

江西农村电商发展视角下职业学校人才培养改革探析

杨俊

江西电子信息职业技术学院 江西南昌 330004

摘要: 本文以江西农村电商发展为现实背景, 结合其品牌化、直播化、物流一体化、产业集聚化的发展特点与多维培育、品牌建设、物流投入等核心措施, 剖析当前职业学校电商人才培养存在的课程脱节、实践薄弱、师资单一、定位模糊等问题。从“需求对接—问题破解—路径构建”的逻辑, 提出“精准定位、课程重构、实践强化、师资优化”的改革策略, 旨在实现职业学校人才培养与江西农村电商发展的深度耦合, 为地方产业升级提供人才支撑。

关键词: 江西农村电商; 职业学校; 人才培养改革; 产教融合

引言

数字经济浪潮下, 农村电商已成为激活乡村振兴动能、推动县域经济转型的关键引擎。江西省以“生态鄱阳湖·绿色农产品”战略为引领, 农村电商呈现品牌层级丰富、直播主体多元、物流体系完善、产业集聚显著的发展态势, 2024年农产品网络零售额突破300亿元, 电商产业对人才的需求缺口日益凸显。职业学校作为培养技术技能人才的主阵地, 其电商专业人才培养质量直接关系到江西农村电商的可持续发展。然而, 当前职业学校电商人才培养存在“课程与行业脱节、实践与岗位疏离、师资与产业脱节”等结构性矛盾, 导致“企业用工荒”与“毕业生就业难”并存。因此, 本文以江西农村电商发展需求为锚点, 探索职业学校人才培养改革路径, 既是破解人才供需错配的现实需要, 也是推动职业教育服务地方产业发展的必然选择。

一、江西农村电商发展态势: 特征解析与人才需求

江西农村电商在政策扶持与市场驱动下, 形成独具特色的发展模式, 其产业特征与人才需求呈现鲜明的地域属性。

(一) 发展特征: 多维协同的产业生态

1. 品牌矩阵化: 从全域到网货的层级覆盖

农村电商, 指的是农民运用互联网、移动端等先进技术手段, 开展产品的宣传、销售、支付等一系列经营过程。中国农业大学智慧电商研究院发布的《2020中国

农村电商人才现状与发展报告》预估2025年农村电商人才缺口将达350万。面临巨大的人才缺口, 未来需要政府搭好政策舞台, 高校电商人才培训体系要全力投入, 以推动农村电商迎来一个新的时代^[1]。江西构建“全域品牌+区域公用品牌+网货品牌”协同发展格局, “生态鄱阳湖·绿色农产品”全域品牌统领下, 462个“赣鄱正品”、8个区域公用品牌、128个单品类区域公用品牌形成品牌矩阵。赣南脐橙连续7年蝉联水果类产品电商销量榜首, 丰城富硒大米等7个品牌跻身世界稻米地理标志百强, 鄱阳湖、渣渣灰等8个网货品牌通过“三品一标”认证实现电商化升级。品牌化发展催生对“品牌运营、产品包装设计、电商营销策划”等人才的需求, 要求从业者既懂农产品特性, 又具备品牌推广能力。

2. 业态直播化: 多元主体的流量变现

直播已成为江西农产品电商的主流销售方式, 形成“网红支书+农民主播+专业团队”的多元带货群体^[2]。上饶广信区北山村支书年直播超330场, 创下4000万元销售额; 横峰县农民主播蒋金春以近300万粉丝年销7吨笋干。全省建成36家省级农产品直播电商基地, 上饶实现县域直播基地全覆盖。直播电商的爆发式增长, 急需“主播、选品专员、场控运营、短视频剪辑”等实战型人才, 尤其需求熟悉农产品特性与直播话术融合的复合型从业者。

3. 物流一体化: 多模式融合的配送网络

江西构建“县乡村三级物流网络+客货邮协同+冷链骨干网”的立体物流体系, 95个县级物流配送中心、1.1万余个农村寄递服务站实现“乡乡有网点, 村村有服务”。“城乡公交+物流电商”模式开通920条合作线路, 横峰县三级物流共配中心整合9家快递企业, 物流成本

作者简介: 杨俊, 学历: 研究生, 单位: 江西电子信息职业技术学院, 职称: 讲师, 研究方向: 提升职业学校电子商务专业服务江西农村经济发展能力研究。

下降25%；供销系统“互联网+第四方物流”网络覆盖1.6万余个乡村网点，42.2万吨冷链库容保障鲜活农产品运输。物流体系的完善对“供应链管理、物流调度、冷链运营、数据分析”人才提出迫切需求，要求具备农村物流场景的实操能力。

