

数字赋权新农人驱动乡村全面振兴的实践路径与内在机理

黄美笛

(厦门大学马克思主义学院)

摘要:传统乡村振兴路径长期依赖行政赋权与资本下乡两大外源性机制,由此引发了资源配置效率低下与主体性缺失并存的结构性困境,而数字经济的兴起为突破传统路径依赖提供了新范式。其中,新农人作为兼具“技术赋能者”与“内生驱动者”双重属性的新型主体,成了重构乡村内源发展动力的关键行动者。通过构建“数字技能-经济收入-合作能力-传播意识”递进分析框架,或可揭示数字赋权新农人驱动乡村振兴的内在逻辑。研究发现,新农人实践主要通过3个层面推动乡村的内源发展转型:主体能力层面,农民个体从技术被动接受者转向数字内容生产者,激活了乡村内生力量潜能;经济结构层面,传统分散经营模式向基于数字平台的协作网络演化,乡村经济关系得以重组;文化价值层面,农产品通过符号化叙事实现了从功能商品到文化媒介的价值重构。这种“技术扩散-经济激活-社会联结-符号生产”的协同机制,为乡村产业升级、治理优化与文化振兴提供了重要实践启示。进一步地,实施乡村全面振兴的相关政策需认识到新农人作为“内生力量”与“转化枢纽”的战略作用,通过主体数字素养培育、利益共享机制创新等措施,充分释放其促进乡村全面振兴的积极效能。

关键词:乡村全面振兴;数字经济;数字赋权;新农人;内源性发展

一、传统乡村振兴路径的既有困境

2025年中央一号文件锚定“推进乡村全面振兴、建设农业强国”战略目标,明确提出要以改革开放和科技创新为动力,巩固和完善农村基本经营制度,深入学习运用“千万工程”经验,确保国家粮食安全,确保不发生规模性返贫致贫,提升乡村产业发展水平、乡村建设水平、乡村治理水平^[1]。这一政策导向揭示出乡村全面振兴的核心问题:如何在城乡融合背景下激活乡村内源发展动力,构建可持续发展的现代化发展路径?传统乡村振兴路径依赖行政赋权与

资本下乡两大外源性机制,但其结构性困境日益凸显:一方面,行政赋权依靠国家通过公共政策进行资源配置,自上而下向乡村社会赋权,在乡村产业建设初期发挥了积极作用,但这种自上而下的资源配置往往会与农民个体需求相脱节,以致资源配置效率低下、乡村组织决策权缺失^[2],难以形成长效发展机制。另一方面,资本下乡依托外部工商资本介入^①,由外向内对乡村经济发展进行赋权,在一定程度上弥补了乡村产业发展的资金和技术短板,但由外部资本主导的“利益优先”原则严重挤压了乡村的自主性,资源过度开发更是加剧了乡村的生态

引用文本:黄美笛.数字赋权新农人驱动乡村全面振兴的实践路径与内在机理[J].河海大学学报(哲学社会科学版),2025,27(2):107-117.

基金项目:福建省社会科学基金青年项目(FJ2024C148);中央高校基本科研业务费专项资金项目(ZK1058)

作者简介:黄美笛(1995—),女,助理教授,博士,主要从事马克思主义社会理论、乡村振兴与文化传播研究。E-mail:huangmeidi@xmu.edu.cn

① 如资金投入、引进新技术和新产业等方式,资本下乡赋权模式以资本为主导,强调利益优先原则。

与社会风险。

究其根源,上述困境源自乡村内源发展动力的系统性匮乏。新内源发展理论强调,乡村振兴需以本土主体能力建设为核心,将外部资源通过本地社会网络转化为内部资本,同时以技术赋能与文化认同重构发展自主性^[3]。数字经济的兴起为此提供了新可能,且随着数字平台和数字技术的兴起,越来越多的新农人涌现出来。所谓新农人,即运用现代科技知识,从事农业生产经营或服务,推动农业农村现代化的新型职业农民^[4]。作为数字技术的实践者与乡土文化的传播者,新农人兼具“技术赋权”与“内生驱动”双重属性,其通过数字技术实践(如短视频创作、直播电商等)重构了乡村生产要素的配置逻辑,赋权路径呈现“技术赋能—经济激活—社会联结—符号生产”的链式效应,并直接作用于乡村产业升级、治理优化与文化振兴,日益成为推动乡村全面振兴的关键力量。为此,本研究着眼于数字赋权新农人的具体实践,通过揭示其培育乡村内生发展动能的内在逻辑,系统阐释数字赋权新农人对乡村振兴的整体性影响,旨在为推动乡村全面振兴提供理论支撑与实践路径。

二、数字赋权新农人分析框架的构建

1. 赋权理论的内源转向与核心维度

赋权的本质是通过知识共享与主体性觉醒打破结构性权力失衡,实现个体与群体在权力分配、资源获取与社会参与中的自主性^[5]。在乡村振兴语境下,赋权理论呈现出内源发展转向^[6],展现为三重核心维度:一是个体能力提升,即突破行政赋权与资本下乡的单向输入逻辑,强调农民作为能动主体对技术工具、市场规则与文化符号的自主运用^[7];二是资源获取重构,通过数字技术整合外源性资源(如电商流量、政策支持等)与内源性资源(如乡土文化、传统技艺等)建设数字乡村^[8],形成聚合转化效应^[9];三是社会参与深化,从被动卷入市场交易转向主动建构社群网络,实现经济协作与文化认同的双向强化。然而,既有研究虽已提出“新内源发展机制”,但多局限于“资源—主体”的静态分析,未能揭示主体如何通过数字

