

# 2025年农村电商人才缺口或达350万

相关《报告》指出,以拼多多为代表的电商在推动农产品上行、孕育兴农电商人才方面激发出一场变革

“以拼多多为代表的新电商,在推动农产品上行、孕育兴农电商人才方面激发出一场真正的变革,拼多多正在成为中国最大的人才兴农平台和农产品电商的黄埔军校。”6月10日,中国农业大学智慧电商研究院发布《2020中国农村电商人才现状与发展报告》,详细分析政府、企业在推动中国农村电商人才发展中的重要作用,并对未来农产品上行电商人才需求作出预估:2025年缺口为350万人。

《报告》认为,在“大国小农”背景下,中国农产品上行模式不断优化迭代,通过消费端“集零为整”倒逼生产端“聚小成大”,以“多对多”“整对整”的方式,对产销两端进行智能匹配,拼多多创造了非常适合中国三农国情的“云端农业”新模式,推动了电商人才大规模增长。

“中国农产品的‘互联网+’刚刚进入高速发展的第二阶段,面临巨大的人才缺口,未来需要政府搭好政策舞台,高校电商人才培养体系和拼多多、淘宝等电商平台全力投入,将推动农村电商迎来一个新的时代。”中国农大智慧电商研究院院长、课题组负责人郭沛说。 文/李宇

## 拼多多正迅速成为最大人才兴农平台

2019年农产品活跃商家超过58万,带动返乡新农人超过86000人,直连超过1200万农业生产者,《报告》数据显示,基于简便的操作界面和流程,拼多多不到五年时间以裂变等方式获得6.28亿年度活跃消费者的同时,吸引了510万活跃商户。其中,农产品商家占比超过11.3%,分布全国主要农产区的80、90后大学生、进城务工返乡新农人,伴随着拼多多的指数级发展获得飞速成长。早在2015年9月,拼多多即提出“平台+新农人”的体系,通过新市场机制下合理的利益分配,引导受过高等教育、了解互联网的新型职业人才返乡创业。

在实战养成大批量新电商人才的同时,以多多大学等为载体,拼多多通过与政府部门和高校师资力量合作,系统地推进农村电商人才培养计划。平台上70%以上的活跃商家,都通过多多大学接受过系统培训。

2019年11.11当天,中国工程院院士朱有勇主讲的澜沧科技扶贫班在澜沧拉祜族自治县竹塘乡云山村正式开班,拼多多负责电商实战

培训,来自全县20个乡镇、年龄从20至50岁不等的60名首批学员,从零学习电商知识,在拼多多开设属于自己的网络店铺。

2019年5月,拼多多与中国农业大学达成战略合作,随即,双方团队在云南文山开设第一堂公开课,110名当地农村学员参与该课程。2019年,多多大学的线下课程覆盖12个省份的农村学员,在此基础上形成的线上专业课程,累计触达49万农业经营者。

“随着‘云端农业’新模式的成熟和扩展,拼多多正迅速成为最大的人才兴农电商平台。”《报告》结论称。

《报告》还分析了另外两大电商平台的农村电商人才培养特点。京东主要从落实“生鲜电商战略”开展农产品上行的运营管理、电商运作知识等培养,“通过授权专业培训结构、校企合作开展相关培训”;阿里巴巴则通过“从政策解读、趋势分析、实践探索等多方面对县域领导者进行培养”“以实践操作培训方式对农村淘宝创业者进行培养”“借助淘宝大学与分享嘉宾开展相关培训”。

