

乡村振兴背景下研究生支教团助力农村电商高质量发展的路径探索

王玉豪

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年4月9日; 录用日期: 2025年4月27日; 发布日期: 2025年5月30日

摘要

产业振兴是乡村振兴的核心任务。2025年中央一号文件再次提出要推动农村电商高质量发展, 以数字技术赋能农业农村现代化。近年来, 农村电商在政策支持下蓬勃发展, 但仍面临人才短缺、技术应用不足、居民参与度低等挑战。研究生支教团作为高校青年人才的重要力量, 兼具专业知识与社会服务意识, 能够通过教育支持、技术培训、资源链接等方式助力农村电商发展。本文结合乡村振兴战略背景, 分析农村电商的发展现状与困境, 探讨研究生支教团在技能培训及资源整合等方面的独特作用, 并提出具体建议, 以期农村电商高质量发展提供理论与实践支持。

关键词

乡村振兴, 研究生支教团, 农村电商, 路径探索

Exploring the Pathways for Postgraduate Volunteer Teaching Groups to Facilitate High-Quality Development of Rural E-Commerce under the Rural Revitalization Context

Yuhao Wang

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

Received: Apr. 9th, 2025; accepted: Apr. 27th, 2025; published: May 30th, 2025

Abstract

Industrial revitalization is the core task of rural revitalization. In 2025, the No. 1 document of the central government once again proposed to promote the high-quality development of rural e-commerce and empower agriculture and rural modernization with digital technology. In recent years, rural e-commerce has developed vigorously with policy support, but it still faces the challenges of talent shortage, insufficient technology application and low participation of residents. As an important force of young talents in universities, the graduate volunteer teaching group has both professional knowledge and social service consciousness, and can help the development of rural e-commerce through educational support, technical training, resource link and other ways. Based on the strategic background of rural revitalization, this paper analyzes the development status and dilemma of rural e-commerce, discusses the unique role of graduate teachers in skill training and resource integration, and puts forward specific suggestions in order to provide theoretical and practical support for the high-quality development of rural e-commerce.

Keywords

Rural Revitalization, Postgraduate Volunteer Teaching Groups, Rural E-Commerce, Path Exploration

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

2025 年中央一号文件再次强调“推动农村电商高质量发展”，要求强化人才支撑与技术创新。在乡村振兴战略背景下，电商产业向广大农村地区下沉成为不可逆转的时代潮流，探索适合我国国情的互联网“云农业”发展模式对农村电商人才的数量和质量都提出了更高的要求，农村电商人力储备出现缺口。中国农业大学智慧电商研究院通过对我国“十三五”期间的农村电商数量、农副产品电商销售增长率等数据进行分析，估算出农村电商人才 2025 年缺口为 350 万人[1]。但是当前农村电商在促进就业、产业升级和城乡融合方面成效显著，但受限于人才匮乏、技术应用不足和居民数字素养偏低等问题，其发展潜力尚未完全释放。

研究生支教团是国家“大学生志愿服务西部计划”的重要组成部分，近年来逐步从单一教育帮扶转向多元化服务，尤其在乡村振兴中展现出独特优势。1999 年 7 月，首批中国青年志愿者扶贫接力计划研究生支教团(简称：研支团)正式成立，自此开启了研支团支教扶贫的青春志愿接力[2]。26 年来，200 多所高校的 33,000 多名硕士、博士研究生到西部和贫困地区支教，足迹遍布全国 20 多个省 300 多个区县的 700 余所中小学校。据中国青年网最新数据显示，2025~2026 年(第 27 届)研究生支教团服务计划在全国共招募 2606 人，共有 216 所高校参与，支教服务地超 300 个区县[3]。研支团成为共青团参与基层支教扶贫的重要平台、参与精准扶贫工作的有效载体，为推动西部地区基础教育事业、经济社会发展，贡献出巨大的力量。26 年来，按照自愿报名、公开招募、定期轮换的“志愿 + 接力”方式，研支团形成了以教育扶贫为主线，物质扶贫、人才扶贫齐头并进的综合性精准扶贫模式。

2. 研究生支教团助力农村电商高质量发展的意义

2.1. 弥补农村电商人才缺口

农村电商发展亟需兼具技术能力与市场意识的复合型人才，但当前农村地区普遍面临人才匮乏的困境。研究生支教团成员可以凭借其专业优势(如电子商务、信息技术、管理学等学科背景)，为农村电商发展注入智力支持。一方面，支教团可通过短期技术培训项目，教授农民基础电商运营技能，包括店铺开设、产品推广及数据分析等，快速提升现有从业者的实践能力；另一方面，支教团成员通过驻村服务，可协助建立农村电商人才孵化基地，结合“数商兴农”政策导向，培育本土化、可持续的电商人才梯队。

