

乡村振兴背景下地方高校电子商务专业人才培养模式研究——以梧州学院为例

李守毫¹, 朱海燕^{2,*}

1. 梧州学院, 管理学院, 广西 梧州, 543000

2. 梧州学院, 经济学院, 广西 梧州, 543000

摘要: 全面乡村振兴战略的实施, 极大促进了三农产品的流通; 当下电子商务已成为农产品销售的主力渠道, 然而农村电商人才需求存在较大缺口。本文聚焦地方高校农村电子商务应用型人才培养, 精准研判农村电子商务人才培养现状, 从课程设置与实际需求脱节、农村电商人才培养模式不匹配、农村电商实践基地缺少和“三农”情怀培育不力四个维度总结了地方高校农村电子商务人才培养存在的问题和不足, 并有针对性的提出了契合乡村振兴战略的农村电商人才培养新模式, 为乡村振兴输送专业技能与使命担当兼备的农村电商应用型人才。

关键词: 乡村振兴; 农村电子商务; 人才培养; 地方高校

Research on the Talent Cultivation Model of the E-commerce Major in Local Colleges and Universities under the Background of Rural Revitalization: A Case Study of Wuzhou University

Shoubo Li¹, Haiyan Zhu^{1,*}

1. School of Management, Wuzhou University, WUZHOU GUANGXI 543000, China

2. School of Economics, Wuzhou University, WUZHOU GUANGXI 543000, China

Abstract: The implementation of the comprehensive rural revitalization strategy has significantly promoted the circulation of agricultural, rural, and farmer-related products. Currently, e-commerce has become the primary channel for agricultural product sales. However, there is a substantial shortage of rural e-commerce talent. This paper focuses on the cultivation of applied talents in rural e-commerce at local colleges and universities. It precisely assesses the current situation of rural e-commerce talent cultivation and summarizes the existing problems and deficiencies from four dimensions: the disconnect between curriculum settings and actual demands, the mismatch of rural e-commerce talent cultivation models, the lack of rural e-commerce practice bases, and the insufficient cultivation of a passion for "agriculture, rural areas, and farmers." Furthermore, it puts forward a new rural e-commerce talent cultivation model tailored to the rural revitalization strategy, aiming to supply applied rural e-commerce talents equipped with both professional skills and a sense of mission for rural revitalization.

Keywords: Rural revitalization; Rural e-commerce; Talent cultivation; Local universities

2023年两会期间,司富春代表提到:电子商务已成为农产品销售的重要渠道,直播电商正在加速普及。农村电商助力农产品进城更方便,使得乡村振兴的作用越发重要,已经成为实施乡村振兴战略的关键抓手之一。

“新文科”“新工科”快速发展为电子商务带来了新的挑战和机遇。农村电商是当前最广阔的天地,电子商务人才需求缺口很大,急需兼具电子商务知识和熟悉农村农业发展的专业人才^[1]。加强农村电商人才的培养,既可以促进农村产业振兴,为农民提供更多的家门口就业岗位;又可以带动乡村文化蓬勃发展,借助先进的文化理念促进乡村环境和组织的改革;还可以从一定程度上吸引更多的人才回归农村、进驻农村就业创业,发展农村^[2]。

1 乡村振兴背景下农村电商人才培养面临的问题

《“十四五”电子商务发展规划》明确提出,2035年我国电子商务领域达到高质量发展水平。据预测,2025年农村电子商务人才缺口将高达350万。2025年中央一号文指出要着力推动农村电商高质量发展,农村电商人才培育已然成为全面推进乡村振兴战略落地实施的关键着力点,如何有效提升农村电商人才培育质量成为当下亟需解决的问题。研判当下地方高校电子商务人才培养现状,发现存在以下问题:

1.1 课程设置与农村电商人才培养目标存在脱节

“三农”问题聚焦于农业、农村、农民三大领域的综合发展,这要求农村电子商务人才需兼具电商专业素养与农业农村知识储备^[3]。以梧州学院为例,现行的电子商务专业人才培养方案中,以培养具备“网店搭建、客服服务、运营推广”能力的通用型电子商务人才为目标,针对农村电商领域的专项课程及实践环节却较为匮乏。专业课程设置侧重于培育学生掌握电子商务基础理论与实操技能,多围绕商务理论框架与基础实践技能展开,如《电子商务概论》《网店美工》《网络营销》《网页设计与制作》等课程。而在电商实战能力培养方面,虽设置了《网店运营推广高级实训》《电商运营》《毕业设计(论文)》《毕业实习》等集中实践课程,但毕业实习环节中往往优先选择发达地区的企业作为实习单位,农村电商实践能力也同样得不到培养。

实际上,农产品流通与销售需深度结合农业农事特点,方能制定出契合市场需求的销售策略,而当前课程体系显然难以满足这一特定需求。由此可见,现行电子商务专业的课程设置与农村电商人才培养目标之间存在显著的不匹配性。

1.2 传统电商人才培养模式与农村电商发展需求适配度欠佳

在国家对“三农”问题关注度持续提升的背景下,农村产业版图正不断拓展延伸。传统农村电商主要聚焦于线上购物以及推动农产品从田间地头走向城市餐桌,即实施“农产品上行”的“走出去”战略。在“乡村振兴”战略的有力推动下,当前农村电商已驶入发展的快车道,实现了质的飞跃。

如今,农村电商不再局限于传统业务范畴,已经衍生出农产品规模化生产、精深加工以及乡村旅游等多元发展领域。与此同时,电商直采数字农业基地、社区团购、预制菜等新业态新模式不断涌现,推动农村电商从B2C模式向B2B模式转型,产业融合特征日益凸显。这一转变对农村电商人才培养提出新要求,以往“网络操作+客服服务+运营推广”的培养模式,难以适配当前发展需求。以乡村旅游为例,作为服务行业,其运营与水果等实物销售大相径庭,涉及资源整合、服务优化、体验提升等多方面,需从业者具备综合服务能力;而水果销售更重品质把控、供应链与推广。由此

可见,农村电商涵盖的产业类型丰富多样,产品形态也千差万别,既有虚拟的服务类产品,也有实体的农产品。这就要求传统电商人才培养模式做出改变,依据不同产业、不同产品的特性,量身定制具有高度适配性的农村电子商务人才培养方案,为农村电商的持续健康发展提供坚实的人才保障。

1.3 缺失契合农村电商人才需求的实践基地建设

农业农村部在《关于加快农业全产业链培育发展的指导意见》中提出了“加强农村电商主体培训培育”等政策。这些政策的实施都需要人才来实现,也为农村电商带来了新的机遇,而当前大多数电子商务人才实习实训基地都不是与上述主体合作共建的。目前大中专院校电子商务专业实习实践教学缺乏产教融合,缺乏行业企业深入参与,缺乏工学有机结合,缺乏企业真实项目的生产环境、运营操作和实践平台等,特别是农村电子商务与现代乡村企业的生产与加工、农产品流通方式、特色品牌推广等环节尤其匮乏^[4]。当前,涉农实践的主要形式为举办电子商务直播大赛,组织学生多为当地特色农产品直播带货,但整体成效欠佳,难以达到预期的人才培养目标。

当前高校培养人才,都较为重视校内外实践基地的建立,也通过各种方式建立了各种实践基地,但是从实践效果上却不明显。以电子商务专业为例,实践基地的运行形式大多以派学生到企业参与工作,但在实际参与过程中学生真正接触企业核心业务的机会少之又少,导致实践效果大打折扣,学生学习积极性也受到严重影响。农村电子商务的场景是农村,当前农村企业发展正在向产业化方向发展,各种发展都不完善不规范,导致契合农村电子商务人才培养的实践基地偏少。鉴于此,目前急需打造契合农村电商人才培养需求的实践基地,让学生能够深入农村产业链的特定场景,将所学理论知识与实际操作紧密结合,成为农村电商人才培养模式中不可或缺的关键环节。

