

新质生产力赋能农村电商高质量发展的理论逻辑和实践路径

殷嘉昊

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年9月4日; 录用日期: 2025年9月17日; 发布日期: 2025年10月9日

摘要

数字时代背景下,科学技术的不断进步与市场需求的变化使得电子商务在农村获得了飞速发展。近年来,农村电商作为信息技术与农村经济深度融合的典型业态,其发展质量不仅是衡量农村数字经济水平的重要指标,更直接关联广大农民群体的切身利益与福祉提升。新质生产力作为乡村振兴战略的关键抓手,不仅为现代农业发展提供了创新性理念与实践范式,也为农村电商的高质量发展注入了新的动能。本文将主要从理论逻辑、发展的现状与挑战与实践路径三个层面来展开新质生产力赋能农村电商高质量发展的研究。

关键词

新质生产力, 农村电商, 高质量发展

The Theoretical Logic and Practical Path of New Quality Productivity Empowering the High-Quality Development of Rural E-Commerce

Jiahao Yin

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: September 4th, 2025; accepted: September 17th, 2025; published: October 9th, 2025

Abstract

In the context of the digital age, the continuous progress of science and technology and the change

文章引用: 殷嘉昊. 新质生产力赋能农村电商高质量发展的理论逻辑和实践路径[J]. 电子商务评论, 2025, 14(10): 498-505. DOI: 10.12677/ecl.2025.14103171

of market demand have made e-commerce develop rapidly in rural areas. In recent years, as a typical format of deep integration of information technology and rural economy, the development quality of rural e-commerce is not only an important indicator to measure the level of rural digital economy, but also directly related to the vital interests and well-being of the majority of farmers. As the key starting point of the rural revitalization strategy, new quality productivity not only provides innovative concepts and practical paradigms for the development of modern agriculture, but also injects new momentum into the high-quality development of rural e-commerce. This paper will mainly carry out research on the high-quality development of rural e-commerce empowered by new quality productivity from three levels: theoretical logic, development status and challenges and practical paths.

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

新质生产力是实现乡村全面振兴的关键抓手，其不仅为现代农业发展提供了创新性理念与实践范式，更从生产要素、产业形态等维度重塑农村发展面貌。在乡村振兴战略纵深推进的背景下，新质生产力对农业经济的发展已经产生了深刻的效应。传统农业生产模式由于现代科技的渗透、智能装备的应用以及专业人才的集聚等新型要素的注入，呈现出高效化、智能化的新活力。作为农业农村发展的核心动能源，新质生产力通过推动农业技术革新引发产业变革，助力农业生产力实现跨越式提升——既显著提高农业生产效率、优化农业产业结构，又推动农村产业链向高附加值环节延伸[1]，直接带动农民收入增长，在农业强国建设、乡村振兴全面落地及农业农村现代化进程中发挥着不可替代的支撑作用。与此同时，农村电商正逐步成为数字经济向乡村渗透的重要载体，对“三农”领域高质量发展的助推作用日益凸显。近年来，国家层面高度重视农村电商发展，通过密集出台扶持政策、完善农村电商基础设施、畅通农产品上行渠道等举措，将农村电商打造为农民增收与产业振兴的重要纽带。在此发展态势下，推动新质生产力与农村电商深度融合，以新质生产力的技术优势、要素整合能力赋能农村电商提质增效，正成为进一步深化乡村振兴战略实施的重要路径选择。

2. 新质生产力赋能农村电商高质量发展的理论逻辑

2.1. 新质生产力赋能电商高质量发展的理论基础

新质生产力赋能电商高质量发展的核心在于阐释以科技创新为核心驱动的新质生产力，如何通过改变价值创造的全过程，最终实现农村电商发展在效率、效能和质量上的根本性跃迁。这一过程并非简单的技术叠加，而是源于生产力与生产关系的根本性变革，遵循着从技术革命到产业演进的内在规律。其理论基础主要根植于四大核心理论框架，共同构成了一个逻辑严密、相互支撑的解释体系。也因此新质生产力赋能电商高质量发展的研究，是一个多学科、多理论交叉融合的体系。

