

“数商兴农”背景下县域农村电商人才培养 对策研究

李欣

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年4月11日; 录用日期: 2025年4月24日; 发布日期: 2025年5月28日

摘要

在“数商兴农”工程全面推进的背景下, 县域农村电商成为乡村振兴的重要推动力, 人才则是县域农村电商发展的关键要素。当前, 随着农村电商的发展, 我国县域农村电商人才的培养取得一定的进展, 但我国县域农村电商人才的培养仍存在人才供需结构矛盾、培训体系不健全、政策落实不到位、发展环境有待优化等问题进行分析, 提出构建“分层分类”培训体系、创新“政企校村”协同机制、组建专兼结合教师队伍、营造县域农村电商人才培养的良好环境等对策, 旨在促进县域农村电商的发展, 促进农民增收, 实现乡村振兴, 农业农村现代化迈上新进程。

关键词

农村电商, 数商兴农, 人才培养

Research on the Countermeasures of Rural E-Commerce Talent Training in the County under the Background of “Developing Agriculture through Digital Commerce”

Xin Li

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

Received: Apr. 11th, 2025; accepted: Apr. 24th, 2025; published: May 28th, 2025

Abstract

Under the background of the comprehensive promotion of the project of “digital commerce

promoting agriculture”, county rural e-commerce has become an important driving force for rural revitalization, and talent is the key element for the development of county rural e-commerce. At present, with the development of rural e-commerce, the cultivation of rural e-commerce talents in counties in China has made some progress, but there are still problems in the cultivation of rural e-commerce talents in counties in China, such as the contradiction of talent supply and demand structure, the imperfect training system, the inadequate implementation of policies, and the development environment to be optimized. This paper analyzes and puts forward countermeasures such as the construction of “hierarchical classification” training system, the innovation of “government, enterprise, school and village” collaborative mechanism, the establishment of a full-time and part-time teacher team, and the creation of a good environment for the cultivation of rural e-commerce talents in counties. It aims to promote the development of rural e-commerce in counties, promote the income of farmers, achieve rural revitalization, and embark on a new process of agricultural and rural modernization.

Keywords

Rural E-Commerce, The Number of Businesses to Promote Agriculture, Personnel Training

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

“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要提出，要“实施数字乡村建设发展工程”，在国家战略中对数字乡村发展和建设做出明确部署[1]。随着数字经济与乡村振兴战略的深度融合，农村电商成为激活县域经济、推动农业产业升级的关键抓手。《2020 中国农村电商人才现状与发展报告》对未来农产品上行电商人才需求做出预估，认为农产品电商将进入高速发展期，人才缺口将达 350 万[2]。人才振兴作为乡村振兴的重要组成部分，2021 年中共中央国务院 1 号文件《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化意见》提出一系列有关乡村人才振兴的要求，为全面推进乡村振兴部署有力的人才支撑措施[3]，县域农村电商人才的培养是影响农村电商发展的关键。由于电子商务的快速发展，山东各地农村地区大量农民加入电子商务的快车道中，阿里巴巴《2021 年淘宝村发展统计报告》显示，山东的淘宝村数量位列全国第三[4]。基于此，本文以“数商兴农”战略为切入点，通过对鲁中地区县域进行分析，明确县域农村电商人才培养的现状与困境，进而提出可持续的农村电商人才培养路径。研究不仅有助于完善农村电商人才理论体系，更能为地方政府优化人才政策、职业院校改革课程设置、企业构建用人机制提供依据，最终实现乡村振兴、农业农村可持续发展的目标。

2. 县域农村电商人才培养现状分析

2.1. 人才结构现状

在县域农村电商人才年龄结构方面，县域农村电商呈现出老龄化与低活力的状态，目前，县域农村电商从业者以 40 岁以上的人员为主，即使有部分大学生群体凭借自媒体账号返乡进行大学生寒暑假返乡直播助农，但这一群体只是进行短期兼职；在县域农村电商人才学历层次方面，目前，县域农村电商从业人员中，初中及以下学历者占比 50% 以上，具备数据分析、品牌策划、跨境运营等能力的复合型专业人才占比不足 5%；在社会性别方面，女性参与度高但层级受限，目前女性从业者大多数从事客服、直播

