

# 新质生产力赋能农村电商发展的路径分析

李欣

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年2月9日; 录用日期: 2025年2月26日; 发布日期: 2025年3月20日

## 摘要

新质生产力是以创新为主导, 相对于传统生产力而言, 其技术水平更高、质量更好、效率更高、更可持续。新质生产力通过技术进步推动农村电商发展, 数字电商既是传统农产品电商发展的必由之路, 也是发展新质生产力的具体体现, 可以提高农村电商的效率, 促进乡村振兴取得新进展。然而, 目前农村电商的发展存在基础设施不完善、专业人才缺失、发展存在盲目性和无序性以及规模小, 缺乏品牌效应等问题。因此, 在新质生产力的基础上应加强农村信息化建设、培养电商专业人才、区域协调发展, 依托“互联网+”, 实现“数商兴农”, 促进农村发展农业振兴。

## 关键词

农村电商, 新质生产力, 发展路径

# The Path Analysis of New Quality Productivity Empowering Rural E-Commerce Development

Xin Li

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Feb. 9<sup>th</sup>, 2025; accepted: Feb. 26<sup>th</sup>, 2025; published: Mar. 20<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

New quality productivity is led by innovation. Compared with traditional productivity, it has higher technical level, better quality, higher efficiency and more sustainable. New quality productivity promotes the development of rural e-commerce through technological progress. Digital e-commerce is not only the only way for the development of traditional agricultural products e-commerce, but also the specific embodiment of the development of new quality productivity, which can improve the

efficiency of rural e-commerce and promote new progress in rural revitalization. However, at present, the development of rural e-commerce has some problems such as imperfect infrastructure, lack of professionals, blindness and disorder in development, small scale, and lack of brand effect. Therefore, on the basis of the new quality of productivity, we should strengthen the construction of rural informatization, cultivate e-commerce professionals, and coordinate regional development. Relying on the "Internet+", we should realize the "digital commerce and agriculture", and promote rural development and agricultural revitalization.

## Keywords

Rural E-Commerce, New Quality Productivity, Development Path

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

随着信息化社会的迅速发展，数字经济逐渐成为推动全球经济增长的重要引擎。在这一背景下，农村电商作为新兴的商业模式，已经成为促进农村经济转型升级的重要力量。近年来，尤其是在中国，农村电商通过互联网平台的普及和物流体系的不断完善，打破了地域限制，拓宽了农产品的市场销售渠道，推动了农业生产方式的现代化和农民收入的持续增长。然而，农村电商在发展过程中也面临着诸多挑战，诸如基础设施不完善、信息化技术普及不足、农产品质量标准不统一等问题仍然制约着其长远发展。

“新质生产力”是2023年9月习近平总书记在黑龙江考察调研期间首次提出的新的词汇，整合科技创新资源，引领发展战略性新兴产业和未来产业，加快形成新质生产力。新质生产力不仅改变着工业和服务业的发展方式，对农业农村的发展也起着重要的支撑作用，近年随着互联网的发展，越来越多的特色农产品如山东樱桃、海南芒果等走进消费者的生活，电子商务日益成为推动乡村特色产业发展、拓宽农民增收致富渠道的重要政策工具[1]。“新质生产力”是通过创新和技术赋能，推动传统产业转型升级的生产力形式。其核心内容包括信息技术的广泛应用、智能化生产方式的普及、以及新型产业生态系统的形成。新质生产力为农村电商的发展提供了新的动能，通过技术创新、数字化转型、产业融合等手段，推动农村电商的提质增效和可持续发展。

## 2. 新质生产力赋能农村电商发展的意义

### 2.1. 提升农业生产效益与产品竞争力

新质生产力通过智能农业设备、物联网技术和大数据的应用，不仅帮助农民改善了农产品的生产过程，提升了农业生产效率和农产品的品质，也通过精准营销在消费端提升农产品的销售转化率，为农村电商提供了更加精准的数据分析和市场预测能力，另外，智能化技术的广泛应用，如自动化仓储和物流技术、无人机配送、物联网等，提高了供应链的效率，降低了成本，增加了产品的附加值，帮助农民在电商平台上获得更高的收益，推动农产品销售渠道的创新与拓展。

