

中远海运·友成基金会“乡恋计划” 云南永德县电商带头人培训评估报告



第一部分 评估概述

一、项目简介

2020 年 1 月 2 日，中央一号文件发布，脱贫攻坚与三农工作又一次成为工作重点，并在文件中多处强调了人才培养的重要性。在脱贫返贫工作中重点提出扶贫扶智；在改善乡村文化公共服务中提出注重乡村文化人才培养。2020 年 6 月 13 日，农业农村部、国家发展改革委等 9 部委联合印发《关于深入实施农村创新创业带头人培育行动的意见》。意见指出到 2025 年，培育 100 万以上扎根乡村、服务农业、带动农民的农村创新创业带头人，发挥“头雁效应”，以创新带动创业，以创业带动就业，以就业促进增收，为全面建成小康社会、推进乡村全面振兴提供有力支撑。

2021 年 7 月至 2022 年 3 月，中远海运·友成基金会“乡恋计划”电商带头人培养项目于临沧市永德县开展，通过“线上线下创业赋能培训+创业孵化指导+创业运营资源对接”的模式，为永德县中小微企业、合作社、乡村致富带头人等 50 人提供赋能培训，旨在为永德县培养一批乡村振兴人才，使其更好地发展本地特色产业，带动当地群众参与电商产业链，增加收入，切实发挥电商带头示范作用。

二、评估界定

（一）评估目的与问题

本次项目评估由友成基金会电商项目组采取自评的形式，评估重点为核验项目对受益人及其家庭、社区、当地政府和项目执行方的真实、客观影响，梳理项目执行经验及教训，提出项目改进建议，探寻项目优化模式。

评估的主要维度有：

- 项目的成效如何？对受益人产生了哪些效果和影响？是否满足了受益人的需求？
- 项目的影响如何？即项目对包括机构本身在内的各个利益相关方产生了哪些影响？
- 项目的管理模式如何？
- 项目的运作经验及建议。

（二）评估范围与内容

评估范围包括地域范围、时间范围与对象范围。本次评估的时间范围为 2021 年 11 月，共计 3 天的线下入户走访评估。项目实施地域为云南省临沧市永德县，评估对象为接受中远海运·友成基金会“乡恋计划”云南省永德县电商带头人培训项目的学员，此外还包括项目执行方四川文益乐教育科技有限公司、云南省永德县电商局负责人以及志愿者等利益相关方代表。

评估内容	所需信息	数据资料收集方法	调研对象
项目执行过程及成果数据 1. 项目目标、指标达成情况； 2. 项目规定动作完成情况； 3. 项目各利益相关方合作机制（友成基金会、执行方、政府、志愿者）	1. 项目建议书及执行方案； 2. 项目执行过程性资料 3. 项目结项报告； 4. 项目指标完成证明材料（创业证明材料、孵化账号数据、月增收数据、传播资料、产品供应链对接情况等）； 5. 项目受益人及利益相关方反馈资料	1. 项目执行方提供； 2. 问卷调查； 3. 半结构化访谈； 4. 焦点小组	1. 受益人； 2. 项目执行方； 3. 政府人员； 4. 志愿者； 5. 友成项目负责人
项目成效及影响 1. 项目对受益人的直接影响； 2. 项目对受益人家庭的影响； 3. 项目对当地政府的影响； 4. 项目对项目执行方个人及团队的影响；	1. 受益人的反馈资料； 2. 受益人家人的反馈资料； 3. 政府人员的反馈资料； 4. 项目执行方个人及团队的反馈资料	1. 问卷调查； 2. 半结构化访谈； 3. 焦点小组； 4. 实地走访	1. 受益人； 2. 受益人家人； 3. 政府人员； 4. 项目执行方
项目改进建议 项目在方案设计、执行及管理过程中的改进建议	项目利益相关方的反馈意见（受益人、执行方、政府、志愿者）	1. 半结构化访谈 2. 焦点小组	1. 受益人； 2. 项目执行方； 3. 政府人员； 4. 志愿者

评估内容涉及到项目执行方案设计、项目执行、产出、成效、影响及建议。

具体评估的内容如下：

三、评估方法

本次项目评估主要采用以下评估方法：

问卷调查。通过问卷调查，可通过对受益人的前后测，了解其参与培训及后续孵化活动的情况、自身发生的变化及对项目的反馈等信息。

鉴于该项目受益人数较少，且地域相对集中，由项目具体执行方（四川文益乐教育科技有限公司）协助发放和收集调查问卷，已完成培训前后 2 次问卷调查。参与此次问卷调查的服务对象为此次项目培训的参与学员，共计有 52 名学员填写培训前调查问卷，52 名学员完成培训后调查问卷。

深度访谈。根据项目执行计划及在评估过程中了解到的情况，选择部分项目受益人、执行机构、当地政府、志愿者等利益相关方进行深入访谈。

中远海运-友成基金会“乡恋计划”电商带头人培训项目于 2021 年 7 月至 2022 年 3 月在云南省永德县开展，包括两次线下集中培训及多次线上社群孵化活动。评估方根据学员的结业情况、创业情况等采取立意抽样的方式，选取 5 名学员。并选择 2 名项目执行人员，1 名当地政府人员，2 名志愿者进行深度访谈。

表 2 访谈对象基本情况

访谈对象	角色身份	性别	备注
W（王）	项目工作人员	女	项目负责人
H（黄）	项目工作人员	女	项目班主任
L（鲁）	受益人	女	
X（熊）	受益人	男	
L（李）	受益人	男	
Y（杨）	受益人	男	
D（董）	受益人	女	
Z（曾）	实施地政府	女	县电商局
L（李）	志愿者	男	
Y（姚）	志愿者	男	

焦点小组。由经过训练的主持人以一种半结构访谈的形式与一个小组的被调

查者交谈。主持人负责组织讨论。焦点小组法的主要目的，是通过倾听一组从调研者所要研究的目标人群中选择来的被调查者，从而获取一些有关问题的深入了解。

针对本项目接受培训的一般学员、成功实现创就业学员、成功带动其他人就业或创业的学员等开展焦点小组访谈，共计 6 人。

第二部分 评估结果

一、项目设计

（一）项目目标设定合理，符合当地实际情况。

根据前期调研结果发现，云南省永德县是农业大县，目前永德县的农业仍居主导地位，二、三产业发展滞后、缓慢，呈现为粗放型经济增长方式。当地主要特色产品为茶叶、芒果、澳洲坚果等，虽然产品种类较丰富，但以初级农产品为主，产量有限，且没有形成品牌优势，而且农户的线上营销能力不足，线下销售受当地大企业的竞争压力较大。此外，该地区缺乏专业的电商人才，符合平台要求的电商产品少。

项目方在充分考虑当地产业发展及人才需求的前提下，将项目目标设定为通过电商创业技能、创业孵化指导以及创业资源对接的培训内容，发掘培养本地电商人才，拓宽产品线上销售渠道，提高每月收入，并为创业学员对接市场资源，影响和带动更多的当地人才参与乡村振兴，在本地建立一套成熟的乡村振兴人才创业生态体系，助力乡村经济发展。项目目标与当地发展情况契合，设定合理。