首先，马克思主义政治经济学提供了最根本的理论基石。该理论强调生产力决定生产关系，生产力的进步是社会发展的核心动力。新质生产力通过对其三要素——劳动者、劳动资料和劳动对象的时代创

新,推动农村电商发生质的飞跃。劳动者从传统的电商运营者转变为掌握数字技能、数据分析能力的“数字新农人”和AI训练师;劳动资料从计算机、服务器升级为云计算、大数据平台、人工智能算法等智能工具;劳动对象从实体商品扩展至数据要素本身。这种要素的创新性配置,极大地解放和发展了电商生产力。同时,新质生产力要求并催生新的生产关系,如平台化、网络化的组织模式,数据参与分配的收益方式,以及生产消费一体化的新型消费关系,这些都推动着农村电商向更高级的形态演进。

其次,熊彼特创新理论揭示了新质生产力赋能电商的动力机制[2]。熊彼特提出的“创造性毁灭”理论恰如其分地描述了新质生产力对传统电商模式的颠覆性创新。新一代信息技术不再是渐进式改良工具,而是建立了一种“新的生产函数”,实现了生产要素的“新组合”。直播电商对传统货架电商的冲击、个性化推荐算法对搜索模式的革新、社交电商对流量分配机制的重构,都是“创造性毁灭”的生动体现。这种创新不是对旧模式的修补,而是通过破坏旧结构创造新结构,为电商发展注入持续的内生动力,推动其从规模驱动转向创新驱动。

最后,内生增长理论奠定了新质生产力推动电商可持续发展的理论依据。罗默等人提出的内生增长理论认为,知识、技术和人力资本是经济系统内部产生的增长源泉[3]。新质生产力正是以知识、技术和数据为核心要素,这些要素具有边际收益递增的特性,不同于传统要素的边际收益递减规律。数据要素越使用越丰富,算法越训练越智能,知识越传播越有价值,这种自我增强的良性循环使得电商平台能够实现持续的内生性增长[4]。同时,数字技术的溢出效应使得电商创新能够快速扩散到相关产业领域,形成更大的经济增长动能。

新质生产力赋能电商高质量发展,在理论上是生产力革命的必然结果,是创新驱动的动态过程,是交易效率的极致提升,也是知识经济时代内生增长的典型体现。这一理论框架不仅解释了正在发生的变革,也为未来电商发展的路径选择和政策制定提供了坚实的理论依据。

2.2. 新质生产力赋能农村电商高质量发展的逻辑关联

在全面推进乡村振兴的战略背景下,农村电商已成为激活乡村经济、促进农民增收、推动产业融合的关键力量。然而,其发展仍面临诸多挑战,如供应链基础设施薄弱、产品附加值不高、市场竞争同质化、与农业生产衔接不紧密等。要突破这些瓶颈,实现从“有没有”向“好不好”的质效转变,必须依靠创新的驱动力量。新质生产力的核心是信息技术,通过数据依靠人工智能、大数据、云计算等新兴技术使生产效率得到大幅提升[5]。作为以科技创新为主导、以高质量为标志的先进生产力形态,与农村电商高质量发展之间存在深刻的内在逻辑关联。这种关联并非简单的技术应用,而是一个由创新驱动、多要素互动、产业重构构成的系统性工程,其作用机理主要体现在以下四个层面的深度融合与相互促进。

2.2.1. 新质生产力为农村电商奠定高效发展的基础架构

新质生产力以新一代信息技术为核心,通过技术与农村电商全链条的深度融合,重塑其运行模式,为高质量发展构建高效、智能的基础架构。

在生产端,物联网、人工智能、大数据等技术的应用正推动农业生产方式的智能化变革。例如,智能传感器实时监测土壤墒情和作物生长状况,无人机进行精准施药和施肥,人工智能算法预测产量和市场需求。这不仅大幅提升了农业生产效率和资源利用率,更从源头确保了农产品的品质稳定和供应可控,为电商提供了标准化、可追溯的优质货源,解决了“卖什么”的问题。

