

数商兴农背景下农村电商人才培养现状与解决方案研究

张雨昕

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年3月7日; 录用日期: 2025年3月24日; 发布日期: 2025年4月15日

摘要

随着互联网技术的快速发展, 农村电商应运而生并逐步壮大, 为乡村振兴注入了新动力, 乡村振兴中人才振兴是关键, 通过培养有文化, 懂技术, 会经营, 善管理的新农人来发展农村电商, 利用互联网进行特色农产品销售, 助力乡村产业振兴。但是农村电商存在人才匮乏、供需不对称等问题, 现有人才远不能满足农村电商快速发展的现实需求。基于此, 文章通过分析农村电商人才培养现状, 指出了政府, 企业, 高校在农村电商人才培养过程中存在的问题, 并提出了加大培训力度、完善培训机制、增强培训内容实践性等策略, 为加速农村电商人才培养、推动乡村产业振兴提供参考。

关键词

农村电商, 人才培养, 数商兴农

Research on the Current Situation and Solutions of Talent Cultivation in Rural E-Commerce under the Background of Digital Commerce Promoting Agriculture

Yuxin Zhang

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 7th, 2025; accepted: Mar. 24th, 2025; published: Apr. 15th, 2025

Abstract

With the rapid development of Internet technology, rural electricity arises at the historic moment

文章引用: 张雨昕. 数商兴农背景下农村电商人才培养现状与解决方案研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(4): 907-912.
DOI: 10.12677/ec.2025.144967

and gradually grows, injecting new impetus into the country revitalization. Talent revitalization is the key in the country revitalization, through cultivating new farmers who have culture, understand technology, can operate and are good at management to develop rural electricity, using the Internet to sell special agricultural products and boost rural industry revitalization. However, rural e-commerce has problems such as lack of talents and supply and demand asymmetry, and the existing talents are far from meeting the realistic demand of the rapid development of rural e-commerce. Based on this, the article through the analysis of the rural electricity talent training present situation, points out the problems existing in the training process of rural e-commerce talents in government, enterprises, universities, and puts forward some strategies such as strengthening training, perfecting training mechanism and enhancing the practicability of training content, so as to provide reference for accelerating the cultivation of rural e-commerce talents and promoting the revitalization of rural industry.

Keywords

Rural E-Commerce, Talent Cultivation, Promoting Agriculture through Digital Commerce

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

《2021~2027 年中国农村电商行业供需态势分析及竞争格局预测报告》数据显示,随着我国农村扶贫政策的颁布,淘宝村数量随之增多,2020 年前三季度,我国淘宝村数量为 5425 个,比 2019 年新增 1115 个[1]。农村电商发展形势良好,农村电商企业在这波发展热潮中不断壮大,必然导致对专业人才的需求上涨,但当前农村电商人才短缺成为限制行业发展的瓶颈,由于电子商务相关知识和技能的欠缺,农民对电商的理解相对有限。加之农村地区基础设施和物流网络的不足,使得农产品在生产、加工及销售环节面临诸多挑战。即便在部分电商发展稍好的农村地区,虽然农民已涉足网络购物,但这些地方对电商人才的需求并不旺盛,致使众多杰出的电商人才难以施展才华。

因此,数商兴农背景下通过对农村电商人才培养现状和培养方案的研究具有重要的现实意义。本文将从多个角度对农村电商人才培养的现状和困境进行深入分析,并且结合实际情况提出切实可行的措施,希望通过本文的研究,能为相关部门制定农村电商人才培养政策,促进农村电商发展提供有益的参考。

