

构建湘西农村电商直播人才协同培养模式： 乡村振兴的新路径研究

田 晋*, 林 静, 张婧婷, 刘 翼, 王 丹

湘西民族职业技术学院经济贸易学院, 湖南 吉首

收稿日期: 2024年10月14日; 录用日期: 2024年11月12日; 发布日期: 2024年11月19日

摘 要

在乡村振兴战略背景下, 电商直播已成为连接农村产品与市场的重要桥梁, 对推动农村经济发展具有重要作用。然而, 湘西地区在电商直播人才培养方面仍面临诸多挑战。本研究基于湘西地区实际情况, 探讨构建适合当地特色的电商直播人才协同培养模式, 以促进乡村振兴。文章通过文献综述、实地调研、问卷调查、访谈、案例分析, 深入分析了湘西农村电商直播人才的现状与需求, 构建了理论框架, 设计了具体的协同培养模式及实施方案。研究发现, 电商直播在提升农产品销售、构建品牌形象、增加农民收入等方面发挥了重要作用。针对湘西地区人才培养面临的资源不足、校企合作不畅等问题, 本研究提出了一种多元参与、资源共享的协同培养模式, 强调教育机构、企业、政府和社区的紧密合作。该模式通过优化课程体系、创新教学方法、加强实践教学等方式, 旨在培养既具备专业技能又深植地方文化的电商直播人才。研究结果为湘西及类似地区的乡村振兴提供了新的思路和实践指导。

关键词

湘西, 电商直播, 人才培养, 协同培养模式, 乡村振兴

Constructing a Collaborative Training Model for Rural E-Commerce Live Streaming Talents in Xiangxi: A New Path for Rural Revitalization

Jin Tian*, Jing Lin, Jingting Zhang, Yi Liu, Dan Wang

School of Economics and Trade, Xiangxi Vocational and Technical College for Nationalities, Jishou Hunan

Received: Oct. 14th, 2024; accepted: Nov. 12th, 2024; published: Nov. 19th, 2024

*第一作者。

文章引用: 田晋, 林静, 张婧婷, 刘翼, 王丹. 构建湘西农村电商直播人才协同培养模式: 乡村振兴的新路径研究[J]. 教育进展, 2024, 14(11): 1010-1021. DOI: 10.12677/ae.2024.14112164

Abstract

In the context of rural revitalization strategy, e-commerce live streaming has become an important bridge connecting rural products with markets, playing a crucial role in promoting rural economic development. However, the Xiangxi region still faces numerous challenges in cultivating e-commerce live streaming talents. Based on the actual situation in Xiangxi, this study explores the construction of a collaborative training model for e-commerce live streaming talents tailored to local characteristics to promote rural revitalization. This study thoroughly analyzes the current status and needs of rural e-commerce live streaming talents in Xiangxi, constructs a theoretical framework, and designs a specific collaborative training model and implementation plan through literature review, field research, questionnaire surveys, interviews, case analysis. The research finds that e-commerce live streaming plays a significant role in enhancing agricultural product sales, building brand image, and increasing farmers' income. Addressing issues such as insufficient resources and ineffective school-enterprise cooperation in talent cultivation in the Xiangxi region, this study proposes a collaborative training model featuring multi-party participation and resource sharing, emphasizing close cooperation among educational institutions, enterprises, government, and communities. This model aims to cultivate e-commerce live streaming talents with both professional skills and deep roots in local culture through optimizing curriculum systems, innovating teaching methods, and strengthening practical training. The research results provide new ideas and practical guidance for rural revitalization in Xiangxi and similar regions.

Keywords

Xiangxi, E-Commerce Live Streaming, Talent Cultivation, Collaborative Training Model, Rural Revitalization

Copyright © 2024 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

随着国家乡村振兴战略的深入推进，电子商务特别是电商直播在促进农村经济发展、提高农民收入方面的作用日益凸显。2024 年中央一号文件《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》强调了农村经济和社会发展面临的转型升级机遇。在此背景下，如何培养适应新时代需求的农村电商直播人才，成为推动乡村振兴的关键问题之一。

湘西作为少数民族聚居区，拥有丰富的民族文化和自然资源，但同时也面临着地理位置偏远、教育资源不足、信息化基础设施薄弱等挑战。《湘西自治州乡村振兴教育优质均衡工程实施方案》明确指出了这些挑战。近年来，湘西地区积极发展电商直播，取得了一定成效，但在人才培养方面仍存在诸多不足。《湘西自治州人民政府办公室关于加快电子商务发展若干政策措施的通知》特别强调了培养具备电商直播技能的新型人才对促进地区经济发展的重要性。

基于此，本研究聚焦湘西地区，探讨如何构建适合当地特色的电商直播人才协同培养模式，以支持乡村振兴战略的实施。研究将重点解决电商直播在湘西乡村振兴中的作用、湘西农村电商直播人才的现状与需求、适合湘西特色的电商直播人才协同培养模式设计，以及该模式的具体实施路径和保障措施等问题。通过这些问题的探讨，本研究旨在为湘西及类似地区的电商直播人才培养提供理论指导和实践参

