职业教育赋能乡村振兴的人才培养路径研究——以电子商务专业为例

许志焕

（珠海市索卡科技技工学校，广东　珠海　519055）

摘要：职业教育作为技术技能人才培养的主阵地，与乡村振兴的人才需求之间存在天然的契合关系。电子商务的蓬勃发展为农产品上行、工业品下行和乡村产业转型升级提供了新动能，也对乡村电商人才的数量和质量提出了迫切需求。本文从乡村振兴对电子商务人才的现实需求出发，系统分析了当前职业教育电子商务专业在服务乡村振兴过程中面临的人才培养目标偏位、课程体系与乡村实际脱节、实践教学资源匮乏、产教融合深度不足、职业认同教育缺位等突出问题。在此基础上，以电商运营核心能力培养为切入点，提出应当确立服务乡村发展的人才培养定位、构建融入乡村元素的课程体系、搭建服务乡村的实践教学平台、深化多方协同的产教融合机制、强化服务乡村的职业认同教育，最终形成“目标引领—课程支撑—实践锤炼—协同保障—认同内化”五位一体的电子商务专业服务乡村振兴人才培养路径。研究旨在为职业院校电子商务专业教育教学改革提供参考，为职业教育赋能乡村振兴提供理论支撑和实践指导。

关键词：职业教育；乡村振兴；电子商务；人才培养；产教融合

收稿日期：2026 年 8 月 20 日　　**中图分类号：**G710

通讯作者：许志焕，珠海市索卡科技技工学校

Study on Talent Development Pathways in Vocational Education to Empower Rural Revitalization: A Case Study of the E-Commerce Program

Xu Zhihuan

(Zhuhai Soka Technology Vocational School, Zhuhai, Guangdong 519055)

Abstract: As the primary platform for cultivating technical and skilled talent, vocational education has a natural alignment with the talent needs of rural revitalization. The rapid development of e-commerce has provided new momentum for the upward flow of agricultural products, the downward flow of industrial goods, and the transformation and upgrading of rural industries, while also creating an urgent demand for rural e-commerce talent in terms of both quantity and quality. Starting from the practical needs for e-commerce talent in rural revitalization, this paper systematically analyzes the prominent issues currently faced by vocational education e-commerce programs in serving rural revitalization, including misaligned talent development objectives, curriculum systems disconnected from rural realities, a scarcity of practical teaching resources, insufficient depth in industry-education integration, and a lack of vocational identity education. Building on this analysis, and taking the cultivation of core e-commerce operational competencies as a starting point, this paper proposes establishing a talent development orientation

focused on serving rural development; constructing a curriculum system that integrates rural elements; building practical teaching platforms dedicated to serving rural areas; deepening multi-stakeholder collaborative mechanisms for industry-education integration; and strengthening vocational identity education centered on serving rural communities. Ultimately, this leads to the formation of a "five-in-one" talent development pathway for e-commerce programs serving rural revitalization, characterized by "goal-driven—curriculum-supported—practical refinement—collaborative assurance—internalized identity." This study aims to provide a reference for educational and teaching reforms in vocational colleges' e-commerce programs, as well as theoretical support and practical guidance for leveraging vocational education to empower rural revitalization.

Keywords: Vocational education; Rural revitalization; E-commerce; Talent development; Industry-education integration

一、引言

乡村振兴战略是党的十九大作出的重大决策部署。长期以来，乡村地区面临人口外流、人才匮乏的困境，年轻劳动力大量向城市转移，留守人口呈现老龄化、空心化特征。没有人才支撑，再好的政策、再先进的设备、再丰富的资源都无法转化为乡村发展的现实动力。在服务乡村振兴方面，职业教育具有得天独厚的优势和不可替代的作用[1]。与普通高等教育培养周期长、培养成本高、人才落地难相比，职业教育培养周期相对较短、培养方式灵活多样、教学内容贴近实际、毕业生扎根基层意愿较强，能够为乡村培养“下得去、留得住、用得上“的实用型技术技能人才。