2. 相关概念界定

2.1. 数商兴农的概念

“数商兴农”是指充分释放数字技术和数据资源对农村商务领域的赋能效应,通过数字技术和数据要素赋能农村商务发展,全面提升农村商务领域数字化、网络化、智能化水平,推动农村电子商务高质量发展,进而支持和促进农业生产发展与乡村产业振兴。它着眼于改善农村电商基础设施、物流配送和农产品电商化,旨在促进产销衔接,是电子商务进农村综合示范工程的升级。它的主要内容包括引导电子商务企业发展农村电商新基建和打通农产品上行和工业品下行渠道。具体来说就是提升农产品物流配送、分拣加工等电子商务基础设施的数字化、网络化、智能化水平,以及发展智慧供应链等。并且通过数字商务手段,打通农产品上行的“最初一公里”和工业品下行的“最后一公里”,实现农产品的顺畅销售和工业品的有效供给。

2.2. 农村电商人才的内涵

在数商兴农背景下农村电商人才是推动农村经济转型升级的关键力量。农村电商人才是指那些具备电子商务相关知识和技能，能够服务于农村经济和农业产业，通过电子商务平台进行农产品销售、品牌推广、供应链管理、客户服务等工作的人员，这些人才不仅熟悉电子商务的运营模式和操作流程，还了解农村市场的特点和需求，能够有效地将农产品与电子商务相结合，推动农村经济的发展。通过他们的努力，农产品得以打开通往更广阔市场的大门，不再受地域限制，从而实现了优质农产品的畅销全国乃至全球。这不仅拓宽了农产品的销售渠道，提高了农产品的附加值，还带动了农民创业就业和收入增长，为农村经济发展注入了新的活力，能够推动数字经济与实体经济深度融合，促进产业升级，提升农村经济的整体竞争力。

3. 农村电商人才培养的必要性

3.1. 数字经济发展的内在要求

“数商兴农”战略聚焦于“数商”这一核心驱动力，旨在达成“兴农”的最终目标，它利用先进的数字技术和丰富的数字资源来激活并振兴农村产业。该战略强调必须培养出一批具备互联网思维模式的农村电商专业人才，以促进农村电商与乡村产业的深度融合与协同发展。这意味着要将农村电商与农业产业化、农村整体产业化进程以及农业现代化紧密结合起来，确保广大农民群众能够积极参与到电商产业中，并从中获得实实在在的好处。党的二十大报告强调了加速发展数字经济的重要性，并提倡数字经济与实体经济的深度融合。以数字技术、互联网、大数据等信息技术为核心，它们已成为推动经济社会发展的关键要素，深刻重塑着人们的生产作业方式、生活模式及思维逻辑。在我国农业农村领域的数字化转型进程，不难发现信息化与数字化的步伐显著提速，然而，要实现农业农村的全面现代化，仍面临一定的挑战与差距。乡村振兴人才振兴是关键，强化人才建设，持续提升农民的数字化技能与素养，借助数字技术的力量，驱动农业农村向高质量发展迈进，助力农业农村的现代化转型与升级。

3.2. 农村电商发展的现实需要

随着农村电子商务领域的蓬勃兴起，我国农村电商领域取得了显著成就。至 2025 年，全国范围内农产品网商数量已接近 800 万家，农村网络零售额高达 4.05 万亿元，占据了全国网络零售额的 19.66%，然而，在农村电商市场规模持续扩张的同时，人才匮乏的问题也日益凸显。据数据显示，当前农村电商领域的人才缺口已超过 700 万人，且缺乏以年轻力壮群体为主的劳动力资源。农村电商的发展与运营对创新创业能力和市场营销能力提出了较高要求，这意味着必须通过教育与培训的途径，来提升该领域从业人员的整体素质及创新创业能力，进而推动农村电商的持续繁荣。此外，当前农村市场对于电商人才的需求尚不明朗，且培养力度有待加强，存在过分侧重销售而忽视运营、偏重理论而轻视实践等问题，这导致人才培养的目标与行业实际需求之间存在明显偏差。因此，加强农村电商人才的培养工作显得尤为迫切和重要。

4. 农村电商人才现状分析

4.1. 农村电商人才数量短缺

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》预测，到 2025 年，农村电商人才缺口将达到 700 万人[2]。农村电商人才来源主要为高校毕业生和职业农民。由于大城市发展机遇多，返乡毕业生数量较少，且参与电商培训的农民积极性不高，只有少数职业农民通过企业工作

