

乡村振兴背景下安徽直播助农的 人才培养策略研究

——以大学生创业项目为例

方红微, 吕洛奕, 王雨鹤*

安徽新华学院商学院, 安徽 合肥

收稿日期: 2025年1月7日; 录用日期: 2025年1月24日; 发布日期: 2025年2月24日

摘要

在乡村振兴战略推动下,安徽省借助大学生创业项目积极探索直播助农新模式。现状上,直播平台多样,政府大力推动,农户企业积极参与且培训体系完善,成效显著,如促进GDP增长、农民就业与人才培养、推动乡村振兴、提升农产品知名度及丰富直播工具场景。但存在人才供给不足、培训体系不完善、人才能力素养与产业不匹配、发展机会少及服务体系不健全等问题。相应策略包括优化人才引进培育政策、完善培训体系、提升人才与产业匹配度、增加发展机会与完善服务体系。经数据分析,直播助农使农产品销量、农民收入和品牌知名度提升,但大学生创业团队存在不足。结论指出虽面临挑战,但随着战略推进和模式完善,直播助农人才培养前景广阔,需各方合力克服问题,为乡村振兴贡献力量。

关键词

电商直播, 乡村振兴, 大学生创业模式分析

Research on Talent Cultivation Strategies for Anhui Live Streaming Assistance to Agriculture under the Background of Rural Revitalization

—A Case Study of College Students' Entrepreneurship Projects

Hongwei Fang, Luoyi Lyu, Yuhe Wang*

Business School, Anhui Xinhua University, Hefei Anhui

*通讯作者。

文章引用: 方红微, 吕洛奕, 王雨鹤. 乡村振兴背景下安徽直播助农的人才培养策略研究[J]. 世界经济探索, 2025, 14(1): 108-119. DOI: 10.12677/wer.2025.141010

Received: Jan. 7th, 2025; accepted: Jan. 24th, 2025; published: Feb. 24th, 2025

Abstract

Under the promotion of the rural revitalization strategy, Anhui Province actively explores a new model of live streaming to help farmers through college students' entrepreneurship projects. In terms of the current situation, there are diverse live streaming platforms, strong government promotion, active participation of farmers and enterprises, and a complete training system, with remarkable results such as promoting GDP growth, farmer employment and talent cultivation, promoting rural revitalization, enhancing the popularity of agricultural products, and enriching live streaming tool scenarios. However, there are problems such as insufficient talent supply, imperfect training system, mismatch between talent's ability and quality and the industry, few development opportunities, and incomplete service system. Corresponding strategies include optimizing talent introduction and cultivation policies, improving the training system, enhancing the matching degree between talent and the industry, increasing development opportunities, and improving the service system. According to data analysis, live streaming to help farmers has increased the sales volume of agricultural products, farmers' income, and brand awareness, but there are deficiencies in college students' entrepreneurial teams. The conclusion points out that although facing challenges, with the advancement of the strategy and the improvement of the model, the prospect of talent cultivation for live streaming to help farmers is broad. All parties need to work together to overcome problems and contribute to rural revitalization.

Keywords

E-Commerce Live Streaming, Rural Revitalization, Analysis of College Students' Entrepreneurial Models

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

乡村振兴战略是新时代我国农村发展的总纲领，旨在实现农业现代化、农村繁荣和农民富裕。在这一背景下，直播助农作为一种新兴的电商模式，通过互联网平台，将农产品直接展示给消费者，有效缩短了农产品销售链条，提高了农产品的附加值和农民收入[1]。

Table 1. E-commerce related national policies from 2015 to 2023

表 1. 2015~2023 年电子商务相关的国家政策

时间	文件名称	内容概述
2015 年	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》	积极发展农村电子商务，加强互联网与农业农村融合发展。
2016 年	《关于开展 2016 年电子商务及农村综合示范工作的通知》	以示范县为抓手，有效发挥电商扶贫作用。
2019 年	《关于促进乡村产业振兴的指导意见》	推进“互联网+”现代农业，推动农村电子商务公共服务中心和快递物流园发展。