考，为推动乡村振兴贡献新的思路和方法。

2. 文献综述

2.1. 国外相关研究的学术史梳理

1) 电商直播与农村市场接入

电商直播正在为农村市场接入开辟新的路径，提供了前所未有的销售机会。早期研究指出网络平台特别是在农产品销售方面展现出其潜力[1]。随着技术发展，直播带货模式的新销售渠道和品牌知名度提升方面受到越来越多的关注[2]。此外，最新研究探讨了电商直播如何增强农民的市场信息掌握和定价能力[3]，从而为农民打开了新的收入渠道[4] [5]。这些发现突显了电商直播在激活农村市场中的关键作用，预示其未来角色的重要性将进一步增强。

2) 电商直播在农村经济中的角色

电商直播正逐渐成为农村经济发展的一个关键因素，研究显示其对农村经济活力有着潜在的促进作用[6]。随着电商直播的不断发展，其在促进农村经济多元化、增值以及创造就业和创业机会方面的作用日益凸显[7] [8]。最新研究表明电商直播还能吸引更多投资和资源，促进农村地区经济结构的优化升级[9]。这些研究共同揭示了电商直播在农村经济发展中所发挥的多方面作用，预示着其在未来将扮演更加重要的角色。

3) 技能培训与教育创新

随着电商直播的快速发展，农村地区对相关人才的需求不断增长。基本的电脑和互联网技能培训的重要性日益凸显[10] [11]。直播主持人和电商运营人才的技能培训变得尤为重要[12] [13]。最新研究开始探讨通过实践项目和案例学习等创新教育模式来提升学习者的实操能力和就业竞争力[14]。这些研究为电商直播领域的人才培养提供了新的思路和方法，预计未来将出现更多创新的教育方式以满足不断增长的人才需求。

4) 社会影响与文化融合

电商直播不仅在经济层面产生影响，也在社会文化层面引发了变革。[15]探讨了互联网技术如何促进农村文化传播和构建社区认同。随着电商直播的普及，[16]和[17]开始关注其在促进农村文化遗产保护和增强社区认同感方面的作用。最新的研究，如[18]所示，还探讨了电商直播如何促进农村与外部世界的文化交流、加强文化融合，并推动社会的包容性。这些研究表明，随着电商直播平台的不断壮大，其在促进文化传播和社会融合方面的潜力将得到进一步发挥。

2.2. 国内相关研究的学术史梳理

1) 乡村振兴战略背景下的人才培养研究

乡村振兴战略的提出对农村地区的人才培养提出了新的要求和挑战。早期研究主要集中于分析政策背景和教育体系的现状[19]，为后续的研究奠定了基础。随后，研究者开始关注如何通过教育体系改革来满足乡村振兴中对多样化人才的需求[20]，并进一步探索具体的人才培养策略和模式[21]。在这一系列研究中，[22]的工作通过案例分析，展示了创新教育模式在实际应用中的成效和挑战。最近，[23]的研究者提出了针对乡村特定需求的定制化人才培养方案，强调了地方特色和实际需求的重要性。这些研究明确了乡村振兴战略下，对教育改革和人才培养模式的创新提出了更高的要求，强调了根据地方实际需求定制化人才培养方案的重要性。

2) 电商直播在农村经济发展中的作用

电商直播已成为推动农村产品销售和品牌建设的有效工具，对农民收入的增加产生了积极影响。研

究表明,电商直播能够扩大农产品的市场覆盖范围,提高产品的知名度[24]。此外,通过直播带货,农产品可以直接触达消费者,从而提高销售额并增加农民的收入[25][26]。更重要的是,电商直播还为农产品品牌建设提供了新的途径[26]。研究[27][28]进一步证实了电商直播对于乡村振兴战略实施的重要作用。然而,有研究指出需要防范其可能带来的风险[29]。综上,电商直播虽然在促进农村经济发展方面发挥着积极作用,但其健康可持续发展仍需要有效管控风险。

3) 农村电商人才培养模式的研究

农村电商人才培养对于实现乡村振兴战略具有重要意义。近年来的研究着重于探讨如何通过课程设计和实践教学来提高人才培养的质量和效率[30][31]。产学研合作被认为是提升教育质量的关键策略之一[32][33]。此外,国内外的比较研究揭示了不同培养模式的优势和局限性,为优化国内农村电商人才培养模式提供了参考[34]。因此,通过对不同人才培养模式的比较和分析,以上研究揭示了课程设计、实践教学和产学研合作在提高农村电商人才培养效率和质量中的关键作用,为优化培养模式提供了有益见解。

4) 协同培养模式的理论与实践

协同培养模式,通过整合教育与产业资源,为乡村振兴战略下的人才培养提供了新思路。该模式强调校企合作的重要性,旨在更好地将教育内容与市场需求相对接[35]。实践中,成功的校企合作案例为协同培养模式提供了有力的支撑[36]。此外,产教融合不仅能提升学生的实践技能,还能促进学校教育与企业需求的有效对接[37]-[39]。总之,协同培养模式通过强化校企合作和产教融合,不仅提升了学生的实践技能,还促进了教育内容与市场需求的对接,为乡村振兴战略下的人才培养提供了新的路径和思路。

