

数字经济时代的农村电商发展：新质生产力的推动与实施路径

刘 超

贵州大学经济学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年4月11日；录用日期：2025年4月25日；发布日期：2025年5月31日

摘 要

数字经济时代，农村电商作为乡村振兴与农业现代化的关键驱动力，其发展受新质生产力的深度赋能与结构性支撑。本文旨在探讨当前农村电商面临现状、多维挑战、新质生产力背景下的推动作用以及综合实施路径。通过分析当前农村电商的发展趋势与运营模式，提出适合的农村电商发展的建议，第一加强基础设施建设：夯实新质生产力的物质基础；第二提升人才与技能水平：激活新质生产力的核心驱动；第三推动产品标准化与品牌化：构建新质生产力的产业核心；第四扩大市场开拓与优化融资环境：拓展新质生产力的价值空间。

关键词

数字经济，农村电子商务，新质生产力，乡村振兴，实施路径

The Development of Rural E-Commerce in the Digital Economy Era: The Promotion of New Quality Productivity and Implementation Pathways

Chao Liu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 11th, 2025; accepted: Apr. 25th, 2025; published: May 31st, 2025

Abstract

In the era of digital economy, rural e-commerce, as a key driving force for rural revitalization and agricultural modernization, is supported by the deep empowerment and structural support of new

quality productivity. This paper aims to discuss the current situation of rural e-commerce, multi-dimensional challenges, the driving role of new quality productivity and the comprehensive implementation path. Through the analysis of the current development trend and operation mode of rural e-commerce, the author puts forward suitable suggestions for the development of rural e-commerce. First, we should strengthen the construction of infrastructure: consolidate the material foundation of new quality productivity; Second, we should improve the level of talents and skills: activate the core drive of new quality productivity; Third, we need to promote product standardization and branding: build the industrial core of new quality productivity; Fourth, we need to expand market development and optimize the financing environment: expand the value space of new quality productivity.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, New Quality Productivity, Rural Revitalization, Implementation 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

在数字经济时代，农村电商的发展不仅是推动农村经济转型升级的重要力量，更是实现乡村振兴战略的关键一环。党的二十大报告中明确提出“全面推进乡村振兴”，强调“建设宜居宜业和美乡村”。2024 年中央一号文件《中共中央国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见》进一步明确了推进乡村全面振兴的“路线图”。为农村电商的发展提供了坚实的政策支持和方向指引。新质生产力作为推动高质量发展的关键动力，其本质在于依靠创新驱动。在农业领域，农村电商正是这一新质生产力的典型代表，借助互联网、大数据、云计算和人工智能等数字技术，推动农业发展方式转型升级，促进了数据等新型生产要素的出现，改变了劳动对象和劳动资料的形态，推动了新型劳动对象和新型劳动资料的涌现，极大提高了农业生产效率。

农村电商的兴起，为农产品打开了更广阔的销路，带动农民增收，也促进了农村产业结构的优化升级，增强了农产品的质量和市场竞争力。据《2023 年中国农村电商发展研究报告》显示，截至 2023 年底，我国农村网络零售额达 2.49 万亿元，同比增长 12.2%；全国农村电商服务站点已超过 130 万个，带动就业超 1500 万人，有效推动了农村经济社会发展。同时，农村电商还吸引了人才回流，为乡村振兴注入了新的活力，截至 2023 年 12 月，农村网民规模达 3.08 亿，占全国网民总数的 29.1%，其中 18~35 岁青年返乡创业比例逐年增长，农村电商成为吸引青年返乡的主要业态之一。借助电商平台，农产品实现了跨越地域的销售对接，打通了产销链条，显著提高了农民的收入水平，同时也带动了农村经济结构的多元化转型。这一发展过程生动诠释了新质生产力在农业中的应用，推动了技术创新与资源高效配置，进而提升了农业的综合效益与市场竞争力[1]。但与此同时，农村电商的发展仍面临不少困境与挑战。专业人才的缺乏、农产品标准化程度低、物流配送体系不完善等问题，都制约着农村电商的进一步发展。因此，如何通过新质生产力的推动，解决这些瓶颈问题，进而推动农村电商持续健康发展。

