

绿色生产力视域下农村电商高质量发展研究

尹瑞雪

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年3月14日; 录用日期: 2025年3月28日; 发布日期: 2025年4月28日

摘要

在乡村振兴战略稳步推进的当下,农村电商作为重构现代流通体系与革新商业生态的重要载体,其战略价值日益凸显。当前我国农村电商产业呈现快速发展态势,但仍在基础设施建设、电商人才培养、农产品质量等方面暴露出亟待解决的问题。本文基于绿色生产力这一生态友好型生产力发展形式,探究其与农村电商的关联性,提出绿色劳动主体的素养提升、绿色生产资料的生态优化、绿色运营模式的智能构建和绿色管理机制的配套支持四条实践路径,旨在为推动农村电商高质量发展提供参考。

关键词

绿色生产力, 农村电商, 高质量发展

Research on the High-Quality Development of Rural E-Commerce from the Perspective of Green Productivity

Ruixue Yin

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 14th, 2025; accepted: Mar. 28th, 2025; published: Apr. 28th, 2025

Abstract

At present, as the rural revitalization strategy is steadily advancing, rural e-commerce, as an important carrier for reconstructing the modern circulation system and innovating the business ecosystem, is increasingly highlighting its strategic value. Currently, China's rural e-commerce industry is showing a rapid development trend, but still exposes urgent issues that need to be addressed in terms of infrastructure construction, e-commerce talent cultivation, and agricultural product quality. This paper, based on the eco-friendly form of productivity development known as green

productivity, explores its correlation with rural e-commerce. It proposes four practical pathways: enhancing the quality of green labor, optimizing the ecological aspects of green production materials, constructing intelligent green operation models, and providing supporting green management mechanisms. These pathways aim to offer references for promoting the high-quality development of rural e-commerce.

Keywords

Green Productivity, Rural E-Commerce, High-Quality Development

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

农村电子商务通过提供高质量和多样化的商品与服务，驱动农业生产方式向数字化、市场化转型，满足了农村居民对于美好生活的追求。这一过程不仅激发了巨大的消费潜力，还为培育农村经济高质量发展提供了新的动力来源。2024年1月31日，习近平总书记针对绿色生产力作出重要指示。这一科学论断是党的二十大以来习近平生态文明思想的重大理论创新，既是对马克思主义唯物史观生产力理论的继承、丰富和发展，也是新时代习近平经济思想和习近平生态文明思想相结合后，对生产力理论的创新性阐述。绿色生产力理论蕴含着对自然的生态关切和对人类的生存关怀，标志着生产力在“绿色化”、“数字化”维度的新跃迁，为农村电商的高质量发展提供了一定参考。

2. 绿色生产力与农村电商的相关概述

乡村振兴背景下，绿色生产力与农村电商协同发展正成为重塑城乡经济格局的重要路径。前者作为新质生产力的本质体现，强调以生态优先、资源高效利用为导向推动生产方式创新；后者依托数字技术重构农业产业链，通过直播带货、溯源认证等模式拓展“两山理论”现实转化路径。厘清两者的内涵及研究现状，是开展本文研究的基础工作。

2.1. 绿色生产力的内涵及研究现状

2024年1月31日，习总书记在二十届中央政治局第十一次集体学习讲话上特别强调“绿色发展是高质量发展的底色，新质生产力本身就是绿色生产力”^[1]。“绿色生产力”这一概念是具有中国特色的重要理论创新，一经提出迅速引发学界热烈讨论，涉及多学科领域，具备较强的研究价值。目前学界关于绿色生产力的定义不尽一致，有学者认为，绿色生产力是“发挥绿色科技创新的主导作用，推动传统经济增长方式和生产力发展路径实现绿色转型，具有高科技、高效能、高质量和低能耗、低污染、低排放特征，符合新发展理念尤其是绿色发展理念的先进生产力质态”^[2]。截至2025年3月26日，在中国知网上以“绿色生产力”为主题词进行检索，共有相关期刊文章509篇，涉及绿色生产力的理论内涵、价值进路、实践路径等多方面，充分体现该领域研究正处于蓬勃发展的阶段，但在技术落地、制度衔接等方面仍需突破。

