

短视频平台赋能乡村新质生产力研究： 理论逻辑、实践形式和突破路径

王伟华, 李芳凤

(广州新华学院经济与贸易学院, 广州 510520)

摘要: 数字技术的快速发展之下,短视频平台成为赋能乡村新质生产力的重要力量。短视频平台通过优化提升乡村劳动者、劳动工具、劳动资料及三者的组合,赋能乡村新质生产力。然而,“三农”短视频造假、部分区域产业融合不足、“三农”短视频人才匮乏等现实问题,制约着乡村新质生产力的可持续发展。对此,从创新发展、产业布局、政策环境、人才支持四个方面给出短视频平台赋能乡村新质生产力的突破路径,提出推动各层次创新、推进产业深度融合、做好制度创新、培养引进人才的建议。

关键词: 乡村新质生产力; 短视频平台; 直播电商; 新农人

中图分类号: F124.3 **文献标志码:** A **文章编号:** 1671-1807(2025)12-0386-07

2023年9月,“新质生产力”的概念首次被提出,并在2024年两会强调“要牢牢把握高质量发展这个首要任务,因地制宜发展新质生产力”。服务于高质量发展这个主题,不同地区不同主体要坚持从实际出发,根据本地的资源禀赋、产业基础、人才储备等因地制宜地对劳动者、劳动资料和劳动对象进行优化组合,发展适合自身的新质生产力。

近些年,中国产业现代化和经济高质量发展取得了不少成果,但农业农村的发展仍然存在不少问题。2023年中央农村工作会议强调,推进中国式现代化,必须坚持不懈夯实农业基础,推进乡村全面振兴。处在科技加速发展的今天,在广袤的乡村大地上催生发展新质生产力,对于助力乡村产业转型升级和乡村经济高质量发展、增加农民收入,进一步推动乡村振兴和区域协调发展具有重要的理论与现实意义。

1 研究背景

数字技术的快速发展之下,平台经济成重要的新经济形态。在中国幅员辽阔的乡村大地上,短视频经济以其独特的优势蔓延发展。从田间地头到农家小院,乡村不仅是生产农作物、特色农产品的良田,也成为生产短视频内容的沃土,通过三农短视频的传播,外界看到了更多的乡村美好,数据显

示“2023年,抖音上共有10.2亿个三农视频,收获2.4万亿次播放,获赞530亿次”。借助抖音、快手等短视频平台的直播电商,乡村的特色农产品被销售到全国各处,既丰富了城里人的餐桌,也鼓起了农村人的钱包。互联网新农人熟练运用短视频平台为代表的“新农具”,对特色农产品、农村好山好水好风光、乡村生活等新型劳动对象进行生产、加工和传播,有望成为推动乡村新质生产力的重要力量。

新质生产力这一概念提出不到一年时间,学界围绕它展开了丰富的研究,目前的研究主要集中于理论方面,即对其理论内涵的解释、形成路径的分析、发展特征的总结及其实践路径的分析等。这些理论研究虽然涉及全面,但研究内容和视角比较宏观笼统;研究方法方面,管智超等^[1]指出新质生产力的研究呈现“多诠释少实证”的特性,极少文献借助田野观察与案例研究等方法对新质生产力的演变规律等议题进行深描,鲜有文献研究具体某领域或者某地区新质生产力的,具体到乡村新质生产力的相关研究更是缺乏。本文拟从理论和具体实践形式的角度深入分析短视频平台如何赋能乡村新质生产力的发生发展;对现状进行分析,针对困境提出更好赋能乡村新质生产力的突破路径,在

收稿日期: 2024-12-10

基金项目: 广东省重点建设学科科研能力提升项目(2021ZDJS141)

作者简介: 王伟华(1986—),女,河南项城人,硕士,讲师,研究方向为产业经济、数字贸易;李芳凤(1983—),女,广东汕头人,硕士,副教授,研究方向为产业经济、综合评价。