1.4 忽略对学生“三农”情怀的培养

“三农”离不开农村,农村往往存在着生产落后、基础设施不足、配套不完善、薪酬低等问题。以梧州学院为例,大部分学生还是来自广西的农村,对农村的大环境是耳濡目染过的,父辈希望子女通过读书来走出农村的思想是历来就有的。然而在高校现有的电子商务人才培养过程中,忽略了对学生“三农”情怀的培养。高校课程思政设计仅仅流于乡村振兴战略的认识,鲜有学生深度融入“三农”建设的课程设计^[5];学生既不理解农村电商在乡村振兴战略中的关键作用,也没有树立“投身农村电商,建设农业现代化”的抱负。所以,农村自然难以成为他们就业的首选。农村电商的主要发展场景在农村,若学生缺乏服务乡村的使命感与情怀,是无法推动乡村振兴建设的。

然而,从精准扶贫到乡村振兴国家对“三农”的扶持力度逐渐增大,农村的情况得到了很大的改善。《中国农村电子商务发展报告(2021-2022)》中提到了当前农村电商的发展特点为直播电商在农村普及应用、生活服务电商发展较快等,说明农村电商市场大有可为。基于此,高校在农村电子商务人才培养过程中应加强对学生进行“三农”情怀的潜移默化引导,从而激发他们投身乡村振兴事业的热情与决心,为农村电商发展注入源源不断的新生力量。

2 农村电子商务人才培养的对策建议

人才需求的激增,使得人才的培养受到各方的高度关注。对于农村电子商务人才的培养存在问题,提出如下建议:

2.1 以农村电商人才需求为导向,优化人才培养课程体系

如图1,可以得出:

第一,搭建教师交流“直通车”。定期选派骨干教师奔赴江浙等农村电商发展高地的高校与农

村企业，开展沉浸式学习走访。通过与当地院校交流人才培养经验、深入企业一线观摩生产运营，精准捕捉行业最新动态与前沿模式，将先进理念与成功经验“取”回本地，为课程体系的革新注入源头活水。

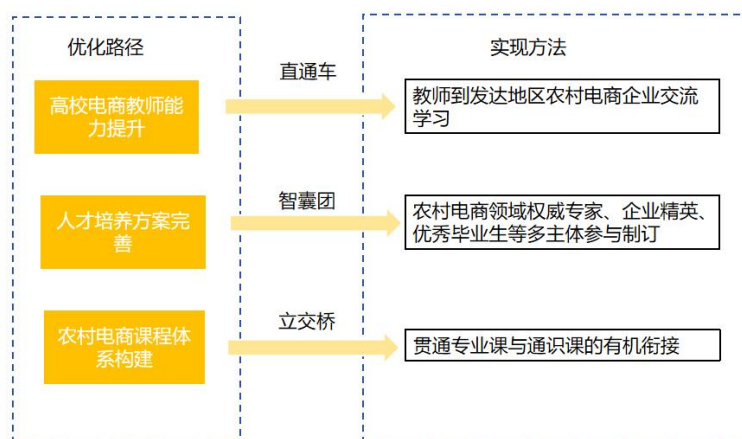


图1 农村电商人才培养优化路径

Fig.1 Optimization path for rural e-commerce talent cultivation

第二，构建多主体的电商人才培养“智囊团”。定期邀请业内权威专家、企业精英、优秀毕业生等组建专业顾问团队，深度参与电子商务人才培养计划的制定与修订工作。同时，综合运用线上线下问卷调研、实地走访座谈等方式，广泛收集电商企业用人需求、教师教学反馈以及学生学习诉求，确保课程规划精准对接市场需求，并及时修订符合农村电商发展实际的课程体系，实现人才培养与产业需求同频共振。

