

新质生产力赋能宿迁市农村电商高质量发展的路径研究

李金玲

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年11月1日; 录用日期: 2025年11月19日; 发布日期: 2025年12月11日

摘 要

在乡村振兴战略纵深推进与数字经济蓬勃发展的背景下, 新质生产力以创新引领为核心特征, 成为破解农村电商发展困境的关键动能。研究发现, 宿迁市农村电商虽已形成“产业集群 + 平台支撑”的发展格局, 但在技术应用、要素配置、产业协同等方面仍存在短板, 新质生产力的赋能效应尚未充分释放。本文通过梳理宿迁市电商发展的历史进程, 探究新质生产力与农村电商发展的内在逻辑, 从技术赋能、要素重构、产业升级、制度保障四个维度, 提出新质生产力赋能宿迁市农村电商高质量发展的具体路径: 以数字技术突破电商运营瓶颈, 以要素创新激活农村内生动力, 以产业协同构建电商生态体系, 以制度优化完善发展保障机制, 为宿迁市农村电商实现高质量发展、助力乡村振兴提供理论支撑与实践指引。

关键词

新质生产力, 农村电商, 高质量发展

Research on the Path of New Quality Productivity Enabling the High-Quality Development of Rural E-Commerce in Suqian

Jinling Li

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: November 1, 2025; accepted: November 19, 2025; published: December 11, 2025

Abstract

Against the backdrop of the in-depth advancement of the rural revitalization strategy and the

文章引用: 李金玲. 新质生产力赋能宿迁市农村电商高质量发展的路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 1741-1749. DOI: 10.12677/eci.2025.14124047

vigorous development of the digital economy, the new quality productivity, characterized by innovation-driven development, has become the key driving force to break through the development bottlenecks of rural e-commerce. Research shows that although rural e-commerce in Suqian City has formed a development pattern of “industrial clusters + platform support”, there are still shortcomings in technology application, factor allocation, and industrial collaboration, and the empowering effect of new quality productivity has not been fully released. This paper, by reviewing the historical development process of e-commerce in Suqian City, explores the intrinsic logic between new quality productivity and the development of rural e-commerce. From the four dimensions of technological empowerment, factor reconfiguration, industrial upgrading, and institutional guarantee, it proposes specific paths for new quality productivity to empower the high-quality development of rural e-commerce in Suqian City: breaking through the operational bottlenecks of e-commerce with digital technology, activating the internal driving force of rural areas through factor innovation, building an e-commerce ecosystem through industrial collaboration, and improving the development guarantee mechanism through institutional optimization, providing theoretical support and practical guidance for the high-quality development of rural e-commerce in Suqian City and promoting rural revitalization.

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

(一) 研究背景及意义

近年来,农村电商作为连接小农户与大市场的重要纽带,2024年中央一号文件明确提出“发展农村电商,是创新商业模式、建设农村现代流通体系的重要举措,是转变农业发展方式、带动农民增收的有效抓手,是促进农村消费、满足人民对美好生活向往的有力支撑。”[1]进一步凸显农村电商在乡村振兴中的战略地位。宿迁市作为江苏省农村电商发展的标杆城市,依托“中国花木之乡”“中国螃蟹之乡”等特色产业优势,已培育出“沭阳花木电商”“泗洪水产电商”等知名区域品牌,已经形成了“一县一业、一村一品”的电商发展格局。

然而,随着市场竞争加剧与消费需求升级,宿迁市农村电商发展现在面临着三重困境:一是技术应用浅层化,多数电商主体仍停留在“线下拿货、线上卖货”的传统模式,大数据、人工智能等数字技术在需求预测、精准营销中的应用不足;二是要素配置不均衡,农村地区人才短缺、物流成本高、数据要素流通不畅等问题突出,制约电商提质增效;三是产业协同碎片化,电商与农业生产、加工、物流等环节协同不足,未能形成完整的产业链条。

新质生产力的提出为破解上述困境提供了新的思路。新质生产力是符合新发展理念的先进生产力质态,其核心在于通过技术创新、要素重组、制度变革推动生产力跨越式发展。在农村电商领域,新质生产力可通过数字技术赋能运营模式、人力资本升级提升主体能力、数据要素激活产业潜能,推动农村电商从“规模驱动”向“质量驱动”转型。因此,研究新质生产力赋能宿迁市农村电商高质量发展的路径,不仅能为宿迁市破解电商发展瓶颈提供方案,更能为全国农村电商高质量发展提供宿迁经验,具有重要的理论价值与现实意义。