2.3. 国内外研究综评

已有的国内外研究在电商直播如何促进农村市场接入、提升农产品销售以及农民收入方面取得了一定成果,揭示了电商直播在激活农村市场和推动农村经济发展中的积极作用。然而,这些研究也存在不足之处,需要进一步探讨和深入。

1) 对于农村社区特定需求的深入了解和电商直播人才培养模式与这些需求之间的匹配程度尚未得到充分研究。

2) 性别平等和社会包容性在电商直播人才培养中的重要性尚未被充分强调,这对于实现乡村振兴中的公平参与至关重要。

3) 教育资源的不均衡分配及其对电商直播人才培养效果的影响还未得到充分探讨,特别是在资源较为匮乏的农村地区。

4) 文化遗产与保护方面的研究也较为欠缺,尤其是在电商直播可能对湘西地区独特文化和传统的影响和保护机制方面。

总的来说,虽然已有研究为我们提供了电商直播在促进湘西农村经济发展和人才培养方面的宝贵见解,但仍有许多细节和领域需要进一步深入探索和完善。

3. 理论框架与研究方法

3.1. 理论框架

本研究基于协同理论、人力资本理论和社会资本理论构建理论框架(图 1)。协同理论强调系统中各要素之间的协调配合,为构建多方参与的人才培养模式提供了理论基础。人力资本理论强调教育投资对个人和社会发展的重要性,为电商直播人才培养的必要性提供了理论支撑。社会资本理论则强调社会网络和关系在资源获取和能力提升中的作用,为协同培养模式中各方的合作互动提供了理论解释。

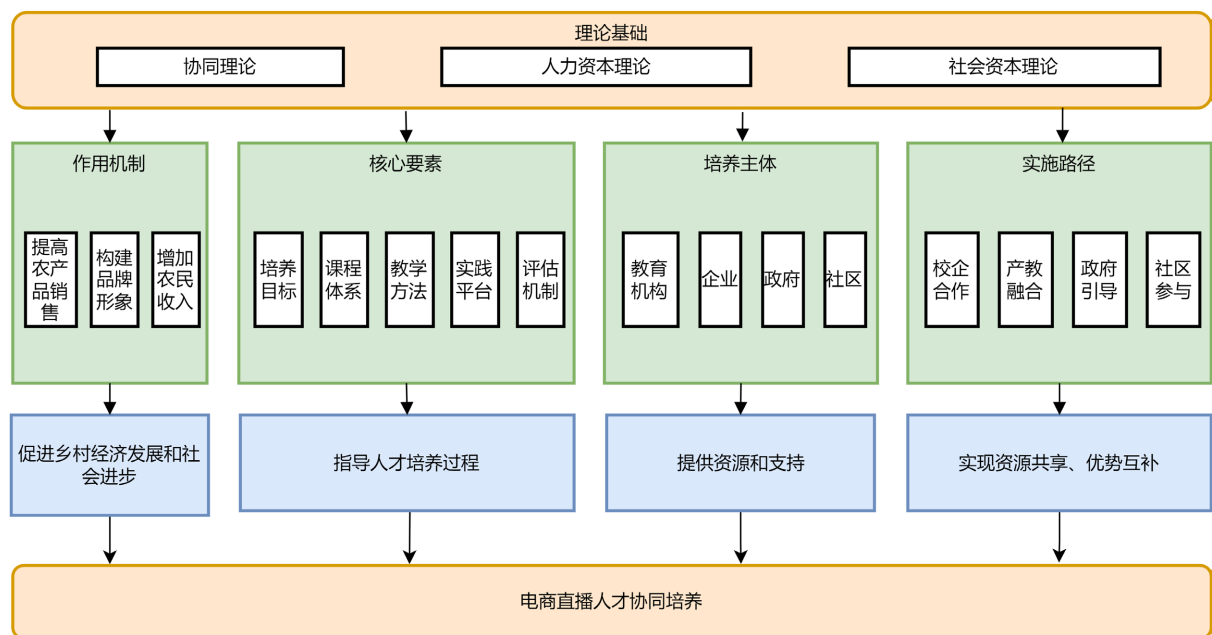


Figure 1. Theoretical framework
图 1. 理论框架

基于上述理论，本研究提出的理论框架涵盖了电商直播在乡村振兴中的作用机制、电商直播人才协同培养模式的核心要素、协同培养的主体及其作用，以及协同培养的实施路径。电商直播通过提高农产品销售、构建品牌形象、增加农民收入等方式，促进乡村经济发展和社会进步。协同培养模式的核心要素包括培养目标、课程体系、教学方法、实践平台和评估机制等。在此过程中，教育机构、企业、政府和社区等主体发挥各自优势，通过校企合作、产教融合、政府引导和社区参与等方式，实现资源共享、优势互补，提高培养效果。