### 2.2. 推动农村信息化与数字化转型

新技术赋能农村电商，通过大数据、云计算等技术，优化生产、销售、物流等环节的管理。新质生产力的赋能不仅体现在技术创新上，还体现在农村电商平台的不断创新与数字化转型，农民能够实时获取

市场信息，精准决策，通过社交化电商、直播带货等新兴营销手段，农村电商平台大大提升了用户参与感和平台的运营效率，促进了农产品在全国范围内的销售。同时，随着新质生产力的引领，农村电商平台逐步实现了更高效的运营模式和数字化的管理体系，提升了整个产业链的协同效应。推动了农村电商从传统模式向现代化、数字化的全面转型。

### 2.3. 促进返乡就业与乡村振兴

新质生产力赋能不仅推动了农村电商发展，还助力乡村振兴战略的实施。通过发展电商平台，地方特色农产品能够快速进入市场，促进了乡村产业的发展，同时农村地区基础设施也不断完善、就业机会也不断增多，为年轻人带来更多的创业就业机会，吸引年轻人返乡就业创业，促进了乡村社会经济的全面振兴。

## 3. 农村电商发展的现状

### 3.1. 政府政策支持

中央十分重视农村电商的发展，2024年中央一号文件强调要“实施农村电商高质量发展工程”。2024年3月，商务部等9部门联合印发《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，为推动农村电商高质量发展进行系统谋划。国家及地方政府出台了一系列鼓励农村电商发展的政策，如税收减免、贷款支持、物流补贴、培训机会等。这些政策的出台鼓励了许多地方政府、社会企业和电商平台积极参与到农村电商中，同时，许多农村地区开设了电商培训课程，帮助农民掌握电商技能，农村电商焕发出新的生机与活力。

### 3.2. 农产品线上销售火爆

农村电商的一个重要领域是农产品的线上销售，目前，随着农村地区基础设施的完善，越来越多的农民通过电商平台如淘宝、京东、拼多多等，摆脱了传统销售渠道的限制，直接与消费者对接，将自家的农产品(如水果、蔬菜、粮食、茶叶等)销往全国乃至海外市场，这一发展不仅带动了农民收入的增加，也促进了农村经济的发展。

### 3.3. 特色产业带动乡村振兴

一些农村地区充分挖掘当地特色，形成当地的特色产业，农村电商平台与地方特色产业相结合，如特色农产品、手工艺品、乡村旅游等方面，提高了农产品的附加值，形成规模化经营，增加了农民的收入，还带动了乡村地区的发展，帮助了贫困地区的农民脱贫致富。

## 4. 新质生产力赋能农村电商的问题挑战

### 4.1. 农村地区基础设施不完善

由于城乡长期发展不均衡，农村地区的各种资源配置、基础设施投资建设长期处于落后状态。基础设施的不完善是制约农村电商发展的重要因素之一[2]。

首先，农村地区信息化建设不足。网络基础设施建设较薄弱，网络的覆盖面有限，并未实现全覆盖，甚至有的偏远农村地区未通网，且网络质量较差，容易出现信号中断的现象，不少偏远地区的网络直播带货这一主要的电商方式无法正常开展。其次，交通运输不便利。部分中西部农村地区，由于地形复杂，道路狭窄，交通运输条件比较落后。另外，物流配送体系不够完善。农村地区的代收点分散且物流站点大多设立在镇上，农民寄送快递不方便，使得很大一部分农民不愿从事电商行业，除此之外，农村地区