技术赋权重构乡村发展的动力机制。

2. 数字赋权新农人的分析框架

随着数字经济的勃兴,乡村振兴的赋权探讨逐渐呈现数字化转型趋向。在实践中,短视频、直播等数字新媒介近年来正逐渐成为助力新型县域、乡村经济文化产业发展的重要推动力。数字技术深度嵌入乡村治理场域^[10],数字平台能够对乡村进行技术、流量、界面、资本等全方位的赋权,且通过数字平台界面化、产业化、融合化赋能,个体能够进一步提升自主性与影响力,形成变革和推动乡村发展的力量。数字赋权是将数字平台、数字技术与主体实践相结合的一种新型赋权模式,目前,以乡村内源性发展为核心线索,围绕数字赋权的探讨形成了多重视角:一是从工具赋能出发,强调综合性数字平台^[11]与电子商务技术,降低交易成本、拓展市场边界的功能性价值;二是从主体建构出发,探究新农人、返乡青年、留守老人、妇女和儿童的能动性^[12-13],揭示其如何通过数字实践突破传统角色边界;三是从产业融合出发,探讨电商与社区协同的治理逻辑,强调经济收益与社会资本的互促关系。然而,既有研究存在忽视数字媒介对乡土价值的再生产功能、弱化社群网络对市场风险缓冲作用、未揭示资源聚合的动态机制等问题,因而未能系统阐释数字赋权的多维协同效应及其驱动乡村内源转化发展的内在逻辑。这充分说明,对数字赋权乡村振兴的讨论还需结合行动者实践进行重新考量。

新农人既是数字赋权的现实载体,也是带动乡村发展的内生力量,因而成为探讨数字赋权驱动乡村全面振兴的关键切入点。为此,本研究构建数字赋权新农人的分析框架(图1),该框架基于“技术—经济—社会—文化”四维逻辑递进线索,既注重数字赋权所带来的不同于传统赋权模式的数字红利,亦考虑乡村振兴过程中乡村内生力量的重要作用。通过分析数字赋权下的新农人实践,进一步探索数字赋权新农人驱动乡村全面振兴的内在机理。

与传统赋权模式相比,数字赋权新农人模式具有多维赋能特性。新农人通过数字技术应用不仅提升了个体能力,还通过网络效应拓展了资源流动性和社会资本积累。这一模式推动

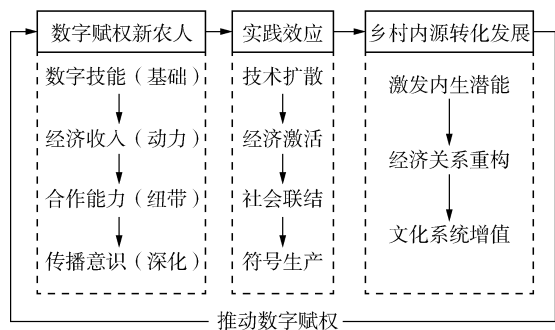


图1 数字赋权新农人分析框架

了乡村振兴从依赖外部驱动的外源机制转向以激活本土资源为核心的内源发展路径,为解决传统模式中资源配置低效与主体参与不足等结构性困境提供了可行的实践方案。本研究选择数字技能、经济收入、合作能力和传播意识4个维度进行分析,主要基于以下考虑:第一,技术赋能提升数字素养是促进农民个体参与融入数字经济的基础;第二,经济收入增加能够直接衡量赋权实践的效果,尤其是在提升农民个体参与数字经济进程的积极性方面;第三,合作能力既反映了乡村社交网络重组的内在需求,又是促进社会联结的重要纽带;第四,传播意识深刻关联乡村文化价值与市场吸引力的提升。通过对上述维度的分析,或有助于系统呈现数字赋权新农人实践在促进乡村全面振兴过程中的多层次效应。

三、典型案例的选取与研究方法

1. 选取依据

相关数据显示,2023 年全国农民工总量达 2.975 3 亿人,其中本地农民工占比为 40.6%,返乡就业趋势加速了数字平台与传统农业的融合。截至 2023 年 6 月,中国农村互联网普及率达 67.4%^[14],技术基础设施的完善为农民的职业转型奠定了重要基础。在移动互联网与乡村全面振兴战略深度融合的背景下,抖音等短视频平台已成为新农人创新创业的“数字沃土”:一是在内容生态上,2023 年抖音平台共发布“三农”短视频 10.2 亿条,总播放量达 2.4 亿次,获赞 530 亿人次^[15]。二是在就业形态上,以短视频创作(如农技科普)、直播电商(如农产品带货)、乡村文旅(如非遗文化展演)等为代表的新业态创造了“离土不离乡”的新就业

模式,推动了传统农民向新农人转型,新型职业农民的发展越来越成为乡村全面振兴战略实施的重要组成部分。

基于上述现实背景,本研究选取三位典型新农人进行横向对比,其筛选标准遵循三重逻辑:第一,政策导向性。《“十四五”全国农业农村信息化发展规划》强调要培育、引进农业农村信息化实用人才^[16],因此案例需覆盖电商带货、农技推广、文旅融合等政策重点领域。第二,业态代表性。抖音《2023 年三农生态报告》显示,农村生活、美食制作、农技科普为最受欢迎内容类型,所选案例需覆盖上述高流量赛道。第三,群体典型性。返乡创业的新农人多为“80 后”“90 后”返乡青年,因此,案例人物年龄、教育背景与商业模式需契合“年轻化+技术驱动”的群体共性。

