

新质生产力驱动下电子商务赋能乡村振兴的发展研究

郑锦琪

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年6月27日; 录用日期: 2025年7月18日; 发布日期: 2025年8月15日

摘要

在数字经济与乡村振兴战略深度融合的背景下, 我国农村电商虽受政策与技术双重驱动而快速发展, 但仍面临基建瓶颈、技术渗透阻滞、人才紧缺、平台散流等多重结构性困境。本研究聚焦新质生产力驱动下电子商务赋能乡村振兴的发展路径, 通过系统剖析新质生产力的内涵、核心要素, 厘清其对乡村电商的赋能逻辑与作用机理, 针对性提出了“强基固本 - 研学互促 - 凝流聚势 - 认证革新”的四维优化策略: 通过夯实数字基建与物流体系筑牢发展底盘, 构建实战导向的电商育人体系提升人才效能, 整合平台资源形成集约化流量生态, 重塑绿色认证标准与推广矩阵激活生态价值转化, 为推动新质生产力与乡村电商深度融合、实现农业农村现代化提供了系统性的理论参考与路径设计。

关键词

电子商务, 乡村振兴, 新质生产力

Research on the Development of E-Commerce Empowering Rural Revitalization Driven by New Quality Productivity

Jinqi Zheng

Faculty of Law and Humanities, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Jun. 27th, 2025; accepted: Jul. 18th, 2025; published: Aug. 15th, 2025

Abstract

Against the backdrop of the deep integration of the digital economy and the rural revitalization strategy, although rural e-commerce in China has developed rapidly, driven by both policies and technology, it still faces multiple structural challenges such as infrastructure bottlenecks, slow technological penetration, talent shortages, and fragmented platforms. This study focuses on the development path of e-commerce, empowering rural revitalization under the drive of new quality productivity. By systematically analyzing the connotation, core elements of new quality productivity and its coupling mechanism with rural e-commerce, and on this basis, it proposes a four-dimensional optimization strategy of “strengthening the foundation-promoting mutual learning and research-aggregating flows-innovating certification”: solidifying the digital infrastructure and cold chain logistics system to lay a solid development foundation, building a practical-oriented e-commerce talent cultivation ecosystem to enhance talent efficiency, integrating platform resources to form a centralized flow ecosystem, and reshaping green certification standards and promotion matrices to activate the transformation of ecological value. This study provides a systematic theoretical reference and path design for promoting the deep integration of new quality productivity and rural e-commerce and achieving modernization of agriculture and rural areas, which has practical significance for the high-quality implementation of the rural revitalization strategy.

Keywords

E-Commerce, Rural Revitalization, New Quality Productivity

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

党的二十大报告明确提出“加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴”，为新时代“三农”工作指明了方向。乡村振兴战略的实施，不仅是解决城乡发展不平衡、农村发展不充分问题的关键举措，更是实现全体人民共同富裕的必然要求。在数字化浪潮席卷全球的今天，新质生产力正以前所未有的态势重塑经济社会发展格局，成为驱动乡村振兴的核心引擎。新质生产力以科技创新为内核，融合数字技术、数据要素、绿色理念等新型生产要素，具有高附加值、低能耗、强协同的特征，与乡村振兴在产业升级、生态保护、城乡融合等方面存在天然的耦合关系。

而电子商务作为数字经济的重要组成部分，已成为乡村振兴的重要抓手。近年来，农村电商规模持续扩大，农产品网络零售额逐年攀升，直播带货、社区团购等新业态蓬勃发展，有效打通了农产品上行和工业品下行的双向流通渠道，促进了农民增收和农村消费升级。然而，当前农村电商发展仍面临基础设施薄弱、人才短缺、产业协同不足等现实困境，传统发展模式已难以满足乡村振兴的高质量发展需求。在此背景下，亟需借助新质生产力的技术优势和创新活力，突破农村电商发展瓶颈，构建更具韧性和竞争力的乡村电商生态。

目前，学术界对新质生产力与农村电商赋能乡村振兴的研究多聚焦于单一维度，对二者协同作用机制及具体实现路径的系统性探讨仍显不足。基于此，本研究以新质生产力为视角，深入剖析电子商务赋能乡村振兴的内在逻辑，结合农村电商发展现状与困境，探索新质生产力驱动下电子商务赋能乡村振兴的优化策略，旨在为推动乡村产业兴旺、实现农业农村现代化提供理论参考和实践路径，助力乡村振兴

