

数智时代背景下短视频“新农人”的角色转型探析

姜丽彬（哈尔滨师范大学）*

摘要：在数字化与智能化飞速发展的时代背景下，大批短视频“新农人”群体凭借自身的独特优势，逐渐成为不可忽视的新兴群体并在乡村振兴的时代洪流中，贡献着自己的力量。本文聚焦数智时代背景下短视频“新农人”群体的角色转型，通过梳理既有文献并结合典型案例分析，揭示该群体在转型过程中所存在的结构性困境，并为乡村数字化转型提供理论参照，也为引导“新农人”群体健康发展探索可行路径。

关键词：数智时代；短视频；新农人；角色转型

* 姜丽彬，哈尔滨师范大学在读硕士，研究方向：播音与主持艺术文化艺术传播，897266334@qq.com。

I. 引言

当前，数智技术的普及下沉、短视频平台的乡村渗透与国家乡村振兴战略的实施形成了历史性交汇。以高速网络和智能终端为载体的短视频，已深度嵌入乡村社会结构，成为农民连接市场、表达自我、传承文化的新型基础设施（“新农具”）。在此背景下，一个被称为“新农人”的群体迅速崛起，他们主动运用短视频进行创作、营销与传播，实现了从传统“农业生产者”向“数字实践者”的初步转变。这一现象不仅是乡村社会数字化转型的微观缩影，更构成了观察技术赋能下乡村主体性重塑、产业形态变革与社会关系重构的关键窗口。然而，热潮背后，其角色转型的系统性逻辑、多维现实效应的生成机制及内嵌风险，尚缺乏深入、整合的学术阐释。

既有研究围绕“新农人”现象已展开多维度探讨，在概念界定上，强调其“三农+互联网”的核心特征（汤文靖，2023；韩运荣，2024）^{[1][2]}，并依据返乡动因区分为“原乡人”、“归乡人”与“新乡人”（韩运荣，2024）；在角色转型上，分析了其从“失语客体”到“叙事主体”的转变（杨璐，2023）^[3]，媒介形象的去刻板化与多元化建构，以及向内容创作者、品牌主理人等多重身份的跨界融合（汤文靖，2023；马梅，2021）^[4]；在现实意义上，肯定了其在促进农产品销售、活化乡土文化、重塑乡村形象等方面的积极效应，但在问题反思上，指出了内容同质化、商业异化及数字鸿沟等挑战。

然而，现有研究仍存在不足。其一，系统性整合不足：多数研究聚焦于带货、叙事或形象等单一侧面，缺乏将“角色转型”作为一个由技术、平台与个体共同形塑的、动态的系统性过程进行理论化梳理，对转型内在逻辑与多维表征的关联性分析薄弱。其二，机制化剖析欠缺：对于“角色转型”如何具体催生经济、文化、社会等多维“现实意义”，即二者之间的作用机制，缺乏深入的因果链条与实证挖掘，意义论述多停留在现象列举层面。因此，亟需构建在数智技术深度嵌入的背景下，短视频“新农人”经历了怎样系统性的角色转型？其内在驱动逻辑为何？以及这一转型对个体、产业及乡村社会文化三个层面产生了哪些具体且可验证的现实意义，同时又内嵌着何种风险与挑战？希望能在理论上深化对数智时代乡村主体能动性的理解，在实践上为“新农人”的健康发展与乡村振兴的有效推进提供参考。

II. 数智赋能与角色转型的多维呈现

数智技术对“新农人”的赋能，本质上是一种深刻的“嵌入”过程（段鹏，2021）^[5]。以短视频平台为代表的数智技术，并非外在于乡村生活的抽象工具，而是作为一种“新农具”，有机地融入其社会网络与日常实践之中，重构了农民的表达、交往与经营方式，为角色的多维转型奠定了基石。