2. 典型案例

沈丹,三农领域知名短视频创作者,抖音官方认证“乡村守护人”,在全网拥有近 4 000 万粉丝^①。城市创业失败后,沈丹返乡开始在抖音平台用短视频记录、分享乡村生活。2019 年 6 月,凭借一条蹲点拍摄蘑菇绽放过程的短视频,沈丹抖音粉丝数量激增,并由此开始通过短视频帮助村民售卖农副产品,带动大家致富,成为一名数字赋权的新农人。

徐艳,“90 后”新农人,助农带货主播。2017 年,大学毕业的徐艳回到家乡泰州,入职江苏香草湾文化旅游发展有限公司,担任景区运营管理工作。后来,企业又成立农业公司,创建了名为“香草湾薰衣草主题庄园”的景区,徐艳担任景区管理工作。2019 年,徐艳开始接触电商,通过拍摄短视频和直播帮种植大户们带货,从传统媒体从业者转变为直播助农的带货主播。在徐艳的宣传带动下,香草湾 2023 年线上销售额达 2 000 万元。

彭传明,大学毕业后为照顾父母返乡,被誉为继李子柒之后最能令人怀念乡野生活的博主。在彭传明点赞数最高的一段视频中,

① 沈丹网名为网名“@乡 愁”,其全网粉丝构成主要以抖音、快手、B 站的粉丝数据为主,粉丝数据统计截止于 2024 年 9 月 25 日。

他花费 3 年时间记录传统制墨的全过程。目前,彭传明在全网已拥有近 1 400 万粉丝,但他始终没有走进直播带货的行列。

上述 3 位新农人的数字赋权实践各有特色,差异化特征较为明显,具有较强的可比性(表 1)。充分利用数字平台是他们获得数字赋权的基础,三者均由此实现了数字技能和专业知识的提升:沈丹的数字赋权实践突出体现在经济层面,即通过推动乡村经济产业化发展来推动乡村产业结构的转型;徐艳的数字赋权实践则强调经济收益和社群联结两个层面,以电商和社区联合发展强化小农户的合作意识和竞争力。相较于前两者,彭传明的数字赋权实践则更注重乡村的传承与传播。

3. 研究方法

本研究主要采用案例研究、比较分析和文本分析方法,以深入探讨数字赋权新农人的具体实践及其效应。具体而言,选择沈丹、徐艳和彭传明 3 位具有代表性的新农人作为案例对象,即从 2023 年 6 月至 2024 年 9 月,开展了为期约 1 年 3 个月的线上田野调查,定期跟踪 3 位新农人在各平台的动态。数据来源主要包括两个方面:一是数字平台数据,收集他们在短视频和直播平台(如抖音、快手、B 站等)发布的内容、用户互动和评论,观察其数字流量数据,并从电商平台(如抖音商城、淘宝、京东等)获取其店铺信息、商品列表、销量数据和用户评价,以了解其商业运营状况。二是官方媒体报道,即收集主流媒体(如新华网、人民网等)对 3 位新农人的专题报道和采访,并关注地方媒体(如当地报纸、电视台和官方网站等)对其数字赋权实践相关的报道,重点考察其在经济、社交、文化等层面的数字赋权体现。

表 1 典型案例的横向对比

典型案例	实践模式	差异性	共同点	互补性
沈丹	新农人+电商+公司+农民个体	公司与电商协同发展、高附加值产品营销、线上线下社群联结、茶文化市场开拓	网络 IP 打造、数字素养和专业技能提升、个体经济收益提高、积极传播乡村文化、促进乡村内源转化发展等	3 个案例相互补充,丰富了数字赋权新农人驱动乡村全面振兴的实践经验
徐艳	新农人联盟+电商+社区+小农户	电商销售、网罗当地网红达人、小农户联合发展、社区共建、文旅产业开发		
彭传明	新农人+数字平台	传统工艺复兴、聚焦文化传承、不签约、不合作、不入公会、不从事产品售卖		

在具体分析过程中,首先对收集的资料进行初步阅读,识别关键概念和主题。然后,将收集到的资料按照数字赋权的不同维度进行分类,形成主题框架。接着,围绕研究问题,深入分析各数字赋权主题之间的关系,重点探讨典型案例如何通过数字赋权实践推动乡村内源转化发展,并注重对比 3 位新农人数字赋权各维度的异同。最后,从具体案例中提炼普遍性经验和规律,探寻数字赋权新农人推动乡村全面振兴的内在机理。

四、数字赋权新农人能力提升的整合路径

随着短视频平台等数字新媒介的兴起,乡村也逐步走上了数字化转型的道路,为新农人获得数字赋权奠定重要基础。在推动乡村振兴的道路上,获得数字赋权的新农人扮演着日益重要的角色,他们不仅是数字技术的使用者、线上线下社群的互动联结者,更是乡村文化的数字化展演者和传播者,为推动乡村内源转化发展、促进乡村全面振兴带来了新的可能性和发展动力。

1. 数字技能提升

数字赋权新农人首先表现为数字技能的提升。进入数字时代,智能手机应用、电商平台操作、数据分析工具等数字技术蓬勃发展,新农人通过学习和掌握这些数字技术,能够更便捷地获取、处理和利用信息,不断提高自身数字技能和数字素养。借助互联网,新农人能够迅速获悉现代农业技术和数字化生产管理,深入理解现代农业的最新知识,增强自身专业技能,并在技能的实际运用中提高生产效率和产品质量。在数字新媒体背景下,短视频直播平台、推荐算法等技术手段提升了新农人的数字化生产能力,使其能够更好地适应数字经济时代的新变化。具体而言,

