

# 数字化转型背景下电商人才培养模式研究

宋 巍

湖北职业技术学院 湖北孝感 432100

**摘 要：**随着数字技术深度渗透，电子商务行业进入智能化、平台化、融合化发展新阶段。数字化转型对电商人才的能力结构提出全新要求，传统培养模式面临知识更新滞后、实践场景缺失、产教融合不足等挑战。本文通过分析数字化转型的内涵特征及其对电商行业的影响，提出以“复合型知识体系+场景化实践能力+动态化适应机制”为核心的人才培养模式，从培养目标重构、课程体系优化、校企合作创新、师资能力提升四个维度构建实施路径，为数字经济时代电商人才培养提供理论支撑与实践参考。

**关键词：**数字化转型；电商人才培养；培养模式

## 引言

在数字经济浪潮席卷全球的当下，数字化转型已成为推动各行业变革的核心力量。电子商务作为数字经济的先锋领域，其发展速度与规模令人瞩目。据商务部数据显示，2023年全国电子商务交易额达47.8万亿元，同比增长9.7%，电子商务渗透率已广泛覆盖零售、制造、金融、物流等多个领域。然而，行业的迅猛扩张也带来了新的问题——电商人才供需矛盾日益突出。企业对具备“技术+商务+数据”复合能力的电商人才需求缺口显著，据《中国电子商务人才发展报告（2023）》统计，我国电商行业人才缺口超过300万人，其中高端复合型人才占比不足15%。这种供需失衡已成为制约电子商务行业高质量发展的关键瓶颈。因此，深入研究数字化转型背景下的电商人才培养模式，具有迫切的现实意义。

## 一、数字化转型对电商人才培养的影响

### （一）数字化转型的内涵与特征

数字化转型是通过科技与信息技术手段实现传统业务模式与过程向数字化业务模式与过程转变，从而提升企业效益，降低成本，增强竞争力。技术的飞速进步是其核心动力。新兴技术如云计算、人工智能、物联网和区块链正在改变企业的运营策略。云计算助力企业迅速部署和扩充IT资源，而人工智能则助力企业从大量数据中提炼出深入的洞察。在数字化转型过程中，始终将客

户放在首位，强调客户体验的重要性，并视数据为企业核心资产。企业可利用大数据分析、人工智能和机器学习技术，从海量数据中筛选出有价值的信息，辅助决策过程。业务流程自动化是一个显著特点，利用RPA等先进技术可显著提高运营效率。例如，某银行采用RPA技术实现了贷款审批流程的自动化，从而大幅减少了处理所需时间。此外，组织结构还需具备足够灵活性以适应不断变化的环境，同时高度重视安全性和隐私保护，确保企业在转型过程中严格遵循相关法律法规，维护客户与员工的隐私信息。

### （二）数字化转型对电商行业的影响

数字化转型对电商行业影响深远。技术进步带来的机遇，如大数据、云计算、人工智能等技术的应用，提升了电商企业的运营效率和服务质量。消费者购物习惯从线下向线上转移，电商平台成为主要购物渠道，且消费者对商品信息的获取更依赖网络，促使搜索引擎优化和内容营销成为重要营销手段。数字化转型不仅能直接促进电商交易额增长，还可通过智能化投资水平间接驱动，企业加大转型强度会倾向于增加智能化投资，通过智能供应链管理、精准营销等方式促进交易额提升。此外，移动互联网的发展使电商企业更便捷地触达消费者、扩展市场边界，社交媒体和内容平台的兴起改变了营销策略，电商平台通过提供丰富商品信息、智能推荐、加强售后服务等方式提升消费者体验。同时，电商行业需强化数据安全，应对数据泄露问题。

### （三）数字化转型给电商人才培养带来的挑战与机遇

数字化转型为电商人才培养带来了挑战与机遇。挑战主要体现在技能、工作方式和创新能力方面。在转型

**基金项目：**本文系2024年湖北职业技术学院校级课题“数字化转型背景下高职院校社群运营课程改革研究”（课题编号：2024A08）的阶段性研究成果

推进的背景下，电商行业面临的技术要求与业务创新压力越来越大，传统电商人才仅具备基础操作技能已远远不够，需在数据分析、人工智能等领域延伸能力；在大数据应用、区块链等新兴技术领域，现有教育和培训体系难以满足多元化和深度化的需求，导致传统电商人才面临技能落后和适应困难的问题。与此同时，工作方式由传统的操作模式转向智能化、自动化、数字化，电商人才应学会在灵活、分散、跨地域等多种环境下进行协作与管理，这对缺乏相关经验的专业人士带来较大的适应压力。另外，随着市场竞争日益激烈，电子商务专业人士需要具备更强的创新思维和问题解决能力。

