

新质生产力赋能农村电商的机制与路径研究

王瑞睿

南京邮电大学管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年11月3日; 录用日期: 2025年11月17日; 发布日期: 2025年12月10日

摘要

在数字经济纵深发展与乡村振兴战略深度融合的时代背景下, 农村电商已成为激活乡村产业活力、畅通城乡要素循环的核心载体, 但当前面临技术适配不足、模式同质化严重、要素供给失衡、生态支撑薄弱等结构性困境。新质生产力以技术创新为核心引擎、要素重构为关键支撑、模式变革为重要特征, 为农村电商从“规模增长”向“质量提升”转型提供了系统性解决方案。本文基于数字经济理论、产业融合理论与价值链理论, 系统界定新质生产力与农村电商的核心内涵, 构建“技术革新-模式重构-要素升级”三维赋能机制, 进而提出“技术适配-模式创新-要素集聚-生态优化”四位一体的实施路径。本研究通过揭示新质生产力与农村电商深度融合的内在规律, 为地方政府制定差异化政策、电商平台优化乡村服务体系、农村经营主体提升核心竞争力提供理论参考与实践借鉴, 丰富新质生产力在乡村产业场景的应用研究。

关键词

新质生产力, 农村电商, 实施路径

Research on the Mechanism and Path of Empowering Rural E-Commerce Development with New Quality Productivity

Ruirui Wang

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

Received: November 3, 2025; accepted: November 17, 2025; published: December 10, 2025

Abstract

In the context of the deep integration of the digital economy and the rural revitalization strategy, rural e-commerce has emerged as a pivotal vehicle for invigorating rural industrial vitality and

facilitating the circulation of urban and rural elements. However, it currently faces structural challenges such as insufficient technological adaptation, severe model homogenization, imbalanced factor supply, and weak ecological support. New quality productivity, with technological innovation as its core engine, factor restructuring as its key support, and model transformation as its significant feature, provides a systematic solution for the transition of rural e-commerce from "scale growth" to "quality enhancement". Based on the theories of the digital economy, industrial integration, and value chain, this paper systematically defines the core connotations of new quality productivity and rural e-commerce, constructs a three-dimensional empowerment mechanism of "technological innovation-model restructuring-factor upgrading", and subsequently proposes a four-in-one implementation path of "technological adaptation-model innovation-factor agglomeration-ecological optimization". By revealing the intrinsic laws of the deep integration of new quality productivity and rural e-commerce, this study offers theoretical references and practical insights for local governments to formulate differentiated policies, for e-commerce platforms to optimize rural service systems, and for rural business entities to enhance their core competitiveness, thereby enriching the application research of new quality productivity in rural industrial scenarios.

Keywords

New Quality Productivity, Rural E-Commerce, Implementation Paths

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

数字经济的蓬勃发展与乡村振兴战略的深入推进,为农村电商发展开辟了广阔空间。农村电商作为连接城乡市场的重要纽带,在激活农村产业活力、拓宽农产品销售渠道、增加农民收入等方面发挥着不可替代的作用。据统计,2023年我国农村网络零售额达到2.49万亿元,同比增长12.9%,显示出农村电商市场的巨大潜力[1]。2024年3月,《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》明确指出,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[2]。然而,随着农村电商规模的持续扩张,结构性发展困境日益突显:技术应用层面,数字技术“门槛效应”明显,数字技术应用适农化改造不足,且基础设施相对不够完善,农村数字基建存在“重建设、轻应用”现象,形成“高成本-低效率-弱可持续”的闭环困局[3];要素配置层面,数据、人才、资本等新型生产要素供给不足,专业人才匮乏与数据要素利用低效形成双重约束,传统要素数字化转型滞后[4];模式发展层面,电商运营模式单一[5],同质化现象严重、品牌化程度低,跨界融合深度不够,价值挖掘不足[6];生态支撑层面,政策协同性不足,标准化生产体系不完善,农产品品牌、智能化物流体系建设滞后,产业链联动松散,专业服务体系不完善。这些问题严重制约了农村电商从“规模增长”向质量提升的转型步伐,亟需系统性解决方案破解发展瓶颈。

与此同时,新质生产力概念的提出为农村电商高质量发展注入了新的动能。2024年1月,中共中央政治局第十一次集体学习时,习近平总书记完整阐述了“新质生产力”的内涵,指出新质生产力是创新起主导作用,生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生的当代先进生产力,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,以全要素生产率提升为核心标志[2]。国家层面也密集出台政策予以引导,2025年中央一号文件明确提出以农业科技创新驱动要素资源整合,通过“数商兴农”战略构建新型农村电商生态体系;商务部等多部门联合印发的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》,

聚焦数字基建、人才培育、品牌建设等关键领域，引导农村电商实现数字化转型升级。新质生产力所涵盖的大数据、物联网、人工智能等数字技术，以及数据、人才、技术资本等新型生产要素，与农村电商的产业特征具有高度契合性[3]，推动农村电商实现全链条效率提升、价值链升级和可持续发展。

