

数字减贫赋能山东农产品出口贸易

臧倩文

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年6月10日; 录用日期: 2025年6月23日; 发布日期: 2025年7月23日

摘要

山东省作为我国农业大省, 在经济全球化的背景下, 农业快速发展, 农产品出口连续多年位居全国第一。但山东省农产品出口贸易在产品结构、目的地结构等方面存在着问题。数字减贫作为全新的减贫范式, 在推动农产品出口贸易发展方面具有巨大潜力, 为此, 将数字减贫理论融入山东省农产品出口中, 旨在推动山东省农产品出口贸易快速发展, 助推山东经济发展。

关键词

数字减贫, 山东省, 农产品出口

Digital Poverty Alleviation Empowers Agricultural Product Export Trade in Shandong Province

Qianwen Zang

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

Received: Jun. 10th, 2025; accepted: Jun. 23rd, 2025; published: Jul. 23rd, 2025

Abstract

Shandong Province is a major agricultural province in China. Under the background of economic globalization, agriculture has developed rapidly, and the export of agricultural products has ranked first in the country for many years. However, there are problems in the export product structure and destination structure of Shandong Province. As a new paradigm of poverty reduction, digital poverty alleviation has great potential in promoting the development of agricultural export trade. Therefore, the theory of digital poverty alleviation is integrated into the export of agricultural products in Shandong Province to promote the rapid development of agricultural export trade in Shandong Province and boost the economic development of Shandong Province.

Keywords

Digital Poverty Alleviation, Shandong Province, Export of Agricultural Products

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

当前，国际格局正在深刻调整，全球化深入发展，中国国际地位显著提升。农产品出口作为区域经济与世界联系的重要纽带，对地方经济发展至关重要。山东作为农业大省，农产品出口增长迅速，但仍面临诸多挑战：出口产品单一、附加值低、品牌建设滞后、市场集中等问题突出。数字减贫借助数字技术，为破解这些难题、推动山东农产品出口提供了新机遇。

2. 数字减贫相关理论的具体阐释

习近平总书记在二十国集团领导人第十五次峰会会议上指出：“要发挥数字减贫作用，提升数字包容性，为中小企业、妇女、青年等弱势群体提供更多脱贫致富机会。”

如今，数字减贫的概念被广泛运用[1]。

(一) 数字减贫的概念

数字减贫作为一种全新的扶贫模式，其核心要义在于通过数字基础网络设施，充分发挥互联网、大数据等现代信息技术的优势，以数字化赋能传统的扶贫模式和扶贫工作，打破以往存在的地域和资源局限，为偏远贫困地区和特殊困难群体提供新的发展机会。

其概念框架包含三层内涵：通过光纤网络与基站建设消除数字鸿沟；运用大数据分析实现精准识别与动态监测；依托电商平台重构农产品流通体系[2]。

(二) 数字减贫的核心

数字减贫是新时代贫困治理的重要路径。它通过系统应用数字技术，革新了传统减贫模式，显著提升了减贫效果。这种创新的减贫方式依靠其独特优势，突破了地域和资源的限制，构建了技术赋能、制度创新与主体能力提升相互协作的机制[3]。

我们可以从四个紧密相关的层面，深入理解数字减贫的核心内涵。

(1) 通过技术赋能 夯实数字减贫基础

技术赋能是数字减贫的核心驱动力，为贫困地区带来根本性的改变。传统的扶贫工作以及扶贫效率受到多方面因素的影响，如资源、地域条件导致扶贫能力差，信息交流不畅导致扶贫识别精准度不高，人才缺乏导致扶贫效果可持续性差等，而把数字技术以及数字基础设施引入扶贫工作，可以极大的改变传统扶贫工作的不利条件。如可以利用数字技术提供的数据来精准定位贫困群体，准确识别贫困人口的分佈、结构及其致贫原因，以此来提高扶贫的精准度。同时，数字技术使得不同地域之间的交流更加方便、密切，不同地区的人才通过交流分享经验，互帮互助，提高扶贫的可持续性。

(2) 转化治理模式 强化制度保障

传统治理模式下，往往存在着信息不对称以及资源分配不均等问题。把数字技术应用到政府治理中，可大大提升治理效率以及精准性，贫困地区的资源得到更加公平和合理的分配。中国社会扶贫网便是一个成功的例子。该平台利用“互联网+”模式，将贫困户在看病、上学、修房等方面的需求与社会爱心资

