

乡村振兴背景下农村电商本土人才培养路径研究——以聊城市为例

李曦方¹, 李学锋¹, 李新泉¹, 王莹¹, 杨洁¹, 孙晓宇¹, 丁璇²

(1. 聊城职业技术学院, 山东聊城 252000; 2. 聊城市教育和体育局, 山东聊城 252000)

摘要 随着“互联网+”和数字经济的迅速发展, 近年来农村电商发展迅猛, 为全面实施乡村振兴提供了新动能、新载体。围绕“农村电商”开办职业教育, 为农村地区输送了大批优秀人才, 成为支撑地方农村电商发展的不竭动力与力量源泉。为了有效解决农村电商人才培育过程中遇到的突出矛盾与问题, 立足聊城市农村电商发展实际, 结合聊城职业技术学院电商职业教育实践经验, 探索具有地方特色的农村电商本土人才培养创新路径, 助力实现乡村振兴。

关键词 农村电商; 人才培养; 乡村振兴; 职业教育; 高素质农民

中图分类号 F 724.6 **文献标识码** A

文章编号 0517-6611(2023)08-0275-03

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2023.08.062



开放科学(资源服务)标识码(OSID):

Research on the Cultivation Path of Local Talents in Rural E-commerce under the Background of Rural Revitalization—A Case Study of Liaocheng City

LI Xi-fang, LI Xue-feng, LI Xin-quan et al (Liaocheng Vocational and Technical College, Liaocheng, Shandong 252000)

Abstract With the rapid development of “Internet+” and digital economy, rural e-commerce has developed rapidly in recent years, which provides a new driving force and carrier for the comprehensive implementation of rural revitalization. Surrounding “rural e-commerce”, vocational education was set up, which provided a large number of outstanding talents for rural areas, and becomes an inexhaustible source of power and strength to support the development of local rural e-commerce. In order to effectively solve the outstanding contradictions and problems encountered in the process of cultivating rural e-commerce talents, based on the actual development of rural e-commerce in Liaocheng City, combined with the practical experience of vocational education of e-commerce in Liaocheng Vocational and Technical College, this paper explored the innovative path of cultivating local talents of rural e-commerce with local characteristics, so as to help to realize the rural revitalization.

Key words Rural e-commerce; Talent cultivation; Rural revitalization; Vocational education; High-quality farmers

2022 年中央一号文件提出实施“数商兴农”工程, 推进电子商务进乡村, 促进农副产品直播带货规范健康发展^[1]。数字经济成为引领我国农村电商发展的新方向。《2020 中国农村电商人才现状与发展报告》预测, 到 2025 年我国农村电商人才需求缺口将高达 350 万人^[2]。农村电商人才短缺, 尤其是高素质人才的欠缺, 已经成为制约我国农村电商发展的重要因素, 与此同时“社交电商”“直播电商”“农产品众筹”“个性化定制生产”等新兴商业模式和新业态层出不穷, 加上物联网、大数据、区块链、人工智能等信息技术在农业生产经营中的应用越来越普及^[3]。发展优质高效现代农业对当下农副产品生产者和经营者的综合素质提出了更高的要求。如何培养高素质农村电商从业人员, 培育壮大更加贴合地方农业产业发展需求实际的“新农人”“高素质职业农民”队伍群体, 成为地方政府、企业、高校亟待解决的问题。

1 农村电商本土人才培养的内涵与价值

1.1 农村电商本土人才培养的概念 农村电商本土人才是指扎根本地农业发展, 具备新观念、新技术, 熟悉新业态, 以信息技术为手段, 以商品交换为中心, 直接或间接从事农业生产、经营或服务的农业从业人员。简言之, 是指既懂得农业生产技术又具备经营管理才能的人员。

1.2 农村电商本土人才培养的思路框架 农村电商本土人才培养应把握 2 条主线^[4]: 一是高校专业学历教育主线。针对大学生、转业军人、青年农民工群体, 依托校内优质教育资源, 实施“现代农业专业群”建设, 整合商科电子商务、市场营销、现代物流管理以及农科绿色食品生产技术、园艺技术等专业资源优势, 促进跨学科交叉融合, 探索企业主导型“校企合作、产教融合”育人新模式, 培育专业型、技术型、复合型农村电商人才, 使其成为支撑地方农业农村发展的坚强核心。二是社会培训教育主线。针对务农劳动者、务工返乡人员、覆盖农业全产业链的生产经营者, 发挥政府主导, 构建农民电子商务教育培训体系, 完善县域电商服务体系, 有针对性地开展电商基础、网络营销、店铺运营、财税信贷、物流运输、农产品生产检测等专题培训, 提升农民信息化技能, 培养成“新农人”“高素质农民”群体。