互联网技术的普及和物流基础设施的改善，使乡村地区的优质农产品、特色手工艺品有了更加广阔的销售渠道。淘宝村、直播电商、社区团购等新业态新模式不断涌现，越来越多的农民通过电商平台实现了增收致富。既懂农业生产又懂电商运营的复合型人才极度匮乏，许多乡村电商项目因缺乏专业运营人员而难以为继。这种供需矛盾为职业院校电子商务专业服务乡村振兴提供了广阔空间，也对电子商务专业人才培养提出了新的更高的要求。

二、乡村振兴背景下电子商务人才需求分析

（一）乡村电子商务发展的现实图景

乡村电子商务的发展形态日益丰富多样。在产品类型上，从最初单一的农产品销售，逐步拓展到手工艺品、乡村旅游产品、农资农具等多个品类。在销售渠道上，除了传统的电商平台开店模式，直播带货、短视频营销、社区团购、社交电商等新渠道层出不穷。在经营主体上，既有返乡创业的大学生、退伍军人，也有转型发展的传统农户和合作社，还有各类农业龙头企业。在发展模式上，形成了“一村一品“”一镇一业“的区域特色产业集群，以及“电商企业 + 合作社 + 农户“”平台 + 基地 + 农户“等多种利益联结机制。

乡村电子商务的发展对人才提出了迫切需求，这种需求呈现出多层次、多样化的特征。从岗位类型看，既需要能够操作店铺后台、处理订单、回复客户咨询的基础运营人员，也需要能够策划营销活动、优化商品详情页、进行数据分析的专业运营人才，还需要能够统筹供应链、管理团队、制定发展战略的高级管理人才[2]。从能力结构看，乡村电商人才不仅要掌握电子商务的专业知识和技能，还要了解农产品的生产加工流程、质量标准、储存运输要求，熟悉乡村社会的特点，具备与农民打交道的能力。这种复合型、应用型的人才需求，恰恰与职业教育的人才培养定位相契合。

（二）乡村电商人才缺口的结构性特征

乡村电商人才缺口具有明显的结构性特征。从区域分布看，欠发达乡村的人才缺口尤为突出。这些地区往往是特色农产品的主产区，发展电子商务的需求十分迫切，但由于经济发展水平相对滞后、基础设施不够完善、生活条件相对艰苦，对外来人才的吸引力不强，电商人才“引不来、留不住“的问题十分突出[3]。从岗位层次看，人才缺口集中在中低端运营岗位。一些大型电商平台和龙头企业能够通过高薪引进高端管理人才和专业技术人才，但大量中小电商经营主体急需的是能够承担日常运营工作的实用型人才，这类人才

恰恰是数量缺口最大的。从能力类型看，既懂农业又懂电商的复合型人才最为稀缺。许多电商从业者虽然熟悉互联网技术，但对农产品的生长规律、品质鉴别、分级标准等缺乏了解，导致在商品描述、客户沟通、售后处理等方面出现偏差。许多农业从业者虽然熟悉农产品，但对电商运营的规则和技巧知之甚少，难以适应线上销售的要求。

部分职业院校电子商务专业的培养目标定位不够清晰，课程内容偏重理论而轻视实践，学生毕业后需要较长的适应期才能胜任实际工作。乡村工作生活条件相对艰苦、薪酬待遇偏低、发展空间有限，也在客观上削弱了毕业生到乡村就业的意愿。加之社会各界对乡村电商从业者的职业认同度不高，家长和学生普遍认为电商是坐在办公室里的工作，与田间地头无关，这种认知偏差进一步加剧了人才供需的结构性矛盾。

（三）乡村电商人才的能力结构要求

从实际岗位需求出发，乡村电商人才的能力结构可以归纳为三个层面。基础层面是电子商务平台操作能力，包括店铺开设与管理、商品上架与维护、订单处理与发货、客户服务与沟通等基本技能，这是从事电商运营的前提条件。核心层面是电商运营推广能力，包括商品拍摄与图片处理、文案撰写与内容创作、搜索引擎优化与营销推广、数据分析与决策优化等，这些能力直接关系到店铺的流量获取和销售转化。延伸层面是供应链管理与资源整合能力，包括农产品品控与分级、仓储物流规划与成本控制、农户组织与利益协调、品牌建设与知识产权保护等，这些能力决定了电商经营的可持续性和盈利能力。

