

校行企协同背景下高职院校跨境电商专业人才培养模式研究

● 苏姗姗



[摘要] 随着全球贸易和数字经济的迅速发展,跨境电商成为国际市场的重要引擎,而高职院校在校行企协同背景下,构建跨境电商人才培养模式尤为关键。文章旨在分析高职院校在校企联动、行业指导,以及多方协同等方面的具体实施路径,并提出跨境电商人才培养面临的挑战。通过明确培养目标、创新教学体系、加强师资建设和多元化评价,打造适应跨境电商市场需求的复合型人才。

[关键词] 校行企协同;高职院校;跨境电商;人才培养模式;国际视野

在全球数字经济蓬勃发展的有力推动下,跨境电商行业迅速崛起,为经济增长贡献了新动能。相较于传统电商,跨境电商必须应对更为复杂的国际市场环境,包括跨语言沟通、文化差异适应、合规性遵循等多重挑战。高职院校作为职业教育的领军者,在跨境电商专业人才培养方面具备显著优势。然而,单纯依赖院校资源与教学手法,已难以满足行业日新月异的需求。因此,学校、行业及企业间的协同合作,成为推动高职院校跨境电商专业发展的关键。

Q 校行企协同背景下高职院校跨境电商专业人才培养的意义

(一) 校企联动,定制化培养跨境电商专业人才

跨境电商面临不同国家消费者的习惯、文化差异,以及多语言、多货币和复杂税收体系的运营挑战,因而对从业者的实操能力有更高要求。企业可向院校提供真实案例,并参与课程设计,以确保教育内容与行业需求紧密相连。例如,企业可提供海外市场实习机遇,帮助学生深入体验跨境市场,增强对文化差异的认知。而学校可结合企业需求,采用项目化教学,让学生在校期间即能直接介入企业的跨境电商实战项目。可见,校企联动有效融合了理论与实践,确保学生在毕业前就已熟练掌握跨境电商运营要领,并具备开拓国际市场的信心与实力。特别是在语言技能培养上,借助企业的全球资源和多语言环境,学生的语言学习将更具实用性和针对性,为日后的跨境交流、直播营销等活动奠定坚实基础。此外,校企联动还能促进双方在技术研发与创

新方面的合作。企业可以将最新的跨境电商技术和工具引入教学,如大数据分析、人工智能选品等,使学生的学习过程中紧跟行业动态。同时,学校也可以为企业提供智力支持,针对企业在跨境电商运营中遇到的具体问题,开展专项研究,提出解决方案。这种深度的产学研结合,不仅能够提升学生的专业素养,也能增强企业的核心竞争力,推动跨境电商行业的持续健康发展。通过校企联动,双方共同培养出更多具有国际视野和实战能力的跨境电商人才。

(二) 行业指导,建立符合国际市场的培养标准

通过与国际行业组织紧密合作,行业协会能够提供契合全球市场的教学规范、课程框架及国际认证,确保学生在毕业时已具有全球公认的跨境电商专业素养。这些认证在国内广受认可,更具备国际通行性,从而大幅提升高职学生的就业竞争力。此外,行业协会还通过筹办国际化的技能大赛,为学生搭建展示和锤炼跨境电商运营能力的平台,使学生有机会直观了解不同国家和地区的市场特性,直面实际操作中的文化差异和技术挑战。同时,行业协会还能为学校提供深入的市场分析和前沿研究成果,确保课程设置紧密跟随跨境电商市场的脉动和最新趋势。例如,深入剖析各国直播带货的独特要求和消费者偏好,帮助学生锻造适应多元市场的能力。

(三) 多方协同,形成跨境电商专业人才培养的系统合力

学校需要肩负起人才培养的重任,将市场需求融入教学内容之中,并依托行业与企业的专业指导,构建起完备的跨境电商教育体系。企业在实习实践与案例分享方面给予大力支持,确保学生所学与市场需求紧密相连;而行业协会则

通过制定标准与认证，为学生的培养质量提供有力保障。在此模式下，学生不仅能够掌握传统的电商技能，更能获得跨文化沟通、多语言应用以及国际市场营销等多元能力。特别是在培养国际化语言与跨文化沟通能力方面，通过校企合作与行业指导的实际案例讲解与多语言环境模拟，学生能够更好地锤炼复杂国际市场中的沟通与协作本领。这种全方位的教育模式，不仅提升了学生的综合素质，更为他们未来的职业发展铺设了宽广的道路。学生将能够从容地面对国际市场的挑战，成为推动跨境电商行业发展的坚实力量。