源精准对接，成功帮扶的比例超过 70%。同时，数字平台的广泛使用，民众的参与度和便捷度也可以得到提升，也可保障民众随时了解政府的政策，增强政府的公信力，确保扶贫的公正性和透明性。

(3) 增强主体能力建设 激发内生动力

数字扶贫不仅注重对民众的物质支持，更着重提高贫困地区的整体发展能力，特别是加强贫困地区的内生动力。习近平总书记多次强调内生动力对脱贫攻坚的重要意义，他指出，要着力激发贫困群众发展生产、脱贫致富的主动性，着力培育贫困群众自力更生的意识和观念，引导广大群众依靠勤劳双手和顽强意志实现脱贫致富[4]。贵州省化屋村广泛响应这一号召，积极借助大数据发展东风，不断完善网络建设，多举措激发村民的内生动力，如今的化屋村已经成为数字乡村 5G 试点村，结合 5G 网络、人工智能、云计算、大数据等新兴信息化技术手段，切实实现了脱贫攻坚，成为主动发展的鲜活实例。

(4) 优化生态系统 筑牢可持续发展根基

数字扶贫需要技术、政策和人才的共同推动。政策是数字减贫健康发展的重要保障。为此，要夯实政策基石。目前国家发布《数字中国建设规划》等文件，为加快发展数字中国，发展数字经济提供了政策保障。同时，技术是数字减贫健康发展的重要支撑和加速引擎，创造和培育了新机遇、新途径和新模式。目前中国拥有世界上规模最大的通信网络和数量最多的网民，大数据为脱贫攻坚提供了强大助力。最后，人才是构建数字乡村新发展格局的智力保障。“扶贫先扶智”，知识就是力量，知识就是财富。这句俗语在数字时代得到了更加深刻的验证。

(三) 数字减贫在农产品出口领域的发展潜力

数字减贫作为一种创新减贫模式，在推动农产品出口贸易上具有巨大的发展空间。它通过数化技术赋能农业全产业链，从提升生产效能、拓宽销售渠道、优化供应链等方面着手，有效增强了农产品的国际竞争力[5]。

(1) 提升生产效率与产品品质

将数字技术与我国的农业相结合，形成我国的智慧农业，起源于 20 世纪 90 年代。智慧农业旨在通过在现代农业中运用先进的科学技术、信息技术和管理手段，实现对农业生产全过程的精准感知、智能控制和科学决策，这不仅可以减少人力物力的投入，降低生产成本，还可以优化资源配置，提高生产效率。同时利用数字技术，对农业进行精准检测，科学合理地使用化肥和农药，减少农药残留量，提高农产品的品质。如山东省日照市现代农业(蓝莓)产业园，通过安装智能化生产物联网和信息化采集设备获取温室大棚中的温光水肥气等生产要素，即使是冬天，大棚内的气温也能保持在 20℃~25℃，湿度 60%左右。使蓝莓的生产量得以保持稳定产量，促进农民增收。

(2) 拓宽市场渠道与减少中间环节

数字技术是新一轮科技革命的核心技术，数字经济也成为新发展阶段促进经济高质量发展的重要助推器。基于数字技术的电子商务平台打破了传统销售渠道的局限，为农产品的出口提供了一个更加广阔的面向全世界的销售平台。传统的山东农产品销售局限于日本和韩国等近距离国家，将数字技术赋能农产品出口，突破原有的地域限制，将农产品触及全球市场。同时，农民可以直接与消费者进行交易，降低销售成本，增加农民收入。如依靠线上线下销售融合起来的广州灵山荔枝，通过数字赋能，实现产供销的全链路升级，成为依靠数字技术减贫的范例。

(3) 优化供应链与提高出口效率

数字技术正在深刻重塑农产品供应链格局。借助大数据、云计算等技术，农产品在生产、流通和消费等各环节的信息实现了实时共享，大大提高了供应链的透明度和可追溯性。

同时，物联网技术的广泛应用在加快农产品的运输和配送的同时也提高了精准度，这既降低了物流成本，又大幅缩减了产品的流转时间，使得产品更快速地被送上餐桌。

总之,数字技术深度赋能传统农业,催生出“互联网+农业”这一创新发展模式。在此模式下,农产品从生产供应至销售流通等全产业链环节都展现出强劲的发展潜能与显著的提质增效空间,数字化技术已经成为推动农业现代化进程的关键力量[6]。

