

乡村振兴背景下民族地区农业营销人才培养的创新路径研究——以贵州为例

高强

贵州农业职业学院，贵州 贵阳 551400

摘要：在乡村振兴战略的指引下，民族地区农业的发展关系着区域经济增长和社会稳定。民族地区乡村营销人才是民族地区农业产业发展的重要力量，因此要大力培养民族地区农业营销人才。贵州地区作为一个民族地区农业产业发展研究的典型案例，具有重要的研究意义。文章通过构建民族地区农业营销人才培养的模式，为民族地区农业营销人才的培养提供理论参考和实践指导，为民族地区农业经济的可持续发展贡献力量。

关键词：乡村振兴；民族地区；农业营销；人才培养；创新；贵州

Research on the Innovative Path of Agricultural Marketing Talent Cultivation in Ethnic Regions under the Background of Rural Revitalization - Taking Guizhou as an Example

Gao Qiang

Guizhou Vocational College of Agriculture, Guiyang, Guizhou 551400

Abstract: Under the guidance of the rural revitalization strategy, the development of agriculture in ethnic regions is closely related to regional economic growth and social stability. Rural marketing talents in ethnic regions are an important force for the development of the agricultural industry in these regions, so it is necessary to vigorously cultivate agricultural marketing talents in ethnic regions. Guizhou, as a typical case study of agricultural industry development in ethnic regions, has important research significance. This article aims to provide theoretical references and practical guidance for the cultivation of agricultural marketing talents in ethnic regions by constructing a model for such talent cultivation, thereby contributing to the sustainable development of the agricultural economy in these regions.

Keywords: rural revitalization; ethnic regions; agricultural marketing; talent cultivation; innovation; Guizhou

乡村振兴战略是解决新时代我国社会主要矛盾、实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦必然要求。民族地区作为我国农业发展的重要区域，拥有丰富的特色农业资源，但由于人才短缺，尤其是农业营销人才的匮乏，导致特色农产品市场竞争力不足，农业产业发展受到限制。贵州作为典型的民族地区，拥有多个少数民族，农业资源丰富多样，但农业营销水平相对较低。因此，探讨贵州民族地区农业营销人才培养的创新路径具有重要的现实意义。

一、乡村振兴背景下民族地区农业营销人才培养的重要性

（一）推动农业产业升级

民族地区农业产业升级在乡村振兴的大背景下迫在眉睫。农业营销人才能够根据市场导向，敏锐洞察市场动态和需求趋势，科学调整农业生产结构，促进农产品由传统初加工向精深加工转

变，提升农产品附加值。以先进的营销理念和手段，打造具有区域特色和市场竞争力农产品品牌，推动农业产业由分散、粗放的经营模式向规模化、集约化、产业化发展，带动上下游产业协同进步，实现农业产业转型升级，提升民族地区农业在国内国际市场的整体竞争力。

（二）促进农民增收

民族地区农民增收是乡村振兴的重要目标之一。农业营销人才能够将民族地区的优质农产品推向更广阔的市场，拓宽农产品的销售渠道，增加农产品的销售量和销售价格。题目利用精准的市场定位和营销策略，减少农产品中间流通环节，降低交易成本，帮助农民获利增收。此外农业营销人才还可以引导农民发展特色农业、休闲农业等新兴产业，增加农民的就业和增收渠道，提高农民的经济收入，改善农民生活。

（三）传承和弘扬民族文化

从民族地区农业发展现状来看，在许多地方，当地少数民族的传统农业生产活动已经逐渐消失或弱化，但这些具有浓郁民族

作者简介：高强（1981-）男，汉族，陕西宝鸡眉县人，贵州财经大学社会保障硕士，贵州农业职业学院经济管理系讲师。

文化特色的生产方式所蕴含的精神力量仍然存在，并且依然会以某种形式存在于人们的意识深处。因此，民族地区的农业本身就带有强烈的民族文化属性，这为农业营销人员进行农产品市场营销提供了很好的契机。一方面，农业营销人员可以在对农产品进行品牌策划的过程中，深入发掘其中蕴藏的丰富民族文化因素；另一方面，可以通过对产品的营销宣传，向消费者传达民族文化信息，使更多人了解并接受民族文化。通过这种方式，不仅能够有效促进农业的发展，而且还能起到继承和发展民族优秀传统文化的作用，让民族文化重新焕发青春。

二、贵州民族地区农业营销人才培养的特点

（一）民族文化特色鲜明

贵州民族地区少数民族众多，每个民族都有自己独特的文化传统、风俗习惯和审美观念，这些民族文化元素渗透到农业生产、农产品加工、销售等各个环节。在培养农业营销人才的过程中，课程设置和教学内容要充分考虑民族文化的特点，融入民族文化元素^[1]。培育出来的人才，要能通过挖掘农产品中的文化内涵，通过文化营销的方式，打造具有民族特色的农产品品牌，提升农产品的市场竞争力，使民族文化成为农业营销的独特优势，从而理解和运用民族文化，打造具有民族特色的农产品品牌。

