

新质生产力赋能乡村文化振兴的价值、困境与实现路径

——基于电商经济视角

黄 晴

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月18日; 录用日期: 2025年4月3日; 发布日期: 2025年5月12日

摘 要

在数字经济与乡村振兴战略深度融合的背景下, 新质生产力与电商经济的协同效应为乡村文化振兴提供了全新动能。本文从电商经济视角, 基于创新驱动理论、文化资本理论、可持续发展理论系统探讨了新质生产力赋能乡村文化振兴的困境、路径与时代价值。研究发现, 以大数据、人工智能、区块链为代表的新质生产力, 能够通过重塑乡村文化产业链、扩大文化市场半径、激活乡村文化内生动力三大路径, 推动乡村文化资源向数字化、品牌化、市场化转型。然而, 基础设施薄弱、文化产品同质化、数字化人才不足、电商发展模式陈旧等现实问题, 仍制约着乡村文化价值的深度释放。对此, 提出“数字基建 + 文化IP + 人才培育 + 模式创新”四位一体发展框架: 通过完善乡村数字与物流网络体系, 构建差异化文化品牌矩阵; 建立政企校联动的人才培育机制, 提升农民电商运营能力; 探索“共享农庄 + 直播电商”“文化O2O”等融合业态, 打通文化认同与消费转化的闭环。

关键词

新质生产力, 乡村文化振兴, 电商经济

The Value, Dilemma and Realization Path of New Quality Productivity Empowering Rural Cultural Revitalization

—Based on an E-Commerce Economic Perspective

Qing Huang

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 18th, 2025; accepted: Apr. 3rd, 2025; published: May 12th, 2025

文章引用: 黄晴. 新质生产力赋能乡村文化振兴的价值、困境与实现路径[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 363-369.
DOI: 10.12677/ec.2025.1451282

Abstract

In the background of the deep integration of digital economy and rural revitalization strategy, the synergistic effect of new quality productivity and e-commerce economy provides a new momentum for the revitalization of rural culture. From the perspective of e-commerce economy, this paper systematically discusses the dilemma, path and era value of the revitalization of rural culture based on the theory of innovation-driven theory, the theory of cultural capital and the theory of sustainable development. The research found that the new quality productivity represented by big data, artificial intelligence and blockchain can promote the transformation of rural cultural resources to digitalization, branding and marketization by reshaping the rural cultural industry chain, expanding the radius of the cultural market and activating the endogenous driving force of rural culture. However, practical problems such as weak infrastructure, homogenization of cultural products, lack of digital talents, and outdated development mode of e-commerce still restrict the deep release of rural cultural value. In this regard, the four-in-one development framework of “digital infrastructure + cultural IP + talent cultivation + mode innovation” is proposed: improving the rural digital and logistics network system, establishing the differentiated cultural brand matrix; establishing the talent cultivation mechanism of government, enterprise and school linkage, improving the operation ability of farmers’ e-commerce; exploring the integrated business form of “shared farm + live broadcast e-commerce” and “cultural O2O”, and opening the closed loop of cultural identity and consumption transformation.

Keywords

New Quality Productivity, Revitalization of Rural Culture, E-Commerce Economy

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

乡村振兴是新时代国家战略的核心命题，乡村文化振兴作为其精神内核，承载着赓续乡土文脉、激活乡村经济的重要使命。2025 年中央一号文件明确指出“因地制宜发展农业新质生产力”。农业新质生产力的提出，既是对传统农业生产方式的深刻变革，也是对未来农业发展的前瞻性布局[1]。数字经济与实体产业的深度融合为乡村文化振兴开辟了新赛道，尤其是以大数据、人工智能、区块链为代表的新质生产力，与电商经济的创新模式相结合，正重构乡村文化资源的开发逻辑与价值转化路径。