新农人通过数字化内容生产,让手机成为“新农具”、让直播和短视频拍摄成为“新农活”,实现了从传统农业生产向数字内容生产的转变。而在空间层面,短视频直播等使得新农人可以直接面向全国甚至全球观众而不再局限于本地的乡土社会,打开了其连接大市场的新空间,为实现个体的跨越式发展奠定了重要基础,新农人的自主决策能力、适应市场变化和创新发展的能力在这一过程中也不断得到强化。

作为数字赋权新农人最直接的体现,数字技能提升是新农人成为乡村与现代大市场重要连接中介的起点和基础。数字素养和知识技能的提升,让新农人能够更便捷地获取市场信息和农业技术资讯,优化生产决策,从而更好地满足大市场的需求。同时,新农人还可将所学的数字技能传授给其他农民个体,帮助其提升数字素养和技术水平。可以说,数字技能的提升使新农人和农民个体具备了参与数字经济的能力,是获得其他赋权的重要前提。

2. 经济收入增长

数字赋权新农人进一步体现为经济收入增长的实现。随着数字技能的提升,新农人获得了在传统乡村社会结构中所没有的数字流量助力,这种助力带来了个体的经济收益,推动新农人从被动接收大市场信息的“被动者”转变为积极争取大市场机遇的“主动者”。数字平台能够将静态的数据变成动态的流量^[17],作为数字经济中的核心资源,流量具有去中心化、即时性、互动性等特征,为新农人实现个体增收提供了重要支撑。新农人通过短视频积累粉丝和关注度,可将流量转化为经济收益。沈丹便是经济收入增长的新农人典型代表,2019年其拍摄的一条蘑菇绽放的短视频获得了流量暴增,并逐渐在全网积累起庞大流量基础,进而将这种虚拟的社会资本转化为经济资本。通过短视频带货等流量变现方式,沈丹获得了可观的经济收益^①,不仅使她从开陶瓷厂亏本负债的境况中脱离出来,而且还创立了自己的农业公司^②和自有茶叶品牌。与沈丹不同,彭传明从不参与直播和短视频带货,但其作为短视频博主,如果视频内容流量持续向好,同样能够通过参与类似抖音“中视频计划”等方式,从平台获得经

济收益。

收入增长是数字赋权新农人的直接成果,也是推动农民个体寻求数字赋权的动力。在流量助力下,新农人能够直接将农产品销售给消费者,不仅突破了地域限制、减少了中间环节,还提高了新农人的产品定价权,使其能获得更高的经济收益。此外,新农人的成功经验还能对其他农民个体树立榜样,鼓励他们积极参与数字营销,实现增收,这不仅激发了农民个体参与数字化转型的积极性,也为其他赋权维度提供了物质支持。

3. 合作能力锻造

在数字赋权下,新农人还在社群互动过程中显著提升了合作能力。流动性(资本流动、信息流动、技术流动、组织性互动的流动以及影响、声音和象征的流动等)^[18]是网络社会的核心结构特征,借助信息的流动性,依托积累的网络社会资本,新农人逐步构建起了广泛的线上与线下社群网络。在这一过程中,新农人进一步锻炼和提升了自身的合作能力,由技能习得者、经济获益者进一步成长为联结社会互动的重要枢纽。作为信息流动的积极参与者,新农人促进了乡村与外界的信息流动:一方面,新农人通过积极建立线上社群网络,利用社交媒体(如粉丝群、微博、小红书等)、直播和短视频等方式吸引了消费者的注意力,通过展示农产品的生产过程和乡村特色,建立频繁的线上交往,强化消费者的信任,提升了农产品的品牌价值和市场竞争力。另一方面,新农人通过组织线下活动、开设技术培训、推动成立合作社、构建线下社群网络,促进了农民个体之间的经验交流和资源整合,增强了其合作意识和乡村社区的整体竞争力。如,徐艳通过短视频和直播带货,打通了抖店、微信商城、鲜丰汇等线上平台,并在统筹周边社区农产品生产销售情况基础上,在短时间内迅速解决了海陵多个蔬菜基地

① 仅2022年,沈丹经营的农产品品牌全年总销售额就超过7000万元,带动了家乡产业发展和村民集体增收。

② 目前,沈丹注册了武夷山市乡愁文化传播有限公司(法人)、武夷山市乡愁沈丹食品有限公司(最大持股人)和福建乡味食品有限责任公司(法人),根据“乡愁沈丹”和“丹心可鉴”两个品牌建立店铺,入驻了抖音、快手、淘宝、京东等电商平台,分别主营各农副产品和茶叶。

农产品滞销的问题。

合作能力提升是新农人数字赋权的扩展,新农人通过建立广泛的社群网络,促进了农民个体和外界的信息流动,强化了农民个体之间、乡村社区内部的资源共享,深化了不同主体的合作意识与竞争意识,也为后续乡村文化的传播奠定了广泛的线上受众基础。

4. 传播意识增强

通过数字赋权,新农人关于乡村文化的传播意识与自觉也在不断增强。曼纽尔·卡斯特指出,数字时代的网络社会是一种由生产、权力与经验交织而成的虚拟文化网络^{[18]505}。短视频的普及进一步加速了这种新文化形态的生成与扩展。数字赋权新农人在文化层面的深化,使其在乡村文化的数字化传播中扮演着越来越重要的角色。