2. 农村电商发展现状问题分析

2.1. 基础设施薄弱

农村电商基础设施亟待提高，农村电商的发展依赖于网络、物流等基础设施的配套[2]。根据《中国

统计年鉴》查到 2023 年全国农村公路密度约为 38.5 公里/百平方公里，而东部城市地区平均为 89.4 公里/百平方公里，建设覆盖明显不足。农电商业态与实体供应链体系存在空间适配困境：在拓扑结构层面，威廉姆森资产专用性理论揭示，离散型聚落导致流通网络密炼度不足，迫使运输工具空载率突破 36% 的帕累托边界；技术嵌入维度，智能调度系统与区块链溯源技术的应用覆盖率不足 7%，且村级节点的马歇尔式专业化投资缺口形成“技术塌陷区”。农村地区普遍地处偏远，地形多样复杂，这些地理特征会直接影响物流基础设施建设成本与施工难度[3]。乡村地域性约束对供应链系统的空间嵌入形成多维阻力，在地理学“核心 - 边缘”理论框架下呈现三重异质性特征：自然地理维度、生态维度、经济地理维度。这种空间异质性与制度安排的协同作用，最终导致供应链网络在乡村场域形成马歇尔式“专业化投资真空区”。

2.2. 人才与技能短缺

农村地区由于教育资源有限，加之职业培训机会稀缺，难以培养出适应现代物流业需求的专业人才[4]。根据《中国农村教育发展报告(2022)》的数据，全国农村义务教育阶段学校师资配置依然不均，农村高中阶段毛入学率仅为 89.2%，明显低于城市的 97.5%。这直接影响了农村学生接受高等教育和职业技能培训的机会。物流行业对物流管理、信息技术及客户服务等方面的专业能力有较高要求，而这些能力的获取离不开系统的教育与技能培训。同时，由于农村经济吸引力不足，职业发展前景有限，即使有专业人才培养出来，也往往倾向于前往经济发达、机会更多的城市工作，进一步加剧了农村物流领域的人才短缺问题。另一方面，信息技术的广泛应用对提升物流效率和准确性至关重要。根据工信部数据显示，截至 2023 年底，农村地区的固定宽带家庭普及率为 54.7%，远低于全国平均水平的 81.4%；同时，5G 网络在农村的覆盖率仍不足 50%。农村地区信息基础设施相对滞后，网络覆盖不全面，高新技术使用有限，严重制约了物流信息系统的建设与应用，使得数据实时处理、物流追踪及资源优化配置等关键功能难以有效实施。此外，与城市相比，农村在高新技术的引进和创新方面投入不足，使得农村电商物流难以引入先进技术和设备，进而影响服务效率和运营成本的优化。

2.3. 农产品标准化与品牌化不足

当前，农产品品牌化进程受阻的深层次矛盾体现于产业标准化发展的制度性障碍，这一困境在农业供给侧结构性改革中呈现出多重表征[5]。从制度经济学的视角审视，土地细碎化经营格局衍生的生产环节去标准化问题，直接解构了品质承诺的物理基础：第一，耕作技术的经验依赖性与化肥农药的粗放施用形成技术参数体系失范，导致感官性状与营养指标的代际波动，根据农业农村部 2023 年农业绿色发展统计，超 65% 的小农户未建立标准化生产档案体系，90% 以上的种植主体依赖经验式管理，造成农产品感官性状与营养指标年际波动率达 22.7%，稳定性不足；第二，采后商品化处理环节因分拣装备与分级标准的双重缺失，造成同批次产品货架表现的离散系数超标；第三，冷链物流和包装规范的执行力缺口，使得品质衰减曲线的不可控性加剧。此种多环节标准化缺陷在消费端引发产品可识别性坍塌，致使品牌价值核心要素 - 品质恒定预期难以塑形，2023 年中国农产品区域品牌价值百强榜中，仅 7% 的品牌在近三年连续实现市场占有率提升，且大多数品牌集中于东部沿海省份，显示出标准化基础与品牌化进程的空间不均，即便构建文化溢价叙事亦面临价值传导机制断裂的困境。新制度主义分析框架进一步揭示，区域公共品牌建设中标准治理机制的失灵更为关键：行业协会未能建立动态迭代的品质基准认证体系，政府监管部门对地理标志产品技术规程的约束软化，使得标准化建设陷入公私领域衔接断裂的“公共品陷阱”[6]，最终形成品牌权益主体间责任推诿与质量信号失真的双重恶循环。