理论上能够填补这块研究的空白,在实践上能够为更好地发展乡村新质生产力、助力乡村振兴提供些许参考。

2 短视频平台赋能乡村新质生产力的逻辑与实践形式

2.1 乡村新质生产力的概念和内涵

不同于主要依靠增加资源投入驱动的传统生产力,管智超等^[1]、任保平和豆渊博^[2]认为新质生产力的内涵是指新型劳动者、新型劳动对象和新型劳动工具及其重新组合带来的新型全要素创新。科技创新是催生发展新质生产力的关键动力,数字经济的发展为新质生产力提供新动力和新工具。王静华和刘人境^[3]指出以数字经济为媒介,将科技创新的牵引力传导至乡村产业系统,可以驱动乡村振兴的新质生产力。本文认为乡村新质生产力是发展于乡村地区,由新技术尤其是数字技术与新要素相结合而驱动的一种新质态的生产力。乡村新质生产力能够带来乡村生产力的跃升和生产生活方式的变革,推动乡村产业优化升级,吸引创业就业人才,增加农民收入,进而助力实现农村经济的高效、可持续发展,最终实现乡村全面振兴的目标。

2.2 短视频平台赋能乡村新质生产力的逻辑与实践

2.2.1 短视频平台打造乡村新型劳动者

短视频平台生态下,乡村劳动者不再是传统意义上的农民,是新型劳动者。他们具备数字技能、创新思维和市场意识,不仅能从事农业生产,还可以在互联经济下找到一席之地。借助短视频平台,乡村劳动者成为直播间的带货者、短视频的内容生产者、农业知识和农村文化的传播者等;与此同时,他们也受益于数字化,通过短视频平台获取更多的信息和知识,开阔眼界,进一步提升劳动技能。平台“新农人”是乡村新型劳动者的重要代表,“新农人”通常借助互联网工具参与农业相关的生产经营活动,呈现“三农+互联网”的特点。

袁宇阳^[4]定义短视频平台新农人为通过拍摄短视频、直播带货、当主播等方式,在网络平台展现与传播乡村生活和乡土文化的群体。新农人还有更宽泛的概念,张晓锋和韩奕皇^[5]指出返乡青年、本地人、电商代理等组成的新型农村电商从业者群体也是新农人的重要组成部分。具体来说,短视频平台主要通过四种方式和路径打造乡村新型劳动者。

其一,短视频平台的电商、视频内容生产和传播、直播等功能具有强大的赚钱效应,这吸引了大

批“新农人”进入相关行业,并倒逼他们不断地学习更多的互联网技能,包括电商销售经营技巧、视频拍摄剪辑技能等;日常的电商销售工作的磨炼提升了他们的市场化运作和团队合作的意识、科学统筹和管理的能力;视频内容生产和传播的相关工作培养了他们形成创意点子并将其落地实施的能力。

其二,在平台生态下,短视频平台还可以通过向新农人提供培训和指导来提升其互联网知识和技能水平,为乡村“新型劳动者”的培养提供有力的支持。以抖音“新农人计划”为例,平台为参与者提供运营培训和变现指导,具体来说,抖音为不同类型和阶段的内容创作者提供个性化、有针对性的培训课程,并对加入三农计划的创作者提供星图、抖音小店等商业化变现工具的使用指导,全方位助力创作者实现互联网技能的提升。

其三,短视频平台带动农产品生产和销售、乡村文化生活和旅游的多元发展,乡村成为创业热土,年轻人在乡村能够找到就业和发展机会。这不仅吸引了返乡青年,还吸引了高素质和专业化外来人才来到乡村,优化了乡村人才结构,促进了乡村“新型劳动者”的形成。据统计,截至2022年底,全国返乡入乡创业人员数量累计达1220万人,带动乡村就业超过3400万人,农村返乡入乡创新创业覆盖率达到83.6%^[6]。

其四,短视频平台传播专业的农业生产知识,提升农业生产者的技能水平,开拓其农业发展新思路,这些都更好地指导了乡村的农业生产。抖音“新农人”计划与中国农业科学院合作,引入农技科学家并打造农技视频知识库,向乡村农业生产者传递前沿专业的农技知识,提升其农业生产技能和素质。短视频平台具有强大的传播能力,覆盖的人群不受地域空间的限制。比如,东农水稻研究所技术推广部部长在快手平台上通过直播间,向来自全国各地的农民传授农业技术,最多时有超过5000人同时在线观看,通过短视频平台的直播间传授技术的方式不受时间和场地的限制,并可以贯穿从播种到收获的全过程^[7]。

以抖音为代表的短视频平台引导乡村劳动者向高技能、创新型劳动者转变,从以体力劳动为主转向以创新型劳动为主、以劳动密集型劳动为主转向以知识技能密集型劳动为主,从新型劳动者的角度赋能乡村新质生产力的发展。

