

农业新质生产力赋能乡村电商高质量发展的路径研究

周俊丽

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年3月25日; 录用日期: 2025年4月18日; 发布日期: 2025年5月14日

摘要

农业新质生产力依托科技创新, 运用智能化、绿色化等技术手段, 提高农业生产效率和产品质量, 是驱动农业现代化的新型力量。农业新质生产力与乡村电商高质量发展在实现乡村振兴这一根本要求上具有内在一致性。新质生产力逐渐融入社会各领域, 但融入农业领域的相关理论研究成果较少。新时代乡村电商高质量发展存在人才短缺、技术滞后、品牌匮乏、政策有限等现实困境。因此, 从主体建设、载体供应、制度保障、模式创新四个方面, 深入挖掘农业新质生产力赋能乡村电商高质量发展的路径。

关键词

农业新质生产力, 乡村电商, 高质量发展, 实践路径

Research on the Pathways of Empowering Rural E-Commerce High-Quality Development through New Quality Productivity in Agriculture

Junli Zhou

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Mar. 25th, 2025; accepted: Apr. 18th, 2025; published: May 14th, 2025

Abstract

The new quality productivity in agriculture is centered on technological innovation and employs

methods such as intelligentization and greening to enhance agricultural production efficiency and quality, thereby driving agricultural modernization. The new quality productivity in agriculture shares an intrinsic consistency with the high-quality development of rural e-commerce in fulfilling the fundamental requirement of rural revitalization. Although new quality productivity is gradually being integrated into various sectors of society, there is relatively limited theoretical research on its incorporation into the agricultural sector. The high-quality development of rural e-commerce in the new era faces practical challenges, including a shortage of talent, a technological lag, a lack of brand recognition, and limited policy support. Therefore, it is necessary to explore pathways for leveraging new quality productivity in agriculture to empower the high-quality development of rural e-commerce from four aspects: capacity building, resource supply, systemic guarantees, and model innovation.

Keywords

New Quality Productivity in Agriculture, Rural E-Commerce, High-Quality Development, Practical Pathways

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

农村电商的迅速发展和新农人的涌现是乡村振兴的重要标志，2024 年中央一号文件强调要实施农村电商高质量发展工程，通过电商平台，中国各地的农产品打破了地域的束缚，远销全国各地乃至海外市场，据统计，2023 年全年，农村网络零售已经达到了 2.49 万亿元，电商平台对农产品品质有着更为严格的要求，这促使农民在生产过程中，更加注重标准化、规范化的操作，电商的发展还吸引人才回流，产生一大批新农人。2025 年 1 月 17 日，中国互联网络信息中心(China Internet Network Information Center, CNNIC)发布的第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2024 年 12 月，农村网民规模达 3.13 亿人，网络视频用户规模达 10.70 亿人，网络直播用户规模达 8.33 亿人[1]。

2. 农业新质生产力赋能乡村电商高质量发展的理论逻辑

2025 年 2 月 23 日，中央一号文件《中共中央国务院关于进一步深化农村改革扎实推进乡村振兴的意见》正式发布，其中，“农业新质生产力”的首次提出尤为引人注目。而农村电商作为农业现代化的重要一环，正迎来前所未有的发展机遇。在农业新质生产力的推动下，农村电商迎来了新的发展契机。近年来，伴随网络技术的广泛传播与物流系统的日益健全，农村电商已崛起为农产品销售的关键途径。借助电商平台，农民得以直接将农产品售予消费者，省去了诸多中间环节，进而拓宽了盈利空间。此外，电商平台还提供了数据分析、市场营销推广等功能，助力农民更精准地把握市场需求，优化农业生产结构。

2.1. 农业新质生产力的内涵

农业新质生产力的内涵解读从马克思关于生产力的基本定义可知，其实质上就是基于已有生产关系进行劳动、完成生产、提供产品与服务，核心过程即对包括劳动者、劳动对象和劳动资料在内的多种资源进行组合配置[2]。农业新质生产力的内涵具体表现为：立足传统农业生产力的改造升级，因地制宜地稳步破除原本存在的高耗低效的发展模式，通过培育高质量劳动者，创新新型劳动资料，催生劳动对象

