

新质生产力赋能农村电商发展实践路径探析

金 奖

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年7月10日; 录用日期: 2025年7月24日; 发布日期: 2025年8月18日

摘 要

随着数字经济的深入发展, 以科技创新为核心驱动力的新质生产力正深刻改变着传统农村电商模式, 为乡村振兴注入全新动能。本文首先阐述了新质生产力的内涵及其与农村电商发展的内在逻辑关系, 分析了当前农村电商发展面临的主要挑战, 从完善农村基础设施、培育农业相关人才以及加强农产品品牌建设等角度提出了系统性的实践路径。研究表明, 通过新质生产力的全方位赋能, 农村电商正从简单的“农产品上网”向“全产业链数字化”跃迁, 成为推动农业现代化和乡村振兴的重要引擎。本文不仅为理论研究提供了新视角, 也为政策制定者和实践者提供了可操作的参考框架, 有利于推动农村经济的高质量发展。

关键词

新质生产力, 乡村振兴, 农村电商, 实践路径

Exploring the Practical Path of Empowering Rural E-Commerce Development with New Quality Productive Forces

Jiang Jin

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jul. 10th, 2025; accepted: Jul. 24th, 2025; published: Aug. 18th, 2025

Abstract

With the deepening development of the digital economy, the new quality productive forces, driven by technological innovation as the core, are profoundly transforming traditional rural e-commerce models and injecting new momentum into rural revitalization. This paper first elaborates on the connotation of the new quality productive forces and their intrinsic logical relationship with the

development of rural e-commerce. It then analyzes the main challenges currently faced by rural e-commerce and proposes systematic practical pathways from the perspectives of improving rural infrastructure, cultivating agricultural talent, and strengthening the branding of agricultural products. The research indicates that through the comprehensive empowerment of the new quality productive forces, rural e-commerce is transitioning from simple “online sales of agricultural products” to “full-industry-chain digitization”, becoming a crucial engine for advancing agricultural modernization and rural revitalization. This paper not only provides new perspectives for theoretical research but also offers actionable frameworks for policymakers and practitioners, facilitating the high-quality development of the rural economy.

Keywords

New Quality Productive Forces, Rural Revitalization, Rural E-Commerce, 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

在数字经济与实体经济深度融合的背景下，新质生产力作为以科技创新为核心驱动力的先进生产力形态，正在为农村电商的发展注入全新动能。共同富裕是中国特色社会主义的本质要求，是中国共产党和中国人民矢志不渝追求的价值目标。党的十八大以来，在以习近平总书记为核心的党中央带领下，我们攻克了绝对贫困的壁垒，完成了第一个百年奋斗目标，为全体人民共同富裕奠定了坚实的基础。然而，“促进共同富裕，最艰巨最繁重的任务仍然在农村。” [1]三农问题仍然是重中之重，必须在现有基础上结合当今技术的发展不断改变农村现有状况。2025 年中央一号文件首次明确提出运用人工智能、低空技术建设现代化农业，铸造农业新质生产力，标志着数字技术与农业农村发展的深度融合已经上升为国家战略。以数字化、智能化、网络化为特征的新质生产力，通过重构传统农业生产、流通和销售全链条，正在推动农村经济从“汗水农业”向“智慧农业”转型。“2020 年 12 月，习近平总书记在农村工作会议上做出了重要指示，设立 5 年过渡期，以通过保持帮扶政策来巩固脱贫攻坚成果，这无疑是助力乡村振兴、破除城乡发展不平衡的治本之策。” [2]

2023 年 9 月，习近平总书记在东北黑龙江考察调研时提出：“整合科技创新资源，引领发展战略性新兴产业和未来产业，加快形成新质生产力。” [3]新质生产力其本质是通过劳动者、劳动资料、劳动对象的系统性变革，实现生产力质的跃升。在农村电商领域，这种变革表现为数字技术对传统农业生产方式的全面改造。新质生产力与农村电商的结合不是简单的技术叠加，而是生产要素配置方式的革命性变革。目前，农村电商发展已进入深水区，不仅仅重视规模的扩张，更注重质量的提升，但也面临着信息化基础设施滞后、电商人才短缺、物流成本高企、产业链整合不足等深层次挑战。这些挑战单靠传统发展模式难以破解，必须依靠新质生产力的系统性赋能。新质生产力赋能农村电商的发展有利于促进农村经济的高质量发展，加速我国现代化进程。

