

新质生产力视角下农村电商高质量发展的实践路径研究

刘倩倩

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年5月6日; 录用日期: 2025年5月22日; 发布日期: 2025年6月17日

摘要

在数字经济浪潮中, 农村电商已成为乡村振兴和城乡经济循环的关键引擎。从新质生产力视角看, 技术创新、产业重构和要素升级正驱动农村电商向数字化、生态化、集群化转型, 显著提升交易效率、质量保障和资源配置能力。然而, 其发展仍受制于基础设施短板、技术和人才瓶颈、品牌竞争力弱及政策协同不足四大挑战。破解上述难题, 需构建技术赋能、品牌培育、生态协同三位一体的升级路径: 通过区块链溯源和AI预测系统提升产业链透明度与供需匹配效率; 强化区域品牌建设与标准化体系; 建立跨区域协作机制, 推动政策工具与市场机制深度融合。未来, 农村电商需聚焦“技术 + 品牌 + 生态”三轮驱动, 加速向多产业融合的生态化模式演进, 为乡村振兴注入可持续动能。

关键词

新质生产力, 农村电商, 高质量发展

Research on the Practical Path of High-Quality Development of Rural E-Commerce from the Perspective of New Quality Productivity

Qianqian Liu

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: May 6th, 2025; accepted: May 22nd, 2025; published: Jun. 17th, 2025

Abstract

In the wave of digital economy, rural e-commerce has become a key engine for rural rejuvenation and

urban-rural economic cycles. From the perspective of new quality productivity, technological innovation, industrial restructuring and factor upgrading are driving rural e-commerce's transformation to digitalization, ecology and clustering, significantly improving transaction efficiency, quality assurance and resource allocation capacity. However, its development is still constrained by the four challenges of infrastructure shortcomings, technology and talent bottlenecks, weak brand competitiveness and insufficient policy synergy. To solve these problems, it is necessary to build a trinity of upgrading paths of technological empowerment, brand cultivation and ecological synergy: to enhance the transparency of the industrial chain and the matching efficiency of supply and demand through the block chain traceability and AI prediction system; to strengthen the construction of regional branding and standardization system; to set up cross-regional collaboration mechanisms, and to promote the in-depth fusion of policy tools and market mechanisms. In the future, rural e-commerce needs to focus on the "technology + brand + ecological" three-wheel drive, accelerate the evolution to the ecological mode of multi-industry integration, and inject sustainable kinetic energy for rural rejuvenation.

Keywords

New Quality 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

在数字经济蓬勃发展的时代背景下,农村电商已成为推动乡村振兴和城乡要素流动的关键力量。“农村电商发展是一项多元、立体、系统化的工程。在这一发展进程中,新质生产力通过技术革命性突破(如5G通信技术、大数据技术等)和生产要素创新性配置(如互联网平台的运用、内容创造者与消费者之间的直接连接等)等手段,重构了传统农村电商的内在结果与效能表现,推动了农村电商行业的深度转型,强化了主播与受众之间的互动,引领了内容创作策略和传播方式的变迁” [1]。农村电商已打破了传统购销模式的时空限制,通过“引进来”与“走出去”双向流通,促进城乡经济循环,提高农民收入,助力乡村产业振兴。短视频、直播电商等新业态,精准连接农户与消费者,加速农产品上行与工业品下行,推动城乡资源、机会均等化。与此同时,新质生产力正成为驱动高质量发展的核心引擎。新质生产力以高科技、高效能、高质量为特征,通过技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级,重塑经济发展动能。新质生产力赋能农村电商,其内在机制和作用机理在于,通过大数据、云计算等技术创新驱动运营效率提升与销售模式创新,实现精准营销和库存管理,突破时空限制;借助优化生产要素配置,激活人才要素并整合资金要素,为农村电商发展提供人力与资金保障;推动产业深度转型升级,促进农村电商与多产业融合,拓展发展空间,提升农产品附加值,延长产业链条,最终实现农村电商高质量发展。本研究旨在通过对新质生产力应用场景进行研究,聚焦农村电商领域,揭示技术、要素、产业三重赋能机制,为高质量发展提供新理论视角。