潜在的机遇涵盖提升竞争力、跨领域技能发展以及高收入机会等方面。全球化与数字化使得跨国公司与国际市场对高端电商人才的要求越来越高，为其提供了更广阔的发展空间与竞争力。数字化转型突破产业与学科边界，催生跨界人才需求。同时，人工智能、大数据的应用使得高技术含量职位增多，精通前沿技术、创新能力强的电商人才获得高薪机会的可能性也越来越大。

## 二、当前电商人才培养现状分析

目前电商人才的培养已取得一定成效，但也暴露出不少问题。随着电子商务行业的持续壮大，社会对电商专业人才的需求不断增加。《2012中国电子商务人才状况报告》揭示了多数企业面临的招聘压力，特别是在2012年4月2日至18日这段时间内，所有电子商务职位的需求量高达88870条。但高校电商人才的培养与企业需求出现脱节现象。部分高等教育机构在课程设计上不合理，过分强调理论知识，忽视实际应用。传统电子商务理论课程占比较高，而数据分析和数字营销等新兴学科比例相对较低，难以满足行业实际需求。实践教学环节明显不足，实践内容和方式较为单一，主要依赖模拟实验，缺少真实电商项目实践经验，导致学生在实际操作中难以提升能力。学校与企业之间的合作关系不够紧密，主要合作形式为学生实习，在课程设计和教材编纂等领域的合作则较为欠缺，导致资源共享和各自优势无法充分发挥。此外，师资队伍建设和有待加强，多数教师实践经验不足，影响学生掌握实际电商操作技能与经验，也制约了电商人才培养质量的提升。

## 三、数字化转型背景下电商人才培养模式构建要点

### （一）培养目标定位

数字化转型背景下，电商人才培养目标的定位需契合行业发展趋势与企业实际需求。在全球化和数字化进程加速的当下，跨境电商已成为全球贸易的重要组成

部分，相关岗位就业机会快速增长，对电商人才提出新要求。

电商人才应具备“外语沟通+跨境运营+数据分析+合规风控+文化洞察”的复合型能力结构。这意味着不仅要掌握扎实的电商专业知识，如电商运营、数字营销、数据分析等，还需具备创新思维、国际化视野和跨文化交流等软性能力。在专业技能方面，要能够熟练运用电商平台进行业务操作和管理，掌握数据分析工具，为企业决策提供支持；在软性能力方面，要具备良好的外语沟通能力，能够与不同文化背景的客户和合作伙伴有效交流，同时了解不同国家和地区的法律法规及文化差异，确保企业合规运营。

此外，培养目标还应关注电商行业的未来发展趋势。随着AI技术的不断突破，跨境电商的自动化程度和平台智能化水平将不断提高，电商人才需紧跟技术发展步伐，具备运用新兴技术解决实际问题的能力。通过明确此类培养目标定位，可为电商人才培养指明方向，提升人才培养的针对性和实用性，为电商行业培养更多适应数字化转型需求的高素质复合型人才。

### （二）课程体系建设

数字化转型背景下，电商专业课程体系建设需紧密贴合行业需求与发展趋势。课程体系应涵盖多方面内容。基础课程方面，要为学生筑牢经济、管理等领域的理论根基，使其对电商运营所处的宏观环境与基本原理有清晰认知。专业核心课程则聚焦电商核心业务，如电商运营管理、数字营销等，让学生掌握电商业务的操作流程与营销策略。

随着跨境电商的蓬勃发展，相关课程不可或缺。应设置如“跨境电商综试区政策解读”“海外仓数字化管理”等课程，使学生了解跨境电商的政策环境与特殊运营模式，提升其在国际市场的业务操作能力。

实践技能课程也是重点。直播电商与运营、短视频策划与制作等前沿课程应融入新技术、新形态，让学生紧跟行业潮流，掌握实用操作技能。商务数据分析与应用类专业课程需聚焦大数据分析工具应用、企业数据化决策等技能强化方向，培养学生运用数据驱动决策的能力。

同时，课程体系要定期评估与优化。结合行业需求、学生反馈与教育发展趋势，及时调整课程内容与教学方式，确保课程体系的科学性与实用性。例如，根据市场对新兴电商模式的需求，及时更新相关课程案例与教学内容，实现人才培养目标与行业需求的有效对接，为电商行