2. 新质生产力与农村电商的内在逻辑

2.1. 新质生产力的核心内涵

“新质生产力作为生产力演进的最新质态，强调创新驱动、质量牵引以及二者之间的协同演化。其

核心在于应用新技术、重塑新动能、培育新产业，以此实现生产力的质的飞跃。”[4]与传统生产力相比，“新质生产力是由新型的劳动者、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。”[5]在农业领域，新质生产力表现为物联网、大数据、人工智能、区块链等数字技术与农业生产、经营、管理、服务的深度融合。

2.2. 农村电商的界定

“农村电商主要在农村地区开展，以农产品为主要销售产品，利用互联网进行的商业活动，是电子商务活动发展到农业、农村相关产业所衍生的新的商务领域。”[6]“在中国农村发展政策的影响下，农村电子商务的概念变得更为精确，一般指以农业、农村、农民为服务目标的电子商务业态。”[7]我国是农业大国，农村人口在我国人口中占有相当大的比例，在目前要推动乡村振兴，促进我国经济高质量发展的背景下，农村的发展占据十分重要的地位，要坚持农业农村优先发展。2022 年中央一号文件提出了实施“数商兴农”的工程，推进电商进农村，是推动农村经济发展的重要举措，有利于提高农民的收入水平，缩小城乡差距，推动我国经济的高质量发展。

2.3. 新质生产力与农村电商双向促进

新质生产力与农村电商的融合已展现出显著的经济与社会效益，并形成了双向促进的良性循环。一方面，新质生产力为农村电商提供技术支撑和模式创新。新质生产力赋能农村电商的转型效表现在四个方面：一是销售渠道从线下赶集扩展到线上全网销售；二是产品形态从初级农产品扩展到深加工、文创产品；三是经营主体从个体农户扩展到合作社、企业等多元主体；四是产业形态从单一农业扩展到三产融合。另一方面，农村电商的发展又反过来促进当地新质生产力的发展。通过倒逼生产端数字化改造，培育数字化新型农业经营主体，构建数字农业创新体系，以及优化数字农业发展环境来促进生产力更新与发展。综上所述，新质生产力与农村电商的结合既是技术驱动的必然结果，也是乡村振兴的战略选择。这种融合不仅改变了农产品传统的流通方式，更通过全要素生产率的提升，推动农村电商向高质量发展迈进。未来，随着 5G、人工智能等技术的进一步普及，新质生产力对农村电商的赋能效应将更加凸显，为乡村振兴目标提供更为坚实的支撑。

3. 农村电商发展面临的主要挑战

3.1. 基础设施不够完善，电商发展存在数字鸿沟

“基础设施薄弱，增加了农产品的流通成本，且物流效率低下，所产生的经济效益低，严重影响了农民对电子商务的认知和参与积极性。”[8]首先是农村道路问题，目前我国农村道路虽然有了一定的改善但由于长时期的使用，缺乏维修与保护，道路出现裂缝、坑洞等相关问题，在一定程度上影响了农产品的运输，物流系统不够完善大大降低了农产品的运输效率。其次，信息基础设施的不完善也是制约农村电商发展的重要瓶颈。虽然我国数字乡村建设取得显著进展，但城乡数字鸿沟依然明显。“据 2024 年发布的第五十四次《中国互联网络发展状况统计报告》，农村地区的互联网普及率为 63.8%，低于城镇地区的 85.3%。”[9]在网络质量方面，农村地区的网络速度和稳定性与城市存在较大差距，直播带货等对网络要求较高的应用场景体验不佳。西峡县丁河镇在初期发展电商时，就曾面临部分偏远村组网络信号弱、直播经常中断的困境。这种数字接入层面的不平等，直接影响农村电商的运营效率和用户的体验。最后，智能装备普及率低也是制约农村电商发展的因素之一。现代农业传感器、智能分拣设备、自动化包装线等技术装备在农村电商中的应用仍处于起步阶段。处理生鲜农产品的环节主要依赖人工操作，机械化、自动化程度较低，不仅效率低下，而且难以保证产品标准化。这种技术装备的落后，使农村电商