1.3 农村电商本土人才培养的价值

1.3.1 实施“乡村振兴”战略的现实需求。 2017 年, 党的十九大报告中提出实施“乡村振兴”战略。我国农村电子商务在 20 世纪 90 年代中期兴起后, 在改善农村地区营商环境、刺激农副产品销售、完善农村基础设施配套、助力乡村脱贫攻坚等方面发挥了积极的作用, 成为地方主体争取实现乡村产业兴旺、人民生活富裕目标的强有力抓手。电子商务在农村地区作用的发挥体现在 2 个方面: 一是“互联网+”对传统农业的改造使农副产品生产经营朝着标准化、品牌化、规模化发展; 二是资源要素的合理流动配置带动了农产品检测、加工、物流、旅游、餐饮等周边行业的发展, 促进农村地区一二三产业融合。

基金项目 2022 年度聊城市哲学社会科学规划课题 (NDYB2022088); 2022 年度聊城职业技术学院校级科研重点课题 (2022LZYR01); 2022 年山东省职业院校“三教”改革联盟教学改革研究项目。

作者简介 李曦方 (1986—), 男, 山东聊城人, 助教, 硕士, 从事互联网营销研究。

收稿日期 2022-06-01; **修回日期** 2022-09-22

1.3.2 立足聊城市现代农业产业发展实际。聊城市现代农业产业发展实力雄厚,农业基础地位稳固,肉蛋奶总产量保持全省前列,是全省粮食产量超过 50 亿 kg 的 5 个城市之一,全市农业初步形成了绿色蔬菜、精品粮油、特色水产、生态林果、健康畜禽五大特色优势产业体系;建立了以“聊·胜一筹!”为核心的农产品品牌体系;构建了以市、县、乡三级农业技术推广机构为依托,农业院校、科研机构、农民专业合作社和涉农企业等多元化主体广泛参与的技术推广体系。自 2021 年实施“农村电商突破行动”以来,聊城市网络零售额达到 156.1 亿元,增速位居全省第 1 位,农产品网络零售额实现 21.4 亿元,总量位居全省第 5 位^[5]。强劲的农业综合实力为全市开展农村电商本土人才培养工作提供了雄厚的产业基础和肥沃的实践土壤。

1.3.3 有助于职业教育服务地方经济发展的功能释放。聊城职业技术学院作为全市职业教育的先导力量,在电子商务和农业科技领域具有雄厚的科研实力和学科历史积淀,拥有一支“学科覆盖广、专业水平高、综合素质强”的电商专业师资队伍,承接全市农村电商人才培养工作具备天然的优势。学校积极对接《聊城农村电商突破行动实施方案(2021—2025 年)》中的任务要求,结合目前重点建设的“现代农业服务专业群”项目,聚焦电子商务职业技能的提升,从课程体系开发到人才培养方案的制定,从“企业一线实践教学”到“工学结合、校地结合、产教融合”等一系列人才培养措施的实施运用,致力于为全市农业农村发展培育高素质的电子商务类人才。

2 农村电商本土人才培养过程中存在的问题

学校通过调查研究和实地走访莘县中原现代农业、冠县芝缘堂、新希望六合、正邦集团、山东豪达农业等县域农业龙头企业,调研临清烟店、莘县河店等农业特色小镇,考察高新区德莲科技、香江科创中心等电商产业园区,深入了解当地对农村电商人才的需求现状,发现当地农村电商类人才培养过程中存在诸多问题。

2.1 农村地区电子商务学历教育缺失 目前高校开办的电商教育研究大多集中在商贸、社交、跨境等热门领域,针对农村地区的电商教育较少。在农村电商本土人才培养过程中,极容易犯脱离当地农业农村发展实际的错误,导致出现人才“水土不服”的现象,集中表现为引进的人才“留不住”、培育的人才“不对路”。究其原因,这是由于前期调研不足,缺乏对当地县域农村经济基本面的了解,丧失了对电商人才培养的针对性和有效性,导致农民没有真正学会电子商务,而懂电子商务的人又不想从事农业生产经营,普遍缺失以“乡土情怀”为核心的乡村情感教育。简言之,就是没有培养出“懂农业、爱农村、爱农民”的人才队伍^[6]。