战略的全面实施。

2. 新质生产力概述

2.1. 新质生产力的内涵与核心特征

习近平总书记指出，新质生产力“由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生，以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的跃升为基本内涵，以全要素生产率大幅提升为核心标志，具有高科技、高效能、高质量特征，是符合新发展理念的先进生产力质态。”^[1]因此，其内涵可从要素组合、科技创新与生态友好三个维度进行系统阐释。首先，在要素组合层面，它突破传统生产力对土地、资本、劳动力等要素的依赖，强调劳动者、劳动资料和劳动对象及其优化组合的革命性升级。

其次，新质生产力本质上是科技创新赋能型生产力，将科技创新作为驱动发展的核心动力，^[2]通过技术革新重塑产业形态。例如，工业互联网技术推动制造业向柔性化、定制化转型，生物育种技术提升农业生产效率与产品质量，这些技术应用打破传统生产边界，催生新产业、新业态、新模式，为经济发展注入持续动力。

最后，新质生产力彰显自然环境友好型特征，强调人与自然和谐共生的发展理念。它摒弃传统生产力发展中“先污染后治理”的粗放模式，将绿色发展理念贯穿生产全过程。在能源领域，大力发展太阳能、风能等清洁能源，降低碳排放；在农业生产中，推广生态种植、循环农业，减少化肥农药使用，实现资源高效利用与生态环境保护的有机统一。新质生产力的三大核心内涵相互关联、层层递进，共同构建起支撑中国式现代化建设的新型生产力理论体系。

2.2. 新质生产力的核心要素

2.2.1. 科技创新要素

科学技术是第一生产力，是国之利器。国家赖之以强，企业赖之以赢，人民生活赖之以好。科技在农村电商中也有非常多元的应用场景，如区块链技术可以为农产品生成唯一溯源码，消费者扫码即可查看产地、生长过程等信息，提升产品可信度；无人机用于农药喷洒、农田巡检，提高生产效率；直播电商技术则打破地域限制，通过实时互动促进农产品销售。

2.2.2. 数据要素

数据作为新型生产要素，通过采集、分析、挖掘数据价值，为决策提供依据，驱动生产、流通、消费各环节优化。例如，电商平台可以基于用户搜索、购买、评价等数据，构建精准用户画像，定向推送农产品营销信息；根据订单数据预测市场需求，指导农户合理安排生产计划；通过分析物流数据，优化仓储布局，降低运输成本，实现农产品高效配送。

2.2.3. 知识与人才要素

2021年2月，中共中央印发《关于加快推进乡村人才振兴的意见》指出“乡村振兴，关键在人”。^[3]这一论断凸显人才在乡村发展中的核心地位。在新质生产力驱动农村电商发展的进程中，知识与人才要素不可或缺。专业电商运营人才通过数字化营销知识，提升农产品线上销量；新农人借助新媒体技能，以短视频、直播展示乡土特色，吸引流量；农业技术专家则凭借专业知识保障农产品品质。

2.2.4. 平台要素

各类电商平台、产业互联网平台等构成了新质生产力的重要平台支撑，这些平台整合资源，促进各方协同合作，形成规模效应和网络效应。^[4]如淘宝、京东等综合平台依托海量用户与完备基建，拓宽农产品销路；垂直平台聚焦有机农产品等细分领域，精准匹配消费需求；拼多多等社交平台通过社群拼团、