参与成人教育和职业培训，农民素质参差不齐，人才供需失衡。由于农村地域及人口分布广泛且偏僻同时农村电商从业环境相对较差，薪酬待遇和职业发展机会有限，难以吸引和留住高素质、复合型的电商人才。

4.2. 农村电商人才质量不高

农村电商领域对人才的需求日益旺盛，但现实中高质量的电商人才相对匮乏。现有的农村电商人才中，大部分仅具备基础的电商操作技能，缺乏战略规划、市场营销、数据分析等高端能力。许多农村电商人才仅具备基础的电商操作技能，如商品上架、订单处理等，缺乏更高级的技能，如数据分析、市场战略规划等。由于教育背景和培训经历的限制，许多农村电商人才在创新方面存在短板，难以提出和实施新的商业模式和营销策略，无法挖掘出农村电商的最大潜力。

4.3. 农村电商人才结构不合理

据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年 12 月，我国网民规模达 10.92 亿人，农村地区互联网普及率为 66.5%，较 2022 年 12 月提升 4.6 个百分点，农村网民规模增长迅速，为农村电商的快速发展提供了肥沃的土壤[3]。但是农村电商人才年龄结构老化，专业背景单一，且人才层次分布不均。农村电商领域缺乏高层次的管理人才、技术人才和创新人才，而基础操作人员相对过剩。由于农村电商起步较晚，且年轻人更倾向于前往城市发展，导致农村电商团队中老龄化现象严重。这限制了团队的创新能力和市场响应速度。现有的农村电商人才中，很多人缺乏电子商务、市场营销、数据分析等相关专业背景，这限制了他们在电商领域的深入发展和创新。

5. 农村电商人才培养存在的问题

5.1. 企业内部培训效果有限

企业通过定期开展讲座，举办培训电商交流活动进行电商人才培养活动，尽管企业投入了大量的资源和时间进行内部培养，但人才的技能提升速度并不明显，难以达到企业的期望，无法满足企业电商发展的需要，导致这一现状的原因有以下几个方面：

首先是，企业培训经费受限影响培训内容和形式。企业在开展农村电商人才培养的过程中，普遍面临着培训经费紧张的问题。由于经费有限，企业往往难以承担高质量、针对性强的专业培训费用，培训的内容大多是基础知识的普及，主要涉及传统电子商务基础知识、网络平台店铺开设、互联网运用等，多采用传统讲座的形式，有时也在机房进行上机操作，边学边做，但对于大数据分析、AI 技术、数字营销等鲜有涉及，未能形成系统化学习[4]。这会导致培训内容泛泛而谈，缺乏针对性和实用性，员工在培训中难以获得真正有用的知识和技能。

其次是，企业电商人才选拔标准不明确进而影响培训效果。企业缺乏明确的选拔标准，导致企业在招聘过程中无法准确识别出真正具备所需技能和潜力的候选人，在培训后无法判断员工的能力是否提升导致企业无法准确评估培训的效果，也无法根据评估结果对培训内容和方式进行改进。长期下去，企业的培训投资可能无法得到有效的回报，同时也会影响员工参与培训的积极性，使他们对培训产生抵触情绪，导致大量优秀的电商人才的流失。

5.2. 政府培训机制不健全

各级政府部门工作繁重，难以专门调配培训讲师来专注于农村电商培训。因此，他们通常会选择将这一任务委托给专业的培训公司。然而，培训公司的培训质量参差不齐。在城市地区，由于资源丰富、

师资力量强大,培训公司能够提供高质量的培训服务,但当培训深入到农村地区时,可能由于地域经济等因素,导致培训资源分配不均,使得一些地区难以获取优质的电商培训资源,培训公司的能力便显得力不从心,难以满足当地的实际需求。同时农村各地区之间的发展水平存在差异,这使得学员在培训中所接触的案例和经验往往与本地企业或电商实践存在脱节。因此,尽管这些培训项目在一定程度上增加了学员的电商知识,提高了他们的技能水平,但实际效果并未达到预期的培训目标。