这一理论框架为研究湘西农村电商直播人才培养提供了系统的指导，有助于全面理解和分析相关问题，为后续的实证研究和模式设计奠定了基础。

3.2. 研究方法

本研究采用混合研究方法，结合定性和定量分析，以全面把握湘西农村电商直播人才培养的现状、需求和挑战。具体研究方法如下：

- 1) 文献综述：系统回顾国内外相关文献，梳理电商直播、乡村振兴、人才培养等领域的研究进展，为理论框架构建和研究设计提供基础。
- 2) 实地调研：于 2024 年 5 月至 6 月期间，通过深度访谈、参与观察等方式，收集湘西地区电商直播实践者、农民、教育工作者、政府官员等利益相关者的观点和经验。调研共涉及 4 个县市的 8 个乡镇，访谈了 20 余名关键人物。
- 3) 问卷调查：于 2024 年 6 月设计并发放针对湘西地区电商直播从业者、学生、教师的问卷，收集关于人才现状、培养需求、存在问题等方面的数据。问卷发放对象包括 30 名从业者、200 名学生和 20 名教师，回收有效问卷分别为 27 份、186 份和 19 份。
- 4) 访谈：于 2024 年 7 月对 10 名电商直播领域专家、5 名政府官员和 5 名企业负责人进行半结构化访谈，了解他们对湘西电商直播人才培养的看法和建议。

- 5) 案例分析:选取湘西地区 3 个典型的电商直播人才培养项目案例进行深入分析,总结经验和教训。
- 6) 统计分析:运用 SPSS 26.0 软件,对收集的问卷数据进行描述性统计、因子分析、回归分析等,探究影响电商直播人才培养效果的关键因素。
- 7) 模型构建与验证:基于理论框架和实证研究结果,构建适合湘西特色的电商直播人才协同培养模式,并于 2024 年 8 月通过专家论证和小规模试点进行验证和优化。

4. 湘西农村电商直播人才现状与需求分析

4.1. 现状分析

通过实地调研和问卷调查,本研究对湘西农村电商直播人才的现状进行了深入分析。调查结果显示,湘西地区电商直播人才在数量、质量和结构方面存在明显不足。

在人才数量方面,湘西地区电商直播人才总体数量不足,尤其是高素质、复合型人才严重匮乏,仅有 25%的受访者认为当前人才供给能够满足市场需求。技能水平方面,现有电商直播人才的技能水平参差不齐,在直播技巧、产品推广、客户服务等核心技能方面,仅有 30%的从业者自评达到熟练水平。知识结构方面,多数从业者缺乏系统的电商知识和营销理论基础,60%的受访者未接受过专业的电商培训。

此外,文化认同方面也存在不足,本地年轻人对传统文化和农产品缺乏深入了解,难以有效传播当地特色。年龄结构方面,电商直播从业者以年轻人为主,35 岁以下占比达 80%,但缺乏经验丰富的中高级人才。

这些调查结果反映出湘西农村电商直播人才存在的多方面问题。人才总量无法满足快速增长的市场需求,专业技能和理论素养有待提升,文化传承意识较为薄弱,高层次人才尤其匮乏。这些问题制约了湘西电商直播行业的进一步发展,亟需通过创新人才培养模式来破解人才瓶颈。

4.2. 需求分析

基于对湘西地区电商直播产业发展趋势和人才市场的分析,本研究识别了主要的人才需求。调查结果表明,湘西电商直播行业对复合型和本土化人才的需求最为迫切,分别有 78%和 72%的受访者将其列为重点需求。这反映出电商直播在湘西的发展,离不开既懂技术又熟悉本地特色的复合型人才。

具体而言,市场需求的人才类型包括复合型人才、本土化人才、技术型人才、营销型人才和管理型人才。复合型人才需要既熟悉电商直播技术,又了解农产品特性和市场需求。本土化人才则需要深谙当地文化,能够有效传播湘西特色。技术型人才主要是精通直播技术、视频制作、数据分析等专业技能的人才。营销型人才需具备市场洞察力和创新营销能力。管理型人才则需要能够统筹规划、组织协调电商直播活动。

各类专业人才如技术型、营销型、管理型人才的需求也较为旺盛,体现了电商直播行业对人才专业化、分工细化的客观要求。这种多元化的人才需求结构,反映了湘西电商直播行业的快速发展和日益复杂的市场环境,也为人才培养提出了更高的要求 and 更广阔的发展空间。

4.3. 存在的问题与挑战

通过分析,本研究识别了湘西农村电商直播人才培养面临的主要问题和挑战。调查显示,受访者普遍认为教育资源不足(85%)、实践平台有限(82%)和培养模式落后(79%)是制约湘西电商直播人才培养的三大问题。此外,师资力量薄弱、人才流失严重、文化传承不足等问题也不容忽视,分别有 68%、62%和 57%的受访者表示关切。

具体而言,湘西地区面临专业的电商直播培训机构和课程匮乏,难以满足大规模人才培养需求的问题。

题。同时,缺乏真实的电商直播实践环境,学生难以获得实操经验。师资力量方面,具备电商直播实践经验的教师数量不足,影响教学质量。传统的课堂教学模式难以适应电商直播的快速发展和实践需求。此外,培养的人才易被大城市吸引,难以留在本地服务乡村振兴。年轻一代与传统文化脱节,难以有效传播湘西特色文化。政策方面,缺乏针对电商直播人才培养的专项政策和资金支持。