除专业能力，乡村电商人才还需要具备特定的职业素养。吃苦耐劳的品质尤为关键，乡村工作条件有限、事务繁杂，从产品采摘包装到快递发货、从客户沟通到售后处理，往往需要一人多岗、身兼数职，没有吃苦耐劳的精神很难坚持下来。沟通协调能力同样不可或缺，与农户打交道、与物流公司谈判、与平台小二对接，都需要良好的沟通能力和人际交往能力。创新意识和学习能力也很重要，电商行业变化快、竞争激烈，只有不断学习新知识、尝试新方法，才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

三、电子商务专业服务乡村振兴的现状与问题

（一）人才培养目标定位与乡村振兴需求错位

当前电子商务专业的人才培养目标偏于宽泛，服务面向不够明确。从各职业院校的人才培养方案来看，培养目标多表述为“培养德智体美劳全面发展，掌握电子商务专业知识和技能，能够从事电商运营、网络营销、客户服务等工作的高素质技术技能人才”[4]。这种表述虽然在专业方向上是准确的，但没有体现出服务区域经济和乡村发展的特色定位，也没有将乡村振兴的人才需求纳入培养目标的考量范畴。

课堂上讲授的营销推广策略、客户关系管理方法，很多是以城市电商、工业品电商为背景的案例和模式。当学生问起“老师，我家是农村的，想帮村里卖水果，但不知道从哪开始“时，笔者意识到教材内容和乡村实践之间存在着明显的距离。这种距离不仅是知识层面的，更是视野和思维层面的——我们的培养方案中，缺少了对乡村电商特殊性的关照和回应。

（二）课程内容与乡村电商实践脱节

课程内容与乡村电商实践脱节的问题表现在多个方面。教材更新速度滞后于行业发展是最为突出的问题。电子商务是一个快速迭代的领域，平台规则不断调整，营销玩法日新月异，新技术新工具层出不穷。而教材从编写到出版本身就需要一定周期，加之部分院校教材选用后多年不换，导致教学内容与实际应用之间存在明显的时间差。学生在课堂上学到的直通车推广方法，到了实际工作中发现平台已经更新了多个版本；教材中重点讲授的 PC 端店铺装修，现实中消费者已经全面转向移动端购物。

现有课程体系缺乏对乡村电商特殊性的关照。农产品具有鲜活易腐、季节性明显、标准化程度低等特点，这些特点决定了农产品电商与工业品电商在运营思路和方法上存在显著差异。农产品上行涉及采摘标准、分级包装、冷链运输、品质溯源等一系列特殊环节，这些内容在通用的电商课程中往往很少涉及。乡村市场的消费特点和营销策略也与城市市场不同，熟人社会背景下的口碑

传播、邻里推荐是乡村电商的重要获客渠道，但这些内容在常规的市场营销课程中几乎不被提及。

（三）实践教学资源与条件保障不足

实践教学是电子商务专业培养应用型人才的关键环节，但在实际办学中，实践资源匮乏是困扰许多职业院校的突出问题。电子商务实训需要真实的平台环境、真实的商品数据、真实的交易流程，才能让学生获得接近实战的体验。搭建和维护这样一套实训系统，对设备投入、软件采购、师资配备都有较高要求。一些学校由于经费有限，实训设备陈旧、软件版本落后，难以满足教学需要。

服务于乡村电商人才培养的专项实训基地建设尤为薄弱。农业合作社、农产品加工企业、乡村电商服务站等本应是电商专业学生了解乡村产业、熟悉农产品流通的理想实践场所，但受限于合作机制不健全、安全保障责任不清、学生管理难度大等因素，真正能够常态化开展合作的并不多见。学生缺少深入乡村一线、接触农业生产、了解农民需求的机会，对乡村电商的认知只能停留在书本和想象层面，毕业后面对实际工作难免产生“水土不服”。