在供应端,数字技术极大提升了物流和信息流的效率。大数据分析助力企业优化仓储布局,智能仓储系统和自动化分拣设备降低了运营成本、提高了订单处理能力。区块链技术构建的溯源体系,为农产品赋予“数字身份证”,增强了消费信任,提升了产品附加值。冷链物流的数字化监控则保障了生鲜产品的品质,降低了损耗率。

在营销端，大数据和人工智能正在重塑消费连接方式。平台通过用户画像和消费行为分析，实现精准广告推送和个性化推荐，使营销策略从“广撒网”转向“精准滴灌”。直播电商、短视频内容营销等新模式，不仅丰富了消费体验，更成功将乡村的生态价值、文化价值转化为市场价值，催生了“乡村代言人”、“产地直销”等新业态。

2.2.2. 新质生产力是农村电商激发内生增长的动力源泉

新质生产力带来了生产要素的创新。例如数据作为新型生产要素的注入，与传统要素优化重组会引发生产要素的革命性变化，激发农村电商的内生增长动力。现如今，数据已成为了极为关键的生产要素。农村电商平台沉淀的海量数据——包括消费偏好、订单分布、价格波动等——经过分析处理，可反向指导农业生产，实现“以销定产”，有效化解小生产与大市场之间的矛盾，减少盲目生产带来的风险，推动农业供给体系与市场需求的高水平动态平衡。与此同时，劳动者要素也发生了质的跃迁。新质生产力培育了兼具数字技能、商业头脑和创新意识的“数字新农人”。他们擅长利用电商平台、社交媒体等工具创业创新，成为引领乡村发展的生力军。他们的出现，提升了农村人力资源的总体素质，为电商发展提供了坚实的人才支撑。

新质生产力也为农村电商提供了更好的资源配置，借此劳动对象和劳动资料得以极大拓展。乡村的绿水青山、田园风光、非遗文化等隐性资源，借助数字技术(如 VR、直播等)成为可展示、可交易的新型劳动对象。同时，数字平台、云计算等构成了新型劳动资料，大幅降低了创业门槛和市场接入成本，使小微主体也能参与全球价值分配。

2.2.3. 新质生产力赋能农村电商推动实现乡村全面振兴

“新质生产力”思维概念是基于历史唯物主义发展观的理论范式，是将马克思主义的“生产力 - 生产关系”理论范式运用于对新时代新现象的观察和研究[6]。所以新质生产力赋能农村电商的最终逻辑理当落脚于人的发展和乡村社会的全面进步，这与乡村振兴“以人为本”的核心要义高度契合。其促进了小农户与现代农业的有机衔接。数字平台为分散的小农户提供了直接对接大市场的通道，普惠金融、在线培训等数字服务增强了他们的发展能力，使其更深度地融入现代产业体系，共享发展成果。同时也推动了县域经济的数字化转型。农村电商的发展带动了县域内包装、物流、营销等配套产业的集聚，催生了县域直播基地、协同产业园等新载体，促进了产城融合，为县域经济注入了新动能。除此之外助力了乡村治理效能的提升。电商发展带来的数字基础设施改善、农民数字素养提高，也为乡村治理数字化提供了条件。“互联网 + 政务”服务向下延伸，提升了治理效率，推动了数字乡村建设。

3. 新质生产力赋能农村电商高质量发展的现状与挑战

3.1. 发展现状

据商务部大数据监测结果，2024 年 1~7 月期间，中国农产品网络零售规模实现同比 20.1% 的增长。从市场主体维度看，截至 2024 年 6 月，全国农村网商数量已达 1853.2 万家，同比增幅为 7.6% [7]。2024 年中央一号文件明确提出实施农村电商高质量发展工程，同期商务部联合其他 8 个部门共同发布《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，形成了从国家战略导向到具体执行细则的政策保障体系，为农村电商的规范化、高质量发展奠定制度基础。

产业融合维度上，农村电商正打破单一销售属性，与农产品加工、乡村旅游等关联产业深度耦合，通过产业链延伸与价值链重构提升产业整体附加值。以山东曹县为例，当地依托农村电商资源，已培育形成中国规模最大的原创汉服产业集群与全国唯一的木制品跨境电商产业带，成为产业融合驱动农村经济转型的典型范例。