(二) 核心概念

1、新质生产力

习近平总书记指出：“新质生产力是创新起主导作用，摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径，具有高科技、高效能、高质量特征，符合新发展理念的先进生产力质态。它由技术革命性突破、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，特点是创新，关键在质优，本质是先进生产力。”[2]

新阶段，推动新质生产力全面发展要求农村进一步优化生产要素、提高劳动者素质，农村电商平台可通过现代物流体系建设、消费市场完善、产业深度融合、产业链创新链深度关联而为乡村振兴增添新动能，这是农村高质量发展的必然之路[3]。结合农村电商发展场景，新质生产力可界定为：以数字技术、智能装备为核心的技术体系，以“人才 + 数据 + 资本”为核心的要素体系，以“电商 + 农业 + 物流”为核心的产业体系，三者协同作用形成的先进生产力质态。

在农村电商领域的具体体现为：技术层面，大数据、人工智能、物联网等技术在农产品选品、营销、物流中的深度应用；要素层面，农村电商人才培育、数据要素流通、绿色资本投入的优化配置；产业层面，电商与农业生产、加工、服务等环节的深度融合，形成“产供销”一体化的产业生态。

2、农村电商高质量发展

农村电商经济高质量发展并非单纯追求交易额增长，而是以“效率提升、结构优化、效益改善、农民增收”为核心目标的发展模式。具体包括四个维度：一是运营效率高，通过技术应用降低物流、营销成本，提升交易转化率；二是产品质量高，建立农产品标准化、品牌化体系，满足消费升级需求；三是产业协同高，电商与农业、物流、金融等产业深度融合，形成完整价值链条；四是社会效益高，带动农民就业增收、促进农村产业转型，助力乡村振兴。

(三) 理论基础

1、技术创新理论

所谓创新，就是创造新的生产功能，即实现生产要素和生产条件在新的生产体系中的新组合、新应用[4]。技术创新理论认为，技术进步是推动产业升级与经济增长的核心动力。在农村电商领域，数字技术的创新应用可打破传统电商的时空限制，通过大数据分析消费者需求、物联网监测农产品质量、人工智能优化物流路径，实现电商运营全流程的效率提升。新质生产力视角下，技术创新不仅是工具层面的升级，更是推动农村电商从“渠道创新”向“模式创新”转型的关键，如直播电商、社区团购等新业态的涌现，正是技术创新与消费需求结合的产物。

2、要素配置理论

生产要素创新性配置正成为促进农业新质生产力发展的核心引擎。生产要素创新性配置通过要素供给升级、要素流动重构、要素组合协同三维机制，系统性驱动农业新质生产力发展[5]。生产要素不仅是传统生产力的重要组成部分，也是发展新质生产力的重要基础[6]。要素配置理论强调，生产要素的优化组合是提升生产力水平的关键。农村电商的发展离不开人才、资本、数据、土地等要素的支撑，而新质生产力的核心在于推动要素“从短缺到充足、从分散到集中、从低效到高效”的转变。

3、产业融合理论

产业融合理论指出，不同产业之间的交叉融合可催生新业态、新模式，提升产业竞争力。农村电商的高质量发展需打破电商孤立发展的局限，推动电商与农业生产、农产品加工、物流配送、乡村旅游等产业深度融合。在乡村振兴的背景下，产业融合发展对于推进城乡融合、加快农业农村现代化，推动强农惠农富农、实现乡村产业振兴具有重要的现实意义。

2. 改革开放以来农村电商经济发展的历史变迁

农村电商的发展是中国农村经济转型与数字技术进步的共同结果，其历史变迁可分为四个阶段，每个阶段的技术应用、要素配置、产业形态均呈现出不同特征，为新质生产力与农村电商的深度融合奠定了基础。