（四）产教融合深度不够、协同机制不健全

在服务乡村振兴的语境下，产教融合应当包括学校与电商企业、农业企业、农民合作社、政府部门等多主体的深度合作。许多合作协议签了、牌子挂了，但实质性的课程开发、人才培养、师资交流并不多。企业参与人才培养的积极性不高，一方面是因为电商企业本身面临激烈的市场竞争，没有太多精力投入到人才培养中，另一方面是因为学校的人才培养周期与企业的人才需求节奏之间存在不匹配。学校希望合作是长期的、系统的，企业则更倾向于短期的、见效快的合作方式。

面向乡村电商人才培养的产教融合体系尚未形成。电商平台的规则和资源主要集中在城市，面向乡村市场的专项扶持政策和教育资源相对有限[5]。农产品上行涉及多个环节、多个主体，需要多部门的协同配合，但在实际运作中，农业部门管生产、商务部门管流通、教育部门管培训，各部门之间的信息壁垒和资源分割使得协同效应难以发挥。学校在寻求合作时常常面临“单打独斗“的困境，难以获得系统性的支持。

（五）学生对乡村就业的认同感和归属感不强

学生职业认同教育薄弱是影响电商人才服务乡村振兴的深层障碍。一项针对职业院校电子商务专业学生的就业意向调查显示，超过 70% 的学生希望毕业后在大中城市就业，愿意到县域或乡镇工作的不足 15%。学生普遍认为乡村电商发展空间有限、配套设施落后、收入水平偏低，这种认识虽然与现实存在偏差，但确实反映了职业认同教育的缺失。

部分学生本身来自农村，之所以选择职业院校读书，一个重要动因就是希望通过教育实现“跳出农门“的目标，这种观念在一定程度上影响了就业选择。学校教育在引导学生认识乡村振兴战略意义、理解乡村电商发展机遇方面做得不够，缺少系统的职业规划教育和价值引导。社会舆论对乡村工作的评价不高，家长对子女到乡村就业的支持度有限，这些外部因素也对学生的职业选择产生了影响。

四、职业教育赋能乡村振兴的人才培养路径建构

（一）确立服务乡村发展的人才培养目标定位

培养目标决定培养方向。电子商务专业要真正服务好乡村振兴，首先需要在人才培养目标上做出明确回应，将服务乡村发展纳入人才培养的核心定位。

职业院校应当立足区域经济发展实际，结合本校办学特色和资源禀赋，制定具有差异化和针对性的培养目标。地处农业主产区的院校，可以将培养目标定位为“面向农产品电商领域，培养具备农产品品控、电商运营、品牌营销能力的复合型技术技能人才“；地处乡村旅游资源丰富地区的院校，可以将培养目标定位为“面向乡村旅游电商领域，培养具备旅游产品设计、在线营销、客户服务能力的专门人才”。差异化的目标定位能够使学校在服务乡村振兴中找到精准的切入点，也使学生在学习过程中形成明确的方向感。

（二）构建融入乡村元素的课程体系

课程是人才培养的核心载体。构建融入乡村元素的课程体系，需要在现有专业课程框架基础

上进行系统性的内容改造和结构调整。可以在现有电商运营类课程中，增加农产品电商专题模块，内容包括农产品市场分析、农产品品牌建设、农产品视觉营销、农产品供应链管理等。编写配套的校本教材或活页式讲义，将当地特色农产品的电商案例融入教学，使学生能够在熟悉的产业背景中理解专业知识。开设“乡村电子商务实务“等特色课程，系统讲授乡村电商的运营模式、政策环境、资源条件和典型案例。

电子商务领域的知识更新速度很快，课程内容必须保持一定的开放性和灵活性。学校应当建立课程内容定期更新机制，每学期对教学内容进行一次梳理调整，及时将平台新规、行业新趋势、技术新应用纳入教学。鼓励教师关注乡村电商的最新实践，将鲜活的案例和素材补充到课堂教学中。