续表

2020 年	《关于疫情防控期间做好农商互联网上农产品供应链的通知》	支持农产品流通企业做好应急保供工作，科学制定资金支持方案。
2022 年	《关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》	持续推进农村一二三产业融合发展，挖掘乡村多元价值，重点发展农产品加工、农村电商等产业，推进电子商务进农村。
2023 年	《2022-2023 年国家乡村振兴重点帮扶县“农村青年主播”培育工作方案》	培养一批掌握短视频“新农技”的农村青年主播，促进乡村经济发展。

国家政策的不断出台更为农村电商的发展提供了与时俱进的指引，如表 1 所示，这些国家政策也为农村电商经济的发展提供了有力支持，使得农村电商直播体系逐渐完备，乡村经济效益明显提升，乡村就业结构不断优化，可以说，国家政策的不断出台是助农类直播持续健康发展的风向标与强动力。安徽省作为农业大省，拥有丰富的农产品资源和深厚的农业文化底蕴，积极探索直播助农的新路径，特别是借助大学生创业项目，推动了直播助农的快速发展。

2. 安徽直播助农的现状与成效

2.1. 安徽直播助农的现状

2.1.1. 安徽直播平台的多样化

安徽直播助农依托的平台多种多样，既包括传统的电商平台如淘宝直播、京东直播、拼多多直播等，也涵盖了娱乐社交平台如抖音、快手等。这些平台为农产品销售提供了广阔的市场和便捷的交易方式[2]。

安徽，作为农业大省，拥有丰富的农产品资源。然而，传统的销售模式往往受限于地域和渠道，导致许多优质农产品难以被外界所知。拼多多助农直播的出现，打破了这一困境。它利用互联网和直播技术的优势，将农产品销售与消费者需求直接对接，为农产品打开了更广阔的市场。

在拼多多助农直播间，市县领导亲自代言农产品，介绍品种、特点、口感及营养价值，并现场试吃互动。这种直播方式获得消费者信任，提升销量。安徽农交会期间，直播间吸引众多网友关注，合肥、黄山、宿州等地企业代表推介特色农副产品。直播让网友直观了解产品，享受优惠价格和便捷购物。农交会期间，直播间观看人数和销售额创新高。拼多多还邀请“新农人”加入直播，提供品牌策划和营销推广，黄山烧饼、砀山酥梨等产品月销量超十万单，成为热门选择。

2.1.2. 政府的大力推动

安徽省政府高度重视直播助农工作，出台了一系列政策措施，推动直播助农的快速发展。

安徽省政府制定了一系列政策，鼓励和支持农户、企业和社会组织参与直播助农。例如，提供资金扶持、税收减免、技术培训等方面的优惠政策，降低农户和企业的参与门槛。

安徽省各级政府领导干部纷纷化身“带货主播”，通过直播宣传和推广本地农产品。例如，巢湖市、小庙镇等地的领导干部多次参与直播活动，为本地农产品代言，提升了农产品的知名度和销量。

安徽省政府还积极搭建直播助农的平台和渠道，如组织电商直播大赛、公益助农直播活动等，为农户和企业提供展示和销售农产品的机会[3]。

2.1.3. 农户和企业的积极参与

在政府的推动下，安徽农户和企业积极参与直播助农活动，通过直播展示和销售农产品，取得了良好的经济效益和社会效益。

越来越多的安徽农户开始尝试直播销售农产品。他们通过直播平台展示农产品的种植、采摘和加工

过程，让消费者更加直观地了解农产品的品质和特点。同时，农户还通过直播与消费者进行互动，解答消费者的疑问，增强了消费者的信任感和购买意愿。

安徽当地农产品加工企业和电商企业也积极参与直播助农活动。他们通过直播平台推广和销售自己的农产品品牌，提升了品牌的知名度和影响力。同时，这些企业还通过直播与农户进行合作，提供技术支持和销售渠道，带动了农户的增收。

2.1.4. 培训体系的完善

为了提升农户和企业的直播技能和销售能力，安徽省各级政府和社会组织积极开展直播培训活动，帮助农户和企业掌握直播销售技巧和方法[4]。

安徽省各级政府多次组织直播培训活动，邀请电商专家、直播达人等授课，为农户和企业提供直播销售方面的指导和培训。这些培训活动涵盖了直播平台的操作、直播内容的策划、直播技巧的运用等方面，帮助农户和企业更好地开展直播销售。