2. 新质生产力赋能农村电商高质量发展的现状分析

“新质生产力由新型的劳动者、劳动资料以及劳动对象等要素构成,数据、科技创新、现代化产业体系、环境与制度体系等是新质生产力的核心要素” [2]。新质生产力正通过技术革新、产业重构与要素升级,深度赋能农村电商向高质量发展阶段迈进。当前呈现以下四大发展特征:

2.1. 技术创新驱动效能跃升

技术创新让农村电商更“能”更“快”更“稳”。“新型农业劳动者凭借人工智能、大数据、生物技术、数字技术等先进生产工具的应用，丰富了农业生产场景，劳动对象的物理种类也获得极大拓展”[3]。如物联网技术实现农业生产环境实时监测与供应链全程溯源，区块链技术构建“从田间到餐桌”的可信数据链，人工智能算法精准预测消费需求并指导动态定价。在浙江义乌，智能分拣系统使物流效率提升40%；贵州六盘水通过大数据建模，将农产品滞销率降低28%。这些技术不仅重塑交易环节，更推动农业生产标准化与电商服务专业化。

2.2. 产业模式迭代催生新生态

“龙头企业 + 合作社 + 农户 + 电商”的产业链闭环加速形成，龙头企业提供标准化生产与品牌输出，合作社整合分散资源，电商平台打通销售渠道。山东寿光蔬菜产业集团通过订单农业模式，带动2万户农民增收，电商销售占比达65%。这种“风险共担、利益共享”机制增强产业链韧性，推动产业从“散兵作战”向集群化转型。

2.3. 基础设施升级筑牢发展根基

县域物流集散中心覆盖率提升至85%，智能仓储与冷链设施向乡镇延伸，河南南阳冷链流通率突破50%。数字基建方面，行政村光纤通达率超过98%，村级电商服务站覆盖率达75%，福建沙县通过“数字乡村”平台整合农文旅资源，年接待游客增长30%。基础设施的立体化升级，有效破解“最初一公里”与“最后一公里”难题。

2.4. 市场扩容与质量提升并行

全国农村网络零售额年均增速超20%，农产品网络零售额突破5000亿元，其中生鲜品类占比达40%。消费结构呈现高端化趋势，有机食品、地理标志产品销售额年均增长超35%。政策推动效应显著，中央财政连续五年安排专项资金支持“数商兴农”，浙江、江苏等地探索“电商 + 金融”模式，为新型农业经营主体提供信贷支持超200亿元。

3. 新质生产力赋能农村电商高质量发展的现实挑战

3.1. 基础设施与物流短板

新质生产力赋能农村电商高质量发展面临基础设施与物流体系的双重约束。城乡数字基建呈现显著落差。其一，网络覆盖不足。农村地区互联网普及率低于城镇，5G网络覆盖不足制约直播电商等新模式普及，形成数字发展鸿沟。同时，农产品分散生产导致物流密度低，冷链设施缺乏推高生鲜损耗率，使得物流成本占商品价值比重偏大，严重挤压产业利润空间。网络覆盖不足与物流成本偏高互为因果，制约电商服务拓展和物流效率提升，形成恶性循环。要突破这一瓶颈，需构建数字基建、物流网络和产业生态的协同升级体系，推进5G网络深度覆盖，优化仓储布局，创新物流服务模式，方能释放新质生产力对农村电商的赋能潜力。

3.2. 技术应用与人才瓶颈

技术应用与人才瓶颈构成新质生产力赋能农村电商高质量发展的核心制约。

第一，科技创新能力不足。农村电商多依赖传统模式，缺乏农产品溯源、智能仓储等针对性技术解决方案。科技创新能力不足导致产业链关键技术供给缺失，农产品溯源体系、智能仓储系统、冷链物流