在供应链前端就处于竞争劣势。

3.2. 电商人才短缺，农业发展存在技术断层

“人才兴，则乡村各项事业兴；人才废，则乡村各项事业缓”[10]。复合型人才短缺是制约农村电商高质量发展的核心瓶颈。农村电商需要的是既懂农业技术、又精通电商运营、还掌握直播技巧的“全能型”人才，这类人才在乡村极为稀缺。从供给侧看，农村教育资源相对不足，电商培训体系不完善。院校培养模式偏重理论体系，知识更新速度跟不上电商行业快速发展，实习实践与产教融合环节因成本高、周期长而效果不佳。人才困境还表现在结构性矛盾上。一方面，留守农村的人口多以中老年为主，接受新事物能力有限；另一方面，年轻群体外流严重，导致农村电商面临人才青黄不接的困境。河南返乡创业的“新农人”付郑洲坦言，虽然菌菇种植技术门槛低，但“有了产品没有销路”仍是村民面临的普遍难题。这反映出农村地区不仅缺乏电商人才，更缺乏将产品与市场连接的能力。人才留存问题同样严峻。农村地区的经济发展水平、生活设施及文化氛围与城市存在显著差距，对电商专业人才吸引力弱。缺乏足够的激励措施与职业发展通道，即便有意服务农村的电商人才也往往难以长期驻留。古丈县在培育本土网红过程中，通过政策扶持和荣誉激励增强职业认同感，但仍面临人才外流的压力。同时，电商人才生态体系不健全，缺乏交流学习平台和持续成长机制，导致人才成长速度跟不上行业发展需求。

3.3. 农产品品牌建设薄弱，数字治理滞后

农村电商的品牌化意识普遍较弱，多数农产品仍处于无品牌或弱品牌状态。根据《2024 中国农产品电商发展报告》，部分农产品电商企业存在同质化竞争问题，导致竞争成本较高，效益较低。在产品高度同质化的情况下，价格战成为主要竞争手段，进一步压缩利润空间，形成恶性循环。造成这一现象的原因在于，农户和农村电商经营者缺乏品牌建设的能力和资源，对市场定位、差异化竞争等现代营销理念认识不足。更深层次的问题是产业基础薄弱导致的创新乏力。农村电商不仅仅是销售渠道的创新，更需要后端供应链、产品研发的全面升级。然而，当前多数农村地区的产业基础仍停留在传统农业生产阶段，缺乏深加工、文创设计等增值环节。数字治理能力不足制约了农村电商的规范发展。随着农村电商规模扩大，数据安全、消费者权益保护、市场秩序维护等问题日益凸显，但相应的监管体系和治理能力建设滞后。特别是在直播电商等新业态领域，虚假宣传、货不对板等问题频发，影响了行业的健康发展。数字包容性不足也是值得关注的问题。在数字乡村建设过程中，老年人、低收入群体等弱势群体可能面临被边缘化的风险。如何确保数字红利惠及所有农民，特别是那些数字技能较低的群体，是农村电商发展必须面对的挑战。

综上所述，农村电商发展面临的挑战是多维度、系统性的，既有硬件基础设施的不足，也有软性能力的欠缺；破解这些挑战，需要充分发挥新质生产力的赋能作用，构建全方位的解决方案体系，推动农村电商实现质的跃升。

4. 新质生产力赋能农村电商发展的实践路径

针对农村电商发展面临的系统性挑战，需要构建新质生产力赋能的全方位路径，通过完善基础设施，进行农业技术创新、培育农业相关人才、加强品牌建设等多维举措，形成推动农村电商高质量发展的强大合力。