一些社会组织也积极参与直播培训活动。例如，安徽省青年联合会、安徽省创业培训等机构多次举办直播培训活动，为青年创业者、农户等提供直播销售方面的培训和指导。

2.2. 安徽直播助农的成效

2.2.1. 安徽直播助农对 GDP 增长的贡献

近年来，安徽省凭借其在互联网、大数据和人工智能领域的敏锐洞察力，抢抓直播产业风口，通过直播助农为县域经济发展注入了新活力。图 1 直观展现了这一期间安徽省网络零售额的显著增长，这一增长趋势与直播助农的快速发展紧密相关，不仅反映了安徽省农业电商的蓬勃生机，也揭示了其在促进农产品上行、农民增收及农村经济发展方面的重要作用[5]。



数据来源：根据安徽省统计年报整理。

Figure 1. Anhui province 2018~2023 online retail sales

图 1. 安徽省 2018~2023 年网络零售额

以肥西县为例，该县电子商务网上零售额从 2016 年的 9.6 亿元增加到 2023 年的 104.66 亿元，年均增长 41%。2023 年，肥西县实现网上零售额 104.66 亿元，同比增长 12.5%，其中农村产品网络销售额 49.24 亿元，同比增长 11.4%。肥东县的数据同样亮眼，2023 年全县实现网上零售额 62.12 亿元，同比增长 21%，农村产品网销额 57.22 亿元，同比增长 20%¹。

直播助农推动了农产品销售和相关产业链发展，如物流、包装、广告等，促进了安徽 GDP 增长。直播经济作为文化产业发展的重要推动力，在推动实体经济数字化转型、培育新经济业态中发挥了关键作用。它使农产品直接面向消费者，减少了中间环节，提高了销售效率，带动了产业链增值。

¹数据来源：肥西县商务局相关数据通报。

2.2.2. 直播助农促进农民就业增长

直播助农的兴起为农民提供了更多的就业机会。一方面，直播销售需要大量的主播、助理、运营等人员，这些岗位为农民提供了在家门口就业的机会。另一方面，随着电商产业的不断发展，农村电商企业、物流企业等也相继涌现，为农民提供了更多的就业岗位。

以肥东县为例，2023 年全县有业绩的电商企业达到 1048 家，网店 12753 家，带货主播 80 个，直播 14540 场²。这些企业和主播的存在，不仅促进了农产品的销售，还带动了相关产业的发展，为农民提供了更多的就业机会。同时，直播助农还促进了农民的创业热情，许多农民通过开设网店、参与直播等方式，实现了自主创业和增收。

2.2.3. 直播助农促进人才培养

直播助农不仅为农民创造就业，还推动了人才发展。直播销售要求农民学习互联网、营销和沟通技能。随着直播产业壮大，对人才的需求增加，为农民提供了更多学习和成长空间[6]。

安徽各地政府和企业积极进行电商直播培训，提高农民直播和电商知识。例如，肥西县组织企业参与电商直播培训和大赛，建立交流学习平台。南陵县创新孵化模式，培养镇村直播人才，并通过比赛培训，建立人才商学院，培育电商直播人才。

这些培训和学习机会提升了农民的直播和电商知识，增强了他们的综合素质和能力。许多农民通过学习和实践成为优秀直播销售人才，为乡村经济发展带来新活力。

2.2.4. 直播助农推动乡村振兴战略的实施

乡村振兴战略是党的十九大重要决策，代表新时代“三农”工作的核心方向。直播助农作为战略的一部分，为实施提供了有力支持，促进了农产品销售、农民收入增加和农村产业发展[7]。

直播助农在提升农产品销售和品牌建设方面发挥关键作用，通过直播平台提高产品知名度和消费者购买意愿。直播展示农产品生产过程和品质特点，增强消费者信任和认可度，推动销售和品牌建立。

直播助农还推动农村产业发展和升级，带动物流、包装、广告等相关产业发展，形成产业链协同效应。促进农村旅游、民宿等产业兴起，提供多元化的产业支撑。直播还促进城乡交流和互动，打破城乡壁垒，推动城乡融合发展，助力构建和谐社会。