## 政府、高校、企业联手培养“双零人才”



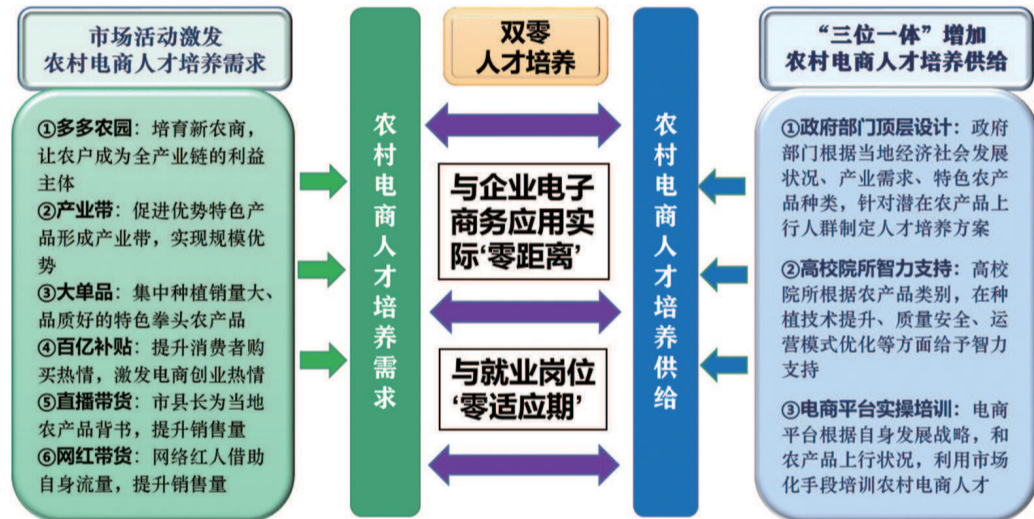
▲电商助农大有可为 张华/摄

《报告》把农村电商人才发展模式分为两大类:一是政府主导型,二是电商推动型。在政府主导下,通过学历教育和专题培养,形成了农村电商人才培养的基础盘。多多大学、淘宝大学等电商推动模式成为重要的市场化力量,对农村电商人才培养,发挥着强大的实践引领效应。

“面对350万的电商人才缺口,光靠政府、高校或任何一家电商平台,都无法及时解决问题。”课题组认为,农村电商人才的培养是系统工程,需要政府顶层设计,高校提供智力支持,电商进行实战培训,“创

造出一种联动模式,才能建立高效适用的人才培养体系,培养出与企业电子商务应用实际‘零距离’,与就业岗位‘零适应期’,既有发展后劲又能快速进入具体电子商务岗位的‘双零人才’。”

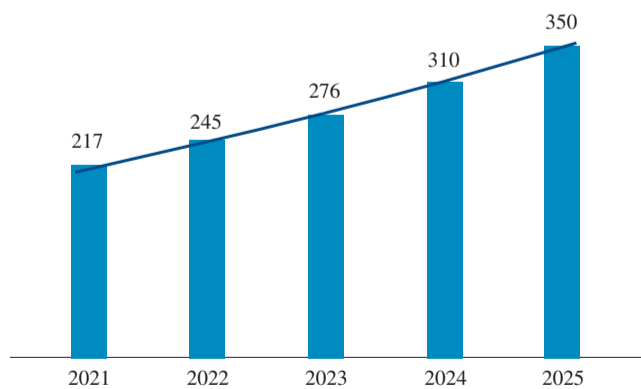
此外,《报告》还分析了新冠疫情后风行全国的“市长直播”带来的人才效应。2月份以来,已有超过200位市长进入拼多多助农直播间,这在全国掀起了一股直播带货的风潮,吸引了大批90后、00后试水“直播卖货”,养成了一批新电商人才。



▲拼多多实施农产品上行人才培养的传导机制 图表来源:《2020中国农村电商人才发展报告》

## 我国农村电商人才缺口预测(万人)

趋势线:  $y=192.83e^{0.1191x}$ ;  $R^2=0.9999$



未来5年,中国农村电商人才缺口将达350万人 图表来源:《2020中国农村电商人才发展报告》

《报告》结合“十三五”期间我国农产品电商商家数量、农产品电商销售复合增长率等情况,估算出未来五年农产品电商人才缺口将逐年上升至350万,并对云南县域电商人才案例进行了深入解剖,总结出电商人才缺乏的几个特点。

《报告》分析,除了企业家式的电商人才,农村县域电商人才主要分为运营推广、美工设计、客服和物流仓储四类,占比分别为12.4%、16.8%、23.3%和31.7%。运营推广及美工设计等对技术要求较高的职位,人员较为缺乏。其中,87.6%的创业团队存在一人身兼多职,即从产品到运营到营销,能力强就负责多个工种的情况。

《报告》同时发现,目前农产品上行电商人群,仍以中等文化水平为主,其中小学文化占比为1%,初中文化占比为50%,高中文化占比为32.5%,大学文化比例仅为16.5%。调研发现,大部分高校毕业的电商专业人才,第一选择并非投身于基层农村电商的发展。

《报告》分析称,电商平台前些年主要在推动工业品下行,一些平

台通过设立中间服务机构教农村网民“触网”,主要是在PC时代拓展消费市场的一套解决方案,农产品上行一直还在寻找更有效的新模式。

近年来,移动互联网的快速发展,使得一大批50、60后以及90、00后直接跳过了PC时代,进入到移动互联网的环境中,因为微信支付和物流的便利化,农村网民从娱

乐休闲走向消费购买,随着拼多多等新电商平台的兴起,“农产品上行”进入爆发式增长的阶段。“新电商的兴起速度太快,人才需求增速太快,但供给端的培训体系和学员意识都还没有及时转变过来,扩大了我国农产品上行电商人才的缺口,使人才问题日渐成为制约中国农村电商发展的重要瓶颈。”郭沛称。

“为多元化培养农村电商人才,拼多多甚至通过邀请院士和大学校长等学术精英走进直播间,带动整个高校的学生尝试直播,在新青年心中,埋下一颗电商助农的种子。”拼多多新农业农村研究院常务副院长韩东原说,“拼多多未来5年将投入500亿支持农业农村新基建,聚焦于企业家式电商人才的养成,推动‘百县万商’,为中国农业带来真正的改变。”