（二）农业资源丰富多样

贵州特殊的地理环境和气候条件孕育出丰富的农业资源，包括粮食作物、经济作物、特色水果、中药材等。不同的农业资源各具特点，市场需求也各不相同。这就要求农业营销人才具备广博的农业知识和专业的营销技能。因此，在课程设置上，应该根据不同的农业资源开设相应的课程，让学生了解各种农产品的生长特性、品质特点和市场前景，掌握各种农产品的营销方法和策略，使学生能够依据市场的需求对各种丰富的农业资源进行营销推广。

（三）地域差异明显

贵州地形复杂，不同地区自然条件、经济发展水平和市场需求差异较大。有的地区交通便利、经济发达，市场需求旺盛；而有的地区交通不便、经济相对落后，市场开拓难度较大^[2]。在农业营销人才培养方面，需要充分考虑这种地域差异，根据不同地区的实际情况制定个性化的培养方案，使培养出来的人才适应不同地区的农业发展需求。对于经济发达地区，重点培养营销理念创新、营销技能高端的人才；对于经济相对落后地区，重点培养能开拓当地市场的实用型人才，以促进农产品销售。

（四）营销环境复杂

贵州民族地区的营销环境具有一定的复杂性，一方面，交通、通讯等基础设施相对薄弱，信息流通不畅，给农产品销售和市场推广造成一定困难；另一方面，民族地区的市场消费观念和习惯与其他地区存在差异，需要深入了解和把握。加之民族地区农业生产多以小规模、分散经营为主，农产品标准化程度低，品牌建设难度大，在一些地方的农业生产中存在一定的不足。在这种复杂的营销环境下，农业营销人才需要能够灵活运用各种营销

手段，攻坚克难，开拓市场，促进民族地区农业营销发展。

三、乡村振兴背景下贵州民族地区农业营销人才培养的创新策略

（一）优化课程体系

优化课程体系是培养营销人才的关键，要适应贵州民族地区农业发展需要，首先应整合农业与营销相关的基础课程，确保学生在农业知识、营销理论等方面有扎实的功底^[3]。同时，增加民族文化相关课程，使学生了解民族文化特色，并能将民族文化融入农业营销，还要紧跟市场发展趋势，开设互联网营销、大数据营销等新兴课程，培养学生创新营销能力。此外，设置实践课程模块，通过案例分析、模拟营销等方式，让学生在实践中掌握营销技巧，提高解决实际问题的能力。通过课程体系的优化，为学生提供全面系统的知识和技能培养。

比如贵州某职业院校针对乡村振兴中农业营销人才培养的课程体系进行优化。将基础课程《农业概论》和《市场营销基础》进行融合，学生既可以学习到农作物生长规律、畜牧养殖特点等农业知识，也可以掌握市场调研、消费者行为分析等营销理论。还将民族文化融入课程，如开设《贵州民族文化概论》，对苗族刺绣、侗族大歌、苗族银饰等贵州少数民族的节庆习俗、传统手工艺等进行详细介绍。学生将苗族刺绣元素融入茶叶包装设计中，大大提升了产品的文化内涵和吸引力。紧贴市场趋势，将《电商直播营销》《大数据分析在农业营销中的应用》等新兴课程纳入课程体系。学生通过学习，将大数据分析的方法运用到营销实践中，精准定位目标客户群体。在模拟营销实践中，学生将所学的知识运用于一次农产品线上促销活动策划中，取得了不错的销售额，真正在实践中提升了解决实际问题的能力。

（二）加强实践教学

为了提高专业人才培养质量，学校应进一步完善实践性课程体系，不断强化实践环节的教学改革，积极拓宽实践途径^[4]。在巩固现有实践教学基础上，努力增加更多的实践教学基地，安排学生参与农产品市场调研、销售推广等营销实践活动。组织校内实践教学活动，如开展农产品营销策划大赛、模拟展销等，锻炼学生的创新思维和实践能力。此外还应该大力提倡和支持学生参与企业的具体市场营销项目，培养学生团结协作的精神，培养他们分析和解决问题的实际动手能力只有这样，才能将所学知识转化为生产力，真正实现从书本知识向社会实践的转变。

比如贵州某高校为培养农业营销人才，积极加强实践教学，与当地一知名茶叶合作社建立了长期稳定的校外实践基地。每学期安排学生到基地进行为期一个月的实践活动，学生们深入茶园了解茶叶种植、采摘、加工等环节，参与市场调研，分析茶叶市场需求和竞争态势，同时还负责茶叶线上线下销售推广。在校内，学校定期举办农产品营销策划大赛，以当地特色农产品如刺梨、猕猴桃等为对象，让学生分组进行营销策划，学生充分发挥创新思维，提出了一系列新颖的营销方案，如结合民族文化打造特色礼盒、开展直播带货等。此外，该校教师承担了鼓励学生参

与的一项科研课题，旨在促进当地中药材营销效益的提升。学生与项目中的教师、企业人员密切配合，共同解决中药材市场拓展、品牌打造等难题，有效锻炼了毕业后能迅速适应农业营销工作的团队协作能力和复杂问题的解决能力。