2.2 课程内容设计不合理,与行业、企业对人才的要求严重脱节 农村电商人才培养过程中普遍存在“重技术训练,轻能力培养”的误区,片面地把电子商务理解成一种营销方式的扩展,将课程教学内容设计的重点放在销售技能的提升上,未能及时关注农村电商本身具备的特点。农村电子商务是一项系统工程,内容涵盖农副产品种养殖、安全检测、加工

包装、仓储物流到末端营销全过程,课程内容体系的设计应覆盖整个农业产业链。目前部分高校开设的电商专业未有效融合其他涉农专业的优质资源,使用的教材内容过于陈旧,理论性强但实用性较差,远远不能满足当下农村电商人才培养的现实需求。

2.3 未充分考虑受众群体差异 农村电商人才培育是一项长期且复杂的工程,培育对象之间也存在明显的素质差异^[7]。培育对象的学历层次和从业背景各不相同。就学历层次而言,务农人员的学历水平普遍较低。据中国互联网络信息中心 2022 年 2 月发布的第 49 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,我国农村网民规模已达 2.84 亿,其中初中学历以下的网民占比超过 60%。就从业背景而言,既可以是刚刚步入社会的大学毕业生,也可以是退役军人、返乡人员、农村致富青年,还可以是农村合作社成员、经纪人、销售大户、农村能人等务农工作者。如果采用“一刀切”的人才培育模式,获得的效果往往不尽人意甚至可能适得其反。

2.4 人才培育的方式方法不到位 受众群体的差异决定了农村电商人才的培养必须因材施教。新型职业农民群体参加社会继续教育培训普遍存在周期长、时间短、见效慢、覆盖面有限等问题;学校开展的农村电商教育也普遍缺少“理实一体化”的载体依托,呈现出校企合作协同性不强、教学方法过于陈旧刻板、教学形式缺乏创新、实习实训场景和配套设施严重不足等一系列问题。

2.5 自主创新创业意识和能力不足 开展电商人才教育,除了要提高培训对象的商业思维与经营意识外,还要激发其创新创业活力。2017 年国务院《关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》指出,“双创”在推动新旧动能转换、一二三产业融合中发挥着重要作用^[8]。鼓励返乡下乡人员开展创新创业,享受强农惠农富农的一系列政策支持。当下开展的农村电商教育把精力更多地放在聘请师资团队开展短期“技能”培训上,忽略了对农民群体“双创”意识的培养,更没有“双创”系列配套政策措施的跟进。

3 农村电商本土人才培养的路径研究

针对聊城市农村电商本土人才培养过程中存在的问题,从理论教学、实践教学、素质培养、育人机制、教学资源、师资队伍、评价标准等多个维度着手,探索具有地方特色的农村电商本土人才培养路径。

3.1 构建电商人才“分类型、分层次、分阶段、跨学科”的理论教学体系 基于聊城市农村电子商务开展情况,结合全市高职学生和新型职业农民群体的需求实际,构建科学、合理的学历人才培养和社会培训方案,构建“更专业、更全面、更加贴合实际需求”的课程体系,不断丰富和完善培训课程,构建电商人才“分类型、分层次、分阶段、跨学科”的理论教学体系。“分类型”体现在将农村电商人才来源划分为“高职学生”和“新型职业农民”2 种,采取不同的人才培养策略。“分阶段”体现在时间维度上,高职学生按照“基础—实操—实习”分学年接受专业知识学历教育;新型职业农民群体按照“基础—实战—运营—辅导”步骤接受社会培训服务。“分

层次”体现在认知水平差异上,结合不同群体的年龄、身份、学历水平,提供“初级、中级、高级”差异化的理论教学内容。“跨学科”体现在专业融合上,在现代农业专业群框架下,掌握农产品从种植、检测、加工到物流、销售、售后等农村电商全产业链的知识内容。