（三）搭建服务乡村的实践教学平台

搭建服务乡村的实践教学平台，应当统筹校内校外两种资源，构建多层次、立体化的实践教学体系。校内实训基地应当体现乡村电商的特色需求。在标准化的电商实训室基础上，增加农产品选品、分级、包装等实训功能区域。配置农产品拍摄设备，建设农产品样品展示区，使学生能够在校园内体验从农产品到电商商品的全过程。引入真实的电商后台系统，让学生在真实的平台环境中进行操作练习。与本地农业龙头企业、示范合作社、乡村电商服务站建立稳定的合作关系，使其成为学生认识乡村产业、了解农业生产的实践课堂。安排学生定期到合作单位进行参观学习和短期实训，在真实的乡村工作环境中理解电商与农业的结合点。对于条件成熟的合作单位，可以挂牌设立“乡村振兴电商实践基地”，建立长期化、制度化的合作机制。

返乡学生可以帮助家乡的农产品经营主体进行电商店铺诊断、商品详情页优化、营销活动策划等，既服务了乡村电商发展，又在实践中增长了才干。学校可以设立专项经费和学分认定机制，将社会实践纳入人才培养的必修环节，形成制度化的保障。

（四）深化多方协同的产教融合机制

在服务乡村振兴的框架下，产教融合的参与主体应当从传统的校企二元合作拓展为学校、企业、政府、合作社、农户等多方协同。政府部门掌握政策资源和项目资金，能够为产教融合提供制度保障和经费支持；行业组织了解市场动态和人才需求，能够为人才培养提供方向指引和标准参照；企业拥有实践平台和市场资源，能够为实践教学提供真实环境和就业岗位；学校具备教育资源和教学组织能力，能够将各方资源整合转化为人才培养的力量。建立多方定期沟通和联席会议制度，形成信息共享、资源互补、责任共担的合作格局。

对接地方政府乡村振兴规划，将学校的人才培养与地方产业发展需求结合起来。参与电商进农村综合示范项目、农产品出村进城工程等政策项目，使学校的教育教学与国家的政策导向同向同行。利用学校的专业优势和师资力量，面向乡村电商从业者开展技能培训和创业指导，在服务社会的同时扩大办学影响。

（五）强化服务乡村的职业认同与就业引导

职业认同是人才扎根乡村的内在动力。强化学生服务乡村的职业认同，需要贯穿人才培养的全过程，形成系统化的职业引导体系。

在专业导论课程中，向学生介绍乡村电商的发展前景和社会价值，激发学生投身乡村振兴的责任感和使命感。开展形式多样的第二课堂活动。邀请返乡创业的电商青年、扎根乡村的电商带头人走进校园，用真实的故事和经历感染学生。组织“乡村振兴·电商有为“主题演讲比赛、创业计划竞赛等活动，营造关注乡村、服务乡村的校园文化氛围。开展乡村电商实地调研活动，让学生亲身感受乡村电商发展的蓬勃活力和广阔空间，消除对乡村工作的刻板印象。

设立专门的就业指导模块，系统介绍乡村电商领域的就业机会、创业政策和职业发展路径。对接大学生村官、三支一扶、西部计划等基层就业项目，为学生到乡村就业搭建通道。建立乡村电商就业校友联系网络，通过校友的经验分享和资源对接，帮助毕业生更好地适应乡村工作。对到乡村就业的毕业生给予表彰和宣传，发挥榜样示范作用，引导更多学生投身乡村振兴事业。

（六）培养电商运营核心能力的教学实践

无论是服务城市电商还是乡村电商，电商运营核心能力的培养都是电子商务专业教学的根本

任务。在服务乡村振兴的目标导向下，这些核心能力的培养应当融入乡村电商的具体情境，使学生在真实场景中理解和掌握运营技能。

从电商运营的基本内容出发组织教学。电商运营包括市场调研、平台选择、产品推广、物流跟进和客户关系管理等基本环节，这些环节构成了电商运营的完整闭环。

将电商运营的特点转化为教学着力点。电商运营的多样性要求学生具备在不同平台间灵活切换的适应能力，教学中应当安排多个平台的实操训练；运营的协调性要求学生具备统筹各环节的系统思维，教学中应当设计综合性的实训项目；运营的便捷性和高效性要求学生熟练掌握各类运营工具的使用，教学中应当强化工具应用能力的训练；运营的低成本特性要求学生具备成本意识和效益观念，教学中应当引导学生进行投入产出分析。

