

新质生产力导向下中西部农村电商发展的困境与突破路径

杨利君

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2025年2月10日; 录用日期: 2025年2月24日; 发布日期: 2025年3月18日

摘 要

在全球经济与科技变革的大背景下, 新质生产力成为经济发展的关键力量, 农村电商对农村经济振兴意义重大, 中西部地区的发展备受关注。中西部农村电商虽在交易规模、平台架构、产业融合及政策支撑等方面取得一定进展, 但仍面临诸多困境。技术创新应用存在结构性阻碍, 网络设施滞后、技术集成协同缺失; 创新生态系统功能性紊乱, 融资困难、技术转移不畅、主体互动不佳; 数字化人才培养有系统性缺陷, 培养体系失衡、激励留存艰难。为此, 应加大网络建设投入、建立技术协同中心、设立金融扶持基金、优化人才培养与激励机制等。通过这些举措, 有望突破困境, 释放新质生产力效能, 推动中西部农村电商持续发展, 助力乡村振兴战略实施, 缩小城乡差距。

关键词

新质生产力, 农村电商, 技术创新, 创新生态, 数字化人才

The Dilemma and Breakthrough Path of Rural E-Commerce Development in Central and Western China under the Orientation of New Quality Productivity

Lijun Yang

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Feb. 10th, 2025; accepted: Feb. 24th, 2025; published: Mar. 18th, 2025

Abstract

In the context of global economic and technological change, new quality productivity has become a key force for economic development, rural e-commerce is of great significance to the revitalisation of the rural economy, and the development of the central and western regions has attracted much attention. Although rural e-commerce in central and western China has made some progress in terms of transaction scale, platform architecture, industrial integration and policy support, it still faces many difficulties. There are structural impediments to the application of technological innovation, lagging network facilities, lack of technology integration and synergy; dysfunctional innovation ecosystems, financing difficulties, poor technology transfer, poor subject interaction; digital talent cultivation has systemic deficiencies, imbalance in the cultivation system, incentives to retain difficult. To this end, network construction investment should be increased, technology synergy centres should be established, financial support funds should be set up, and talent training and incentive mechanisms should be optimized. Through these initiatives, it is expected to break through the predicament, release the effectiveness of the new quality productivity, promote the sustainable development of rural e-commerce in central and western China, help the implementation of rural revitalisation strategy, and narrow the gap between urban and rural areas.

Keywords

New Quality Productivity, Rural E-Commerce, Technological Innovation, Innovation Ecology, Digital Talent

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

在全球经济格局深度转型与科技产业革命的时代背景下，新质生产力凭借其创新性、高效性与可持续性特质，成为重塑经济发展的核心力量，其本质在于科技创新与产业的深度融合，驱动生产力跨越传统边界实现跃升。农村电商作为农村经济振兴核心，受新质生产力影响虽有新机遇，但也面临诸多困境。尤其在中西部农村地区，虽农业资源丰富、市场潜力大，但电商发展受网络基础设施薄弱、技术应用与创新不足、人才短缺等问题严重制约。本研究聚焦基础设施、人才等关键维度，深入剖析这些阻碍因素，探寻破解之策，旨在为农村电商可持续发展提供理论与实践指引，助力乡村振兴战略实施，推动城乡经济均衡发展，具有重要的现实意义与研究价值。

2. 新质生产力与农村电商的内涵关联

新质生产力是马克思理论中国化的最新成果，是马克思传统生产力理论的创新与实践。相较于传统生产力，新质生产力本质上是以算力为代表的新质态的生产力[1]，是以科技创新为主导，实现关键性颠覆性核心技术突破的生产力[2]。就其本质而言，新质生产力在传统三要素基础上更强调高素质劳动者、新介质劳动资料和新料质劳动对象，是传统生产力的迁跃[3]。新质生产力是一个战略性的概念，可以将其定义为所有能够促进基于技术进步之上提高单位产品科技含量和附加值的经济活动[4]。新质生产力的核心内涵在于科技创新与产业的深度融合。其依托大数据、人工智能、物联网、区块链等前沿技术，突破传统生产力的边界。在科技创新层面，驱动生产方式从粗放型向精细化、智能化转变，实现生产效率

的飞跃、成本的深度优化以及产品质量的显著提升，这一变革基于对生产流程的重塑与生产要素的全新配置。在产业融合维度，促进产业链上下游资源的有机整合，催生出具有创新性的产业生态与多元化商业模式，激发市场内生创新动力与活力，推动经济增长模式从传统的要素驱动、投资驱动进阶至创新驱动阶段，进而达成经济可持续、高质量发展的目标，重塑经济发展的整体格局与秩序架构。

