

新质生产力驱动乡村产业振兴：电商赋能的价值意蕴、现实困境与优化路径

余 鑫

贵州大学马克思主义学院，贵州 贵阳

收稿日期：2026年7月15日；录用日期：2026年7月29日；发布日期：2026年9月18日

摘 要

电子商务作为数字经济与乡村产业深度融合的重要形态，成为连接新质生产力与乡村产业的关键纽带，在推动乡村产业转型升级、激活乡村发展内生动力方面发挥着不可替代的作用。在剖析新质生产力驱动乡村产业振兴的逻辑上，明确电商赋能二者融合的价值意蕴，探究当前电商在赋能新质生产力与乡村产业融合中的现实困境，提出优化路径，推动新质生产力与乡村产业深度融合，更好助力乡村全面振兴。

关键词

新质生产力，乡村产业振兴，电商赋能

New Quality Productive Forces Driving Rural Industrial Revitalization: The Value Implications, Realistic Dilemmas, and Optimization Paths of E-Commerce Empowerment

Xin Yu

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: July 15, 2026; accepted: July 29, 2026; published: September 18, 2026

Abstract

As an important form of the deep integration between the digital economy and rural industries, e-

文章引用：余鑫. 新质生产力驱动乡村产业振兴：电商赋能的价值意蕴、现实困境与优化路径[J]. 电子商务评论, 2026, 15(9): 609-615. DOI: 10.12677/ec.2026.1591038

commerce has become a key link connecting new quality productive forces with rural industries. It plays an irreplaceable role in promoting the transformation and upgrading of rural industries and activating the endogenous power of rural development. By analyzing the logic of new quality productive forces driving rural industrial revitalization, this paper clarifies the value implications of e-commerce empowerment in the integration of the two, explores the current realistic dilemmas of e-commerce in empowering the integration of new quality productive forces and rural industries, and proposes optimization paths. These efforts aim to promote the deep integration of new quality productive forces and rural industries, thereby better facilitating the comprehensive revitalization of the countryside.

Keywords

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

Copyright © 2026 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

在数字经济快速发展的背景下，电子商务作为数字技术与流通领域深度融合的产物，已深度渗透到乡村产业的生产、加工、流通、销售等各个环节，成为激活乡村产业活力、拓宽市场渠道、推动产业升级的重要引擎。但与此同时，新质生产力与乡村产业的融合仍处于初级阶段，电商在赋能二者融合过程中，还面临数字基础设施薄弱、人才短缺、产业数字化水平低、品牌与供应链不完善等诸多困境。所以，研究新质生产力驱动乡村产业振兴背景下电商赋能的价值意蕴、现实困境与优化路径，对于破解乡村产业发展瓶颈、推动新质生产力在乡村落地生根、助力乡村全面振兴具有重要价值。

2. 新质生产力驱动乡村产业振兴中电商赋能的价值意蕴

新质生产力驱动乡村产业振兴的重要路径在于实现“技术赋能、要素重构、产业升级”，而电商作为连接新质生产力与乡村产业的关键纽带，其赋能价值不仅体现于推动乡村产业短期发展，更贯穿于助力新质生产力在乡村落地生根、支撑乡村产业长期高质量发展的全过程。

2.1. 提升生产效率以激活新质生产力赋能效能

电商赋能通过将数字技术融入乡村产业的生产、加工、流通等全环节，能够有效提升生产效率，激活新质生产力的赋能效能。在农业生产环节，电商平台可整合农业技术服务资源，为农户提供精准的种植、养殖技术指导，并结合大数据、物联网等数字技术，推动农业生产向精准化、智能化转型。在流通环节，电商能够打破传统流通模式的时空限制，构建“产地直达餐桌”的流通体系，减少中间环节、降低流通成本、提升流通效率。这种高效的流通模式不仅能提升乡村产业整体效率，还能让农户获得更多收益，进一步激发其参与乡村产业发展的积极性，为新质生产力落地筑牢群众基础。此外，电商平台通过大数据分析精准把握市场需求，可为乡村产业生产提供科学指引，避免盲目生产造成的资源浪费，进一步提升生产效率。