在电商运营模式的教学中突出乡村适用性。B2B、B2C、C2C、O2O 等运营模式各有特点和适用条件，在乡村电商实践中也呈现出不同的形态。农产品大宗交易适合采用 B2B 模式，直接面向消费者的零售适合 B2C 模式，农户自产自销适合 C2C 模式，线上线下结合的体验式消费适合 O2O 模式。教学中应当引导学生分析不同模式的适用场景，结合本地农产品特点和市场条件，选择合理的运营模式。

（七）完善多元评价与持续改进机制

建立多元主体参与的评价体系。除了学校内部的考核评价外，还应当引入行业企业评价、社会实践评价、服务对象评价等外部评价维度。加强对学生实践能力和服务贡献的评价。传统的纸笔考试难以有效评价学生的实际操作能力和解决实际问题的能力。在电商运营类课程的考核中，可以采取项目考核、作品考核、实操考核等方式，让学生提交真实的作品和成果。鼓励学生参与各类电商技能竞赛，将竞赛成绩作为评价的重要参考。对在乡村电商服务中做出突出贡献的学生，给予专项表彰和学分认定。

定期开展毕业生就业质量跟踪调查和用人单位满意度调查，收集各方反馈信息，发现人才培养中的问题和不足。建立教学质量年度报告制度，对人才培养目标的达成情况进行分析评估。根据评价结果和反馈信息，及时调整培养方案、优化课程设置、改进教学方法，形成“评价—反馈—改进“的良性循环。

五、结语

乡村振兴是国家发展的重大战略，也是时代赋予职业教育的历史使命。电子商务作为数字经济的重要组成部分，为乡村产业发展和农民增收致富开辟了新的空间，也对乡村电商人才培养提出了迫切需求。职业教育应当主动回应这一需求，将服务乡村振兴作为人才培养的重要导向，在目标定位、课程体系、实践平台、产教融合、职业认同等方面进行系统改革和创新。

职业教育赋能乡村振兴，需要职业院校广大教师的积极参与和不懈探索。教师是人才培养的具体实施者，教师的教育理念、教学能力和育人情怀直接影响着人才培养的质量。电子商务专业的教师应当主动走出校园、走进乡村，了解乡村电商的发展实践，丰富自身的实践经验，将鲜活的乡村案例引入课堂，用真实的乡村项目培养学生。唯有如此，才能使课堂教学与现实需求同频共振，培养出真正能够服务乡村振兴的电商人才。

乡村广阔天地，电商大有可为。当越来越多的职业院校电子商务专业毕业生带着知识和技能回到乡村、扎根乡村、服务乡村，乡村振兴的人才根基必将更加坚实，乡村电商的发展前景必将更加光明。

参考文献：

［1］刘安琪 . 乡村振兴战略下乡村电子商务建设的协同发展模式研究［J］. 商场现代化 , 2025(16).

［2］蔡双 . 数字赋能乡村振兴 : 电子商务对县域经济增长的影响机制与路径优化研究［J］. 电子商务评论 , 2025, 14(12):803-809.DOI:10.12677/ecl.2025.14123926.

［3］殷雪儿 , 徐长斌 , 肖琴 . 乡村振兴下电子商务赋能乡村经济发展策略研究［J］. 商场现代化 , 2025(23):42-44.

［4］王国臻 , 韩建民 . 乡村振兴背景下电子商务助农营销策略研究——以拼多多为例［J］. 电子商务评论 , 2025, 14(8):1869-1875.DOI:10.12677/ecl.2025.1482722.

［5］孙先民 , 郑冰冰 . 乡村振兴背景下电子商务对农业经济发展的影响研究［J］. 对外经贸 , 2025(4):42-45.