及其优化组合的跃升，加速新质生产要素的有机衔接与融合联动，从而进一步激发农业生产新引擎[3]。科技创新对新质生产力起主导作用，但未必只有科技创新(生产力)才是新质生产力。生产关系的改变和适配是不可或缺的，否则形不成真正的新质生产力。新质生产力不只是针对产品，更重要的是产品背后的支持，比如无论哪种方式和技术生产的大米，外观是大米，但大米背后的生产方式是不一样的。否则农产品出新的范围是比较窄的，误解会限制农业新质生产力的思路和视野。

2.2. 农业新质生产力的特点

农业新质生产力在克服传统农业生产力局限的过程中[4]，由科技与改革两大驱动力共同推进，摆脱了过度依赖耕地、淡水、化肥、农药等资源的粗放式发展道路，展现出高科技、高效能、高质量和可持续性的特征，与新发展理念下的先进农业生产力形态相契合。它不仅标志着农业生产力实现了重大飞跃，也体现了农业现代化在提升生产效率、促进科技融合与加强生态环境保护方面的共同目标，其核心特征为科技导向、数字化智能化应用、高效协同融合以及绿色低碳发展[5]。

2.3. 农业新质生产力与乡村电商高质量发展的关系

农业新质生产力与乡村电商高质量发展相辅相成。新质生产力通过科技创新提升农业生产效率，为乡村电商提供优质、稳定的农产品供应；乡村电商则通过数字化平台拓宽销售渠道，促进农产品价值实现，反哺农业现代化。两者协同推动乡村经济转型升级，助力乡村振兴。

2.3.1. 农业新质生产力推动乡村电商模式创新

农业新质生产力，包括现代生物技术、无人机技术、人工智能技术和数字技术等，为乡村电商带来了全新的发展模式和机遇。例如，无人机技术可以应用于农业植保、播种、施肥等环节，提高农业生产效率，同时为乡村电商提供了独特的营销和展示方式。人工智能技术可以应用于农产品溯源、智能客服、个性化推荐等领域，提升乡村电商的服务质量和用户体验。数字技术则促进了农村电商平台的搭建和完善，使农产品能够更便捷地走向市场。

2.3.2. 农业新质生产力提升乡村电商产品品质

运用现代生物技术，能够培育出品质更优、更符合市场需求的农产品新品种，进而提升农产品的附加值和市场竞争力。这些高品质农产品借助乡村电商平台进行销售，可以满足消费者对绿色健康食品的需求，推动乡村电商的不断发展。

2.3.3. 农业新质生产力拓宽乡村电商销售渠道

农业新质生产力的应用，使得农产品的生产、加工、包装等环节更加标准化、规范化，便于电商平台的销售和物流配送。同时，通过大数据分析，可以精准定位市场需求，为乡村电商提供个性化的销售策略和推广方案。此外，农业新质生产力还促进了农村物流基础设施的完善，降低了农产品的运输成本和损耗率，拓宽了乡村电商的销售渠道和市场范围。

2.3.4. 农业新质生产力促进乡村电商人才培养

农业新质生产力的应用需要高素质、创新型的农业人才来支撑。这些人才不仅具备传统的农业技能，还掌握现代信息技术、生物技术等新技能。通过培养这些新型农业人才，可以为乡村电商的发展提供有力的人才保障。同时，乡村电商的发展也为这些人才提供了广阔的创业和就业空间，促进了人才的回流和聚集。

2.3.5. 农业新质生产力助力乡村电商可持续发展

农业新质生产力的运用，促进了农业生产方式的革新与升级，实现了农业生产的环保化、智能化及

精确化。这有利于生态环境保护，提升了农业资源的利用效率，助力农业可持续发展。同时，乡村电商的兴起也加速了农村经济的多元化和产业化进程，拓宽了农民的增收渠道，为乡村振兴增添了新动力。

