

新乡贤助力农村电商发展的路径探析

刘彦丽

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年2月24日; 录用日期: 2025年3月10日; 发布日期: 2025年4月9日

摘要

近年来, 随着数字化浪潮的席卷, 农村电商突起并日益呈现出更加强劲的发展态势。然而, 农村电商在蓬勃发展的同时, 也面临着电商基础设施薄弱、农民电商意识淡薄和专业电商人才短缺等现实困境, 这在一定程度上限制了其高质量发展的进程。在新时代背景下, 新乡贤群体的崛起为破解农村电商发展困境提供了新思路与可能性。新乡贤作为兼具乡土情怀与现代视野的先行者, 通过拓宽融资渠道、发挥示范作用、完善培育体系等多方面的赋能促进了农村电商生态系统的迭代升级。

关键词

新乡贤, 农村电商, 现实困境, 优化路径

An Analysis of the Pathways through Which the New Rural Elite Facilitate the Development of Rural E-Commerce

Yanli Liu

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

Received: Feb. 24th, 2025; accepted: Mar. 10th, 2025; published: Apr. 9th, 2025

Abstract

In recent years, with the sweeping wave of digitalization, rural e-commerce has emerged and increasingly demonstrated a more robust development momentum. However, while rural e-commerce is flourishing, it also faces practical challenges such as weak e-commerce infrastructure, limited awareness of e-commerce among farmers, and a shortage of professional e-commerce talent, which to some extent restricts the progress of its high-quality development. In the context of the new era, the rise of the new rural elite group provides new ideas and possibilities for addressing

the development dilemmas of rural e-commerce. As pioneers who possess both a local sentiment and a modern vision, the new rural elite promote the iterative upgrading of the rural e-commerce ecosystem through various means such as broadening financing channels, leveraging their exemplary role, and improving the cultivation system.

Keywords

New Rural Elite, Rural E-Commerce, Realistic Dilemmas, Optimization Pathways

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

随着互联网技术的不断迭代升级，“互联网 + 农业”逐渐成为推动农村经济发展的新引擎，农村电子商务正日益成为转变农业发展方式、实现农村富裕的重要途径。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[1]。然而，在推进农村电商快速发展的过程中，仍存在一些现实困境，这些难题制约着其进一步的发展与壮大，特别是乡村人才短缺问题摆在了更加突出的位置。

2023 年，农业农村部等九部门联合印发《关于修订“我的家乡我建设”活动实施方案的通知》中指出，引导品行好、有能力、有声望、热衷家乡建设事业的专业人才、经济能手、文化名人等能人，回乡参与建设[2]。新时代的乡贤能人群体作为乡村人才队伍的重要组成部分，凭借其专业知识技能或资源优势，为乡村振兴注入了内生动力。在推进乡村振兴战略与农村电商高质量发展的双重背景下，新乡贤群体作为脱胎于乡土社会的新兴力量，为破解农村电商发展困境提供了强劲的人才支撑。

鉴于此，本文旨在剖析新时期农村电商发展面临的诸多困境，通过挖掘新乡贤这一新兴群体的内涵特征，并进一步探索其助推农村电商高质量发展的有效路径，以期充分释放新乡贤群体在推动农村电商发展中的巨大人才潜力。

2. 新乡贤的内涵特征

“古之生于斯之有功德于民者也，是之谓乡贤”，“乡贤”一词最早可追溯至东汉时期，其意指那些为当地作出重大贡献、品德才学为乡人所推崇敬重的贤达之士。在中国传统社会中，乡贤群体在古代乡村社会建设中承担着不可替代的重要职能。随着时代的演进，乡贤的价值意蕴亦随之不断丰富发展，被赋予了新的时代内涵，催生出新乡贤这一新兴群体。目前，学界围绕新乡贤内涵的研究已从多维度切入，并取得了较为丰硕的成果，但就其内涵特征尚未达成统一的共识。基于以往学者们的研究成果，笔者认为新乡贤的内涵特征可以从以下几个方面进行理解：