这些问题的存在,凸显了湘西在电商直播人才培养方面的诸多短板,迫切需要通过体制机制创新、资源整合和政策扶持等举措来加以破解。本节通过问卷调查、访谈和实地考察,深入分析了湘西农村电商直播人才的现状、需求和面临的主要问题。调查结果揭示了湘西在电商直播人才数量、质量和结构等方面存在的突出短板,凸显了复合型、本土化人才的紧迫需求,同时也明确了教育资源、实践平台、师资力量等方面的主要制约因素。这为后续构建协同培养模式提供了重要依据,可以更加精准地指导培养模式的优化和改进,从而切实提升湘西电商直播人才的培养质量和效率。

5. 湘西农村电商直播人才协同培养模式设计

本节在前期调研的基础上,借鉴国内外先进经验,遵循“政行学企社”多方协同的理念,从培养目标、课程体系、教学方法、实践平台、评价机制等方面,系统设计了“三位一体、产教融合、贯通培养”的湘西农村电商直播人才协同培养模式。该模式充分利用学校、企业、政府、社区等多元主体的资源优势,通过顶层设计、专项支持、平台搭建、机制创新等举措,构建了全要素、全过程、全方位的人才培养新生态,形成了“资源共享、优势互补、协同育人”的良性局面。同时,该模式坚持“育训结合、学用一体”,注重人才培养与产业发展、乡村振兴的深度融合,强化理论与实践的双向迭代,培育学生的乡土情怀和文化自信,激发内生动力和创新活力,从而实现了人才培养的供给侧和产业发展的需求侧的精准匹配和动态适配。可以说,这一模式是理论指导与湘西实践相结合的创新成果,为破解湘西农村电商直播人才瓶颈提供了一套切实可行的系统方案。

5.1. 培养目标

培养目标是构建协同培养模式的基础和指引。本模式的培养目标是培养具备电商直播专业技能、熟悉湘西特色文化、了解农产品特性、具有创新精神和实践能力的复合型电商直播人才,以支撑湘西地区乡村振兴和农村经济发展。

具体而言,培养目标包括掌握电商直播的核心技能,如直播技巧、视频制作、数据分析等;深入了解湘西地区的文化特色和农产品特性;具备市场分析和创新营销能力;培养实践操作和问题解决能力;以及树立服务乡村振兴的使命感和责任感。这些目标的设定旨在培养全面发展的电商直播人才,既具备专业技能,又能深入理解和传播湘西特色文化,同时具有创新思维和实践能力,能够为湘西地区的乡村振兴和经济发展做出实质性贡献。

通过这样的培养目标,我们期望培养出的人才不仅能够熟练运用电商直播技术,还能够深刻理解湘西地区的文化内涵和农产品特点,从而更好地推广湘西特色产品,促进当地经济发展。同时,这些人才还应具备创新思维和问题解决能力,能够适应快速变化的市场环境,为湘西地区的乡村振兴贡献自己的力量。

5.2. 培养主体及其作用

协同培养模式强调多方参与,主要培养主体包括教育机构、企业、政府和社区。这些主体在培养过程中扮演不同的角色,共同构成了一个完整的培养体系。

教育机构是培养的主要实施者,负责提供理论知识和基础技能培训,设计课程体系并实施教学。企

业则作为实践平台的提供者，不仅为学生提供实习机会，还参与课程设计和实训指导，为学生带来宝贵的行业经验。政府在这个过程中扮演着政策制定者和资源提供者的角色，通过制定相关政策、提供资金支持和资源保障，为培养工作创造良好的环境。社区作为文化资源的载体和社会网络的中心，为人才培养提供了丰富的文化资源和实践平台，有利于协助开展各类实践活动

这种多方参与的模式充分利用了各方的优势资源，形成了理论学习与实践体验相结合、校内培养与社会实践相衔接的培养体系。通过教育机构、企业、政府和社区的协同合作，可以为学生提供全方位、多角度的学习和实践机会，有效提升培养质量。

5.3. 课程体系设计

课程体系设计以培养目标为导向，注重理论与实践的结合，包括以下模块。

Table 1. Modules of the curriculum system

表 1. 课程体系的模块

模块	课程内容
基础知识模块	电子商务基础、市场营销、农产品知识等
专业技能模块	直播技巧、视频制作、数据分析、客户服务等
文化素养模块	湘西文化概论、农村社会学、文化传播学等
创新创业模块	创新思维、创业管理、商业模式设计等
实践教学模块	模拟直播、企业实习、项目实践等

表 1 清晰地展示了课程体系设计的五个主要模块及其对应的课程内容。每个模块都针对特定的培养目标，涵盖了理论知识和实践技能，旨在培养全面发展的电商直播人才。

5.4. 教学方法创新

为提高培养效果，本模式采用了一系列创新教学方法，旨在提升学生的实践能力和综合素质。这些方法包括案例教学法、项目驱动法、翻转课堂、模拟直播、大师讲堂和跨界学习等。

通过案例教学法，学生可以分析成功的电商直播案例，培养分析和应用能力。项目驱动法则通过设置真实的电商直播项目，让学生在实践学习和成长。翻转课堂利用在线资源进行自主学习，将课堂时间用于讨论和实践，提高学习效率。模拟直播通过搭建模拟直播间，让学生体验真实的直播环境，提前适应工作场景。大师讲堂邀请行业专家和成功电商主播进行经验分享，为学生提供宝贵的行业洞察。跨界学习则组织学生参与文化活动、农业生产等，帮助他们深入了解当地特色，增强文化认同感。

