

农业新质生产力驱动下湖南农村电商人才需求调研 与培养体系构建

龚凤梅, 丁俏

益阳职业技术学院, 湖南 益阳 413000

DOI: 10.61369/VDE.2025150029

摘 要 : 本文以农业新质生产力为背景, 聚焦湖南农村电商人才的供需矛盾, 通过调研与数据分析, 梳理农村电商人才的技能需求、素质需求与结构需求, 并剖析当前培养体系存在的问题, 最终构建以“一核两元三阶四融”为模型, 培养适应农业新质生产力的农村电商人才。

关 键 词 : 农业新质生产力; 农村电商; 人才培养; 需求调研

Research on the Demand for Rural E-Commerce Talents in Hunan and the Construction of a Training System Driven by New Qualitative Productive Forces in Agriculture

Gong Fengmei, Ding Qiao

Yiyang Vocational and Technical College, Yiyang, Hunan 413000

Abstract : Against the backdrop of new qualitative productive forces in agriculture, this paper focuses on the supply-demand imbalance of rural e-commerce talents in Hunan. Through research and data analysis, it identifies the skill, quality, and structural requirements for rural e-commerce talents, analyzes the existing issues in the current training system, and ultimately constructs a model centered on "one core, two elements, three stages, and four integrations" to cultivate rural e-commerce talents adapted to new qualitative productive forces in agriculture.

Keywords : new qualitative productive forces in agriculture; rural e-commerce; talent cultivation; demand research

引言

党的二十届三中全会提出, “健全因地制宜发展新质生产力体制机制” “健全促进实体经济和数字经济深度融合制度”。^[1]2024年, 农业农村部党组书记、部长唐仁健在江西、湖南调研时强调, 要找准抓住农业领域发展新质生产力的着力点, 以务实举措为农业高质量发展注入新动能。著名流通经济专家丁俊发表示, 数字农产品电商是农业新质生产力, 要创新农产品电商的模式和场景, 打造能创造新质生产力的战略人才。湖南省作为农业大省, 2024年农村电商交易额突破3000亿元, 然而, 从构成生产力的三个基本要素(劳动者、劳动资料、劳动对象)来看, 农产品电商在人才、生产工具、生产关系上, 还有许多束缚新质生产力发展的堵点、卡点。据湖南省农业农村厅数据, 农村电商从业者中仅12%接受过系统培训, 70%的涉农企业面临“招不到、留不住、用不好”的人才困境。本研究通过明确农村电商人才需求、构建培养体系, 助力推动湖南农业新质生产力与农村电商深度融合。

一、制定具体实施技术路径

首先课题组梳理湖南农业新质生产力的内涵、特征及发展现状。其次, 通过调查走访市场监管局、商务局、农业农村局、统

计局、乡村振兴局、人社局等政府部门, 调研湖南农村电商的发展规模、模式、存在问题等。最后, 通过对行业、企业、高职院校以及学生采用深度访谈、问卷调查、案例分析等调研方法, 通过对数据的收集、清洗、整合、分析工作, 了解湖南农村电商人

才需求，构建培养标准。具体实施技术路径如图1所示：

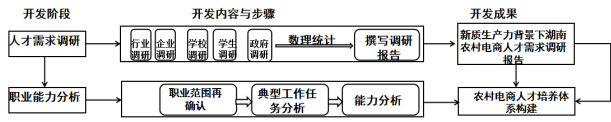


图1 农村电商人才培养体系构建技术路径

（1）从农村电商岗位需求出发，调研在农业新质生产力背景下对农村电商人才的需求，确定人才培养所面向的职业岗位群。

（2）召开职业分析会，组建校企双元开发主体，梳理职业能力要点，解析农村电商典型工作任务及其工作内容；解析胜任典型工作任务所需要的职业行动能力和通用能力、社会能力、发展能力的综合素质^[2]，构建农村电商人才培养体系。