2.1. 报效桑梓、反哺乡里的乡土情怀

费孝通先生在《乡土中国》中指出，中国社会是乡土性的[3]。乡土社会是由熟人构成的社会群体，人们长期定居在一个固定的地域，生于斯、长于斯、死于斯，彼此之间建立了紧密的社会关系网络。基于这种亲缘、地缘、血缘等社会关系，中国人自发孕育出一种深沉的情感，即乡土情怀。这种对家乡深厚的情感认同与眷恋，可以说是中国人所特有的一种情感特质。

在城市化与现代化浪潮的席卷下，尽管传统乡村秩序受到一定冲击，但并未从根本上动摇中国人根

深蒂固的乡土情感。那些生于农村、长于农村的新乡贤们，其伦理观念、宗族意识以及血缘亲缘关系早已深入人心，乡愁依然是每个游子内心最为深刻持久的记忆。他们或是经商致富，或是外出求学，或是步入仕途，骨子里存续的浓厚乡土情怀驱使他们在功成名就后回馈乡里，发挥自身在政治经济、文化、社会等方面的优势来报效桑梓。

2.2. 视野开阔、能力突出的个人素养

学者刘玉堂提出，“新乡贤是新时代下具备较高道德认知水平，能够运用新知识、新技能实现农村新发展的新群体”[4]。可见，相较于传统农民，新乡贤群体具有城市文明浸润下的开阔视野。他们大多接受过良好的教育，或在外求学、工作或自主创业，对电子商务、现代科技以及市场经济等领域有着更为深刻的理解，能够通过互联网、社交网络等渠道迅速捕捉政策导向以及行业动态，为乡村发展提供前瞻性的思路。

此外，新乡贤所展现的优秀个人素养还彰显在资源整合能力、实践创新能力与组织动员能力等诸多方面。首先，新乡贤擅长调动多方资源，如协调政府政策支持、吸引企业投资、连接科研机构技术合作等。其次，他们勇于尝试新事物，善于运用创新思维挖掘乡村的潜在资源，推动“农业 + 电商”“文化 + 产业”等跨界融合，促进乡村经济的发展。最后，他们既熟稔乡村社会交往原则又掌握现代化管理方法，加之自身公信力，能够有效地组织村民参与公共事务。

2.3. 热心公益、建设乡村的奉献精神

传统乡贤与“乡绅”“乡耆”“绅士”等称谓相近，他们主要包括致仕还乡的官员、科举及第未仕或落第士子等。张仲礼在其著作《中国绅士研究》中指出，地方绅士在基层社会中承担着教化、水利建设、赈济贫弱等多重职责，是维护乡村发展秩序的关键力量。崇德向善构成了传统乡贤的核心特质。而新乡贤作为传统乡贤精神的继承者与发扬者，不仅承袭了这一尊称，更继承了传统乡贤的优秀品质。

在新时代背景下，新乡贤传承着邻里团结、守望相助的乡村传统文化精髓，致力于乡村振兴的伟大事业中。一方面，他们通过捐赠物资、资助教育、扶贫济困等方式，积极参与乡村的公益活动，帮助弱势群体改善生活条件，提升生活质量。另一方面，无论是助力乡村经济发展，还是推动乡村文化繁荣，亦或是参与乡村社会治理，新乡贤都用实际行动为乡村建设注入了新的活力与动力。质言之，奉献精神构成了新乡贤的精神核心。

3. 我国农村电商发展的现实困境

在数字化浪潮的席卷下，农村电子商务突起并日益呈现出蓬勃的发展态势。然而，在把握诸多发展机遇的同时，农村电商亦遭遇若干现实困境，这在一定程度上限制了其高质量发展的进程。

3.1. 电商基础设施薄弱，抑制农民消费意愿

电商基础设施是推动电商高质量发展的先决条件与坚实基础。现阶段我国多数农村地区的电商基础设施尚显落后且不完善，这在一定程度上抑制了农民的消费意愿，对农村电子商务的持续稳定发展构成了较大的影响。具体而言，农村电商基础设施落后主要体现在以下几个方面：