基于此，本文立足数字经济理论、产业融合理论与价值链理论，系统界定新质生产力与农村电商的核心内涵，突破单一维度的分析局限，深入剖析并构建新质生产力赋能农村电商的“技术革新-模式重构-要素升级”三维赋能机制，进而提出“技术适配-模式创新-要素集聚-生态优化”四位一体的实施路径。本研究旨在揭示新质生产力与农村电商深度融合的内在规律，为地方政府制定差异化扶持政策、电商平台优化乡村服务体系、农村经营主体提升核心竞争力提供理论参考与实践借鉴，丰富新质生产力在乡村产业场景的应用研究，助力乡村产业数字化转型与乡村全面振兴。

2. 核心概念界定与理论基础

2.1. 核心概念界定

2.1.1. 新质生产力内涵

新质生产力是在科技创新引领下，由战略性新兴产业和未来产业所催生的，以信息技术、人工智能、大数据、云计算、物联网等为代表的新型生产要素与传统生产要素深度融合形成的新型生产力形态[7]。其核心在于以科技创新为核心，通过智能化、数字化、网络化等现代信息技术与传统生产力要素深度融合，促进形成具有高效率、高附加值、可持续发展的新型生产力[8]。与传统生产力主要依赖劳动力、资本和自然资源的线性增长模式不同，新质生产力注重知识、技术、数据的运用，追求前沿科技突破，强调可持续发展，实现经济发展与生态保护的良性互动[9]。同时，新质生产力强调通过技术革命与要素重组拓展传统生产力边界，包括推出新的产品、采用新的生产方式、开辟新的市场等，从而为乡村发展带来“新动能”[10]。在农村电商领域，新质生产力的内涵具体体现为通过互联网技术、大数据分析、云计算等现代信息技术，实现农产品的精准营销、高效物流和品牌建设[1]。

2.1.2. 农村电商内涵

农村电商是数字经济时代下互联网技术与农村经济深度融合的产物，依托现代信息技术，实现农产品的线上交易、支付及售后服务[11]。其核心功能是打破城乡市场的地理界限和信息壁垒，促进农产品上行与工业品下乡的双向流通。现阶段，农村电商主要形成了B2C(企业对消费者)、C2C(消费者对消费者)、O2O(线上到线下)等典型商业模式[12]，近年来更衍生出直播电商、社交电商、跨境电商等新型业态。农村电商的参与主体包括农户、农业合作社、农产品加工企业、电商平台、物流服务商、金融机构及政府监管部门等，其发展不仅关乎农民增收，更对农村产业升级、乡村治理现代化具有重要意义[1]。随着新质生产力的发展，农村电商正从传统的“线上销售”模式向多元化、协同化、高附加值的新型模式转型，呈现出跨界融合、数字赋能、生态协同的发展趋势。

2.1.3. 农村电商研究现状

国内研究近年来围绕农村电商的发展模式、制约因素与优化路径形成了丰富成果。一是发展模式创新研究，余昌彬聚焦直播电商、社交电商等新业态在农村的应用，探讨了乡村振兴背景下农村电商的多元发展路径[13]，但缺乏对模式创新背后生产力变革逻辑的深层解析；二是现实困境研究，研究者普遍认为物流瓶颈、人才短缺、品牌薄弱是核心制约因素，孙晓媚通过实证分析验证了这些因素对农村电商赋能效应的抑制作用[11]，但解决方案多停留在操作层面，缺乏理论支撑；三是优化路径研究，随着数字经济的发展与新质生产力的概念提出，学者开始探索数字经济、新质生产力对农村电商的赋能作用，王永丽强调数字乡村建设推动农村基础设施完善、物流服务能力与组织管理能力的提升农村电商的推动作用

[14]，周巧燕提出“基建、人才与技术”三维耦合机制剖析农村电商的数字化转型与智慧升级的内在机理[3]，孙欣、黄刚等学者关注数据、人才等要素对农村电商的赋能作用[1][2]，李珍冰聚焦新质生产力视角下生产者、电商平台和政府机构为主体的农村电商生态系统构建与优化[7]。但现有研究或侧重单一要素，或缺乏对理论框架的系统性整合，尚未形成“技术-要素-模式-生态”的协同赋能体系。

2.2. 理论基础

2.2.1. 数字经济理论

数字经济理论是一个涉及广泛领域的理论体系，其核心是将数字知识和信息作为关键生产要素，以数字技术为核心驱动力，推动经济发展和经济转型升级[15]。数字经济理论认为，数字要素是数字经济时代的核心生产要素，其具有非竞争性、边际成本递减、可无限复制等特征，以数据资本为支撑，能够通过与传统生产要素的融合创新，优化资源配置效率，重构产业价值链，实现开放共享[16]。数字经济的核心逻辑是通过数字技术的广泛应用，实现数据要素的高效流动与深度应用，推动经济活动从“生产导向”向“需求导向”转型。