5.3. 高校培训的内容缺乏实践性

高校是农村电商人才培养的主力军,但目前针对农村电子商务这方面,高校的课程设计,教学方式,师资队伍都存在着问题。高校课程内容滞后于电商行业的发展,这些课程的重点是针对传统的电子商务,而没有因为农村情况的特殊性而更新课程的内容和重点。因此,这类高校课程培训的重点是传统电商,高校目前对农村电子商务人才的培训不具针对性[5]。农村电商涉及多个领域的知识与技能,包括电子商务基础、市场营销、物流管理、农产品知识等。然而,一些高校在课程设置上缺乏系统性规划,课程之间相互独立,未能形成有机的整体。虽然高校推行产教融合以培养学生的实践能力,但当前的产教融合模式未能真正触及乡村振兴的痛点难点。同时,在高校农村电商课程教学中,大部分教师是从高校毕业后直接进入学校任教,由于缺乏在企业从事农村电商相关工作的经历,这使得教师在教学过程中难以将理论知识与实际工作案例相结合,仍采用传统的讲授方式,侧重于传统知识的讲授,这种教学方式虽然能够在一定程度上帮助学生构建知识框架,但由于缺乏实践环节的支撑,学生对知识的理解往往停留在表面,难以将理论知识转化为实际操作能力。例如,在电子商务平台运营课程中,教师只是讲解平台的规则和操作流程,而学生没有机会在真实的电商平台上进行店铺开设、商品上架、营销推广等实践操作,无法真正掌握平台运营的技巧和方法。

6. 解决农村电商人才短缺的方案

6.1. 企业加强电商人才培养力度

企业则拥有先进的生产技术、管理经验和行业经验。通过校企“双主体”协同培养模式,可以将这些优势资源进行整合和共享,这种资源共享的方式可以有效提高教育质量和行业水平,实现双赢[6]。企业应设立专门的农村电商人才培养资金,加大培训经费的投入力度。例如,将一定比例(如 40%)用于基础课程培训,确保员工掌握传统电子商务基础知识、网络平台店铺开设等核心技能。另外拿出 30%左右的经费用于引入外部专家进行专题讲座,特别是针对大数据分析、AI 技术等前沿领域,虽然不能全面深入学习,但可以让员工有初步认知和接触。剩余经费用于采购必要的培训软件、设备以及实践活动费用,保障上机操作等实践环节的顺利开展。同时也要设置电商人才选拔的标准来提高培训资金的使用效率。比如在培训前关注候选人的学习能力、创新思维和适应能力,在面试环节设置案例分析题,观察候选人解决问题的思路和方法,评估其学习和创新能力;了解候选人过往面对变化和挑战时的应对情况,判断其适应能力考察候选人对农村市场的了解程度、对农产品特性的认知以及对农村电商发展趋势的理解。可以通过提问、撰写相关文章等方式进行考察。在培训结束后,组织理论知识考试和实际操作考核。理论考试检验员工对培训知识的记忆和理解,实际操作考核则重点考察员工能否将所学技能应用到实际工作中,并基于培训结果来优化培训,根据评估结果对表现优秀的员工给予奖励,对未达标的员工安排补考或额外辅导,激励员工积极参与培训,提升自身能力,减少人才流失。