Q 校行企协同背景下高职院校跨境电商专业人才培养的挑战

（一）协同机制尚需完善

跨境电商的教育与实操需要企业、学校及行业协会共同参与，但各方利益差异导致难以形成高效协同。例如，高职院校期望企业能提供实训机会，以促进学生锤炼多语言沟通和国际营销能力；然而，企业常因商业机密和成本考量而支持有限，使合作成效受限。再者，各方在投入产出上期望不符，企业投入与院校预期常不匹配，进一步阻碍校企深度合作。

（二）教育资源分配不均

高职院校在跨境电商专业教育资源配置上的不均衡问题，严重制约了人才培养的全面发展，许多教师因缺乏实践经验而无法传授与行业需求紧密相关的实用技能，不仅影响了学生的语言能力，还在跨文化理解和沟通技巧方面造成了明显的教育缺失。同时，校内实训资源的不足也限制了学生的实践机会。例如，在跨境电商物流方面，学生难以通过实战模拟深入理解海外仓储和物流运输的复杂性。此外，教材更新缓慢，无法及时反映跨境电商行业的快速发展和变化，特别是在实时语言支持、跨文化直播技巧、当地法规适应性等方面的内容严重滞后，进一步加剧了教育资源的局限性，导致学生难以适应跨境电商的实际工作环境。

（三）行业需求快速变化

以人工智能和大数据分析在直播推荐、消费者洞察中的广泛应用为例，要求学生必须在校期间就掌握数据处理与分析能力。然而，相关内容的课程融入难度较大，导致毕业生与行业前沿脱节。此外，跨境直播的独特性亦带来诸多挑战，需适应海外消费者的语言、文化和消费差异。例如，不同国家消费者对直播风格、产品介绍及互动方式各有偏好，这种差异性提升了高职院校的培养难度，要求学生能迅速调整沟通策略，满足各国消费者需求。

（四）评价体系有待革新

现行评价体系偏重考试成绩和理论知识，却忽视了实操与多语言沟通技能，这恰恰是跨境电商人才的核心优

势。例如，跨境电商直播要求强大的实战能力，但现有评价标准过于侧重理论，导致学生缺乏实战训练。同时，跨境电商行业日新月异，直播模式与内容创新至关重要，但当前体系未充分考虑学生的创新及应变能力，从而限制了学生创新意识的培养。更为关键的是，跨境电商直播不仅要求语言流畅，还需深刻理解并适应不同文化，然而现有体系对此鲜有关注，导致学生在多语言、多文化环境中难以适应。此外，缺乏国际视野的评价体系制约了学生的全球化发展。校内评价未涉及国际市场的复杂情况和语言难题，导致学生在实际工作中应对乏力。

Q 校行企协同背景下高职院校跨境电商专业人才培养模式构建

（一）目标明确，协同育人

为明确校行企协同背景下的培养目标，学校应牵头构建跨境电商人才培养专项平台，携手企业及行业协会，共同确立详尽的培养目标，全面覆盖实操技能、国际视野、创新及创业能力等方面。企业应分享跨境直播实战经验与市场需求，特别是各国消费者心理、购物习惯及直播偏好，确保学校课程紧密对接企业实际。通过定期举办的跨境电商协同人才培养研讨会，共同制定协同育人方案。会议将围绕课程设计更新、实践内容调整及行业趋势分享等议题展开，并根据企业需求设定具体合作目标，如培养学生掌握双语（或三语）直播能力，熟练应对欧美与东南亚市场的差异。同时，推行跨境电商项目制学习，每年组织国际市场直播体验项目，由企业提供真实产品及目标市场，让学生在模拟的国际销售环境中进行多语言销售与跨文化沟通实战演练。

（二）体系创新，产教融合

在体系创新过程中，应高度重视课程设置与实际需求的紧密结合。具体，可增设“多语言直播表达”“跨文化沟通”及“国际市场法规”等实用模块，并根据不同区域市场的特点进行精细化培训。比如，针对美洲市场，可重点培养学生快速成交和开放式表达的能力；而对于欧洲市场，则应更侧重于隐私保护和合规内容的传授。同时，与亚马逊、eBay等知名跨境电商平台展开合作，引入其真实数据作为教学案例，通过项目化学习任务，使学生深入理解平台运营规则和各国市场需求的差异性。在教学方法上，可推行全流程直播带货模拟教学法，要求学生从产品选择、市场分析、物流成本预算到直播内容策划等各个环节，都能全面把握跨境电商的运营流程。例如，在模拟欧美市场产品推广时，强调视觉化展示和直白沟通；而在模拟日本和东南亚市场直播时，则注重礼仪表达和产品功能的详尽阐释。此外，通过与跨境物流企业携手，将实训基地延伸至海外，让学生在模拟的仓储、运输及清关环境中，切实掌握国际物流