3. 农业新质生产力赋能乡村电商高质量发展的现实困境

农产品电商发展迅猛，但也面临诸多挑战：产量波动大、乡村物流成本高、产品同质化现象普遍、信息数据流通不畅、乡村电商专业人才短缺。这些问题致使部分农户因盲目种植而蒙受损失，大量农产品滞销，部分生鲜电商平台也因此陷入亏损甚至倒闭。如何引导年轻人积极参与乡村数字化建设，跨越数字鸿沟？电商如何更好地助力农民增收，成为农业发展的“新动力”？互联网企业又应如何利用其先进技术，为农产品电商发展注入新活力？这些是农业新质生产力在助推乡村电商高质量发展过程中必须直面并解决的现实问题。

3.1. 人才短缺，技能不足制约发展

《中国人力资本报告 2024》显示，2022 年全国农村劳动力人口的平均受教育年限为 9.37 年，高中及以上受教育程度人口占比仅 23.51%，城镇相应情况为 11.61 年和 55.41%，存在较大差距^[6]。当前，农村青壮年劳动力外流严重，致使农村“空心化”、老龄化加剧，留守居民普遍年龄偏大且文化水平不高，对新知识和信息的接受度有限，对电商的认可度和参与度较低。调研显示，农村电商领域最紧缺的是运营推广、美工设计及数据分析等专业人才，同时客服与物流仓储人才也供不应求。电子商务技术性强、领域广泛，对农民而言学习难度较大。尽管政府采取多种措施扩大电商人才队伍，如培训、引进、鼓励返乡等，但电商快速发展所带来的人才缺口依旧难以弥补，尤其是实操型、领军型及复合型人才等高端人才的匮乏问题尤为突出。

3.2. 技术滞后，基础设施束缚发展

当前，我国农村传统基础设施改造仍存不足，技术创新应用未能充分满足农业现代化需求，数字基础设施高投入与农业低收益的矛盾凸显。经济欠发达农村地区公路建设滞后，难以支撑电商物流的快速发展。尽管部分农村交通条件有所改善，但物流企业因成本考虑，不愿深入偏远乡村，致使乡村物流覆盖和配送能力不足。随着消费需求升级，生鲜与特色农产品需求激增，构建现代化农产品流通体系迫在眉睫。同时，“小农户”对接“大市场”面临挑战，加工工艺和技术水平有限，制约了农产品生产规模扩大和附加值提升。

3.3. 品牌匮乏，质量溯源阻碍发展

2025 年中央一号文件突出强调要因地制宜发展农业新质生产力，很重要的背景在于无论是国民经济还是农业，都到了推动高质量发展的阶段，实现高质量发展需要通过科技与产业组织创新，加快形成新质生产力，以此实现生产力的质态跃升，为高质量发展提供支撑。当前，农村电商企业面临流通不畅、信息闭塞等困境，导致农产品难以满足消费者多元化需求，农户收益难以保障，影响其再生产积极性。同时，农村电商品牌意识薄弱，创新不足，多停留于表面调整，缺乏产业链整体布局，特色农产品产业化程度低。部分农户重生产轻营销，网络推广能力有限，难以形成产销一体化链条。初创农村电商平台企业专业知识匮乏，管理经验不足，单打独斗易陷入同质化竞争，难以形成产业集聚，阻碍农户蔬菜等农产品进入商超渠道。

3.4. 政策有限，协同创新掣肘发展

农村电商起初是模仿城市电子商务模式而来的，未充分结合乡村实际情况进行优化调整。以往政府

主导、企业主推、平台主力的单一模式，已难以满足农业新质生产力快速发展的需求。农业新质生产力要求数字技术与国民经济深度融合，涉及范围广、领域多，在与农村电商的互动中，催生了元宇宙、电商 NFG、ChatGPT 电商客服等诸多新模式新业态。数字经济的发展既带来了机遇，也凸显了现有农村电商的诸多不足。一方面，部分地区的扶持政策缺乏针对性和可操作性，导致政策落实不到位，难以有效推动乡村电商发展；另一方面，政府、企业、高校和科研机构之间的协同创新机制不完善，产学研合作深度不足，科技成果转化率低。此外，农村地区资源分散，整合难度较大，难以形成规模化、集约化的发展模式。这些因素共同制约了农业新质生产力与乡村电商的深度融合，亟须通过优化政策支持、加强协同创新、整合资源等方式，破解发展瓶颈，推动乡村电商实现高质量发展。