此外，在新质生产力的赋能作用下，乡村消费市场呈现显著升级特征，具体表现为消费品质提升、消费模式创新与消费场景拓展的多重转变。其中，农村居民对智能可穿戴设备等新兴科技产品的需求持续攀升，标志着乡村消费潜能得到进一步释放，也为农村电商的市场拓展提供了新的增长空间。

3.2. 现实挑战

农村电商的发展进程，本质上是新质生产力在农村社会经济领域落地实践的重要具象化体现，其不仅是数字技术与农村实体经济深度融合的产物，更成为衡量农村经济现代化发展水平的关键指标之一。然而，当前农村电商在高质量发展的实践过程中，尚未完全突破传统农村经济发展的固有约束，仍面临着多重现实挑战。

3.2.1. 电商平台运营成本过高

农村电商平台运营成本过高的本质，是农村特殊场景与电商运营体系的适配性不足，且供应链、流量、技术等多维度成本叠加累积的结果。从流量获取来看，电商平台的推流机制存在偏向性，农村电商商家为获取曝光需投入高额竞争成本，同时需承担“未产生成交仍需支付推广费用”的风险，流量投入的性价比显著偏低；在收益分配层面，主流电商平台对农产品的抽成比例介于 3%~10%，而头部主播参与带货时的提成比例更高达 25%以上[8]，双重成本压力使部分农村电商商家陷入“贴钱运营”的被动局面，极大削弱了其发展动力。在物流成本方面，农村地区物流网点布局稀疏，“最初一公里”的农产品集货、分拣及预包装环节缺乏规模化配套设施，“最后一公里”则因配送范围广、单票货量少导致配送效率低、成本高，整体物流成本较城市电商高出一大截，加之部分农产品对保鲜要求高，需配备专业冷链设备，硬件采购与后期维护成本进一步推高了整体运营成本。

3.2.2. 基础设施建设薄弱

在新质生产力发展背景下，基础设施建设对农村电商赋能乡村振兴具有关键意义，其不仅是农村电商发挥作用的重要前提，更是新质生产力在乡村场景落地实施的核心硬件支撑。但基础设施建设在乡村地区并不完善。首先，乡村区域的高速网络尚未实现全面覆盖，网络基础设施建设水平显著落后于城市，这在很大程度上加大了农村居民依托新质生产力发展智慧农业、学习先进技术的难度[9]。其次，智慧农业的发展以物联网、大数据等先进技术对生产过程的实时监控、生产数据的精准采集为核心支撑，而这一目标的实现高度依赖稳定的技术保障体系。然而，部分乡村地区不仅技术保障能力存在不稳定性，通信基础设施建设也相对滞后，双重因素共同制约了新兴技术在乡村农业场景中的深度应用与价值释放。最后，乡村经济在供应链“首尾一公里”环节存在显著短板，对采购、仓储、运输、配送等全链条环节形成制约，进而影响农村电商的高质量发展。其中，“最先一公里”的短板主要表现为农产品从田间地头到首个物流中心的衔接环节中，产地仓、冷链库等关键基础设施建设不完善，导致与整体冷链物流网络存在断层；“最后一公里”的问题则集中体现为乡村地区因区位偏远、人口分布分散，快递服务站点覆盖率低，物流配送效率低下，且存在取件不便、成本偏高的问题，这一现状对乡村地区现代化服务体系的构建形成阻碍。

3.2.3. 专业人才资源匮乏

从人才供给层面看，农村电商领域从业者的学历水平普遍不高，同时，拥有电商专业技能的高学历人才主动投身农村电商服务的比例较低。其原因主要体现在两方面：其一，城乡在教育、医疗、卫生、就业环境及基础设施建设上的发展不均衡，推动大量青年劳动力向城镇转移，使得乡村地区既难以吸引农村电商所需的专业人才，又面临现有人力资源流失的问题，最终导致高素质人才与青壮年劳动力严重匮乏。其二，乡村留守的中老年人受教育程度有限，文化水平不高，在网络使用上存在明显困难，且难以