2.2.5. 直播工具和场景日益的多样化

随着直播技术的不断发展，直播工具也越来越多样化。从最初的简单直播软件，到现在的各种专业直播设备、平台和服务，直播工具的不断升级和完善为安徽直播助农提供了更多的选择和便利[8]。

直播工具的多样化提升了直播质量和观众体验。高清摄像头、专业麦克风和直播一体机等设备让画面更清晰、声音更悦耳。直播平台如抖音、快手、淘宝直播等为农民开辟了新的销售渠道。创新的直播内容，如结合旅游和文化的“直播 + 旅游体验业”模式，以及户外实景直播等形式，增强了直播的吸引力和趣味性。

这些工具和创新不仅提升了直播效果，也为农民创造了更多销售和增收机会，促进了城乡交流，推动了乡村经济的发展。

2.2.6. 提升了安徽各地农产品知名度

表 2 显示安徽省农产品种类丰富，但之前许多优质产品如安茶、酥糖知名度低，缺乏市场认知和销售渠道。尽管传统农产品制作精良，口感醇厚，但因地理位置偏远和宣传不足，在更广市场中未获足够关注[9]。

²数据来源：安徽省电子商务统计监测平台数据。

直播兴起后，农产品得以突破地域限制，通过生动介绍和展示，吸引了全国乃至全球观众的关注和兴趣。消费者通过直播了解产品品质和文化，促进了销量提升。

直播不仅提高了农产品知名度，还推动了销量增长，使传统农产品焕发新生。它为安徽省农产品销售提供了新思路和模式，促进了当地农业经济的发展。直播成为展示和推广安徽优质农产品的绝佳平台。

Table 2. Characteristic agricultural products from various regions of Anhui province
表 2. 安徽省各地特色农产品

安徽省各地特色农产品	
黄山市	黄山毛峰(茶叶)
	祁门红茶(茶叶)
	太平猴魁(茶叶)
	黄山石耳(菌类)
	黄山贡菊(药材)
六安市	六安瓜片(茶叶)
	霍山黄大茶(茶叶)
	金寨红茶(茶叶)
	霍山石斛(药材)
亳州市	皖西白鹅(禽类)
	古井贡酒(酒类)
	亳州香菇(菌类)
	亳州黑猪肉(肉类)
	亳州毛尖茶(茶叶)
宿州市	亳州香饽饽(糕点)
	符离集烧鸡(禽肉类制品)
	泗州虾糊(水产品制品)
	萧县面皮(小吃)
宣城市	宿州王枣子(药材)
	宣纸(文具)
	宣笔(文具)
	绩溪火腿(肉类制品)
池州市	国山核桃(坚果)
	霄坑绿茶(茶叶)
	石台富硒茶(茶叶)
	东至麦鱼(水产品)
	九华山素饼(糕点)
安庆市	贵池区秋浦花鳊(水产品)
	墨子酥(糕点)
	胡玉美蚕豆酱(调味品)

续表

	天柱山瓜蒌籽(坚果) 岳西翠兰(茶叶) 安庆荸荠(果蔬)
阜阳市	阜阳枕头馍(面食) 太和樱桃(果蔬) 临泉贡柿(果蔬) 阜阳皮丝(肉制品)
合肥市	詹记桃酥(糕点) 长丰草莓(果蔬) 巢湖银鱼(水产品) 合肥烘糕(糕点) 肥西老母鸡(禽肉类制品)
滁州市	滁菊(药材) 琅琊酥糖(糕点) 来安花红(果蔬) 明光绿豆(豆类) 天长芡实(药材)
芜湖市	无为板鸭(禽肉类制品) 南陵大米(粮食作物) 芜湖瓜子(坚果) 繁昌长枣(果蔬)
马鞍山市	当涂金菜地茶干(豆制品) 和县黄金瓜(果蔬) 采石矾茶干(豆制品) 含山大米(粮食作物) 含山红瓜子(坚果)
铜陵市	铜陵酥糖(糕点) 铜陵生姜(果蔬) 枞阳黑猪(肉类) 铜陵牡丹(观赏植物)
淮南市	八公山豆腐(豆制品) 淮南牛肉汤(汤品) 寿县炎刘蓝莓(果蔬) 淮南麻黄鸡(禽类) 淮南豆腐皮(豆制品)

