E-Commerce Letters 电子商务评论, 2025, 14(2), 824-830
Published Online February 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2025.142591

Hans汉斯

协同理论视域下乡村电商人才培养的现实问题与优化策略探究

王子阳

南京邮电大学马克思主义学院，江苏 南京

收稿日期：2024年12月19日；录用日期：2025年1月16日；发布日期：2025年2月25日

摘　要

在乡村全面振兴战略背景下，伴随数字乡村建设的持续推进，电商产业发展成为乡村经济增长的关键力量。然而，当前我国乡村电商产业发展仍面临着人才困境。为此，本文基于协同理论视角，深入剖析当前乡村电商产业人才培养所面临的问题，致力于破除协同主体动力匮乏、协同机制运行梗阻以及协同外部环境欠佳等现实困境，进而提出相应的优化策略，即强化高校、政府与高校等多元主体协同内生动力，畅通协同培养机制运行渠道，优化协同培养外部支持环境，从而促进乡村电商人才的高质量培养，推动乡村电商产业健康发展。

关键词

乡村全面振兴，协同理论，乡村电商人才，优化策略

Exploring the Practical Problems and Optimization Strategies of Talent Cultivation in Rural E-Commerce from the Perspective of Synergy Theory

Ziyang Wang

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

Received: Dec. 19th, 2024; accepted: Jan. 16th, 2025; published: Feb. 25th, 2025

Abstract

In the background of the comprehensive rural revitalization strategy, with the continuous promotion

文章引用: 王子阳. 协同理论视域下乡村电商人才培养的现实问题与优化策略探究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(2): 824-830. DOI: 10.12677/ecl.2025.142591

of digital rural construction, the development of e-commerce industry has become a key force for rural economic growth. However, the current development of rural e-commerce industry in China still faces a talent dilemma. Therefore, based on the synergy theory, this essay deeply analyzes the problems faced by talent cultivation in the current rural e-commerce industry, and is committed to breaking through the practical difficulties, such as lack of motivation for synergistic subjects, obstruction of synergistic mechanism operation, and poor external environment for synergy. Therefore, corresponding optimization strategies are proposed, namely strengthening the endogenous driving force of synergy among multiple subjects, such as universities, governments and enterprises, smoothing the operation channels of synergistic cultivation mechanisms, optimizing the external support environment for synergistic cultivation, thereby promoting the high-quality cultivation of rural e-commerce talents, the healthy development of rural e-commerce industry and the comprehensive revitalization of rural areas.

Keywords

Comprehensive Rural Revitalization, Synergy Theory, Rural E-Commerce Talent, Optimization Strategy

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

伴随数字经济浪潮席卷乡村大地，电商成为激活乡村产业潜能、革新农业经营模式的核心引擎。2024年中央一号文件强调“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”[1]。乡村电商产业的发展正是实现乡村全面振兴战略蓝图的关键之一。然而乡村电商在迅猛发展的进程中，电商人才的培养困境日趋凸显，逐渐对乡村电商产业的健康、可持续发展形成制约。为有效激活乡村电商经济所蕴含的内生动力，促进乡村电商产业迈向高质量发展新台阶，当下迫切需要培育出契合新时代形势需求的乡村电商人才，以此回应乡村电商产业发展诉求，为乡村全面振兴战略注入活力。

2. 协同理论

2.1. 协同理论概述

协同理论由德国物理学家赫尔曼·哈肯(Hermann Haken)创立。20世纪60年代，哈肯在进行激光实验的过程中，观察到众多原子之间存在相互协作现象，即当外界输入能量到达一定阈值时，原子的发光行为可从无序的自发辐射转变为有序的受激辐射，进而产生激光束。这一现象引起哈肯的深入思考，他意识到在该实验中，不同子系统间的相互作用能够产生宏观的有序结构，由此设想这种从无序到有序的转变或许是一种普遍存在的规律。20世纪70年代，哈肯在广泛吸纳并融合多学科研究成果的基础上，于其著作《协同学》中系统阐述了协同理论(synergetics)。他指出协同现象不仅仅存在于物理学领域，而是一种普遍规律。该理论致力于探索并解析相互独立的子系统如何遵循特定的路径实现协作，以及这些子系统内部各要素如何通过相互协同作用，实现从无序状态向有序状态的转变，从而在宏观层面上构建出更加优化、效率更高、质量更优的组织结构[2]。协同理论具有广阔的应用场景，在物理学、化学、生物学、经济学、社会学以及管理科学等许多方面都取得了重要的应用成果。在化学领域，它被用于解释化学反应中的振荡现象，如贝洛索夫–扎鲍京斯基(B-Z)反应；在经济学中，协同理论被用于研究产业集群