2.2.2 短视频平台成为乡村新型劳动工具

在数字化智能化时代,短视频平台等逐渐成为

乡村的“新农具”，乡村劳动者利用这个“新农具”推广销售区域特色农产品，创造出优质美食、文旅、风光、民俗视频内容并推广当地自然和文化旅游资源，获取专业的农技知识和来自专业人员对农业生产的“精准指导”。具体来说，主要通过以下三种模式，短视频平台演变成成为乡村的新型劳动工具。

其一，通过“直播间带货+网上商城”的模式，特色农产品被卖到全国甚至全球。以抖音为代表的短视频平台更是发力于“全域兴趣电商”领域，借助直播、短视频或者图文等内容，形成“货架+内容”的电商模式帮助各地农产品打开市场，畅销全国甚至全球。表 1 的数据显示 2021 年 9 月至 2024 年 9 月期间，短视频平台的代表之一——抖音通过电商助力农特产品销售的相关数据，可以看出，短视频平台已成为乡村的“新型劳动工具”，通过其电商功能为区域特色农产品寻找市场需求，开拓新的销售渠道。近两年来，农特产品订单总量、平台销售农特产品种类、抖音电商农货商家数量、货架场景带动农特产品销量等都显示惊人的增长速度，体现了短视频平台赋能农产品销售的强大力量。

农产品销售端的火爆带动乡村生产效率的提升，扩大当地就业，增加乡村居民收入，表 1 数据显示 2022 年 9 月至 2023 年 9 月，抖音平台上年销售额突破百万元的农货商家超过 24 000 家，2023 年 9 月至 2024 年 9 月更是超过了 33 000 家，显示短视频平台赋能乡村增收创富的力量。短视频平台的电商销售也带动区域产业链的发展，优化升级当地产业体系，从而助力推动乡村新质生产力的形成与发展。福建屏南县是有名的“食用菌之乡”，然而当地的菌菇生产一直处于零散、小规模、自发的状态。近些年，借助短视频直播，“小田姑娘”菌汤包的爆火热卖，进一步带动当地逐步形成规模化、专业化的菌菇产业体系，也带动当地居民就业增收，数据显示，“小田姑娘”一场直播下来，最高能卖出 60 万包菌菇；销售端带动分拣、打包、发货，能直接带动

周边近 300 名村民就业^[8]。

其二，在短视频平台直观、体验式的呈现下，分布于全国各地的乡村好风光、乡村特色文化被远在千里万里之外的人看到，并吸引大批游客亲临实地“打卡”，转化为乡村旅游业发展的实际动力。抖音乡村文旅数据显示，2023 年，抖音“山里 DOU 是好风光”项目助力 2 万个乡村文旅商家增收超 47 亿元。短视频+乡村旅游模式盘活了乡村风光和文化旅游资源，增加了当地经营者的收入，丰富了乡村产业业态。而且，这种对经济的正向影响也显示较强的空间溢出效应，不仅拉动县域消费，也带动区域文旅的发展。比如，“英歌舞”让广东省揭阳市在 2024 年春节期间获得超高关注度，相关话题播放量超 45 亿次，带动揭阳市抖音吃喝玩乐订单同比增长 183%。

其三，短视频平台搭建了农业专家和农民之间的桥梁，通过传播农技知识指导农业生产，并搭配农业经营市场化知识和技巧，延伸了农业价值链，重塑了农村产业生态。抖音等短视频平台内容在下沉市场能够得到快速的传播，乡村已然成为短视频平台的重要传播阵地，一定程度上解决了农技传播的困境。《2023 抖音三农生态数据报告》显示，2023 年抖音上共有 2 778.3 万个农技视频，总播放量达 1 206.2 亿次。

借助视频平台强大的推广能力和生动具象的图文内容，尤其是直播间的“解决问题式交流”“打听式提问”“精准化指导”，更具时效性和针对性的农技知识和技术得以走进田间地头，切实提升了农民农业生产的技能，并真正帮助解决农业生产中遇到的问题。通过对农业领域现代前沿知识的介绍，提高了农民对现代农业生产理念的认知度；此外，有些创作者还会搭配讲授农产品销售时机的选择、包装经营技巧等，通过对市场化的农业经营知识的介绍，提升农产品的经济价值，延伸农业价值链。这些都提升乡村农业生产的效率和质量，促进农业