2.4. 市场开拓与融资困难

农村电商在发展中面临明显的市场开拓与融资难题。一方面，产品以初级农产品为主，据《2023 年中国农产品电商发展报告》统计，全国农产品电商销售中，初级产品占比超过 68%，深加工与高附加值产品占比不足 25%。并且标准化和品牌化水平低，加之物流成本高、基础设施薄弱，导致市场拓展受限，竞争力不足。同时，缺乏精准的市场调研与营销策略，影响了对外销售与客户维系。大多数农村电商经营者缺乏必要的创新能力，在产品的销售策略方面，多数选择模仿，同区域同产业产品同质化现象严重 [7]。另一方面，农村电商多为中小微主体，存在信用等级低、财务不规范等问题，难以获得银行等金融机构的有效融资支持，且农村地区金融服务滞后，融资渠道单一，资金获取困难。根据中国人民银行发布的《2023 年农村金融服务报告》，农村电商经营主体中有超过 62% 未能从银行获得有效信贷支持。与此同时，农村地区金融服务覆盖率低，网点密度小，创新型金融产品渗透不足，导致融资渠道狭窄，资金获取困难。2023 年，农村中小微企业的融资可得率为 28.7%，远低于城市企业的 63.5%。这些问题共同制约了农村电商的规模化发展与持续竞争力的提升，亟需政策支持与金融创新共同推动其突破发展瓶颈。

3. 新质生产力对农村电商发展的推动作用

新质生产力的蓬勃发展，成为驱动农村电商跃升发展的关键引擎。其核心在于以大数据、云计算、物联网、人工智能等为代表的新一代前沿技术与创新要素的高度融合与突破性应用。这些“新质”力量，深刻地重塑了农村电商从底层技术到运营模式、从生产过程到市场体系的整个生态链。它不仅是效率提升的工具，更是推动农村电商迭代升级、赋能乡村振兴的变革性动力。在这一背景下，新质生产力的推动作用主要聚焦于三大核心维度：技术推动、生产模式的变革、市场拓展与渠道创新。这些方面协同作用，共同促进了农村电商的智能化、高效化与高质量发展(见图 1)。

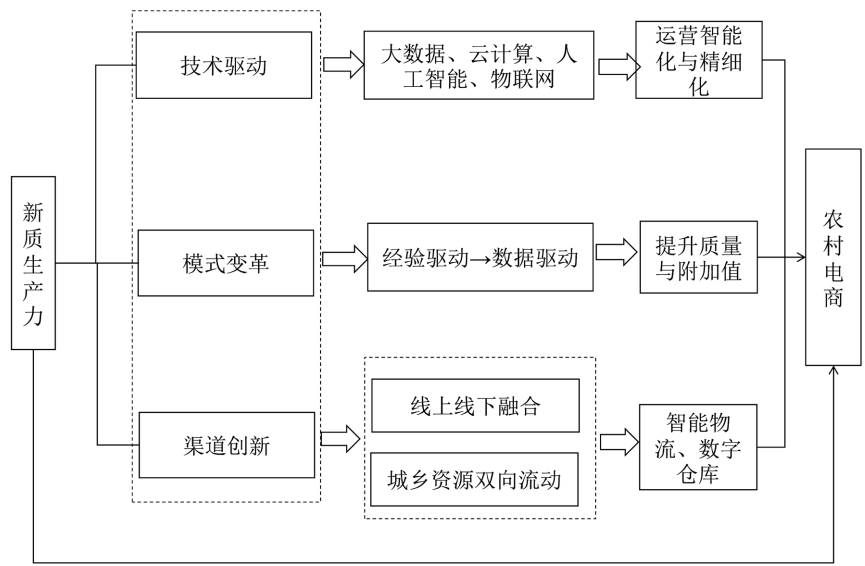


Figure 1. The theoretical mechanism of new quality productivity on rural e-commerce
图 1. 新质生产力对农村电商的理论机制

3.1. 技术推动

在新质生产力背景下，农村电商的技术要素及其创新模式成为推动农村经济转型和升级的关键力量

[8]。以大数据、云计算、物联网和人工智能等为代表的现代信息技术，正在深刻改变农村电商的运营模式和市场格局。新质生产力中的核心技术如大数据、云计算、物联网和人工智能等在农村电商中的应用，极大提升了电商运营的智能化与精细化水平。在供应链端，电商平台通过用户行为数据与区域消费热力图预测市场需求，动态调配仓储与物流资源，京东物流的智能补货系统使生鲜损耗率降低。销售与服务端的革新更为显著：AI 算法支撑的智能推荐系统精准匹配消费者偏好。通过大数据分析，电商平台可以实现对用户偏好、市场需求和销售趋势的精准研判，优化产品供给与营销策略；物联网设备的使用提升了农产品生产与流通过程中的信息透明度与可追溯性，有效增强消费者信任；而智能推荐系统与客户关系管理技术的引入，则极大提升了客户体验与平台黏性。技术进步不仅提高了交易效率，还在一定程度上缓解了传统农村电商在管理、运营和服务层面上的短板，为其迈向现代化提供了坚实支撑。

