

# 论乡村全面振兴视域下农村电商直播人才的培育

焦 典

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2026年6月22日; 录用日期: 2026年7月6日; 发布日期: 2026年8月11日

## 摘 要

乡村全面振兴背景下, 农村电商直播已成为推动农业转型升级、促进农民增收的重要方式, 而高素质复合型人才的培育则是释放这一动能的关键所在。人才能够从需求侧带动供给侧升级, 推动全产业链优化; 激活乡村内生动力, 吸引青壮年返乡创业; 推动传统农民向“新农人”转变, 促进城乡要素融合与乡村治理效能提升。但是, 当前却面临人才数量不足与质量参差, 院校和社会培育的人才与产业需求错位, 城乡差距与社会融入壁垒导致人才流失严重的问题。为此, 需以多主体协同共育机制为宗旨, 探索人才在“引、育、用、留”四个方面的可行路径, 为农村电商直播人才的培育提供实践参考。

## 关键词

乡村振兴, 农村电商直播, 人才培养

# On the Cultivation of Rural E-Commerce Live Streaming Talents from the Perspective of Comprehensive Rural Revitalization

Dian Jiao

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: June 22, 2026; accepted: July 6, 2026; published: August 11, 2026

## Abstract

Against the backdrop of the comprehensive rural revitalization, rural e-commerce live streaming has become an important means to promote agricultural transformation, upgrading, and farmers'

income growth. The cultivation of high-quality, versatile talents is the key to unleashing this momentum. These talents can drive the upgrading of the supply side from the demand side, promoting the optimization of the entire industrial chain; activate the endogenous power of rural areas, attracting young and middle-aged individuals to return to their hometowns for entrepreneurship; and facilitate the transformation of traditional farmers into “new farmers,” fostering the integration of urban-rural factors and enhancing rural governance efficiency. However, current challenges include an insufficient number of talents coupled with uneven quality, a disconnect between talents cultivated by educational institutions and society and actual industrial needs, as well as severe talent loss due to the urban-rural gap and barriers to social integration. Therefore, it is essential to establish a multi-agent collaborative cultivation mechanism and explore feasible pathways for attracting, cultivating, utilizing, and retaining talents, thereby providing practical references for the cultivation of rural e-commerce live streaming talents.

## Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce Live Streaming, Talent Cultivation

Copyright © 2026 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

全面推进乡村振兴是新时代解决“三农”问题的总抓手，更是实现中国式现代化的必由之路。在这一规划指引下，农村电商直播凭借其高效链接的独特优势，成为转变农业发展方式、带动农民增收的有效抓手，数据显示，2025年1至6月我国农产品电商交易额增长17.2% [1]，直播电商已成为农产品上行的重要通道。但产业的蓬勃发展对人才供给结构和质量提出了更高要求。《乡村全面振兴规划（2024—2027年）》<sup>1</sup>明确提出加强农村数字人才、电商人才培养。如何培育一支“懂农业、爱农村、善电商”的高素质复合型直播人才队伍，已成为补齐乡村人才短板、推进乡村产业升级的关键举措。为深入剖析农村电商直播人才培养的内在机理与现实挑战，本文将用人力资本理论分析人才培养的投入与产出，及其对产业升级的驱动效应，以社会网络理论阐释外来人才在乡村场域中面临的信任壁垒与融入困境，并以此为基础探索“引育用留”的系统性路径，为促进农村电商高质量发展、扎实推进共同富裕提供学理支撑与实践参考。

## 2. 乡村全面振兴视域下农村电商直播人才培养的价值意蕴

农村电商直播人才是驱动乡村全面振兴的关键变量，是链接不同产业和城乡之间的核心纽带，其价值不仅体现在经济层面的产业升级与农民增收，更在于对乡村社会结构的深层重塑。高素质人才正从带动全产业链优化升级、人才激活、数字治理三个维度，为乡村振兴注入强劲动能。