2.2.2. 产业融合理论

产业融合理论是指不同产业或同一产业内的不同行业通过相互渗透、相互交叉，最终融为一体，逐步形成新产业的动态发展过程。产业融合理论强调产业融合以技术创新驱动为引擎，以市场需求驱动为外在诱因，以产业主体利益为内在源动力，以政府政策驱动为外在保障[17]。产业融合具有重要的产业创新效应，其核心在于打破传统产业的边界限制，提高产业的价值创造功能，实现产业价值的叠加与升级，提升产业整体竞争力，成为传统产业创新的重要手段，有利于产业结构转换和升级[18]。新质生产力推动农村电商与农业、文旅、非遗等产业深度融合，打破了传统产业的边界限制，形成了“电商+特色农业”“电商+乡村文旅”等新型业态，提升了农村电商的产业附加值与核心竞争力，契合产业融合理论的核心逻辑。

2.2.3. 价值链理论

波特(Porter)的价值链理论将企业的价值创造活动分为基本活动(生产、销售、物流、服务等)与支持性活动(人力资源、技术开发、采购等)[19]，认为企业的竞争优势来源于价值链各环节的协同优化与价值创造效率的提升。价值链理论强调，通过整合价值链各环节资源，优化价值链各环节，能够实现降低成本，提高效率，实现价值增值最大化[20]。新质生产力为农村电商价值链的优化提供了重要支撑。在基本活动层面，通过技术革新优化生产、流通、销售、服务等环节；在支持性活动层面，通过要素升级完善人力资源、技术开发等活动；在价值链整合层面，通过模式重构整合价值链各环节，实现价值创造效率的整体提升。价值链理论为分析新质生产力对农村电商的赋能机制提供了重要的理论框架，有助于系统把握新质生产力在农村电商价值创造过程中的作用路径。

2.2.4. 理论协同关系

数字经济理论、产业融合理论与价值链理论在新质生产力赋能农村电商的过程中形成深度协同、互为支撑的有机整体：数字经济理论以数据为核心生产要素、数字技术为核心驱动力，为农村电商全链条的数字化转型提供底层逻辑，通过数据要素的高效流动与技术渗透，破解传统农村电商信息闭塞、资源配置低效的难题，为产业融合与价值链优化奠定技术与要素基础；产业融合理论打破农业、电商、文旅、非遗等产业的边界限制，推动农村电商从单一“线上销售”向“电商+特色农业”“电商+乡村文旅”等跨界业态延伸，拓展了农村电商的价值创造场景，为价值链的延伸与升级提供了产业载体；价值链理论则聚焦生产、流通、销售、服务等环节的协同优化，指导新质生产力通过技术革新优化价值链基本活

动、通过要素升级完善支持性活动、通过模式重构整合价值链各环节，与数字经济理论的要素赋能、产业融合理论的业态拓展形成呼应，三者共同支撑“技术适配-模式创新-要素集聚-生态优化”的实施路径，推动农村电商实现从“规模增长”到“质量提升”的转型，助力乡村产业数字化升级与乡村全面振兴。

3. 新质生产力赋能农村电商机制分析

新质生产力以数字经济理论、产业融合理论与价值链理论为协同支撑，通过“技术革新-模式重构-要素升级”三维机制，系统性赋能农村电商高质量发展，其内在逻辑与理论核心深度契合。

3.1. 技术革新赋能：突破传统运营边界

数字经济理论强调数字技术的核心驱动作用与数据要素的非竞争性、边际成本递减特征，新质生产力以技术渗透为赋能农村电商的核心驱动力，推动数字技术与绿色技术在农村电商生产、流通、销售、服务全链条深度渗透，打破传统运营模式的边界限制，实现全链条效率提升与质量优化。

3.1.1. 生产环节：数据驱动的精准化转型

数字技术推动农业生产从“经验驱动”向“数据驱动”转型，从源头破解“产销脱节”难题。农业经营主体可以利用数据要素建立农业数据共享平台，用以监测土壤质量、水资源利用等环境指标，推动农业生产、流通数据的有效收集、整理、分析、挖掘和处理，提升生产决策的信息化水平和科学性，为有效提高传统生产要素的资源配置效率提供助益，实现农作物的最高效产出和农业的可持续发展[21]。物联网技术的应用实现了生产过程的精准化管控，通过在田间地头部署传感器，实时监测土壤湿度、光照强度、温度等环境数据，结合智能灌溉、精准施肥等技术，保障农产品品质的稳定性。此外，无人机遥感技术能够实现农田病虫害的精准监测与防治，提高农业生产效率，减少资源浪费[7]。