等基础性工作，管理层及技术岗位多为男性参与。

2.2. 培养模式现状

政府层面，部分地区成立了县长为组长的电商进农村综合示范工作领导小组，镇、村、社区普遍把农村电商发展作为“书记项目”，在全县域内营造“发展电商”的浓厚氛围；学校层面，各大高校加强对电商专业人才的培养，同时，部分县职教中心学校，邀请来自全县的新型职业农民，结合其县农村电商发展的需要，对学生进行培训课程，加深继续教育学生对电商基础知识的理解，掌握更多的电商实用技能，为当地县域农产品的销售打开了新思路；企业层面，除了部分从事农村电商的企业开展内部职业培训之外，部分县域的电商进农村示范项目培训单位，对县域各镇电商从业者进行培训，包括抖音视频发布技巧、引流注意事项等，同时，该培训单位与职教中心学校进行合作，增强学生的就业和创业信心，为县域农村电商的发展储备人才。

2.3. 政策支持现状

国家及地方层面出台一些人才扶持政策，吸引电商人才回乡发展。国家层面出台《“数字商务”三年行动计划》等文件，明确人才培育目标；地方层面启动电商人才培养计划，配套政策聚焦创业补贴、税收减免等。为全方位支持回乡人才干事创业，建成县电商众创家园、新型职业农民创业协会等创业平台9个[5]，制定出台一次性创业补贴、创业担保贴息贷款、水电房租费用减免等配套政策，吸引各类人才、多类主体回乡发展。

2.4. 发展环境现状

基础设施方面，全国县域物流配送中心覆盖率较高，但冷链物流缺口仍存在，部分农村地区网络信号稳定性差，制约直播电商、大数据分析等，影响农村电商人才的积极性；文化环境层面，直播带货、农村电商激发了部分农村青年的创业热情，但仍有部分群体，以留守人群为主，对电商信任度较低，担心“线上收款被骗”，导致县域农村电商人才转型动力不足；培训环境方面，虽然县域内部分电商已实现产品深加工与品牌化，但电商培训同质化严重，多数电商仍以初级农产品销售为主，缺乏针对供应链管理、跨境电商等的定制化课程，且实操场景匮乏。

3. 县域农村电商人才培养存在的问题

3.1. 人才供需结构矛盾突出，培养体系不健全

在“数商兴农”战略驱动下，县域农村电商对人才需求从“数量扩张”向“质量升级”加速转型，但现有供给体系难以匹配新业态、新模式的发展需求，供需矛盾突出。在需求侧方面，“数商兴农”推动农村电商从“传统网销”向“直播电商、跨境电商、供应链数字化”延伸，对市场预测等数据分析、品牌运营等技能需求增加。但在供应侧方面，由于相对于大城市而言，县域地区经济水平滞后，对于电商专业人才的毕业生吸引力较弱，青壮年劳动力大规模向大城市迁移，导致县域农村电商人才留存困难，县域农村电商呈现出老龄化与低活力的状态。除此之外，由于县域农村电商从业人员本身文化水平低，技术型人才缺失，低学历从业者普遍缺乏对于数字化工具的应用能力，无法独立完成短视频创作与投流优化。在供需调节机制方面，由于部分县域盲目追求“培训人数”等指标，忽视了当地产业的实际需求，以及一些形式化的培训，部分课程内容占比低但当地企业该岗位的空缺率却很高，难以实现供需人才的精准对接。

政府、学校、企业虽然大力开展对农村电商人才进行培训，但仍存在一些问题。首先，培训内容滞

后，与产业对农村电商人才的实际需求脱节。县域电商的培训多集中在基础的“抖音直播”、“短视频拍摄”，缺乏对品牌 IP 打造、跨境电商运营、用户需求数据分析、新兴平台运营策略等的指导。其次，培训模式僵化。大部分县域培训采用的是大班的理论讲解，忽视与县域特色的适配度，缺少实操演练、案例模拟，并且多为“一次性教学”，结业之后无后续的技术指导以及资源对接等配套服务。另外，培训讲师专业化水平较低。县域农村电商人才的培训多数是本土专家，缺乏系统化的知识体系以及前沿的技术，难以教授数据分析、跨境物流等高阶课程。最后，培训考核形式化。无论是职教中心，还是企业培训，最后的培训考核多采用“笔试”，并未进行真正的实操，即使经过培训，考核合格，但这部分人员在实际运营中，缺乏运营能力，不能独立完成选品且缺少创新思维，农村电商人才的培训没有达到应有的效果。