在数字新媒体平台的支撑下,新农人实现了乡村文化的复兴和数字化传播。现代城市的迅速扩张使得传统乡村社会结构被打破,乡土文化生态发生深刻变化。在这一背景下,新农人利用短视频和直播平台等,以视觉展演和文化叙事的符号生产将乡村生活的自然之美和传统技艺呈现在大众面前,搭建起城乡文化交流的新桥梁。如,彭传明在短视频中,通过清晰的鸟鸣、昆虫嗡响、青翠山峦与碧绿水面,细腻展现了乡村生活的自然之美;他还凭借巧手和智慧,依循古法重现东方古老的传统工艺,让观众仿佛回到千年前的市井,唤起了观众的文化认同。沈丹则在短视频中多次呈现武夷岩茶的制作过程,从茶叶采摘、萎凋、摇青、烘焙到包装,每个环节都被细致记录,赋予了武夷岩茶新的美学价值和文化意蕴。可见,文化传播是新农人数字赋权的深化体现。新农人通过数字媒介传播乡村文化,不仅实现了文化价值的传承与提升,丰富了乡土社会和农副产品的文化内涵,还增强了乡村农副产品在市场中的吸引力,这

种文化传播意识的增强,使新农人在推动乡村文化复兴和促进经济发展的过程中发挥了更加积极的作用,为全面推进乡村振兴注入了新的活力。

综上,数字赋权新农人能力提升的整合路径展现为:从数字技能提升、经济收入增长、合作能力锻造到传播意识增强。首先,数字技能提升是新农人获得经济获益、开展社群合作和文化传播的重要前提。其次,经济收入的增长是动力,为新农人的社群合作和文化传播提供了物质与资源支持。再次,合作能力的锻造是纽带,线上线下社群网络的建立进一步强化了新农人的数字技能,扩大了其社会资本,支持其经济活动的持续发展,并为文化传播提供受众基础。最后,文化传播意识的增强是深化,不仅能够进一步提升新农人的影响力,促进文化认同和社区凝聚力,更为打响面向大市场的乡村品牌赋予了深刻意义。从技术扩散、经济激活、社会联结到符号生产,这 4 个环节相互支撑,共同构成了数字赋权新农人的实践效应。在数字赋权的实践过程中,新农人也逐渐由单纯的技能习得者和经济获益者向互动联结者和文化传播者转变,这使得他们成为联结乡村与现代大市场的重要中介力量(表 2)。

五、乡村内源转化发展的重要渠道:数字赋权新农人

数字经济在创造更多市场机遇的同时,也带来了诸多不确定性和市场风险,在这一背景下,乡村内源转化发展面临更大挑战,尤其是随着数字平台和电商经济的迅速崛起,若农民个体未能提升自身的数字技能并增强自主性、乡村产业未充分发展农副产品生产的组织化水平,不仅难以掌握大市场的动态变化、无法有效匹配市场需求,还将面临无法有效应对市场风险的困境。通过数字赋权,新农人不仅实现了

表 2 数字赋权新农人能力提升的具体展现

赋权维度	赋权特征	个体属性	行动属性
数字技能提升	基础	技能习得者	数字素养与专业技能提升、积极参与数字经济、传授数字技术给农民个体
经济收入增长	动力	经济获益者	个体收入增长、带动集体致富、激发农民个体数字化转型的积极性
合作能力提升	纽带	互动联结者	线上线下社群网络建构、乡村与外界信息流动、社区协同发展
传播意识增强	深化	文化传播者	乡村文化的数字化展演和平台传播、乡村品牌建构、深化消费者乡土文化认同

数字技能的提升、经济收入的增长、合作能力的锻造、传播意识的增强,还将其切实运用于自身的数字赋权实践,为更好满足乡村内源转化发展的多维需求(如强化抗风险能力、重构经济关系、复兴乡土文化资源等)提供了重要条件。因此,探索数字赋权新农人的具体实践效应,分析其促进乡村全面振兴的内在机理尤其必要(图2)。

1. 加强数字培育,提升乡村内生力量潜能

在数字经济时代,数字技能缺乏使农民个体无法充分发挥自身潜能,因此,农民个体数字技能的提升与自主性的增强是强化乡村内生发展潜能的关键因素。传统的乡村社会秩序往往受到亲缘、地缘等关系的影响,这些关系决定了资源和权力的分配,使得乡村社会内部的人际关系呈现明显的层次性和亲疏远近等特征。在这种差序格局下,以家庭为基本经营单位的农民个体通常缺乏足够的话语权,其与外部市场的对接主要依赖集市销售等点对点的交易形式,这种局限性的市场范围使得农民个体难以接触到更广泛、更具潜力的大市场需求。尽管短视频等新媒体的兴起在一定程度上打破了这一封闭局面、拓展了信息传播的渠道,但大多数农民个体仍然将这些数字工具视为娱乐和消遣,未能有效将其与农业生产和销售环节进行结合。这种局限使得农民个体难以将数字技术赋能转化为超越个人娱乐需求和家庭经营的生产力提升,从而无法有效提高农业生产的组织化水平,难以在竞争激烈的市场中获得更好的发展机会。

与此同时,当前中国农村交易秩序的社会基础仍深受熟人社会结构的影响^[19]。在这种

社会结构中,信用不仅依赖于契约的约束,更依赖于对他人行为的熟悉和信任。正如“与邻为善、以邻为伴”^[20]所呈现的,乡村社会中的人际交往模式往往围绕熟悉的社交圈展开,邻里关系尤为重要,这意味着农民个体更倾向于与熟悉和信任的个体合作,外来力量的介入和参与通常可能会遭遇一定程度的排斥。因此,新农人作为熟练掌握数字技能、了解大市场运作机制,并通过数字赋权实现了较高经济收益的返乡人员,自然成了乡村社会中重要的中介力量。新农人往往在乡村社会中具备一定的家庭地位和威望,是能帮助农民个体提升数字素养和专业技能、带动农副产品销售、激发农民个体这一主要乡村内生力量潜能的重要人选。