分享,实现农产品裂变传播。此外,平台整合物流、金融、技术资源,提供仓储配送、贷款融资、技术支持等服务,构建农村电商协同生态。

3. 数商兴农背景下农村电商发展的困境

3.1. 基建瓶颈：物流与网络设施的改善掣肘与挑战

随着《数字乡村发展战略纲要》《数字乡村发展行动计划(2022~2025 年)》等国家数字乡村相关政策的推进,各级部门都加大了对农村网络基础设施的投入力度。在“数商兴农”的大潮中,电子商务的进驻的确为农村地区经济生态注入了新的活力,[5]取得了长足的发展,缩短了农村与城市的差距。但农村地区因地理环境复杂、人口分布分散、经济基础薄弱等多重因素的影响,其发展仍然存在较大的不足。在网络基础设施方面,尽管行政村网络覆盖率已达较高水平,但网络服务质量参差不齐,一些偏远山区网络延迟现象严重,平均延迟时间达到 200 毫秒,数据传输中断情况时有发生,难以支撑直播带货、大数据分析等实时性强、数据传输量大的电商业务场景,严重阻碍农业生产效率的提升。[6]同时,农村网络设备更新迭代缓慢,终端配置普遍较低,加之网络资费相对偏高,进一步加剧了数字鸿沟,掣肘农村电商向智能化、精细化方向升级。

而从物流体系层面看,农村地区地广人稀、聚落分散的地理特征,导致其物流网络呈现“点多、线长、面广”的复杂格局,难以形成集约化配送体系,致使“最后一公里”配送成本居高不下。冷链仓储设施建设滞后,无法满足生鲜农产品对恒温运输、保鲜储存的严苛需求,严重制约农产品上行效率与品质稳定性。而这种物流与网络设施的结构短板,不仅制约农村电商规模化、标准化发展,更阻碍农产品品牌化与数字化营销的深入推进,形成数字经济发展的“双重梗阻”。

3.2. 技术不足：大数据 AI 技术在农村电商的渗透阻滞

在数字经济与乡村振兴深度融合的背景下,大数据、AI 等前沿技术成为农村电商转型升级的核心驱动力。然而,当前农村电商领域的技术应用仍呈现显著的“渗透阻滞”特征。从技术应用深度来看,多数农村电商企业仅将大数据、AI 技术停留在基础的数据统计与商品推荐层面,缺乏对消费行为预测、供应链智能优化等高阶功能的开发与应用。例如,在农产品供应链管理中,因缺乏精准的大数据分析,难以实现对产量波动、市场需求变化的动态监测,导致库存积压与供需失衡问题频发。

而在技术应用广度方面,农村电商主体对新技术的接纳程度普遍较低。受制于技术认知局限与资金投入不足,大量中小农户及电商从业者仍依赖传统经验进行生产与销售决策,未能充分利用 AI 算法实现选品优化、精准营销。此外,农村地区数据采集标准不统一、数据质量参差不齐,导致大数据模型训练缺乏有效支撑,难以构建完善的技术应用生态。另一方面,技术人才短缺与产学研合作机制缺位,进一步削弱了农村电商对新技术的转化与创新能力。这种技术渗透的阻滞状态,不仅限制了农村电商的运营效率与服务质量提升,也阻碍了农业产业数字化转型的纵深推进,成为制约农村电商高质量发展的关键技术瓶颈。

3.3. 人才紧缺：农村电商人才的技能断层与供给缺口

千秋基业,人才为先。习近平总书记多次强调“人才是第一资源”、“实施人才强国战略”。农村电商的蓬勃发展离不开高素质电商人才的支撑,[7]但现实中,人才紧缺已然成为横亘在行业前行道路上的“拦路虎”。

当下,农村电商领域正陷入技能与供给的双重危机:技能层面,乡村现有劳动力的创新素养和数字素养较低,[8]大部分农民对新质生产力的认知度、接受度和应用能力等有待提高,一些村民受限于知识与能力水平尚不具备相应的素养承接数字技术,在使用自动化与智能化设备和数字化平台等先进生产力

工具方面存在技能断层。此外，现有的农村电商人才在实践操作能力上也存在一定的不足，[9]尽管部分人才掌握理论知识，却难以在实际运营中应用，这反映了农村地区电商企业规模小、实践机会少的制度环境限制。因此，提升实践能力成为破解农村电商发展难题的关键，需要制度创新以提供更多实践平台和机会。而在供给层面，农村相对薄弱的经济基础与有限的职业发展空间，难以吸引高校电商专业毕业生及成熟运营人才扎根，而本土人才培养又存在体系不完善、课程滞后等问题，导致专业人才输出不足。技能断层与供给缺口相互交织，使得农村电商在品牌建设、市场拓展等关键环节缺乏创新活力，严重制约着产业的可持续发展与乡村振兴战略的有效落地。