数据来源：安徽省统计局。

3. 安徽直播助农存在的问题

3.1. 人才供给总量与乡村振兴需求不匹配

尽管安徽在直播助农方面取得了一定成效，但人才供给总量仍然不足，难以满足乡村振兴的全面发展需求。近年来，安徽省在直播助农领域取得了显著成就。据统计，截至 2023 年底，安徽省已建立超过 500 个乡村直播间，直播带货场次累计超过 10 万场，直接带动农产品销售额超过百亿元³。

然而，在这光鲜数据的背后，隐藏着人才供给的严峻挑战。根据安徽省人社厅发布的数据，尽管农村电商人才数量逐年增加，但与乡村振兴的全面发展需求相比，仍存在较大缺口。2022 年，安徽省农村电商人才缺口约为 20 万人，预计到 2025 年，这一缺口将扩大至 30 万人以上⁴。人才供给的不足，直接制约了直播助农的深度和广度，影响了乡村振兴的整体进程。

3.2. 培训体系不够完善

为解决人才短缺问题，安徽省各级政府及社会各界积极行动，建立了多个农村电商培训基地，并开展了形式多样的培训活动^[10]。然而，实际效果并不理想。部分地区的培训体系存在明显短板，具体表现在以下几个方面。

3.2.1. 师资不足

高质量的师资是确保培训效果的前提。然而，当前安徽农村电商培训领域师资力量薄弱，尤其是缺乏既懂理论又具备实战经验的讲师。据统计，全省农村电商培训师资中，具备高级资质的讲师仅占 10% 左右，这一比例远低于实际需求⁵。这导致培训内容往往停留在理论层面，难以深入实践，影响了学员的学习效果和实际应用能力。

3.2.2. 教学内容流于形式

理论与实践脱节的困境，部分农村电商培训课程设计过于理论化，缺乏针对性和实用性，导致学员难以将所学知识应用于实际工作中。此外，部分培训机构为了追求短期效益，忽视了对学员长期跟踪和持续指导的重要性，使得培训效果大打折扣^[11]。

3.2.3. 培训模式单一

难以满足个性化需求的挑战，目前，安徽农村电商培训主要以线下集中授课为主，线上培训资源相对匮乏。这种单一的培训模式难以满足不同地区、不同基础学员的个性化需求，限制了培训效果的发挥。

3.3. 人才能力素养与产业发展不匹配

除了总量不足，人才能力素养与产业发展需求的不匹配也是制约安徽直播助农发展的关键因素。具体表现在：

3.3.1. 专业技能欠缺

专业技能欠缺是制约直播助农深化的首要障碍。直播助农的成功实施，依赖于对产品选择、营销策划、客户服务等多个环节的精准把控。这些环节要求从业者具备扎实的电商专业知识、敏锐的市场洞察力和良好的客户服务技巧。然而，现实情况却不容乐观。据调查，安徽农村电商人才中，熟练掌握专业营销、电商运营、数据分析等技能的仅占少数。这直接导致了直播内容的同质化、营销策略的单一化以及客户服务的不专业，严重影响了直播助农的吸引力和市场竞争力。

³数据来源：电商行业协会统计数据。

⁴数据来源：安徽省电子商务统计监测平台数据。

⁵数据来源：安徽省人力资源和社会保障厅。

3.3.2. 管理能力不足

随着直播助农规模的扩大，团队管理和项目管理的重要性日益凸显。一个高效的团队能够迅速响应市场变化，确保项目按时按质完成。然而，许多农村电商创业者和管理者由于缺乏系统的管理知识，往往导致团队效率低下，项目推进困难。这主要体现在团队成员间沟通不畅、任务分配不合理、项目进度难以把控等方面。

3.3.3. 创新能力有限

在激烈的市场竞争中，创新能力是保持竞争力的关键。然而，安徽农村电商人才在产品设计、营销策略等方面的创新能力普遍较弱。这主要体现在产品同质化严重、营销策略缺乏新意、客户服务体验单一等方面。这不仅难以满足市场多元化、个性化的需求，也限制了直播助农的长期发展潜力。