2.1. 驱动力：技术赋能的具体机制

“新农人”的兴起，根植于由基础设施、平台生态与智能工具共同构成的数智技术基础。

首先，基础设施的普及是前提。中国互联网络信息中心在京发布第56次《中国互联网络发展状况统计报告》。报告显示，截至2025年6月，我国网民规模达11.23亿人，互联网普及率达79.7%，5G基站总数达455万个；新型信息基础设施加速布局，数字经济规模持续扩大^[6]，高速泛在的网络与智能移动终端的全面覆盖，消除了“连接”的物理壁垒。这使得乡村居民能够以极低成本接入全球信息网络，为短视频创作与传播提供了物理可能。

其次，短视频平台的算法与流量机制是关键中介。以抖音为代表的平台，通过“新农人计划”等专项扶持策略，以亿级流量资源、官方话题引流和创作激励，主动建构了一个对乡村内容友好的初始流量池。其核心的推荐算法，能够将记录乡村日常生活、美食、技艺的短视频，精准分发给具有潜在兴趣的城市用户，实现了内容与市场的“智能匹配”。平台提供的便捷拍摄、剪辑模板与特效工具，大幅降低了视频制作的专业门槛，将技术复杂性封装于简单的交互之中。

最后，前沿智能技术的应用开始渗透。根据字节跳动发布2025助农数据报告：数字技术助力新农人创业创新，数字技术成新农具：一年新增2143万条农技视频^[7]。尽管处于早期阶段，但AI生成图像、智能剪辑、虚拟形象等技术已开始被部分头部“新农人”或MCN机构尝试，像农民董守营学会向“豆包”请教种菜知识、创作者@稻梦空间借助豆包、即梦等AI技术辅助设计创意稻田画。他们用科技进行视觉表达、提升内容产能。

2.2. 角色转型的多维图谱

数智技术飞速发展的今天，“新农人”的角色内涵也发生了一系列蜕变，呈现出一幅从单一生产主体向多元化传播转型的清晰路径。其转型首先体现为从产业链末端的“生产者”向掌控全链的“传播者与经营者”演进。如@李福贵、@跑山阿红等自媒体博主，她们通过内容建立信任并开设店铺，直接连接生产端与消费者，重新构建了产业链条。其次，他们打造“乡村品牌主理人”等IP品牌，将个人IP与地域特产深度绑定，如@乡愁（沈丹）以其个人影响力与信誉为其茶叶品牌“丹心可鉴”背书，使自身成为乡土风物的“人格化”象征与品质担保者。从文化角度方面，“新农人”群体依靠数字技术与人工智能的技术辅助，他们开始熟练的使用视听化的语言对乡土文化进行创造性转译，例如抖音博主@彭传明将古法技艺进行记录、传播使之成为备受追捧的美学消费品，实现了传统工艺品的现代化传播与价值再生。如苏州农业职业技术学院所培养的“新农人”黄成，通过技术赋能，带动家乡五百余农户应用先进农机技术，建设200亩“无人农场”并参与到乡村建设当中，使其成为激发乡村内生动力的新型劳动者代表的案例，短视频平台的技术与流量赋予了“新农人”们超越个体的社会影响力，使其从“治理对象”转变为“治理参与者”。数智时代背景下的“新农人”正逐渐从传统的农业生产者，转变为集内容传播、商业经营、文化传承与社区参与于一

身的复合型数字行动者。

2.3 角色转型的内在逻辑：赋能、连接与重塑

乡村“新农人”的角色转型具有丰富的内在逻辑。他们依托数智技术“赋能”个体，使其拥有多元化的表达和连接的能力，并通过短视频平台将其置身于更加广阔的天地。传统的乡村农人，每天重复劳作，其话语表达往往面临着沉默和单调的现实场景。通过短视频平台，传统的乡村农人，发现并挖掘真实的生活场景同样备受关注，朴实的生活态度也值得记录。在数智技术的赋能下，传统乡村农人，有了新的话语表达方式。不论是场景、动作、还是语言表达，通过数智技术的加持，使其拍摄与剪辑的内容也具有了观赏性与故事性。置身于短视频平台的巨大流量池中，乡村“新农人”具有了连接乡村与城市的特殊身份，也同样打开了一扇真实的乡村生活图景窗口。除此之外，在互联网平台的持续互动中，传统农人“重塑”了原本的职业身份、文化角色与社会关系，逐渐从传统乡村成员向数智化“新农人”的转型。这一转型，既是技术与社会互动的结果，也反映了传统乡村在现代化进程中的觉醒。