的形成和发展。产业集群内的企业之间通过共享资源、技术交流等方式产生协同效应，提高了整个产业的竞争力[3]；在管理学中，企业并购后的整合过程被视为一个协同过程，通过整合不同企业的资源、文化等因素，实现管理协同效应、经营协同效应和财务协同效应等[4]。

2.2. 协同理论的主要观点

2.2.1. 序参量支配原理

序参量是指系统在从无序向有序转变过程中起主导作用的变量。序参量支配原理强调在复杂系统里，序参量作为描述系统有序程度的关键变量，通过对其进行控制和调整，可以引导系统朝着有序的方向发展，进而主宰系统的整体演化进程[5]。在自然界生态系统中，生物种群的数量、分布等因素可以看作是序参量。当生态系统受到外界干扰，如气候变化、栖息地破坏时，序参量会发生变化。如果序参量的变化导致系统失去平衡，可能会使生态系统从有序状态变为无序状态，造成物种灭绝、生态结构崩溃等；反之，合适的序参量变化能够引导系统达到新的有序稳定状态，如物种通过进化适应新的环境。在人类社会中，生产经营过程中的产量规模、生产率就是企业系统中的序参量，因此人们可以通过对序参量的调整进而实现对整个生产经营的把控。

2.2.2. 自组织原理

自组织是协同理论的重要特性。这一原理表明，在一定外部条件下，系统能够凭借内部子系统之间的相互作用自发地进行组织，实现从无序状态向有序结构的转变。例如，在生态系统中，各种生物种群通过捕食、竞争、共生等关系相互作用，逐渐形成稳定且有序的生态群落结构。同时，自组织原理强调系统的开放性，一个具备自组织能力的系统必然是开放的，需要与外界进行物质、能量和信息的交换。以城市系统为例，城市不断地从外界输入能源、原材料等物质，输出产品和服务，同时与外界进行信息交流，如科技成果的引进与传播等，从而维持自身的发展与有序运行。这种开放性为系统内部子系统的相互作用提供了必要的物质、能量和信息基础，是系统实现自组织的关键前提。

2.2.3. 协同效应原理

协同效应是协同理论的核心，它是指由于系统内各子系统的相互协作而产生的整体效应大于各子系统单独作用之和。该理论强调系统的整体性、开放性和动态特征，其所阐释的组织集成并不是组织要素的简单数量相加，而是运用主体多元化、合作方式协同化等理念，通过主动集成行为促进组织系统内部各要素及子系统间的协同运作，最终达到“1 + 1 > 2”的效果[6]。在经济领域，产业集群就是协同效应的典型范例。在一个产业集群内，如意大利的瓷砖产业集群，众多瓷砖生产企业、原材料供应商、设计公司、销售渠道商等相互聚集。企业之间可以共享基础设施、技术工人等资源；供应商能够及时提供高质量的原材料，降低企业的采购成本；设计公司为产品提供创新设计，增强产品竞争力；销售渠道商则有效推广产品。这些企业相互协同，使得整个产业集群的效益远远超过单个企业独立经营时的效益总和，充分展现了协同效应在经济发展中的强大力量。