表 1 2021—2024 年抖音电商助农数据

指标		2021-09—2022-09	2022-09—2023-09	2023-09—2024-09
直播间农特产品讲解	总时长/万 h	3 195	3 778	3 825
	农特产品订单			
	总量/亿单	28.3	47.3	71
	同比增长率/%		67	61
平台销售农特产品种类	同比增长率/%		188	170
抖音电商农货商家数量	同比增长率/%	152	83	63
货架场景带动农特产品销量	同比增长率/%		137	60
年销售额突破百万元的农货商家/个			>24 000	>33 000

注：数据来源于《2022 丰收节抖音电商助力乡村发展报告》《2023 丰收节抖音电商助农数据报告》《2024 丰收节抖音电商助农数据报告》。

和数字产业的融合,也促进农民的增收致富。

2.2.3 短视频平台赋能乡村新型劳动对象

传统的农业生产模式下,土地、农具、种子等物质形态的生产资料是主要劳动对象。而今在短视频平台赋能下,乡村生产资料也发生了变化,乡村生活、文化和民俗、创意等都成为重要的劳动对象。刘霄泉等^[9]对蝉妈妈网站的抖音“新农人”主播资料进行分析,将“新农人”主播的乡村短视频题材分为9类,如表2所示。

由表2可以发现,短视频平台的普适性打破传统模式下文化内容生产和传播的高门槛,在设备、人才相对匮乏的乡村,只需要一部手机,乡村居民也可以生产出题材多样的短视频内容并借助平台得到快速传播。乡村生产生活、乡村景观和自然风光、地方民俗、传统技艺、乡民的自身经历和创意等都成为重要的新型劳动对象。不同于传统的乡村劳动对象,这些劳动对象具有个性化强、创意性足等特征,体现了文化价值,在一定程度上满足内容消

费者的个性化和智能化需求。不同于传统生产力中的劳动对象,以抖音为代表的短视频平台赋能下,乡村劳动对象呈现出非物质形态,具有“数据密集型”的特征和灵活、智能、互动功能,体现出新质生产力下新型劳动对象的特征。

综上,短视频平台通过优化提升乡村劳动者、劳动工具、劳动资料及三者的组合,赋能乡村新质生产力。短视频平台相关功能的强大赚钱效应,吸引大批“新农人”进入相关行业,倒逼或者主动磨炼相关从业者的能力和素质;并吸引返乡青年和其他高素质乡村人口回流;短视频平台提供互联网技能的相关培训和指导以提高“新农人的”互联网思维和技能水平;并通过优质内容的传播提升农业从业者的农技水平,从而塑造新型劳动者。短视频平台借助其电商功能助力农产品的销售,进一步完善乡村产业体系;借助短视频内容的生产和传播,盘活乡村文旅资源,丰富乡村产业业态;借助短视频平台对前沿农技知识的传播,指导农业生产经营,延伸农业价值链,从而成为乡村生产的新型劳动工具。短视频平台降低创意、文化内容生产传播的门槛,使得乡村劳动对象“新型化”。新型劳动者借助短视频平台这个“新农具”对劳动对象施加影响和作用,实现乡村生产的高效化和智能化,大幅提升乡村生产效率,促进乡村生产力的跃升到新质阶段。如图1所示。

表2 抖音“新农人”主播的乡村短视频题材分类

题材类型	占比/%
物产推荐类	34.62
日常生活类	26.74
农技农资类	16.82
乡村美食类	9.84
自创剧情类	3.76
乡村景观类	2.77
乡村创业类	2.42
地方民俗类	1.79
传统技艺类	1.25