运输过程中的冷链系统不完善，农村地区特色的鲜活农产品难以运输或者在运输过程中导致产品质量下降。此外，农村地区的售后服务体系较为薄弱，商品的退换货、质量问题处理等存在困难，退换货流程复杂，也使得消费者的售后体验差。

#### 4.2. 农村电商专业人才不足

伴随着农村地区的技术创新且基础设施完善，农村地区的发展受限于人才这一问题又显得突出，农村人才出现“对内留不住，对外引不进”的现象。首先，农民素养有待提高。不少农村地区由于经济发展落后，大量农村地区的青壮年选择进城务工，离开家乡，留在农村地区的农民大多为年龄大、受教育水平低的农民，由此可知，留下的这些农民学习能力较差且无人教授相关知识，缺乏数字化知识和技能，难以高效使用电子商务平台进行产品展示、销售和运营，对于互联网的使用以及电商平台的运营处理的学习存在一定困难。其次，难以引进专业人才。由于农村地区待遇以及生活条件比城市差，选择来到农村地区或者返回农村地区的人才少，电商专业人才依旧处于缺少状态。

#### 4.3. 农村地区电商发展存在盲目性和无序性

首先，农村地区电商发展不协调，有的省份有较多的“电商村”，充分结合当地特色，而部分农村只看到这些“电商村”的成果，便盲目跟风，并不结合当地实际，造成资源浪费；其次，部分农村电商的发展未有系统的规划，即使有相关资金以及资源的投入去完善当地相关基础设施的建设，这些资源、资金由于缺乏专门的评估监督机制，并不能得到有效利用。最后，农产品生产过程中质量控制和产品标准化水平较低，很多产品存在外观不一致、品质不稳定等问题，影响了消费者的购买信心。

#### 4.4. 农村地区品牌建设难度大，竞争力较弱

无论是农产品的销售，还是一些工艺品、服装的销售，由于农村地区从事这些的规模往往都较小，且存在很大抄袭他人设计成果的现象，未形成自身独有的品牌优势。除此之外，农村电商平台上，很多农民卖的是自己家乡的土特产或手工制品，这些产品的品牌认知度较低，难以获得大规模市场的认可。农民也缺乏品牌建设和市场营销的专业知识，导致农产品难以形成品牌效应，甚至难以被消费者识别，消费者可能并不会选择这些没有品牌保障的产品。另外，后期随着市场规模的扩大，成本、定价等问题都会随着竞争而产生。农民不仅需要面对来自城市电商平台的大规模商家的竞争，还需要在价格、品牌、服务等方面与同样从事电商的农民竞争。缺乏资金和技术支持的小农户可能会被市场淘汰。

#### 4.5. 产业融合面临困境

大部分农村地区的电商还停留在农产品对外销售的初级阶段<sup>[3]</sup>，农村地区的二、三产业无法有效参与其中，农村电商的配套、增值服务发展不足，农产品整体产业化建设不足。金融机构参与农村电商的模式还停留在在线支付初级阶段，未能给农村地区提供很好的借贷服务。尽管农村电商充满潜力，但很多小型农民和初创电商企业面临资金短缺，无法进行大规模的营销和技术投入。

#### 4.6. 信息不对称易导致信任问题，跨地域文化差异大

消费者在购买农产品时，可能无法了解其真实的生产环境和过程，消费者可能对农产品的真实性、来源、质量等方面存在疑虑，这导致了信息不对称和信任问题，影响了消费者的购买决策和市场的长期发展。农村电商的市场不只局限于本地，很多农民希望通过电商打破地域限制，拓展更广阔的市场。但是不同地区的消费者需求、购买习惯和消费观念不同，农民往往缺乏了解和适应不同地区市场的能力，不能针对不同的市场进行产品定制、文化适配等。