技术等针对性解决方案的缺失，使得产业链各环节数据孤岛化、运营粗放化问题突出，严重制约全链路效率提升。

第二，专业人才短缺。“数字时代、人工智能时代赋予农业劳动者在体力和智力上的提升，具体包括能够创造农业新质生产力的战略性人才和熟练掌握农业新质生产工具的应用型人才”[4]。但在现实中，返乡青年中电商技能人才占比不足 15%，既懂农业又精技术的复合型人才更是稀缺。导致新技术落地转化率低、商业模式创新滞后。这种技术供给与人才支撑的双向短板，使农村电商难以突破传统模式桎梏，产业链升级内生动力不足，高质量发展进程面临显著阻力。破解这一困局，需构建技术研发推广与人才培养引进的协同机制，通过政产学研合作加速关键技术突破，创新“本土培育 + 外部引进”的人才梯队建设模式，方能释放新质生产力的赋能潜力。

3.3. 市场竞争力与品牌弱势

新质生产力赋能农村电商高质量发展面临的核心挑战是，“截止到 2025 年的目标任务建立 300 个国家级农产品区域公用品牌和 1000 个农产品品牌，同时绿色食品、有机农产品及地理标志农产品的数量要超过 6 万个”[5]。农产品电商品牌数量众多，但极少能打出知名度。首先，从生产端来看，产业链上游标准化体系缺失导致产品差异化不足。生产规模小、分散，缺乏统一的生产标准和质量控制体系，其次，从销售端来看，中游电商运营模式粗放缺乏创新驱动动力。许多农村电商企业缺乏专业的运营团队和创新意识，仅将电商平台作为简单的销售渠道，忽视了品牌塑造、用户体验、营销策略等方面的创新，产品和服务同质化严重。最后，从消费端来看，购买决策多依赖于价格因素，缺乏对品牌的长期忠诚度，这也进一步加剧了同质化竞争。这种竞争方式不仅压缩了产业利润空间，更抑制了质量提升与技术创新的动力机制。

其二，市场信任度有待提升。“目前，我国农村电商的创新发展已初见成效，打破了传统农业的生产与销售模式，隐性交易的中介环节日益增多，所需的监管机制、程序及商业规则变得更加复杂。然而，针对农村电商的法律法规的制定仍显滞后，各相关部门在管理体制上尚未实现系统化的协同”[6]。假冒伪劣产品偶有出现，假冒伪劣产品对消费信心的侵蚀具有乘数效应，会动摇整个行业的信誉根基。

3.4. 政策与生态协同不足

从区域格局看，东部县域电商商品交易总额远高于中西部，折射出资源集聚与数字鸿沟并存的矛盾，这种发展落差不仅制约全国市场一体化进程，更导致技术、人才等要素向发达地区单向流动。在生态构建层面，金融服务的精准滴灌机制尚未健全，物流网络的县域渗透存在“最后一公里”梗阻，人才培育体系与产业实际需求脱节，形成“政策热、市场冷”的落差。究其根源，在于政策工具与市场机制尚未形成有效耦合：产业政策偏重短期激励而缺乏生态培育的长效设计，市场端则因主体分散、信息不对称导致资源配置效率损失。破解这一困局，需建立跨区域协同发展机制，通过数字平台链接东部技术溢出与中西部资源禀赋，同时构建“政策 + 市场”双轮驱动生态，政策端聚焦基础设施普惠与公共服务均等化，市场端培育龙头企业生态化运营能力，最终形成政策引导、市场主导、生态协同的可持续发展模式。

4. 新质生产力赋能农村电商的实践路径设计

4.1. 技术赋能维度

从技术赋能的具体路径来看，新质生产力为农村电商提供了两大核心解决方案：首先是区块链溯源系统的构建。该技术通过建立分布式数字账本，将农产品的生产、加工、物流等全环节信息上链存储，形成不可篡改的数据链条。消费者通过扫码即可获得产品从田间到餐桌的完整溯源信息，有效解决了传