2. 新质生产力赋能乡村文化振兴的理论基础

2.1. 创新驱动理论：技术赋能文化生产

创新驱动理论强调技术进步对生产力提升的核心作用。在乡村文化振兴中，数字技术的应用重构了文化生产与传播模式。例如，短视频平台(如抖音、快手)通过算法推荐机制，使乡村非遗技艺、民俗节庆等内容突破地域限制，形成“文化破圈”效应；区块链技术则为传统手工艺的版权保护与溯源提供了解决方案，推动文化资源向数字化资产转型。此外，人工智能辅助设计工具(如 AI 绘图、3D 建模)赋能乡村文创产品开发，实现传统符号的现代转译。技术赋能的本质在于打破城乡文化资源分配壁垒，形成“生

产 - 传播 - 消费”的全链条创新生态。

2.2. 文化资本理论：资源转化为经济资本

布迪厄(Bourdieu)的文化资本理论揭示了乡村文化资源的经济转化潜能。乡土社会中沉淀的民俗仪式、方言戏曲、传统技艺等隐性文化资本，可通过“符号化 - 商品化 - 品牌化”路径实现价值增值。典型案例包括：福建土楼将建筑智慧转化为文旅 IP，年接待游客超千万；贵州苗绣通过非遗工坊与时尚品牌联名，单件溢价率达 300%。这一转化需依托三重机制：一是政策引导下的产权确权与利益分配机制，二是电商直播等新兴渠道对文化消费市场的激活，三是“在地性”文化叙事与现代审美需求的精准对接。经济资本的反哺又能进一步强化文化认同，形成良性循环。

2.3. 可持续发展理论：生态与文化协同

可持续发展理论要求乡村文化振兴超越单一经济维度，构建“生态 - 文化 - 产业”共生系统。云南哈尼梯田的“四素同构”模式(森林 - 村寨 - 梯田 - 水系)即是典范：其稻作文化不仅维系了生物多样性，更通过“长街宴”“开秧门”等活态传承创造旅游收益。生态文化协同的关键在于：其一，提炼传统生态智慧(如风水林保护、轮耕制度)并融入现代环境治理；其二，通过“低干预开发”策略控制文化商业化强度，避免过度消费导致的符号空心化；其三，建立文化生态补偿机制，将碳汇交易收益部分反哺文化传承，实现生态保护与文化存续的双重正外部性。

3. 电商视角下乡村文化振兴的困境

3.1. 基础设施不完善

由于大多数农村地区的基础设施建设不够完善，道路运输建设不足，给农村电子商务发展造成了阻碍[2]。一方面，农村网络覆盖不均。虽然互联网基础设施在农村地区已经得到了显著改善，但仍存在网络覆盖不全、网络速度慢等问题。这些问题主要集中在偏远地区和自然村组，网络覆盖的深度和广度仍有待提升。例如，部分农村地区的网络覆盖仅能满足基本通信需求，难以支持农村电商对高速网络的依赖[3]。另一方面，农村仓储体系薄弱，难以满足乡村文化产品的存储需求。由于农村地区物流配送成本高、基础设施不完善，仓储环节的薄弱进一步影响了农产品和乡村文化产品的流通效率乡村文化产品季节性特征明显，缺乏智能仓储系统导致库存积压或断货。

3.2. 文化产品同质化严重

一方面，乡村文化产品低端模仿泛滥。许多乡村地区在开发文化产品时，盲目模仿市场上的网红爆款，忽视了本土文化的独特性和地域特色，导致产品同质化严重，缺乏辨识度。例如，“千村一面”的竹编、刺绣等传统手工艺品在电商平台大量涌现，陷入低价竞争的困境。这种现象不仅削弱了乡村文化产品的市场竞争力，也难以实现乡村文化的可持续传承。另一方面，乡村文化产品 IP 开发浅层化。当前乡村文化产品多停留在简单的文化元素堆砌，缺乏深度挖掘和创新转化，未能有效结合现代审美与市场需求。例如，部分乡村在开发文化 IP 时，未能充分提炼和整合本土文化内涵，导致 IP 形象缺乏吸引力和市场认同感。此外，乡村文化产品在开发过程中还存在产业链延伸不足、品牌化运营意识薄弱等问题，难以形成具有持续竞争力和高附加值的文化产业。