业培养具备扎实理论基础与较强实践能力的专业人才。

### （三）校企合作机制

数字化转型背景下，构建有效的校企合作机制对电商人才培养至关重要。在合作模式上，可借鉴广东省外语艺术职业学院与珠影集团的合作方式，校企共同投资创排项目，演出收益按比例分配。学校将部分收益用于教学资源建设，如助力建成广东省内首个电影音效实训中心；企业获得经济回报，学生则通过参与项目锻炼能力，不少学生还能获得实习留用机会。

建立利益共享与风险共担机制是维系校企合作长效运转的核心。在合作协议中需清晰界定知识产权的归属、使用及利益分配方式，明确研发风险、市场风险等各类风险的承担主体和分担比例，通过合理的利益捆绑和风险分散，使双方成为真正的利益共同体。常态化沟通与高效协调机制也不可或缺，应建立多层次、常态化的沟通渠道，如定期联席会议、项目进展通报会等，及时解决合作中出现的问题；设立专门的协调机构或联系人，负责合作项目的日常管理、进度跟踪和资源调配，确保合作顺畅高效。

此外，还应确保双方在核心利益诉求上达成共识，将短期项目合作与长期发展愿景相结合，避免因目标不一致导致合作中途终止。如大唐海南公司与海南大学启动复合型人才培养计划，通过点对点培养，让学生提前适应岗位，节省企业人力成本，实现学校与企业的双赢。

### （四）师资队伍建设

数字化转型背景下，电商人才培养的师资队伍建设是一项系统性工程，需多措并举提升教师综合能力以适应行业需求。在师资结构优化方面，高校可通过兼职教师聘用和专职教师企业践习等机制，加强教师与企业专家的联络沟通。引进既具行业背景又有博士学位的海外青年教师，为师资队伍注入新鲜血液，如某中心已引进2名此类教师。同时，吸引企业兼职教授和一线专家加入，他们工程经验丰富、理论水平较高且熟悉人才培养规律，能为人才培养框架、课程体系建设等提出建设性意见。

培养“双师型”教师也至关重要。开展青年教师岗前培训，使其接受工程实践训练，培养既掌握学科与教育理论又具备实践经验的教师。还可通过与企业联合开展研究、开发和成果转化等深层次合作，促进工程教育改革，提升教师实践能力，同时也为企业技术攻关和科研提供便利。在教师激励与发展方面，要完善师德师风

长效机制，推行绩效考核与精神激励相结合的方式，激发教师创新活力。建立教师职业发展中心，为教师提供多元化培训与发展机会，根据教师需求与岗位要求制定个性化培训方案，增强培训的针对性与实用性。

从师资队伍整体状况看，应注重优化学历结构和职称结构。如某中心45周岁以下人员占比较高，博士研究生及副高级以上职称比例明显提高，学历和职称结构得到优化。教师在科研和教学方面也取得显著成果，获得多项国家和省级项目，发表众多论文，授权多项发明专利，荣获多项科技与教学奖项，为培养具备实践创新能力的卓越人才提供了有力支撑。

### 结论

在数字化转型大潮中，电商行业得到蓬勃发展，电商人才需求持续攀升，电商人才培养模式的优化势在必行。当前电商人才培养中存在课程脱离行业需求、实践环节不到位、校企合作不够密切、师资队伍建设和亟待加强等问题，制约了电商人才培养质量的提升。在此背景下，应构建科学、合理的电商人才培养模式：明确人才培养目标定位，培养具有专业能力、创新能力、实践能力、团队协作能力以及国际视野等素质的复合型人才；优化后的课程体系应覆盖专业基础、核心课程、实践课程以及跨学科与创新创业内容；加大校企合作力度，在共建实践基地、联合研发课程教材和师资交流方面实现资源共享；加强师资队伍建设，引进具有丰富实践经验的教师，并对教师开展持续培训与进修。

### 参考文献

- [1] 马迪. 农村电商背景下粮食产业发展路径探究[J]. 农业技术与装备, 2025, (07): 78-79+82.
- [2] 许开丽. 企业数字化转型背景下电商专业“双创”人才培养机制与模式探索——以兰州石化职业技术大学电子商务专业为例[J]. 商场现代化, 2025, (09): 27-29.
- [3] 徐姝婷. 数字化转型背景下高职电商人才培养模式研究[J]. 船舶职业教育, 2025, 13(02): 44-47.
- [4] 皮晓慧. 数字化转型背景下电子商务企业的市场竞争力构建与创新策略研究[J]. 现代商业研究, 2024, (23): 74-76.
- [5] 赵劼. 产业数字化转型背景下电商人才培养模式研究[J]. 成才之路, 2024, (12): 13-16.