统农产品质量信任问题。浙江丽水山茶油应用该体系后，品牌信誉度显著提升，产品附加值随之提高。其次是 AI 需求预测系统的部署。通过智能算法对气象数据、历史销售记录、市场舆情等多源信息进行分析，构建农产品销量预测模型。山东寿光蔬菜集团实践表明，该系统能提前预判市场需求变化，指导农户精准调整种植计划，有效降低了滞销风险。这种数据驱动的产销对接模式，使农业生产更具计划性，供应链协同效率大幅提升。为推动区块链溯源系统构建，需先组织专家深入调研农村电商各环节，制定详细的建设方案，再委托专业公司开发系统，部署数据采集设备，确保数据上链真实完整，并开发消费者端应用，通过宣传和培训推广系统。同时，针对 AI 需求预测系统，需整合多源数据构建模型，开发集成系统并推广试点，根据市场反馈优化功能，以提升农村电商的数字化水平。

4.2. 要素重构维度

构建利益联结机制的核心在于风险共担与利益共享。“构筑‘政产学研’协同创新机制，实现政策、技术、资本和市场的有机结合。着力打造政府牵头、企业主导、高校、研究机构攻关的深度融合创新联合体，强化政府、高校、科研院所和涉农企业之间的合作，打通科研创新、科技成果转化、产业创新的‘接口’，有效引导人才链、创新链与产业链的融合发展”[7]。政府应出台政策引导，设立专项扶持资金，推动企业与农户签订“保底收购 + 利润返还”合同，建立利益分配机制。搭建县域电商大数据平台，整合各方资源，培育数据服务商，构建协同创新生态，通过试点项目探索有效路径并逐步推广，促进农村电商要素重构与产业升级。企业则需建立“保底收购 + 利润返还”的订单农业模式，与农户形成稳定利益共同体。同时，搭建县域电商大数据平台，政府动态发布产业政策与市场需求信息，企业开放供应链管理系统，农户通过数字终端接入产业链，形成“政策引导 - 企业运营 - 农户参与”的三位一体协同机制。在培育数据服务商新业态方面，需聚焦数据要素的价值转化。政府应推动农业、商务、气象等多源数据开放，建立数据资产确权与交易机制；鼓励企业开发数据服务产品，同时，构建“数据服务商 + 电商平台 + 金融机构”的协同创新生态，发展供应链金融服务、市场预警分析等增值服务，使数据要素成为驱动产业升级的新动能。通过政策扶持与市场培育双重发力，推动数据服务商从基础技术服务向产业生态构建者转型，形成“数据采集 - 分析建模 - 价值应用”的闭环生态。

4.3. 产业转型维度

新质生产力真正助力农村电商产业升级，关键得走好这三步棋：第一步，升级产业链：用数字技术把农业生产、加工、物流、销售串成一条线。如，农民按订单种地，企业按需加工，物流精准配送，消费者直接反馈，这样整条链效率更高，浪费更少。第二步，全面数字化转型：从田间到餐桌都插上“数字翅膀”。物联网监控作物生长，区块链记录产品“身份证”，直播带货打通新市场，让农产品卖得更远、更俏。第三步，构建产业生态圈：政府搭台，企业唱戏，金融、物流、人才都跟上。比如，政府出政策建物流园，银行给农户低息贷款，高校培养电商人才，大家合力把农村电商蛋糕做大。最后，政策与市场要打好配合战。政府引导产业升级方向，市场推动创新落地，东西部资源共享，形成“东部带西部，城市帮农村”的良性互动。这样，农村电商就能从“散养户”变成“集团军”。

4.4. 政策保障维度

针对农村电商主体“融资难、融资贵”痛点，政策需引导金融机构开发“电商专项贷”、“供应链金融”等定制化产品。建立“政府 + 银行 + 保险 + 电商”风险共担机制，政府通过财政贴息、风险补偿基金等手段分担信贷风险；金融机构利用电商交易数据构建信用评估模型，突破传统抵押物限制；保险机构开发价格指数险、物流延误险等创新险种。通过“数据增信 + 政策托底”，降低电商经营主体融资成本，激发市场活力。