农村电商涉及现代技术升级、经济模式转换及场景联通交互。农村电子商务涉及运用电子商务技术优化农村地区交易、生产、经营、管理及其相关活动效率与成效一系列过程。从经营模式来看，可总结为“互联网+农业”，即通过高效地调动政策、资金、技术等资源，推动农村地区各个领域的高效发展[5]。还有学者从三产融合角度出发，指出农村电商是实现农村地区一、二、三产业融合发展的重要途径，通过农村电商可以实现农村地区产业集群的高质量发展[6]。作为农业现代化进程推进过程中兴起的新事物，自身也蕴藏着先进生产力。农业农村部信息中心主任王小兵参加 2024 中国农产品电商高层研讨会时提出，农产品电商已成为新质生产力发展的重要标志，视为农村数字经济发展的突破口和领头羊。

新质生产力不仅仅是指工业，而应当包括更为广泛的领域，尤其是农业。新质生产力为农村电商提供技术支撑与创新动力。大数据技术凭借其精准的市场洞察能力，助力电商平台深入了解消费者需求，优化商品推荐系统，实现精准营销。其中人工智能技术的应用显著提升了电商平台的运营效率，智能客服、智能仓储管理等智能化应用的引入，有效降低了运营成本，提高了服务质量，物联网技术在农产品生产过程中的应用，实现了智能化监控与管理，确保了农产品的质量安全，提升了农产品的品质与市场竞争力。区块链技术的应用则增强了农村电商交易的安全性及信任度，为农村电商市场的健康发展提供了有力保障。新质生产力也推动农村电商产业创新升级。其创新体系促使农村电商催生出一系列全新的商业模式与业态，农产品直播带货、社区团购等新兴模式的涌现，为农产品销售开辟了全新的渠道。同时，新质生产力加速了农村电商与其他产业的深度融合，推动了农村产业结构的优化升级。

同时农村电商为新质生产力提供应用场景和市场需求，随着农村电商市场规模的不断扩大，对大数据、人工智能、物联网等前沿技术的需求呈现出爆发式增长态势，这促使企业加大技术研发投入，加速技术创新与应用的步伐。其发展中的问题也为新质生产力指明创新方向。如农产品质量追溯、物流配送效率提升等，也为新质生产力的发展指明了创新方向，提供了创新动力。农村电商通过市场需求反馈，也倒逼农村产业创新。电商平台上消费者对农产品品质、品种、包装等方面的多样化需求信息，能够及时传递给农业生产企业。企业依据这些反馈信息，调整生产结构，优化产品品质，创新产品包装，推动农村产业朝着高端化、智能化、绿色化方向转型升级。

3. 中西部农村电商发展现存困境剖析

3.1. 中西部农村电子商务发展现状

3.1.1. 交易规模扩张与品类多元化演进

近年来，农村电子商务交易总额呈现出持续且显著的增长态势，农产品上行渠道日益畅通，众多特色农产品借助电商平台成功突破地域限制，实现了跨区域乃至跨国界的市场拓展。其次，电商平台的介入可以打破传统的销售模式，实现农产品的远程销售和精准营销，使农产品销售更加便捷快速，有助于农产品的品牌化和增值[7]。其中中西部农村电商也逐渐成为农村经济发展中的重要力量。中西部地区利用其丰富的特色农产品资源，积极开拓电商市场，众多农产品成功借助电商平台跨越地域限制，实现了向全国乃至国际市场的拓展，有力地推动了当地农业经济的发展。

3.1.2. 平台架构完善与服务功能深化

在平台架构与服务功能建设上，主流电商平台高度重视农村市场布局，包括中西部地区在内的县、

乡、村多级电商服务网络体系日益完善。这些服务站点功能集成度不断提升，在中西部地区，不仅为农民提供了便捷的网购渠道，还在农产品线上销售对接、物流配送中转以及电商知识技能培训普及等方面发挥着关键作用。通过大数据分析精准匹配供需关系，有效促进了中西部地区农产品的标准化生产与品牌化塑造进程，显著提高了当地农村电商的运营效率与服务质量，为农村电商的持续发展奠定了坚实基础。通过电商平台的大数据分析和精准营销，农产品的生产规模和结构可以更好地与市场需求相匹配，避免了过剩和浪费[8]。