III. 角色转型的现实意义剖析

“新农人”的角色转型是具有深刻的现实意义，他们不仅是身份标签的转换，也是一次乡村社会、经济与文化的转型实践。在这过程展现出多层次、可验证的现实意义，具体体现为对个体发展的赋能、对乡村产业的催化以及对乡土社会重塑。

3.1. 个体层面：赋能、增收与认同重塑

数智赋能的直接成果，是赋予了“新农人”前所未有的发展能动性，实现了经济收入、个人能力与社会认同的三重跃升。

第一，经济赋能与收入渠道的多元化。短视频与直播带货创造了除传统务农、打工之外的稳定增收路径。根据《2025 字节跳动助农数据报告》，过去一年，抖音电商全年售出农特产品 102 亿单，日均发出产地包裹 2448 万个，农特产订单量同比增长 38%，搜索渠道成交额增 95%。^[8]例如，自媒体@陈丽容用粤式英语带货茂名荔枝，来自宁夏西海固的@马斯诺在西北黄土地上架设起演讲台，单条视频卖出 1.8 万单贝贝南瓜。她们不仅个人实现致富，更以订单方式带动周边数十户农户进行标准化生产，形成了“一人创业、多方增收”的联动效应。

第二，能力赋能与数字素养的普遍提升。在持续的内容创作、粉丝运营、电商管理过程中，“新

农人”系统性地掌握了市场分析、品牌营销、供应链管理等现代商业技能。截至2025年，抖音平台上的“三农”万粉创作者已超过9.5万人，其中30岁以下及50岁以上创作者数量均显著增长。农技类万粉创作者超过1.28万人，一年内新增农技视频2143万条。这种内生性的人力资本积累，为其事业的可持续发展乃至向乡村“数字经济带头人”转型奠定了坚实基础。

第三，身份认同与社会形象的重构。身份认同是个体的自我定义，是主体对于“我是谁”这一问题的回答。它不仅包含个体或群体意义上的“我认为我是谁”，而且包含在人际和群际交往中“我的行为显示我是谁”^[9]通过成功实践，“新农人”扭转了“面朝黄土背朝天”的刻板印象。他们以“乡村创业家”、“非遗传承人”、“乡土美食家”等新形象出现在公众视野当中。像专注于记录修复山西清代老宅的@山西老宅，其视频展现的精湛工艺与美学追求，在评论区收获了大量“工匠精神”、“文化传承”的赞誉。这种来自社会的广泛尊重与认可，极大地增强了其职业自豪感与身份认同，吸引了更多年轻人关注并投身于乡村事业。

3.2. 产业层面：催化“三产融合”与品牌升级

“新农人”置身于生产端与市场端之间，这一特殊的位置有效充当了乡村产业升级的“催化剂”和“连接器”。

缩短价值链，实现优质优价；他们通过原产地直播、生产过程透明化展示，构建起从田间到餐桌的“信任直通车”，极大削弱了中间环节的信息不对称与利润盘剥。《2025 字节跳动助农数据报告》显示，过去一年抖音电商农特产订单量同比增长38%，售出农特产品102亿单，日均发出包裹超2400万个。这一数据洪流本身，即是消费者对源头好物信任与认可的集中体现，不仅让生产者获得更广阔的市场与更高溢价，也系统性满足了城市消费者对安全、可追溯农产品的需求