3.1.2. 流通环节：技术破解物流瓶颈

农村电商的流通痛点集中在物流时效慢、损耗率高，尤其是生鲜农产品的流通问题更为突出[13]。遵循数字经济效率提升导向，新质生产力通过冷链物流技术革新、物流调度算法优化、区块链追溯技术应用，破解农村电商物流时效慢、损耗率高的痛点，同时依托数据要素流动实现物流资源的高效配置。冷链物流技术革新为破解物流时效慢、损耗率高提供了有效方案，通过新型保温材料、智能温控系统的应用，延长了生鲜农产品的保鲜期；物流调度算法的优化实现了物流线路的动态规划与车辆的高效匹配，减少了运输时间与空驶率。区块链技术与物流环节的结合，构建了农产品质量追溯体系。消费者可通过扫码查看产品的生产、加工、运输等全流程信息，提升了消费信任度。例如，利用区块链技术建立的农产品追溯系统，可以确保产品从田间到餐桌的全程可追溯，从而增强消费者信心[1]。同时，智能仓储技术的应用实现了库存的实时监控与智能调度，提高了仓储效率，降低了仓储成本。

3.1.3. 销售环节：技术丰富营销场景

借助数字经济的技术赋能特性，以5G、AI技术丰富营销场景，通过直播电商的沉浸式体验、智能推荐算法的精准匹配，提升交易转化率，契合数字经济“需求导向”的核心逻辑。5G技术与直播电商的结合，打破了时空限制，为农村电商带来了全新的营销场景。农村主播可通过田间地头直播、农事体验直播等形式，直观展示农产品的生长环境、生产过程，让消费者获得沉浸式体验。抖音乡村计划推出的“乡村守护人”“山里DOU是好风光”等公益项目，连续数年培养了数十万农村电商人才，让农民在田间地头开展直播，把各地的农副产品直接卖给顾客。AI技术的应用提升了销售服务的智能化水平，智能客服能够24小时响应消费者咨询，解决消费者的常见问题，提高服务效率；智能推荐算法根据消费者的浏览

历史、购买记录精准推送产品，提高了交易转化率。此外，大数据分析技术能够深度挖掘消费者需求，实现精准营销，如拼多多等平台通过社交电商模式，利用算法推荐技术，将农产品直接从田间地头送达消费者手中，既缩短了供应链，又降低了物流成本。

3.1.4. 服务环节：数字完善支撑体系

基于数字经济的普惠性特征，构建线上农技服务、数字化金融服务、线上政务服务等支撑体系，为农村电商主体提供全流程数字化保障，夯实技术应用基础。线上农技服务平台通过视频指导、专家答疑等形式，为农村生产主体提供便捷的技术支持，解决生产过程中的技术难题。数字化金融服务平台则解决了农村电商主体融资难、融资贵的问题，通过大数据风控实现快速放贷。例如，某农村电商平台通过与金融机构合作，为农户提供免抵押的小额贷款，有效缓解了农户的资金压力。此外，数字技术还推动了农村电商政务服务的优化。线上政务服务平台为农村电商主体提供营业执照办理、许可证申请、政策咨询等一站式服务，简化了办事流程，提高了办事效率。这些技术应用构建了“生产-流通-销售-服务”的全链条技术支撑体系，为农村电商高质量发展奠定了坚实基础。

3.2. 要素重构机制：激活农村电商内生发展动力

新质生产力以数字经济理论为支撑，将数据界定为核心生产要素，与价值链理论中“支持性活动优化”的逻辑相呼应，推动数据、人才、资本等新型生产要素与农村传统生产要素深度融合，实现要素结构重构与配置效率优化，从根本上激活农村电商的内生发展动力。

3.2.1. 数据要素：核心生产要素的价值变现

在新质生产力时代，数据要素作为数字经济的核心载体，不再是生产经营的“副产品”，而是能够创造价值的核心要素。农村电商的全链条都蕴含着丰富的数据资源，包括生产环节的环境数据、生产数据、流通环节的物流数据、销售环节的市场需求数据、消费者行为数据、以及售后环节的反馈数据，通过全链条数据的收集、整理与深度分析，挖掘市场规律与消费偏好，为农村电商生产决策、物流优化、营销推广提供科学依据。此外，数据要素的流动与共享打破了农村地区信息闭塞的局面，让农村生产主体能够及时掌握市场动态，实现与城市市场的信息对称。并建立区域性农产品数据共享平台，整合生产端、物流端与消费端全链条数据，有效打破信息孤岛并优化资源配置效率，深度契合数字经济“要素高效流动”的核心要求。

3.2.2. 人才要素：数字新农人的培育与集聚

农村电商发展的关键在于培育与现代科技和农村社会生产力发展相适应的新质人才。而新质人才作为新质生产力中起主导作用的力量，对于优化生产力内在结构具有决定性作用，因而也是推动乡村全面振兴的主体力量，尤其劳动者的素质和技能水平直接决定了农业生产力的发展水平[21]。而在农村电商环境下，新质生产力催生了“数字新农人”这一新型人才群体，他们既熟悉农业生产规律，又掌握电商运营、数字技术应用等技能，成为农村电商发展的核心力量。数字新农人的来源呈现多元化特征，既有返乡创业的大学生、外出务工人员，也有本土成长起来的农村青年。