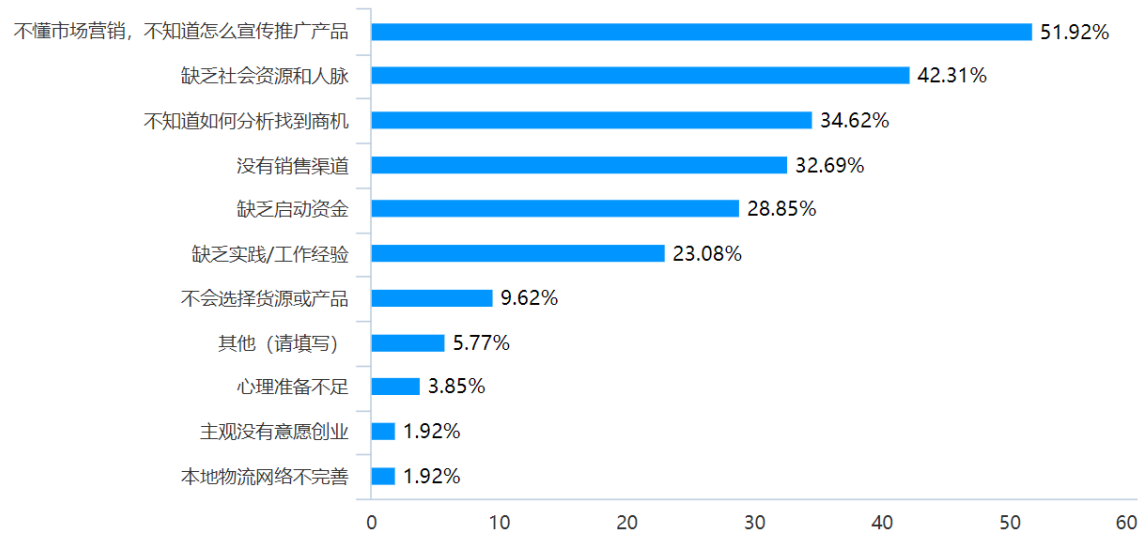
我们这里大部分都是初级加工农产品，没有太多的市场资源，都是自己在线下去对接，也就是卖一个成本价，销量也很有限。

——县电商局负责人 Z

（二）符合受益人需求，项目定位准确

根据前期调研发现，该地区人口居住分散，产业基础薄弱，市场资源较少，在参与填写培训前调研问卷的 52 名学员中，学员在创就业过程中可能会遇到的困难中，选择“不懂市场营销，不知道怎么宣传推广产品”占据 51.92%；其中 42.31%的学员“缺乏社会资源和人脉”，此外，“不知道如何分析找到商机”，“没有销售渠道”等也是当地学员普遍面临的困难。

图 1 在就创业方面面临的困难



根据调研结果可知，该地区学员在市场营销领域的知识较欠缺。虽然大部分学员有自己的产品，但是缺少产品推广知识和产品打造技能，并且缺少线上销售渠道，大多以原材料代加工为主，以致没能发展出成熟的地区品牌。该项目基于学员的实际需求，不仅开设市场营销、产品打造等专业实操课程，而且在项目孵化期内，还设有重点学员孵化方案，孵化万人粉丝视频号，链接销售资源，对接销售渠道，帮助学员克服创业困境，项目内容符合当地学员的实际需求。

一定要对培训目标、培训的群体，要有充分的了解，到底他们的基础怎么样，他们想学什么，这是第一个他们学员的诉求。

——志愿者 L

二、项目执行

（一）学员选拔精准，招募方式合理

根据培训标准，本次项目学员以当地或返乡就创业人员为主。项目招募学员的定位是 22-45 岁、初中及以上学历，特征为具有基本电脑、智能手机操作技能，渴望学习电商技能并期望从事电商行业，优先考虑城乡创业人员、返乡大学生、致富带头人、有一定产业基础或正从事电商相关工作者。项目在实施过程中，友成基金会联合当地政府及项目执行方负责招生工作，其中政府通过发文、乡镇及学员推荐的形式开展此次招生，且项目执行方根据报名表对 100%的报名学员进行三轮电话沟通筛选。其筛选标准为是否符合项目要求，包括年龄、学历、技能及参与意愿度等维度，在一定程度上保证了学员的质量和参与度。

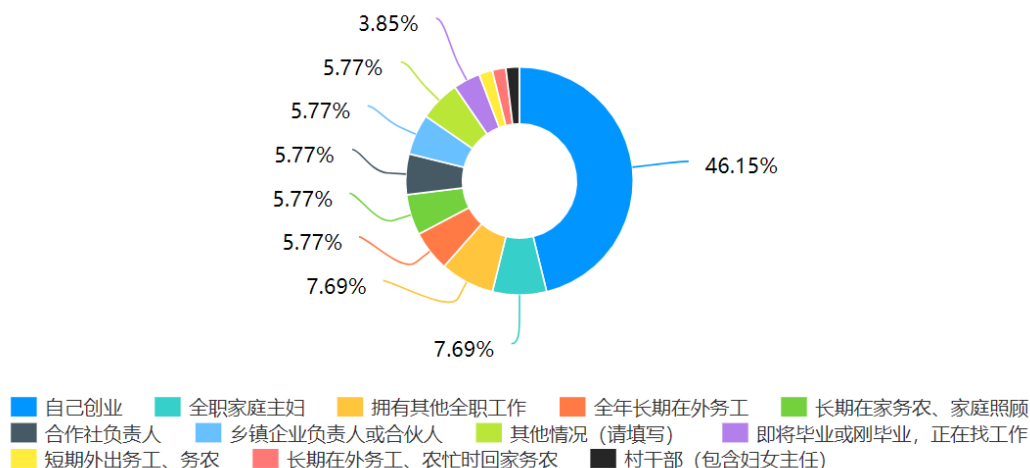


图2 学员职业状态

根据问卷调研结果可以看出，46.15%的学员当前在进行自主创业，符合学员职业状态标准。其次，在年龄及学历方面，52名参加培训前问卷调研的学员中，年龄方面，最小年龄为19岁，最高年龄为54岁，22-45岁有46人（占比88%）；教育水平方面，初中人数最多为20人（38.5%），其次是本科学历10人（19.2%）及大专学历10人（19.2%），中专/高中人数为10人（19.2%），小学学历只有2人（3.8%），绝大部分学员符合录取条件。

我是在县里面“掌上永德”的公众号上看到的，当时就很感兴趣，就报名了。之后就有老师给我打电话，介绍了这次培训项目，并且还询问了我的年龄、职业、电商经验等基础情况。

——学员L

（二）培训模式合理，课程内容丰富

“乡恋计划”培训课程以“学+练”的形式为主，根据学员的实际需求和能力设定合理的培训模式，包括“线上线下创业赋能培训+创业孵化指导+创业运营资源对接”。

在实施过程中，项目组基于前期对永德县经济发展状况、产品情况、电商发展情况的调研以及与学员进行线上一对一访谈，最终确定了符合学员实际需求的课程，包括团建破冰、目标管理、市场营销、产品打造、电商直播、社群管理、财务管理等培训课程。通过团建破冰对学员进行分组，加快学员的相互认识，创建模拟公司，确定成员职务，制定公司目标及产品等；通过目标管理课程，学习SMART目标管理工具，明确创业及个人发展目标；通过市场营销课程，帮助学员

应用 FAB 工具，分析自己产品的特点及优势，应用 4P 工具制定产品营销方案；通过产品打造课程，提炼产品卖点，做好产品品控、优化产品包装；通过电商直播及短视频拍摄课程，帮助学员深入了解电商直播，掌握电商实操技能，实现产品销售；通过社群管理课程，帮助学员掌握直播引流、获客技巧，积累私域流量；通过财务管理课程，掌握成本、利润的计算方法，养成财务管理习惯。此外，课程以知识讲授与实操演练相结合，课上设有专项配套练习，每日课后还设有《商业计划书》的练习和直播作业，帮助学员梳理各自的创业计划，明确创业目标，提升直播实操技能。