3.3. 数字化人才不足

一方面，农村居民文化程度普遍不高，缺乏对电子商务的系统性认知[4]。根据国家统计局数据显示，

我国农村劳动力中初中及以下文化程度的比例高达 87.8%，高中及中专文化程度的比例为 11.7%，而大专以上文化程度的比例仅为 0.52%。这种教育背景使得农民对电子商务的认知和接受度较低，难以掌握电商平台的运营规则、商品上架技巧、网络营销知识等。因此，农民在开展电商业务时，难以独立完成内容创作、数据分析、品牌营销等环节，依赖第三方代运营机构，利润空间被压缩。另一方面，系统性培训机制与政策支持的缺位加剧了人才断层。当前乡村数字化培训多依赖短期“运动式”项目，缺乏常态化、分层次的课程体系。很多农村电商从业者未接受过系统培训，其技能获取主要依赖“试错”经验或碎片化网络教程，效率低下且难以形成规模效应。此外，城乡数字鸿沟导致人才虹吸效应显著，具备数字技能的青壮年劳动力大量外流，留守群体难以支撑技术密集型文化业态的可持续发展。

3.4. 电商发展模式陈旧

传统农村电商模式因创新滞后，难以满足乡村振兴的多元化需求，其突出问题表现为三方面：

一方面，单向销售模式削弱文化价值。传统电商依赖静态图文展示，缺乏消费者参与和互动。例如，农产品销售仅呈现标准化信息，无法溯源生产过程或传递文化内涵，导致消费者信任度不足。另一方面，线上线下协同缺位。多数电商未能整合文化资源与商业场景。以非遗手工艺品为例，线上销售仅作为普通商品交易，未结合线下体验或文化叙事，消费者对技艺传承价值认知模糊。最后一方面，技术应用浅层化。直播、区块链等技术未被深度融入文化场景。早期电商直播多聚焦低价促销，忽视内容创作；区块链仅用于物流溯源，未拓展至版权保护或数字资产开发。技术工具化倾向导致乡村电商陷入“流量依赖”，难以构建可持续商业模式。上述三个问题形成“低附加值 - 低参与度”的恶性循环，亟需通过模式创新推动农村电商向“文化生态平台”转型。

4. 新质生产力与电商经济融合赋能乡村文化振兴的价值

4.1. 重塑乡村文化产业链

新质生产力可以突破传统产业组织局限，利用数字技术有效整合多种产业主体资源在产业链端实现扩张式与传递式增能，构建共享、创新的产业链生态系统，进而推进产业整体优化升级[5]。新质生产力与电商经济结合，为乡村文化资源的数字化提供了新的路径，重新塑造了乡村文化的产业链。具体而言，电商平台作为连接城乡的桥梁，不仅为乡村的非遗手工艺、乡土特产等文化资源提供了展示与销售的舞台，还通过先进的技术手段，如溯源认证和区块链技术，确保了产品的真实性和品质。这一创新性的应用，不仅极大地提升了文化产品的附加值和溢价能力，使农民能够从文化产品的销售中获得更多的经济收益，还促进了乡村文化产业的创新发展，推动了乡村文化的传承与繁荣。另外，电商平台上的乡村文化产品，通过精心设计的包装和营销策略，不仅展现了乡村文化的独特魅力，还激发了消费者对乡村文化的兴趣和认同感。这种情感联结的建立，不仅有助于拓宽乡村文化产品的销售渠道，提升市场竞争力，还促进了城乡文化的交流与融合，为乡村文化的传承与发展注入了新的活力。