第一，网络覆盖不完善。尽管电信普遍服务和“宽带边疆”等相关行动正在有序推进，但农村地区网络信号不稳定、传输速度缓慢等问题依然显著。农民获取信息、进行线上交易存在困难，限制了农户参与电商的意愿。第二，物流体系不健全。由于大多数农村地区地理位置偏远，特别是贵州山区地形复杂，交通条件不便利，物流成本高，难以实现快递直达，这导致农产品上行和工业品下行受阻，严重制约了农村电商的流通效率。第三，电商服务站点建设不足。农村地区电商服务站点数量少、功能不齐全，

难以提供产品展示、代购代销、物流配送等一站式服务，农民参与电商的便利性有待提高。

3.2. 农民电商意识淡薄，阻碍市场规模扩展

根据第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》的数据显示我国农村网民规模达 3.13 亿人，仅占网民整体的 28.2% [5]。此外，实际参与电商经营的农户数量更是寥寥可数。有学者分析指出，从农户对电商的了解接触层面来看，有 45.3% 的农户甚至从来没有体验过网上购物[6]。这一数据表明，农民参与电商的意愿普遍偏低，农民电商意识薄弱已成为制约农村电商发展的关键瓶颈。

一方面，传统产销惯性根深蒂固。长期以来，多数农民习惯于传统“一手交钱，一手交货”的线下交易方式，对“直播带货”“社群电商”等虚拟在线交易新模式存在认知上的偏差。另一方面，信任体系认知存在错位限制了农村市场规模的扩展。由于农村的教育资源相对匮乏，导致农民的文化素质相对较低，对新鲜事物的接受程度较差。一些农民对电子商务持怀疑态度，担心网络欺诈和交易安全等问题，从而进一步阻碍了电子商务在农村地区的普及和发展。

3.3. 专业电商人才短缺，制约电商快速发展

乡村要振兴，关键靠人才。农村电商作为促进乡村振兴的新引擎，为农村经济发展注入了新活力。然而，在推动农村电商高质量发展的过程中，专业电商人才短缺已成为制约其深入发展的主要障碍。

首先，专业技能人才不足。鉴于农村地区的生活条件、薪资待遇以及发展前景相对有限，许多本地青年更倾向于前往大城市就业，导致农村地区人才流失现象严重。农村电商从业者多为传统农民，学历水平普遍较低，且缺乏系统的电商知识和技能培训，难以形成专业且强有力的运营团队。其次，复合型人才的需求难以满足。农村电商不仅需要从业者掌握互联网营销、数据分析等技术，还需要对农业产业链、农村市场特点以及农民需求等知识深入了解。这种复合型人才在农村地区尤为稀缺，导致许多电商项目难以与本地农业资源实现有效对接。最后，培育体系不完善。尽管一些地方政府已经开展了电商人才的培训工作，但培训内容往往缺乏系统性与针对性，难以满足农村电商发展的实际需求。

4. 新乡贤助推农村电商发展的有效路径

新乡贤继承了传统乡贤“达则兼济乡里”的德治基因，又融入了新时代背景下的优良特质，为破解农村电商发展困境提供了新思路与可能性。这批兼具乡土情怀与现代视野的先行者，通过拓宽融资渠道、发挥示范作用、完善培育体系等多方面的赋能促进了农村电商生态系统的迭代升级。

4.1. 拓宽融资渠道，完善电商基础设施建设

基础设施的完善程度直接影响农村电子商务的持续稳健发展。新乡贤作为乡村振兴的一股新兴力量，他们通常具备丰富的社会资源、广泛的社会网络以及深厚的乡土情怀。更重要的是，他们往往对电商技术有着较为深入地理解与认识，这使得他们在推动农村电商发展中具有独特优势。新乡贤通过拓宽融资渠道、推动地方合作等方式，在一定程度上缓解农村电商基础设施的不足。

一方面，在拓宽融资渠道方面，新乡贤凭借其广泛的社会资源和人脉关系，积极寻求外部资金的支持，为农村电商项目引入更多的投资。他们还可以通过与政府、金融机构等合作，争取政策优惠和贷款支持，降低融资成本，为农村电商的发展提供坚实的资金保障。另一方面，在推动地方合作方面。新乡贤在城乡之间扮演着桥梁和纽带的角色，他们可以利用自身的社会资源和影响力，推动地方政府、企业和农户之间的合作。通过合作，各方共建共享基础设施，如建设农村电商服务站、仓储物流园等，从而进一步完善基础设施建设。