3.4. 平台散流：多而不专的平台格局与专业引流薄弱之阻

当前我国农村电子商务平台数量基础较大，并且每年都有新增的农村电子商务平台出现，但是缺乏专门从事农产品营销和具有较强引流能力的农村电子商务平台。[10]除淘宝、京东等综合性平台开设农产品专区外，各地自建的垂直类、区域性平台亦不断涌现，但多数平台在功能定位、运营模式及技术支撑上缺乏差异化竞争力。综合性平台虽具备流量优势，但其农产品营销模块仅作为附属功能，在产品溯源、品牌孵化、精准营销等专业化服务方面存在显著短板。而区域性自建平台因资源有限、技术薄弱，难以形成规模效应，导致用户分散、流量难以聚集。

这种“散流”格局直接加剧了农村电商数字化转型的困境。一方面，流量分散导致平台数据积累不足，难以通过大数据分析实现用户画像构建与精准营销，削弱了农村电商直播、智能推荐等数字化工具的应用效能。另一方面，缺乏专业引流能力的平台无法有效整合农产品供应链资源，难以打造具有市场影响力的农产品品牌，致使农产品上行面临“酒香也怕巷子深”的尴尬局面。此外，流量分散还引发恶性竞争，各平台为争夺有限用户资源，陷入低价促销的同质化竞争怪圈，进一步压缩了农村电商的利润空间与可持续发展潜力。由此可见，破解平台散流困局，构建专业化、集约化的流量生态体系，已成为农村电商实现突破发展的必由之路。

3.5. 绿色电商阻点：认证体系滞后与推广乏力之困

新质生产力强调向高端化、智能化、绿色化转型，通过绿色生产方式与循环经济模式降低能耗、减少污染；因此，发展绿色电商是实现高质量乡村发展的应有之义，它承载着生态价值转化与市场扩容的双重使命。

然而，当前绿色电商的发展进程正遭遇认证体系与推广效能的桎梏。绿色农产品认证体系的滞后性，使得市场准入机制模糊：一方面，认证标准尚未形成全国统一规范，各地指标差异导致产品质量参差不齐，如部分地区对有机农产品的农药残留阈值界定不一，削弱了认证权威性；另一方面，认证流程繁琐、周期长且费用高昂，中小农户因资金与技术限制望而却步，加剧市场“劣币驱逐良币”现象，动摇消费者信任根基。

这一困境延伸到推广环节则进一步限制了绿色电商发展。在传统营销模式下，绿色农产品仅以“环保”、“有机”等泛化标签呈现，缺乏对生产过程透明化展示与生态价值深度挖掘，难以契合消费者对品质溯源的需求。同时，电商平台资源倾斜不足，未针对绿色产品特性设计专属流量扶持、场景化营销等策略，致使优质产品淹没于海量商品之中。认证缺失与推广缺位的叠加效应，使得绿色电商陷入“优质不优价、有货难畅销”的恶性循环，亟待通过制度革新与营销模式重构，打破发展僵局。

4. 新质生产力驱动下电子商务赋能乡村振兴的内在逻辑

4.1. 科技引擎：数智技术革新乡村电商运营模式

新质生产力的核心要义在于以科技创新突破发展瓶颈，数智技术的深度应用将成为重塑乡村电商运

营模式的关键力量。从生产端来看，依托物联网、大数据与人工智能技术可以构建起全流程的智能化生产体系，实时监测土壤墒情，结合作物生长模型自动调控灌溉、施肥，实现精准化管理，有效提升农产品供给的稳定性与优质性。例如，云南电信 5G+ 智慧茶园采用“1+1+N”的智能体系，从种植、加工、管理三个维度实现全流程溯源管理，实现了每 50 亩茶园可减少一个人工成本，1 万亩茶园每年可节约 1000 万元成本投入。同时茶园通过智慧化改造，目前可带动茶园基地 133 户茶农、合作社 184 户社员及周边村寨数百户茶农增收 2300 余万元，每户增收 3.5 万元以上¹。

从流通端来看，电商平台借助数字技术重构流通链路，通过大数据匹配产地直供需求，以区块链溯源确保链路透明，结合智能冷链物流系统实时温控，精准压缩中间环节，实现农产品从产地到终端的数字化高效流转，大幅降低交易损耗与成本。