2.2. 农村电商的内涵及研究现状

农村电商主要指“以农户、新农人、新型农业经营主体等为主的电商从业者利用多样化电商平台和

电子支付工具，依托现代供应链体系和物流链体系，实现跨时空、跨城乡的乡土特色产品、城市工业消费品或专业化服务的双向电子交易和管理过程”^[3]。在互联网技术发展与相关政策扶持的双重驱动下，我国农村电商领域近年来取得显著成就。农村网民数量持续扩容引发电商用户消费转型，用户的消费习惯逐渐形成，电商销售额也持续增长。由此可见，我国农村电商已从初步探索阶段迈入兼顾品质与效率的新阶段。这一产业演进过程让农村电商成为连接城乡、激发农村经济活力的重要桥梁。截至 2025 年 3 月 26 日，在中国知网上以“农村电商”为主题词进行检索，共有相关期刊文章 6682 篇，文献数量较大，涉及农村电商的现实困境、发展策略等多方面，围绕农村电商与乡村振兴、农产品、电商平台、互联网金融等关键词展开热点分析。未来仍需在政策协同、技术应用、生态构建等方面深化研究，以应对快速变化的市场需求与挑战。

3. 绿色生产力与农村电商的关联性分析

明晰绿色生产力与农村电商的关联性，能够为研究绿色生产力助力农村电商高质量发展打下良好基础。二者发展理念契合，并形成良性互动关系，具体表现为绿色生产力为农村电商提供新动能以及农村电商推动绿色生产力落地。

3.1. 绿色生产力与农村电商发展理念契合

绿色生产力深刻阐释了生产力发展与生态环境保护的和谐共生关系，以绿色、低碳、循环、可持续为核心发展导向，将相应的理念、技术、标准、管理等贯穿现代化产业体系的始终，以产业、产业链、产业集群的绿色化水平提升推动经济社会全面绿色低碳转型^[4]。同时，农村电商在发展中也逐渐意识到可持续发展的重要性，致力于将农村的绿色农产品、手工艺品等特色产品推向市场，不仅关注短期销售增长，也重视农村生态环境保护及地方特色文化传承等方面的工作。绿色生产力与农村电商在推动乡村振兴发展中发挥了协同作用。绿色生产力发展有助于改善生态环境，提升产业效益，实现产业兴旺和生态宜居，促进乡村可持续发展。而农村电商则直接推动了农村经济增长，通过城乡互动，城市消费者能够接触到优质的乡村产品，农村居民也能便捷地获取城市资源。这种双向交流极大地推进了城乡融合，共同促进乡村振兴。

3.2. 绿色生产力为农村电商提供新动能

3.2.1. 绿色农业的供需匹配

传统商品流通渠道繁琐，层层加价让消费者“买贵”，信息不对称又导致生产者“卖难”。农村电商平台打破了地域限制，借助互联网连接农村生产者与城市消费者，一定程度上缓解了农产品的销售难题。但是农村电商仍旧存在供需匹配不合理的问题。绿色生产力强调科学技术的绿色化发展。通过与人工智能、物联网、大数据等尖端技术的结合，能够有效构建覆盖农业产业链的数字化监测与优化系统。在此基础上，系统可将海量消费数据提供给农业生产者，帮助他们获悉用户消费偏好，合理规划生产规模，避免过量施肥和盲目扩产等问题，提高绿色生产效率。此举不仅促进了农业生产与数字经济的深度融合，还推动了农业产业的整体转型升级。