3.2 建立“分方向、分模块、递进式、产业协同”的实践教学体系 以市场需求和岗位需求为导向,区分出互联网营销、网店运营推广、营销数据分析、网络客服管理等不同岗位人才培养方向。分模块设置专业课程体系,将电子商务职业技能、创新创业、电商直播等各级各类大赛赛项所涉及的技能点、新技术融入课程实践教学体系,达到“以大赛促进教学、以大赛促进学生学习”的目的;以典型工作项目和社会服务项目为载体,构建“证书认证实训、技能大赛训练、企业社会实践锻炼”递进式的实践教学环节体系。探索建立校企双主体治理结构,强化“产教融合、校企协同”,突出企业职业教育办学主体地位,吸引企业加大人力、财力和物力投入,让企业参与人才培养课程体系的开发和设计,探索农村电商人才培养模式,推动专业文化与乡土文化融合。

3.3 创建突出培养“经营思维”和“双创意识”的职业劳动素养教育体系 构建“四融合、四统一”的职业劳动素养培育体系,发扬“鲁西老黄牛”的劳动精神,着眼于提升职业技术技能,发扬诚信、友善、勤劳、朴实等优良品质。面向高职学生和新型职业农民群体注入前沿的电商发展和经营理念,将创新创业类课程与专业课程体系有机融合,形成教、学、创融为一体的创新创业课程体系,学习 C2F、O2O、社交电商等新兴商业模式,运用互联网思维提升其市场观察力和洞察力,培养其敏锐的商机嗅觉。结合地方政府优惠政策,激发农村电商人才的创新与创业活力。此外,通过加强创新创业孵化基地建设,严格落实实习实训制度管理规定,从目标、方法、评价体系等多个维度完成对高职学生和新型职业农民群体的职业劳动素养教育体系的搭建与完善。

3.4 建设政、行、校、企多方联动的“资源共享、人才共育、责任共担、利益共享”协同育人机制 形成政府、行业、学校和企业多方合作参与的理事会议事决策机制、人才需求调研机制、产学研一体化科技合作研究机制。政府在农村电商人才培养上给予政策支持和资金扶持,营造良好的农村电商创新创业环境,增强电商人才深耕农业领域的信念和信心;行业协会(聊城市科技特派员协会)在深入挖掘科技“助农兴农”潜力的同时,激发科技特派员的创业活力,指导农村电商人才结合地方实际,发展当地农村电商特色产业,例如莘县香瓜、冠县灵芝、东阿阿胶等;学校应加强与地方政府、电商产业园区的合作深度,建立“资源共享、人才共育、责任共担、利益共享”协同育人机制^[9]。农村电商企业利用资源优势,提供现代化农业生产实践场地和设施,供学生和农民群体实习实训使用;选派具有丰富业务经验的企业员工担任农村电商专业指导教师,对农村电商的运营和管理进行实践指导。

3.5 创建“线上线下混合式、校企协同资源共享”的理实一体化电商教学资源库平台 充分利用网络化和信息化教学

手段,实施“线上+线下”混合式教学,依托学习通、慕课、智慧职教等网络开放课程资源,结合“科技特派员创新创业共同体项目”资源网站建设,整合组建理实一体化的农村电商人才教学资源库平台,实现“政、行、校、企”优质资源协同共享,方便农民群体利用碎片化时间自主进行在线视频学习、资源下载、交流研讨等。依据企业招聘岗位实际需求和农民具体生产经营实际,构建以职业能力提升为导向的农村电商人才学习评价体系;不断优化平台课程体系建设的同时,开发一系列电商实战项目,内容涉及店铺开设、产品发布、店铺推广、客户服务等方面,聘请农村电商领域专家学者定期对实战项目进行跟踪指导,提出优化建议,切实帮助农民群体解决遇到的难题。

3.6 组建一支“学科覆盖广、专业水平高、综合素质强”的“双师型、专兼结合、多元化”的农村电商人才培育师资队伍 依托高校、行业、企业师资力量,吸引农业和电商领域专家学者,将高校教师、科技特派员成员、企业技术能手、社会精英纳入农村电商人才培育师资队伍中,组建一支“学科覆盖广、专业水平高、综合素质强”的“双师型、专兼结合、多元化”的农村电商人才培育师资队伍。在师资储备过程中,把“双师型”教师培养落到实处,实施校内、校外教师“互聘共培、双岗双职”制度,实现校企人才资源优势互补、共同进步。通过顶岗、内训等形式,鼓励教师参与农业企业一线生产实践,努力提高专业技能。此外,还可以从农业、电商企业聘请名师、专家、技术人员入校作为兼职教师,增强人才培养的效果^[10]。