3 短视频平台赋能乡村新质生产力的现实困境

短视频平台在赋能乡村新质生产力方面确实发

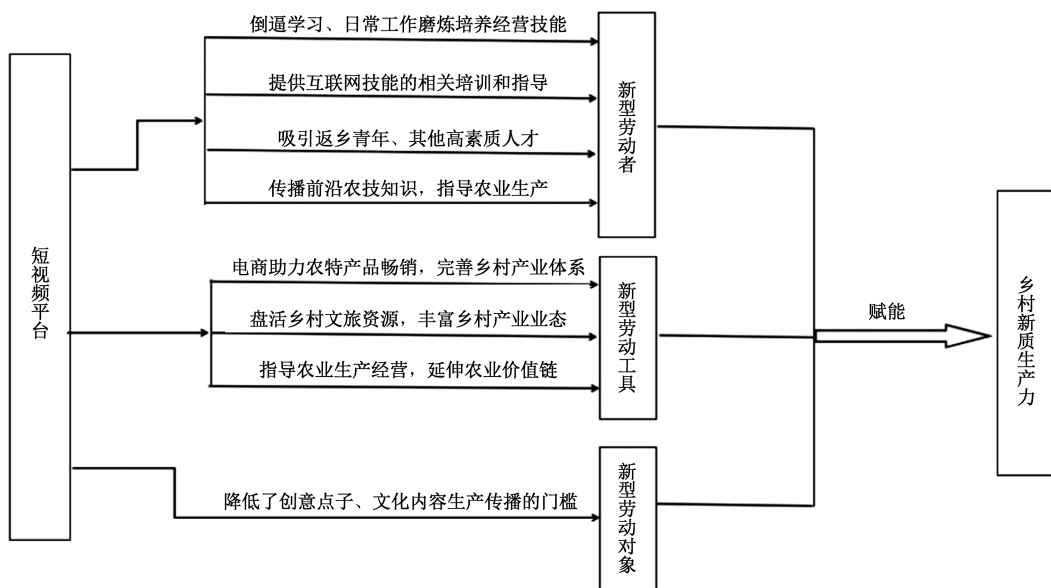


图1 短视频平台赋能乡村新质生产力的理论逻辑和实践形式

挥了重要的作用,一定程度上为乡村经济高质量发展打下一定的现实基础。但是,短视频赋能乡村新质生产力还存在以下现实问题,这些问题制约乡村新质生产力的可持续发展。

3.1 “三农”短视频造假,带来负面影响

短视频平台为优质内容生产者提供施展才能的广阔空间,优质“三农”短视频内容让农村的好山好水好产品“走出去”,并转化为实际的经济效益。然而在巨大的经济利益面前,“三农”短视频过度剧本化甚至造假以博取流量的现象也是层出不穷,袁宇阳^[4]指出部分新农人通过过度剧本化或“打造人设”甚至假冒农民的方式进行虚假创作,这会催生人们对新农人群体和乡村社会的消极印象。这种负面的印象和评论在网络“放大器”的作用下会给当地短视频业态造成不良的影响,甚至可能摧毁好不容易发展起来的互联网经济成就。

“三农”短视频另一种造假形式是涉农业技术的造假。借助短视频平台,商家通过农技知识类短视频或直播带动农机农资的销售,毛晓雅^[10]指出这种模式下,很多商家为了销售农机农资,向没有甄别能力的消费者讲授虚假编造的农技知识,而农资的使用效果和农技的实施效果都具有滞后性,一旦问题显现,不仅会造成对平台的“信任危机”,更是会耽误农时,影响整季的农业生产。

3.2 部分区域产业融合不足,无法形成整体效应

短视频平台对于乡村产业优化、乡村经济发展具有重要的推动作用,但若发挥更大的、可持续的效能,就需要短视频经济与整个乡村产业深度融合起来。然而部分区域还存在产业、区域融合不足的现象,从而无法形成可持续的、整体的效应。第一,部分区域产业链纵向融合不足,影响产业做大做强。王璇^[11]指出农村直播电商背后的农产品产业链建设还存在不少问题,包括农产品尚未实现规模化、产业化,农产品标准化程度不高,没有建立完整的售后服务体系,无法及时有效的解决售后服务问题等。农村特别是中西部农村物流配送体系建设,尤其是冷链物流渠道尚不完善,这也是农村直播电商产业链融合的短板。第二,部分区域内企业之间、主播之间横向融合不足,没有形成区域联动效应。刘霄泉等^[9]通过分析1340位有效“新农人”主播数据得出结论,川渝、云贵、湖南和湖北地区的新农人直播电商中普遍存在跨区域帮授农产品现象,并且形成一定的影响力与带动性,而河南、山东

等地区的农人直播数量大,但没有形成明显的集聚,也没有形成显著的区域效应。乡村文旅方面,西南和东南片区能够通过区域联动的方式推动综合文旅发展,都体现了较显著的区域效应,而其他片区则没有显示出显著的区域效应^[9]。