（三）加强校企合作

通过加强校企之间的联系，建立和完善以市场需求为导向的人才培养模式，培养适应社会需求的高素质应用型专业人才。学校根据用人单位的需求来共同制订相应专业的培养计划，并结合岗位的实际工作要求，有针对性地开设相关课程，调整各门课的教学内容及学时比例^[9]。同时安排在校生到生产第一线或服务单位进行为期半年左右的社会实践活动（顶岗实习），从而缩短从学校走向工作岗位的距离，让毕业生能够更快地融入工作中去。此外，在保证完成规定的教育教学任务的同时，积极鼓励师生参与横向课题的研究开发工作以及各种类型的科技推广活动，以此促进教师的专业化发展和提升学生的综合能力和素质。

比如贵州某民族地区的职业学校与企业共同组成专业建设指导委员会，根据茶叶市场需求和企业岗位要求，重新修订农业营销专业人才培养方案。院校与当地某知名茶企进行校企深度合作，学校与企业共同组成专业建设指导委员会，对农业营销专业人才培养方案，根据茶叶市场需求，结合企业岗位要求，重新进行修订。在课程设置上，新增了品茶、茶文化营销等特色课程，使授课内容与实际工作更加贴合。企业为该校学生提供了大量的实习岗位，学生在企业的茶叶种植基地、加工厂、销售门店实习，参与市场调研、产品推广等工作，亲身感受了茶叶营销的整个过程。同时，企业的营销专家定期到学校举办讲座，开展案例教学，指导学生进行营销策划实践。学校的教师也到企业挂职，参与企业的营销项目，将企业的实际案例引入课堂教学。双方还可以共同开展师生与企业人员共同参与的提升本土茶叶品牌市场竞争力的科研课题，有效提升了企业茶叶的市场销量，同时也通过市场分析、营销策略制定等方式提升了师生的科研实践能力。

（四）完善政策支持

完善政策扶持是保障贵州民族地区农业营销人才培养的重要保障。政府应出台鼓励企业参与农业营销人才培养的相关政策，对参与校企合作的企业给予税收优惠、资金补助等方面的扶持。

设立农业营销人才培养专项资金，对学校的课程改革、实践教学、师资培训等工作给予支持。制定引进人才的政策，吸引外来优秀农业营销人才到贵州民族地区工作、任教，加大人才培养的质量和层次，加强对农业营销人才的培养力度。加强对农业营销人才培养工作的监督和评估，确保政策的有效落实和人才培养目标的实现。通过完善政策扶持，为农业营销人才培养营造良好的政策环境。

如贵州某民族自治州政府积极响应乡村振兴战略，出台了一系列完善的政策，促进当地农业营销人才的培养。对于参与校企合作培养农业营销人才的企业，州政府给予重大税收优惠，企业可在合作期内减免一定比例的企业所得税，同时还可获得建设实习基地、购置教学设备等方面的财政补助，在企业经营过程中，还可享受财政补贴。州政府专门设立了农业营销人才培养专项基金，每年投入数百万元，基金支持当地高校进行课程改革，引进前沿营销课程。此外资助学生参加各类营销实践活动和比赛；邀请行业专家对教师进行培训，促进教师教学水平的提高。在人才引进方面，政府制定优厚的政策，为外部优秀农业营销人才提供住房补贴、安家费等福利，吸引了多名有丰富经验的营销专家到当地高校任教。此外，政府建立严格的督查考核机制，定期对人才培养工作进行检查考核，确保各项政策落实到位，为农业营销人才培养工作创造了良好的政策环境。

四、结论

在乡村振兴的大背景下，培养民族地区的农业营销人才具有十分重要的现实意义，贵州作为民族地区的典型，其农业营销人才培养具有鲜明的民族文化特色，丰富多样的农业资源，明显的地域差异，复杂的营销环境等特点，这些特点是贵州农业营销人才培养的重要切入点。通过优化课程体系、强化实践教学、加强校企合作、完善政策扶持等创新策略，能够培养适应民族地区农业发展需求的高素质农业营销人才，促进贵州民族地区农业产业发展，助力实施乡村振兴战略。同时，本文的研究成果也可以为其他民族地区农业营销人才培养提供借鉴。

参考文献

- [1] 石静. 乡村振兴背景下贵州特色农产品可持续发展对策研究 [J]. 食品研究与开发, 2021, 42(15): 225-226.
- [2] 檀玮同, 刘飞. 乡村振兴背景下安徽省农村电子商务发展研究 [J]. 电子商务评论, 2023, 12(3): 65-70.
- [3] 吴迪, 葛梅. 新电商助推乡村农产品营销的内在机理与实践应对 [J]. 农业经济, 2023(3): 130-133.
- [4] 李丹妮, 熊颖, 向培, 舒晓惠. 生态农产品短视频营销之“李子柒”模式研究 [J]. 商场现代化, 2021(15): 58-60.
- [5] 王晋省. 乡村振兴战略背景下电商助农存在的问题及对策 [J]. 农业工程技术, 2021(30): 72-73.