3.4. 发展机会较少、服务体系不健全

除了人才供给和培养问题，乡村地区发展机会较少、服务体系不健全也是制约优秀人才流入和留任的重要因素[12]。

3.4.1. 发展机会有限

与大城市相比，乡村地区在就业机会、薪酬待遇、职业发展前景等方面存在明显劣势。这导致许多优秀人才在选择就业地点时，更倾向于城市而非乡村。

乡村地区的产业结构相对单一，主要以农业为主，缺乏多元化的就业机会。这限制了人才的职业选择空间，使得许多专业人才难以找到适合自己的岗位。由于经济发展水平相对较低，乡村地区的薪酬待遇普遍偏低，难以吸引和留住高技能人才。许多优秀人才为了获得更高的收入，选择前往城市发展。乡村地区缺乏完善的职业发展路径和晋升机制，使得人才在职业发展过程中容易遇到瓶颈。这导致许多人才对未来的职业发展前景感到迷茫，从而选择离开乡村。

从表 3 中我们可以看出，合肥、淮南、马鞍山、六安等地年平均工资较高，这在一定程度上反映了这些地区经济发展水平较高，就业机会和薪酬待遇相对较好。因此，许多在安徽毕业的大学生更倾向于选择留在一、二线城市，以追求更好的职业发展机会和更高的收入水平。这种人才流动趋势进一步加剧了各地区人才发展的不平衡。

Table 3. Average annual wages of employees in non-private units by region in Anhui urban areas in 2020

表 3. 2020 年安徽城镇非私营单位各地区就业人员年平均工资

地区	2020 年	2019 年	名义增长值
合肥	96,831	90,115	7.5
淮北	82,425	75,430	9.3
亳州	69,463	63,704	9
宿州	71,699	64,791	10.7
蚌埠	77,990	72,340	7.8
阜阳	75,206	69,734	7.8
淮南	92,468	84,980	8.8
滁州	81,539	74,529	9.4
六安	85,253	77,191	10.4
马鞍山	89,311	80,348	11.2

续表

芜湖	83,084	78,161	6.3
宣城	80,230	74,719	7.4
铜陵	82,534	74,237	11.2
池州	82,195	76,457	7.5
安庆	76,060	69,094	10.1
黄山	81,469	76,601	6.4

数据来源：安徽省统计局。

3.4.2. 服务体系不健全

乡村地区在金融服务、法律咨询、技术支持等方面的服务体系相对滞后，难以满足创业者和管理者的实际需求。此外，乡村地区的教育、医疗等公共服务资源也相对匮乏，影响了人才的长期居留意愿[13]。

乡村地区的金融服务体系相对滞后，缺乏多元化的金融产品和服务。这使得创业者在融资、投资等方面面临诸多困难，限制了乡村经济的发展活力。乡村地区的法律咨询相对匮乏，许多创业者在面对法律问题时往往无所适从。这不仅增加了创业者的法律风险，也影响了乡村地区的法治环境。随着信息技术的快速发展，乡村地区对技术支持的需求日益迫切。然而，目前乡村地区的技术支持体系尚不完善，难以满足创业者和企业技术创新、数字化转型等方面的需求。

4. 相应策略

4.1. 优化人才引进与培育政策

安徽省应继续出台和优化相关政策，以吸引和培育更多直播行业人才。首先，应进一步细化并落实《关于支持多渠道灵活就业的实施意见》和《关于维护新就业形态劳动者劳动保障权益的实施方案》，确保直播行业从业者的合法权益得到充分保障。在此基础上，可以探索制定更具针对性的直播行业人才引进政策，如提供住房补贴、税收优惠等，吸引外地优秀人才来皖发展[14]。

4.2. 完善培训体系

直播培训旨在培养具备专业技能和个性化魅力的主播，以及为直播电商产业提供全方位的人才支持。因此，培训体系应紧密围绕这一目标，结合安徽省直播电商产业的实际需求，制定科学合理的培训计划和课程内容。

在培训内容方面，安徽省应注重深度和广度的拓展。目前，直播培训多停留在基础的直播技巧传授上，而未来应向更全面、更深入的方向发展。例如，在农产品电商领域，培训应涵盖农产品的品牌塑造策略、供应链管理知识以及客户关系维护等方面。同时，培训内容还应广泛涵盖乡村旅游规划、民俗文化创意开发等多个领域，以满足直播电商产业多元化的需求。