### 2.1. 农村直播电商助力产业升级

直播电商是农产品上行、农业产业结构优化的重要驱动力。农村电商作为纽带，不断促进着一、二、三产业的深度融合与发展。直播人才更是在其中担任着中介的作用，与传统销售模式不同，他们能够通过直播互动、粉丝反馈等方式，实时掌握消费者对农产品的评价与需求偏好，将模糊的消费者偏好转化

<sup>1</sup>[https://www.gov.cn/zhengce/202501/content\\_7000493.htm](https://www.gov.cn/zhengce/202501/content_7000493.htm)

为具体的产品标准，为产业链优化升级提供可行性意见。市场导向能够使农户在源头上就注重农产品品质的提升和安全管控，促进农业生产向标准化、规模化模式转型。在加工环节，生产经营主体可以根据消费者的口味偏好和包装需求，开发出更多符合市场需求的产品，提升产品差异化竞争力。与此同时，为满足直播电商“次日达”“无破损”的要求，不少农村合作社和经营主体引入分级分拣、冷链预冷等标准化流程，不断完善物流服务体系，确保农产品能够新鲜、快速地送达消费者手中。直播人才以需求侧带动供给侧升级，推动农村全产业链的优化升级，不断提升农产品的产品附加值与市场竞争力，提升市场价值定位，实现农产品优质优价，从而为乡村产业兴旺提供坚实支撑。

电商直播带货不仅拓宽了农产品销售渠道，更催生了包装设计、物流配送、客服运营、品牌营销等相关配套产业集聚发展。农民能够通过自己直播带货，直接将农产品销售给消费者，减少了中间流通环节，将特色资源与劳动成果直接转化为实际收益，有效提升了收入水平。更为重要的是，这些配套产业的发展创造了大量就业岗位，拓宽了农村人口的就业选择，让农民在家门口就能实现稳定增收。这一系列积极效应的背后，是将对直播人才的知识赋能与技能培训，转化为乡村人力资本存量的战略性投资，其经济回报不仅体现为个体收入的增长，更外溢为全产业链的效率提升与价值增值。乡村产业的繁荣也不断转化为农民的获得感与幸福感，为提升乡村生活水平、实现共同富裕奠定坚实基础。

## 2.2. 高素质直播人才激发乡村活力

人才是乡村振兴的核心要素，人才资源更是第一资源。国家虽出台一系列乡村振兴扶持政策，但政策红利能否真正落地见效，其关键在于“人”的转化能力与执行能力。近年来，官员直播带货兴起，更是充分彰显了培育高素质直播人才的战略价值。这些高素质直播人才具备出色的政策解读与运用能力，能够将宏观政策红利转化为本地产业发展的具体项目与资金支持[2]，为农村电商发展争取到更为丰富的资源；依托行政机构公信力和个人信誉，为农产品质量进行信用背书，显著提升消费者对农产品的信任度与购买意愿；更是以自身 IP 赋能，为农产品打造品牌效益，增强其在市场中的竞争力。这一过程不仅能够开拓农产品新销路，还能带动农业企业和农民思维方式的转变，为乡村发展注入源源不断的活力。他们还拥有强大的资源整合能力，能够统筹政府、企业、农户多方力量，形成强大的发展合力[3]，推动农村电商产业协同共进。

与此同时，当前乡村面临严峻的“空心化”与“老龄化”困境。农村 60 岁及以上人口占比达到了 23.81% [4]，外出农民工规模更是高达 17,871 万人[5]，青壮年劳动力大量外流，导致乡村发展缺乏主体力量。而农村直播人才的集聚有助于吸引外出青壮年、大学生等“新农人”返乡创业就业，逐步培育形成“百千万”乡村人才梯队。当前，我国农村实用人才已超 2300 万人，累计培育高素质农民逾 900 万人次[6]，这些人才以直播为纽带，带动更多村民参与电商产业，不仅解决了农村本地就业问题，更让青壮年看到乡村发展的潜力，减少劳动力外流，逐步充实乡村发展主体，激活乡村内生动力，从根本上破解乡村“空心化”“老龄化”难题，为乡村振兴筑牢人才根基。