二、湖南农村电商人才需求调研

（一）调研方法

采用分层抽样与典型调查相结合的方式，综合运用问卷调查、深度访谈、案例分析三种方法：

1. 问卷调查：设计标准化问卷，收集企业人才需求、岗位能力要求等定量数据，回收有效问卷334份；

2. 深度访谈：与电商企业负责人、从业者、政府部门人员开展半结构化访谈48次，挖掘人才供需矛盾根源；

3. 案例分析：选取10个典型企业和服务站点，分析其人才结构与运营模式。

（二）样本分布

从湖南省14个市州中选取长沙、益阳、永州、常德四个农业与电商发展各具特色的区域作为调研对象，覆盖省会、湘北、湘中、湘南地区，具体如下：

表1：调研样本分布

| 样本类型 | 数量 | 覆盖区域 |
|---------------|------|--|
| 政府部门 | 21个 | 长沙6个、益阳、常德、永州个5个、 |
| 农村电商企业 | 32家 | 长沙10家、益阳10家（特色农产品销售型为主）、永州5家（果蔬产业带企业）、常德7家（粮油加工电商企业） |
| 电商从业者 | 400人 | 长沙、益阳、永州、常德各100人（按运营、技术、营销、供应链岗位分层抽样） |
| 乡镇电商服务站 | 40个 | 每市选取10个站点，覆盖城郊、县城中心镇及偏远乡村 |
| 开设农村电商专业的高职院校 | 2个 | 湖南商贸职院、益阳职业技术学院 |

（三）调研内容框架

2022年10月，教育部办公厅、工业和信息化部办公厅、中国工程院办公厅等五部门发布的《关于实施职业教育现场工程师专项培养计划的通知》（以下简称“专项培养计划”），提出面向重点领域数字化、智能化职业场景，以中国特色学徒制为主要培养形式，培养一大批具备工匠精神，精操作、懂工艺、会管理、善协作、能创新的现场工程师^[3]。2024年商务部等9部门发布《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，计划在5年内，基本建成一个设施完善、主体活跃、流通顺畅、服务高效的农村电商服务体系^[4]。基于此，以农村电商现场工程师的标准重新解析农

村电商典型工作任务及其工作内容，解析胜任典型工作任务所需要的技能需求、素质需求及结构需求，形成农业新质生产力背景下的农村电商人才职业需求。具体聚焦以下3类核心需求：技能需求，要求精操作、懂工艺，包括电商运营、直播带货、供应链管理、数据分析、政策运用等；素质需求，要求会管理、善协作、能创新，包括本土知识、抗压能力、创新思维、团队协作、学习能力等；结构需求，包括基层岗位（如主播、客服）、中层岗位（如运营、策划）、高层岗位（如总监、合伙人）的人才配比。

通过对收集到的334份有效问卷进行综合分析，数理统计，结果如下：

1. 技能需求：数字化与本土化并重

表2：农村电商技能需求频率分布（n=334）

| 技能类型 | 需求频率（%） | 关键能力要求 |
|----------|---------|-------------------|
| 直播电商运营 | 89.2 | 短视频拍摄、粉丝互动、平台规则运用 |
| 农产品品牌营销 | 76.5 | 包装设计、文案撰写、地域文化融合 |
| 供应链数字化管理 | 68.3 | 物流调度、库存优化、溯源系统操作 |
| 数据分析 | 62.1 | 销售数据解读、用户画像分析 |
| 政策运用 | 51.7 | 惠农政策申报、电商补贴申请 |

备注：需求频率是指在调研中，某种特定需求被调研对象提及或选择的次数占总有效样本本数的比例，通常以百分比（%）呈现，用于反映该需求的普遍程度或迫切性。

由表2可知，直播电商与品牌营销成为最迫切需求，且需结合湖南农产品特色（如安化黑茶、湘西猕猴桃）实现本土化运营。

2. 素质需求：复合型与实践导向突出

我们团队根据“专项培养计划”，采用德尔菲法，来评估素质需求强度。

首先确定农村电商人才素质评估维度是本土知识、抗压能力、创新思维、团队协作、学习能力五个方面，并设定每个维度的具体内涵。其次，设计“需求强度”评分量表（1-100分），通过调研问卷与访谈，让受访者（农村电商从业者、企业负责人、政府相关人员等）对“需求强度”评分量表打分，最后收集样本数据并计算均值^[5]。