3.2. 政策落实不到位

首先，政策执行存在“悬浮化”。部分县域为完成上级考核，盲目追求“培训人数”“发证数量”等表层指标，忽视实际就业转化率。除此之外，政策文件中承诺的创业补贴、税收减免等优惠因资金拨付延迟或手续繁琐等原因难以兑现。其次，部门及地区之间的协同机制欠缺。县域农村电商人才的培训涉及农业、教育等多个部门，政策执行中职责划分不清，就会导致资源的重复投入。此外，监督考核“虚浮化”。政策效果的评估多依赖“培训场次”“参与人数”等定量指标，将培训项目视为“绩效工程”，缺乏对就业率、创业成功率、收入增长等核心结果的跟踪。大部分县域未建立政策执行问题反馈渠道，导致企业、农户的问题无法及时传达。最后，数字赋能“表层化”。虽然对县域农村电商人才的培养教授他们一些电商平台销售运营以及直播带货的方式，但是深层次的数据分析、跨境运用等培训内容较少甚至缺位。另外，部分县域没有完善的电商人才开发与培养的政策，缺少电商人才优待政策[6]。县域对于农村电商人才的数据库管理与监测平台尚未实现，仍沿用传统的线下报名、政策宣传，其数字化覆盖率低，难以及时了解市场动态并调整县域农村电商人才培训的政策。

3.3. 发展环境有待优化

基础设施方面，由于县域冷链设施缺失，生鲜农产品损耗率较高，由于偏远山区物流配送成本较高，需要农户自行前往镇级站点取货，电商运营效率较低，另外，根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第 52 次中国互联网络发展状况统计报告》，农村地区互联网普及率虽已超过 60%，但与城镇地区仍有较大差异[7]，由于农村地区 5G 基站密度较低，山区直播带货经常出现因信号中断而卡顿的现象，严重制约县域农村电商人才的积极性。文化环境方面，部分县域留守群体对线上交易信任程度较低，拒绝使用电子支付，此外，县域电商的发展，多重视在种植、养殖环节，忽视对品牌与流量的运营，拒绝学习电商技能，对本土农村电商人才的培养受到阻碍，另外县域性别的固化，使得女性从业者集中于客服、直播等基础岗位，管理层女性占比少。培训环境方面，县域缺乏电商实训基地，培训过程中无法接触到真实的供应链与流量运营场景。

4. “数商兴农”背景下县域农村电商人才培养对策

4.1. 健全培养体系

4.1.1. 构建“分层分类”培养体系

根据不同的群体，分层开展相应的培训活动。首先，对于基础层的普通农户，应对其从“扫盲”开始，开展直播话术、平台操作、客服话术等基础的技能培训。其次，对于提升层的返乡创业就业青年，应对其同时进行日常运营和相关技术的培养，包括短视频的制作、流量运营与分析等进阶技能培训。此外，对于精英层的技术骨干人员与管理者，应开展跨境电商运营、大数据分析、市场预测、县域品牌策划等

内容。除此之外，将县域产业进行分类，针对于不同的县域特色产业类别，开展专项的课程，输送更加符合需求的农村电商专业人才。

4.1.2. 创新“政企校村”协同机制

协同政府、企业、高校、乡村多个主体，搭建“四位一体”协同平台。以政府为主导进行统筹，县级政府牵头成立“电商人才协同中心”，整合农业、教育、人社、财税等部门资源，制定县域电商人才发展规划(如《三年行动计划》)，明确各方权责任务。以电商企业需求为导向，电商企业提供岗位能力标准，参与课程设计、实训基地建设，依据电商企业的需求定向输送人才。高校实现人才的精准供给，职业院校、地方高校依据县域产业特色，在高校电子商务等相关专业开办“农村电商振兴双创班”“乡村振兴产业学院”等[8]，建立“双师型”教师轮岗机制，即教师进企业、企业导师进课堂。乡村提供真实的运营场景，以行政村为单位建立“电商人才服务站”，提供产品供应链、直播场景、创业孵化等在地化支持。

4.1.3. 组建专兼结合教师队伍，提升教学质量

专兼结合的教师队伍更有利于促进学生的全面发展，更有利于学生应对灵活多变的复杂环境。团队内的学者可以教授给学生最前沿的理论知识，学生可以对电商基础知识进行系统性的学习，构筑扎实的理论体系；团队内的电商行业专家可以将工作中的实际经验融入到教学中，学生在未来可以更好地适应电商行业的需求，积累丰富的实践经验。学者与行业专家在教师队伍中相互合作、互为补充，提升县域农村电商的教学质量，促进学生的全面成长，同时，深入挖掘县域农村电商的发展潜力，有利于县域农村电商的可持续发展。

