给予最高 50 万元贴息贷款，并在湖北宜昌、四川眉山等试点地区推行“电商人才积分落户”政策，吸引技术青年下沉[9]。

4.3. 推动全产业链数字化升级，释放供给侧提质增效潜力

以“生产智能化、流通高效化、营销精准化”为目标重构产业链。在生产端，推广大疆农业无人机、托普云农智能监测系统等设备，实现种植环节的病虫害 AI 识别与精准施肥，预计可使农产品优质率提升 25% 以上[8]。在流通端，支持阿里巴巴搭建“县域供应链大脑”，通过算法预测区域消费需求，动态调整仓储布局，将农产品跨省流通时效缩短至 48 小时内[8]。在营销端，推动农业农村部联合小红书、快手等平台建立“地标农产品数据库”，利用 VR 技术还原生产过程，并基于用户画像实现千人千面的内容推送，广西百色芒果借此实现复购率提升 40% [6]。

4.4. 创新区域协同发展机制，激活东西部资源整合效能

打破地域壁垒，构建“东部技术 + 西部资源 + 中央政策”三角联动模式。在浙江、江苏等电商发达省份设立“西部电商飞地”，提供免费办公空间与数据服务，吸引中西部企业入驻学习运营经验。同时，建立“东西部电商收益共享基金”，要求东部平台将西部农产品销售额的 1% 反哺产地，用于品牌建设与技术看新。政策层面，建议国务院乡村振兴局牵头制定《农村电商跨区域协作条例》，明确税收分成、数据归属等细则，并在成渝地区开展试点，探索“重庆流量运营 + 四川产品供应”的分工模式，2024 年首批试点已带动川渝农产品网络零售额同比增长 62% [10]。

5. 结语

农村电商的可持续发展，既是数字经济向乡村延伸的破题关键，更是实现城乡资源要素公平配置的制度性考验。当前，基础设施滞后、人才技能断层、产业链低端锁定、区域协同不足等挑战，本质上是传统城乡二元结构在数字化时代的投射。文章提出的“四位一体”赋能框架，旨在通过系统性重构基础设施、人力资本、产业链条与区域协作机制，打破“有增长无升级”的困境。

未来，农村电商的转型需进一步强化“技术创新”与“制度创新”的双轮驱动：既要通过 5G、AI、区块链等技术手段缩小城乡数字鸿沟，也要依托土地流转改革、数据产权界定等制度设计激活生产要素

活力；既需平台企业以“技术下沉”履行社会责任，更需地方政府以“包容性治理”平衡市场效率与公平[10]。唯有构建多方共治、利益共享的生态体系，方能将农村电商从“流量红利”的短期爆发，转向“普惠性增长”的长期价值，最终成为乡村振兴与共同富裕的核心支点。

参考文献

- [1] 孙欣, 曹延泓. 新质生产力赋能农村电商发展的要素机制与实践路径研究[J]. 中国商论, 2025, 34(3): 9-12.
- [2] 黄刚. 新质生产力视域下农村电商高质量发展路径探究[J]. 智慧农业导刊, 2024, 4(24): 17-20.
- [3] 胡莱, 胡斌, 曹原豪. 直播电商赋能农村创业的作用机理——基于新质生产力视角的多案例研究[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2024(6): 25-36.
- [4] 马潇野, 郑仕勇, 吴俊. 农村物流与电商协同发展对新质生产力的影响及空间溢出效应[J]. 商业经济研究, 2024(12): 21-25.
- [5] 龚六堂. 完善数字经济税收政策促进新质生产力发展[J]. 国际税收, 2025(1): 3-13.
- [6] 李锋, 江灿. 新质生产力赋能乡村振兴的理论逻辑、现实困境与实践路径[J/OL]. 南京农业大学学报(社会科学版): 1-12. <https://link.cnki.net/doi/10.19714/j.cnki.1671-7465.20241226.001>, 2025-02-27.
- [7] 张明珠, 袁方玉. 以新质生产力赋能乡村振兴高质量发展[J]. 宏观经济管理, 2024(12): 48-56.
- [8] 刘俊杰, 祖健. 构建适应农业新质生产力的新型生产关系[J]. 中州学刊, 2024(11): 32-40.
- [9] 马莉莉, 马梦涓, 余紫菱. 数字贸易创新发展赋能新质生产力: 内在逻辑、现实困境及实践路径[J]. 西安财经大学学报, 2025, 38(2): 3-15.
- [10] 黄博, 吴晗. 新质生产力背景下农民数字素养的构成与运行[J]. 江苏社会科学, 2024(6): 140-148.