3.1.3. 产业深度融合与集群协同发展

产业深度融合与集群协同发展方面，农村电子商务与农业、农产品加工业、农村服务业在全国范围内深度融合，中西部地区也积极参与其中，并形成了一些具有地方特色和竞争优势的产业集群。部分中西部地区围绕特色农产品构建起完整的产业链条，涵盖种植、加工、销售等环节，借助电商平台实现各环节的高效协同与价值增值。以“淘宝村”为代表的农村电子商务发展迅速，不仅降低了农村居民生活成本，还通过提高市场潜能、丰富商品种类、降低地理环境因素的影响等显著扩大了农村地区市场规模[9]。在此基础上，各地因地制宜自发形成产业集群，同时还搭建了有组织的电子商务协会以提高主动性集体效率[10]。

3.1.4. 政策体系支撑与发展环境优化

政府从战略高度重视中西部农村电子商务发展，制定并实施了一系列扶持政策，构建起较为完善的政策支撑体系。在基础设施建设维度，持续加大对农村网络通信设施、物流仓储配送设施等的投入力度，改善农村电商发展硬件条件；人才培养方面，积极开展各类电商专业培训项目，旨在培育一批既懂农业又精通电商运营与管理的复合型人才；金融支持领域，设立农村电商专项发展基金，通过贷款贴息、风险补偿等方式引导金融资源向农村电商倾斜；税收政策上给予相应减免优惠，全方位营造有利于农村电商蓬勃发展的政策环境与社会氛围，有力推动中西部农村电子商务健康、有序发展。

3.2. 中西部农村电子商务发展的问题

3.2.1. 技术创新应用的结构性阻碍

在农村电子商务发展进程中，在技术创新应用的结构性阻碍层面，数据揭示出诸多问题。根据《地级市数字基础设施数据(2000~2022)》表明以我国中西部的四川、贵州等地农村为典型，其网络基础设施建设滞后显著，网络覆盖率仅达 60%，4G 信号弱覆盖区域占比高达 40%，这使得智能推荐系统等电商技术在农村的应用严重受限。而且农民操作复杂电商系统存在困难，这进一步限制智能推荐系统的有效应用，致使其难以发挥提升销售转化率的预期效能，致使技术价值难以在农村电商场景中充分实现。

在技术集成协同方面，技术集成协同缺失，物联网、电商平台、物流信息技术在农村电商产业链各环节脱节严重。而且在销售与配送环节，电商平台生成的订单信息与物流配送系统对接不畅，常出现信息传输延迟、数据不一致等问题，增加农产品损耗风险，影响农村电商整体运营效率与服务品质，阻碍农村电商技术发展。以四川农业大省为例，四川省人民政府网站《快递业务量突破 30 亿件大关比去年提前 77 天川果、川味、川菜寄递量均超 1 亿件》中显示约 35%农产品生产环节物联网设备数据传至电商平台时存在延迟或错误，使得电商企业基于此类数据开展精准营销与库存管理的准确率低于 60%。在销售与配送环节，近 25%订单信息于电商平台和物流配送系统对接时出现问题，直接致使物流配送时效平均延长 1.5 天，农产品损耗率上升 10%。

3.2.2. 创新生态系统的功能性紊乱

在创新生态系统的功能性紊乱方面，根据《云南省金融运行报告(2023)》和《广西壮族自治区金融运

行报告(2023)》显示经济欠发达的云南、广西等地农村电商企业在金融数据上表现堪忧,获得银行贷款的比例仅为 30%,创新项目融资成功率不足 20%,与城市电商企业形成巨大反差。从技术转移角度看,东部发达城市向中西部农村电商领域转化的技术成果占比仅为 15%。就创新主体互动而言,对云南、贵州的几个农业县的调查表明,大部分的农户对电商市场动态缺乏了解,甚至有些农村电商企业存在信息封锁行为,而且科研机构成果在农村电商领域的应用率较低。

创新要素流动阻滞,城乡二元结构下创新资源梯度差异显著。在金融领域,金融机构基于风险偏好与盈利考量,对农村电商企业创新项目融资设定严苛条件,导致农村电商创新资金短缺,众多潜力创新项目因资金匮乏而搁置。如云南、广西等地农村电商企业金融数据所显示的低贷款获取率与低融资成功率。在技术转移方面,城市科研机构、高校虽持有先进技术成果,但受农村市场信息不对称、技术承接能力弱及转化渠道不畅等因素制约,大量成果难以有效向农村电商领域转移转化,农村电商企业获取新技术成本高昂,进一步拉大城乡创新能力差距