## 2.3. 赋能数字乡村建设，促进城乡融合发展

农民作为产品生产者，更熟悉农业生产，了解产品，通过培育直播人才，推动传统农民向“新农人”转变，让手机成为“新农具”，直播成为“新农活”[7]，直播人才不仅带动农户掌握直播带货、短视频运营等基础技能，更推动线上采购、智能售后等数字化工具普及应用，实现农业生产、流通、销售全环节数字化升级，有效缩小城乡数字差距，破解农村“数字鸿沟”，为农村数字转型筑牢人才基础。当它们成为“新农人”后，能够以自身影响力推动农产品的销售，为乡村经济发展注入新活力。

安徽某县政府人员在“和美乡村直播间”，选择用方言为村民们解读最新政策，将理论指导、农技

指导与农产品带货有机结合,这种模式不仅增加了主播与人民的亲切感,更是将乡村治理延伸至触手可及的屏幕里,不断连接城乡社会,促进治理与文化的数字融合。这些实践以数字化方式实现了政策下乡、技术下乡与农产品上行的同步推进,显著提升了乡村治理效率。

数字直播打破了城乡空间阻隔与信息壁垒,通过镜头带领消费者沉浸式体验农产品的生产环境,使其能够更直观地了解商品,不断提升消费参与感与信任度,促成更多高质量消费决策[1]。直播人才在推介农产品的同时,全方位展示乡村风貌与产业潜力,有效吸引城市资本、技术、人才等优质资源下沉乡村,实现城乡要素互补互促。与此同时,直播人才在镜头前的互动,不再局限于商品交易,而是成为城乡文化交流与生活方式对话的载体。直播人才通过镜头讲述乡土故事、传承农耕文明,以情感链接着每一位观众,不断增强城市居民对乡村文化的理解与认同,从而助力乡村文化振兴,塑造了乡村的良好形象。

### 3. 当前农村电商直播人才培育的现实困境

农村电商直播作为赋能乡村全面振兴的新业态,其在农村电商直播人才培育方面存在着供给不足、供需错位、留才艰难的多重困境,严重制约着农村电商直播产业的高质量发展。

#### 3.1. 人才供给数量不足与质量参差

随着直播电商向农村地区下沉,产业的蓬勃发展却与人才供给形成结构性矛盾。首先,受大环境影响,当前青年就业呈现明显的“求稳”心态,倾向于选择体制内或城市稳定岗位[8],对于返乡从事电商直播这一不确定性较高的职业持谨慎态度,使得农村电商直播人才的后备力量储备不足。其次,真正能够扎根农村、熟悉平台规则、具备稳定输出能力的主播及运营人才严重供不应求。农村电商直播从业队伍整体受教育水平偏低,以中等文化水平为主。截至2023年末,乡村劳动力人口大专及以上学历受教育人口仅占比9.08%,远低于城镇的35.82%[9],这很大程度导致他们对平台规则、数据分析、品牌营销等核心技能的掌握不足,然而,人才对于新型农业经营主体电商行为呈现出正向影响的状态,“经营主体高中及以上学历员工越多,采纳电商的可能性就越大。”[10]在直播电商这一新业态下,服务于乡村全面振兴的电商人才,不仅要具备直播带货能力,更要符合我国“三农”队伍“懂农业、爱农村、爱农民”这一标准。但是在现实中,大部分农村电商直播人才仅停留在简单的“叫卖式”销售层面,缺乏系统专业的职业培训,普遍存在明显的能力短板与技术鸿沟。严重缺乏既精通农产品供应链管理、品牌营销、内容创意,又熟悉乡村文化、具备农民组织动员能力的复合型人才严重匮乏,难以适配直播电商对内容精细化、运营专业化的发展要求。