3.2. 生产模式的变革

新质生产力推动农村电商向现代农业与数字经济深度融合的方向发展，促使其生产模式由以往的“经验驱动”向“数据驱动”转型，新业态新模式是创造农业生产新方式、开拓农民增收新渠道的现实路径，新质生产力培育发展乡村新业态新模式突出体现为其推动乡村数字经济快速发展，促进农业增效、农民增收和农村繁荣[9]。在此过程中，农业生产正由分散、粗放的个体模式转向规模化、标准化、智能化的新型组织方式。例如，通过农业物联网技术，农户可以实时掌握土壤、水分、气候等数据，实现精准种植与科学管理；而数字供应链的建立，使得原材料采购、产品加工与市场销售环节高度协同，提高了整体运营效率。并且在消费端，基于数字技术的消费者参与式生产模式通过平台化机制实现了产消协同，进而重构价值链分配结构。新质生产力背景下，农村电商平台依托区块链智能合约与云计算技术，构建消费者直接介入生产决策的透明化机制，使需求信号能够实时反馈至生产端，降低供需信息不对称性。这种由新质生产力引领的生产模式变革，不仅提升了农产品的质量与附加值，也增强了农村电商在市场中的议价能力与持续发展能力。

3.3. 市场拓展与渠道创新

借助新质生产力，农村电商在市场拓展与渠道构建方面呈现出多样化、立体化的发展趋势。通过直播带货、短视频营销、社交电商等新兴模式，农村电商成功突破了传统销售路径的限制，打破了地域壁垒，快速触达更广泛的消费群体[10]。同时，依托智能物流与数字仓储系统，实现了更高效的商品配送与库存管理，显著提升了客户响应速度与服务质量。在营销渠道与流通体系革新中，新质生产力通过技术—市场响应动态模型显著提升资源配置效率。基于实时可视化交互技术的直播电商与社交网络扩散机制，构建了消费者需求高频直连生产端的短链路体系。此外，更深层次的是消费场景的虚实融合，农村电商平台还通过构建“线上 + 线下”融合的多元渠道体系，增强了用户互动与品牌传播效能，沉浸式虚拟现实技术(VR/AR)结合区块链溯源数据构建的“生产 - 消费情境共同体”，使消费者认知从产品功能价值转向体验性价值。通过叙事性消费(如农耕文化 IP 嵌入)与交互感知设计，农产品的精神属性溢价贡献率提高。这些创新渠道不仅拓展了市场边界，更为农产品提供了进入城市和高端市场的便捷通道，有效促进了城乡资源的双向流动与价值再分配。

4. 农村电商发展的综合实施路径与对策建议

4.1. 加强基础设施建设：数字化工程实施体系构建

农村电商的发展依赖于物流、网络、交通与仓储等基础设施的协同完善，不同地区在基础设施现状上存在明显差异，因地制宜成为推进重点。东部沿海地区应在既有良好基础上，推动智能物流节点升级

与绿色仓储系统建设,实现“城市 + 乡村”协同配送体系;中西部地区亟需加快干线公路与电商仓配中心布局,提升物流通达性和数字设施覆盖率;而西南山区等地则应探索“基础设施 + 公益电商”新模式,构建低成本网络与移动冷链系统,破解地理障碍。整体来看,应以新质生产力为引领,加快5G、千兆光纤与物联网等新型网络在农村全面覆盖,构建智能仓储、无人配送与冷链物流于一体的综合体系,实现从“人工 + 手工”向“智能 + 系统”升级,不仅提升电商运营效率,也为农业全产业链现代化打下坚实基础。

4.2. 提升人才与技能水平：产教融合型建设

人才短缺是制约农村电商发展的关键瓶颈。应加强电商相关知识和技能的普及培训,特别是针对农村青年、返乡创业者及农民专业合作社成员,开展实用型培训课程,如直播带货、电商运营、视觉设计等。而新质生产力的核心在于“人”,尤其是具备数字素养与技术创新能力的人才队伍。当前农村电商发展亟需数字技能人才与运营管理人才的支撑。因此,应以数字技术培训为核心,构建农村新型人才培养体系,强化大数据、人工智能、电商运营等方面的教育培训,实现人力资源从“体力密集型”向“知识密集型”转化。同时,利用“互联网 + 教育”模式,开设在线课程、直播教学与实训基地,推动知识下沉和技能普及。鼓励高校毕业生、技术型人才、返乡青年投身农村电商,通过数字平台与智能工具,激发农业新业态发展潜力。人才与技能水平的提升,将为农村新质生产力注入持续创新与转化动能。