2.2. 提升农村居民数字素养

农村居民普遍存在数字技能不足、对新业态接受度低的现象。村居民数字技能不足是阻碍电商普及的核心问题之一。研究生支教团可通过多层次、差异化的教育干预缩小城乡数字鸿沟。首先，针对老年群体，设计“适老化”培训课程，采用一对一辅导、视频演示等直观方式，教授智能手机操作、网络支付及维权知识；其次，面向中青年群体，开设直播带货、短视频营销等进阶课程，结合当地特色农产品推广需求，打造“农民网红”示范案例等。

2.3. 提升农村居民数字素养

高校资源的有效下沉是破解农村电商发展资源瓶颈的关键。研究生支教团作为连接高校与农村的纽带，能够通过产学研协同机制，推动技术、资本与市场的深度融合。一方面，支教团可依托高校科研力量，搭建“校-村-企”合作平台，引入人工智能、区块链等技术优化农产品溯源体系，提升品牌附加值；另一方面，联合电商企业开展“一村一品”计划，协助农村合作社完成产品标准化包装、供应链整合及市场定位分析。

3. 乡村振兴背景下农村电商的发展现状

3.1. 政策支持力度持续加大

在乡村振兴战略纵深推进背景下，农村电商发展已上升为国家层面的系统性工程。2021~2024年间，国家连续出台《“十四五”电子商务发展规划》《数字乡村发展行动计划(2022~2025年)》等纲领性文件，构建起“中央统筹+地方配套”的政策支撑体系。特别是2023年《数字乡村发展行动计划》将农村电商列为重点工程，明确要求三年内实现农产品网络零售额年均增速保持10%以上，重点推进“快递进村”工程覆盖率达95%，冷链物流设施县域覆盖率达60%。

2024年中央一号文件创新性提出“县域电商产业集群培育计划”，推动形成“一县一云仓、一镇一节点、一村一网点”的立体化电商网络。财政部数据显示，2023年国家电子商务进农村综合示范项目累计投入专项资金超200亿元，覆盖全国1568个县，带动社会资本投入超500亿元。《中国互联网络发展状况统计报告》显示，2023年上半年全国农村网络零售额达1.12万亿元，同比增长12.5%。全国农产品网络零售额0.27万亿元，同比增长13.1%，反映出农村电商良好的增长势头[4]。

3.2. 物流体系逐步完善

中国消费者协会《2022年农村消费环境与相关问题调查报告》的数据显示，我国已经、累计建成990个县级寄递公共配送中心、27.8万个村级快递服务站点，全国95%的建制村实现快递服务覆盖。数据显示，全国农村网商(网店)已达1730.3万家，其中直播电商有573.2万家，占33.1% [5]。农村物流体系不断完善，为畅通城乡商贸循环，带动工业品下乡和农产品上行提供了有力支撑。但偏远地区“最后一公

里”配送成本高、效率低的问题仍未彻底解决。

3.3. 参与主体的多元化演进

新型经营主体快速成长。全国农村电商示范企业达 1.2 万家，带动就业超 3000 万人。但产业结构失衡问题突出，90 后新农人占比不足 15%，女性创业者占 68%。抖音电商数据显示，农村直播带货中 60% 的主播为返乡青年，形成“青年带动中老年”的传播链。但值得注意的是，主体多元化仍受制于区域差异。东部地区因经济基础较好，吸引了更多社会资本和电商企业入驻，形成“企业 + 合作社 + 农户”的协同模式；而中西部地区则更多依赖个体农户和家庭作坊，规模化、品牌化水平较低。

3.4. 居民参与度亟待提升

调查显示，仅 9.7% 的农村居民选择电商平台购物，消费习惯仍以线下为主。这一现象与多重因素相关：一是“数字鸿沟”持续存在，农村非网民规模达 3.33 亿人，其中 59.0% 集中在农村地区，且“不懂电脑、网络”成为主要障碍；二是消费习惯固化，留守老人和儿童对新业态接受度低，多数老年人因操作复杂或字体不清放弃使用电子设备；三是信任机制缺失，部分农村居民对线上支付安全性和商品质量存疑，导致消费动力不足。