通过调研分析发现，如图2所示，企业最看重的素质依次为：本土知识、抗压能力、创新思维、团队协作、学习能力。

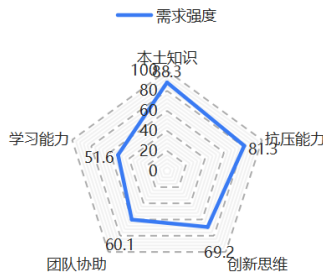


图2 农村电商人才素质需求雷达图

3. 结构需求：岗位分层明显

通过调研发现：（1）农村电商岗位体系中，除了“基层-中层-高层”的层级划分，还存在技术类岗位（如电商平台维护、

短视频剪辑）、供应链类岗位（如农产品仓储、物流协调）、行政类岗位等一些难以归入这三类的岗位。

（2）基层岗位（主播、客服）需求量最大（占比45%），要求技能单一但实操性强；中层岗位（运营、策划）占比30%，需兼具技能与管理能力；高层岗位（总监、合伙人）占比5%，要求战略规划与资源整合能力，缺口最大。

综上所述，湖南农村电商人才呈现“需求旺盛、复合型与实践导向突出、结构失衡”的特征，需立足区域产业特色，构建差异化人才培养与引进策略。

三、湖南农村电商人才培养调研

目前，农村电商人才培养的参与主体包括政府部门、电商企业、职业院校等，培养主体的参与度 = (参与的样本数 ÷ 总调研样本数) × 100%。以政府部门参与为例来说明培养主体的参与度计算

首先需界定“政府部门参与”的具体行为，确保统计标准统一。

例如参与形式：出台扶持政策、组织培训活动、提供资金补贴、搭建实训平台等；参与门槛：只要政府部门开展过至少1项上述行为，即认定为“参与”。

其次，确定调研样本范围。

最后，统计“参与的样本数”，计算参与度，湖南农村电商人才培养主体参与度如图3所示。

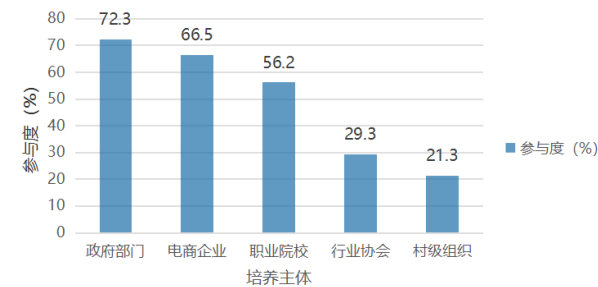


图3 湖南农村电商人才培养主体参与度

通过深入访谈，课题组了解到湖南农村电商人才培养存在的问题：1.供需脱节：高校课程偏重电商理论，与农村实际需求（如农产品保鲜包装）结合度低；2.资源分散：政府、企业、高职院校等各自为战，未形成协同机制。

四、农村电商人才培养体系构建

本团队根据《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》《深化新时代教育评价改革总体方案》两个文件精神，创设以“一核两元三阶四融”为模型，培养适应农业新质生产力的农村电商人才。如图4所示。

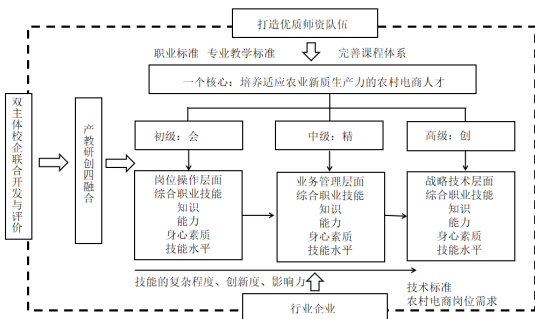


图4 “一核两元三阶四融”农村电商人才培养模型

“一核”指以培养适应农业新质生产力的农村电商人才为核心，“两元”指以校企联合为开发评价主体，“三阶”指学习过程的三个阶段：会、精、创，“四融”指的是产、教、研、创融合。

参考文献

- [1]何雄浪,邓舒耀.“双试点”政策促进新质生产力发展的协同效应[J].财经科学,2025,(04):60-74.
- [2]王春燕,邱懿.国家职业教育标准体系及优化研究[J].中国高教研究,2023,(05):94-100.DOI:10.16298/j.cnki.1004-3667.2023.05.14.
- [3]崔勇,戚玉强,丁广明,等.高职产教融合、协同育人现状及现场工程师人才培养模式构建策略[J].职业教育,2024,23(26):35-38.
- [4]张莉,刘菲.乡村振兴背景下农村电商人才培养路径[J].农村经济与科技,2024,35(16):250-253.
- [5]龚凤梅,丁俏.PGSI农村电商人才职业能力模型的应用研究[J].科技经济市场,2023,(06):116-118.