这些创新教学方法的综合运用，打破了传统的课堂教学模式，将理论学习与实践操作紧密结合，有效提升了学生的实践能力和创新思维。同时，通过引入行业实践和本地文化元素，培养了学生对电商直播行业的深入理解和对湘西文化的认同感。这种多元化、实践导向的教学方法，不仅能够提高学生的学习兴趣 and 参与度，还能够更好地培养符合市场需求的复合型电商直播人才。

5.5. 实践平台建设

实践平台是协同培养模式的重要支撑，本模式设计了多层次、多类型的实践平台体系，以满足学生全方位的实践需求。这些平台包括校内实训基地、校企合作基地、创业孵化基地、农产品直播基地和网络直播平台等。

校内实训基地通过建设模拟直播间、视频制作室等设施,为学生提供基础的实践环境。校企合作基地则与当地电商企业合作,为学生提供真实的实习岗位,使其能够在实际工作环境中学习和成长。创业孵化基地为有创业意愿的学生提供场地、设备和指导,支持学生将创意转化为实际项目。农产品直播基地则在农村建立直播点,让学生直接参与农产品推广,深入了解农村实际情况。此外,通过与主流直播平台合作,为学生提供更广阔的网络直播实践机会。

这种多元化的实践平台体系,不仅为学生提供了全面的实践机会,还实现了理论学习与实际应用的紧密结合。学生可以在不同的平台上锻炼不同的技能,从基础的模拟实训到真实的企业实习,再到创业实践和农产品推广,逐步提升自己的综合能力。同时,这种实践体系也充分利用了学校、企业和社会的资源,形成了多方协同的培养机制。

5.6. 评估与反馈机制

为确保培养质量,本模式建立了全面的评估与反馈机制。这一机制强调多元主体参与、全过程评估、能力导向和动态调整,旨在全方位、客观地评估培养效果,并及时优化培养方案。

评估过程中,教师、企业导师、同学以及学生自身都参与其中,形成多角度的评价体系。评估内容涵盖学习过程、实践表现和创新成果等多个维度,确保对学生能力的全面评估。特别注重学生的实际操作能力和问题解决能力,以确保培养目标的实现。此外,评估机制还包括动态调整机制,根据评估结果和市场反馈,及时调整培养方案,以适应不断变化的市场需求。

这种全面的评估与反馈机制不仅能够客观评价学生的学习成果,还能及时发现培养过程中的问题,为持续改进培养模式提供依据。通过多方参与、全过程跟踪和动态调整,能够确保培养质量的持续提升。

6. 协同培养模式的实施路径与保障措施

要将上述电商直播人才协同培养模式落到实处,需要制定切实可行的实施路径,并提供必要的制度和资源保障。本节在前文研究的基础上,提出协同培养模式的具体实施路径和保障措施,以期为该模式的顺利实施提供参考。

6.1. 实施路径

为确保湘西农村电商直播人才协同培养模式的有效落实,本研究提出了一系列具体的实施路径。这些路径涵盖了从整体规划到具体执行的各个环节,旨在确保培养模式的顺利实施和持续优化。

首先,需要制定详细的实施计划,明确各方职责、时间节点和具体任务,为整个实施过程提供清晰的指导。同时,建立由教育机构、企业、政府和社区代表组成的协调小组,确保各方能够有效沟通和协作。在课程体系方面,要根据市场需求和学生反馈,动态调整课程设置,保证培养内容的实用性和时效性。

师资建设是实施路径中的重要一环,通过培训现有教师、引进行业专家,建设双师型教师队伍,提升教学质量。推进校企合作也是关键,通过签订合作协议,共建实践基地,开展订单式培养,实现教育与产业的紧密结合。同时,要整合各方资源,搭建多层次、多形式的实践平台,为学生提供丰富的实践机会。

最后,通过选择典型案例进行试点,总结经验后逐步推广,确保模式的可行性和有效性。这种循序渐进的实施方式,有助于在实践中不断完善培养模式,最终形成一套适合湘西地区特点的电商直播人才培养体系。

6.2. 保障措施

为确保协同培养模式的顺利实施,本研究提出了一系列保障措施,涵盖政策支持、资金保障、激励机制、平台支持、质量监督和文化引导等多个方面。这些措施旨在为培养模式的实施创造有利条件,确保其持续有效运行。

在政策层面,建议制定专项政策,在资金、场地、设备等方面给予支持,同时设立专项基金,为电商直播人才培养项目提供资金保障。为调动各方参与的积极性,可对参与协同培养的企业和个人给予税收优惠、荣誉表彰等激励。在资源整合方面,搭建信息共享平台,促进各方资源对接和交流,提高资源利用效率。

为确保培养质量,建立第三方评估机制,定期对培养质量进行评估和监督,及时发现和解决问题。同时,营造重视电商直播人才培养的社会氛围,提高社会认可度,为人才培养创造良好的外部环境。

总的来说,协同培养模式的实施需要教育机构、企业、政府、社区等多方通力合作,在人才培养全过程中形成合力。只有建立健全配套的体制机制,完善政策法规,加大资金投入,营造良好氛围,协同培养模式才能真正发挥应有的作用,为湘西农村电商直播事业提供源源不断的人才支持。