#### 3.2. 人才培育与产业需求错位

职业院校和地方高校是人才输送的主要渠道,但是高校的人才培育与农村电商的实际需求之间存在严重错位,其课程设置往往存在一定的滞后性,难以跟上农村电商的更迭速度,缺少对平台算法、短视频引流等前沿实操技能教学,使得理论教学与实践完全脱节,学生在步入真实职场后,发现所学的专业知识与技术难以适配农村直播岗位的需求,往往需要在花费大量时间在实践中重新摸索与学习,才能将其转化为实际工作能力。此外,授课教师多为高校教师或行业理论研究者,其自身就缺乏农村电商直播一线实战经验,无法精准把握产业需求和岗位痛点,使得教学设计往往脱离真实的农村环境,教学内容往往局限于理论知识,实用性略显不足。除院校培养外,各类社会培训也是人才能力提升的重要途径,但当前培训普遍存在同质化问题,各大培训平台都缺乏系统性与针对性,未能针对不同素质人才、不同地区人才进行个性化培训,取而代之的是以短期、碎片化培训为主,内容集中于基础操作技能,它更多

的适用于基层直播操作人员，却缺乏对品牌建设、策划设计、供应链管理、团队协作等综合能力的系统培养。使得中高端人才的培育出现较大缺口，无法满足产业规模化、高质量发展的需求。与此同时，培训结束后更是缺乏持续的跟踪指导与资源对接，导致培训效果难以巩固，培训的边际效益不断呈现出递减状态，无法实现人才能力的长效提升。

### 3.3. 引才难、留才更难

虽然国家不断加大对于乡村振兴的支持力度，以优惠政策吸引年轻人返乡创业，乡村基础设施薄弱，在医疗、教育、文化生活等公共服务配套方面，城乡呈现出较大差距，这些劣势使得部分人才对扎根乡村存在顾虑。“吸引人才是基础，留住人才是乡村振兴的关键，”<sup>[11]</sup>外来人才投身农村电商直播行业，不仅要面临直播运营与数据流量的行业压力，还需适应乡村熟人社会“差序格局”的人际交往逻辑。乡村社会以血缘、地缘为纽带的信任体系，对外来从业者形成天然的身份壁垒与社交区隔，使其难以快速融入本土社交网络，人力资本效能的释放因本地社会资本的匮乏而严重受阻，外来人才在陌生环境中社交圈大幅收缩，陷入嵌入式困境。部分地区村民更是对外来人才存在明显的不信任感与排外心理，将其视为“外来人”<sup>[12]</sup>，而非乡村发展的共建力量。使得外来电商人才不仅面临社交融入障碍，更在农产品供应链整合、本地资源对接、社群信任建立等方面遭遇隐性壁垒，这进一步加剧了外来电商人才“引得来、留不住”的现实难题。更为关键的是，农村地区尚未建立起系统性的电商人才保障体系。薪酬待遇不稳定、职称评定难、职业晋升机制缺失与创业扶持政策落地难等问题普遍存在，使得一部分经过培育的直播人才在乡村短暂积累经验后，因缺乏上升空间与保障支持，选择流向城市或更大平台。

## 4. 农村电商直播人才培育的实践路径

农村电商直播人才高质量的培育，绝非任何单一主体能够独立完成，只有构建“政府主导、企业主体、院校支撑、社会参与、农民本位”的协同共育机制，明确各方主体职责，使各方力量在精准引才、系统育才、科学用才、用心留才这四个环节协同发力，才能形成人才引得进、育得强、用得好、留得住的良性循环，从而把人才这“第一资源”转化为乡村高质量发展的“第一动力”，为农村电商直播人才的发展提供坚实保障，也为乡村全面振兴提供持续稳定的人才支撑。