为了提升培训效果，安徽省应创新培训形式，实现线上与线下相结合、理论与实践相融合。线上培训可以通过网络直播平台进行，具有便捷、灵活的特点，能够覆盖更广泛的受众。线下培训则可以通过实体教室、实训基地等形式进行，为学员提供更为系统和深入的学习体验。此外，还可以利用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等前沿技术，为学员创造更具沉浸式和互动性的学习场景，提高培训的趣味性和实效性。

4.3. 提升人才能力素养与产业发展匹配度

为了提升直播行业人才的能力素养与产业发展匹配度，安徽省应加强对直播行业发展的研究和规划。

首先，应组建直播电商行业智库，研究直播电商、直播新媒体行业发展规划、重点培训项目、重要活动事项，及时协调解决培训过程中出现的问题，提出行业发展建设性意见[15]。

其次，应推动直播行业与实体经济的深度融合，鼓励品牌和企业开展自播，提高直播内容与产品的匹配度。例如，可以在产业核心区打造面积不少于 5000 平米的直播电商集聚区，为入驻企业提供运营、人才、资本、供应链、市场对接等各类创业服务，鼓励服饰、鞋靴、眼镜、箱包、日用百货等领域的制造业企业开展“工厂直播”⁶。

4.4. 增加发展机会与完善服务体系

安徽省应加快直播基地的建设与升级，为直播行业提供坚实的物理支撑。直播基地不仅意味着更丰富的货源和更低的价格，还便于主播进行带货和发货。依托市场，安徽省各地可因地制宜增设直播基地，并注重细分市场的打造，形成具有地方特色的直播基地[16]。

专业人才的培养是直播行业持续发展的关键。安徽省可依托本地高校，如铜陵学院、铜陵技师学院等高校，开设直播电商相关专业，建立直播电商人才培养基地。同时，通过院校、平台、机构等多方合力，开发针对多产业的直播培训课程，提升商家自播能力。此外，还可通过举办电商直播大赛等形式，挖掘和培育电商直播人才，为行业长远发展做好人才布局[17]。

在直播电商孵化载体建设方面，安徽省需持续放大效应，加强政策引导，集中规划，打造直播电商产业体系、引领区和聚集区。例如，宣城市已建成并上线运行电子商务直播带货监测平台，实现了对直播电商领域全链条数字化追溯监管。安徽省可借鉴此类经验，利用新兴产业发展基金、工业互联网基金等专项资金，加大对重点平台企业和平台项目建设的支持力度。同时，鼓励金融机构创新适应平台企业融资需求的金融产品和服务，为直播电商行业提供更多的资金支持。

服务体系的完善是提升直播行业竞争力的关键。安徽省应加快落实中央相关决策部署，深入分析平台经济发展现状和特点，研究制定出台专项政策措施，构建与平台经济创新发展相适应的制度环境。在服务管理方面，直播项目需要进行明确的服务目标设定，建立高效的服务团队，优化直播流程，提供优质内容，并及时响应用户反馈。例如，建立快速反馈系统，让用户能够及时提出问题和建议；定期分析用户反馈，调整服务策略和直播内容，不断提升服务质量。

在技术创新方面，安徽省应紧跟行业趋势，不断优化用户体验。通过引入 AR、VR 等新技术，提供更沉浸式的观看体验，满足用户日益增长的观看需求。同时，利用人工智能、大数据分析等技术，对用户行为进行分析，预测用户需求，提供更加个性化的服务。

5. 结语

在乡村振兴这一国家战略的大背景下，安徽直播助农的人才培养策略不仅为农业现代化开辟了新的路径，也为大学生创业提供了广阔的舞台。通过对安徽黄山、池州、合肥等地大学生创业项目的深入分析与研究，我们不难发现，直播助农作为一种创新的农业销售模式，正以其独特的魅力和巨大的潜力，深刻改变着农村经济的面貌。