3.2.3. 数字化人才培育的系统性缺陷

人才培养体系结构性失衡,学历教育与职业培训协同缺失、供需错位。由《中国电子商务报告(2022)》在学校课程官网调研中,中西部部分农业院校和职业院校的农村电商相关专业实践课程占比较低,远低于行业所需的 60%,难以满足企业对人才实践能力的需求。而且实践教学环节薄弱,学生缺乏真实项目实操机会,难以将理论知识转化为实际操作能力与创新思维,无法满足企业实际需求。在职业培训方面,培训内容针对性与系统性欠缺,未充分考虑农村电商地域差异、产业特色与从业者基础水平差异,难以提供契合农村实际的实用技能培训。而且培训师资队伍多数教师缺乏农村电商实战经验,难以传授具有实际应用价值的知识与技能,加剧人才培养与市场需求脱节困境,使农村电商人才供需矛盾日益尖锐。

在人才激励留存环节,人才激励留存困境突出,农村电商企业普遍面临薪酬待遇短板,相较于城市电商企业,难以吸引优秀人才入职。而且绩效考核体系不完善,评价指标缺乏科学性与精准性,无法公正衡量员工工作绩效与价值创造。由四川省和贵州省的官方统计数据,以及国家统计局公布的全国工资水平数据表明以四川、贵州省等地的农村电商企业为例,其员工平均薪酬较北京、上海等一线城市同行业低 30%左右,致使员工流失率高达 40%。其中绩效考核体系不完善,评价指标缺乏科学性与精准性,无法公正评定员工工作绩效与价值创造。而且在这些地区,交通不便使物流成本比较高,网络信号不佳导致在线业务处理效率较低,再加上教育、医疗、文化娱乐等基础设施建设滞后,农村地区难以吸引和留住电商人才。同时,农村创新创业文化氛围淡薄,缺乏鼓励创新、包容失败的社会环境,社交活动平台稀缺,人才在农村易产生孤独感与职业倦怠感,进一步削弱其扎根农村发展电商的意愿,加剧人才流失风险,成为制约农村电商持续发展的关键瓶颈。

4. 新质生产力导向下中西部农村电商发展的破局之策

4.1. 技术创新适配与协同强化路径

在网络基础设施建设方面,政府需加大投资力度,设立专项基金,每年投入适当资金,专门用于中西部农村地区网络基站建设与升级。优先在四川、贵州等网络问题突出的偏远乡村部署 5G 基站,制定详细规划,确保在 3 年内将网络覆盖率提升至 90%以上,4G 信号弱覆盖区域占比降至 15%以下,为电商技术的顺畅运行提供稳定的网络环境。

针对农民操作难题,积极开展电商技术下乡培训活动。组织专业且经验丰富的讲师团队,按照每季度至少一次的频率深入农村举办培训讲座与实操课程,通过引导村民掌握数字技术、智慧农业技术。编制简单易懂的操作手册与视频教程,借助乡村广播每日定时播放、文化站定期组织学习等渠道广泛传播,

切实提升农民操作电商系统的熟练度。通过完善村民培训体系,在提高农民数字素养的同时,使其能够熟练利用数字技术、数字平台进行电商创业,壮大农村电商经济的主体力量[11]。

在技术集成协同上,建立农村电商技术集成协同中心。由政府主导,联合电商企业、物流企业与科技公司共同出资,全力研发统一的数据对接标准与接口,保障物联网、电商平台、物流信息系统数据能够实时、准确传输。同时,充分利用区块链技术构建农产品信息追溯与高效的订单管理系统,有力保障数据安全与一致性,有效降低农产品损耗,显著提高农村电商整体运营效率。通过这些措施的综合实施,逐步破除中西部农村电商技术创新的重重障碍,有力推动其健康、持续发展。

4.2. 创新生态功能重塑与主体协同推进

在金融支持方面,政府应同金融机构设立中西部农村电商专属金融扶持基金,以及专项用于缓解企业创新资金压力。构建风险分担机制,政府承担部分风险,激励金融机构降低贷款门槛,可依据《西部电商发展报告 2021》将农村电商企业贷款审批通过率提升至 60%以上,并提高贷款额度。对采用新技术的企业,给予贷款贴息,贴息期限 12 个月,确保企业有充足资金投入创新。

在技术转移环节,打造线上线下一体化城乡技术转移对接平台。线上平台实时更新农村电商技术需求与城市科研成果,精准匹配;线下每年举办技术对接会,组织城市科研团队与农村电商企业面对面交流。在中西部农村重点区域设立技术转化服务站,配备专业技术人员,为企业提供免费技术评估、方案定制与培训服务,使企业获取新技术成本降低。

创新主体互动上,根据《“十四五”电子商务发展规划》政府应制定农村电商 5 年发展规划,确保政策连贯稳定,定期评估与调整政策。行业协会联合企业制定详细行业标准,对执行达标的企业给予奖励。每年举办农村电商创新论坛,邀请知名专家、优秀企业分享实操经验,组织农户电商培训,促进主体间合作交流,增强农户认知,促进企业合作,活跃创新生态。