7. 结论与展望

本研究通过深入分析湘西农村电商直播人才的现状与需求,设计了一种基于协同理论的创新型人才培养模式。该模式强调多方参与、资源共享、理论实践结合,旨在培养既具备专业技能又深植地方文化的复合型电商直播人才。

研究发现,电商直播在湘西乡村振兴中发挥了重要作用,但面临人才匮乏的挑战。湘西农村电商直播人才培养存在教育资源不足、实践平台有限、人才流失等问题。针对这些问题,协同培养模式通过整合教育机构、企业、政府和社区的资源,可有效提升人才培养质量。创新课程体系、教学方法和实践平台是提高培养效果的关键,而政策支持、资金保障和质量监督则是协同培养模式实施的重要保障。

本研究为湘西及类似地区的电商直播人才培养提供了新的思路和方法,对推动乡村振兴具有重要意义。未来研究可进一步探讨协同培养模式的长期效果评估及优化策略,电商直播人才培养与乡村文化传承的深度融合,数字技术在协同培养模式中的应用与创新,以及跨区域合作培养电商直播人才的可能性与路径。

总之,构建适合湘西特色的电商直播人才协同培养模式,不仅是应对当前人才短缺的有效策略,更是推动乡村振兴的长远之计。随着模式的不断完善和推广,有望为湘西乃至全国的乡村振兴注入新的动力。

基金项目

本文系湘西州哲学社会科学成果评审委员会 2024 年度课题“乡村振兴背景下湘西农村创新型电商直播人才协同培养模式研究”(项目编号: ZSP202414)的研究成果。

参考文献

- [1] Radosavljevic, K. (2015) The Competitiveness of Agricultural Products: Case Study of Plum Production and Sale. *Ekonomika preduzeća*, **63**, 449-460. <https://doi.org/10.5937/ekopre1508449r>
- [2] de Loenzien, M., Schantz, C., Luu, B.N. and Dumont, A. (2019) Magnitude and Correlates of Caesarean Section in Urban and Rural Areas: A Multivariate Study in Vietnam. *PLOS ONE*, **14**, e0213129. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0213129>
- [3] Si, C., Shanat, M.B. and Jalil, M.H. (2023) Thinking on the Current Situation and Future Development Trend of E-