沈丹作为武夷山市洋庄乡坑口村的本地人,与同村人天然具有深厚的地缘和血缘关系,这使得她更加容易得到村民的信任。正因如此,沈丹没有接受外部资本的“橄榄枝”,而是自己创立公司帮助农民个体售卖农副产品,带动集体致富,激发农民个体参与数字经济的自主性和积极性。徐艳则依托香草湾直播基地,定期组织公益电商培训课程和创业指导,向附近种植农产品的村民现场分享和传授直播经验。在她的影响下,越来越多香草湾直播基地的网络主播走进助农圈,变身新农人。她还积极向留守妇女分享成功经验,有效促进了新业态女性主播数字素养的提升。

2. 重塑经济关系,促进乡村产业化转型

《关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见》指

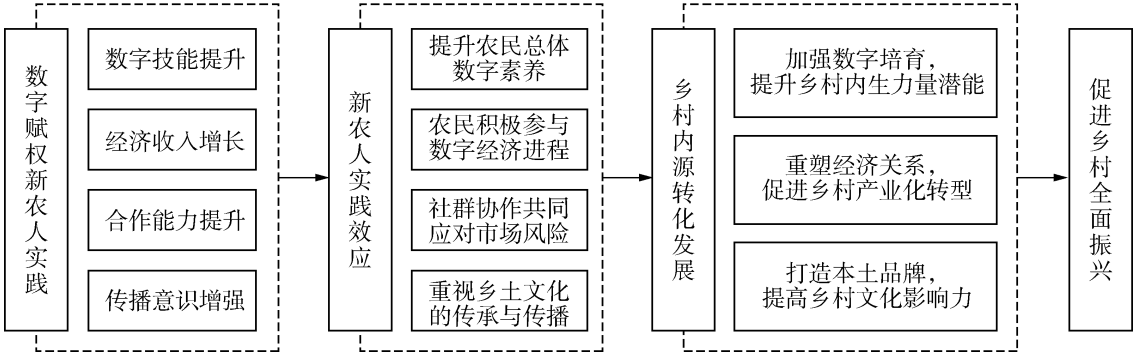


图2 数字赋权新农人驱动乡村全面振兴的内在机理

出,要把农业建成现代化大产业^[21]。当前,我国拥有14亿多人口和全球最大的高速铁路网,形成了巨大的规模市场,同时数字经济时代的乡村经济关系已经发生显著变化,重塑乡村经济关系成了实现农业升级转型和对接大市场的关键。在此背景下,新农人作为数字赋权的主要载体,通过充分利用数字平台和技术,重构了乡村经济关系网络,是加速农民个体与大市场有效对接并推动分散经营的农业生产向规模化、产业化、市场化转型的有生力量。

建构新的社群网络是重塑乡村经济关系的必要前提。平台作为数字化的基础设施,不仅使多个群体能够进行互动交流^[13],还整合了庞大的数据资源,为乡村社群网络的数字化转型提供了基本场域。依托数字平台,借助个体流量,新农人拓展了线上社群网络、深入把握消费市场的需求和动态。同时,线上社群的建立又反过来推动了线下社群关系的变革,促进了农民个体之间的信息、技术和市场资源共享。此外,合作社、农业协会等联盟所发挥出的集体智能力量也使农民个体能够更好地对抗市场风险。通过变革乡村经济关系,构建一条整合线上线下资源、囊括从生产到售后“一条龙”服务的产业链为乡村农业的产业化发展奠定了重要基础。

沈丹将短视频和直播带货与当地茶产业和农副食品产业相结合,使生产、宣传、销售与消费等环节通过各大电商平台串联起来,成了线上三农领域主播中的一名关键意见领袖。线下,她则积极推动当地合作社成立,将数字化互动模式引入乡村社群网络,为当地农副食品的生产和销售注入新动力,使其能够更快速、更直接和更有效地对接消费市场。徐艳则通过自学薰衣草种植技术、项目管理模式、媒介宣传方式等各方面知识,主动对接社区、农民,并在海陵区的支持下构建“新农人联盟”,孵化直播达人、不断丰富完善花卉人才队伍,推动人才链与花卉产业链深度融合。目前,徐艳所在的麒麟社区以现代农业为主,建有海陵区农业示范园、梅兰春酒厂(非物质文化遗产)、泰州香草湾主题庄园等,不断推动全产业链发展,以适应接待全国乃至全世界的消费者和游客。

3. 打造本土品牌,提高乡村文化影响力

项飙曾指出,特定共同体中的物质生产和人的生产由同样的方式组织起来^[22]。村庄作为乡村地区的基本组成单位,是农村社会和经济发展的的重要组成部分,中国万千村庄,每一个村庄都有自己独特的风俗民情、饮食习惯、道德观念和文化遗产。文化作为信任的熔炉,是一个经济体健康与否的关键^[23]。因此,要切实推动乡村全面振兴战略的实施,不能只着眼于经济生活体系的重构,还需深入文化层面。作为联结乡村文化与新媒体用户的重要桥梁,新农人通过视频剪辑、剧本设计、情景再现等方式进行数字内容生产,能够更好地传播乡村文化、提升乡村文化影响力:

一是积极参与文旅开发,通过数字平台推广乡村旅游资源,吸引城市游客深入体验乡村生活。徐艳通过从事农业文化旅游项目的投资开发、运营管理工作,将200亩紫海蓝天变成了网红打卡地,带动了麒麟社区的全方位发展,提高了乡村知名度。据统计,香草湾园区目前的年平均接待游客量已达到30万人。这种结合乡村本土特色与数字平台来开发本地文旅潜能的实践路径,为乡土社会的文化再造开辟了新的空间。

二是致力于文化品牌打造,创建具有竞争力的本土品牌。沈丹注册了武夷山市乡愁文化传播有限公司,创建了“乡愁沈丹”和“丹心可鉴”两个自有品牌,她结合武夷山的茶文化特色,以短视频的方式积极宣传武夷岩茶,包括其生产环节、奇闻趣事、工艺传承等,赋予了武夷岩茶以美学价值和文化意蕴,拓展了武夷岩茶的市场。徐艳带领团队推出“麒麟吉乡,瓜果飘香”品牌,打造本区域品牌,极大提升了海陵区域城西街道麒麟社区农产品的社会知名度。

三是注重传统工艺的复兴,通过展示和传承传统手工技艺,赋予农产品以文化内涵。彭传明以抖音、快手和B站等数字平台为主要阵地,不仅复刻古人工艺做花露水、火折子等生活用品,还还原古代化妆品、古法制墨等具有中国特色的“东方妆容文化”和“东方非物质文化遗产”,这种文化传播的数字化实践吸引了大量关注者,增强了观众对传统文化的认知和兴趣。尽管他

没有从事产品售卖、未签约任何 MCN 公司,也没有直接促进农民个体与大市场在经济交易层面的对接,但其通过传统工艺和文化内涵为农产品赋予了独特的卖点,增加了产品的附加值,提高了消费者对乡村产品的认知度和信任度,这亦大大有助于传统工艺品打开更广阔的市场空间,对于乡村文旅产业的发展具有重要促进作用。

六、结 语

本研究揭示了数字赋权新农人具体实践在促进乡村全面振兴进程中的重要作用,展现出数字赋权新农人路径的独特可行性。通过分析数字赋权新农人在数字技能、经济收入、合作能力和传播意识等层面的具体表现发现,作为关键纽带,新农人有效推动了乡村内生力量的转型和发展,探索出了数字赋权在乡村数字化转型中的内源转化实践模式:首先,以数字技能为基础,新农人通过提升个体的数字素养和技能,为其参与数字经济奠定了必要条件。其次,新农人经济收入的增加激发了农民个体对接大市场的积极性,推动了乡村原有经济关系的变革,加速了乡村品牌建设和农业产业化转型。再次,新农人通过较强的合作能力构建起线上线下社群网络,促进了信息共享和资源协同,也促进了农民个体的合作意识和市场竞争力的提升。最后,新农人传播意识的增强深化了上述过程,即借助数字媒介,新农人积极传播乡村文化、打造本土品牌,不仅提升了乡村文化的影响力,还增加了农产品的附加值,为乡村文化与农产品的市场开拓了更广阔的空间。

当然,受制于资源投入、个体能力、地区差异及数字赋权广度与深度的不同,数字赋权新农人具体实践在系统驱动乡村全面振兴的机制上尚不十分成熟,仍有进一步提升完善的空间,或可从以下方面进行优化:

第一,优化新农人数字技能的质量和引领力。大部分新农人依赖自学掌握数字技能,缺乏系统的培训和支持,这限制了其作为数字赋权引领者的潜力。为此,政府和相关机构应提供专门的培训项目,提升新农人在数字工具使用、内容创作、数字互动、数字营销等方面的能

力,使其能更高效地带动农民个体融入数字经济。社区可推动建立技能共享平台,鼓励具有较强数字技能的新农人帮助其他成员,促进资源共享,形成新农人之间的互助网络,逐步提升整体数字赋权水平,使他们在引领数字赋权实践、推广数字技术、扩大市场渠道等方面发挥更强的作用。

第二,系统培育与分层指导并举,全面提升农民个体数字技能。农民个体的数字素养参差不齐,影响了其通过数字赋权与大市场有效对接的能力。为此,可在系统性培育农民个体数字技能的基础上,根据不同基础和需求,分层次开展数字技能培训,以提升培训的精准性和有效性。如,针对数字素养薄弱的农民个体,重点开展智能设备操作的基础培训,包括智能手机和其他基础设备的使用;面向已有基础的农民个体,开展电商平台操作培训,包括如何创建店铺、管理订单、处理售后、数据分析等,提升其独立开展线上经营的能力;对于有一定平台操作经验的农民个体,提供进阶的网络营销培训,如社交媒体运营、内容创作、流量变现、品牌打造等,提高其市场竞争力。

第三,完善政策支持与协同机制,深化数字赋权程度。目前,乡村发展中的政策支持和协同机制尚不完善,一定程度上限制了数字赋权的广度和深度,为此应制定有针对性的政策措施,提供资金、技术和市场方面的支持;建立政府、企业、新农人和农民个体之间的协同机制,促进资源共享和优势互补。如,农村专业合作社或乡村可自发组织,协调新农人共同参与项目,从而增强集体力量,形成集体智慧,提升抗风险和抗打击能力,有效抵御外来资本的冲击。政府还可通过政策引导和机制创新,激发新农人和农民个体的积极性,促进数字赋权实践的规范化和规模化,以提高对接大市场的效率和效果。

参考文献:

- [1] 中共中央 国务院关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见[N]. 人民日报, 2025-02-24(1).
- [2] 李祖佩. 论农村项目化公共品供给的组织困境及

其逻辑——基于某新农村建设示范村经验的实证分析[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2012, 12(3): 8-16.