2.2. 优化乡村产业发展的要素配置

作为数字经济与乡村产业融合的重要形态，电商赋能能够有效推动各类生产要素向乡村产业集聚，

优化要素配置,破解要素瓶颈。在人才要素配置方面,电商赋能可吸引各类人才向乡村回流,同时培育本土电商人才,缓解乡村人才短缺问题。通过让农户掌握直播带货、店铺运营等技能,实现“家门口就业”,既解决了农户增收问题,又培育了本土人才,为新质生产力与乡村产业融合提供人才支撑。在资本要素配置方面,电商赋能能够拓宽乡村产业融资渠道,吸引社会资本向乡村产业集聚,形成“资本赋能产业、产业吸引资本”的良性循环,为新质生产力发展提供资本保障。在数字要素配置方面,数字化资源的流动与大数据信息的传播,使得农村产业的生产可能性边界逐步扩大,生产函数结构最终得以重构与优化的同时,促进现代农业体系的全面升级[1]。大数据、人工智能、物联网等数字要素融入乡村产业各环节,实现数字要素的高效利用。

2.3. 搭建乡村产业与市场对接的桥梁

市场渠道狭窄是制约乡村产业振兴的不利因素。电商作为连接乡村产业与城市市场的重要桥梁,能够打破时空限制、拓宽市场渠道,助力乡村产业更好对接市场需求,实现“小农户对接大市场”。例如,直播电商、短视频等新型电商形式,可让消费者更直观地了解乡村产品的特色与优势,提升产品认可度和销量。同时,电商赋能可推动乡村产业实现“订单式生产”,通过精准对接市场需求引导农户调整生产结构,生产适销对路的产品,避免盲目生产导致的产品积压。依据订单组织生产,实现“以销定产”,既解决了农产品“卖难”问题,又提升了农户收益。

2.4. 推动乡村产业高质量发展体系构建

作为推动乡村产业升级的重要引擎,电商赋能在助力乡村产业构建高质量发展体系、实现转型升级方面发挥着关键作用。随着道路、电力及网络通信基础设施的不断完善,农民得以更高效地融入全国乃至全球的电子商务网络[2]。在产业结构升级上,电商赋能可推动乡村产业从单一农业生产向“农业+加工+流通+文旅”的多元融合模式转型。在产业模式升级上,电商赋能可推动乡村产业从分散化、个体化发展向规模化、集约化发展转型,实现规模化生产与集约化经营。在产业质量升级上,电商赋能可推动乡村产业实现标准化、品牌化发展,提升产品知名度与美誉度,为乡村产业振兴提供有力支撑。

3. 新质生产力驱动乡村产业振兴中电商赋能的现实困境

尽管电商赋能在新质生产力驱动乡村产业振兴中具有重要价值,但当前我国农村电商发展仍处于初级阶段,新质生产力与乡村产业的融合面临诸多制约,导致电商赋能效应未能充分释放。

3.1. 数字基础设施有待完善,电商赋能基础支撑不足

数字基础设施是电商赋能的基础前提,也是新质生产力落地乡村的重要保障。当前,我国农村数字基础设施建设虽取得一定成效,但偏远乡村地区的设施不完善、不均衡问题突出,制约了电商赋能效果。

一是网络设施覆盖不均衡。尽管我国农村宽带网络已基本覆盖,但偏远山区、欠发达乡村仍存在网速慢、资费高、稳定性差等问题,导致农户难以便捷使用电商平台开展经营活动。二是物流体系不完善。农村物流存在“最后一公里”配送难题,部分乡村无物流网点,农产品无法及时配送,损耗率较高;同时,物流配送效率低、成本高。基于目前我国的物流运输体系,关于冷链物流运输配置还不够完善,不能妥善解决时空对于货物的限制,再加上整体冷物流运输体系的建立,所耗费的时间成本以及金钱成本是非常高的[3]。三是数字终端普及不足。乡村地区尤其是老年农户、偏远地区农户的数字终端拥有率低,且难以熟练操作智能手机、电脑等设备,无法独立完成电商下单、直播带货等操作,制约了电商在乡村的普及。

3.2. 人才短缺问题突出，电商赋能智力支撑不足

人是生产力三要素中最活跃的，没有人力资本的积累和跃升，没有一支与现代科技进步、现代产业发展相适应的高素质劳动者队伍，就无法形成新质生产力[4]，人才队伍建设也是电商赋能的关键支撑。当前乡村地区电商人才供给不足，无论是专业运营、营销人才，还是本土从业者，均存在缺口，导致电商赋能效应难以充分释放。

一是专业人才引留困难。乡村地理位置偏远、薪资待遇较低，难以吸引城市专业电商人才；同时，乡村缺乏完善的人才培养体系和发展空间，即使引入人才也难以长期留住。二是本土人才培养不足。乡村农户数字素养和电商操作能力普遍偏低，缺乏系统培训，无法熟练掌握运营、直播、店铺管理等技能，本土人才供给短缺。三是人才结构不合理。乡村电商人才多集中于销售环节，产品研发、品牌策划、数据分析、物流管理等环节人才匮乏，难以根据市场需求开发新产品、打造竞争力品牌。