### 4.1. 拓宽多元化引才路径

首先，我们要拓宽引才渠道。不断深化校企合作，依据乡村直播电商需求，与高校联合定制培养方案。为解决企业在短期人力资本回报与院校长周期学科培养的矛盾，“培养成本共担、实训收益共享”的协作机制，是消解双方在培养周期与课程内容上的分歧的重要方式。由政府购买服务补偿教学成本，企业以开放后台数据和案例资源置换人才优先选用权，以此消解双方在培养节奏与内容上的分歧。企业继而可为优质大学生提供对口实习，使他们提前接触乡村产业，毕业后定向输送至农村。还要广泛参与线上线下人才招聘活动，扩大人才招聘范围，增加人才数量。同时，打造具有乡村特色的直播产业园区。配备先进的直播设备和完善的基础设施，引入专业直播运营团队与电商企业，形成产业集聚效应，以优质的工作环境吸引直播人才前来入驻和发展。并充分发挥已引进人才的示范带动作用，通过“以才引才”的方式，形成人才的带动效应，培育和吸引更多人才集聚于此。其次，还要明确引才对象。既要大力引进外来的人才和成熟的创新直播团队、专业电商人才、直播运营人才等，快速补齐乡村直播电商的专业短板，也要重点关注本土卓越的潜在人才，构建全方位、多层次的人才招引体系。最后，在此基础上建立战略协同、错位发展、优势互补的人才结构，外来人才教会本土人才更为先进的直播理念、运营技巧、供应链管理经验的，本土人才带领他们了解乡土人情、地方文化、农产品特性，使外来人才才能更好地融入

乡村建设之中，推动形成人才发展雁阵格局。

#### 4.2. 构建全链条、多层次的培育体系

要构建分层分类的培训模式。针对不同层次的人才类型与需求，设计差异化培训内容，形成层层递进的人才成长通道。对于普通农民与返乡青年，重点开展直播基础技能培训，帮助其快速入门；面向骨干主播，开展内容策划、粉丝运营、供应链管理等进阶课程，系统性提升其专业运营能力；对于领军人才，需结合农村电商直播行业发展趋势，引导他们树立终身学习的理念，不能仅局限于现有知识与技能，鼓励符合条件的村干部、“新农人”等高质量人才报考高职院校，参与“一村一名大学生”培育计划，接受系统化高等教育，夯实政策理论基础，提升产业运营、数字营销及团队管理能力，参与高端研修活动，推动领军人才实现从专业实操人才向复合型管理人才的跃升。针对储备人才，还需创新培育模式。对于有意向返村创业的学生，推行“双导师制”，邀请成熟的主播或者电商专家与高校教师形成联合培育团队。行业导师将一线实践经验和行业前沿动态带入课堂，与高校教师深入交流、共同研讨，不断推进教学内容的更新。高校教师不断夯实学生的理论基础，确保学生所学的内容能够学以致用，精准地匹配行业需求。行业导师将带领他们参与实际直播，坚持以实践为导向的教育模式，通过实践检验和锻炼学生能力，让他们在真实场景中学习到真本领，实现以用促学。培育这种既懂理论又精实操的复合型人才，能够有效弥补当前乡村人才类型缺失的短板。

#### 4.3. 搭建精准用才平台

建立人才数据库是精准用才的基础。广泛收集有意投身乡村直播电商的人才信息，需要了解他们专业技能、工作经验、创业意向等详细资料，并对有经验的主播进行能力画像，精准识别他们所擅长的直播领域与品类。通过产业需求热力图，分析不同乡村的直播人才缺口，明确是缺主播、缺运营还是管理人才，引导人才向高需求区域流动。在农产品上市季，根据产品特性智能派单，实现人才专业能力、意愿与岗位需求的精准匹配，将技术型人才配置到选品与品控端，让专业能力转化为产业动能；将内容型人才配置到直播前端，通过直播间讲述乡村故事、解读惠民政策、推介农产品，从而实现人才能力与乡村治理、文化振兴的精准契合；将管理型人才配置运营体系搭建、供应链优化环节，充分发挥其统筹协调优势，带动更多人才成长进步。最终实现人力资源的帕累托最优配置，让各类人才在各自岗位上发挥最大作用，在服务乡村中实现自我价值，真正让人才与乡村双向奔赴、共同成长。此外根据农产品生产与销售的季节性特征，农村电商呈现明显的淡旺季波动，需创新灵活的用才方式。在淡季加强对人才的复盘培训，不断提升本土人才能力，使其在旺季能够独当一面。同时，推行跨村、跨区域的人才借调，让专业人才在最需要的时间出现在最需要的岗位上。