而在消费端，大数据分析则能够精准洞察市场需求，帮助农户与电商企业优化产品结构，例如通过消费趋势预测提前规划农产品种植品类与规模，降低滞销风险。人工智能技术则渗透至营销、客服等多个环节，智能推荐算法根据用户偏好定向推送农产品，提升销售转化率；这些技术的融合应用，使乡村电商摆脱传统粗放式运营，向智能化、精细化方向转型升级，显著提升产业竞争力。

4.2. 产业协同：电商链条串联乡村经济多元发展

产业间的协同联动是新质生产力发展的应有之义，电子商务作为连接乡村与外部市场的桥梁，有效串联起农业生产、加工、销售等多个环节，推动乡村经济多元发展。在生产端，电商平台基于销售数据反向指导农户标准化、规模化种植，促进农业生产与市场需求精准对接。加工环节中，电商企业与本地农产品加工企业合作，开发预制菜、特色零食等深加工产品，提升农产品附加值。销售端则通过直播带货、社区团购等多元渠道，拓宽产品销路。此外，电子商务还带动了物流、包装、设计等配套产业在乡村的发展，吸引外出劳动力返乡就业，形成“一业兴、百业旺”的产业生态。这种全链条的协同发展，打破了乡村产业单一的局限，构建起以电商为核心的复合型经济体系，为乡村振兴注入持久动力。

4.3. 价值重构：绿色电商激活乡村振兴内生动力

新质生产力以绿色低碳为核心发展导向，深度契合当代消费者对健康、环保产品的迫切需求，赋予绿色食品广阔的市场前景与发展动能。绿色食品严格遵循生态化、标准化生产标准，从源头减少农药、化肥使用，降低环境污染，其天然、安全的品质属性，与新质生产力追求可持续发展的理念高度一致，成为消费市场的“香饽饽”。例如，杭州临安绿然农产品专业合作社的负责人俞冬红坚持“只做原生态农产品”的经营理念，推行绿色生产，依托优异的自然生态资源，从生产管理、农产品加工、分级包装等全方位加强管控，旗下的小香薯荣获“首届临安农林展银奖”，玉米桃酥更是被列入“非物质文化遗产”名录。合作社达到了年销售农产品 400 余吨，销售额 800 余万元。其产品以品质一流、价格实惠赢得了消费者的喜爱，她也因此受到了中央电视台《致富经》栏目的专访，她的创业故事更是登上了人民日报海外版，品牌影响力不断提高²。

另一方面，绿色电商推动乡村生态资源的多元化开发，以“电商 + 文旅”模式，将田园风光、民俗文化等资源转化为旅游产品，通过短视频、直播等形式吸引游客，带动乡村民宿、特色餐饮等产业发展。这种生态价值与经济价值的双向转化，不仅增强了乡村发展的可持续性，也让农民切实享受到生态红利，激发其参与乡村振兴的积极性与主动性。

¹人民网：《云南电信：5G 智慧打造“云上”现代茶产业》。

<http://yn.people.com.cn/n2/2023/1227/c400863-40694107.html>

²中共杭州市临安区委：《新农人 兴农梦 | 俞冬红：电商搭绿桥 蔬菜筑共富》。

http://www.linan.gov.cn/art/2024/11/5/art_1366282_59113314.html

5. 新质生产力下电子商务助推乡村振兴发展的优化策略

5.1. 强基固本：夯实数字基建激活乡村电商发展底盘

新质生产力驱动下的乡村电商发展，亟待以数字基础设施的系统性升级破解农村“信息孤岛”与“流通梗阻”问题。一方面，需引导三大运营商加速 5G 网络、物联网基站与农业传感器的全域覆盖，在田间地头构建“空天地”一体化数据采集网络——通过卫星遥感监测农田墒情、无人机巡检作物生长、地理传感器实时传输土壤数据，为智慧种植、精准溯源提供底层数据支撑。例如，山东烟台移动深耕“双千兆”网络建设，实现全市行政村 5G 和光纤宽带全覆盖。在莱阳等农业主产区部署 700 MHz 频段 5G 网络，覆盖半径达 5 公里，解决了山区果园信号盲区问题。当地梨农借助构建的“5G + 北斗 + 传感器”数据采集体系，获取精准农事建议，使得亩均管理效率提升 40%³。