2.3. 协同理论引入乡村电商人才培养的契合逻辑

《“十四五”电子商务发展规划》中指出，要完善电子商务人才培养体系，进一步强化“政、产、学、研、用、培”六位一体人才培养模式，鼓励平台、企业与院校联动，加强复合型人才供给[7]。乡村电商人才培养是一个复杂系统，涵盖高校、政府、社会组织、企业等多元主体。协同理论强调多主体协同合作，这与乡村电商人才培养的多元主体参与特性高度契合，通过协同作用，能够有效整合各方资源，避免资源分散与重复配置，提升资源利用效率，实现人才培养效益的最大化。此外，乡村电商产业呈现

出显著的开放性与动态变化特征，其产业信息、资金、人才等关键要素与外部行业广泛交流、深度合作，且产业发展趋势和热点不断更迭，这与协同理论的开放性特质相契合，因而将协同理论引入乡村电商人才培养，有助于各参与主体依据市场需求和行业动态灵活调整人才培养策略与模式，确保人才培养能够对接产业需求，提升人才培养的适应性与有效性。

3. 乡村电商人才培养的现实问题

根据《2024 中国农产品电商发展报告》，2023 年全国农产品网络零售额达 5870.3 亿元，同比增强 12.5%，约为 2014 年的 5 倍，同时，中国农产品物流总额再创新高，2023 年物流总额超过 5.3 亿元，同比增长 4.1%。随着农村电子商务产业的蓬勃发展，对乡村电商人才的需求日益增多，乡村电商人才培养的诸多现实问题也逐渐显现。第一，人才数量短缺问题。中国国际电子商务中心李明涛表示，当前直播电商、农村电商等行业人才缺口依然较大，达到 1500 万，并且这一缺口在短时间内难以补齐[8]。第二，专业人才稀缺。根据中国农业大学智慧电商研究院发布的《2020 中国农村电商人才现状与发展报告》，农产品上行电商人群仍以中等文化水平为主，其中小学文化占比为 1%，初中文化占比为 50%，高中文化占比为 32.5%，大学文化比例仅为 16.5%。农产品电商在运行和维护过程中，需要既具备网络技术知识，又熟悉农产品品类、有农产品相关的电商知识和专业技能等的专业人员。但当前除了部分较大的农产品电商平台有一定的人员配备外，更多从事农产品线上销售的人员，都是农业生产者，这些人虽然熟悉农业生产，但是缺乏相关的网络技能和知识。第三，人才培养效果不佳。新疆一县级电商服务中心负责人表示，乡村电商服务站点负责人总体文化水平偏低，每年组织的电商培训，虽然参与的人很多，但效果并不是很好。在云南省多地走访调查也了解到，一些地方积极开展电商培训孵化本地人才，但效果不佳，部分县孵化人才数量不到 10 名，带动效果不明显[9]。因此，当前乡村电商发展目前还存在诸多问题，人才培养工作任重而道远。

4. 协同理论视域下乡村电商人才培养问题的原因剖析

4.1. 协同主体动力匮乏

高校、政府、企业以及社会组织等多元主体的协同动力匮乏是制约乡村电商人才培养成效的关键问题。根据协同理论分析，乡村电商人才人才培养是一个系统性工程，对该系统中的序参量的认识与把握是影响乡村电商人才培养成效的关键所在。而目前，乡村电商人才培养系统缺乏一个明确且统一的“指挥棒”，高校、企业、政府以及社会组织等多方主体关于人才培养理解不一，各主体在人才培养过程中方向不明，进而导致各主体在人才培养中相互推诿，责任划分不清晰，进而难以产生高效协同动力。

高校层面，高校作为现代人才培养的主阵地，理应承担起当前我国电商人才培养重任。然而就实际情况来看，尽管多数高校都开设了电子商务专业，但理论教学和实践环节未能实现有效衔接，就业导向不够明确，难以培养既懂得农产品生产又懂得农村电商业务的复合型人才；从就业现状反馈的情况而看，实际投身乡村电商产业的专业人才依旧不足，专业人才投身乡村振兴的热情与意愿不足，人才培养模式与乡村电商产业的实际用人需求仍然存在显著的不匹配[10]。政府层面，地方政府是政企合作、校企业合作人才培养的“粘合剂”，肩负着引导地区产业发展责任。但当前部分政府人员在乡村电商领域认知存在局限性，难以精准洞悉其发展趋向，致使政策制定缺乏明确的导向性[11]。并且部分地区对于政策扶持力度不足，资金投入分散、监管不到位，难以有效激发各主体协同积极性。企业层面，电商企业应肩负着作为电商人才培养基地的社会责任，但由于乡村电商市场前期投入大、回报慢且风险高等特点，使其在长期人才培养上望而却步，更关注短期业务拓展与利润获取。社会组织层面，近年来随着乡村电商产业的发展，各地乡村电商组织相继成立，但因资金短缺、专业人才不足，在乡村电商人才培养中难以发