#### 4.4. 完善人才发展保障机制

为解决“留才难”的问题，应在吸引人才来乡村后要解决好他们的后顾之忧，地方政府应加快落实人才引进的优惠政策，对于返乡创业的人才不仅提供政策倾斜，还给予一定的创业补贴，给予低息贷款的资格，降低其创业风险。同时，还需补齐公共服务短板，解决好人才子女教育、医疗保障等问题，完善配套基础设施的建设，为人才提供优质办公环境和居住环境。完善住房保障体系，加快人才公寓建设，为直播人才提供拎包入住的过渡性住房，对租房、购房的人才给予差异化的补贴，降低其生活成本，让人才安心扎根乡村。但是在强化政府主导保障的同时，还需警惕行政力量过度干预可能导致的资源错配风险。对此，应引入市场化评价与动态调整机制，对政府扶持的直播基地与人才项目实行年度 KPI 考核，考核结果与次年扶持力度直接挂钩，未达标者次年削减补贴，避免财政资金大量投入到脱离市场需求的

直播基地建设。同时,将人才按工作类别划分,围绕业务能力、经济效益、特殊贡献等维度进行分级评价,形成梯度式奖补机制,以此矫正直接的普惠式资金补贴可能引发的要素配置扭曲,避免资源流向善于包装而实战能力不足的投机者。还需推行股权合作、利益共享的“供应链合伙人”模式,在地方政府的统筹下,组织农户、合作社、物流企业与外来直播人才签订多方利益分成协议,赋予主播供应链质量的话语权,推动外来人才与本地主体形成利益共同体,从根源上消解排外心理。加强对外来人才的人文关怀,常态化举办交流互动活动,不断增强人才对乡村的认同感与归属感。同时建立以实际贡献和能力为导向的激励评价体系,对表现突出的人才给予奖励表彰,使他们贡献的自我价值能够转化为实实在在的获得感。优化职业发展与晋升通道,重点向实绩突出者倾斜,推动人才个人成长与乡村振兴事业同频共振。

## 参考文献

- [1] 宋玉茹. 直播电商为乡村振兴注入新动能[N]. 光明日报, 2025-08-05(02).
- [2] 张欣欣. 直播电商人才培养助推农村电商高质量发展实践研究[J]. 商展经济, 2025(10): 152-155.
- [3] 李汉卿. 乡村振兴背景下的官员直播带货: 行动逻辑、潜在风险及其应对[J]. 贵州师范大学学报(社会科学版), 2024(4): 65-76.
- [4] 第七次全国人口普查主要数据结果新闻发布会答记者问[EB/OL].  
[http://www.stats.gov.cn/xxgk/jd/sjjd2020/202105/t20210511\\_1817280.html](http://www.stats.gov.cn/xxgk/jd/sjjd2020/202105/t20210511_1817280.html), 2021-05-11.
- [5] 2024 年农民工监测调查报告[EB/OL].  
[https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202504/t20250430\\_1959523.html](https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202504/t20250430_1959523.html), 2025-04-30.
- [6] 张琦. 乡村发展需要更多“合伙人”(专家点评) [N]. 人民日报, 2025-12-05(02).
- [7] 唐任伍, 马志栋. 平台经济推进乡村振兴的内在机理、实践模式与路径选择[J]. 信息技术与管理应用, 2023, 2(1): 60-70.
- [8] 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.
- [9] 《中国人力资本报告 2025》发布[EB/OL].  
<https://humancapital.cufe.edu.cn/info/1146/2472.htm>, 2025-12-18.
- [10] 罗迪, 吴雪莲, 谢冯晴. 人力资本对新型农业经营主体电商行为影响的实证研究[J]. 安徽农业科学, 2024, 52(4): 214-218.
- [11] 刘文会, 李朋. 乡村振兴视域下人才培育的意义、实践困境与破解路径[J]. 农业产业化, 2026(2): 35-37+118.
- [12] 刘志军, 杨程越. 返乡入乡青年人才的场域嵌入困境及其应对——对乡村职业经理人群体的研究[J]. 青年研究, 2025(1): 96-114+196.