4.3. 数字化人才培养激励升级方案

优化升级人才培养体系,教育部门应引导农业院校及职业院校优化课程设置,将农村电商专业实践课程占比提升至 60%以上,建设农村电商专业校外实训基地,实战化培养电商专业人才[12]。并整合学历教育与职业培训资源,构建多层次、全方位、系统性农村电商数字化人才培养架构。在培养层次方面广泛涉及计算机科学与技术、市场营销、人力资源管理等专业的相关知识资源,最终建构起符合岗位要求和个人职业发展需要的人才培养体系。也可尝试借助新媒体和人工智能技术,搭建集“智能学习系统”“知识共享社区”“社交工具协作群组”于一体的综合性智能服务平台[13]。并加强培训师队伍建设,选拔聘用一批具有丰富农村电商实战经验的企业高管、技术专家、行业能手担任兼职培训教师,充实师资力量

创新人才激励留存机制,农村电商企业应参照城市同行业薪酬标准,提高员工基本工资,设立绩效奖金、项目提成等多元化激励机制。构建科学绩效考核体系,精准衡量员工价值。地方政府加大对农村基础设施建设投入,改善交通、网络等条件,缩小城乡差距。营造创新创业文化氛围,每年举办电商创业大赛、交流活动等,搭建社交平台,增强人才归属感,从而吸引和留住电商人才,促进农村电商发展。同时为员工提供职业发展规划咨询与指导服务,帮助员工明确职业发展方向与目标,提升其成就感与归属感,增强员工对企业的忠诚度与向心力。

5. 结语

本研究深入探究新质生产力引领下中西部农村电商发展的困局与破局之法,精准锁定技术适配创新、生态重塑及人才激励培育为核心要素。经适配技术研发、协同平台搭建,可有效化解技术应用阻碍;优

化创新要素流通与主体协同机制,能有力改善生态失衡困境;完善人才培养架构与激励留存规则,可切实填补人才供需缺口。展望后续发展,各方需凝聚合力,深度释放新质生产力效能,驱动中西部农村电商稳健、持续前行,为乡村振兴战略的稳步实施筑牢根基,加快农业农村现代化进程,全力缩减城乡差距,构建城乡融合发展新范式,提升中西部农村经济发展的内生动力与创新活力,在数字经济时代彰显农村电商的关键价值与深远影响。

参考文献

- [1] 刘志彪,凌永辉,孙瑞东.新质生产力下产业发展方向与战略——以江苏为例[J].南京社会科学,2023(11): 59-66.
- [2] 蒲清平,向往.新质生产力的内涵特征、内在逻辑和实现途径——推进中国式现代化的新动能[J].新疆师范大学学报(哲学社会科学版),2024,45(11): 77-85.
- [3] 朱富显,徐晓莉,谭其宇.新质生产力、动态适应能力与制造业企业竞争力[J].西南金融,2024(12): 41-56.
- [4] 郑永年,如何科学地理解“新质生产力”?[J].中国科学院刊,2024,39(5): 797-803.
- [5] 唐艺,刘昊,徐建奎.基于农村电商融资的创新思维模式研究——以江苏省沭阳县花木行业为例[J].农业经济问题,2021(9): 99-107.
- [6] 王志辉,祝宏辉,雷兵.农村电商产业集群高质量发展:内涵、困境与关键路径[J].农村经济,2021(3): 116-124.
- [7] 王云青.“新零售”背景下农村电商及其物流发展现状分析——以安徽省滁州市为例[J].时代经贸,2021,18(3): 23-25.
- [8] 黄蔚,常荣荣,常瑞.区块链技术视角下农村电商与物流的共生发展[J].商业经济研究,2019(6): 118-121.
- [9] 王奇,牛耕,赵国昌.电子商务发展与乡村振兴:中国经验[J].世界经济,2021,44(12): 55-75.
- [10] 曾亿武,郭红东,金松青.电子商务有益于农民增收吗?——来自江苏沭阳的证据[J].中国农村经济,2018(2): 49-64.
- [11] 文进爱,邱伟芳.数字乡村赋能农村电商经济的作用机理与实施策略[J].农业经济,2024(9): 137-139.
- [12] 唐晓双.精准扶贫植入高职电商专业教育的现状、问题及优化策略[J].产业与科技论坛,2020,19(18): 109-110.
- [13] 徐思凡.从“助力”到“赋能”:新媒体时代农村电商人才培育策略研究[J].农业经济,2024(10): 140-142.