催生“农文旅”新业态，激活乡村多元价值；“新农人”的内容创作本身即是最好的旅游宣传片。其镜头下的田园风光、乡土人情成为强大的“视觉种草”工具。山西晋城司徒村，将打铁花从春节民俗升级为常态化演出，今年暑期迎来休闲旅游消费热潮。这些生动的画面，催生了“农文旅”融合的新业态

塑造地域公用品牌，赋能整个产区；被誉为创意产业之父的约翰·霍金斯认为“知识产权”包括版权、专利、商标和设计四大类别，而在知识产权保护范围内的产业被称为创意产业(smarteconomy)^[10]成功的个人IP最终往往升华为地域品牌符号。“新农人”@闲不住的阿俊，其个人IP与带货产品的深度绑定。极大带动了当地经济，赋能整个产区。这种“个人IP-产品品质-地域品牌”的正向循环，为区域农业的规模化、品牌化发展提供了强大助力。

3.3. 社会与文化层面：重塑乡村形象与促进治理

置身于社会进步与文化发展当中，数智时代背景下的“新农人”正积极为乡村注入新的活力，不断促进城乡社会的良性互动。他们运用现代化的视听语言重新诠释乡土文化，使其在数字空间“活”起来、火起来。无论是记录濒危手工艺，还是展现地方节庆民俗，都让身处与乡村之外的人重新发现乡土之美，激发文化自豪感。

长期以来的城乡二元叙事，往往将传统的乡村图景描绘为落后、闭塞的“他者”。“新农人”短视频的出现，往往会以第一视角呈现了乡村的生机、美景与人情味，有力打破了传统的刻板印象，生动描绘了一个既有传统根脉、又有现代活力的复合型乡村新形象。这种“祛魅”与“重构”，为城乡之间的平等对话与情感共鸣奠定了基础。另外，在数字平台上，“新农人”们往往会围绕特定地域或兴趣展开内容选题与视频拍摄。由此所形成的粉丝社群，具有很强的地域或兴趣属性，他们也可以转化为线下互助与合作的社会资本。“新农人”凭借庞大的粉丝群体以及号召力，在发起公益助农、为家乡特产代言、甚至协调解决本地小规模产销难题等行为时，其实质上也是一种新型的、基于数字连接的社区参与和微治理。虽然尚未制度化，但已展现出补充传统乡村治理、增强社区内聚力的潜力。

“新农人”的角色转型具有丰富的现实意义与内涵，其现实意义已形成一个从微观个体到宏观社会的正向循环。通过技术赋能个体转型再到转型实践中所产生的多维效益最后反哺乡村，吸引更多资源与关注。这一过程清晰地揭示了，“新农人”不仅是乡村振兴的受益者，更是其不可或缺的建设性主体。

IV. 反思：转型中的挑战与未来路径

尽管“新农人”的角色转型展现出巨大的积极意义，但其发展过程并非一片坦途，在个体实践、产业生态与社会效应等层面均暴露出深层次的挑战。正视并系统应对这些挑战，是确保其健康、可持续发展的关键。

新农人的发展在从“规模扩张”迈向“质量发展”的关键阶段，面临着一系列内生性挑战。在内容层面，流量算法的驱动导致模仿盛行，造成严重的创作同质化与创新力枯竭，使许多创作者陷入恶性循环并缩短了其生命周期。在商业伦理层面，生存压力使得部分实践的核心导向从“记录分享”滑向“流量变现”，导致人设表演化与信任损耗，如何在商业成功与内容真实之间取得平衡成为严峻考验。在产业能力层面，以个人或家庭为单位的脆弱运营模式，普遍存在供应链管理、品控与售后能力薄弱的问题，抗市场风险能力明显不足。更深层的社会文化挑战在于，数字红利多集中于年轻“归乡者”，而大量中老年农民面临“数字失语”风险，同时内容过度“滤镜化”也可能导致乡土文化原真性的流失。