4. 农村电商高质量发展的主要困境

4.1. 专业人才供给不足

农村电商运营需技术、营销、物流等多领域知识，但专业人才流失严重，基层干部和农民普遍缺乏系统培训，人力资源配置失衡已成为制约发展的关键瓶颈。农村电商的可持续发展高度依赖复合型人才，但当前人才供给与需求之间存在显著失衡，人才流失问题尤为突出：一方面，大多数电商人才，很多专业型人才认为农村发展基础薄弱、条件制约明显，因此在就业选择的过程中，更趋向于留在发展机会和发展空间更大的大中型城市[6]；另一方面，基层干部和农民缺乏系统性培训，导致农村电商运营长期依赖“经验式”管理，难以适应数字化竞争。

4.2. 技术应用水平较低

农村电商的技术应用水平与其发展需求严重脱节。农村智能物流系统覆盖率低，偏远地区仍依赖传统运输方式，导致物流成本偏高；二是直播电商技术应用浅层化，多数农村主播仅掌握基础直播技能，缺乏用户画像分析、流量运营等进阶能力，农村直播带货转化率较低，主因在于技术工具使用率不足；此外，区块链、物联网等新兴技术在农村电商中的应用几乎空白，技术应用的滞后，使得农村电商难以突破同质化竞争困境，更无法与城市电商形成差异化优势。

4.3. 居民主体意识薄弱

农村居民对电商的认知与参与度仍处于较低水平。一是创业主动性不足，大多数农民认为“电商风险高、收益不稳定”，更倾向于传统农业生产；二是政策与金融工具认知缺失，缺乏对政府提供的电商创业贷款政策的了解；三是部分农民将电商视为“短期增收工具”，缺乏品牌建设与市场拓展意识。

5. 研究生支教团助力农村电商高质量发展的建议

5.1. 开展精准化技能培训

构建“政 - 校 - 村”协同培训机制。作为高校智力资源与农村地区的桥梁，研究生支教团可充分发

挥“政府主导 + 高校支撑 + 基层参与”三位一体优势。通过对接政府乡村振兴部门获取政策支持，联动高校继续教育学院等专业机构获取资质认证，建立覆盖县 - 乡 - 村的三级培训网络。团队需前置开展需求调研，运用问卷调查、入户访谈等方式精准识别乡镇电商人才缺口，制定差异化培训方案，将农村电商人才培养落到实处。

构建“三维能力”课程体系。在高校经管学院、信息学院专业教师指导下，由支教团成员参与开发包含三大模块的课程体系：一是针对培养农村电商从业人员的文化素养和信息素养开设涵盖互联网技术应用、知识产权保护、网络安全等基础课程；二是针对培养经营者的管理意识、信息接纳和使用意识经营管理能力设置企业注册流程、财务税务基础、新媒体营销策略等课程；三是针对提高从业人员农产品电商运营和电商店铺运营服务实操能力，开设电商平台运营全流程，包含店铺搭建、农产品选品、视觉设计、物流管理、直播带货等实践模块。

创新“四维联动”培养模式。采用分层分类培养机制，形成特色培训矩阵：时间维度上，短期集训(7~15天)与长期孵化(3~6个月)结合；空间维度上驻村面授(暑期社会实践期间)与云端课堂(学期内线上指导)协同；主体维度上支教团成员负责理论教学，电商企业导师进行实操带教，高校专家实现远程督导；形式维度上，以工作坊教学(短视频制作/直播技巧)、模拟实训(虚拟店铺运营)、基地轮岗(县域电商产业园)等多种形式进行培训。

实施“雁阵培育”计划。重点聚焦四类目标群体构建人才梯队：新型农业经营主体(家庭农场主、专业合作社带头人)、乡村工匠(传统手工艺人、非遗传承人)、返乡创客(大学生返乡创业者、退役军人)、产业带头人(种养大户、乡村经纪人)等，通过“培训10人、带动100户”的辐射模式，建立持续成长跟踪机制，配套创业孵化、资源对接等后续服务，形成乡村电商人才蓄水池。

5.2. 强化资源整合与品牌孵化

研究生支教团作为高校与农村之间的纽带，可通过校地合作平台深度整合多方资源，推动农村电商从“产品输出”向“品牌化运营”升级。

强化产品库与品牌建设，实现从“土特产”到“地域IP”的跨越。支教团可联合高校设计、营销等专业团队，帮助农村系统化挖掘特色农产品资源。例如，通过实地调研筛选具有市场潜力的产品(如有机茶叶、手工酱料、非遗工艺品等)，建立标准化选品库，并制定严格的品控标准。在此基础上，借助高校资源设计品牌视觉识别系统(VI)，包括Logo、包装、宣传文案等，赋予农产品统一的品牌形象。