在人才培养方面,建立农村电商人才“引留培”机制。“新型劳动者相较于传统劳动者通常拥有更高教育水平、更快学习能力和更强适应能力,能够适应数据化、智慧化、科技化的现代农业生产环境,具备多维知识结构、熟悉新技术操作,现代农业机械、绿色生产技术、先进生产理念能够在农业生产中快速扩散”[8]。破解人才瓶颈需构建“引才、留才、育才”闭环。引才层面,设立“乡村电商英才计划”,对返乡创业青年、数字技能人才给予住房补贴、税收减免等政策激励;留才层面,优化县域电商产业园配套,建设“创客空间+生活社区”综合体,提升职业归属感;育才层面,实施“万人电商培训工程”,开发“理论+实操”模块化课程,联合高校、电商平台开展订单式培养。建立“新农人”职称评定体系,打通职业晋升通道,形成“人才引得进、留得住、干得好”的良性生态。

这两条路径通过金融工具创新与人才机制改革,为农村电商高质量发展注入政策动能,既体现“精准施策”的专业性,又确保“可操作、易落地”的实践价值。

5. 结论与展望

本研究从新质生产力的视角出发,分析了农村电商高质量发展的现状、现实挑战及实践路径,得出以下结论:新质生产力通过“技术-要素-产业”三螺旋结构赋能农村电商高质量发展,技术创新提升了交易效率与质量保障能力,要素重构优化了资源配置与利益联结机制,产业转型推动了农村电商从传统模式向数字化、生态化、集群化方向发展。然而,当前农村电商高质量发展面临基础设施与物流短板、技术应用与人才瓶颈、市场竞争力与品牌弱势、政策与生态协同不足等四大核心挑战。针对这些问题,研究提出了四大实践路径:通过区块链溯源系统与AI需求预测系统实现技术赋能,解决质量信任与供需错配问题;构建“风险共担、利益共享”的利益联结机制,推动数据要素价值转化;以数字化技术升级产业链,构建产业生态圈;通过金融工具创新与人才机制改革破解“融资难”与“引才难”问题。未来,农村电商高质量发展应聚焦技术赋能、品牌建设和生态协同三大方向。一方面,积极引入元宇宙电商、ChatGPT客服等新兴技术,打造沉浸式购物体验 and 智能化服务,提升用户体验与运营效率;另一方面,通过区块链溯源和品牌生态建设,增强农产品质量信任与市场竞争力。同时,加强跨区域协作,构建涵盖金融、物流、人才的完整生态闭环,推动农村电商从单一产业向多产业融合的生态化模式转型,为乡村振兴和城乡经济循环注入持续动力。

参考文献

- [1] 田天亮. 新质生产力赋能融媒体发展的优势、挑战与策略[J]. 当代电视, 2024(7): 33-39.
- [2] 赵雅曼. 新质生产力概念辨析及评价指标体系构建[J]. 商业经济, 2024(10): 138-141.
- [3] 孔祥智, 谢东东. 农业新质生产力的理论内涵、主要特征与培育路径[J]. 中国农业大学学报: 社会科学版, 2024, 41(4): 29-40.
- [4] 罗必良, 耿鹏鹏. 农业新质生产力: 理论脉络、基本内核与提升路径[J]. 农业经济问题, 2024, 45(4): 13-26.
- [5] 中国政府网. 农业农村部办公厅关于印发《农业生产“三品一标”提升行动有关专项实施方案》的通知[EB/OL]. (2021-03-15) https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-03/18/content_5593709.htm, 2025-02-14.
- [6] 董媛媛. 农村电子商务的发展态势、存在问题与监管路径分析[J]. 农村金融研究, 2017(10): 67-71.
- [7] 旺盛, 王小龙, 杨富裕, 雷薪玉, 陈源泉. 农业科技强国评价指标体系与中国实现度分析[J]. 中国农业大学学报, 2021, 26(12): 1-10.
- [8] 张露, 魏祖大. 以颠覆性科技创新赋能农业新质生产力发展研究[J]. 中州学刊, 2024(11): 41-49.