另一方面，则需要优化物流配送渠道，保证货畅其流，尤其是冷链物流的短板。针对这一问题，各地政府部门应牵头打造“县乡村”三级流通体系：在县域层面布局智能分拣中心与预冷仓储，运用 AI 算法优化物流路径；在乡镇节点配备移动冷链车，解决“最初一公里”保鲜难题；在村级站点整合物流代收、电商培训等功能，降低农户参与电商的物理门槛。

此外，数字基建的夯实还需同步推进农村大数据中心与电商云平台建设，通过整合消费端流量数据与生产端供给数据，形成“市场需求 - 种植计划 - 供应链调度”的智能决策闭环。这种从网络底层到应用场景的全链条基建升级，不仅为乡村电商提供了“数据跑路代替农民跑腿”的效率支撑，更通过数字技术与实体经济的深度融合，重塑了乡村产业发展的底层逻辑，为新质生产力在农村落地筑牢“数字底盘”。

5.2. 研学互促：构建实战与创新并重的电商育人生态

基于当下农村电商人才技能断层与供给缺口，在新质生产力理念下的电商人才的培养需以“研学融合、实战筑基”为核心，通过“理论 - 实操 - 创新”三阶培养模式破解人才供给与产业需求脱节问题。在实战培育层面，可推动职业院校与电商企业共建“产业学院”，将企业真实项目嵌入教学体系。例如，湖南泸溪县第一职业中学为提升电商专业学生的实践能力将企业真实案例引入课堂，把“一堂课”、“一个章节”升级为“一个项目”，当地师生共同深入当地拍摄宣传视频、直播售卖特产，不仅提升了学生专业技能，还带动了家乡农产品销售。这一成功范例也值得其他技术院校学习与借鉴。

在创新能力孵化方面，为破解大数据、AI 技术在农村电商领域的“渗透阻滞”困境，学校或企业内部可以在课程体系中嵌入《AI 电商创新应用》《大数据商业分析与决策》等前沿课程，引入生成式 AI 工具(如 DeepSeek 等)、智能决策算法等教学内容，通过“AI 生成农产品营销文案”、“大数据预测爆款趋势”等实操任务，帮助学员突破传统经验束缚，掌握用技术解决实际问题的思维与方法推动大数据、AI 技术在农村电商领域的深度渗透与创新应用。

5.3. 凝流聚势：构建集约化平台生态与精准引流机制

为扭转当前电商平台“多而不专、散而不聚”的局面，构建集约化平台生态与精准引流机制迫在眉睫。一方面，应整合现有平台资源，打造综合性与垂直性协同互补的平台体系。以农产品电商为例，借鉴“一亩田”模式，将分散的产地直发、农产品批发等小平台整合，构建涵盖种植端、加工端、销售端全产业链的综合性平台，集中展示农产品信息，统一交易规则与质量标准，降低交易成本，提升平台运营效率与公信力。

³新浪财经：《山东移动烟台分公司：5G + 智慧农业绘就乡村振兴新图景》。
<https://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-06-13/doc-inezwwih0586019.shtml>

另一方面，集约化平台需运用大数据、AI 等技术实现精准引流。平台可利用用户浏览、购买历史数据，借助算法精准分析用户偏好与需求，实现个性化商品推荐。如拼多多通过原产地直发的农货上行模式，通过算法筛选出对价格敏感且有农产品消费需求的用户，针对性推送补贴农产品，推动农产品从田间地头“最初一公里”直连餐厅厨房“最后一公里”，大幅降低了产品销售成本。在其“冬令生鲜万人团”中，直接采自原产地的赣南脐橙均价每斤不到 3 元，琯溪蜜柚更是低至 1.6 元/斤，均为全网最低价，万人团单日销量超过 66,000 件⁴。除此之外，也可以借势于社交媒体、内容平台，进行场景化营销。像抖音与新农人合作，通过短视频、直播展示农产品生长环境、种植过程，融入乡村生活场景，激发用户购买欲望，引导流量向电商平台转化。