3.7 创立“多方协同、动态调整、持续长效”的农村电商人才培育质量评价机制和后续跟踪服务体系 围绕行业、企业、岗位用人标准,政、行、校、企多方共同制定农村电商人才培育质量的评价标准和评价机制,依据科技进步和营商环境的变化,进行动态调整;通过开展毕业生跟踪调查,提供农民群体培训跟踪服务,形成“意见反馈—动态调整—及时更新—修订完善”的农村电商人才培育质量改进的闭环体系。推进高职教育与继续教育、终身教育与学习型社会的有效衔接,提升学校在人力资源开发方面的竞争力。

4 结语

农村电商本土人才培养是一项系统且长期的工程,需要政府、企业、高校等社会主体广泛参与,营造良好的创业环境和氛围,摒弃人才培养“一根筋”“一头热”的现象。唤醒人们从事农村电商行业的热情,激发农业农村发展的原生动力。在农村电商本土人才培养过程中,职业院校要在政府引导下,联合企业主体勇于创新、大胆实践,有效利用企业资源,充分发挥职业教育优势,为农村地区提供高素质的电商人才,助力全面推进乡村振兴。

参考文献

- [1] 新华社,中共中央 国务院关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见[EB/OL].(2022-02-22)[2022-03-20].http://www.gov.cn/zhengce/2022-02/22/content_5675035.htm.
- [2] 李芬娟,易海峰.乡村振兴战略视域下县域农村电商人才培养路径研究[J].商场现代化,2021(23):45-47.

样,志愿服务乡村作为大学生志愿服务活动的一小部分,学生对其关注度并不高,学生对其不了解^[6]。另一方面,现有的政策以及活动可能并不能激发学生主动参与的意愿。假设 H2 成立,说明高职院校大学生参与志愿服务乡村持有积极的行为态度,并期望通过志愿服务行为实现价值的提升。

主观规范对高职院校大学生志愿服务乡村意愿有部分显著预测作用。假设 H3 未通过检验,可能的原因是,志愿服务行为大多是以个人的意愿为主导,属于自发行为,缺乏特定规范和法则^[6]。该研究调查样本为“00 后”的新时代年轻人,个性特征鲜明,追求个性化意识强烈,不愿意承认自己的行为受他人支配。假设 H4 不成立,研究结果显示社会支持对志愿服务乡村意愿的影响方向为负向。可能的原因是,一方面,目前社会提供的支持程度与相应志愿服务乡村给大学生所带来的实际体验不符,给学生带来了一定的失落感。另一方面,社会提供的支持越多,社会期望志愿服务活动呈现的效果也就越高,部分学生可能会存在难以胜任等挫败感,打击了学生的自信心。假设 H5 通过验证,说明学生的身份认同、社会使命感以及社会责任感对其行为意愿有较大影响^[7]。

知觉行为控制对高职院校大学生志愿服务乡村意愿具有显著预测作用。假设 H6 和 H7 均通过验证。假设 H6 的作用方向为负向,即大学生参与志愿服务乡村活动遇到的困难程度对参与志愿服务乡村意愿具有显著的负向作用,说明志愿服务乡村活动组织管理越完善、成员能力更强、个人权益受到保障、活动内容越具有意义,越能促进参与志愿服务乡村意愿的产生。假设 H7 成立,说明学生所拥有的精力、经验以及能力会显著影响其参与志愿服务乡村的意愿。

3 结论与建议

3.1 结论 该研究依据计划行为理论框架,运用结构方程模型,探析行为态度、主观规范、知觉行为控制对高职院校大学生参与志愿服务乡村意愿作用机理,结果发现价值提升、个人规范和自我效能对高职院校大学生参与志愿服务乡村意愿存在正向影响;社会支持、困难程度为负向影响;知晓程度和社会压力没有显著影响。

3.2 建议

3.2.1 注重价值引领,促进志愿服务乡村与专业教育的有机融合。学生参与志愿服务乡村意愿的产生,可能是出于对志愿服务或振兴乡村事业的兴趣,以及对承担社会责任和实现

自我价值的追求。高校作为育人育才的“主阵地”,一方面,在第一课堂中,教师可以将专业课程内容与乡村振兴战略有机结合,在课堂上潜移默化地加深学生对乡村振兴的了解^[8],有针对性的提升学生助力乡村振兴的技能提升。另一方面,在第二三课堂中,将乡村振兴元素融入专业实践活动中,传播志愿服务乡村的积极社会价值,在实现“利他”的同时实现“利己”,增强其参与志愿服务乡村的意愿。