- Commerce Live Streaming with Goods—Analytic Perspective Based on Marketing Strategy. *Journal of World Economy*, **2**, 56-64. <https://doi.org/10.56397/jwe.2023.09.08>
- [4] Lin, Q.Y. and Gan, S.Y. (2023) The Impact of Live E-Commerce on College Students' Consumption Perceptions and Behaviors. *SHS Web of Conferences*, **163**, Article ID: 02038. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202316302038>
- [5] Liu, X. (2023) Research on E-Commerce Communication Model of Rural Youth. *International Journal of Mathematics and Systems Science*, **6**, 215-217.
- [6] Tong, J. (2017) A Study on the Effect of Web Live Broadcast on Consumers' Willingness to Purchase. *Open Journal of Business and Management*, **5**, 280-289. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2017.52025>
- [7] Jiao, S., Wang, X., Ma, C. and Deng, Y. (2024) How Does Sports E-Commerce Influence Consumer Behavior through Short Video Live Broadcast Platforms? Attachment Theory Perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, **36**, 1557-1575. <https://doi.org/10.1108/apjml-08-2023-0777>
- [8] Pan, Y. (2020) Research on E-Commerce Live Broadcast Based on Interaction Ritual Chain Theory. *Journal of the Korea Convergence Society*, **11**, 15-21.
- [9] Deng, J., Tajuddin, R.B.M., Chen, Z., Ren, B. and Shariff, S.M. (2023) The Impact of Virtual Presence on the Behavior of Live E-Commerce Consumers. In: Zheng, Z., et al., Eds., *Atlantis Highlights in Engineering*, Atlantis Press International BV, 385-392. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-210-1_47
- [10] Chen, Y. and Tsao, H. (2017) A Comparison of Approaches of Poverty Alleviation through E-commerce. 2017 3rd *International Conference on Information Management (ICIM)*, Chengdu, 21-23 April 2017, 78-82. <https://doi.org/10.1109/infoman.2017.7950350>
- [11] Zhang, Y. and Lu, Y. (2018) Research on the Problems and Strategies of Rural E-Commerce in the Age of Internet + Agriculture. 2018 14th *International Conference on Semantics, Knowledge and Grids (SKG)*, Guangzhou, 12-14 September 2018, 257-260. <https://doi.org/10.1109/skg.2018.00041>
- [12] Haji, K. (2021) E-Commerce Development in Rural and Remote Areas of BRICS Countries. *Journal of Integrative Agriculture*, **20**, 979-997. [https://doi.org/10.1016/s2095-3119\(20\)63451-7](https://doi.org/10.1016/s2095-3119(20)63451-7)
- [13] Mei, T.H., Sjarif, M.A., Mulia, N. and Jayanti, T.B. (2022) The Challenges of Starting and Operating an E-Commerce Business in Rural Areas. *Proceedings of the 3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*, 25 August 2021, 1944-1950. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.318>
- [14] Trujillo, M.P. and Aleán-Romero, A. (2024) The Impact of ICT and E-Commerce on Employment in Colombia. *Electronic Commerce Research and Applications*, **65**, Article ID: 101378. <https://doi.org/10.1016/j.elelap.2024.101378>
- [15] Yin, S. (2020) A Study on the Influence of E-Commerce Live Streaming on Consumer's Purchase Intentions in Mobile Internet. In: Stephanidis, C., et al., Eds., *HCI International 2020—Late Breaking Papers: Interaction, Knowledge and Social Media*, Springer International Publishing, 720-732. https://doi.org/10.1007/978-3-030-60152-2_54
- [16] Wang, Y., Lu, Z., Cao, P., Chu, J., Wang, H. and Wattenhofer, R. (2022) How Live Streaming Changes Shopping Decisions in E-Commerce: A Study of Live Streaming Commerce. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, **31**, 701-729. <https://doi.org/10.1007/s10606-022-09439-2>
- [17] Halim, E., Nur, C., Adiba, A., et al. (2022) Comparative Analysis of the Effect of Live Streaming Shopping on E-Commerce and S-Commerce on Impulsive Buying Behavior in Indonesia. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, Istanbul, 7-10 March 2022, 4396-4407.
- [18] Miin, G.H., Abdul Ghani, D., Nawati, N.C., Zainuddin, S.A.B., Abdullah, T., Rahim, M.N.A., et al. (2023) Examining the Affect of Impulse Purchase Behavior in Live Streaming E-Commerce among Generation Z. In: Mansour, N. and Bujosa Vadel, L.M., Eds., *Finance, Accounting and Law in the Digital Age*, Springer International Publishing, 203-213. https://doi.org/10.1007/978-3-031-27296-7_19
- [19] 温涛, 何茜. 新时代中国乡村振兴战略实施的农村人力资本改造研究[J]. *农村经济*, 2018(12): 100-107.
- [20] 曲晓云. 乡村振兴涉农人才短板如何补[J]. *人民论坛*, 2019(36): 86-87.
- [21] 王云清. 新型职业农民产教融合培育模式的建构与创新实践[J]. *中国职业技术教育*, 2020(36): 53-57.
- [22] 马丽, 杨艳梅. 农民数字素养赋能乡村振兴的理论机制与路径研究[J]. *农业经济与管理*, 2022(6): 46-54.
- [23] 缪仁亮, 潘锡泉. 职业教育高质量发展促进共同富裕的内在机理及实践路径[J]. *教育与职业*, 2024, 1054(6): 90-97.
- [24] 王志和. “直播 + 电商”如何助力乡村振兴[J]. *人民论坛*, 2020(15): 98-99.
- [25] 傅泽. 数字经济背景下电商直播农产品带货研究[J]. *农业经济*, 2021(1): 137-139.
- [26] 咎梦莹, 王征兵. 农产品电商直播: 电商扶贫新模式[J]. *农业经济问题*, 2020(11): 77-86.
- [27] 谢卿. 数字经济赋能背景下农产品直播电商营销策略[J]. *核农学报*, 2022, 36(7): 1510.

-
- [28] 吕丝屏. “直播+”模式下秭归脐橙的营销创新研究[J]. 食品研究与开发, 2023, 44(13): 229-230.
- [29] 李芳芳. 特定人群“直播带货”的风险防控及对策探讨[J]. 商业经济研究, 2021(20): 113-115.
- [30] 宋冬梅. 农村电商集群发展与电商人才合作培养研究[J]. 农业经济, 2018(12): 129-131.
- [31] 刘涛, 苏凡博, 曾岑. 直播电商人才培养: 传媒教育的机遇与挑战[J]. 青年记者, 2020(30): 94-95.
- [32] 吴陵玲. “数商兴农”视域下农村电商人才培育机制研究——以珠海市西部地区为例[J]. 教育评论, 2022(12): 148-151.
- [33] 王敬国. 乡村振兴视域下创新创业人才培养模式探究[J]. 中国高等教育, 2022(20): 51-53.
- [34] 郑伟. 乡村振兴战略下农村电商人才的培养模式和路径研究[J]. 中国果树, 2023(11): 152.
- [35] 张鸿, 杜童, 任少军, 等. 农村电商人才胜任力模型构建——以川陕地区为例[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2018, 18(5): 55-62.
- [36] 尤咏. 面向协同创新的高职教育人才培养逻辑、困境与路径——基于对理论知识与实践知识关系的分析[J]. 职业技术教育, 2022, 43(34): 33-37.
- [37] 张婷婷, 李冲. 构建基于工业价值链的产学研协同育人新模式——以“数智化人才”培养为例[J]. 高等工程教育研究, 2022(6): 44-51.
- [38] 陆启光, 韦瑛, 魏玲玲. 跨区域技术技能人才协同培养制度运行体系分析——基于社会学新制度主义的视角[J]. 教育发展研究, 2023, 43(13): 74-83.
- [39] 杭菊. 系统论视角下高职院校大学生创新创业能力的协同培养研究[J]. 中国高校科技, 2024(2): 114-118.