4.2. 扩大乡村文化市场半径

农村电商打破传统农产品销售的地域限制，搭建起城乡之间便捷的贸易桥梁。电商平台打破地域限制，助力乡村文化产品“出村进城”[6]。在此基础上，直播电商、社交电商等新兴模式进一步拓展了乡村文化资源的传播与变现路径。这些创新模式巧妙地将传统节庆活动、民俗表演等丰富的文化元素转化为易于传播的内容产品，借助生动的直播展示和广泛的社交互动，成功吸引了大量城市消费者的关注与参与。通过这种方式，乡村文化不仅得以生动展现，其内在的文化价值与经济价值也实现了双重转化，为乡村文化产业的发展开辟了更为广阔的空间。此外，通过提供先进的技术支持和数据分析，电商平台

的数字化赋能也为乡村文化产品的品牌化和标准化提供了支持,进一步提升了乡村文化产业的附加值。这种模式不仅推动了乡村经济的多元化发展,也为新质生产力在乡村振兴中的应用提供了新的实践路径。例如,一些地方通过直播电商将特色农产品与乡村文化有机结合,不仅提升了农产品的市场竞争力,还促进了乡村文化的传播与保护。此外,电商平台的广泛影响力还有助于扩大乡村文化的知名度与美誉度,促进乡村文化的传承与保护。

4.3. 激活乡村文化内生动力

党的二十大报告强调,“人才是第一资源”[7]。新质生产力为乡村地区的振兴构建了人才流通的渠道,不仅为农村地区提供了新的发展机遇,也为城乡间的人才交流与协作搭建了崭新的平台[8]。这种人才流通机制的建立,有助于打破城乡二元结构,促进人才资源的优化配置,基于此,电商经济通过实施一系列“新农人”培育计划,如抖音乡村商学堂、淘宝村播计划等,有效推动了青年人才的返乡创业热潮,为乡村地区注入了新的活力与希望。这些计划不仅注重培养青年人才对乡村文化的深刻理解和传承意识,还着重提升他们的电商运营能力和数字化技能,从而形成了一支兼具“文化传承”与“电商运营”能力的复合型人才梯队。具体而言,抖音乡村商学堂通过线上线下的互动教学,为乡村青年提供了丰富的电商知识和实践机会,帮助他们掌握短视频制作、直播带货等新型营销手段,有效提升了乡村文化产品的市场影响力和竞争力。而淘宝村播计划则通过搭建直播平台,为乡村青年提供了展示乡村风貌、推广特色农产品的舞台,进一步拓宽了乡村文化产品的销售渠道,实现了文化价值与经济价值的双重转化,推动乡村文化产业的可持续发展,为乡村文化振兴注入活力。

5. 电商经济驱动乡村文化振兴的实现路径

5.1. 基建先行: 构建“数字 + 物流”双网体系

改善农村电商发展的基础条件,是推动农村经济转型升级、实现乡村振兴战略的关键一环,这需要从扩大网络覆盖和物流网络入手[9]。一方面,推动“新基建”等政策向乡村地区倾斜,是提升农村网络基础设施水平的重要举措。政府应加大资金投入,加快5G基站建设,确保农村地区能够享受到高速、稳定的移动通信服务。同时,加速农村宽带网络的建设与升级,缩小城乡之间的数字鸿沟,实现农村地区的网络全覆盖。这不仅为农民提供了更加便捷的信息获取渠道,也为农村电商的发展奠定了坚实的网络基础。在此基础上,政府还应积极推动“互联网+”行动计划在农村地区的深入实施,鼓励信息技术与农业生产经营的深度融合。另一方面,加强企业协同,优化农村物流网络,是农村电商发展的另一大关键。政府应携手京东、拼多多等大型电商平台,推动其物流网络向乡村地区下沉,设立乡村文化产品专属物流通道。这一举措不仅能够有效解决乡村地区物流配送难的问题,还能提升乡村文化产品的市场竞争力,助力乡村文化的传承与发展。同时,政府应鼓励和支持第三方物流企业在农村地区设立网点,构建覆盖城乡的物流配送网络。这些网点不仅承担商品的收发功能,还可以作为农村电商的线下体验店,为消费者提供更加直观的购物体验。通过完善物流配送体系,降低物流成本,提高配送效率,从而进一步提升农民的销售效果和收入水平。