3.2.2. 品牌塑造与价值提升

在数字化浪潮下，绿色农产品依托电商平台加速品牌化进程。推进生态产品价值实现的重要举措之一就是融合数据链、产业链、金融链，推动生态产品可持续经营开发^[5]。我国凭借深厚的文化积淀、多样的气候特征和丰富的地域资源，形成了众多地理标志品牌。可以说地理标志产品大多是特色农产品的代表，具有较强的资源特性和比较优势^[6]。有研究表明，电商平台上详实的产品展示以及良好的声誉激

励机制则显著且正向影响了消费者对于绿色农产品的溢价支付[7]。在电商平台直播中，主播深入生产一线，实时展示农产品从种养殖到加工的整个流程。这种绿色生产方式不仅让消费者更直观地感受到产品的品质，而且提升了品牌影响力，从而显著增加了绿色农产品的附加值。消费者对此更加认同，并愿意为此支付更高的价格。

3.3. 农村电商推动绿色生产力落地

3.3.1. 倒逼生产端绿色转型

随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，电商消费者越来越关注农产品的质量与安全，更加青睐“有机”、“无添加”产品。美好生活需要的要旨在于“质优”，即由量到质的提升和内容的调整、拓展。高质量消费偏好能够驱动供给侧结构性改革，从而促进生产方式的绿色转型[8]。由此商家寻找符合“有机”、“无添加”标准的产品货源，从而倒逼农户采用绿色技术生产。这一趋势在一定程度上推动了农业生产向绿色可持续方向发展，有助于减少农业对环境的污染，维护生态平衡。

3.3.2. 循环经济与废弃物资源化

对于我国来讲，“双碳”目标是构建新发展格局的一个阶段性任务，也是推动绿色生产力发展的重要牵引[9]。线上销售渠道能够有力推动农业废弃物的再利用进程。以秸秆为例，可将其制作成精美的手工艺品。果皮则能加工成为优质有机肥。在此基础上成功构建起循环产业链，能够极大程度减少资源浪费，实现农业资源的高效循环利用，既创造了经济效益，又保护了生态环境，为可持续发展做出了积极贡献。

4. 绿色生产力促进农村电商高质量发展的实践路径

在“双碳”战略目标引领下，农村电商不再囿于现状，正在经历深层次的生态化转型，逐步构建起资源集约利用、环境友好协同的新型商业生态系统。为使农村电商进一步升级为绿色生产要素的配置枢纽，亟需构建“生态链-产业链-价值链”协同演进的三位一体发展架构。通过系统整合绿色生产力要素，重点从劳动主体革新、生产资料升级、运营模式创新和管理机制优化四个维度实施突破性变革，可有效激活农村电商的高质量动能，为乡村振兴战略注入绿色增长新引擎。

4.1. 绿色劳动主体的素养提升

在生产力三要素中，劳动者被视为最活跃且具有决定性作用的因素。他们不仅将自身智慧和体力投入生产过程，更是推动技术创新、优化生产流程的关键力量。绿色生产力视域下的绿色劳动主体应当具备更强的生态意识，掌握更新的生产技术，其素养提升应从意识和实践两方面着手。

在意识层面，第一，应开展生态文明教育，例如采用沉浸式培训模式，利用VR技术模拟生态灾害场景，使农药滥用后果可视化，促使劳动者树立正确认知并落实到具体行动，形成绿色健康的生产与生活方式；第二，应培育劳动者的创新意识和开拓精神，鼓励突破现有局限，例如许昌部分农村电商从业者利用跨境电商，绕过中间商，通过亚马逊等平台将假发卖到欧美、非洲，有力推动了许昌假发“扬帆出海”。在实践层面，第一，应加强高校合作，在电子商务专业开设绿色生产力相关课程，从知识、能力、价值观三方面入手培养既懂电商运营又具备绿色发展理念的复合型人才。一方面要注重灌输绿色生产力的基础理论，如循环经济理论、碳达峰碳中和政策解读等。另一方面也要加强电商绿色化实践，开展绿色选品、低碳物流、环保包装等方面的实践活动；第二，企业应构建更为完善的人才培养体系，通过提升薪资、提供发展空间等措施吸纳更多电商人才。例如京东、阿里巴巴、字节跳动等企业采用项目分红、创新激励、购房补贴等策略争夺创新人才；第三，针对农村地区的农民和电商从业者，应开展线