(一) 萌芽阶段(1978~2003 年)：传统流通向初步数字化转型

改革开放初期，农村商品流通主要依赖“集贸市场 + 供销社”的传统模式，信息不对称、流通效率低是主要问题。20 世纪 90 年代后，随着互联网技术传入中国，部分沿海地区开始尝试通过电子邮件、静态网页发布农产品信息，开启农村电商的萌芽。这一阶段的农村电商以“信息发布”为核心，技术应用局限于基础的互联网工具，要素配置以“农民自发 + 政府引导”为主，产业形态单一，尚未形成规模化运营。

(二) 起步阶段(2004~2012 年)：平台化电商模式初步形成

2004 年淘宝商城成立，标志着中国电商进入平台化发展阶段，农村电商也随之从“信息发布”向“在线交易”转型。这一阶段，阿里巴巴、京东等电商平台开始布局农村市场，通过“农村淘宝合伙人”“京东帮服务店”等模式，推动农产品上线销售。技术应用方面，电商平台提供的交易支付、物流跟踪等基础功能逐渐普及，但大数据、人工智能等技术尚未应用；要素配置方面，政府开始加大农村电商基础设施投入，如建设农村宽带网络、培育电商带头人，但人才短缺、物流成本高的问题仍突出；产业形态方面，以“个体农户 + 平台”为主，农产品多为初级产品，缺乏标准化与品牌化。宿迁市在此阶段开始探索花木电商，部分农户通过淘宝店铺销售花卉苗木，但规模小、利润低，尚未形成产业集群。

(三) 快速发展阶段(2013~2020 年)：规模化、品牌化趋势凸显

2013 年“农村电商”首次被写入中央一号文件，此后国家出台一系列政策支持农村电商发展，如“电子商务进农村综合示范项目”“快递下乡工程”等，推动农村电商进入快速发展期。这一阶段，宿迁市、杭州临安、山东临沂等地区形成特色农村电商集群，农产品上行规模大幅提升。技术应用方面，直播电商、短视频营销等新模式涌现，大数据在需求预测中的应用逐渐增多；要素配置方面，农村电商人才培养、物流基础设施建设力度加大，部分地区开始探索数据要素流通；产业形态方面，“合作社 + 电商”“企业 + 电商”模式普及，农产品标准化、品牌化建设加快。

(四) 高质量发展阶段(2021 年至今)：新质生产力驱动转型

2021 年以来，随着数字技术迭代与消费需求升级，农村电商进入“高质量发展”新阶段，新质生产力成为核心驱动力。这一阶段的农村电商呈现三大特征：一是技术深度应用，大数据、人工智能、物联网等技术在农产品溯源、精准营销、智能物流中广泛应用，如通过区块链技术实现农产品从田间到餐桌的全程溯源；二是要素协同配置，人才、数据、资本等要素向农村电商集聚，形成数字人才、数据要素、绿色资本的协同组合模式；三是产业深度融合，电商与农业生产、加工、文旅等产业融合形成“电商+”新业态等。宿迁市在此阶段提出农村电商高质量发展三年行动计划，推动花木、水产等特色电商向技术化、品牌化、生态化转型，新质生产力的赋能效应仍需进一步释放。

3. 宿迁市农村电商经济发展的历史与现状分析

(一) 发展历史：从自发化走向体系化

宿迁市农村电商的发展可分为三个阶段，每个阶段均与技术进步、政策支持、产业基础紧密相关，形成独具特色的宿迁模式。

1、自发探索阶段(2008~2015 年)

2008 年前后，沭阳、泗洪等地的农户开始尝试通过淘宝、拼多多等平台销售本地特色农产品，如沐

阳的花卉苗木、泗洪的螃蟹、泗阳的桃果。这一阶段，电商主体以个体农户为主，运营模式简单，缺乏标准化与品牌化，如沭阳农户多通过手机拍摄花木照片上传至淘宝店铺，订单处理、物流发货均由农户自行完成。政府在此阶段主要扮演“引导者”角色，通过举办电商培训班、建设农村宽带网络，为电商发展奠定基础。2015 年，宿迁市电商发展已经初具规模，摆脱了以往的零散销售模式，逐渐向更标准化的模式发展。

2、集群发展阶段(2016~2020 年)