挥实质性作用。

4.2. 协同机制运行梗阻

在乡村电商人才培养中，协同机制运行梗阻成为制约其发展的重要问题。根据自组织原理，一个具备自组织能力的系统必然是开放的，且系统内部各要素需通过非线性作用实现有序发展，同时，合理的利益协调是维持系统稳定运行的重要保障。然而，当前我国人才培养系统存在开放性不足、信息交流平台的不完善以及利益分配不均衡等问题，严重阻碍协同育人机制的顺畅运行。

从系统开放性来看，信息交流平台的不完善是突出问题。各主体信息发布渠道分散、格式不统一，政府政策难以精准传达到企业与高校，企业岗位需求和行业动态也难以及时反馈给教育端，进而导致人才培养与市场需求脱节。从资源整合方面来看，系统内部非线性作用微弱。当前我国基础设施建设如网络与物流服务配置在地域上分布不均，造成发展落后地区缺乏人才吸引力，比如由于农村地区网络专业人才短缺，如宁夏西吉县 2015 年起建成的第一批村级电商服务点，目前 43%处于关停状态[9]，极大限制了乡村电商产业发展。同时，教育资源整合也不足，高校、企业与社会组织的独立的师资队伍、课程体系相互独立，缺乏深度交流合作，因此无法形成教育合力。利益分配机制的不完善同样影响着协同机制的运行。由于缺乏科学合理的协调机制，在人才培养成果转化过程中各方利益诉求难以平衡，企业投入大量培训资源却面临人才流失风险，高校科研成果难以在乡村电商实践领域实现有效转化，政府资金扶持分散，各主体的合作仅停留在表面，不能聚焦关键环节，造成人才协同培养机制运行梗阻。

4.3. 协同外部环境欠佳

在乡村电商人才培养过程中，外部协同环境所带来的制约作用也极为显著。

从宏观产业环境来看，根据《2024 大学生就业质量研究》显示：2023 届不同学历毕业生创业率分别为：专科毕业生 2.52%，本科毕业生 1.41%，硕士毕业生 0.54%。可见在当前经济形势下，选择创业的高校毕业生比例不高，这表明高校人才整体创业氛围相对冷淡，进而影响乡村电商人才培育的基础规模。同时，当前电商产业发展日趋成熟，行业内部竞争加剧，市场份额逐渐向头部平台集中。以直播电商为例，头部主播与 MCN 机构占据了大部分流量和市场资源，新进入者将面临较大竞争压力，高强度的竞争态势使得从业者容易产生畏难情绪，不利于乡村电商人才的培养与发展。从乡村电商产业生态自身来看，如今乡村电商产业配套基础设施尚不够完善，以网络通信配置为例，据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 56 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2024 年 6 月，我国农村地区互联网普及率虽然有了较大提升，但仍低于城市地区 10 个百分点左右。此外农村物流配送成本较高，快递配送时效性较差等问题依旧突出，一定程度上影响乡村电商产业的快速发展。在政策支持方面，乡村电商政府的资金、政策支持相比城市仍有较大差距，多数乡村产业规模有限且布局分散，产业链不够完善，难以提供丰富多元的实践场景与发展机遇，不利于乡村电商人才的“引、培、留”。