5.4. 认证革新：重塑绿色认证权威体系与推广矩阵

在对于绿色农产品的认证体系重塑上，应加速推进认证标准的全国统一。由国家市场监管总局联合农业农村部等相关部门，基于科学研究与市场调研，制定涵盖农药残留、生态种植、加工环节等全流程的统一绿色农产品认证标准。同时，利用区块链、大数据等技术简化认证流程，搭建全国一体化绿色认证平台。农户在线提交生产日志、检测报告等资料，系统自动比对标准进行初审，再结合线上视频巡检与实地抽检，将认证周期从原本的 3~6 个月压缩至 1~2 个月，并设立绿色认证专项补贴基金，依据农户规模与经济状况分级补贴，对中小农户给予一定的认证费用补贴，缓解其资金压力。

而在推广层面，要打造精准、多元的推广矩阵。电商平台应设立绿色产品专属流量入口与营销专区，通过首页推荐、搜索加权等方式，提高绿色农产品曝光率。同时，利用短视频、直播等形式深度挖掘绿色产品生态价值，展示农产品从田间到餐桌的绿色生产全过程。像抖音上的新农人通过直播展示绿色茶园不打农药、人工除草的场景，吸引消费者关注，增强产品信任度，打破“优质不优价、有货难畅销”的困境，推动绿色电商蓬勃发展。

6. 结语

新质生产力与电子商务的深度融合，本质上是数字文明向乡村社会的结构性渗透，其意义已超越技术应用层面，成为重塑城乡关系、激活乡村内生动力的社会变革过程。当 5G 信号穿透深山茶园，当区块链溯源码链接田垄与餐桌，当新农人用直播镜头重构乡村叙事，这些实践正在打破“城市技术 - 乡村资源”的单向输送模式，构建起城乡要素双向流动的数字化通道。这种变革的深层价值在于：它不仅让农产品获得了市场溢价的技术支撑，更让乡村的生态价值、文化价值通过数字技术得以量化与传播，使“绿水青山”向“金山银山”的转化有了更具象的实现路径。

值得深思的是，这种融合并非技术的简单叠加，必须避免“技术至上”的工具理性陷阱，而应立足乡村社会的文化肌理与生产方式，探索“技术适配性改造 - 制度弹性调整 - 人才能力建构”的本土化路径。未来，当新质生产力不再局限于效率提升的经济维度，而真正成为激活乡村文化自信、推动城乡公平发展的价值载体时，电子商务才能从商业渠道升级为乡村振兴的“数字基础设施”，为共同富裕铺就兼具温度与深度的数字化基石。这或许是新质生产力赋能乡村振兴最值得期待的深层变革——不仅让乡村接入数字经济的快车，更让数字文明在乡土社会扎根生长，形成兼具现代效率与传统智慧的新型城乡文明形态。

参考文献

- [1] 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.

⁴人民政协网：《拼多多推农产品“原产地直发”：优化农业供应链，带来实惠水果和农货》。
<https://www.rmzxx.com.cn/c/2020-12-14/2736579.shtml>

- [2] 周文. 新质生产力的时代内涵和核心要义[J]. 毛泽东研究, 2024(6): 4-13.
- [3] 李晓华. 基于乡村振兴战略的农村人才资源困境及提升路径探析[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(9): 126-128.
- [4] 殷雪儿. 新质生产力与电子商务融合发展研究[J]. 商展经济, 2025(11): 65-68.
- [5] 沈青青. 数商兴农背景下农村电商发展困境与优化路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(6): 387-393.
- [6] 李锋, 江灿. 新质生产力赋能乡村振兴的理论逻辑、现实困境与实践路径[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2025, 25(2): 1-12.
- [7] 黄芳, 姜宇. 乡村振兴战略背景下农村电商人才培养模式研究[J]. 农场经济管理, 2019(5): 38-40.
- [8] 陈雪梅, 周斌. 数字经济推进乡村振兴的内在机理与实现路径[J]. 理论探讨, 2023(5): 85-90.
- [9] 余勃. 乡村振兴战略下农村电商人才培养模式的创新与路径探索[J]. 农业与技术, 2025, 45(10): 126-129.
- [10] 朱雯, 龙麒任. 农村电商数字化转型助力乡村振兴战略的对策探究[J]. 现代商业, 2025(10): 84-87.