2016 年，宿迁市被列为“国家电子商务进农村综合示范市”，此后政府加大政策支持力度，推动农村电商向“集群化、品牌化”发展。一是建设电商产业园，如沭阳国际花木城电商产业园、泗洪电子商务产业园，集聚电商企业、物流企业、服务商等主体；二是培育区域品牌，打造“沭阳花木”“泗洪大闸蟹”“泗阳鲜桃”等电商品牌，制定农产品标准化生产规程；三是完善物流体系，2015 年，宿豫区设立京东农村电商村级合作点 298 个，建成乡镇网络创业一条街 15 个，“一村一品一店”实现村级全覆盖，320 余种地产品上网销售[7]。

3、提质升级阶段(2021 年至今)

2021 年以来，宿迁市聚焦农村电商高质量发展，提出“数字赋能、品牌强农、生态兴农”的发展战略，推动电商从规模扩张向质量提升转型，做出如下举措：一是技术赋能，引入大数据、人工智能等技术，建设宿迁农村电商大数据平台，实现农产品供需精准匹配；二是要素升级，开展电商人才引进计划，2021 年，建设 1 个市级电商人才服务中心，打造 10 个电商人才培训基地，组建 100 名电商人才服务团，电商人才结构更加合理，保障作用更加突出[8]。三是产业融合，推动电商与农业生产、加工、文旅融合，如“电商 + 智慧农业”实现花木精准种植，“电商 + 农产品深加工”开发蟹粉、桃干等产品，带动 30 万农民就业，成为农村经济的重要支柱。

(二) 发展现状：规模与特色突出，短板仍存

1、发展优势：产业基础扎实，模式特色鲜明

产业集群优势：宿迁市已形成以沭阳花木、泗洪水产、泗阳果蔬、宿城纺织为核心的四大农村电商集群，宿迁超百亿元的电商产业园区已初具规模，有超 700 家互联网企业入驻园区，规模经济已经形成[9]。并形成“种植 - 加工 - 销售 - 物流”一体化的产业链，已经具有一定的产业集群优势。

此外，宿迁市政府还出台《关于高水平打造“电商名城”若干措施》《“电商名城”建设三年行动方案助力“中国快递示范城市”》等，积极出台农村电商发展专项资金，用于人才培养、品牌培育、物流建设等，同时，与阿里巴巴、京东等平台签订战略合作协议，获得技术、流量支持。

随着消费升级，消费者对绿色、优质、特色农产品的需求日益增长，宿迁市特色农产品契合市场需求，如泗洪大闸蟹通过电商平台销往全国，市场需要刺激相应的产业积极提高自身优势，成为宿迁市电商发展的重要推动力。

2、现存短板：技术、要素、协同不足

宿迁市多数电商主体仍停留在传统运营模式，大数据需求预测、人工智能精准营销、物联网等数字技术应用不足；部分农户仍依赖人工选品、手动上架，运营效率低，如泗洪水产电商多通过人工统计订单、联系物流，旺季时常出现发货延迟问题。

此外，宿迁市电商发展的一个重要制约是要素配置的不均衡：一是人才短缺，农村地区懂技术、懂运营的电商专业人才不足，宿迁市农村电商主体中，从业者具有大专及以上学历的占比很低，企业面临招不到运营、设计人才的困境；二是物流成本高，农村地区“最后一公里”配送成本是城市的 2~3 倍，泗洪偏远乡镇的农产品快递单价也较高，制约低价农产品上行；三是数据要素流通不畅，农产品生产、销售、物流等数据分散在不同主体手中，未能形成统一的数据平台，导致需求预测、精准营销难以开展。

电商与农业生产、加工、物流等环节协同还严重不足，具体表现在：一方面，农产品上行链路割裂，电商主体与农户缺乏稳定合作，如沭阳部分花木电商因农户种植品种杂乱，难以满足标准化需求；另一方面，工业品下乡与农产品上行链路未打通，物流企业多专注于农产品上行，忽视工业品下乡，导致物流车辆空驶率高，成本难降低。

4. 宿迁市农村电商经济发展存在的问题及原因分析

(一) 核心问题：技术、要素、产业、制度四重制约

1、技术应用瓶颈：数字技术“用不上、用不好”

宿迁市农村电商在技术应用上存在“双重困境”：一是“用不上”，部分电商主体(尤其是个体农户)缺乏数字技术应用的硬件与软件支撑，如农村地区物联网设备安装成本高，中小电商企业难以承担；二是“用不好”，即使引入数字技术，也因缺乏专业人才，难以发挥技术效能，如部分企业购买大数据分析工具后，因不会操作，仅用于简单的销量统计，未能实现需求预测、精准营销。