线下培训包括初阶班和高阶班两个阶段，根据学员在培训后对培训课程的评分可知，在课程体系板块设置合理，课程教材编排好，课程内容对自己的未来发展有一定的帮助方面，88%以上的学员均反馈满意度较高（学员评分 4-5 分），可参考下图数据信息。

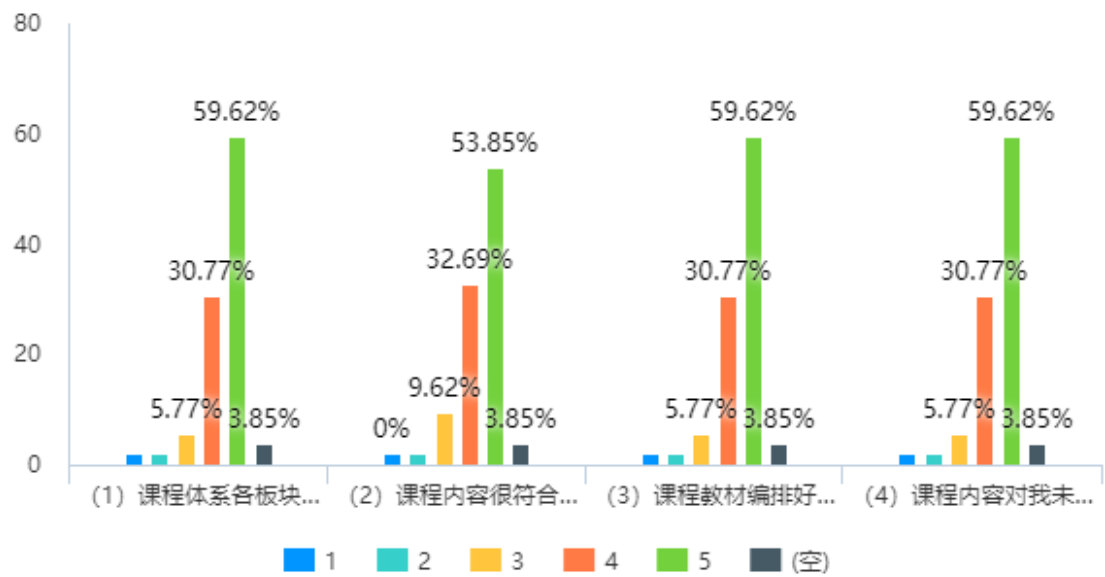


图 3 线下培训课程整体评价

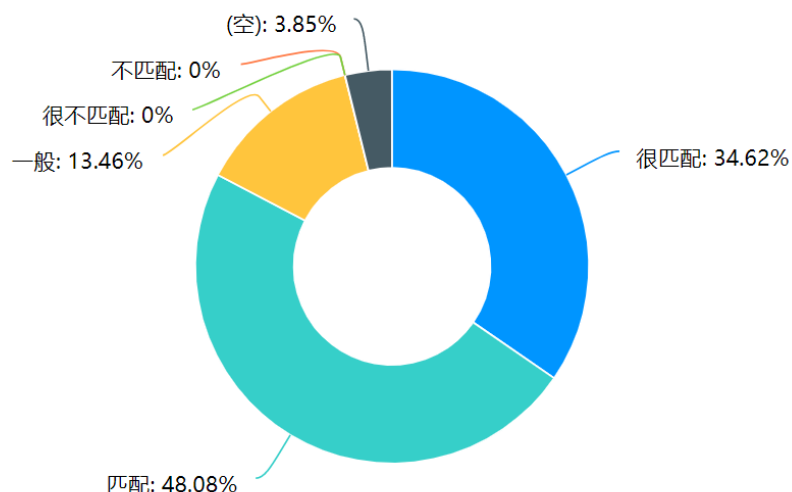


图 4 线上课程内容和培训主题的匹配度

学员在完成线下培训后，还需要注册并登录友成 MOOC 线上学习平台观看并完成 10 小时必修+15 小时选修课程。项目根据每月主题设定对应的线上学习内容，如在“产品营销强化训练”专题月中，设定《如何让农产品更值钱》、《酒狐手工米酒的电商之路》等系列课程，并布置对应作业，帮助学员实现在学中练。

根据学员的培训后问卷得知，共有约 82.7%的学员认为线上课程内容的设置是符合此次培训主题的，与学员的培训需求相契合。

这次培训和我从前参加的其他培训都不相同，不仅老师对我们很好，一直陪着我们，还有这次培训的课程内容非常丰富，而且是我们需要的。

——学员 X

这个线上看课平台太好了，每节课时间不长，而且都是很多业内人士讲的干货，而且每次写作业都会思考很多，对我有很大的帮助。

——学员 Y

（三）管理机制完善，学员参与度高

“乡恋计划”项目不仅设置了 10 天的线下培训课程（初阶班 7 天+高阶班 3 天），而且还制定了系统的培训管理规定及社群孵化计划。

1. 积分管理机制，增强学习动力。在线下培训期间，为增强学习动力，保证学员的学习效果，项目执行方对学员小组及个人制定了完备的积分管理规定，包括培训期间课堂参与积分、纪律积分及作业积分。项目执行方在开班当天建立学习小组，并根据小组课堂表现、作业完成度以及直播演练成绩进行评比。此外，还设定了个人积分制，根据学员个人的课堂参与度、作业完成度以及考试分数等

对其进行汇总评比，评选出优秀学员。

2. 活动奖励机制，提高活动参与。项目执行方根据培训期间积分情况及后期活动参与情况，设定了丰富的激励机制。不仅包括实物激励，还设置了重点学员孵化支持、产品资源对接、外出研学等非实物激励方式。

通过线下培训以及线上社群孵化活动参与情况，项目执行方为优秀学员提供对应的礼品奖励，包括直播设备、短视频拍摄设备等。通过重点学员孵化，打造了1个本地电商短视频万人号，目前粉丝量8330人，共发布短视频26条，累计点赞量超10000次；通过产品包装、供应链指导，对接了线上销售渠道，开通微店上架学员产品坚果、茶叶等，销售额达到7000元；另外，项目执行方就学员产业情况及发展需求，共组织5名优秀学员参与重庆市外出研学活动，参访了重庆市涪陵榨菜集团、东升村等多地，进行交流学习。

3. 社群管理机制，促进学员互动。项目执行方在开班前将正式录取的学员加入到班级社群中，并且设定系统性的线上社群管理规则，包括准入规则、社群纪律等。项目执行方明确分工，在线下培训期间，班主任在社群中每日发布上课通知，作业提交通知等；在线上社群孵化阶段，班主任会在班级群内定期发布社群活动内容，提升学员的参与度，增进学员之间的互动交流。

（四）社群活动丰富，学习效果显著

项目在培训期间设置了丰富的社群孵化活动。2021年7月-2022年3月，项目一共开展5次线上技能竞赛类社群活动（短视频挑战赛、直播挑战赛），1次线上集中学习营（产品营销主题），3次线上一对一辅导（产品打造）及主播孵化在线辅导5次。