的实操技能。同时,校企双方还可在国内共建国际市场直播实验室,由企业先进的直播设备和技术支持,学校则负责提供语言训练和文化分析课程。在这样的实验室内,学生将有机会针对不同国家市场进行多语言直播训练,有效提升与目标市场消费者的沟通技巧。

(三) 师资建设, 双师并进

在跨境电商师资团队建设方面,学校应精准引进具备丰富跨境实战经验的专业教师,尤其那些在欧美、东南亚等市场有过直播经历的教师,他们能为学生传授宝贵的跨文化沟通技能。同时,为提升现有教师的实战能力,学校可安排他们每年赴合作企业短期挂职,如加入跨境电商企业的直播或客服团队,直接参与跨境直播和客户沟通。这样,教师能亲身感受不同国家市场的消费文化和沟通方式,获取真实的教学素材,使教学更具针对性。此外,学校可推行校企双师培养计划,定期邀请跨境直播领域的专家进校授课,与教师共同开展教学,分享企业真实案例。例如,请全球直播运营经验丰富的讲师传授实操技巧,帮助教师深入掌握跨境直播的外语表达、文化敏感性和直播效果提升等核心环节。同时,鼓励教师参加跨境电商专业技能培训和国际认证,如跨境电商专业人才国际认证项目,以提升他们对全球市场动态和跨文化沟通方式的敏锐度,为学生提供与国际接轨的高质量教育。

(四) 评价多元, 能力导向

评价体系应向多元化,着重评估学生的实战能力、创新能力及跨文化沟通能力,尤其需聚焦跨境电商直播所必需的多语言运用和跨文化适应力。为此,学校应建立基于项目成果的综合评价标准。以“国际市场模拟直播”项目为例,要求学生在真实的跨文化直播环境中展现语言表达、文化领悟及业务应变能力,具体评价项目涵盖语言流畅性、互动质量、观众反响及销售转化率等关键指标。同时,合作企业应定期派遣专家对学生实训项目进行打分,依据行业标准对学生的实际表现给予评价。例如,企业可根据学生的直播展示,从市场需求适应性、业务应变力、语言能力以及文化适应性等多个角度提供反馈,从而使学生能力提升更贴近职业需求。当然,为增强学生的国际视野,学校应积极参与跨境电商行业协会组织的国际技能竞赛,如多语言直播

竞赛,为学生提供在真实跨境电商环境中施展才华的平台。围绕语言精确度、直播互动成效、文化礼仪等方面设定评分标准,通过针对不同国家市场进行模拟直播,考核学生对多元市场需求的响应能力,并将竞赛成绩纳入学分计算,从而加深学生在校期间对国际市场的理解。

Q 结束语

文章以校行企协同为视角,深入探讨了高职院校跨境电商专业人才培养的高效模式。虽然目前在机制建设、教育资源配置、行业需求对接及评价体系构建等方面仍面临挑战,但在各方共同努力下,高职院校跨境电商人才培养模式正逐步走向成熟与规范。未来,全球跨境电商市场将持续扩张,对专业人才的需求也将不断增长。在此背景下,高职院校应不断创新教学方法,提升学生的国际适应力和跨文化沟通能力,以更好地满足跨境电商行业日新月异的市场需求。

参考文献

- [1]郑欣.四川跨境电商发展对策研究[J].现代商贸工业,2016,37(07):57-58.
- [2]彭楚钧.基于校企合作的跨境电子商务人才培养模式研究[J].商场现代化,2017(18):42-43.
- [3]孙先艳.“双创”背景下跨境电商“政校行企”协同育人机制探究[J].企业科技与发展,2021(04):175-177.
- [4]高洁.国际视域下跨境电商“政校行企”协同育人的优化路径探索[J].安徽电子信息职业技术学院学报,2021,20(06):100-103.
- [5]程旭东,林洁,林琢人.浅析跨境电商背景下职业院校专业人才培养模式[J].北大商业评论,2023(05):128-130.

基金项目:

2024 年度沧州市社会科学界联合会课题项目,项目名称:校行企协同背景下高职院校跨境电商专业人才培养模式研究,项目编号:2024222。

作者简介:

苏姗姗(1987—),女,汉族,河北沧州人,硕士,讲师,沧州幼儿师范高等专科学校,研究方向:工商管理。