2、要素配置短板：人才、资本、数据“三短缺”

农村电商人才存在“引不来、留不住”的问题，具体表现在：一方面，城市电商人才不愿到农村发展，认为农村基础设施差、发展空间小；另一方面，农村本土人才培养不足，多数从业者缺乏系统的电商知识与技能，难以适应技术升级需求。农村电商主体融资难、融资贵，中小电商企业与个体农户因缺乏抵押物，难以获得银行贷款；风险投资对农村电商的关注度低。数据要素流通不畅，一方面，农产品生产数据(如种植面积、产量、品质)分散在农户手中，难以整合；另一方面，电商平台数据(如消费者需求、销量趋势)未向农村电商主体开放，导致数据分散，难以支撑精准运营。

3、产业协同不足：“产供销”链条断裂

产业协同不足导致产业链断裂表现在以下三个方面，首先是电商与农业生产协同不足，电商多数电商主体与农户采用“短期采购”模式，缺乏长期稳定的合作机制，导致农产品品质不稳定；二是电商与农产品加工协同不足：宿迁市农产品加工企业多为小型作坊，加工能力弱，难以满足电商对产品多样化的需求。三是电商与物流协同不足：农村物流体系“最后一公里”与“最初一公里”问题突出，一方面，偏远乡镇配送成本高、时效慢；另一方面，农产品上行缺乏预冷、包装等冷链设施，导致损耗率高。

4、制度保障薄弱：政策、标准、服务“三缺失”

现有农村电商政策多聚焦“规模扩张”，如对交易额达标者给予补贴，缺乏针对技术创新、品牌培育的精准支持；政策执行中存在“一刀切”现象，未能根据沭阳花木、泗洪水产等不同产业的特点制定差异化政策。

农产品标准化程度低，部分特色农产品缺乏统一的品质分级标准，导致电商主体难以定价，消费者难以判断品质；电商服务标准缺失，如物流、售后服务都缺乏标准化体系，“最后一公里”问题突出，严重影响电商用户的购物体验[10]。

农村电商公共服务平台功能单一，仅提供信息发布、培训等基础服务，缺乏技术咨询、品牌设计、融资对接等高端服务；部分乡镇电商服务站因缺乏运营资金，处于“有名无实”的状态。

(二) 原因分析：主观与客观、内部与外部多重因素叠加

1、主观原因：电商主体认知滞后，创新动力不足

多数农村电商主体(尤其是个体农户与小型企业)对新质生产力的认知不足，认为电商就是线上卖货，无需技术创新与要素升级，缺乏主动应用数字技术、整合要素的意识。部分电商主体满足于现有规模，缺乏提质增效的动力，不愿投入资金引入大数据、物联网技术；同时，市场竞争加剧导致部分主体不敢创新，担心投入后难以收回成本。

2、客观原因：农村基础设施与产业基础薄弱

农村地区数字基础设施与物流基础设施仍不完善，2023 年宿迁市农村地区 5G 网络覆盖率较低，冷链物流设施不足，难以满足生鲜农产品上行需求。宿迁市农业仍以小规模分散种植为主，规模化、标准化程度低，难以满足电商对农产品品质稳定、批量供应的需求；农产品加工产业落后，深加工率难以满足商户需求。

3、外部原因：政策支持与市场环境不完善

农村电商涉及农业、商务、物流、科技等多个部门，部门间政策缺乏协同，如农业部门的“农产品标准化政策”与商务部门的“电商品牌政策”未能有效衔接，导致政策效应打折扣；同时，政策支持期限短，多为 1~2 年，难以支撑长期的技术创新与要素投入。此外，市场环境的不成熟，比如农村电商市场存在“低价竞争”“以次充好”等乱象，部分主体为抢占市场，压低价格、降低品质，如泗洪部分水产电商以“小蟹充大蟹”，影响区域品牌形象；同时，消费者对农村电商农产品的信任度不足。

5. 新质生产力赋能宿迁市农村电商经济高质量发展的完善策略

基于宿迁市农村电商发展的现状与问题，结合新质生产力“技术创新、要素重组、产业协同、制度适配”的核心逻辑，从技术赋能、要素重构、产业升级、制度保障四个维度，提出以下具体的完善策略。