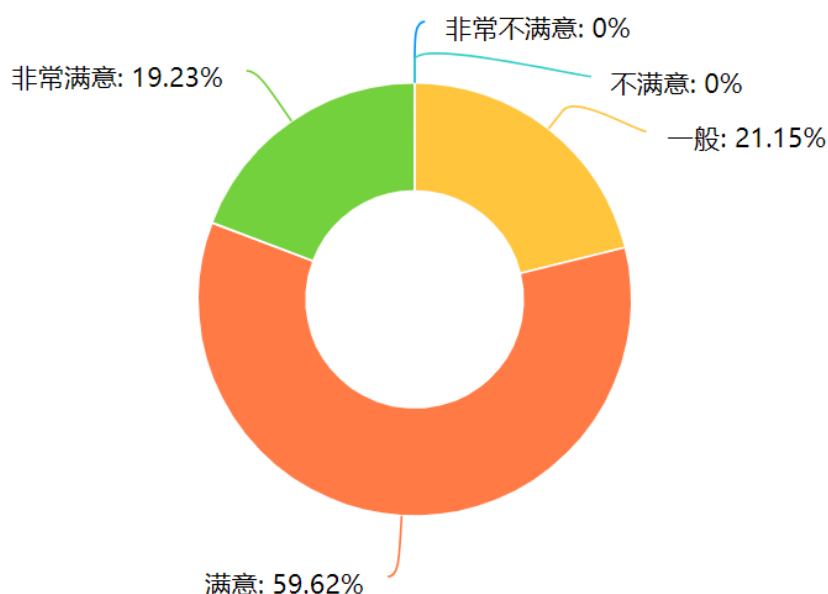


图 5 线上社群活动满意度

根据数据结果显示，直播挑战赛共计 38 位学员参与，订单量达 122 单，销售额达到 36323.3 元。根据产品营销集训营结果得知，共计 23 名学员参与，产出 18 份产品打造方案。根据培训后问卷调研得知，活动满意度达到 78.85%，学员对社群孵化活动的满意度较高，社群孵化活动效果显著。

三、项目成效与影响

（一）项目产出基本实现

本项目预期产出包括以下：

一是建立线上线下系统的培训课程体系，线下 10 天培训（7 天初阶班+3 天高阶班），线上 10 小时课程，8 个月孵化期；

二是培训目标，通过在云南省永德县电商线下培训，共计为 50 名当地乡村振兴电商带头人提供就创业培训，实现 50 人（100%）的学员顺利结业；

三是创业增收目标，通过 6 个月的创业孵化期，支持 30 人（60%）的学员成功实现电商创业，月收入增加 800 元以上；

四是账号打造目标，为 1-3 名有优秀货源的学员对接创业资源，包括直播流量、销售渠道、组织销售活动等，孵化 1-2 名短视频“万人粉丝账号”；

五是项目传播，是形成 3-5 个项目优秀学员故事，并宣传推广，扩大项目影响力。

六是挖掘 5 人（10%）的优秀学员进行外出研学活动。

表 2 产出指标统计表

班级	培训人数	结业人数	结业率	创业人数	创业率
云南省 永德班	62 人	62 人	100%	37 人	60%

截至 2021 年 12 月，项目共计培训学员 62 人，结业人数为 62 人，结业率为 100%。

第二，在为期 9 个月创业孵化活动后，项目实现创业人数共计 37 人，创业率达到 60%，月增收达到 865.82 元。

第三，在创业孵化期间，共计为 4 名具有优秀货源的学员对接线上销售渠道，并通过微店达到 7000 元的收入。

第四，在学员短视频账号孵化中，为 1 名优秀学员进行“万人粉丝账号”孵化支持，一对一线上指导 5 次，共发布短视频 26 条，累计点赞量达 10000 次，粉丝量达 8330 人。

第五，在项目传播工作上，通过实地入户访谈的形式，形成 3 个优秀学员故事，并通过人民政协报、公益时报、网易政务平台进行传播。

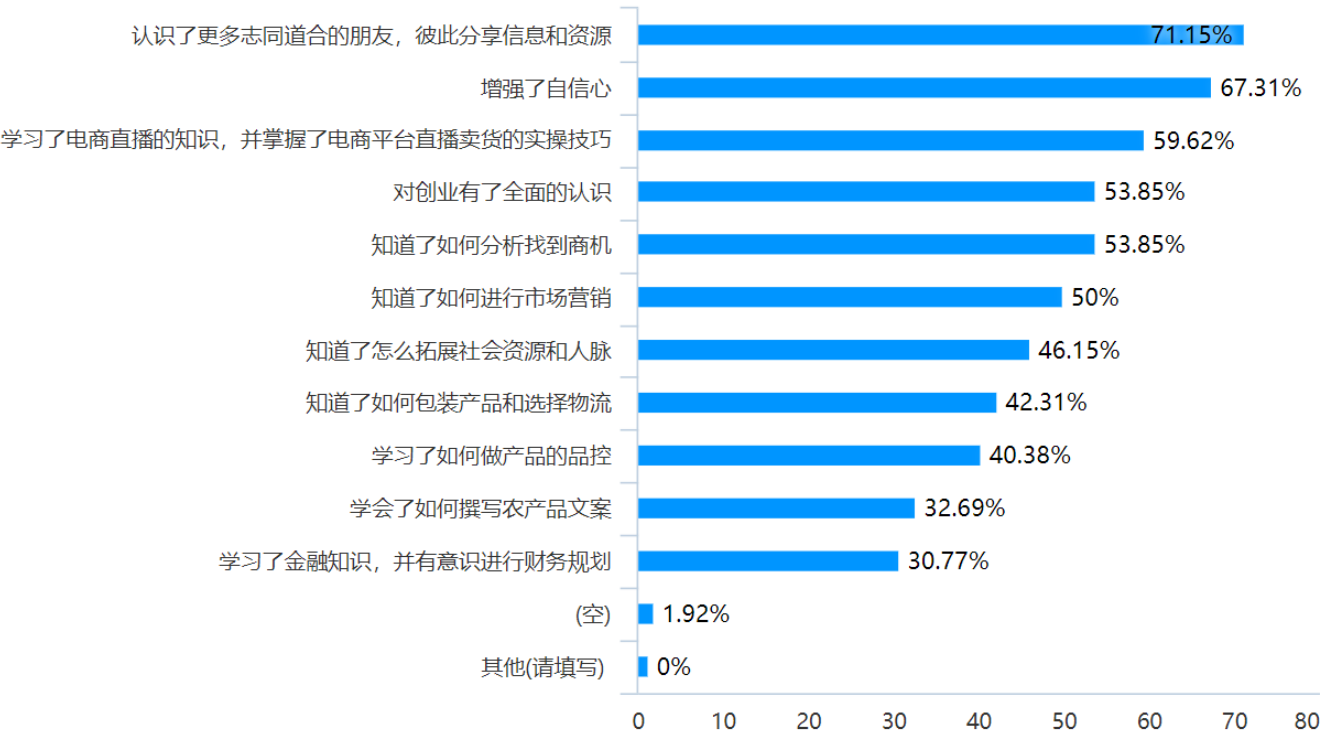
第六，通过线下培训及线上社群孵化综合评比，共计挖掘 5 名优秀学员参与重庆市外出研学活动。

评估结果显示，项目培训人数、结业人数、实现创业人数、研学参与人数等均符合或超出项目预期标准。

（二）学习与练习相结合，知识技能显著提升

在知识掌握方面，学员在参加培训后有了显著提升。71.15%（37 人）的学员反馈通过培训认识了更多志同道合的朋友，能够彼此分享信息和资源；67.31%（35 人）的学员通过此次培训增强了自信心；59.62%（31 人）的学员反馈学习了电商直播的知识，并掌握了电商平台直播卖货的实操技巧；50%（26 人）以上的学员对创业有了全面的认识，知道了如何分析找到商机以及知道了如何进行市场营销。40%（21 人）以上的学员学习了如何做产品的品控，知道了如何包装产品和选择