4.1.4. 数字技术赋能县域农村电商人才的培养

研发县域农村电商智能教学系统，学员可以通过 AI 进行个人的能力测算，从而自动推送定制课程，对于直播带货、跨境电商纠纷处理进行虚拟仿真模拟。同时，将线上教学与线下教学进行融合，线上利用县域农村电商智能教学系统或者其他会议 APP 开展理论教学与实训仿真模拟，线下在县域电商产业园区或者乡村电商服务点组织实战教学。

4.2. 完善人才政策，确保政策落实

首先，完善人才政策，在激励本土人才发展工作的同时，做好外来人才的引进工作，着重引进本县域户籍，且具有专业电商知识或者从业经验的优秀人才返乡。其次，政策执行实行“标准化 + 差异化”模式。政策执行过程中，明确责任主体与时限，将工作任务落到实处，而非浮于表面，允许县域根据当地产业特色进行灵活调整。最后，构建“全链条”政策执行监督体系。对县域农村电商人才的相关政策优惠的执行进行实时监测，确保补贴发放到位。破除“形式化”培训，构建“县域电商人才指数”，实时监测技能缺口，基于电商平台销售数据，及时动态调整培训方向，不盲目追求县域农村电商的培训人数。建立一个全面的、可测量的人才胜任力评价标准有助于对培训进行考核，有标准才会有更好的效果，避免出现人力成本浪费的现象[9]。

4.3. 营造县域农村电商人才培养的良好环境

在“数商兴农”战略推进过程中，需为县域农村电商人才的培养营造良好的环境。在基础设施方面，当前需要补齐县域数字基建短板，应推进 5G 网络向乡村地区的延伸，保障农村电商区域网络的稳定性，同时，应完善县乡村的物流体系，并在特色农产品产区建立冷链仓储设施，此外，建设县域电商产业园，并引入金融支持与农业大数据平台，为农户提供小额信贷、市场分析等数字化工具，构建从网络覆盖到

服务落地的全链条支撑体系。在文化环境方面,针对农村群体对电商认知不足、观念保守等问题,可通过树立典型与本土化宣传破除阻力。充分挖掘返乡青年、新农人等案例,借助县域媒体与短视频平台对其创业故事进行宣传,同时动员乡村权威人士参与宣传,通过邻里互助、方言教学等方式,逐步转变乡村居民“害怕风险、不愿尝试”的保守心态,营造“全民触网”的良好社会氛围。在培训环境方面,面向新手开设智能手机操作、平台注册等基础课程,整合高校、培训机构,提供在线答疑服务,推行“田间课堂”现场教学,让每一位学员听懂并会灵活应用。

5. 总结

在“数商兴农”战略与乡村振兴深度融合的背景下,县域农村电商人才的培养已成为推动农业农村数字化转型、实现乡村经济高质量发展的重要抓手。尽管当前县域农村电商人才的培养还存在培训内容滞后、培训讲师专业化水平较低、基础设施不完善等问题,阻碍县域农村电商人才的培养。未来,随着“数商兴农”战略的推进,县域政府数据驱动决策能力的增强,县域农村电商人才培养效果的提升,将不断推动县域农村电商人才从“规模扩张”向“质量跃升”转型,为农业农村现代化注入持久动能,助力乡村振兴。

参考文献

- [1] 何艳君, 凌梓涵. “数商兴农”视域下农村电商人才培育机制研究[J]. 山西农经, 2024(17): 16-18, 56.
- [2] 付则晨. 乡村振兴背景下县域农村电商人才培养策略研究[J]. 新农业, 2022(15): 98-99.
- [3] 李芬娟, 易海峰. 乡村振兴战略视域下县域农村电商人才培养路径研究[J]. 商场现代化, 2021(23): 45-47.
- [4] 王伟军, 于涛, 黄龙雯. 乡村振兴背景下校企共育农村电商人才的创新路径研究[J]. 商展经济, 2022(14): 122-124.
- [5] 周凯, 何忠腾. 基于社会资本视角的农民返乡创业行为研究——以山东省临朐县为例[J]. 现代营销(下旬刊), 2022(18): 146-148.
- [6] 祝蒙, 林静. 欠发达地区农村电商人才开发与培养研究——以山东曹县为例[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(11): 104-106, 276.
- [7] 徐思凡. 从“助力”到“赋能”: 新媒体时代农村电商人才培育策略研究[J]. 农业经济, 2024(10): 140-142.
- [8] 尤影. 乡村振兴背景下农村电商人才培养体系构建[J]. 人力资源开发, 2022(23): 73-76.
- [9] 赖玲玲. 农村电商人才胜任力评价指标体系构建[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2023(9): 24-28.