当前，农村电商人才缺口问题突出，根据《中国农村电商发展报告》，农村电商人才缺口高达200万，电商运营、供应链管理、数字技术、农产品品牌策划、跨境电商及政策与法律咨询类人才均存在较大缺口。为破解这一困境，需要遵循价值链理论中“人力资源优化”的支持性活动逻辑，培育兼具农业生产经验与数字技术、电商运营技能的“数字新农人”，构建“校企合作+线上培训+田间课堂”的多元化人才培育体系弥补农村电商人才缺口，强化人才要素供给质量。地方政府可以通过出台住房补贴、创业扶持、税收优惠等政策，吸引返乡大学生、外出务工人员、城市电商专业人才投身农村电商，优化农

村电商人才结构[6]；政府、企业和高校联合开展针对性的电商培训，内容涵盖电商平台操作、网络营销、物流管理等方面，帮助农民掌握电商运营的基本技能[7]；部分地区与职业院校合作，定制产教融合课程，认证第三方机构培训资质以扩大服务覆盖面。

3.2.3. 资本要素：精准集聚与高效配置

新质生产力背景下，农村电商的发展潜力与投资价值被广泛认可，技术资本、产业资本等社会资本开始向农村电商领域集聚。一方面，风险投资、产业基金聚焦农村电商的技术创新、模式创新项目，为电商平台升级、数字技术研发应用提供资金支持；另一方面，政府引导基金、普惠金融政策向农村电商倾斜，为中小农村电商主体提供低息贷款、融资担保等服务。江西省通过统筹各类发展专项资金，支持打造农村电商重点建设县，引导银行机构加大对农村电商小微企业的信贷支持，有效缓解了农村电商的资金困境。资本的注入不仅解决了资金需求，还带来了先进的管理经验与资源整合能力，推动农村电商主体实现规模化、规范化发展。

3.2.4. 传统要素：数字化转型与效能提升

在新型生产要素的带动下，土地、劳动力等传统生产要素实现了数字化转型。土地要素通过数字化确权、流转，提高了资源利用效率；劳动力要素通过数字技能培训，转化为具备电商运营、数据分析等能力的新型劳动力，实现了人力资源的增值。传统要素与新型要素的深度融合，符合数字经济理论“传统要素与数字要素融合升级”的核心内涵，构建了优势互补、协同发力的要素供给体系，为农村电商发展提供了全方位支撑。

3.3. 模式创新机制：拓展农村电商价值空间

产业融合理论强调打破产业边界、实现价值叠加，价值链理论聚焦各环节协同优化与价值创造效率提升。在二者共同作用下，新质生产力推动农村电商从传统“线上销售”模式，向多元化、协同化、高附加值的新型模式转型，通过重构产业组织形态，拓展价值空间，提升核心竞争力。

3.3.1. C2M 反向定制模式：需求 - 生产闭环联动

传统模式中农村生产主体与消费者信息不对称，生产与需求脱节严重，C2M 模式以价值链理论“需求导向”的价值创造逻辑为基础通过电商平台搭建供需沟通桥梁，整合分散消费需求形成规模化订单，反哺生产环节，实现生产与消费的精准对接，优化价值链生产与销售环节的协同效率。这种模式下，农村生产主体无需承担库存压力，精准匹配市场需求，降低经营风险；消费者获得个性化产品，提升满意度。电商平台在其中发挥核心枢纽作用，通过大数据分析整合需求、制定标准、协调生产，同时提供物流与售后支持，保障模式顺畅运行。例如，针对城市消费者对健康食材的个性化需求，平台整合“低盐、低糖、有机”等细分需求，反馈给农村进行定制化生产与包装，实现生产与消费的精准对接。

3.3.2. 跨界融合模式：打破产业边界

新质生产力推动农村电商与农业、文旅、非遗等产业深度融合，深度践行产业融合理论核心，打破农业、电商、文旅、非遗等产业边界，形成“电商 + 特色农业”“电商 + 乡村文旅”“电商 + 非遗”等多元化业态，既延伸了价值链长度，又通过产业叠加实现价值增值。“电商 + 特色农业”模式延长产业链，引导农村电商主体向农产品初加工、精深加工领域延伸，通过加工提升产品附加值，同时开发差异化产品满足多元消费需求；“电商 + 乡村文旅”模式将乡村旅游资源与农产品销售有机结合，通过电商平台推广旅游线路与农事体验活动，带动农产品现场销售与线上复购，构建“旅游 + 消费”的联动机制；“电商 + 非遗”模式挖掘农村非遗手工艺品资源，通过电商平台打造特色品牌，讲述文化故事，将

非遗文化内涵转化为产品溢价，实现非遗文化传承与经济增收双赢。

3.3.3. 跨境电商模式：拓宽国际市场空间

跨境电商模式遵循价值链理论“市场拓展”的价值提升路径，依托数字技术降低跨境贸易门槛，将农村电商纳入全球价值链体系，通过国际市场开拓提升产业竞争力。在跨境物流体系完善、多语言翻译技术进步、国际合规认证便捷化的支撑下，农村电商“出海”门槛降低。农村电商主体通过跨境电商平台，将特色农产品、非遗手工艺品推向国际市场，参与全球竞争。电商平台提供的国际市场调研、合规认证、跨境支付结算等一站式服务，帮助农村电商主体了解贸易规则、规避风险；跨境直播、多语言广告投放等数字营销技术，精准触达海外目标客户，提升国际知名度与市场占有率。同时，跨境电商的发展也倒逼农村生产主体提升标准化水平，适应国际市场对产品品质、包装、认证的要求，推动产业升级。