物流以及知道了怎样拓展社会资源和人脉。30%（16 人）以上的学员学习了如何

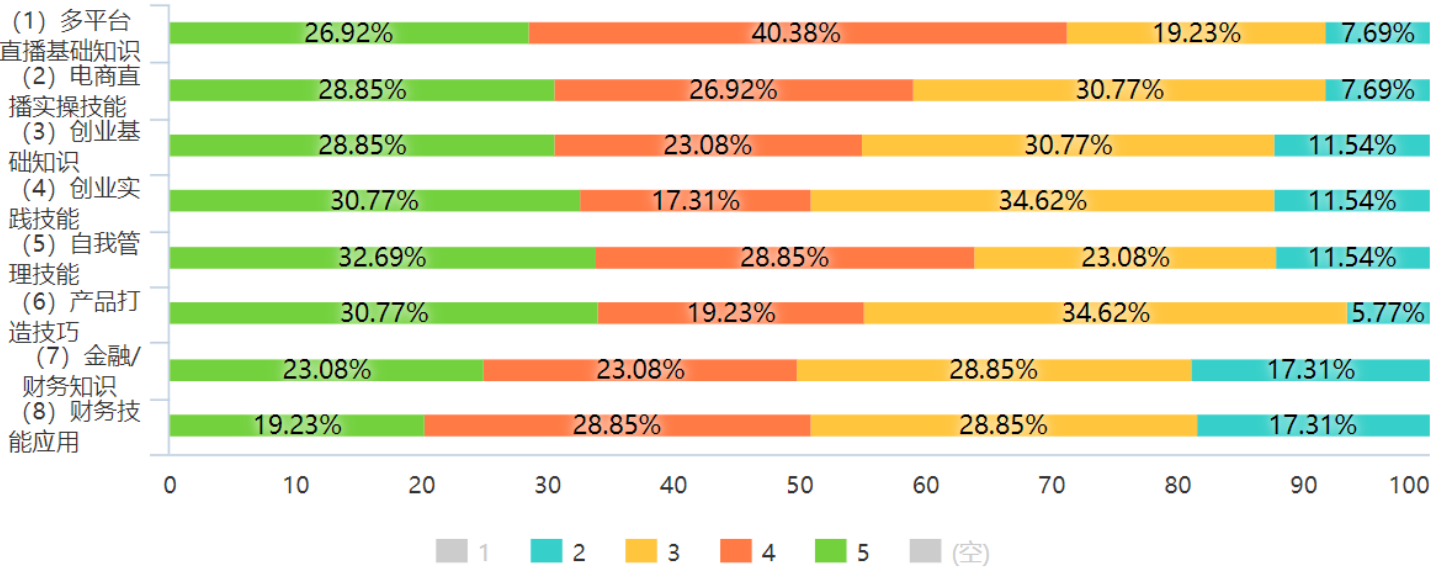


撰写农产品文案以及金融知识，并有意识进行财务规划。

图 6 在线下培训课程中的收获

图 7 相关电商知识和技能的掌握情况评分

此外，在填写培训后问卷的 52 名学员中，学员通过系统性培训课程，对自己在电商知识和技能的掌握情况有一个自我评分。67.3%的学员掌握了多平台直播基础知识；55.7%的学员掌握了电商直播实操技能；51.93%的学员掌握了创业基础知识；48.08%的学员掌握了自我管理技能；50%的学员掌握了产品打造技巧；



46.16%的学员掌握了金融/财务知识；48.08%的学员掌握了财务技能应用。

为更全面深入了解该项目对学员的影响，除进行问卷调查外，评估方对此次项目的2名项目执行班主任、2名讲师以及部分学员进行的面对面访谈，全面了解学员在此次培训过程中的成长和变化。反映此次培训更加注重对学员直播实操能力的培养锻炼，不仅增强了课堂的趣味性，而且更加深了学员对课程知识的理解和掌握。

根据评估得知，大部分学员在此次培训中学到了电商就创业知识和技能，培训效果显著，此外，在个人综合素养能力上也有很大的提升，包括对自信心的增强、自我管理、金融/财务知识等。

产品包装、直播、短视频拍摄都是特别有用的，因为之前不了解，对以后怎样做有了更加清楚的方向了。

——学员 X

产品定位和人设定位，整个抖音账号店铺的打造，直播话术等让我收获很大，之前直播的时候很紧张，面对手机时不知道怎样说，学习后，我在面对手机时不会很紧张了，因为已经清楚下一步要做什么了。

——学员 C

学习之后，心态改变了，现在心态上很好，而且也敢尝试了，更有自信了。

——学员 D

直播实操课程让我锻炼很大，我现在知道如何拍摄短视频、如何直播了。

——学员 L

虽然刚开始他们的基础不是太好，但是在参加了一次次的活动后发现，他们的能力有了很大的提升，掌握了很多的知识点。

——志愿者 Y

组织了这么多次活动，我们陪着大家一起学习，能够发现他们的进步很明显，有很多同学在开始对电商、产品没有什么概念，但是在培训结束后也都有了自己的想法。

——班主任 H

（三）孵化电商协会，增强联动效应

根据访谈得知，在线下培训结束后，X 学员期望能够应用所学的电商知识提

高当地产业发展，解决本地企业之间互动联结少、销售渠道单一的问题，于 2021 年 10 月成立永德县电子商务协会（以下简称“电商协会”），旨在联结本地企业负责人以及电商人才，增强联动效应，并且电商协会在“双十一”期间组织开展永德县“电商助力乡村振兴”活动，邀请多名项目学员及本地主播进行线上直播带货，并达到了 450,000 元的销售额。电商协会的建立不仅开拓了本地的线上销售渠道，带动本地电商人才的发展，而且增进了多家企业之间的联结，形成联动效应，提高了对本地电商发展以及本地经济的影响。

在参加完培训后，我就想到当地大多数企业都是在单干，没有形成规模效应，在快递物流上也没有议价权，所以我想通过成立电商协会，建立链接，提升电商企业在当地的影响力。

——学员 X

（四）学员对项目满意度评价

通过评估调研，项目评估方收集到了学员对项目的评价和反馈信息。根据所收集到的问卷数据可知，有 86.54%（45 人）的学员在该培训项目有继续开展的必要性和此次培训为同学们创造了很大的互相认识和未来支持的机会打了 4-5 分，从整体上认同该项目，期望项目再次落地开展。有 84.61%（44 人）的学员在此次培训对我的创业起到了很大的帮助，培训后觉得更加有自信了，参加完培训后能够更好地规划自己的生活 and 目标了打了 4-5 分，此次培训对个人素养和创业素养的作用表示了肯定。有 82.69%（43 人）的学员在参加培训后能够更好地规划自己的生活 and 目标了。有 70%以上（36 人）的学员在培训后想尝试直播卖货为自己创造收入机会，培训后能够优化产品宣传文案，把握产品品控，可见学员在项目帮助学员拓宽产品销售渠道，产品打造方面给予了很高的认可。整体可见，学员对此次培训项目的认可度很高。