（一）加强技术创新和经费投入

1、构建农村电商数字技术体系

依托宿迁农村电商大数据平台，整合农产品生产、销售、物流等数据，为电商主体提供需求预测、精准营销服务。在农产品生产环节，推广物联网传感器，实现“环境监测、精准种植”，在生产环节可以安装各种传感器，通过手机 APP 远程控制农产品生产；在物流环节，应用物联网追踪设备，实现农产品全程溯源，消费者可以通过扫描二维码查看养殖、加工、物流信息。

2、完善农村电商数字基础设施

加快农村 5G 网络、光纤宽带建设，2025 年前实现全市农村地区 5G 网络覆盖率达 100%，同时，建设农村数字服务站，为农户提供免费的网络接入、设备维修服务，解决上网难问题。

与此同时，升级物流基础设施，构建“县-乡-村”三级物流体系，在每个县建设 1 个智能物流园区，配备自动化分拣设备；在每个乡镇建设 1 个物流中转中心，配备冷链设施；在每个村建设 1 个物流服务点，解决“最后一公里”配送问题。

（二）实现要素协同，激活农村内生动力

1、培育农村电商复合型人才

通过政策优惠吸引城市电商人才回农村发展，深入了解人才需求，如给予人才创业补贴、住房补贴；同时与高校合作，定向培养农村电商人才，定向输送到农村电商企业；此外，还需要针对不同主体开展差异化培训，对个体农户开展基础运营培训(如开店、上架、客服)，对中小电商企业开展进阶培训(如数据分析、品牌设计)，对龙头企业开展高端培训(如战略规划、产业融合)。

2、优化农村电商资本配置

地方政府受财政实力、产业结构等的影响，可以按照“先让一部分人富起来”逻辑，挑选部分农村电商的先行者，通过政府支持、社会扶持等多种方式，在技能培训、资金扶持、商品销售和法律法规等方面给予帮助，让先行者探索出适合当地农村电商发展道路；然后以先行者为纽带，成立协助小组，带动当地其他农村电商的发展，逐步形成有当地特色的淘宝村、电商镇或农产品集散地，创新发展模式，逐步完成由量变到质变的蜕变^[11]。

3、激活农村电商数据要素

政府可以牵头建设宿迁农村电商数据共享平台，整合农户、电商企业、平台、物流企业的数据，实现数据共享与交易；制定数据确权、定价、安全保障制度，明确数据所有权归数据产生者，使用权通过交易获得。同时鼓励电商主体利用数据开展创新应用，如基于消费数据开发定制化农产品，基于物流数据优化配送路线。

(三) 推动产业融合升级，构建电商生态体系

1、推动电商与农业生产融合，实现“订单农业”

推进建立稳定合作机制，电商主体与农户签订长期合作协议，明确种植品种、品质标准、收购价格，如沭阳花木电商与农户签订“保底收购 + 溢价分成”协议，保障农户收益；政府对签订长期协议的主体给予补贴，按合作农户数量，每户进行补贴。制定特色农产品标准化生产规程，并对农户开展标准化培训；建立农产品品质检测中心，确保流向市场的农产品品质。

2、推动电商与农产品加工融合，提升附加值

扶持一批农产品深加工企业，如在泗洪建设“螃蟹深加工产业园”，开发蟹粉、蟹酱、蟹酥等产品；在沭阳建设“花木深加工产业园”，开发花卉精油、盆栽工艺品等产品。政府对深加工企业给予税收优惠(前3年免征企业所得税)、用地支持(优先保障项目用地)。

3、推动电商、物流、金融融合，完善生态链

整合农产品上行与工业品下乡链路，构建一个“双向物流”体系，物流企业同时承担农产品上行与工业品下乡任务，降低空驶率；政府对开展“双向物流”的企业给予补贴，按运输里程进行补贴。推动电商平台与金融机构的合作，为农户提供“种植贷”“养殖贷”，基于电商交易数据发放信用贷款；为消费者提供“分期购”服务，刺激农产品消费。