3.3.4. 县域电商产业集群模式：协同发展

以县域为单位整合生产、加工、物流、销售等资源，打造电商产业集群，是农村电商模式创新的重要方向。集群内建设共享仓储、共享直播基地、共享检测中心等公共设施，降低中小电商主体运营成本；龙头企业发挥带动作用，整合供应链资源，提供技术指导与市场渠道，带动中小主体协同发展；建立协同机制促进资源共享、信息互通与利益共享，形成发展合力。县域电商产业集群模式则结合产业融合的协同特性与价值链的整合逻辑，整合生产、加工、物流、销售等资源，不仅提升了县域农村电商的整体竞争力，还通过集聚效应吸引人才、资本等要素流入，降低运营成本，形成“要素集聚-产业升级-价值提升”的良性循环。

3.4. 生态优化机制：筑牢农村电商可持续发展支撑

新质生产力以数字经济理论的技术赋能、产业融合理论的业态协同、价值链理论的全链条优化的协同作用为支撑，推动构建“政府-市场-主体-社会”多元协同的农村电商生态系统，为农村电商持续健康发展筑牢基础，实现从“单点突破”向“系统推进”的转型。

3.4.1. 政策支撑体系：全方位保障

政策支撑体系围绕三大理论的实践需求，形成“技术补贴+模式激励+要素保障”的全方位支持。中央一号文件明确推动农村流通高质量发展，健全县乡村物流配送体系，优化冷链物流建设；多部门联合印发的《实施意见》提出培育农村电商“领跑县”、数字流通龙头企业等具体目标，从基础设施、人才培育、品牌建设等方面提供政策支持。地方政府结合实际制定实施细则，通过专项资金支持、税收优惠、用地保障等措施，推动政策落地见效。政策设计更加注重系统性与协同性，既聚焦基础设施、人才等短板领域，也关注模式创新、生态构建等长效发展机制，同时建立政策评估与动态调整机制，确保政策与实际需求精准对接。

3.4.2. 产业链协同机制：高效联动

电商平台、生产主体、物流企业、加工企业等产业链各环节通过建立长期合作关系，形成利益共同体。农村电商需要遵循产业融合与价值链理论的协同逻辑，推动电商平台、生产主体、物流企业等形成利益共同体，通过数据共享、标准共建、资源整合，提升价值链整体运营效率，实现“1+1>2”的协同效应。其中，电商平台向生产主体开放市场数据，提供生产指导与标准规范，帮助其提升产品品质与标准化水平；加工企业根据电商销售需求，优化加工工艺，开发适销对路的产品，提升产品附加值；物流企业与电商平台、生产主体协同，优化仓储布局与配送方案，保障产品及时送达。同时，行业协会等中介组织发挥桥梁纽带作用，制定行业标准与规范，协调解决产业链各环节的利益冲突，促进公平竞争与

有序发展。

3.4.3. 专业服务体系：多元化支撑

立足数字经济理论的技术应用需求、价值链理论的支持性活动优化要求，农村电商需要搭建农村电商公共服务平台整合技术咨询、品牌策划、知识产权保护、合规认证、法律援助等服务资源，为农村电商主体提供全流程支撑，助力其更好地参与产业融合与价值链升级。针对农村电商主体专业能力不足的问题，公共服务平台开展定制化培训，涵盖电商运营、数字技术应用、品牌建设等内容。第三方服务机构的发展则丰富了服务供给，专业的运营托管机构为中小电商主体提供店铺运营、营销推广等服务，物流解决方案提供商则根据电商需求设计个性化物流方案。此外，金融服务的创新为农村电商提供资金支持，除传统信贷产品外，供应链金融、知识产权质押融资等新型金融产品，有效缓解了中小电商主体融资难、融资贵的问题。

4. 新质生产力赋能农村电商的实施路径

针对上述现实梗阻，结合新质生产力“技术创新、要素重构、模式变革、生态优化”的核心内涵，提出“技术适农化升级、要素精准化集聚、模式差异化创新、生态协同化构建”的四维实施路径，推动农村电商高质量发展。