## 5. 新质生产力赋能农村电商发展的路径分析

### 5.1. 完善农村地区的基础设施

加强农村地区的基础设施建设，提升农村地区的信息化水平，充分发挥“互联网+”，推动农村地区多元要素融合协调发展，促进乡村振兴取得新进展。

#### 5.1.1. 加强农村信息化建设，提高农村网络覆盖率

要将新质生产力融入到农村电商发展中，首先就要做好基础的工作，做好农村地区的基本网络建设，让农村地区的各个居民均通上网络，做到全村网络覆盖，同时，确保农村地区在使用互联网时不会时常出现卡顿现象，保证农村地区的网络质量。

#### 5.1.2. 改善农村地区的交通运输条件

对农村地区的公路进行修缮，扩宽，至少先确保乡间小路变成双向车道、坑洼土路变成油柏马路，之后若有更强的运输需求，马路再进行逐步扩宽修缮，确保运输车辆可以进入。另外，对于地形极其复杂的区域，可以通过开山、架桥等，在尽量不破坏当地自然生态的基础上，保证交通运输顺利。

#### 5.1.3. 完善物流配送系统，建立“互联网 + 供应链”

完善智慧物流体系和配套服务，提供必要的数字设施和公共服务[4]。首先，将物流站点下沉到农村地区，可以几个农村共享一个物流站，但是不可只集中在镇上，让村民享有更便捷的物流，同时也可提升物流效率；其次，建立“互联网 + 供应链”系统，通过互联网技术将供应方、制造方、销售方和买房等各个参与者连接起来，利用互联网技术的实时性、共享性、协同性并引入智能化技术，例如，利用智能仓储系统，可以实现对农产品库存的精准管理，减少库存积压和损失优化资源配置，提高供应链运营的效率；最后，农产品作为农村电商运营的主要产品，为了保证所销售农产品的品质，应建立冷链物流系统，覆盖供应、加工、储存、运输及配送、销售各个环节。

### 5.2. 培养农村电商专业人才

在新质生产力赋能农村电商的背景下，乡村对于电子商务、大数据等方面的人才需求增加，这就需要培养相应的人才参与其中，促进乡村地区的发展。一方面，应优化农村年龄结构，提高当地农民的数字素养。相关单位应定期组织专业人才和学者对村民进行电商销售、后台运营等方面的培训，提高农民的专业素养，同时，可以吸引外出务工的青壮年人口留在乡村，参与到农村电商工作中，也为后期的职业发展提供更多机会。另一方面，吸引专业人才并融合新鲜血液参与到农村电商中。培养新农人，通过相关政策建立农村电商发展激励机制而非直接给予资金，让他们更加积极热情地投入农村电商工作中。积极开展大学生直播助农等项目，让更多的大学生了解农村电商的工作，同时可以通过相关政策引导，吸引大学生这一群体参与到农村电商工作，为农村电商注入新鲜活力。另外，助力弱势农村居民非农就业转型[5]。

### 5.3. 合理规划，区域创新协调发展

新质生产力助推区域协调发展，要不断加强信息化建设，通过大数据分析、市场研究等技术手段，发现地方特色产品的市场潜力，指导农民和电商平台进行产品的标准化和品牌化包装，提高地方特色产品的市场竞争力。实现区域之间的统一，连通各个主体，电商平台可以提供一体化的服务，帮助农民在品牌建设、市场开拓、产品优化等方面取得突破，完善农村电商系统与物流服务体系，让各个区域都能发挥各地的特色去选择适合当地特色的产品。另外，还可创新采用城市体验店、在线市民农园等新模式

新场景助力乡村产业创新[6]。

#### 5.4. 改善产品质量，打造品牌优势

一方面，在传统农产品供应上，将传统农业与现代技术进行结合，加强农村地区的科技创新，加强农产品种植中的互联网技术应用，例如智能农机、无人机等先进设备，实现农业生产方式的变革与创新，提升农业生产的效率和效益，提升农产品的品质；另一方面，新质生产力为农村电商的发展带来了新机遇，特别是产品营销方面，目前通过网络直播、短视频等新媒体平台营销，成为农产品销售的重要方式之一，通过大数据帮助商家了解消费者购买偏好，针对消费者偏好，提高产品质量[7]，除此之外，建立自身特有的农村电商平台以及品牌，确保信息可以统一且有售后保障，消费者可以更放心购买。