5. 协同理论视域下乡村电商人才培养的优化策略

基于协同理论的乡村电商人才培养的优化策略可以从强化多元主体协同内生动力、畅通协同培养机制运行渠道以及优化协同培养外部支持环境等角度入手。

5.1. 发挥多元主体效能，强化协同内生动力

协同理论强调系统内多主体共同参与，在目标趋同的背景下开展自组织协同运作，从而汇聚整合多元力量，实现整体增效。高校作为人才培养的主要阵地，是乡村电商人才培养系统中的“序参量”，因此应积极承担责任，及时转变观念，优化传统重理论轻实践的教育评价模式，结合乡村电商发展的实际需

求，进一步完善专业教学体系，根据时代发展变化特点开展教学改革和优化[12]。高校可依托“三下乡”社会实践、创新创业训练营等项目为学生厚植乡村情怀，建立校地“研究院”、“实践基地”等社会实践平台鼓励学生融入社会，在实践中锤炼乡村电商实操技能。同时协同理论强调目标的一致性，要求系统内各主体权责明晰，才能实现协同运作。电商企业要树立长远眼光，积极承担社会责任，充分把握地区的资源、政策优势，积极与高校联合办学，共建课程体系与实训基地。如杭州师范大学与阿里巴巴集团协作建立的阿里巴巴商学院依托“产教融合 + 多元协同”实现课程共建、教材共建、师资共建和基地共建，校企双方围绕产业需求，重构专业课程体系，培养出了多位参与到助力中国品牌出海的优秀电商人才。政府需着力强化顶层设计，可通过专门设立负责机构，全面统筹农业、商务、教育等诸多部门的资源，精心制定科学合理的规划与政策，切实加大资金投入力度，并扎实做好监督考核工作，从而充分调动各主体的积极性，形成协同育人合力。如广东省江门市实施“农村电商”人才助力“百千万工程”，通过培育高效整合“政校企”资源，构建专业培训、技能认证及项目孵化闭环体系，联动省级社会培训评价组织推动实施江门市数字技能人才“一试双证”项目，实现产业与人才双向促进[13]。

5.2. 搭建信息交互平台，畅通协同运作渠道

协同理论强调系统的开放性，要畅通协同培养机制的运行渠道，首先需构建统一开放的产业信息交流平台。如通过建立“乡村电商人才信息网”、“乡村电商产业交流平台”等公共资源平台，可以实现包括政策法规、人才需求、培训课程、行业动态等多方信息资源的实时共享与精准推送，消除信息壁垒，促进人才培养。其次，协同效应原理要求完善多方资源的整合配置。如设立联合资源管理机构，统筹资金、设施与师资等资源，将政府扶持资金、企业投资与社会捐赠集中起来，合理分配到人才培养的各个环节，让每一笔资金都能发挥最大效益；整合高校实验室、企业生产线与乡村服务站等设施，组建跨主体师资团队，开展联合教学与培训，让不同领域的专业人才相互配合，发挥各自优势，产生协同教学效果，提升人才培养质量。最后，建立公平合理的利益协调机制，依据各方贡献确定利益分配比例，对付出较多但短期回报低的主体给予补偿，保障协同培养的可持续性与稳定性。

5.3. 营造良好产业生态，优化协同支持环境

协同理论重视外部环境对系统自组织的影响，因此良好的产业生态对于乡村电商产业的人才吸引、培养与留用至关重要。以山东省曹县为例，近年来得益于当地政府的高度重视，该地大力加强技术设施建设，实现了 ADSL 技术的引入以及高速光纤网络的全面覆盖，同时积极与各大物流企业进行合作，通过优化物流线路，增设物流站点等，这些措施极大便利了电商产业的发展。如今曹县已成为中国原创汉服和演出服的重要产业基地，具有完整的电商产业链。据统计，2024 年上半年 GDP 超过 325 亿，1~11 月，仅汉服销售收入就达 79.3 亿元，吸引近万名本科以上学历人才返乡创业。“曹县经验”有力论证了良好的外部环境能够切实推动产业的良性发展。基于此，在产业发展层面，要着力培育乡村电商产业良性生态。政府应加大对乡村基础设施建设投入，改善网络通信、物流配送等条件，降低电商运营成本。同时要推动乡村特色产业发展，挖掘并整合当地优质农产品、手工艺品等资源，建立标准化生产与供应体系，为电商人才提供丰富且稳定的货源。例如，打造乡村电商产业带，众多电商人才可依托产业带的规模效应与品牌影响力，共同拓展市场，提升竞争力，达到“1 + 1 > 2”的协同效应。在政策支持方面，要出台一系列协同配套政策。土地政策上，优先保障乡村电商企业用地需求，简化审批流程并给予优惠，为乡村电商产业的发展提供空间支持。金融政策上，引导金融机构创新信贷产品，为电商人才创业提供低息贷款、风险投资等金融支持。同时，完善人才福利政策，提供住房补贴、子女教育优惠、医疗保障等，增强乡村对电商人才的吸引力，全方位优化外部支持环境，共同促进乡村电商人才的培育和发展。