4.1. 完善农村基础设施，减小电商发展数字化鸿沟

农村道路基础设施的完善，不是简单的“铺路”，而是“筑网、强基、赋能”的系统工程。首先，要科学规划，让道路建设在需要的地方，避免盲目修路。以县域为单位，编制《农村道路建设规划》，明确

“主干道、次干道、支路”三级网络——主干道连接经济节点，次干道保障基本通行，支路覆盖生产生活末梢。其次，农村道路建设需摆脱“低标准、短寿命”的困境，从“数量达标”转向“质量过硬”，推广“生态友好型”建设，路面两侧预留 1~2 米绿化带种植乡土植物，既保护路基防止雨水冲刷，又美化环境；山区路段采用“植生袋护坡”替代混凝土护坡，减少生态破坏。最后，明确养护责任主体，建立“县统筹、乡主管、村落实”三级养护体系——县级负责主干道养护资金和技术指导；乡镇负责次干道日常巡查和小型维修；村级通过“村规民约”组织村民参与支路养护。

完善农村电商信息基础设施建设、提高智能装备普及率，是破解农村电商“数字鸿沟”重要支撑。首先，扩大高速网络覆盖范围，针对偏远村落、山区等“网络盲区”，推动光纤宽带和 5G 网络向自然村、产业园区延伸，对高海拔、荒漠等特殊区域，可采用卫星通信补充覆盖，确保电商交易、直播带货等场景“不卡顿、不断线”。其次，提升网络质量与性价比，推动电信运营商降低农村地区宽带和流量资费，推出“电商专属套餐”；通过政府补贴和企业让利，将农村家庭宽带速率提升至 100 Mbps 以上，满足高清直播、在线选品等高频需求。最后，向农户推广低成本智能传感器、智能灌溉控制器、便携式农残检测仪，通过“以旧换新”“分期支付”降低购买压力。在乡镇电商服务中心设置“智能设备共享站”，提供直播支架、补光灯、手持扫描仪等设备租赁服务，降低个体农户的装备投入成本。

4.2. 进行新型职业农民培育，避免技术断层问题

新型职业农民是衔接农业传统智慧与现代技术的核心载体，也是避免农村技术断层的关键力量。“政府加大对农业科技培训的投入，加强职业技能培训，培养一批新型职业农民，优化乡村产业结构，提高农业科学技术水平”[11]。分层分类培养是解决农村电商人才短缺的有效策略。针对不同群体设置差异化培训，对村干部和新型农业经营主体带头人，侧重电商战略与经营管理知识；对返乡青年和大学生村官，强化直播技巧、平台运营等实操技能；对普通农户，则重点培训智能手机应用、基础网购操作等。吸引青年返乡创业，针对大学生、外出务工青年，推出“返乡创业培育计划”、提供“技术培训 + 政策包 + 导师带徒”的组合支持。避免技术断层，农业相关课程需跳出“课本化”陷阱，融合传统智慧与现代技术。实施“农村技术领航计划”，从种养大户、合作社负责人中选拔优秀人才，送到农业高校、龙头企业进修，学习现代农业园区管理、农业物联网系统搭建、产学研合作模式，使其具备技术推广和团队带教能力。农业高校、职业院校与行政村签订合作协议，师生定期驻村开展技术服务，指导建设试验田、调试智能设备，同时吸纳农民参与新品种试种、新技术测试，让农民从“技术使用者”变为“技术参与者”。