(四) 完善农村电商发展制度保障

1、制定精准化政策体系

根据沭阳花木、泗洪水产、泗阳果蔬等不同产业的特点，制定差异化政策，如对花木电商重点支持物联网应用，对水产电商重点支持冷链物流建设；建立政策评估机制，每年对政策效果进行评估，及时调整优化。将农村电商政策纳入“宿迁市乡村振兴总体规划”，设立长期专项资金，避免政策“短期化”；建立“政府 + 平台 + 企业”协同机制，定期召开协调会议，解决电商发展中的问题。

2、构建标准化体系

制定涵盖农产品种植、加工、包装、运输等环节的标准体系，如《宿迁市农村电商农产品品质分级标准》《宿迁市农村电商农产品包装标准》，成立相关部门，指导电商主体与农户执行标准。制定农村电商服务标准，如《农村电商物流配送服务标准》《农村电商售后服务标准》，明确服务流程与质量要求；建立服务质量评价机制，对服务达标者给予表扬，对不达标者责令整改。

3、优化公共服务体系

整合现有农村电商公共服务资源，建设宿迁市农村电商公共服务中心，提供技术咨询、品牌设计、融资对接、法律维权等一站式服务；在每个县设立分中心，每个乡镇设立服务站，实现服务全覆盖。通过政府购买服务的方式，引入国内知名电商服务商(如代运营公司、品牌策划公司)，为农村电商主体提供专业服务；对使用服务商的中小电商企业，给予服务费用补贴。

6. 结语

农村电商作为乡村振兴的重要引擎，其高质量发展是实现农业强、农村美、农民富的关键路径。本文以宿迁市为例，系统分析新质生产力赋能农村电商高质量发展的路径，研究发现：宿迁市农村电商已形成“产业集群 + 平台支撑”的发展格局，但在技术应用、要素配置、产业协同、制度保障等方面仍存

在短板；新质生产力可通过技术赋能突破运营瓶颈、要素重构激活内生动力、产业升级构建生态体系、制度保障完善支撑机制，推动农村电商从“规模驱动”向“质量驱动”转型。通过这些举措，宿迁市农村电商将实现更高质量的发展，为乡村振兴提供更强大动力，也为全国农村电商发展提供可复制、可推广的宿迁经验。

由于研究数据与时间限制，本文仅聚焦宿迁市农村电商的宏观发展路径，未来可进一步深入微观层面，如研究不同电商主体(农户、企业、合作社)的差异化需求，探索新质生产力赋能的精准路径，为农村电商高质量发展提供更细致的理论与实践支持。

参考文献

- [1] 商务部. 商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content_6939283.htm, 2024-03-05.
- [2] 习近平. 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]. 求知, 2024(6): 4-6.
- [3] 张滢, 李昭熠. 数字化水平、农村电商平台建设与农村经济韧性[J]. 农业经济, 2025(6): 127-129.
- [4] 陈科生. 技术创新理论视角下广东跨境电商的发展路径研究[J]. 中国商论, 2022(18): 33-36.
- [5] 魏晓莎, 曾丽平. 生产要素创新性配置驱动农业新质生产力发展的理论逻辑与实践路径[J]. 改革与战略, 2025, 41(4): 30-38.
- [6] 范欣, 宋晓雨. 生产要素创新性配置赋能新质生产力发展的作用机理与实现路径[J]. 华南师范大学学报(社会科学版), 2025(2): 120-135, 207.
- [7] 王超, 龙飞扬. “一村一品一店”农村电商发展模式浅析——以江苏宿迁市宿豫区为例[J]. 江苏农业科学, 2017, 45(4): 293-295.
- [8] 宿迁市财政局. 印发《关于推动电商人才联网强市的实施方案》的通知[EB/OL]. <https://www.suqian.gov.cn/cnsq/rczc/202206/041d1c5bfe904354bcd0fd2def064be7.shtml>, 2021-06-30.
- [9] 李月月, 吴英晶, 蔡晨. 京东农村电商物流流通体系研究——以京东宿迁为例[J]. 中国商论, 2024, 33(20): 104-107.
- [10] 周晨. 农村电商助力乡村振兴的途径分析——以江苏省宿迁市为例[J]. 中国商论, 2024, 33(14): 31-34.
- [11] 黄刚. 新质生产力视域下农村电商高质量发展路径探究[J]. 智慧农业导刊, 2024, 4(24): 17-20.