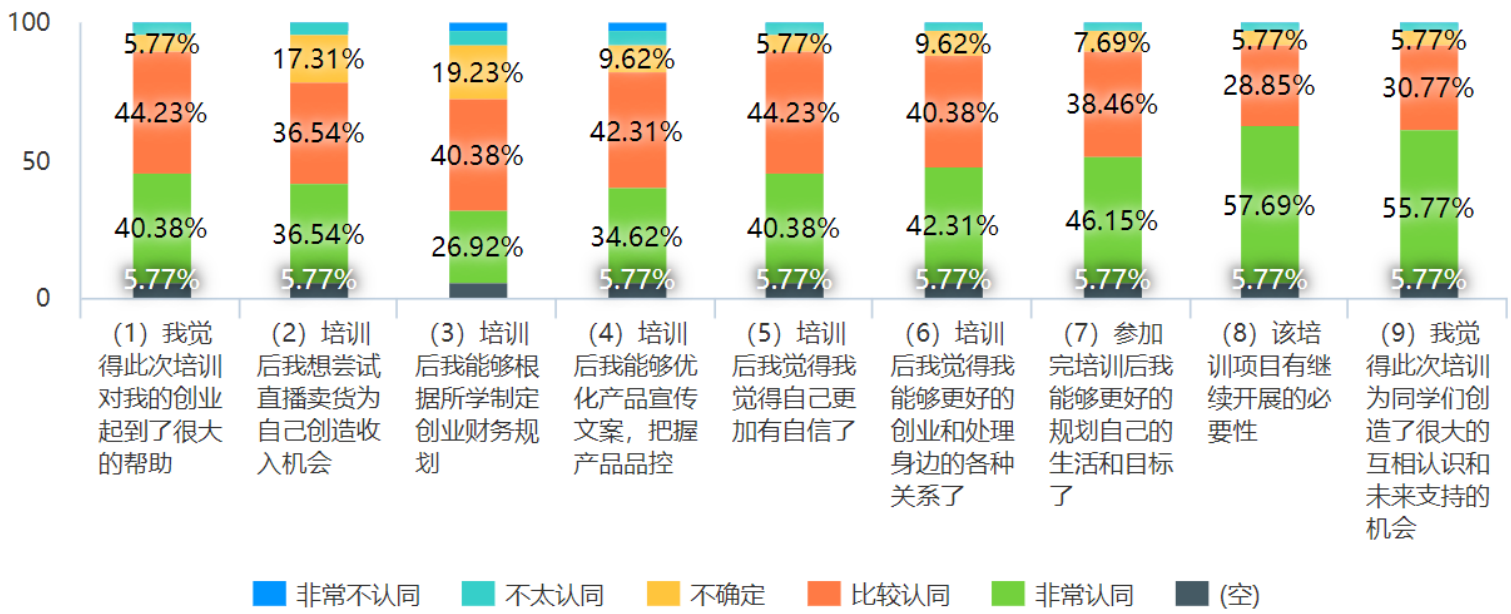


图 8 学员对项目的认同度评价

之前只是比较懵懂地去了解, 在学习过后就去实操, 对系统的知识也认识了, 之前不知道直播间会有很多玩法、产品的选品打造、卖点提炼这些更加专业细化的内容。基础知识得到了很大的提升

——学员 L

这次培训让我学到了很多知识和技能, 之前只是单纯地在卖茶叶原材料, 也没有想过要做自己的品牌, 现在我想去尝试看看能不能把自己的产品做好包装, 把自己的茶叶卖出去。

——学员 D

（五）项目对各利益相关方的影响及满意度评价

通过与各利益相关方的访谈得知, 在整个项目执行过程中, 各方职责分工明确, 项目运作良好, 中远海运集团提供培训项目资金支持, 当地政府依据本地资源, 负责培训学员的组织报名工作, 提供名单, 配合默契。在项目执行中, 公益项目承担了学员培训的成本, 并且学员对培训项目的反馈好, 培训效果显著, 电商人才的培养有利于当地乡村电商的发展。项目的开展得到了利益相关方的高度认可, 后续合作意愿较高。

这次的培训和以往有很大的不同, 这次课程内容不仅全面、实用, 符合学员的实际需求, 更重要的是老师们都非常负责, 非常有耐心, 之前的培训讲师都是

线下培训结束后就不管了，但是咱们还有这么长时间的线上孵化期，同学们也都非常积极，反映非常好，也期望能够与友成基金会继续合作，开展更多的项目。

——县电商局 Z

通过对项目的开展，项目执行方的项目统筹能力，对项目人群的理解能力，对项目模式的理解得到提升，而且对后续项目的开展能够有规划意识。此外，项目的顺利开展还实现了公司的社会价值。

这是我接触的第一个项目，这个项目的开展让我逐渐适应的项目的节奏，整体统筹能力也得到了提升，而且对项目执行也有了一个时间点的规划。

——项目负责人 W

我第一次接触电商板块的培训，这次培训让我对课程板块有所了解，在项目执行上有很大的收获，而且对当前这个群体的了解也有所深入。

——班主任 H

志愿者 Y 认可此次培训带来的效果，“能够帮助自己梳理产品实操过程中的经验和教训，提升了自己的能力”。志愿者 L 认为该项目对自己的内心产生了很大的影响。

这次培训让我看到，很多学员他们长期家庭分居两地，然后这个时候没法在家实现就业创业，通过一些电商和一些培训，他能够加强一些增收，家庭家人团聚，也能实现一份个人收入的增长。这些方面我觉得起到了一个极大的帮助作用，这是一件有意义的事情。

——志愿者 L

第三部分 评估建议

一、精准受益人定位，聚焦县域核心产业带头人

评估调研得知，永德培训生源基础较弱，且由于前期招生工作时间紧、可筛选人员少，导致参与项目的学员在个人素养、学习能力及产业基础上呈现出很大差异，进而对项目整体设计、学员管理等提出较大挑战。且项目学员产业十分分散（茶叶、养殖、酿酒、农副产品等多个产业），因此极难设计针对性的课程、活动满足所有学员的所需。

据此，建议在后续乡恋计划项目的实施中，项目执行方首先要定位 3-5 个县

域优势特色产业，其次是协同县域政府聚焦优势特色产业开展招生工作，最后是根据学员整体素养及能力定位学员基础水平等，严格进行筛选。这样聚焦县域核心产业带头人的项目设计一方面能够让项目定位更精准，为当地有针对性的培养一批带头人，另一方面也能够更好地反哺县域特色产业，促进区域经济的发展与带动。

二、完善赋能培养体系，让人才赋能方向更聚焦

乡恋计划采用“线上线下创业赋能培训+创业孵化指导+创业运营资源对接”的模式，以“学+练”的形式为主，不仅为学员提供线下培训和线上孵化支持，而且对优秀学员还提供重点孵化支持活动，进而巩固学员的线下培训知识，提升实操技能的系统性赋能培训体系。

在评估中发现，赋能培训与孵化指导间的有机结合远远不足，如培训课程与孵化活动间未形成相应互补，部分知识重复涉及；学员层次不一，孵化活动未能满足大部分学员诉求；重点学员孵化中学员需求不够明确，方案执行中走了很多弯路，投入产出比不高等等。因此建议首先要做好乡恋计划班主任人员的赋能，然后是继续优化整合课程体系，让课程、活动更贴近乡村学员；最后是提前明确学员孵化方向以及重点学员诉求，加强孵化指导、资源对接在项目中的比重。

三、梳理乡村振兴带头人的重点孵化方向，聚焦产业发展需求

孵化活动需要依据学员的产业特点及实际需求设计，对乡村振兴带头人群体所设定的孵化方向需要重点关注产品的打造及优化升级、销售渠道资源的链接等，重点孵化方向需要立足于该地区学员产业发展的基础情况、对产业发展的影响及带动效果，提升活动成效。

四、增强持续带动效果

乡村发展需要多方资源的支持，不仅需要引入外部先进的知识资源，提升乡村创业者个人素养及能力，不断优化产品和拓宽销售渠道，还需要政府为本地小微企业提供政策资源的支持，完善基础设施建设；乡村振兴需要政府、企业及社会组织多方一起推动，形成集合影响力，才能更好助推本地发展。2022年中央一号文件提出，农村电商需要与电商物流协同发展，加快建设“多站合一”的乡镇客货邮综合服务站、“一点多能”的村级寄递物流综合服务点，加强物流配送、农产品分拣加工等建设，完善县乡村三级物流体系，整合物流资源，建设共同配