4. 农业新质生产力赋能乡村电商高质量发展的实践路径

农业新质生产力是驱动农业高质量发展的核心引擎，是乡村振兴和农业现代化的关键支撑，也是提升农业效益、激发农村活力、增加农民收入的重要途径。构建农业新质生产力，一方面，体制机制的破旧立新，激活农业新质生产力发展原动力，完善政策支持体系，进一步破解乡村振兴，人、地、钱等瓶颈制约，健全农业科技创新激励机制，加大对农业科研科技研发的财政投入，设立专项基金支持农业技术攻关；另一方面，要健全成果转化体系，积极搭建农业科技成果转化平台，推动科学研究所，高校与企业深度合作。同时，科技创新赋能增效，推动数字赋能，发展智慧农业，利用大数据、人工智能、物联网等技术推动农业生产智能化、管理精细化、服务高效化。

4.1. 主体建设，打造农村电商新质生产人才队伍

以高校、企业、政府为主体，构建复合型电商与农业科技人才队伍，支撑乡村电商高质量发展。“外引”即通过实施积极、开放、有效的人才政策，吸引有知识、有技术、有冲劲的青年人才从事农村电商；“内培”即建立人才培训中心和孵化基地，跟当地高校合作，邀请高校教授、电商专家，针对有志于从事农村电商的农民开展扫盲式、垂直式和菜单式培养。与此同时，为使电商人才扎下根、出效益，还要在住房、教育、卫健等保障方面出实招、强激励[7]。

政府与学校、企业携手，深化产教融合，促进直播电商资源要素的集聚与融合，打造具备数字经济思维和新质生产力应用能力的直播电商人才，以科技力量赋能直播电商产业发展，支撑产业转型升级，打造行业新标杆，支撑数字经济发展、激发新型消费潜能。从政府层面看，一是建设农村流通体系，搭建一个农村电商的综合服务平台，加快农村现代化物流配送体系的建设，来畅通农产品进城，消费品下乡，双向渠道，二是开展多种形式的农村电商促销活动，发展比如“线上引流 + 线下消费”模式，探索实施“定制农业园区”“基地宣传”这些特色的电商营销模式，将农户接入数字产销服务平台，助力农产品的销售，三是提高农民包括从业人员的技能，探索把手机变成新农具，培训他们做短视频的一些技能，助力千家万户的“小农户”，有效对接千变万化的“大市场”，最终把农产品销售出去。

4.2. 载体供应，夯实农村电商新质生产基础设施

农业新质生产力依托基础设施，对农村经济和乡村建设至关重要。当前，需加快构建县域直播电商基地，培育农村数字消费新场景。新基建中的数据中心、AI、物联网等技术紧密关联“三农”现代化，建立数字乡村网络平台成为主流模式。鉴于农村数字化水平不均，应因地制宜实施差异化基础设施发展策略。农村金融、物流等辅助行业可依托互联网，通过合作帮扶模式逐步推广。同时，加强城乡数据中心一体化建设，聚焦农产品溯源、销售流通等数据治理，支撑数字乡村应用。

深度融合区块链等技术与实体经济，促进多方主体紧密合作，共同培育新型经济主体。通过平台协

作, 构建适应数字乡村的技术体系、标准与机制, 实现全面互动, 形成“链式”发展生态。在升级传统基础设施的同时, 逐步推进“三农”大数据中心等新型建设, 打破物理界限, 促进农村电商全面发展。