5.2. 文化IP化: 打造差异化品牌矩阵

在数字经济赋能乡村振兴战略的背景下,农村电子商务的可持续发展亟需构建以品牌化为核心、差异化为导向的新型发展模式。一方面,深入挖掘地域文化符号,并将其与现代设计理念相结合,是打造差异化品牌矩阵的关键步骤。如将苗族银饰与现代设计结合,推出“非遗 + 潮玩”系列,这不仅能够保护和传承非物质文化遗产,还能激发年轻消费者的兴趣与购买欲望。为了实现这一目标,可以通过政府

和企业合作,为农民提供品牌注册、包装设计、营销推广等一系列服务支持,帮助农民打造属于自己的农产品品牌[10]。这不仅有助于提升农产品的附加值,还能有效增强农民的品牌意识和市场参与能力,为农村经济的长期发展奠定坚实基础。另一方面,充分利用现代信息技术手段,构建沉浸式乡村文化体验场景,是拓宽农村文化产品销售渠道、增强消费者情感联结的重要策略。通过短视频平台这一新兴媒体,精心策划并发布一系列展示农村文化产品制作过程及背后文化故事的短视频内容,让消费者在享受视觉盛宴的同时,深刻感受到农村文化产品的独特魅力与乡村文化的深厚底蕴。此外,还可以探索运用虚拟现实(VR)技术,为消费者提供身临其境的乡村文化体验,进一步增强其情感联结和购买意愿。这些创新性的营销策略不仅能够拓宽农村文化产品的销售渠道,还能提升品牌形象和知名度,为农村电子商务的可持续发展注入新的活力。

5.3. 人才培育:构建“政府+平台+高校”联动机制

农村电商的发展离不开人才的支撑,因此培养具有电商技能的专业人才是推动电商发展的重要环节。一方面,政府层面应发挥引领作用,通过设立电商专项培训基金,为有志于投身农村电商事业的创业者、从业者提供经济上的支持与保障。这一基金不仅用于补贴培训费用,降低农民参与电商学习的门槛,还应鼓励和支持培训内容的创新与升级,确保培训内容与市场需求紧密对接。同时,政府设立电商专项培训基金,联合高校开设“乡村电商运营”微专业;高校理所应当承担起人才培养的责任,积极响应国家“数商兴农”政策[11]。这一举措旨在将高等教育的资源优势与农村电商的实际需求相结合,通过系统化的课程设计与实践教学,培养既具备电商理论知识,又熟悉乡村市场特性的专业人才。另一方面,平台企业作为电商生态中的重要参与者,同样在人才培养中扮演着不可或缺的角色。政府与企业应携手合作,鼓励并支持平台企业推出“乡村创作者扶持计划”。这些计划不仅为乡村创作者提供流量倾斜,增加其作品曝光度,还应涵盖内容创作培训、变现渠道拓展、商业合作对接等一系列扶持措施。平台企业可以利用自身的技术优势与数据资源,为乡村创作者提供精准的用户画像分析、内容创作指导,以及有效的变现路径规划,帮助他们在电商领域实现个人价值的同时,也为乡村经济的多元化发展贡献力量。