经数据分析可知，直播助农成果显著。在销量方面，参与项目的大学生创业团队使农产品销量普遍增长 30% 以上，这得益于直播将农产品直接呈现给消费者，拓展了销售途径⁷。农民收入随之增加，因直播销售带来更高利润回报，改善了生活状况。同时，农产品品牌知名度得以提升，消费者通过直播了解产品品质、生长过程后，增强了信任与认同。

效果评估显示，直播助农项目的优势在于创新电商模式促进农产品销售与产业发展，培养大学生直

⁶数据来源：安徽省统计局。

⁷数据来源：安徽省统计局。

播与营销能力为乡村振兴提供人才，推动品牌建设与市场推广提升产品附加值和竞争力。然而，问题也较为突出。部分大学生创业团队实践经验欠缺，直播和营销能力有待提升；部分农产品受品质和包装问题影响消费者购买意愿；市场推广和品牌建设也需进一步强化。

安徽直播助农人才培养策略虽为农业现代化和大学生创业带来机遇，改变了农村经济面貌，但面临人才培养、资源整合及农产品标准化品牌化等挑战。后续应着力优化人才培养模式，构建完善实践教学与培训体系提升大学生专业能力；整合政府、企业、高校资源，政府引导扶持、企业参与协作、高校加强人才与技术支持，形成发展合力；攻克农产品标准化品牌化难题，建立质量标准体系与品牌运营管理机制，提升市场竞争力。

随着乡村振兴战略深入与直播助农模式完善，安徽直播助农人才培养策略前景广阔。各方应秉持创新、协调、绿色、开放、共享理念持续探索实践，助力乡村振兴，推动农业农村现代化发展。

基金项目

乡村振兴背景下安徽直播助农的人才培养策略研究，项目编号(S202412216154)。

参考文献

- [1] 刘琨. 新媒体背景下黑龙江省农村直播电商发展策略研究[J]. 村委主任, 2024(2): 173-175.
- [2] 张胜楠. 共同富裕背景下直播带货助农模式在杭州地区乡村振兴中的应用研究[J]. 中国集体经济, 2024(3): 30-33.
- [3] 陈海涛. “短视频+直播”的农村电商创业优势、困境与对策分析[J]. 商展经济, 2024(1): 63-66.
- [4] 王芳, 张跃超. 直播带货助力乡村振兴的调查研究[J]. 现代商贸工业, 2024, 45(3): 46-48.
- [5] 戴静雯. 数字经济背景下农产品电商直播营销的策略[J]. 全国流通经济, 2024(1): 40-43.
- [6] 黄志毅. 旅游产业发展与县域经济增长耦合协调效应研究——基于湖北省郧阳区的实证分析[J]. 湖北工业职业技术学院学报, 2023(6): 36-41.
- [7] 翟锦豪. 乡村振兴战略下湖州市茶旅融合发展评价研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海师范大学, 2024.
- [8] 李文婷. 乡村振兴背景下旅游产品电商直播带货助农研究[J]. 上海商业, 2023(11): 47-49.
- [9] 陈毓钊, 敖子棋. 云南昆明晋宁小渔村乡村旅游助农月入万元[J]. 当代, 2023(42): 12-13.
- [10] 卢丁钰. 传统旅游商业模式创新对企业价值的影响[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江工商大学, 2023.
- [11] 冯珂颖, 郝书缘, 李丹. 旅游背景下新媒体发展与助农增收策略研究——以三亚西岛为例[J]. 当代农机, 2022(4): 59-60.
- [12] 王佩霞. 农村电商扶贫的现状、问题及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西财经大学, 2021.
- [13] 金冬忆, 凌佳容, 荣思吉. 黄山市农村电商发展存在的问题及对策[J]. 乡村科技, 2021(15): 34-35.
- [14] 陈蕙. 黄山市地理标志品牌传播策略研究[D]: [硕士学位论文]. 合肥: 安徽大学, 2021.
- [15] 杨勇, 胡红岩. 长三角城市旅游电商发展水平综合评价及比较研究[J]. 上海商学院学报, 2020(6): 17-31.
- [16] 叶赵强. 黄山市文化产业和旅游产业融合发展研究[D]: [硕士学位论文]. 桂林: 桂林理工大学, 2020.
- [17] 程丽花. 追寻乡土之美: 助力乡村振兴的旅游新模式[J]. 文化产业, 2024(30): 115-117.