4.3. 制度保障, 激发农村电商新质生产内生动力

制度保障是激发农村电商新质生产内生动力的关键。通过建立健全相关政策体系, 为农村电商提供有力的制度支撑, 可以保障其健康有序发展。完善的制度环境能够降低农村电商的运营成本, 提高其市场竞争力, 同时激发农民的创新创业活力。在制度的引领下, 农村电商能够充分利用当地资源, 拓展销售渠道, 提升产品质量, 从而形成新的经济增长点。这不仅促进了农村经济的繁荣发展, 也为乡村振兴注入了新的动力。继续做好政策层面的顶层设计, 出台系列支持农村电商的资金、技术、人才扶持政策和具体办法, 为农村电商在乡村的推广、应用和扎根提供制度保障[8]。近日, 农业农村部指导抖音等网络平台, 开展“星乡村”“星农人”培育工作, 以公益方式扶持培育一批有特色有潜力的乡村和发展带头人, 发挥示范引领作用, 推动数字经济与乡村产业深度融合, 培育乡村领域新质生产力助力乡村全面振兴。同时, 为更好地发挥农村电商政策效果、激活农村要素潜力和推动农村发展, 各地区应充分发挥政府、数字技术和农户主体的协同作用, 优化电商产业发展环境, 完善城乡要素互流体系, 为乡村振兴提供制度保障、产业支撑和要素支持[9]。

4.4. 模式创新, 构建农村电商新质生产创新模式

在推动农村电商发展的进程中, 模式创新是构建农村电商新质生产创新模式的关键。通过构建电子商务配套产业市场链, 整合了从产品供应、电商平台运营到物流配送、支付结算等各个环节, 形成了高效顺畅的市场运作体系, 为农村电商的发展提供了坚实的基础。同时, 个体农户直播销售新兴链的崛起, 为农产品销售开辟了全新的渠道。农户们通过直播平台直接与消费者互动, 不仅拓宽了销售市场, 还提升了农产品的品牌知名度和附加值。政府代言公信拉动扶持链的引入, 更是为农村电商注入了强大的动力。政府领导干部通过直播带货等形式, 积极宣传地区特色产品和产业, 不仅提升了政府公信力, 还有效拉动了农村电商的发展。此外, 明星网红引流带货效应链的形成, 也极大地推动了农村电商的繁荣。明星和网红们凭借个人魅力和广泛的影响力, 为农产品带来了大量的流量和关注度, 进一步促进了农产品的销售和农村电商的发展。这四种模式的有机结合, 共同构建了农村电商新质生产创新模式, 为乡村振兴注入了新的活力。

5. 结语

当前, 中国乡村电商的蓬勃发展显示, 它已成为乡村振兴、数字农业、数字经济发展的的重要组成部分。农村电商与具体应用场景的深度融合, 针对产品、渠道、人才等方面的痛点问题, 实现了精准施策、有的放矢。线上市场的兴起, 不仅促进了工业品下乡, 也加速了农产品进城, 有效打破了城乡要素流动的障碍, 创新了农产品交易模式, 提高了农民收入, 推动了农业供给侧结构性改革, 成为农业农村经济发展的“排头兵”, 为乡村振兴贡献了独特力量。

参考文献

- [1] 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.cnnic.cn/n4/2025/0117/c208-11228.html>, 2025-01-17.
- [2] 李明芳. 基于中国式现代化的农业新质生产力发展路径探析[J]. 农业经济, 2025(2): 14-16.
- [3] 张广辉, 杨震. 农业新质生产力、农业社会化服务与粮食安全[J]. 当代经济研究, 2025(2): 68-78.
- [4] 黄斌, 孔祥智. 农业新质生产力赋能农民增收: 理论机制与实践路径[J/OL]. 中国农业大学学报(社会科学版), 1-

13. <https://doi.org/10.13240/j.cnki.cauijsse.20250106.005>, 2025-03-03.
- [5] 宋振江, 冷明妮, 周波, 等. 中国农业新质生产力: 评价体系构建、动态演进及政策启示[J]. 农林经济管理学报, 2024, 23(4): 425-434.
- [6] 中央财经大学人力资本与劳动经济研究中心. 2024 年中国人力资本报告[EB/OL]. 2024-12-14. <https://humancapital.cufe.edu.cn/info/1100/1524.htm>, 2025-02-16.
- [7] 王峰, 邬丽丽. 新时代农村电商可持续发展研究[J]. 中国果树, 2023(9): 146.
- [8] 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.
- [9] 卜洁文, 汤龙, 赵妍妍, 等. 农村发展电子商务能减缓资本与劳动力要素外流吗?——以电子商务进农村综合示范政策为例[J]. 金融研究, 2023(10): 145-164.