[3] RAY C. Culture, intellectual property and territorial rural development [J]. Sociologia Ruralis, 1998, 38(1): 3-20.

[4] 中国青年报. 85. 2%受访青年看好“新农人”兴农大展拳脚[EB/OL]. (2024-09-19) [2025-02-25]. https://news. cyol. com/gb/articles/2024-09/19/content_Lg4NQnhG7V. html.

[5] FREIRE P. Pedagogy of the oppressed [M]. New York: Continuum, 1970: 10-12.

[6] 岳晓文旭, 王晓飞, 韩旭东, 等. 赋权实践如何促进乡村新内源发展——基于赋权理论的多案例分析[J]. 中国农村经济, 2022(5): 36-54.

[7] 杨磊, 徐双敏. 中坚农民支撑的乡村振兴: 缘起、功能与路径选择[J]. 改革, 2018(10): 60-70.

[8] 雷搏, 陈树文. 加快数字乡村建设赋能乡村振兴 [J]. 农业经济, 2023(9): 76-77.

[9] 丁生忠. 内外资源聚合转换驱动乡村振兴战略的理论与实践[J]. 理论学刊, 2019(5): 141-150.

[10] 芮国强, 胡雯. 从“数字嵌入”到“数字包容”: 乡村治理数字化转型的进路反思[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版), 2023, 54(5): 93-103.

[11] 胡雅淇, 林海. “互联网+”赋能小农户对接大市场的作用机制及效果[J]. 现代经济探讨, 2020(12): 110-117.

[12] 吴菲. 返乡创业青年女性的短视频赋权与性别角色协商[J]. 中国青年研究, 2023(8): 96-103.

[13] 赵月枝, 沙垚. 被争议的与被遮蔽的: 重新发现乡村振兴的主体[J]. 江淮论坛, 2018(6): 34-40.

[14] 国家统计局. 中华人民共和国 2024 年国民经济和社会发展统计公报 [EB/OL]. (2025-02-28) [2025-03-02]. https://www. gov. cn/lianbo/bumen/202502/content_7008605. html.

[15] 光明网. “三农”短视频赋能乡村文化高质量传播 [EB/OL]. (2024-05-09) [2025-02-25]. https://topics. gmw. cn/2024-05/09/content_37312882. html.

[16] 农业农村部. “十四五”全国农业农村信息化发展规划 [EB/OL]. (2022-03-09) [2025-03-02]. https://www. moa. gov. cn/nybgh/2022/202204/202206/t20220607_6401745. html.

[17] 蓝江. 数据-流量、平台与数字生态——当代平台资本主义的政治经济学批判[J]. 国外理论动态, 2022(1): 106-115.

[18] 曼纽尔·卡斯特. 网络社会的崛起[M]. 夏铸九, 王志弘, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2001.

[19] 刘少杰. 中国市场交易秩序的社会基础——兼评中国社会是陌生社会还是熟悉社会[J]. 社会学评论, 2014, 2(2): 28-34.

[20] 任路. 邻睦、邻治与邻里共同体的构建[J]. 理论学刊, 2024(4): 103-111.

[21] 中国政府网. 中共中央 国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见 [EB/OL]. (2024-01-01) [2025-02-25]. https://www. gov. cn/gongbao/2024/issue_11186/202402/content_6934551. html.

[22] 项飙. 跨越边界的社区: 北京“浙江村”的生活史 [M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2018: viii.

[23] 弗朗西斯·福山. 信任: 社会美德与创造经济繁荣 [M]. 郭华, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2016: 35.

Practical Pathways and Internal Mechanisms of Digitally Empowered New Farmers Driving Rural Revitalization /HUANG Meidi (School of Marxism, Xiamen University)

Abstracts: Traditional paths for rural revitalization have long depended on two external sources—administrative empowerment and urban capital infusion, leading to both low efficiency in resource allocation and a lack of agency of subjects, thus creating a structural dilemma. The rise of the digital economy provides a new paradigm to break through traditional path dependencies. New farmers, who possess dual attributes as “technological enablers” and “endogenous drivers”, have emerged as key actors in reconstructing the endogenous development momentum of rural areas. This paper constructs a four-dimensional progressive analysis framework—digital skills, economic income, cooperative ability, and dissemination consciousness—to reveal the internal logic of how digitally empowered new farmers drive rural revitalization. The findings indicate that new farmers promote rural endogenous development and transformation in three dimensions: Subject capability. Farmers shift from passive recipients of technologies to active producers of digital content, activating the potential of rural endogenous forces. Economic structure. Traditional dispersed operations evolve into cooperative networks based on digital platforms, reorganizing rural economic relationships. Cultural value. Agricultural products are revalued through symbolic storytelling, transitioning from functional commodities to cultural mediators. This coordinated mechanism of “technological diffusion - economic activation - social connection - and symbolic production” offers important practical insights for rural industrial upgrading, governance optimization, and cultural revitalization. This paper further proposes that rural revitalization policies should recognize the strategic role of new farmers as “endogenous forces” and “transformation pivots”. Through measures such as cultivating digital literacy, optimizing digital infrastructure, and innovating interest-sharing mechanisms, we can release positive effects of new farmers on comprehensive rural revitalization.

Key words: comprehensive rural revitalization; digital economy; digital empowerment; new farmers; endogenous development