第三，精心打造课程衔接“立交桥”。在课程内容设计上，注重专业教育与通识教育的有机融合，实现专业课程与通识课程相辅相成、相互赋能。并在专业课程中注重人工智能 AI 工具的融入。一方面，将工匠精神、创新创业精神教育深度融入专业教学，通过项目实践、案例研讨等多元形式，培养学生精益求精的职业态度与敢为人先的创新思维；另一方面，强化人文素质与综合职业技能的协同培养，提升学生的人文底蕴与岗位胜任力，为农村电商发展培育“一专多能”的复合型人才。

通过以上三个方面的有力举措，构建适配农村电商发展需求的高质量课程体系，提升农村电商人才培养质量，为农业现代化进程提供坚实的人才支撑，推动农村电商产业蓬勃发展。

2.2 注重农村电商发展前沿，打造地方高校电子商务应用型人才培养的适配机制

实时关注当前“三农”现代化进程，了解阿里、京东等头部平台在农村电商的布局，以及热门网红“新农人”等特色产业产品的发展，在教学教改中进行增设新领域课程或聘请行业企业专家开办讲座，让有经验的企业精英为学生传达农村电商发展前沿和创业就业经验。增加学生到涉农发展好的企业参观学习的机会，让学生从意识上深入了解农村电商需要掌握的能力和技能。同时，定期开展学生的自我评估，使学生及时了解个人知识和能力不足，以便学生在学习中有针对性地提升。除此之外，还需要加强教师队伍建设，安排实践经验少的教师到农村电商相关企业中挂职，让教师得到实质性锻炼，促使教师将“三农”知识和电商教学进行深度融合。持续跟踪农村电子商务人才需求，并及时调整应用型电商人才培养方案，逐渐形成地方高校电子商务应用型人才培养的适配机制，助力农村产业化、现代化建设。

2.3 深化校企合作，构建适合农村电商人才培养的实践基地

有效推进农村电商校企人才培养基地建设,精心设计农产品电商实习环节,搭建校企协同实践课堂。如图2,为了达到目的,通过两个方面来实现。一方面,在校内与企业共同投入资金和设备,建设校内农村电商实训基地,模拟农村电商企业的实际运营环境。例如,建设农产品电商直播间、农产品电商运营中心等实训场所,配备相应的设备和软件系统;另一方面,与有特色的农村电商企业建立校外实习基地,为学生提供真实能锻炼提升自身能力的实习岗位。例如,安排学生到农村电商企业进行顶岗实习,这样一来,不仅可以让学生参与到产品推介、营销、预售、服务等基本工作,还可以组建学生团队参与农产品的市场推广、选品与包装、谈判与定价、营运与配送等各个环节,让学生亲身参与农村电子商务全过程。企业和学校共同培养方式得到了良好的互补,通过这种方式使得人才实践基地更符合农村电商人才的培养。培养农村电商人才的实操水平的过程中,有了企业的参与,可以使学生参与电商的各个环节进行实践,由此提升培养水平。现下农村电商公共服务体系正在构建、农村农特产品区域品牌正在打造中,校企合作是一条快捷路径。构建合适的人才培养计划参与到这些体系构建和品牌打造中去,有了师生和企业的参与,进一步加快乡村振兴的步伐。

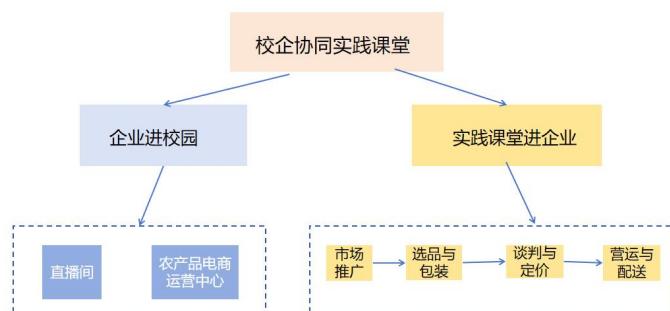


图2 校企协同实践课堂的搭建

Fig.2 Establishment of school-enterprise collaborative practice classroom

2.4 强化课程思政引领,培养学生的“三农”情怀

在课程思政建设全面推进的时代背景下,电子商务专业课程与实践教学应巧妙融入“三农”思政元素。以梧州学院为例,作为一所地方高校,虽非涉农院校,但因毗邻农村,开展课程思政以培育学生“三农”情怀的实践活动具备得天独厚的条件。