3.3 “三农”短视频人才匮乏,掣肘发展

短视频平台赋能乡村新质生产力视角下,对劳动者的素质和能力提出了新的要求,主要体现为对农村电商人才、短视频运营人才、一专多能的复合型人才的需求。然而,乡村对于相关人才的匮乏体现在人才数量不足和质量不高两方面。2022年初,马丽娟等^[12]通过实地走访发现,乡村缺少信息化人才造成了农村电商发展受限的局面,尤其在部分偏远山区,紧缺营销推广、网络主播、包装设计等人才。2023年底,中国人事科学研究院发布的报告指出,当前我国视频平台相关产业全链条岗位缺口达800万人。陈静波^[13]指出当前乡村直播电商发展中缺少精通技术、网络、运营等内容的人才。2023年8月,兰溪市商务局指出农村缺乏既懂互联网技术又精通农产品场营销的复合型人才,限制了农村电子商务的发展。

4 短视频平台赋能乡村新质生产力的突破路径

学术界从技术创新、产业升级、政策支撑、人才支持四个方面全面的探讨新质生产力的实现路径,乡村新质生产力的可持续发展也需要这四个方面的合力推进。在乡村振兴和可持续发展战略导向下,本文从创新发展、产业布局、政策环境、人才支持的角度给出短视频平台赋能乡村新质生产力的突破路径。

4.1 推动各层次创新,形成生产力发展新动力

创新是打造乡村新质生产力的核心动力,创新才能有所突破,才能让短视频经济在乡村走得更长远,可持续的赋能乡村新质生产力。创新包含三个层次的创新——短视频内容创新、农业产品创新、模式创新。第一,广袤的农村大地为短视频内容创作提供了丰富的素材,创作者要具有创新意识,挖掘特色,找准自身定位,扎根现实生活,生产输出展现本土特色的乡村短视频内容。创新才能生产出优质视频内容,真正提高乡村短视频的吸引力和传播力。第二,利用短视频平台销售农业产品,能够及时得到反馈,可以充分利于这个优势对产品进行更新迭代,通过产品的创新避免陷入低层次同质化竞争的循环,为乡村带来更实际的经济利益。第

三,进一步探索优化短视频平台助农新模式,通过“短视频+电商”“短视频+旅游”等模式的创新与细化,将短视频与乡村产业深度融合,实现产业间的互利共赢。

4.2 推进产业深度融合,构建现代乡村产业体系

产业是形成乡村新质生产力的要素载体,推动短视频产业与乡村农业、旅游、文化等产业的深度融合,形成短视频赋能下的现代农业产业体系,共同推动乡村新质生产力的可持续发展。第一,短视频平台、电商企业、当地政府共同协作,着力强化农村电商主体,打造协同性、多层次又具有特色化的农产品供应链;建立全流程全方位运营、售后服务体系,提升消费者服务质量;建立多渠道农产品质量标准和监管体系,提升农产品生产的标准化程度,保证农产品质量。通过构建现代农业产业体系,推动短视频赋能下的农村电商走得更远更健康。第二,平台、当地政府和企业主体联手打造区域联动,形成短视频内容、直播电商、区域旅游的区域效应。这需要政府具有区域合作和联动的意识,组织牵头,借助平台的力量和相关计划,促进区域内和区域之间主播、电商主体、旅游经营主体的相互帮扶、借力、合作,形成横向的区域联动效应。

4.3 做好制度创新,保障乡村新质生产力的发展

制度是发展乡村新质生产力的保障,需要从政策扶持、法规保障、监管机制三个方面考虑制度保障。第一,地方政府的政策扶持,对乡村短视频经济提供税收优惠、资金扶持等政策倾斜措施,并配备创新担当和允许试错的制度安排,给予乡村短视频创业者足够的容错和成长的空间。第二,加快完善相关法律法规,规范短视频行业的版权保护和平台的版权治理保护,以保障短视频内容创作者的权益。推进农产品标准化体系建设并修改完善相关法律法规,加强对优质农产品及其品牌的保护,维护良好的市场秩序。第三,建立有效的监管机制,加强对短视频平台和相关产品服务的监管力度,确保平台内容健康积极向上;建立农产品质量监管和追溯制度,建立乡村旅游服务质量监管制度,确保对短视频内容、销售产品、提供服务的有效监管,形成良性的发展机制。