#### 5.5. 促进多产业融合发展，实现“数商兴农”

依托大数据改革传统农产品营销模式，加强一二三产业融合发展，以农业为基础，进行资本、技术和资源的跨界结合，打破生产、加工、销售等环节的隔离，加强农村电商的配套和增值服务。除此之外，创新金融服务模式[8]，加强金融机构对农村电商发展的贷款等金融服务，提供资金上的保障和支持，农户可以通过各种金融机构的借贷服务，获得充足的资金去对农业生产、销售的过程进行改造与技术升级。

#### 5.6. 提升消费者信任，打造社交化农村电商平台

平台可以通过视频、直播、图文等方式，鼓励农民和消费者参与内容的生产与分享。例如，农民可以通过直播展示农田的种植过程，或者通过短视频介绍农产品的特点，这些内容通过社交平台传播给更多潜在消费者。建立农民、消费者以及中介方等组成的社群，实现信息的即时传播和互动，提升消费者的信任。另外，农村电商平台通过集成各种数字化工具，提升平台的运营效率。例如，利用社交媒体、直播带货等新型营销手段，能够直接与消费者互动，增强品牌曝光度和客户黏性。同时，电商平台可以通过云计算和大数据分析以及平台上消费者的实时互动反应，为农民提供精准的市场信息，帮助其针对消费者制定更具针对性的销售策略，这可以帮助农民突破地域限制，拓展更广阔的市场。

### 6. 总结

新质生产力作为推动农村经济发展的一项重要力量，通过技术创新、产业融合以及数字化转型等多方面的赋能，逐步促进了农村电商的快速发展。然而，当前农村电商存在的基础设施不完善、专业人才缺失、发展存在盲目性、规模小以及消费者对农产品质量的信任问题等问题，为有效应对并解决上述问题，充分依托新质生产力，应加强基础设施建设、培养专业人才、区域协同发展、实现“数商兴农”。当然农民才是农村发展的主体，在农村电商发展过程中要充分考虑农民的利益。随着新质生产力的应用，科技创新与农村电商的融合，农村电商朝着智能化、多元化的方向发展，今后要更加深入地探索新质生产力在农村电商中的应用，更好地通过新质生产力更精准地促进农村电商发展，实现由本土化到脱域化、单一化到多元化、同质化到差异化[9]，促进农业农村发展，为农村经济的可持续发展注入强大的动力。

### 参考文献

- [1] 谢莉娟, 许雅琳, 武子歆. 电商下乡、流通业发展与农村居民收入[J]. 产业经济评论(山东大学), 2023, 22(4): 36-55.
- [2] 路标. 农村电子商务推动乡村振兴的动力机制与发展路径研究[J]. 农业经济, 2019(12): 129-130.
- [3] 韩业亮, 李绍华, 谢风媛. 基于电子商务的农村产业发展现状与展望[J]. 农业经济, 2024(1): 139-141.
- [4] 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.

- 
- [5] 潘嗣同, 龚教伟, 高叙文, 等. 电商进村政策实施的就业效应与机制分析[J]. 中国农村经济, 2024(4): 141-162.
  - [6] 陈明燕, 周灵漪. 农村电商、数字素养与农村居民消费[J]. 商业经济研究, 2024(23): 113-116.
  - [7] 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.
  - [8] 曹呈楠. 数字经济背景下农村电商发展策略研究[J]. 中国农业资源与区划, 2024, 45(1): 72+83.
  - [9] 徐慧东. 农村电商创新创业前景分析[J]. 中国农业资源与区划, 2024, 45(1): 176+211.