6.2. 政府完善人才培养机制

政府发挥主导作用,整合各类资源投入农村电商培训,政府联合高校、职业院校、电商企业等力量,

共同建立完善农村电商人才培养体系，深入了解本地电商行业的发展现状和趋势，以及企业对电商人才的需求。这有助于政府制定符合地方特色的电商人才培养计划，确保培养的人才能够满足本地电商企业的实际需求。同时根据农村地区的地理分布和经济发展水平，划分不同的培训区域，并在每个区域设立培训资源协调中心。该中心负责统筹区域内的培训资源，包括培训师资、设备设施、培训教材等。根据当地电商发展状况和农民的实际需求，制定差异化和人性化的培训方案，促进培训资源均等化供给，缩小地区间的差异。当某一地区培训资源短缺时，协调中心可以从其他地区调配资源进行支援。例如，当 A 地区缺乏直播电商培训设备时，协调中心可以从设备闲置的 B 地区调配相关设备，并安排专业技术人员进行安装和指导使用。通过区域协调，实现培训资源的优化配置，确保各地区都能获取相对均衡的优质培训资源。

6.3. 高校增强电商培训的实践性

高校应建立课程内容动态更新机制。通过加强市场调研，深入了解农村电商市场的需求和趋势，根据市场需求调整人才培养方案，确保人才培养与市场需求的高度匹配，制定完善与市场需求相适应的电商课程体系，紧跟电商行业的发展趋势，不断更新课程内容，确保学生学到的知识是最新的、实用的。例如，当发现直播带货在农村电商中迅速兴起时，及时在课程中增加直播电商相关内容，包括直播策划、主播培养、直播数据分析等。同时，针对农村电商的特殊性，调整课程重点。突出农产品电商的特点，如农产品的选品策略、农产品包装设计与保鲜技术在电商物流中的应用等内容。将农村电商政策法规、农村电商市场分析等纳入课程体系，使学生全面了解农村电商行业环境。同时针对农村电商课程特点，开展教师教学能力培训。改变教师传统单一的讲授式教学方法，采用多元化教学方法，培训内容包括教学方法创新、课程设计优化、实践教学指导等方面。例如，举办教学方法培训班，邀请教育专家为教师讲解案例教学法、项目驱动教学法等在农村电商课程中的应用技巧。组织教师参加课程设计工作坊，共同探讨如何构建符合农村电商人才培养需求的课程体系和教学内容。开展实践教学指导培训，邀请企业实践经验丰富的人员为教师传授如何指导学生进行电商实践操作、解决实践中遇到的问题等方法。通过这些培训活动，提升教师的教学能力，增强电商培训内容实践性，为提高农村电商人才培养质量提供保障。

7. 结论

人才是乡村振兴的关键，是数字电商发展的潜力所在。农村电商人才培养不仅能够改变农村地区数字电商发展现状，也符合乡村振兴战略的实施需要。通过加强农村电商人才培养，不仅可以提升农民的电商技能水平，增强他们的市场意识和竞争意识，还可以吸引更多的人才返乡创业，为乡村发展注入新的活力。因此，农村电商人才培养需要政府、企业、高校共同努力，为农村电商人才的培养提供更加广阔的平台和更多的机会。只有这样，才能缩小城乡之间数字鸿沟，为乡村振兴和数字乡村建设提供坚实的人才保障。同时，这些人才也将成为推动农村经济转型升级、实现农民增收致富的重要力量，为乡村的繁荣发展贡献智慧和力量。

参考文献

- [1] 吴雅琴, 张烜铭, 林静. 乡村振兴视域下湘西地区数字电商人才培养存在的问题及对策[J]. 农村科学实验, 2024(24): 18-20.
- [2] 杜凤蕊. 乡村振兴背景下广西农村跨境电商人才培养探究[J]. 现代商贸工业, 2024, 45(19): 59-61.
- [3] 干梦芳. 河南省农村电商人才培养现状与对策研究[J]. 农家参谋, 2024(23): 26-28.
- [4] 张倩. 跨境电商人才校企“双主体”协同培养模式探索与实践[J]. 科技经济市场, 2024(1): 149-151.
- [5] 陈中明, 邱秀芳, 庞青. 校企协同视域下农村电商人才培养长效机制研究[J]. 商展经济, 2022(8): 102-105.
- [6] 祝振欣. 高职院校服务农村电子商务人才培养研究[J]. 河北青年管理干部学院学报, 2020, 32(5): 70-73.