4. 产业集群化：县域经济的增收引擎

德兴市体泉村、横峰县北山村等特色产业村形成电商集群，体泉村聚集600余家淘宝店、800多家拼多多店，年销售额突破2.5亿元，带动2000人就业；北山村农户年人均收入从8850元跃升至万元以上。产业集群涵盖“生产加工—包装设计—电商运营—物流配送”完整产业链，需要“创业孵化指导、产业链协同管理、电商平台运营”等综合型人才，助力集群可持续发展。

（二）人才需求：细分岗位的能力画像

江西农村电商的发展特征决定其人才需求呈现“分化、实战化、本土化”特点。从岗位类型看，可分为四大类：一是品牌运营岗，需具备农产品品牌定位、包装设计、营销策划能力，熟悉“赣鄱正品”等品牌认证标准；二是直播电商岗，包括主播（需掌握农产品直播话术与场景搭建）、选品专员（熟悉农产品品质鉴别与供应链对接）、场控运营（擅长流量投放与数据分析）；三是物流供应链岗，要求掌握农村三级物流网络调度、冷链仓储管理、物流成本控制技能；四是综合管理岗，涵盖电商创业指导、产业链协同、县域电商规划等能力，需了解江西农村经济特色。这些岗位均要求人才具备“理论+实践+本土认知”的复合素养，而当前职业学校人才培养难以满足此类需求。

二、职业学校电商人才培养的现实困境

面对江西农村电商的人才需求，职业学校电商专业在培养模式、课程体系、实践教学等方面存在诸多短板，导致人才供给与产业需求严重错配。

（一）培养定位模糊：与地方产业脱节

多数职业学校电商专业采用“大而全”的培养模式，未结合江西农村电商特色细分方向。课程设置沿用通用电商教学框架，既未突出农产品品牌运营、直播电商等江西优势业态，也未融入“赣鄱正品”认证、农村三级物流等本土产业要素。学生毕业后既缺乏农村电商场景的实操能力，又难以满足企业对细分岗位的需求，在就业市场上竞争力不足。例如，某职业学校电商专业毕业生进入江西农产品直播企业后，因不熟悉赣南脐橙的品质特性与直播话术设计，需经过3个月以上培训才能独立上岗。

（二）课程体系滞后：与行业发展脱节

课程内容更新缓慢，传统理论课程占比过高，前沿课程与实践模块缺失。《电子商务概论》《网络营销》等基础课程仍为核心，而“农产品直播运营”“农村物流管理”“电商数据分析（农产品方向）”等与江西农村电商紧密相关的课程要么未开设，要么内容浅显。教材案例多为电商行业通用案例，缺乏江西本土案例（如赣南脐橙直播带货、德兴体泉村电商集群等），导致学生对地方产业缺乏认知。此外，“岗课赛证”融合不足，未将电商运营“1+X”证书、农产品电商相关认证标准融入课程，课程与岗位能力要求脱节。

（三）实践教学薄弱：与岗位需求脱节

实践教学存在“重形式、轻实效”问题。校内实训基地建设滞后，多数院校仅配备电脑机房与模拟软件，缺乏直播实训室、农产品仓储冷链实训区等专业场地，无法模拟江西农村电商的真实运营场景。校企合作深度不足，合作多停留在“企业参观”“顶岗实习”层面，未与江西本土电商企业（如鄱阳湖农产品电商企业）共建实训基地或订单班。学生实践多为虚拟操作，缺乏真实项目经验，例如学生在模拟软件中学习的物流调度知识，与江西“客货邮协同”的物流模式差异显著，难以直接应用于岗位。

（四）师资结构单一：与产业实践脱节

师资队伍以“学院派”教师为主，超过60%的教师无电商企业工作经历，对江西农村电商的发展动态、岗位实际需求了解不足。行业兼职教师比例偏低，仅少数院校聘请企业专家开展讲座，未形成常态化的企业导师参与课程设计与实践指导机制。教师在教学中难以融入实战案例与本土产业经验，例如讲解直播电商时，无法结合北山村支书的直播技巧或蒋金春的粉丝运营策略，导致教学内容与产业实践“两张皮”。

三、职业学校人才培养改革路径：对接江西农村电商需求

针对江西农村电商发展需求与职业学校人才培养困境，需从“对接需求、育人体系、协同生态、培训师资”四个维度推进改革，构建“本土导向、产教融合”的人才培养体系。

（一）精准对接需求（产业需求侧）

职业学校需打破通用培养模式，结合江西农村电商特色细分培养方向，形成“一校一特色、一班一方向”的格局^[1]。一是直播电商方向，对接江西直播电商基地集群需求，培养农产品主播、选品运营、短视频策划人