3. 山东农产品概况

山东省作为中国农业大省,农业资源丰富,农产品种类繁多,产业链完善,在全国农业发展中占据重要地位。其农产品以规模化、标准化、品牌化、特色化著称,形成了粮食、蔬菜、果品、畜禽、水产等多元产业体系,为保障国家粮食安全和农产品供给作出了突出贡献[7]。

(一) 山东省农产品出口以水海产品和蔬菜为主

山东省是中国渔业大省,水产品出口量居全国首位,其中海产品占主导地位。山东省素有“菜篮子”的称号,蔬菜出口量大。据统计,水产海鲜和蔬菜出口总额达 190.2 亿元,占山东省农产品出口总额的 54.2%。¹

(二) 山东省农产品产地集中在东部沿海地区

山东省东部沿海地区,凭借其得天独厚的地理位置和经济发展优势,成为了农产品出口的主力产区。这里三面环海,为海洋运输提供了极大的便利。加之山东半岛及东部地区经济发达,开放意识强烈,使得当地多个地市积极参与农产品国际贸易。根据山东省第一季度新闻发布会的数据,2025 年的第一季度,青岛市继续发挥外贸龙头作用,占全省外贸比重(25.7%)超过四分之一,实实在在挑起了外贸大梁、稳定了外贸基本盘。²(数据来源:青岛海关)与东部地区相比,山东省的西部地区则因内陆区位、经济发展相对滞后以及气候条件的差异,在农产品生产规模和出口活跃度上均显得逊色。这一区域的农产品更多地供应国内市场,国际贸易的参与度相对较低。

(三) 山东省农产品出口集中在亚洲国家

受多重因素影响,如地理区位、运输条件限制及农产品特性,山东省农产品出口市场高度集中于亚洲区域,农产品出口份额的 80%以上集中分布于越南、欧盟、东盟、印度尼西亚及韩国这五大市场。而其中,据数据统计,2025 年 1~5 月份,山东省农产品出口国家中印度尼西亚、欧盟以及越南占较大比重,达到了 81.4%。³

4. 山东农产品出口存在的问题

山东作为农产品出口的重要力量,虽农业资源丰富,但在出口领域仍面临诸多挑战。其出口结构单一、品牌建设滞后、出口市场集中等问题,不仅制约了农产品的国际竞争力,也影响了产业的可持续发展[8]。

(一) 出口的农产品种类单一、附加值低

作为我国农产品出口大省,其在农产品出口结构方面存在着明显的问题。首先,出口的农产品种类较多的集中于蔬菜、水海产品以及水果等传统行业领域,而具备竞争力的特色农产品以及高质量产品出口规模有限;其次,出口市场高度集中于日本和韩国等国家,容易受到市场壁垒以及国家政策的影响;最后,出口产品以初级加工形态为主,深加工技术发展滞后,产品附加值低。

(二) 农产品品牌建设滞后

¹ 参见《山东举行 2025 年一季度外贸发展新闻发布会》。

http://www.scio.gov.cn/xwfb/dfxwfb/gssfbh/sd_13840/202504/t20250418_891819.html

² 参见《青岛海关、济南海关发布山东省 2025 年一季度山东外贸发展情况》。

http://www.customs.gov.cn/qingdao_customs/406595/406603/6471740/index.html

³ 参见《2025 年 5 月山东省进出口主要国别(地区)总值》。

http://qingdao.customs.gov.cn/qingdao_customs/406535/fdzdgknr30/406514/406515/6583244/index.html

山东作为农业大省，农产品品牌建设存在明显不足。区域公共品牌方面，“章丘大葱”“寿光蔬菜”等在国内名气大，可在国际上却鲜为人知，品牌带来的附加值难以实现；企业层面，多数出口企业依赖代工，自家品牌发展缓慢，利润被严重挤压[9]。

而且，品牌标准化工作也不到位，从质量分级到溯源管理，和国际标准都有差距，消费者对产品信任度因此打了折扣。再加上品牌推广投入少，没有系统的国际营销策略，使得山东农产品在国际市场空有产品优势，却缺乏品牌竞争力，极大阻碍了农业产业升级和长远发展。

(三) 农产品出口市场范围集中

长期以来，山东省农产品出口市场结构固化，主要面向东盟、日本、韩国输出初级农产品。这种单一且长期稳定的出口格局，使得山东农产品出口对特定区域市场形成高度依赖。一旦这些主要进口地区因政策调整、经济波动或需求转变而减少采购，将对山东农业经济造成直接冲击，导致出口量骤降、农户收益受损。从农业产业长远发展来看，过度集中的出口市场不仅限制了山东农产品开拓新兴国际市场的机会，也难以适应全球农产品贸易格局的动态变化，不利于构建可持续的农产品出口贸易体系，阻碍了山东从农业大省向农业强省的转型升级进程。