在短时间内学会并熟练运用网络技能，这使得即便乡村地区完成网络覆盖，也无法将其转化为支撑农村电商正常运行的有效力量。其三，尽管针对乡村人才的激励政策数量逐步增加，但其实际实施成效仍有提升空间。城市凭借更丰富的就业机会、更广阔的发展平台及更高的薪酬水平，对各类人才形成了较强的吸引力，促使大量人才流向城市发展。

3.2.4. 物流体系滞后

农村电商的发展模式与城镇电子商务存在显著差异。在空间布局维度，部分农村地区受行政区划划分的制约，快递运输路线需绕行规划，这一现状直接导致物流配送时间延长，同时推高了整体配送成本。在基础设施维度，农村区域的物流服务网点覆盖率仍处于较低水平，部分村民取件时产生的交通费用甚至超过了所购商品本身的价值；此外，农村冷链物流体系建设进程相对滞后，难以满足生鲜农产品对存储和运输环节的保鲜需求，进而限制了此类产品的销售辐射范围。

4. 新质生产力赋能农村电商高质量发展的实践路径

4.1. 多维度降本，优化收益结构

从不同主体维度出发，农村电商支持举措可从三方面推进：其一，政府需出台农村电商专项补贴政策，针对经营者的流量费用与平台服务费，给予一定比例的费用返还，降低前期投入成本，并且可以联合区域内合作社与龙头企业共建“产地集配中心”，通过对农产品进行集中分拣与统一配送，有效降低单位产品的物流成本，由政府承担集配中心部分设备采购费用，电商平台与农户共同分摊后续运维成本，从而减少重复投入，提升资源利用效率。其二，电商平台应主动建立“农产品专属扶持机制”。一方面通过深度挖掘“熟人经济”的优势，重点培育农村“电商带头人”，依托其个人影响力与口碑传播效应，降低农村电商的获客成本，进而下调农村电商商家的抽成比例。另一方面电商平台应积极对接地方政府发起的例如“助农直播”等公共资源，借助官方提供的流量扶持政策，减少平台自主投放流量产生的费用，优化流量成本结构，开放免费流量曝光入口，提升农产品线上传播与销售效率。其三，农村电商商家可通过“抱团经营”的协作模式，组建区域电商联盟，通过集中采购流量、共享物流渠道等方式，实现运营资源的优化配置，进一步摊薄单体商家的运营成本，这样的电商联盟还可以推行“本地人才培育计划”，通过与城县职业院校合作开设电商相关专业，定向培养并输送适配性强且用工成本较低的运营人才，以此降低农村电商的人力成本支出。

4.2. 强化技术投入，完善基础设施

技术革新既是驱动新质生产力数智化水平提升的核心引擎，亦是农村电商领域完成转型升级的内在要求与必然路径。其一，需强化农村电商领域的科技研发投入强度，聚焦技术创新核心领域，探索大数据、云计算、人工智能等前沿技术与农村电商运营场景的深度融合机制。这类技术融合可对农村电商运营流程进行系统性重塑，推动其向智能化、高效化方向转型，在精准营销、动态管理、客户体验优化及物流配送调度等关键环节形成效能提升，进而增强农村电商企业的市场竞争力与运营效率，为农村经济高质量发展注入新动能。其二，相关主管部门应构建激励机制，引导并支持农村电商企业主动参与数智化技术的研发与创新实践，通过搭建开放共享的技术研发协作平台，破除行业技术壁垒，实现技术资源的优化配置与高效利用，既为农村电商企业提供技术支撑，也激发跨主体协同创新活力。其三，需深化电商企业间、企业与高校及科研机构间的技术协作与交流，依托产学研协同发展机制，推动农村电商企业充分借助高校及科研机构的智力资源与研发优势，为农村电商数智化技术的持续迭代升级提供稳定的创新支撑。