4.1. 技术适农化升级：打造接地气的数字技术应用体系

遵循数字经济理论“技术赋能 + 要素高效”的核心逻辑，聚焦农村电商生产、流通、销售等关键环节实际需求，推动数字技术适农化改造与应用，打造接地气的数字技术应用体系。一方面，基于数字经济理论中“技术普惠”导向，开发简易化、低成本、易操作的数字技术工具，针对不同农产品类型制定差异化技术解决方案，如面向农户的移动端数据采集与分析 APP、适用于中小电商主体的智能营销插件，同时针对生鲜、干货、绿植等不同农产品类型制定差异化技术解决方案。鼓励企业、高校与科研机构开展产学研合作攻关技术瓶颈，政府可通过设立专项基金、给予税收优惠等政策支持技术研发与成果转化，切实降低技术应用门槛，让农村电商主体便捷获取数字技术红利；另一方面，紧扣数字经济理论对基础设施的要求，加快农村 5G 网络、物联网基站建设，重点解决偏远地区网络接入问题，推进县域“三级物流体系”数字化改造，建设智能仓储与分拣中心，推广无人机配送、智能快递柜等末端配送技术，加强冷链物流设施及新型保温材料、智能温控系统的研发应用，打通物流“最后一公里”并降低生鲜农产品流通损耗；此外，还要构建“政校企”技术推广体系，组织技术专家深入农村开展培训与指导，建立线上线下相结合的技术服务平台，提供咨询、诊断、解决方案等服务，助力农村电商主体提升数字技术应用能力、破解技术应用难题。

4.2. 要素精准化集聚：构建高效协同的要素配置体系

要素精准化集聚需以数字经济理论的要素赋能逻辑与价值链理论的支持性活动优化逻辑为指引，构建高效协同的要素配置体系，通过激活数据要素价值、强化人才队伍建设、优化资本要素配置三方发力，为农村电商发展注入核心动能。在数据要素方面，依据数字经济理论“数据为核心生产要素”的定位，建设县域数据共享平台，制定统一的数据采集、整理、共享标准，打破数据孤岛。同时加强数据安全保障，完善数据隐私保护法律法规以构建安全可信的数据应用环境，鼓励电商平台、科研机构与农村生产主体合作开展数据挖掘与分析，精准对接市场需求并指导生产经营决策；在人才队伍建设方面，遵循价值链理论“人力资源优化”的核心，完善“政校企”协同育人机制，培养兼具农业知识与电商技能的“数字新农人”。通过住房补贴、创业扶持、税收优惠等政策吸引返乡大学生、外出务工人员、城市电商专业

人才投身农村电商，同时建立人才评价与激励机制，将数字技能水平、电商经营业绩与职业发展、利益回报挂钩，提升人才留存率；在资本要素配置方面，聚焦价值链各环节的资源整合需求，加大政府引导基金投入，设立农村电商发展专项资金，通过风险补偿、财政贴息等措施鼓励社会资本参与，降低投资风险并提升投资积极性。同时创新普惠金融产品与服务，推广电商信贷、供应链金融、信用贷款等产品，利用大数据风控技术提高贷款审批效率，缓解中小电商主体融资难、融资贵问题。

4.3. 模式差异化创新：拓展高附加值的产业发展路径

模式差异化创新是拓展农村电商高附加值产业发展路径的核心抓手，以产业融合理论的“边界打破 + 价值叠加”与价值链理论的“环节协同 + 价值提升”为核心，推动农村电商模式差异化创新，需从跨界融合、定制化生产与产业集群构建三个维度协同发力。在深化跨界融合模式方面，依托产业融合理论，既要推动“电商 + 特色农业”全链条融合，引导农村电商主体向农产品初加工、精深加工领域延伸，开发花卉深加工产品、特色农产品预制菜等高附加值产品。也要提升“电商 + 乡村文旅”体验感，整合乡村旅游与农产品资源，打造“旅游 + 农事体验 + 产品购买”一体化模式，借助直播电商、VR/AR 技术推广旅游线路与特色农产品；还要挖掘“电商 + 非遗”文化内涵，将非遗技艺与现代设计相结合，打造特色品牌、讲述文化故事以提升产品溢价。遵循价值链理论“需求 - 生产闭环”逻辑，强化电商平台与生产主体的协同，建立快速响应的需求传递机制，推动定制化生产标准化，明确个性化产品的生产、质量与包装标准，鼓励农村合作社、家庭农场等规模化主体参与，提升生产与消费的精准对接效率，优化价值链核心环节的协同性。在做强县域电商产业集群方面，培育核心龙头企业，依托价值链的整合逻辑利用资源整合、技术推广与市场开拓优势带动中小电商主体协同发展，完善共享仓储、共享直播基地、共享检测中心等公共服务设施以降低运营成本，建立企业间资源共享、信息互通与利益共享的协同机制，构建“生产 - 加工 - 物流 - 销售”一体化产业生态，提升价值链整体竞争力。