3.3. 产业数字化水平偏低，电商赋能融合深度不足

新质生产力驱动乡村产业振兴的重点是实现产业数字化转型，但当前我国乡村产业数字化水平普遍较低，传统产业与电商融合深度不足，导致电商赋能作用难以充分发挥，新质生产力的效应未能释放。

一是农业生产数字化程度低。传统农业生产方式落后，大数据、物联网、人工智能等数字技术在农业生产中的应用范围有限，多数农户仍采用传统种植、养殖模式，无法实现精准化、智能化生产。二是产业与电商融合流于表面。许多乡村产业的电商赋能仅停留在销售环节，与生产、加工、物流等环节的融合不足，未能实现全链条数字化赋能。三是产业同质化严重，创新能力不足。乡村电商产品多以初级农产品为主，同质化问题突出，缺乏深加工、高附加值产品，且在设计、包装、营销等方面创新不足，难以满足消费者多样化、个性化需求。

3.4. 品牌与供应链有待完善，电商赋能可持续性不足

品牌与供应链是电商赋能乡村产业振兴的重要支撑，也是产业可持续发展的关键。乡村特色产品种类丰富，但缺乏具有影响力的品牌，多数产品以“无品牌”“散品牌”为主，知名度、美誉度低，市场竞争力较弱。当前乡村产业供应链仍存在“分散化、碎片化”问题，生产、加工、流通等环节缺乏协同配合，导致供应链源头供给不稳定、加工环节管理不规范、流通环节物流基础设施不完善，制约了供应链的协同发展，影响了电商赋能的实际效果。此外，乡村电商产品的质量管控体系尚不健全，部分产品缺乏质量检测、溯源等关键环节，难以有效保障产品质量，降低了消费者信任度，进而影响产品销量和电商赋能的可持续性。

4. 新质生产力驱动乡村产业振兴中电商赋能的优化路径

为解决当前电商赋能中面临的现实困境，结合新质生产力的核心特征与乡村产业振兴的内在需求，立足“技术赋能、人才支撑、产业融合、制度保障”思路提出针对性优化路径，推动电商赋能效应释放，实现新质生产力与乡村产业深度融合，助力乡村全面振兴。

4.1. 技术赋能：完善数字基础设施，夯实电商赋能基础

数字基础设施是新质生产力向乡村渗透、电商赋能落地的关键载体，更是破解乡村数字鸿沟、推动新质生产力与乡村产业融合的关键。当前乡村数字基础设施薄弱、区域发展不均衡，已成为制约电商赋能及新质生产力关键要素应用的瓶颈。因此，需立足乡村实际需求，聚焦短板弱项，加大投入力度、优化布局结构，构建覆盖全面、适配乡村发展的数字基础设施体系。

在网络基础设施优化上,坚持“统筹布局、精准发力”原则,重点向偏远乡村、欠发达地区倾斜,着力解决网络覆盖不均衡、速率慢、资费高的突出问题。政府与社会主体可共同搭建农村数字化公共平台,确保电商交易数据、物流分配信息的透明化,实现更公平的市场竞争环境与资源配置结构[5]。引导电信运营商加大乡村网络基础设施投入,满足直播带货、视频展示、大数据分析等电商运营的高频需求。建立健全乡村网络维护长效机制,依托乡镇政务服务中心、村级服务站搭建网络维护站点,配备专业维护人员,及时响应并解决网络故障,保障网络畅通稳定,为电商赋能提供持续可靠的网络支撑。

在物流基础设施完善方面,核心是破解乡村物流“最后一公里”配送难题,构建适配乡村电商发展的物流体系,打通农产品出村进城、工业品下乡的双向流通通道。加大农村物流基础设施投入力度,重点建设县级物流配送中心、乡镇物流中转网点、村级物流服务站,实现物流节点全覆盖,形成“县级统筹、乡镇中转、村级直达”的高效配送格局。针对生鲜农产品易损耗、难保鲜的特点,加大冷链物流设施投入,建设区域性农村冷链物流基地,配备专业冷链运输车辆和保鲜设备,完善冷链仓储、分拣、配送全链条服务;推动物流企业与农户、电商企业建立长期合作关系,实现物流资源与生产、销售需求的精准对接,大幅提升物流利用效率。