4.3. 健全培育机制，组建人才团队

人才培养体系的构建与完善，是驱动新质生产力发展的关键支撑，能够为农村电商产业集群化发展提供核心动能。作为新质生产力发展的核心要素，人才的质量与数量直接关系到农村电商高质量发展的进程与成效。在培育机制优化层面，一方面，政府需出台专项支持政策，联合电商领域专家与资深从业者，针对农村居民及创业者开展定制化培训项目，通过理论授课与实操演练相结合的方式，助力其系统掌握电商运营技能；另一方面，需建立产学研协同机制，由政府牵头、高校参与开展专项课题研究，例如高校可开设电商运营、电商数据分析等专业课程，并组织学生深入乡村开展助农电商短视频直播等实践活动。此举不仅能拓宽乡村农产品销售渠道，更能潜移默化地强化学生返乡就业创业的意愿。在人才引进层面，既要制定并落实人才引进补贴、创业资金扶持、税收减免等政策，吸引高层次电商人才、高校毕业生及外流乡村劳动力回流乡村创业就业；也要加强乡村教育、医疗等公共服务设施建设，充分展现乡村发展潜力与机遇，增强对人才的长期吸引力，推动人才扎根乡村。

4.4. 完善物流基建，提升配送效能

物流是保障农村电商稳定运行与持续发展的核心物质支撑，深化农村电商物流体系建设，不仅能直接提升农村电商的发展质量与效率，更能为乡村振兴战略的推进提供重要助力。与城镇电子商务相比，农村电商受多重因素制约，其物流配送的协同性较弱，市场推广面临更大挑战，而缺乏科学规范的物流体系，已成为制约农村电商推广普及与规模扩张的关键瓶颈。因此，整合市域范围内的物流配送资源，构建村镇级综合服务中转站，进而完善农村电商物流网络，是当前发展农村电商需优先解决的核心问题。具体可从三方面推进：在布局优化层面，需推动快递企业突破行政区划限制，结合农村人口分布特征与农产品产地布局，规划“直连直达”的物流配送路线，减少中间中转环节，提升配送效率；在设施建设层面，需加大对农村物流网点、冷链仓储设施的财政投入力度，全力支持“快递进村”工程落地，同时鼓励“产地仓 + 前置仓”模式的推广应用，缩短农产品从产地到消费者的流通链路；在技术赋能层面，可借助大数据技术精准预测农产品的生产与销售需求，优化物流调度方案，有效降低物流车辆空驶率与仓储运营成本。

5. 总结

以新质生产力赋能农村电商高质量发展，既是国家推进乡村振兴战略的关键路径之一，也是当前乡村振兴战略与数字经济深度融合的重要发展趋势。农村电商作为信息技术与农村经济深度融合的产物，其高质量发展水平直接关系到广大人民群众的切身利益，是保障农民增收、提升农村经济活力的关键抓手。展望未来，随着新质生产力所依托的数智化技术持续迭代升级，农村电商产业将获得更广阔的发展空间，不仅能为其持续健康发展注入新动能，还将推动产业集群向更智能、更高效、更可持续的方向转型，进而为农业现代化的实现与乡村振兴战略的深化贡献更大力量。

参考文献

- [1] 张英, 苏静, 宁智斌. 乡村振兴视域下新质生产力在隰县农业经济发展中的模式和应用[J]. 农业经济, 2025(8): 37-39.
- [2] 黄少坚. 国家创新体系与企业研发中心建设模式研究[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2016.
- [3] (美)菲利普·阿吉翁, (美)彼得·霍依特. 内生增长理论[M]. 北京: 北京大学出版社, 2004.
- [4] 余昌彬. 新质生产力背景下农村电商助力乡村振兴的路径探析[J]. 时代经贸, 2025, 22(8): 29-32.
- [5] 陆岷峰. 中国式现代化中的新质生产力与乡村振兴融合创新政策研究[J]. 河南社会科学, 2024, 32(9): 122-131.

- [6] 金碚. 论新质生产力研究的经济学思维[J]. 西部论坛, 2024, 34(2): 1-8.
- [7] 白舒婕. 农产品电商焕发“新质力量” [N]. 国际商报, 2024-09-25(001).
- [8] 胡锦涛, 姚子云, 刘扬涛, 恩浩. 农货“借网”变现如何打通堵点[N]. 经济参考报, 2024-10-15(004).
- [9] 杨志玲, 周露. 中国数字乡村治理的制度设计、实践困境与优化路径[J]. 经济与管理, 2023, 37(5): 16-23.