一方面,可借助“校地协同实践平台”开展多元实践活动。梧州六堡茶作为本地特色产业,极具代表性。当前,学校正积极筹建“六堡茶产业产教融合共同体”,这为学生提供了绝佳的实践契机。可安排学生深度参与六堡茶从种植、采摘,到加工、包装,再到销售、推广的全产业链环节,将电子商务专业知识有机融入其中。学生在亲身体验中,能深刻领悟“三农”工作的艰辛与价值,从而激发内心深处的“三农”情怀。

另一方面,通过举办涉农讲座或组织学生观看热门农村农业直播,拉近学生与“三农”的距离。涉农讲座可邀请行业专家、农业能手分享经验与故事,让学生直观感受“三农”领域的魅力与挑战;热门农村农业直播则能以生动鲜活的形式,展现农村新风貌、农业新发展,使学生足不出户便能领略“三农”的独特魅力。

此外,积极组织学生参与相关学科竞赛,也是深化学生对“三农”认知的有效途径。全国大学生电子商务“创新、创意及创业”大赛中的“直播电商”和“乡村振兴”实战赛道,明确要求参赛团队实际销售农村特色产品。学生在备赛与参赛过程中,能切身体会电商与“三农”深度融合的魅

力,深刻认识到农村电商在推动乡村振兴中的关键作用,进而增强服务“三农”的责任感与使命感。

3 结论

总之,为了让电子商务能更加有效的助力全面乡村振兴战略,农村电子商务人才培养是首要任务。本文通过分析农村电子商务人才培养的重要性以及存在的问题,针对现有课程设置与实际需求脱节、农村电商人才培养模式不适配、缺少合适的农村电商实践基地和学生缺少“三农”情怀等问题,提出了一些对策建议。明确了,只有在全面乡村振兴政策引领下,充分认识农村电子商务人才培养的迫切性和时代性,通过合理的符合国标的课程设置,高适配性的农村电子商务人才培养的计划,合适的农村电商人才实践基地,才能培养出既懂电商,又懂农业农村,还具有“三农”情怀的合格人才。

参考文献

- [1] 耿庆刚. 浅析乡村振兴战略下现代农业经济发展趋势[J]. 农业开发与装备, 2022, (12): 33-35.
- [2] 云南省农业农村厅. 农业农村部关于加快农业全产业链培育发展的指导意见[J]. 云南农业, 2021, (07): 10-12.
- [3] 孙婧一. 农村电子商务人才培养的困境与对策[J]. 中国航务周刊, 2023, (03): 58-60.
- [4] 葛欣. 乡村振兴战略下农村电子商务发展策略研究[J]. 营销界, 2025, (03): 40-42.
- [5] 罗亚平. 乡村振兴背景下安徽农村电商人才“四位一体”培养路径探索[J]. 山西农经, 2025, (17): 178-180.

基金项目: 2022年新文科研究与实践项目(桂教高教[2022]47号); 广西高等教育本科教学改革工程项目(2023JGB375); 教育部产学合作协同育人项目(Wycx2024D002); 梧州学院教育教学改革工程项目一般项目(Wyjc2023B002)。

¹ **第1作者简介:** 李守毫(1981-), 男, 硕士, 研究方向: 企业管理。E-mail: 17006601@qq.com。

*** 通讯作者简介:** 朱海燕(1981-), 女, 硕士, 讲师, 研究方向: 电子商务, 计算机网络。E-mail: jelly5544@163.com。