在数字终端普及与数字素养提升方面,兼顾“硬件普惠”与“能力提升”,着力解决乡村农户数字接入门槛高、操作能力弱的问题,让电商赋能覆盖更多群体。构建“精准化、常态化、接地气”的数字素养培训体系,开展电商操作、直播带货、店铺管理等实操性培训。针对老年农户、文化水平较低农户等特殊群体,组织专业培训师资深入乡村开展线下手把手教学、一对一精准指导,帮助其跨越数字鸿沟,确保电商赋能真正覆盖到每一个有需求的农户,让新质生产力的红利惠及更多乡村群众。

4.2. 人才支撑: 培育引进电商人才, 强化智力保障

人才是电商赋能的关键,也是新质生产力发展的重要要素。要破解人才短缺的困境,需构建“引进+培育+留存”的人才体系,培育引进各类电商人才,为电商赋能提供强有力的智力支撑。

一是加大专业电商人才引进力度。出台针对性人才引进政策,吸引城市专业电商人才投身乡村产业。例如,政府可推出住房补贴、薪资补贴、创业扶持等政策,吸引大学生、返乡青年、退役军人、电商从业者等各类人才到乡村创业就业;同时搭建人才对接平台,推动电商企业与高校、职业院校合作,引进专业的电商运营、营销、数据分析等人才,解决专业人才短缺问题。二是强化本土电商人才培育。构建“政府+平台+企业”的本土人才培育体系,开展系统性、针对性电商培训,提升本土农户的电商技能。例如,政府牵头组织电商培训,电商平台提供培训资源和技术支持,电商企业提供实践岗位,采用“理论+实践”的培训模式,让农户在实践中提升电商操作能力;同时培育本土电商带头人,选拔一批具备电商基础的农户进行重点培养,发挥带头人的示范引领作用,带动更多农户参与电商运营。三是优化人才结构,完善人才激励机制。针对乡村电商人才结构不合理的问题,加大对产品研发、品牌策划、物流管理等环节人才的培育和引进力度,实现人才全链条覆盖。应当强化对农村创业者和潜在人才的数字技能培训项目,不仅能够充实农村的人才库,还能促进人才回流,吸引城市中的年轻一代重返农村[6]。

4.3. 产业融合: 推动产业数字化转型, 提升融合深度

产业数字化转型是新质生产力驱动乡村产业振兴的重要路径,也是提升电商赋能融合深度的关键。要破解产业数字化水平低、融合深度不足的困境,需推动乡村产业与数字技术、电商深度融合,实现产业转型升级。

一是推动农业生产数字化转型。加大数字技术在农业生产中的应用力度,推广大数据、物联网、人工智能等数字技术,实现农业生产的精准化、智能化。例如,建设农业数字化示范基地,推广智能灌溉、

精准施肥、病虫害智能监测等技术，提升农业生产效率；同时建立农业生产数字化记录体系，实现农产品溯源，提升产品质量和市场竞争力。此外，引导农户、合作社等经营主体采用数字化生产方式，推动农业生产从传统粗放型向现代集约型转型。

二是推动乡村产业与电商全链条融合。要积极推广数字技术应用，使之融入各生产环节，加强跨领域大数据资源整合，全方位满足多样化需求，扩大数字劳动对象范围[7]，推动电商与农业生产、加工、流通、文旅等环节的深度融合，实现全链条数字化赋能。在生产环节，通过电商平台获取市场需求数据，引导农户调整生产结构，实现“以销定产”；在加工环节，利用数字技术优化加工流程，推动农产品精深加工，提升产品附加值；在流通环节，通过电商平台构建高效的流通体系，减少中间环节，降低流通成本；在文旅环节，通过电商平台展示乡村文旅资源，推动“电商 + 文旅”融合发展，拓宽产业发展空间。

三是推动产业创新，破解同质化困境。引导乡村产业立足资源禀赋，打造特色产品，推动产品创新、模式创新、营销创新，破解产业同质化困境。积极推进一、二、三产业融合发展，充分开发利用农业农村各类优质资源和传统文化资源，发展乡村新业态，创新“农业+”“乡村+”等乡村产业和乡村旅游发展模式[8]。创新电商运营模式，推广直播带货、社群营销、短视频营销等新型运营模式，提升产品的知名度和销量；打造特色产业集群，整合资源，实现规模化、集约化发展，提升产业的市场竞争力。