6. 结语

在乡村全面振兴战略背景下，乡村数字经济蓬勃发展，这为乡村电子商务产业的发展带来机遇，也提出新的挑战。要实现乡村电商产业的持续健康发展，必须坚持走人才战略路线。对此，需要政府、高校、企业等多方力量紧密合作，共同致力于人才培养。针对当前人才培养中存在的协同难题，需要通过强化多元主体协同内生动力，确保协作顺畅，畅通协同培养机制运行渠道，促进资源高效整合，优化协同培养外部支持环境，为人才培养提供保障，进而培育出契合新时代形势需求的乡村电商人才，更好地推动乡村电商产业健康发展，助力乡村振兴事业实现新的跨越。

基金项目

本文系 2024 年江苏省研究生科研与实践创新计划项目 Postgraduate Research & Practice Innovation Program of Jiangsu Province；“跨文化视角下中国特色对外话语体系建设路径研究”(项目号：KYCX24_1075)阶段性成果。

参考文献

[1] 中华人民共和国中央人民政府. 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[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/202402/content_6929934.htm, 2024-02-03.

[2] (德)哈肯, 著. 协同学——大自然构成的奥秘[M]. 凌华复, 译. 上海: 上海译文出版社, 2005: 5.

[3] 郭利平. 产业集群成长的自组织和演化经济学分析[J]. 企业经济, 2007, 26(6): 52-55.

[4] 王新磊, 张媛. 企业并购中的管理协同效应及其实现[J]. 商业时代, 2007(21): 43-44.

[5] 潘开灵, 白烈胡. 管理协同理论及其应用[M]. 北京: 经济管理出版社, 2006: 10-11.

[6] 范贝贝, 李瑾. 协同视角下县域数字乡村建设路径——基于河北省肃宁县的案例分析[J]. 农业经济问题, 2024(11): 33-47.

[7] 中国政府网. “十四五”电子商务发展规划[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-10/27/5645853/files/90b38fda32dd4e27aa6080b0bf35266d.pdf, 2021-10-25.

[8] 网经社. 《中国电子商务人才发展报告》发布: 我国电商从业人数已超 7000 万[EB/OL]. https://www.100ec.cn/detail--6636990.html, 2024-03-12.

[9] 经济参考报. 农村电商人才之困: 引不来 留不住 难培养[EB/OL]. http://www.jjckb.cn/2022-01/10/c_1310416385.htm, 2022-01-10.

[10] 钱俊. 乡村振兴战略视野下农村电商的发展与人才培养研究[J]. 农业经济, 2018(11): 108-110.

[11] 王晓莉, 张樹沁. 乡村电商培育过程中的产业发展张力——以中部 J 省乡村电商建设整体推进工作为例[J]. 农村经济, 2024(4): 101-110.

[12] 李巧. 乡村振兴战略下农村电商人才培养机制探索[J]. 现代职业教育, 2021(25): 24-25.

[13] 江门市人力资源和社会保障局. 江门市大力培育“农村电商”人才助力“百千万工程” [EB/OL]. https://www.jiangmen.gov.cn/jmrsj/gkmlpt/content/3/3164/mpost_3164794.html#170, 2024-09-14.