送中心等，进一步促进农村电商物流发展，实现持续带动效果。

附件一：评估访谈提纲及焦点小组议程

（一）受益对象

1. 你是怎样了解到该项目的？
2. 参加此次培训，你有怎样的期待和要求？
3. 你参加培训的过程中遇到了哪些问题或挑战？是否求助并获得支持和帮助？
4. 培训中你学习到的主要技能和知识点都有哪些？哪些课程让你收获最大？为什么？
5. 还希望在哪些技能上得到强化？还想学习哪些课程？
6. 参加此次培训后，哪些方面能力得到明显提升？
7. 参加了项目的哪些孵化活动？觉得有哪些帮助和收获？
8. 你是如何开展电商直播创业的？遇到过哪些困难？如何克服的？
9. 你认为能够成功开展电商直播，有哪些经验和方法？
10. 在创就业过程中有没有获得项目执行方或政府的支持和帮助？
11. 电商直播目前对你的事业发展和家庭有怎样的影响？
12. 你在成功创业后是否有给本地其他人提供就业岗位？是否有相对贫困人员获得收入？招聘员工？这个过程是怎样的？这对 TA 的生活产生了什么影响？是否对所在社区产生了影响？有哪些影响？
13. 对自己和家庭的未来有怎样的规划？
14. 请提出你认为此次项目的改进建议。

（二）受益对象家人

1. 你是否知晓此次培训的目的？最初对受益人参加培训持怎样的态度？
2. 对受益人进行电商就/创业持怎样的态度？是否给予了支持？
3. 整个过程中是否有态度上的转变？为什么？
4. 你认为受益人在参加完此次培训后有怎样的改变？对受益人产生了怎样的影响？
5. 你对她未来的期待或想法

（三）被带动对象

1. 你和受益人是怎样认识的？
2. 以往的工作经历、家庭状况如何？
3. 你从受益人那获得了哪些支持？
4. 她对你产生了什么样的影响？
5. 对未来有什么期待和想法？

（四）项目执行方

1. 你对此培训项目的理解？认为项目的目的是什么？认为项目最大的价值是什么？
2. 此次培训的整体招生过程及学员构成情况是怎样的？
3. 在执行该项目过程中你们都获得了当地政府的哪些支持？
4. 本地政府对该项目有怎样的期待和要求？
6. 在培训过程中，学员获得了哪些能力的提升？遇到了哪些问题？你们给予了哪些支持？
7. 是如何设计课程体系的，有哪些优化的想法
8. 在孵化期，你们都开展了哪些活动？学员们的实际参与情况怎样？效果最好的活动有哪些？对学员的就创业情况产生了哪些影响？
9. 在执行过程中，学员之间有怎样的差别（个人能力、知识接受度、产业特点等）？培训效果有哪些差别？解决方案是怎样？
10. 你们是如何与讲师合作的？如何进行前期课程沟通的？在培训过程中，学员对课程的掌握情况如何？反馈较好的课有哪些？哪些课程需要优化？
11. 项目目标的完成情况如何？项目指标是否全部完成？有没有遇到哪些困难？
12. 该项目的开展对你产生了哪些影响？（个人能力发展、项目管理能力以及对公益项目的看法）
13. 该项目的开展对贵机构产生了哪些影响？（机构整体能力和机构的业务）
14. 你认为该项目还有哪些需要改进的地方，请提出你的建议和想法。

（五）政府工作人员

1. 对此次培训项目有怎样的期待和要求？
2. 与项目执行方的合作过程是怎样的？对此次培训的开展有哪些支持和帮助？

3. 请问此次项目培训的效果如何？对当地电商人才队伍及产业的发展产生了怎样的影响？

4. 在此次培训后，当地政府为参与项目的学员有提供哪些支持和帮助吗？

5. 请对此次项目提出改进建议和想法。

（六）讲师

1. 在项目执行过程中，您与项目执行方如何合作的？

2. 您的课程前期是如何设计出来的？如何跟执行方沟通的？依据是什么？

3. 在培训过程中，学员的能力有哪些提升，对课程内容的反馈和吸收程度如何？有没有遇到什么困难？在培训过程中，您遇到了哪些问题和挑战？

4. 此次项目的实施对您有哪些影响？

5. 您怎样看待您的课程对学员的影响？课程有哪些优势和不足之处？

6. 请您对此项目提出相应的改进建议及相关感受。

一、焦点小组

（一）焦点小组内容

1. 主题：中远海运-友成基金会“乡恋计划”电商带头人项目实施评估焦点小组

2. 目标：

（1）了解项目实施方案（模式+课程内容）与受益对象需求的契合性；

（2）了解该项目对学员的支持和帮助；

（3）了解学员对该项目的评价和建议。

3. 时长：60 分钟

4. 主持人：友成基金会项目人员

5. 参与人员：3 名成功电商创业学员；3 名未从事电商创业学员

（二）活动流程

1. 组织破冰活动（一句话进行自我介绍）；

2. 确定小组成员发言规则（控制时长；自由表达）；

3. 焦点小组讨论话题：

（1）当初为什么要参加此次培训？整个培训中的哪些内容满足了你的需求？

（2）在整个培训和孵化阶段，让你收获最大的课程是什么？对你的个人和家庭

的发展产生了怎样的影响？

(3) 在培训过程中遇到了哪些困难？是怎样克服的？获得了哪些支持？

(5) 今后发展还有哪些可以提升的地方？期望获得哪些支持和帮助？

(6) 对自己和家庭的未来有怎样的规划？

(7) 对此次项目有哪些建议？

附件二：

中远海运-友成基金会“乡恋计划”永德班培训后问卷

一.个人基础信息

您的姓名：[\[填空题\]](#)

填空题数据请通过下载详细数据获取

您的性别：[\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
男	28	53.85%
女	22	42.31%
(空)	2	3.85%
本题有效填写人次	52	

请输入您的手机号码：[\[填空题\]](#)

填空题数据请通过下载详细数据获取

请选择省份城市与地区：[\[填空题\]](#)

填空题数据请通过下载详细数据获取

二.课程内容反馈

请对线下培训的整体课程内容进行满意度评价，请选择最能代表您意见的数字。

[\[矩阵量表题\]](#)

该矩阵题平均分：4.54

题目\选项	1	2	3	4	5	(空)	平均分
(1) 课程体系各板块设置合理、全面	0(0%)	0(0%)	3(5.77%)	16(30.77%)	31(59.62%)	2(3.85%)	4.56
(2) 课程内容很符合我的期待	0(0%)	0(0%)	5(9.62%)	17(32.69%)	28(53.85%)	2(3.85%)	4.46
(3) 课程教材编排好，与教师的讲课匹配	0(0%)	0(0%)	3(5.77%)	16(30.77%)	31(59.62%)	2(3.85%)	4.56
(4) 课程内容对我未来发展有一定的帮助	0(0%)	0(0%)	3(5.77%)	16(30.77%)	31(59.62%)	2(3.85%)	4.56
小计	0(0%)	0(0%)	14(6.73%)	65(31.25%)	121(58.17%)	8(3.85%)	4.54

请问线下课程内容的学习难度对您而言属于以下哪种情况？ [单选题]

选项	小计	比例
很困难	3	5.77%
困难	10	19.23%
一般	36	69.23%
简单	1	1.92%
很简单	1	1.92%
(空)	1	1.92%
本题有效填写人次	52	

您在线下培训课程的过程中有哪些收获？ [多选题]

选项	小计	比例
对创业有了全面的认识	28	53.85%
知道了如何分析找到商机	28	53.85%
知道了怎么拓展社会资源和人脉	24	46.15%
知道了如何进行市场营销	26	50%
学习了电商直播的知识，并掌握了电商平台直播卖货的实操技巧	31	59.62%
认识了更多志同道合的朋友，彼此分享信息和资源	37	71.15%
学习了金融知识，并有意识进行财务规划	16	30.77%
增强了自信心	35	67.31%
知道了如何包装产品和选择物流	22	42.31%
学习了如何做产品的品控	21	40.38%
学会了如何撰写农产品文案	17	32.69%
其他(请填写)	0	0%
(空)	1	1.92%
本题有效填写人次	52	