4.3. 扩大市场开拓与优化融资环境：数字供应链生态优化

新质生产力的外延不仅体现在生产端的智能化与绿色化,更体现在市场端的高效协同与价值延伸。农村电商应以数字平台为载体,打通供应链上下游,通过“产地直销 + 平台分发 + 社交传播”模式拓展市场空间,促进农产品走向全国乃至全球市场。同时,应构建数字化金融服务体系,利用大数据风控、智能信贷模型等技术手段,推动“信用 + 订单 + 数据”融资新模式,解决农村电商融资难、担保难问题。鼓励设立新质农业专项基金,支持智能装备、品牌营销和冷链设施等核心环节的投资。通过市场与金融的双轮驱动,为农村新质生产力的落地与持续发展提供坚实保障,推动农业价值链不断向高端延伸。

4.4. 推动产品标准化与品牌化：构建新质生产力的产业核心

新质生产力强调供给侧结构性改革与高质量发展,而农村电商要体现这一点,必须从产品入手,实现标准化、智能化与品牌化并重。应推动农产品全流程数字化标准建设,运用物联网、大数据和区块链技术,实现种植、养殖、加工、流通全过程可视化与可追溯,提升农产品质量与安全性。同时,推动农业品牌建设,结合地方文化与生态资源,打造区域公用品牌与数字农业IP。通过人工智能辅助设计、情感营销、直播带货等手段增强品牌传播力,实现品牌价值从“靠经验”向“靠数据”转型。标准化与品牌化将增强农村产品在市场中的核心竞争力,成为推动农村新质生产力提质增效的关键抓手。

5. 结论

在数字经济时代背景下,农村电商已成为推动乡村振兴和农业现代化的重要引擎。新质生产力作为高质量发展的核心动力,为农村电商注入了技术、模式和制度创新的新动能。通过数字基础设施的完善、人才体系的构建、产品的标准化与品牌化、市场与渠道的创新拓展,以及金融与政策的支持保障,农村电商正在实现从“量的扩张”向“质的跃升”的转变。然而,农村电商在发展过程中仍面临基础设施薄弱、专业人才匮乏、产品标准化程度不高、融资渠道狭窄等制约因素。对此,必须坚持新质生产力为引领,系统推进技术赋能、机制创新和生态优化,打造更加智能、高效、可持续的农村电商发展体系。只有这样,才能真正实现农民增收、农业增效和农村繁荣,推动城乡融合发展迈上新台阶。

参考文献

- [1] 谢杰, 戴佳, 李娜. 乡村振兴背景下新农人直播电商提升路径分析[J]. 商场现代化, 2025(10): 39-41.
- [2] 么迎雪. 乡村振兴战略下聊城市农村电商发展路径研究[J]. 山西农经, 2025(5): 144-146.
- [3] 何慧玲, 李君泽, 张茜. 公共管理视角下农村电商物流发展路径研究[J]. 物流科技, 2025, 48(6): 35-38.
- [4] 侯冰洁, 赵世界, 何剑鸣. 数字经济赋能智慧农业高质量发展内在逻辑与现实路径[J]. 现代农业研究, 2025, 31(4): 26-29.
- [5] 孙阳忆. “数商兴农”视角下山东省农产品品牌建设对策研究[J]. 河北农机, 2024(24): 145-147.
- [6] 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.
- [7] 海楠. 数字经济背景下农村电商助力乡村振兴路径研究[J]. 上海商业, 2024(12): 41-43.
- [8] 孙欣, 曹延泓. 新质生产力赋能农村电商发展的要素机制与实践路径研究[J]. 中国商论, 2025, 34(3): 9-12.
- [9] 陆森, 刘明宇. 新质生产力赋能乡村振兴的实践路径[J]. 南方论刊, 2025(3): 13-15, 22.
- [10] 郭佳祺. 新质生产力助力农村直播电商打造“兴乡共富”新生态[J]. 哈尔滨师范大学社会科学学报, 2025, 16(2): 50-54.