上授课与线下实操相结合的培训活动，提升其有关绿色生产、电商营销、社群运营等技能。

4.2. 绿色生产资料的生态优化

生产资料作为社会生产力中物的因素的总和，涵盖了劳动资料与劳动对象两部分。劳动资料是劳动者将自身传导到劳动对象上去的中间物，如生产工具、设备等。而劳动对象则是劳动者施加劳动的对象，包括原材料、半成品等。作为推动人与自然和谐共生的重要力量，绿色生产力对农村电商生产资料的生态优化提出了新的要求。这种生产力模式强调在生产过程中充分考虑环境保护和资源可持续利用，以实现经济增长与生态保护双赢。

农村电商生产端应充分利用科学技术优化劳动资料，并有效开发与利用物态化的劳动对象。第一，我国农村电商在带动特色产业发展过程中，普遍面临传统作坊式生产带来的环境压力。针对此，应当推广清洁生产技术以改进生产工艺，尽可能利用新型节能设备替代传统高耗能设备，通过引入智能化、自动化的生产流程，减少生产过程中的废弃物排放，提高资源利用率。例如安徽砀山梨电商集群利用割草机、靶向喷药机等设备大大提高了效率，节省了成本，同时将原本废弃的梨皮开发成梨膏梨汁、罐头果切、梨花面膜等一系列副产品；第二，应当注重优化产品结构，深入分析市场需求和消费者偏好，开发出更符合环保标准且具有竞争力的产品。例如福建古田县电商企业通过市场调研发现都市白领对即食养生品需求较高，遂推出“冻干银耳羹”、“银耳胶原蛋白饮”等深加工产品，配套国风礼盒包装出售。此举提高了产品单价，有效带动全县银耳产业产值提升。

4.3. 绿色运营模式的智能构建

据中国互联网络信息中心(CNNIC) 2025年1月17日发布的第55次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，2024年我国乡村数字化生产模式加快推广，数字化服务体系持续完善，实数融合加快落地乡村基层，数字乡村建设有序推进[10]。由此可见，科技力量在乡村经济发展中的带动作用不断增强。数据本身具有非消耗性、无限性和再生性的绿色特征，其运用受限小，能够在各种场景中与生产力其他要素相结合形成绿色数据生产力[11]。绿色生产力理论启示我们要注重非物质形态的数据力量，获取绿色“软资源”。

就农村电商而言，第一，应打造完备的农村电商综合服务平台，因地制宜设立县域直播电商基地，着重加强直播团队的培养与建设；第二，应针对满足条件的商业网点进行数字化升级。具体措施包括供应链优化、商店现代化改造以及品牌战略协作，旨在创新当地便利店、小超市等的运营模式，拓展农村数字便民服务范围，促进特色农产品的市场推广；第三，应加速推进农村现代物流配送体系建设，完善智慧仓储系统、自动分拣技术、新能源配送车辆等关键设施，提升农产品从源头到市场的流通效率；第四，应提升农村电商产业成熟度，通过多样化促销活动推广“线上引流+线下消费”的商业新模式，以实现更高效的市场渗透；第五，应通过集成自然语言处理、机器学习以及深度学习等前沿算法做好智能客服培训工作，使智能客服更加精准地理解用户的查询意图，提供个性化且高质量的解答，进而增强用户体验感，提升客户满意度。

4.4. 绿色管理机制的配套支持

尽管政府已出台多项支持农村电商发展的政策，涵盖农业信息化、农村电商普及和市场体系完善等方面，旨在推动农村经济发展，助力脱贫攻坚与乡村振兴战略[12]。但是在绿色生产力发展的新背景下，农村电商管理体制亦需进一步完善。