4.2. 发挥示范引领作用，激发农民电商意识

新乡贤作为乡村振兴战略中不可或缺的重要力量，不仅拥有较高的文化素养，还具备更为开阔的视野。他们能够通过自身的示范引领作用，发挥显著的示范效应，从而有效地破除农民群体普遍存在的认识壁垒。新乡贤群体可以组织农民观摩本地特色农产品的线上销售活动，例如通过直播带货、网店运营等形式，让农民亲眼见证电商的潜力。此外，他们还可以利用实际订单数据打破“电商不可靠”的传统观念。这种“身边人的成功案例”相比于“灌输式”的理论宣传，无疑具有更强的说服力与感染力。通过这种方式，可以提升农户对电子商务的认知度和接受度，激发他们的参与意愿，更加积极地融入农村电商的发展潮流。

4.3. 强化人才储备，培育地方特色电商人才

新乡贤群体对家乡有着深厚的情感，愿意为当地发展贡献力量。在推进乡村全面振兴战略与农村电商高质量发展的双重背景下，新乡贤群体的崛起为改善农村电商人才困境提供了新的思路与潜在途径。

首先，构建“资源－情感”双驱动模式。新乡贤能够扮演桥梁角色，联合政府、企业、高校等资源，共同构建一个新乡贤数据库。通过这个数据库，可以更有效地管理和利用新乡贤的资源和影响力。此外，新乡贤可以以乡情为纽带定期举办座谈会、联谊会等活动。通过建立“新乡贤奖”，以激励措施吸引在外闯荡的电商精英返乡创业或就业，为农村电商发展注入新鲜血液。其次，构建本土特色培训体系。新乡贤群体既熟悉现代商业运作模式，又对当地村规民约有着较为深入的理解，可以将地方方言、民俗文化融入教学案例，实现电商知识的本土化转化。诸如，根据农村居民的知识水平，将电商流程与传统赶集场景类比，使专业化的电商知识更加生动易懂。只有将现代电商的逻辑与乡土认知体系相结合，才能从根本上培育出可持续的农村电商生态。

5. 结语

农村电商作为连接农产品与市场的关键纽带，在促进农村经济社会发展方面发挥着至关重要的作用。农村电子商务的崛起拓宽了农产品的销售渠道，帮助农民直接对接消费者，减少中间环节，推动了农村经济的繁荣。农村电商的普及有效提升了农村地区的信息化水平，缩小了城乡数字鸿沟，为农村现代化奠定了坚实基础。然而，在推进农村电商高质量发展的进程中，不可避免地面临着一些问题与挑战。如何破解农村电商发展困境、更好地发挥其在乡村振兴战略中的积极作用已成为当前亟需解决的重要现实问题。

新乡贤群体作为脱胎于乡土社会的新兴力量，他们凭借深厚的乡土情怀、丰富的社会资源及开阔的视野格局，为破解农村电商发展难题提供了新的思路及可能性。通过分析新乡贤群体的内涵特征，进一步探讨其在拓宽融资渠道、发挥示范作用、完善培育体系等方面助推农村电商发展的有效路径，具有一定的实践价值。

参考文献

- [1] 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[N]. 人民日报, 2024-02-04(001).
- [2] 关于修订《“我的家乡我建设”活动实施方案》的通知[EB/OL]. 2023-10-25. http://www.moa.gov.cn/govpublic/XCZXJ/202310/t20231024_6438921.htm, 2025-02-21.
- [3] 费孝通. 乡土中国·乡土重建[M]. 北京: 北京联合出版公司, 2018.
- [4] 刘玉堂, 李少多. 论新乡贤在农村公共文化服务体系建设中的功能——基于农村公共文化服务供需现状[J]. 理论月刊, 2019(4): 125-131.

-
- [5] 中国互联网络信息中心. 第 55 次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL].
<https://www.cnnic.net.cn/n4/2025/0117/c88-11229.html>, 2025-01-17.
- [6] 郭耀文, 黄建新. 农户电子商务活动参与意愿的影响因素分析[J]. 农业与技术, 2025, 45(3): 155-159.