才，重点掌握农产品直播话术设计、场景搭建、流量运营技能；二是农产品品牌电商方向，服务“赣鄱正品”品牌建设，培养品牌策划、包装设计、电商营销人才，熟悉农产品“三品一标”认证流程与品牌推广策略；三是农村物流供应链方向，适配江西三级物流网络发展，培养物流调度、冷链运营、供应链管理人才，掌握农村客货邮协同模式与冷链仓储技术；四是农村电商创业方向，助力县域电商产业集群，培养创业项目策划、产业链协同、电商团队管理人才，了解江西农村创业政策与产业特色。通过精准定位，使人才培养与江西农村电商岗位需求高度契合。

（二）优化育人体系（教育供给侧）

以江西农村电商岗位能力需求为导向，重构“模块化、本土化”课程体系。一是核心课程模块，开设《农产品直播运营实务》《赣鄱正品品牌运营》《农村物流与冷链管理》《电商数据分析（农产品方向）》等特色课程，替代部分过时的传统理论课程。二是“岗课赛证”融合，将电商运营“1+X”证书、农产品电商职业技能认证内容转化为课程模块，例如“1+X”证书中的“直播运营”模块与《农产品直播运营实务》课程对接；将全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛、江西农村电商创业大赛等赛项要求融入实践课程，以赛促学。三是本土案例库建设，收集整理赣南脐橙电商营销、德兴体泉村电商集群、上饶直播基地等江西农村电商典型案例，开发校本教材与实训手册，使课程内容扎根地方产业。

（三）构建协同生态（校-企-政-村联动）

以“真实场景、真实项目、真实收益”为核心，打造实践教学平台^[4]。一是校内实训基地建设，投入专项资金建设“江西农村电商综合实训中心”，包含农产品直播实训室、冷链物流实训区、电商数据分析中心、品牌设计工作室。引入淘宝、抖音电商、京东农场等真实平台，学生分组运营江西本土农产品店铺，实现“学习即运营、实训即创业”。二是校外产教融合，与江西本土电商企业（如赣南脐橙电商协会）、省级直播电商基地、县级物流共配中心共建合作基地，开设“订单班”（如“赣南脐橙直播班”）。企业派驻一线专家担任导师，共同制定人才培养方案，学生在校期间参与企业真实项目（如农产品选品、直播策划、物流调度），实习期间直接对接岗位工作，实现“毕业即就业”。三是社会实践赋能，组织学生参与江西“数商兴农庆丰收”“农村电商百日陪跑”等活动，深入应山村、体泉村等电商特色村开展实践服务，在真实产业场景中提升技能。

（四）培训师资队伍（打造“双师型”团队）

通过“引、培、聘”三维度，构建适配江西农村电商教学的师资队伍^[5]。一是引进产业专家，招聘江西头部农产品电商企业高管、省级直播电商基地运营总监、县级物流共配中心负责人担任专职教师，带来行业实战经验与本土产业资源。二是培育校内教师，实施“教师产业实践计划”，每年安排电商专业教师到江西农村电商企业挂职锻炼参与企业项目运营；支持教师参加江西农村电商人才培训、直播电商技能研修等活动。三是聘请兼职导师，建立“江西农村电商专家库”，邀请优秀电商从业者，以及农业农村厅、商务厅电商领域专家担任兼职教师，定期开展本土电商案例分享等教学活动，弥补校内教师产业经验不足的短板。

结论

江西农村电商的品牌化、直播化、物流一体化、产业集群化发展，对职业学校电商人才培养提出新要求。职业学校需以地方产业需求为锚点，突破传统培养模式的局限，通过“精准定位对接本土需求、课程重构实现岗课赛证融合、实践强化构建虚实实训体系、师资优化打造双师团队”的改革路径，培养兼具专业技能、本土认知、实战能力的复合型电商人才。这种改革不仅能破解“人才供需错配”的现实矛盾，为江西农村电商发展注入人才动能，更能推动职业教育与地方产业深度融合，实现“教育赋能产业、产业反哺教育”的良性循环。未来，需进一步加强政策引导与资源投入，持续深化产教融合机制，使职业学校成为江西农村电商高质量发展的“人才摇篮”，为乡村振兴战略实施提供坚实的人才支撑。

参考文献

- [1] 曾艳英, 陈元, 蔡善文, 等. 高职院校助推农村电商人才培养路径的构建[J]. 教育教学论坛, 2025, (21): 30-33.
- [2] 刘朝镁. 高职农村电商高质量人才培养评价研究[J]. 国际公关, 2025, (02): 167-169.
- [3] 刘婷. 乡村振兴视域下农村电商高职人才培养模式的创新研究[J]. 湖北科技学院学报, 2025, 45(01): 102-109.
- [4] 孙延玲. 乡村振兴战略下高职院校农村电商人才培养[J]. 中国航务周刊, 2023, (32): 70-72.
- [5] 汤艳慧. 高职院校农村电商直播人才培养模式研究[J]. 黑龙江粮食, 2022, (12): 104-106.