第一，农村电商领域面临地区间产品质量规制、物流服务标准及平台治理体系不一致的挑战。在产品质量方面，需制定并实施全国统一的绿色农产品认证标准，推行“一品一码”数字化追溯平台，将农

药残留、重金属等关键指标纳入强制检测范围；在物流服务方面，需在部分物流节点设立区域性检测中心对农产品实行抽检，尤其针对需要冷链运输的生鲜产品，对不合格产品实施“一票否决”下架制度；在平台治理方面，需建立全国统一的信用评价体系，将物流时效、售后服务等指标纳入平台星级评定，对违规行为实施“红黄牌”警示制度，并给予相应惩罚。第二，应建立起常态化、制度化的协调联动工作机制，打破不同主体间的合作壁垒。例如，政府可实施税收优惠和财政补贴等政策，激励绿色研发、生产和采购活动，同时推动绿色销售和管理实践。如浙江省财政厅和阿里巴巴集团合作建设的“政采云”绿色采购平台，通过财政补贴引导企业入驻，对纳入采购清单的产品实行优先采购。此外，政府、企业与各金融机构可合作成立绿色发展基金，为绿色农产品项目提供融资支持，从而汇聚各方力量助推农村电商高质量发展。例如四川省投资集团有限责任公司和中国建设银行四川省分行发起设立的四川省绿色低碳优势产业基金，其投资方向为清洁能源产业、清洁能源支撑产业、清洁能源应用产业等领域，进一步带动了四川省万亿级绿色低碳产业高质量发展。

5. 总结

绿色生产力作为新时代经济发展的重要引擎，正在重塑农村电商的产业格局与发展范式。面对“双碳”目标指引下的机遇和挑战，农村电商需紧跟时代步伐，积极探索与尝试，通过技术创新与模式变革，逐渐朝着绿色化、智能化、融合化的方向发展。

参考文献

- [1] 习近平. 发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点[J]. 求是, 2024(11): 4-8.
- [2] 林震. 绿色生产力的理论意涵、历史进路与实践指向[J]. 生态文明研究, 2024(4): 3-16.
- [3] 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.
- [4] 黄群慧, 盛方富. 新质生产力系统：要素特质、结构承载与功能取向[J]. 改革, 2024(2): 15-24.
- [5] 刘彤. 培育新质生产力 做生态产品价值实现的领跑者[N]. 中国食品报, 2024-04-08(001).
- [6] 尚旭东, 李秉龙. 我国农产品地理标志发展运行特征、趋势与问题——基于农业部、质检总局、工商总局的分析[J]. 生态经济, 2013(4): 92-97, 120.
- [7] 蒋玉, 于海龙, 丁玉莲, 等. 电子商务对绿色农产品消费溢价的影响分析——基于产品展示机制和声誉激励机制[J]. 中国农村经济, 2021(10): 44-63.
- [8] 张三元. 发展新质生产力与构建绿色健康生活方式[J]. 思想理论教育, 2024(4): 27-34.
- [9] 赵建军, 薄海. 正确认识绿色生产力与“双碳”目标的关系[J]. 国家治理, 2024(19): 12-18.
- [10] 中国互联网络信息中心. 第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. <https://www.cnic.net.cn/n4/2025/0117/c88-11229.html>, 2025-01-17.
- [11] 宫长瑞, 修珺. 绿色生产力：新质生产力的本质要求与要素变革[J/OL]. 北京航空航天大学学报(社会科学版): 1-9. <https://doi.org/10.13766/j.bhsk.1008-2204.2024.0808>, 2025-04-21.
- [12] 李怡娴. 农村电商助力乡村振兴：内在机理、现实堵点及纾解之策[J]. 农业经济, 2024(7): 135-138.