强化产业链协同，构建“校 - 企 - 村”闭环生态。研究生支教团通过与学校、企业、农村之间建立联系，实现上游优化，引入高校农业科研团队，指导农民改进种植技术、优化生产流程；中游赋能，联动企业资源完善供应链，与物流企业合作设立村级仓储点，降低运输成本；与电商平台对接，开通农产品绿色入驻通道；下游保障，协助建立售后服务体系，如培训村民处理退换货、客户咨询等，提升消费者信任度。

强化文化赋能，促进直播场景创新与内容破圈。支教团可挖掘农村文旅资源，策划“有温度”的直播内容，例如，以农村的传统农耕文化为灵感，开发出具有创意的农耕文化主题文具、家居饰品等产品。将农村的民俗故事、传说等改编成动漫、游戏等数字文化产品，通过电商平台进行销售。通过文化创意开发与转化，使农村文化资源以更加新颖、多样的形式融入电商产品中，提高产品的吸引力和市场竞争力。

5.3. 打造多元协同共生平台

研究生支教团作为高校与乡村之间的重要纽带，能够通过整合多方资源、协调利益主体、激活内生

动力,推动形成“高校-企业-政府-农村-社会组织”多元协同共生平台,助力农村电商高质量发展。

在智力支持层面,研究生支教团以高校为依托,搭建产教融合桥梁。一方面,联合电商、设计、营销等专业师生开发“直播话术优化”“农产品品牌设计”等定制化课程,通过案例教学与模拟演练提升农民实操能力,同步普及电商法规以规范经营。另一方面,推动高校科研成果向农村转化。

资源对接方面,研究生支教团可以通过发挥中介作用打通产业链条。通过对接电商平台开通农产品“绿色入驻通道”,降低流量与佣金成本;联动物流企业设立村级仓储点破解“最后一公里”难题,协同食品加工企业开发深加工产品延长产业链。同时创新合作模式,推动企业以公益捐赠设备、运费补贴等形式履行社会责任,或共建“高校+企业+农村”联名品牌,将部分利润注入乡村发展基金。

政策协同与公益整合方面,研究生支教团可以通过协助农村申报政府电商扶持项目,组织政策宣讲会促进红利落地,发动高校志愿者开展“以购代捐”“助农直播周”等活动,结合乡村文化节打造农文旅融合消费场景,借助高校媒体矩阵扩大传播声量。

6. 结语

研究生支教团作为连接高校与农村的桥梁,在乡村振兴中具有独特价值。通过知识传递、资源整合与创新实践,其能够有效破解农村电商发展的人才与技术瓶颈,推动产业数字化升级。未来需进一步强化政策支持,完善校地协同机制,推动校地合作常态化,实现教育赋能与乡村振兴的深度交融,进而激发农村内生动力,促进电商红利持续转化为乡村振兴动能,为实现农业农村现代化提供可持续助力。

基金项目

本文系 2023 年江苏省研究生科研创新计划项目“新时代研究生支教团项目多元育人功能及促进机制研究”(项目号: KYCX23_0912)阶段性成果。

参考文献

- [1] 2025 年农村电商人才缺口将达 350 万人[J]. 湖南农业, 2021(3): 47.
- [2] 马向东. 新时代研究生支教团持续发展的现实路径研究[J]. 科教导刊, 2022(33): 33-35.
- [3] 全国大学生志愿服务西部计划项目管理办公室:《关于组建中国青年志愿者第 27 届(2025-2026 年度)研究生支教团有关工作的通知》[EB/OL]. 中国青年网, 2024-08-09.
<https://xibu.youth.cn/gzdt/tz/202408/P020240809531551875017.pdf>
- [4] 中国互联网信息中心. 第 52 次《中国互联网网络发展状况统计报告》[EB/OL].
<https://www.cnnic.net.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>, 2024-03-10.
- [5] 刘淑静. 持续推动农村物流配送体系建设[J]. 中国农业资源与区划, 2023, 44(4): 161+171.
- [6] 黎苗, 郭金勇. 农村电商扶贫的作用机理及脱贫促进机制研究[J]. 农村经济与科技, 2023, 34(8): 232-235.