5. 数字减贫促进山东农产品出口贸易的系列措施

数字减贫作为创新减贫模式，在促进农产品出口方面展现出显著潜力。面对山东农产品出口当前存在的实际问题，将数字减贫思路和技术运用到贸易实践中，通过制定并落实针对性举措，不仅能够激活山东农产品的出口活力，还能推动出口规模增长和品质提升，为山东经济高质量发展增添新动力。

(一) 推进农产品深加工 提升附加值

山东农产品出口面临附加值低、市场竞争力弱的问题。可以利用物联网、人工智能和大数据推进深加工，提高农产品附加值和市场议价能力。通过精细管理提升加工水平，开发高附加值产品，如预制菜和果蔬汁。利用大数据分析市场需求，指导生产企业研发符合国际需求的新产品。同时，引入智能加工设备，提高深加工能力，减少初级产品出口，增加高价值产品的生产与出口。这将增强市场议价能力，提高出口利润，解决附加值低的问题。

(二) 强化品牌建设 提升国际影响力

山东农产品品牌建设仍较为薄弱，缺乏国际影响力的知名品牌。可以通过数字技术提升区域公共品牌的国际认知度。利用大数据分析国际市场趋势，精准定位“章丘大葱”“寿光蔬菜”等地方特色农产品的目标市场。通过社交媒体、跨境电商等渠道开展品牌营销，增强国际消费者对品牌的了解与信任。同时，借助区块链技术建立溯源系统，增强产品透明度与可靠性。全程质量监控与追溯确保产品品质与安全，推动品牌溢价。此外，加快与国际标准对接，完善品牌标准化体系，制定合理的质量分级标准，满足不同市场需求。与国际认证机构合作，帮助品牌农产品获得更多国际认可，提升消费者信任度。

(三) 推动数字化平台建设 助力市场多元与品牌发展

山东的农产品出口市场集中度较高，依赖传统市场较多。针对这些市场，可以通过数字技术深化合作，例如利用大数据分析监测政策变化，及时调整农产品出口，确保供需精准匹配。同时，可以积极开拓新兴市场，减少对传统市场的依赖，从而降低市场风险。此外，利用小红书、抖音等数字营销平台，以及电商渠道，进行山东农产品品牌的线上推广，进一步提高品牌知名度。

6. 结语

在山东农产品出口贸易中，数字减贫理论提供了一种减贫新路径。但对于山东省部分地区来说也存在着巨大的挑战。山东省西部地区的人口存在着数字素养不高和“数字鸿沟”问题，限制了数字技术及数字减贫的应用。为此，需要加强数字基础设施建设，提升全民数字技能，培养其数字素养，缩小城乡

数字差距，为农产品出口提供支撑。通过落实这些措施，旨在增强山东农产品国际竞争力，推动农业升级和乡村振兴。

参考文献

- [1] 何欣. 中国特色减贫道路的实践探索与经验启示[D]: [博士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2024.
- [2] 孙宇, 谢羚. “伟大历程 辉煌成就”系列专家谈数字减贫的中国实践[Z]. 光明网, 2021.
- [3] 韦结余, 蔡跃洲. 中国式数字减贫新路径[J]. 中国发展观察, 2023(5): 78-80.
- [4] 激发脱贫内生动力的“五字诀” [EB/OL]. <http://theory.people.com.cn/n1/2017/0616/c40531-29343238.html>, 2025-04-19.
- [5] 数字技术如何助力减贫[EB/OL]. http://f.china.com.cn/2020-08/31/content_76654278.htm, 2025-04-19.
- [6] 蔡茗尧, 纪慧敏, 韩海彬. 农业数字化减贫效应分析[J]. 天津农业科学, 2023, 29(12): 75-82.
- [7] 姚瑶. 山东省农产品出口影响因素的实证研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东大学, 2018.
- [8] 周振鹏, 邹冰璐. 山东省农产品出口问题与对策分析[J]. 新农业, 2020(22): 21-23.
- [9] 郭爱霞. 乡村振兴视域下山东省寿光市蔬菜产业高质量发展对策研究[D]: [硕士学位论文]. 大连: 大连海洋大学, 2024.