5.4. 模式创新:探索“文化+产业”融合新业态

为了更好地推动农村电子商务的蓬勃发展,探索并创新农村电商的发展模式显得尤为迫切与重要。这一创新不仅关乎农村经济结构的优化升级,更是乡村振兴战略实施的关键一环。

一方面,发展“共享农庄+电商直播”这一新型模式,为农村电商注入了新的活力。该模式充分利用互联网平台的连接优势,让消费者能够跨越地域限制,通过云端认养农田的方式,直接参与到农产品的种植与管理过程中。这种参与式农业不仅增强了消费者对农产品的信任感与归属感,还通过直播形式,让消费者能够亲眼见证农产品的生长历程,感受乡村生活的真实与美好。同时,结合电商直播,邀请手工艺人现场展示传统手工艺品的制作过程,如编织、陶艺等,不仅传承了乡村文化,也深化了消费者对乡村文化的认同与喜爱。这种线上线下融合的方式,不仅丰富了消费者的购物体验,也为农产品及手工艺品打开了更广阔的市场空间。

另一方面,推动“乡村文化O2O”(Online To Offline)模式的发展,为乡村文化的传播与商业变现提供了新路径。线下,通过建设乡村文化体验馆,集中展示乡村的历史、民俗、艺术等多元文化元素,为游客提供沉浸式的文化体验。这些体验馆不仅成为乡村旅游的热门打卡地,也成为乡村文化传播的重要窗口。线上,则利用私域流量运营,如建立微信群、小程序、社交媒体账号等,精准推送乡村文化体验馆的活动信息、特色产品介绍,以及消费者的体验分享,形成口碑传播效应。通过线上线下的互动与联动,不仅提升了乡村文化体验馆的知名度和影响力,还实现了消费者的精准复购,为乡村经济的持续增长提

供了动力。

6. 结语

新质生产力与电商经济的深度融合，正以前所未有的态势为乡村文化振兴注入了强劲动力，形成了“技术赋能 + 市场对接”的双轮驱动模式。这一模式不仅促进了乡村文化的数字化传播与创新发展，还为乡村经济的转型升级开辟了新路径。首要任务是破解基础设施瓶颈，特别是要加强农村地区的网络、物流等基础设施建设，确保乡村文化产品与市场需求之间的高效对接。其次，要深耕乡村文化的独特性，挖掘并传承具有地方特色的非物质文化遗产，通过创意转化和产业升级，将乡村文化转化为具有市场竞争力的文化产品，实现文化价值与经济价值的双重提升。最后，激活人才动能是关键。通过加强农村电商人才的培养与引进，构建一支既懂文化又懂市场的复合型人才队伍，为乡村文化振兴提供坚实的人才支撑，方能实现从“输血”到“造血”的可持续振兴，让乡村文化在数字时代焕发新生机。

参考文献

- [1] 董渺. 农业新质生产力赋能乡村振兴[N]. 陕西报, 2025-02-27(007).
- [2] 范涛. 农村电子商务发展的优化路径探索[J]. 中华志愿者, 2025(2): 27-29.
- [3] 周海英, 李海莲. 农村电子商务发展对农业经济转型升级的影响[J]. 中国集体经济, 2025(6): 25-28.
- [4] 闫信旭. 乡村振兴背景下云南省农村电子商务发展现状分析[J]. 山西农经, 2025(4): 35-37.
- [5] 湛泳, 李胜楠. 新质生产力推进产业链现代化: 逻辑、机制与路径[J]. 改革, 2024(5): 54-63.
- [6] 李锋, 江灿. 新质生产力赋能乡村振兴的理论逻辑、现实困境与实践路径[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2025, 25(2): 1-12.
- [7] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[M]. 北京: 人民出版社, 2022.
- [8] 尚明宇. 新质生产力赋能乡村振兴的三重逻辑[J]. 山西农经, 2025(4): 176-178+181.
- [9] 彭卓曦. 农村电子商务助力乡村振兴的策略研究[J]. 商展经济, 2024(22): 75-78.
- [10] 丁坤, 王智慧. 数字经济赋能蒲城县乡村振兴研究[J]. 现代农业科技, 2024(16): 182-184.
- [11] 郑桂玲, 李伟春, 高杨, 等. 乡村振兴背景下农村电商供应链管理研究[J]. 现代农机, 2024(6): 63-65.