4.4 培养引进人才,激发乡村新质生产力的活力

人才是打造乡村新质生产力的第一资源和核心要素,乡村人才队伍建设需要政府、企业、平台、职业院校多方联手,从人才的培养、交流、引进、激

励等方面进行全方位支持。第一,发掘和培养扎根本土的人才。政府部门要统筹考虑,一方面可以通过设立乡村人才奖励计划等形式,建立人才激励支持的制度和环境,激发当地的人才活力;另一方面借助平台对三农短视频创业者的培训和流量扶持计划,通过与平台进行项目合作的方式,引入对本土更具有针对性的培训项目,加大对本土人才的发掘和培训力度,着力培养留得住的直播电商和短视频运营人才。第二,引进优秀人才,加强人才交流合作。政府和相关企业联手互动,定期邀请外部专业人才定期到乡村交流,通过教学或者实训指导的形式为乡村从业者答疑解惑。完善当地软硬件发展环境,做强做大当地优势产业,建立完善的人才薪酬和激励机制,引进人才,留住人才。第三,推动产教融合,通过共建实训基地,推出实习计划等方式,加强乡村运营公司与相关院校的合作,为乡村短视频经济业态储备人才。

参考文献

- [1] 管智超,付敏杰,杨巨声. 新质生产力:研究进展与进路展望[J]. 北京工业大学学报(社会科学版), 2024(4): 125-138.
- [2] 任保平,豆渊博. 新质生产力:文献综述与研究展望[J]. 经济与管理评论, 2024, 40(3): 5-16.
- [3] 王静华,刘人境. 乡村振兴的新质生产力驱动逻辑及路径[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2024, 41(2): 16-24.
- [4] 袁宇阳. 短视频平台新农人助力乡村振兴的实践探索、现实困境与推进路径[J]. 电子政务, 2023(10): 71-83.
- [5] 张晓锋,韩奕皇. 农村电商中的“新农人”身份认同建构研究——基于江苏省G村电商从业者的田野调查[J]. 南京工业大学学报(社会科学版), 2023, 22(4): 96-108.
- [6] 徐冰倩. 为什么“村播”正成为年轻人创业就业的新路径?[N]. 南方都市报, 2023-09-20(003).
- [7] 汪陈晨. 越来越火的“村播”,凭什么被定义为新型人才?[N]. 南方都市报, 2023-09-18(005).
- [8] 郑璜. “流量”下的攀爬[N]. 福建日报, 2024-01-18(008).
- [9] 刘霄泉,莫燕,张纯,等. 抖音“新农人”主播空间格局及乡村文旅转化潜力研究——基于蝉妈妈网站数据[J]. 地理科学进展, 2023, 42(8): 1636-1650.
- [10] 毛晓雅. 三农短视频经济如何走得长远?[N]. 农民日报, 2022-09-23(008).
- [11] 王璇. 农村直播电商还需突破瓶颈[N]. 经济日报, 2023-11-29(005).
- [12] 马丽娟,雷嘉兴,顾煜,等. 农村电商人才之困:引不来留不住难培养[N]. 经济参考报, 2022-01-10(004).
- [13] 陈静波. 全链培养乡村直播电商人才[N]. 经济日报, 2023-12-18(005).

Short-video Platforms Empowering Rural New Quality Productivity: Theoretical Logic, Practical Forms and Breakthrough Paths

WANG Weihua, LI Fangfeng

(School of Economics and Trade, Guangzhou Xinhua University, Guangzhou 510520, China)

Abstract: With the rapid development of digital technology, short video platform is playing an important role in empowering rural new quality productivity. By optimizing and improving rural workers, labor tools, labor materials and the combination of this three elements, short video platform enables rural new quality productivity. However, practical problems such as the counterfeiting of agriculture-related short video, lack of industrial integration in some regions, and lack of talents in agriculture-related short video operations, restrict the sustainable development of rural new quality productivity. In this regard, a breakthrough path was given for short video platform to enable rural new quality productivity from four aspects, such as innovation and development, industrial layout, policy environment and talent support. Suggestions on promoting innovation at all levels are put forward for promoting deep industrial integration, doing a good job in system innovation, and cultivating and introducing talents.

Keywords: rural new quality productivity; short-video platforms; live streaming e-commerce; new farmers