4.4. 制度保障：完善品牌与供应链体系，增强可持续性

品牌与供应链是电商赋能可持续发展的关键，要破解品牌建设滞后、供应链不完善的困境，需加强品牌建设，完善供应链体系，为电商赋能提供制度保障，增强电商赋能的可持续性。

一是加强品牌建设，提升品牌影响力。立足乡村特色资源，打造区域公共品牌与特色产品品牌，强化品牌包装与推广，提升品牌知名度与美誉度。例如，政府牵头打造区域公共品牌，规范品牌管理，通过电商平台、媒体宣传等渠道加强品牌推广，扩大品牌影响力；引导电商企业与农户打造特色产品品牌，注重产品质量与品牌形象，推动品牌化发展。同时，加强品牌监管，严厉打击假冒伪劣、以次充好等行为，维护品牌形象，增强消费者信任度。

二是完善供应链体系，提升协同性。构建“生产 - 加工 - 流通 - 销售”一体化供应链体系，推动生产、加工、流通等环节协同发展，提高供应链效率，降低供应链成本。例如，整合小农户资源，推动小农户抱团发展，培育合作社、家庭农场等新型经营主体，实现规模化生产，稳定供应链源头供给；加强加工环节标准化、规范化建设，提升产品质量；完善物流基础设施，推动物流企业与电商企业、农户协同发展，实现物流资源高效利用。此外，建立供应链协同机制，加强各环节沟通协作，保障供应链高效运转。

三是加强产品质量管控，提升消费者信任度。建立健全乡村电商产品质量管控体系，加强产品质量检测、溯源等环节管理，确保产品质量安全。例如，建立农产品质量检测中心，对电商销售的农产品进行严格检测，禁止不合格产品上线销售；利用区块链等数字技术建立产品溯源体系，实现产品生产、加工、流通等环节全程溯源，让消费者清晰了解产品信息，提升消费者信任度。同时，加强对电商企业和农户的监管，规范经营行为，保障电商产品质量安全。

5. 结语

新质生产力作为先进的生产力质态，是推动乡村产业振兴的核心动力，而电商作为数字经济与乡村产业深度融合的重要形态，更是连接新质生产力与乡村产业的关键纽带，在新质生产力驱动乡村产业振兴的进程中承载着重要价值。电商赋能的多元价值体现在能够有效提升乡村产业生产效率、优化生产要素配置、拓宽产品市场渠道、推动产业结构升级，这些价值维度相互关联、协同发力，共同推动新质生产力与乡村产业深度融合，为乡村产业振兴注入持久新动能。与此同时，当前电商在赋能新质生产力驱

动乡村产业振兴的过程中仍面临诸多现实挑战，数字基础设施薄弱、电商人才短缺、产业数字化水平不高以及品牌与供应链体系不完善等问题，在一定程度上制约了电商赋能效应的充分释放，也影响了新质生产力与乡村产业融合的深度与广度。破解当前发展困境，需立足新质生产力发展要求与乡村产业振兴实际，从技术、产业、电商、制度四个维度协同发力，通过完善数字基础设施夯实电商赋能的基础支撑，通过培育引进电商人才强化智力保障，通过推动产业数字化转型提升融合深度，通过完善品牌与供应链体系增强发展可持续性，进而推动电商赋能效应充分释放，实现新质生产力与乡村产业深度融合，为乡村全面振兴提供有力支撑。

参考文献

- [1] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴: 价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.
- [2] 刘付承. 中国式现代化视域下全域兴趣电商赋能乡村产业振兴研究[J]. 中国经贸导刊, 2024(16): 157-159.
- [3] 李留青. 城乡融合与电商崛起背景下乡村振兴的发展策略研究[J]. 农业经济, 2022(9): 50-52.
- [4] 刘志强. 以发展新质生产力塑造高质量发展新优势[N]. 人民日报, 2024-02-29(010).
- [5] 王月, 霍学喜, 阮俊虎. 青年电商赋能乡村产业高质量发展的逻辑与路径——基于中国情境的理论深化与实践探索[J]. 农业经济与管理, 2025(3): 67-78.
- [6] 胡莱, 胡斌, 曹原豪. 直播电商赋能农村创业的作用机理——基于新质生产力视角的多案例研究[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2024(6): 25-36.
- [7] 孙志远. 数字新质生产力对城乡高质量融合的影响与机制[J]. 中国流通经济, 2024, 38(5): 28-40.
- [8] 郝新军, 沈朝阳. 农村电商赋能乡村振兴成效评价与障碍因素分析[J]. 西安财经大学学报, 2022, 35(5): 40-52.