3.2.2 创新服务内容,推动志愿服务乡村事业可持续性发展。志愿服务乡村以乡村需求为服务内容,高校可以充分考虑学生的兴趣爱好特征,结合学生能力水平和发展需要,有重点地“量身打造”服务活动^[9]。高校可以组建专业志愿服务乡村团队,聘请专业老师参与指导,与乡村实现“点对点”常态化志愿服务,进而学生可以长期参与到乡村建设中,使学生切实体会到志愿服务乡村的价值与美好,增强志愿服务信心,从内心产生更强烈的志愿服务乡村意愿^[10]。

3.2.3 强化组织管理,深化志愿服务乡村长效运行发展机制。高职院校作为志愿服务乡村活动的组织方,要健全和完善规范化管理体制,明确志愿者的权利与义务,保障志愿者的合法权益。同时,高校要关注志愿服务乡村参与主体的收获,建立合理的评价机制,注重志愿服务乡村的实际效果,提高服务质量,进一步推进大学生志愿服务乡村事业规范化、常态化、长效化。

参考文献

- [1] 新华社,中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于加快推进乡村人才振兴的意见》[EB/OL].(2021-02-23)[2021-11-27].http://www.gov.cn/zhengce/2021-02/23/content_5588496.htm.
- [2] 邱宏亮,道德规范与旅游者文明旅游行为意愿:基于 TPB 的扩展模型[J].浙江社会科学,2016(3):96-103,159.
- [3] 段文婷,江光荣.计划行为理论述评[J].心理科学进展,2008,16(2):315-330.
- [4] 刘跃宁,孙一君.高校学生电商扶贫志愿服务行为意愿研究[J].山东青年政治学院学报,2020,36(6):32-38.
- [5] 刘健,张宁.基于计划行为理论的高速铁路乘坐意向研究[J].管理学报,2014,11(9):1403-1410.
- [6] 谭建光.中国特色的志愿服务与青年发展:实施《中长期青年发展规划(2016—2025 年)》的多维度研究[J].中国青年社会科学,2021,40(1):9-18.
- [7] 周媛,梅强.基于 TPB 理论的旅游志愿服务意愿影响因素研究[J].旅游科学,2018,32(3):63-79,95.
- [8] 周波,邹煜恒.乡村振兴背景下大学生志愿服务乡村缘由和影响因素分析[J].安徽农业大学学报(社会科学版),2021,30(1):14-23.
- [9] 卞飞,刘志文.大学生志愿服务行为影响因素及其相关性研究[J].教育学术月刊,2021(1):91-97.
- [10] JHONY CHOON YEONG NG,赵斯琪,谭清美.大学生志愿者志愿行为可持续性研究[J].当代青年研究,2019(6):33-39.

(上接第 277 页)

- [3] 李曦方,朱妍.我国农产品营销研究热点和趋势:基于 CiteSpace 的可视化分析[J].现代商业,2022(13):15-17.
- [4] 丁鹏力,谭少杰,王昌梅,等.互联网时代云南蒙自农业电商人才发展问题与对策[J].安徽农业科学,2020,48(7):260-262,266.
- [5] 2021 年聊城市农业农村经济发展情况[EB/OL].(2022-01-26)[2022-03-20].http://nyncj.liaocheng.gov.cn/xwzx_12480/lcnysk/202204/t20220426_3908557.html.
- [6] 瞿宏杰.乡村振兴背景下涉农专业发展策略研究:以襄阳职业技术学院

为例[J].襄阳职业技术学院学报,2019,18(3):41-44,48.

- [7] 郑舒文,吴海端,柳枝.农村电商运营实战[M].北京:人民邮电出版社,2017:194-195.
- [8] 李曦方,王亚明.基于社交电商的农产品上行策略研究[J].商业经济,2021(12):60-63,84.
- [9] 王万川,钱俊,潘毅.乡村振兴背景下高职院校提升农村电商人才有效供给研究[J].淮北职业技术学院学报,2018,17(5):17-20.
- [10] 曹翔,杜荣良.高职农村电商人才的培养模式探究[J].中国商论,2015(25):190-192.