4.3. 加强农产品品牌建设，完善数字治理

农村电商的核心竞争力，既源于农产品的品牌价值，也依赖于高效的数字治理体系。两者协同发力，才能让优质农产品突破地域限制，在市场中形成可持续的竞争力。首先进行精准定位，结合农村的气候、土壤、文化等独特资源，挖掘地域基因，打造“地理标志 + 品类”的品牌标签。例如，陕西洛川苹果、江西赣南脐橙、云南普洱茶等，依托“国家地理标志产品”认证，强化“产地即品质”的认知。根据市场需求，针对不同消费群体，开发不同类型的品牌。为城市年轻妈妈推出“有机婴儿辅食专用小米”，为健身人群打造“高蛋白杂粮礼盒”，通过精准定位降低品牌传播成本。其次，建立“从田间到餐桌”的标准化体系，推广“统一品种、统一技术、统一施肥、统一采收”的标准化种植模式，联合新型职业农民合作社建立生产档案，记录农事操作的施肥时间、病虫害防治方式，为品质溯源提供依据。

推动农产品获得绿色食品、有机食品、无公害产品等认证，并通过包装、详情页等清晰展示认证标识。例如，浙江遂昌县的“遂昌菊米”通过有机认证后，电商售价提升。最后，借助电商与新媒体，让品牌“走进人心”。在淘宝、京东等传统电商平台开设“地域特产馆”；在抖音、快手等短视频平台，通过

“田间直播 + 农事科普”传递品牌故事；通过微信公众号、社区群等积累忠实用户，定期推送产地故事、农事动态。通过以上措施，既能让农村农产品从“无名品”成长为“响品牌”，又能以数字治理保障品牌可持续发展，最终让农村电商真正成为推动乡村振兴的“数字引擎”。

5. 结论

“民族要复兴，乡村必振兴。”[12]新质生产力正深刻改变着农村电商的发展模式和价值创造方式，推动其从简单的销售渠道创新向全产业链数字化跃迁。这一转变不仅是技术应用的结果，更是农业生产方式和乡村经济形态的深刻变革，为破解“三农”问题、实现乡村振兴提供了新的路径选择。展望未来，随着 5G、人工智能、区块链等技术的不断成熟和普及，新质生产力对农村电商的赋能效应将更加凸显。农村电商将呈现以下发展趋势：从销售端数字化向全产业链数字化延伸，从单一商品交易向多元价值创造拓展，从个体分散经营向生态协同发展演进，从国内市场为主向国内国际双循环升级。在这一过程中，农村电商将成为推动农业现代化和乡村振兴的重要引擎，为破解发展不平衡不充分问题、实现共同富裕提供强劲动力。

参考文献

- [1] 习近平. 扎实推动共同富裕[J]. 共产党人, 2021(20): 4-8.
- [2] 李竣. 发展农村电商助力乡村振兴[N]. 河北经济日报, 2021-05-22(003).
- [3] 牢牢把握在国家发展大局中的战略定位 奋力开创黑龙江高质量发展新局面[N]. 人民日报, 2023-09-09(001).
- [4] 宋冬林, 丁文龙. 以新质生产力为抓手实现东北振兴新突破[J]. 学术交流, 2023(12): 105-122.
- [5] 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.
- [6] 安雪娜. 乡村振兴战略背景下延吉市农村电子商务发展研究[D]: [硕士学位论文]. 延吉: 延边大学, 2021.
- [7] 孙礼光. 乡村振兴背景下农村电子商务发展现状及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 合肥: 安徽农业大学, 2022.
- [8] 闫哲杰, 王钰祺, 万璐. 新时代农村电商营销策略探究[J]. 全国流通经济, 2018(4): 8-10.
- [9] 人民日报. 提升数字素养 释放数字红利 以数字技术赋能乡村全面振兴(有的放矢) [EB/OL]. 2025-01-08. https://www.cac.gov.cn/2025-01/08/c_1738034690010872.htm, 2025-07-25.
- [10] 文丰安, 王洪欣. 新质生产力赋能乡村振兴战略实施路径研究[J]. 观察与思考, 2024(9): 72-82.
- [11] 赵普兵, 吴晓燕. 基层党组织引领农村集体经济发展: 基于增能理论的分析[J]. 河南师范大学学报(哲学社会科学版), 2023, 50(5): 7-13.
- [12] 习近平. 论“三农”工作[M]. 北京: 中央文献出版社, 2022: 2.