面对这些复合型挑战，亟需构建一个多方协同的支持体系以引导其行稳致远。对于新农人个体而言，未来路径在于从追逐流量转向深耕价值，即基于自身独特资源进行垂直化、精品化内容创作，并推动自身从“个人网红”向重视供应链与用户关系的“小而美”品牌主理人转型。对于平台与企业，则需要履行社会责任，通过优化算法以激励多元创新，并提供涵盖供应链、品控、金融等环节的系统性赋能，帮助创作者补齐产业能力短板。对于政策与产业，政策重点应从初期扶持转向“赋能式治理”，通过加强普惠性数字培训、完善基础设施、出台规范来营造健康生态；产业层面则应推动新农人与农民合作社、农业企业等建立深度利益联结，使其深度融入乡村产业肌理而非成为数字孤岛。总而言之，化解当前挑战的关键在于从追求短期流量转向构筑长期价值，从个体单打独斗转向系统生态共建，唯有如此，新农人这一充满活力的新生力量才能真正夯实为推动乡村全面、可持续发展的坚实根基。

V. 结论

本研究揭示，数智时代的“新农人”在技术、平台与个体能动性的共同驱动下，已从传统生产者转型为集传播、经营、文化与社区参与于一身的复合型数字行动者。这一转型在个体、产业与社会文化层面产生了多维度的振兴意义，但也内嵌着内容同质化、产业链脆弱及数字鸿沟等系统性挑战。研究在理论层面构建了聚焦“行动者实践”的分析框架，在实践层面则指出，其可持续发展有赖于个体向“价值深耕”转型、平台与企业提供系统性赋能，以及政策迈向“赋能式治理”，从而构建健康包容的生态，真正夯实其在乡村全面振兴中的内生力量。

参考文献

- [1] 汤文靖, 胡妍, 鲁晓雨 (2023). “新农人”在短视频中的媒介形象呈现 [J]. 中国出版, (11): 35-39.
- [2] 韩运荣, 张姝琪 (2024). 乡村振兴背景下短视频平台归乡新农人 IP 研究——以抖音为例 [J]. 中国新闻传播研究, (05): 97-113.
- [3] 杨璐, 唐光庭 (2023). 数智化传播环境下“新农人”短视频的创新策略 [J]. 电视研究, (02): 71-73.
- [4] 马梅, 姜淼 (2021). 乡村振兴视域下新农人短视频带货的身体叙事——以快手五位短视频带货新农人为例 [J]. 传媒观察, (07): 64-71.
- [5] 段鹏. 鸿沟的渐隐 (2021): 发展传播学视野下的农民参与和乡村振兴——作为“新农具”的三农短视频 [J]. 当代电影, (07): 134-139.
- [6] 中国日报 · <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1838244336873494749&wfr=spider&for=pc>
- [7] 新浪财经 · <https://finance.sina.com.cn/roll/2025-09-25/doc-infrtceq1155825.shtml>

[8] 北青网 • <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1843956940336364343&wfr=spider&for=pc>

[9] 任裕海 (2015). 全球化、身份认同与超文化能力[M]. 南京: 南京大学出版社, 281.

[10] HOWKINSJ(2010). The creative economy: how people make money from ideas[M]. Beirut: Arab Scientific Publishers, 17.

Exploration of the role transformation of "new rural talents" in short videos in the context of the digital and intelligent era

Jiang Libin, (Harbin Normal University, China)

Abstract: In the era of rapid digitalization and intelligentization, a large number of short video "new farmers" have gradually become an emerging group that cannot be ignored, leveraging their unique advantages and contributing their strength to the tide of rural revitalization. This paper focuses on the role transformation of the short video "new farmers" in the digital and intelligent era. By reviewing existing literature and analyzing typical cases, it reveals the structural dilemmas faced by this group during the transformation process. It provides theoretical references for the digital transformation of rural areas and explores feasible paths to guide the healthy development of the "new farmers" group.

Keywords: digital and intelligent era; short videos; new rural entrepreneurs; role transition

Copyright ©2026 by Author(s). This article is open accessed under the CC-BY License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