4.4. 生态协同化构建：筑牢可持续的发展支撑体系

要筑牢农村电商可持续发展的生态支撑，需立足数字经济理论、产业融合理论与价值链理论的协同需求，构建全方位、多层次的生态支撑体系。政策推广层面，加强跨部门政策协调，形成“技术补贴 + 要素保障 + 模式激励 + 品牌保护”的全方位支持体系，制定针对性强、流程清晰的实施细则，并建立动态评估调整机制，确保政策精准适配发展需求。产业链延伸层面，推动电商平台、生产主体、物流与加工企业等产业链各环节建立长期稳定的利益共同体，完善收益分配机制，同步推进农产品生产、加工、流通、销售全链条标准化建设，提升产业整体质量与协同效率；服务优化层面，整合技术、金融、培训等服务资源搭建农村电商综合服务平台，培育专业技术服务团队，鼓励金融机构下沉服务网点、创新金融产品，同时根据电商主体差异化需求开展分层分类培训，强化服务针对性与实效性；品牌建设层面，大力培育区域公共品牌与企业自主品牌，加强品牌策划推广以提升知名度与美誉度，健全知识产权保护法律法规，严厉打击假冒伪劣行为，切实维护市场秩序与消费者权益。

5. 结论与展望

新质生产力作为推动高质量发展的核心动力，以技术创新为核心、新型要素为支撑、模式变革为特征、生态优化为保障，为农村电商突破发展瓶颈、实现高质量转型提供了系统性解决方案。本文通过理论梳理与实践分析，构建了“技术渗透 - 要素耦合 - 模式创新 - 生态优化”四位一体的赋能机制，揭示了新质生产力作用于农村电商的内在逻辑，并提出了新质生产力赋能农村电商的四维实施路径。

研究表明，新质生产力与农村电商的深度融合，能够有效破解农村电商传统发展模式的结构性矛盾，

提升农村电商的生产效率、产品质量与产业附加值，推动乡村产业数字化转型与乡村全面振兴。技术革新能够打破农村电商传统运营边界，要素重构能够激活农村电商内生发展动力，模式创新能够拓展农村电商价值空间，生态优化能够筑牢农村电商可持续发展支撑。

展望未来，随着新质生产力的不断发展与“数商兴农”战略的持续深化，农村电商将迎来更加广阔的发展空间。未来研究可进一步聚焦不同地区农村电商的差异化发展路径，结合更多典型案例开展实证研究，验证赋能机制的有效性与路径的可行性；同时，可关注人工智能、区块链等新兴技术在农村电商领域的深度应用，以及农村电商面临的新机遇与新挑战，为农村电商高质量发展提供更具针对性的理论支持与实践指导。

参考文献

- [1] 孙欣, 曹延汹. 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.
- [2] 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.
- [3] 周巧燕. 基建、人才与技术的三维耦合机制: 新质生产力重塑农村电商发展路径的机制研究[J]. 上海商业, 2025, 41(6): 147-149.
- [4] 王平. 数字经济赋能农村电商直播的逻辑、困境与路径[J]. 农村·农业·农民, 2025(8): 27-30.
- [5] 陈健荣. 乡村振兴背景下农村电商直播面临的主要困境及对策[J]. 山西农经, 2025(12): 79-81.
- [6] 王艺霖, 马超. 新质生产力视域下农村电商高质量发展路径研究[J]. 营销界, 2025(9): 40-42.
- [7] 李珍冰. 新质生产力视角下农村电商生态系统的构建与优化[J]. 当代县域经济, 2025(8): 79-81.
- [8] 王和金. 新质生产力视域下农业电商创新创业人才培养路径[J]. 广东蚕业, 2025, 59(6): 148-150.
- [9] 余荣. 新质生产力赋能农村电商的高质量发展研究[J]. 陕西农业科学, 2025, 71(9): 115-119.
- [10] 高帆, 刘凌琛. 新质生产力赋能乡村振兴的内在机理、特征与实现路径[J]. 学习与探索, 2025(10): 88-98.
- [11] 孙晓媚. 新质生产力背景下农村电商赋能乡村振兴的影响研究[J]. 黑龙江科学, 2025, 16(17): 137-139.
- [12] 曹娟娟. 乡村振兴背景下农产品直播带货营销模式探究[J]. 农村经济与科技, 2023, 34(8): 236-239, 254.
- [13] 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.
- [14] 王永丽. 数字乡村赋能农村电商物流发展策略研究[J]. 物流科技, 2025, 48(19): 76-78.
- [15] 李华婷, 陈思怡, 黄培怡, 等. 数字经济理论在电商发展中的应用及未来趋势[J]. 科技经济市场, 2024(4): 43-45.
- [16] 陈晓红, 李杨扬, 宋丽洁, 等. 数字经济理论体系与研究展望[J]. 社会科学文摘, 2022(6): 4-6.
- [17] 王娟. 产业融合理论下营山县农旅产业融合发展评价研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州财经大学, 2024.
- [18] 周振华. 信息化进程中的产业融合研究[J]. 经济学动态, 2002(6): 58-62.
- [19] 韩沚清. 基于现代价值链理论的成本控制[D]: [博士学位论文]. 泰安: 山东农业大学, 2005.
- [20] 姜涛. 基于价值链理论的农业企业财务竞争力提升路径研究[J]. 中国农业会计, 2025, 35(8): 6-8.
- [21] 陈健, 张颖, 王丹. 新质生产力赋能乡村全面振兴的要素机制与实践路径[J]. 经济纵横, 2024(4): 29-38.