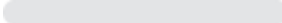
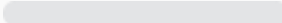
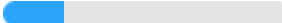
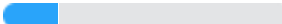
您觉得线上课程内容和培训主题的匹配度 [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
很匹配	18	34.62%
匹配	25	48.08%
一般	7	13.46%
不匹配	0	0%
很不匹配	0	0%
(空)	2	3.85%
本题有效填写人次	52	

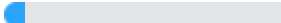
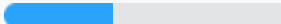
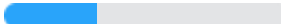
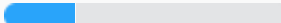
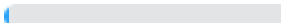
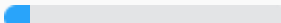
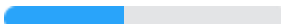
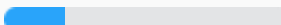
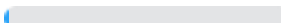
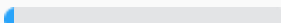
您觉得线上课程内容学习难度 [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
很困难	2	3.85%
困难	10	19.23%
一般	36	69.23%
简单	1	1.92%
很简单	2	3.85%
(空)	1	1.92%
本题有效填写人次	52	

您对线上社群孵化活动开展得满意度如何？ [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
非常不满意	0	 0%
不满意	0	 0%
一般	11	 21.15%
满意	31	 59.62%
非常满意	10	 19.23%
本题有效填写人次	52	

您觉得在培训遇到的较大的困难有哪些？ [\[多选题\]](#)

选项	小计	比例
老师讲解太快，跟不上	4	 7.69%
课程内容较难，难在短时间内掌握	20	 38.46%
课程时间安排紧张，强度高	17	 32.69%
难以按时完成老师布置作业	13	 25%
线上课程太多，占据了很多线下课程复习的时间	1	 1.92%
实训课程中得不到老师的指导	5	 9.62%
家庭照顾负担重，没有足够精力投入	22	 42.31%
没有遇到困难	11	 21.15%
其他(请填写)	1	 1.92%
(空)	2	 3.85%
本题有效填写人次	52	

请您对学习过程提出具体改善意见和建议 [\[填空题\]](#)

填空题数据请通过下载详细数据获取

三.课程效果

以下相关电商知识和技能的理解或掌握情况，请您进行自我评分。 [\[矩阵量表题\]](#)

该矩阵题平均分： **3.68**

题目\选项	1	2	3	4	5	(空)	平均分
(1) 多平台直播基础知识	1(1.92%)	4(7.69%)	10(19.23%)	21(40.38%)	14(26.92%)	2(3.85%)	3.86
(2) 电商直播实操技能	1(1.92%)	4(7.69%)	16(30.77%)	14(26.92%)	15(28.85%)	2(3.85%)	3.76
(3) 创业基础知识	1(1.92%)	6(11.54%)	16(30.77%)	12(23.08%)	15(28.85%)	2(3.85%)	3.68
(4) 创业实	1(1.92%)	6(11.54%)	18(34.62%)	9(17.31%)	16(30.77%)	2(3.85%)	3.66

技能							
(5) 自我管理技能	0(0%)	6(11.54%)	12(23.08%)	15(28.85%)	17(32.69%)	2(3.85%)	3.86
(6) 产品打造技巧	3(5.77%)	3(5.77%)	18(34.62%)	10(19.23%)	16(30.77%)	2(3.85%)	3.66
(7) 金融/财务知识	1(1.92%)	9(17.31%)	15(28.85%)	12(23.08%)	12(23.08%)	3(5.77%)	3.51
(8) 财务技能应用	1(1.92%)	9(17.31%)	15(28.85%)	15(28.85%)	10(19.23%)	2(3.85%)	3.48
小计	9(2.16%)	47(11.3%)	120(28.85%)	108(25.96%)	115(27.64%)	17(4.09%)	3.68

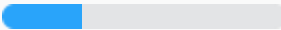
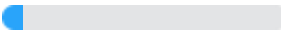
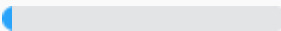
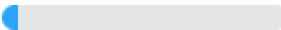
对于以下表述请如实选择您的认同程度，在对应选项下打“√”。 [\[矩阵单选题\]](#)

题目\选项	非常不	不太认	不确定	比较认同	非常认同	(空)
-------	-----	-----	-----	------	------	-----

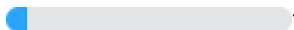
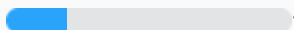
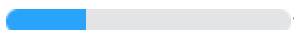
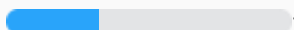
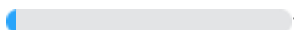
	认同	同				
(1) 我觉得此次培训对我的创业起到了很大的帮助	1(1.92%)	1(1.92%)	3(5.77%)	23(44.23%)	21(40.38%)	3(5.77%)
(2) 培训后我想尝试直播卖货为自己创造收入机会	1(1.92%)	1(1.92%)	9(17.31%)	19(36.54%)	19(36.54%)	3(5.77%)
(3) 培训后我能够根据所学制定创业财务规划	1(1.92%)	3(5.77%)	10(19.23%)	21(40.38%)	14(26.92%)	3(5.77%)
(4) 培训后我能够优化产品宣传文案，把握产品品控	1(1.92%)	3(5.77%)	5(9.62%)	22(42.31%)	18(34.62%)	3(5.77%)
(5) 培训后我觉得自己更加有自信了	1(1.92%)	1(1.92%)	3(5.77%)	23(44.23%)	21(40.38%)	3(5.77%)
(6) 培训后我觉得我能够更好的创业和处理身边的各种关系了	1(1.92%)	0(0%)	5(9.62%)	21(40.38%)	22(42.31%)	3(5.77%)
(7) 参加完培训后我能够更好的规划自己的生活和目标了	1(1.92%)	0(0%)	4(7.69%)	20(38.46%)	24(46.15%)	3(5.77%)
(8) 该培训项目有继续开展的	1(1.92%)	0(0%)	3(5.77%)	15(28.85%)	30(57.69%)	3(5.77%)

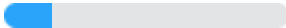
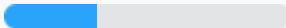
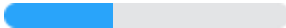
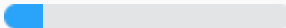
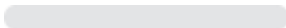
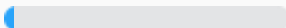
必要性						
(9) 我觉得此次培训为同学们创造了很大的互相认识和未来支持的机会	1(1.92%)	0(0%)	3(5.77%)	16(30.77%)	29(55.77%)	3(5.77%)

请问您未来的个人发展意愿是？ [单选题]

选项	小计	比例
尝试直播卖货创业	28	 53.85%
在所居住的乡村或城镇创业(直播卖货除外)	15	 28.85%
在附近的有就业机会的大城市务工	4	 7.69%
其他(请填写)	2	 3.85%
(空)	3	 5.77%
本题有效填写人次	52	

在培训后，您觉得在乡村就业/创业方面，您面临最大的困难可能是什么？ [多选题]

选项	小计	比例
主观没有意愿创业	4	 7.69%
不知道如何分析找到商机	11	 21.15%
不懂市场营销，不知道怎么宣传推广产品	15	 28.85%
没有销售渠道	17	 32.69%
不会选择货源或产品	2	 3.85%

缺乏实践/工作经验	23	 44.23%
心理准备不足	9	 17.31%
缺乏社会资源和人脉	17	 32.69%
缺乏启动资金	20	 38.46%
本地物流网络不完善	7	 13.46%
其他(请填写)	0	 0%
(空)	2	 3.85%
本题有效填写人次	52	

请表达您对此次培训的总体感受： [\[填空题\]](#)

填空题数据请通过下载详细数据获取