

产教融合视角下直播电商人才的培养实践研究

华进 牟聪颖

重庆电力高等专科学校

DOI:10.12238/er.v7i6.5160

摘要：在教育与产业深度交融的背景下，伴随直播电商崭新的市场契机，众多高等教育机构积极响应，将电商直播人才培养视为关键抓手。直播电商作为电子商务的新潮流，不仅推动了乡村经济的振兴，还在企业革新升级过程中扮演了重要角色。本文立足于产教融合的理念，深度剖析直播电商教学实践中遇到的挑战，并对直播电商相关课程进行深入探究和实践操作，目标在于培养专业的直播电商人才，实现教育与产业的无缝对接。

关键词：产教融合；直播电商；人才培养

中图分类号：G71 **文献标识码：**A

Research on the Cultivation Practice of Live Broadcast E-commerce Talents from the Perspective of Integration of Industry and Education

Jin Hua, Congying Mou

Chongqing Electric Power College

Abstract: In the context of the deep integration of education and industry, along with the new market opportunity of live broadcast e-commerce, many higher education institutions have responded positively and regarded the cultivation of e-commerce live broadcast talents as a key starting point. As a new trend of e-commerce, live e-commerce not only promotes the revitalization of the rural economy, but also plays an important role in the process of enterprise innovation and upgrading. Based on the concept of integration of industry and education, this paper deeply analyzes the challenges encountered in the teaching practice of live broadcast e-commerce, and conducts in-depth exploration and practical operation of live broadcast e-commerce related courses, with the goal of cultivating professional live broadcast e-commerce talents and realizing the seamless connection between education and industry.

Keywords: Integration of industry and education; Live e-commerce; Talent development

引言

2020年，国务院办公厅推出了具有里程碑意义的官方文件，编号为国办发〔2020〕16号，特别强调了直播销售在满足消费者个性化需求方面的潜力。该政策鼓励外贸企业创新运用数字化手段，如网上零售、直播带货以及多元化的线上体验平台，以推动线上线下商业的深度融合。到2021年12月，中国电商直播用户数量激增，达到了3.88亿，相较于2020年初实现了惊人的39%增长。全球大环境影响下，国内市场的繁荣，尤其是社交媒体的蓬勃发展，催生了跨境贸易与社交媒体的深度联姻，催生了新的跨境电商直播服务。中国电子商务市场展现出前所未有的活力，预估将突破千亿元大关。直播电商作为新兴消费模式，其规模急剧膨胀，而直播扶贫也逐渐占据主导地位。随着政府对直播行业的全方位介入，直播的触角正逐步延伸至各个领域，展现出了广阔的前景。

一、直播电商人才培养背景分析

（一）直播电商的兴起

在电商行业的演变历程中，直播电商的出现堪称一个重要转折点。随着移动通信技术的飞速发展和数字媒体环境的蓬勃发展，直播电商巧妙地融合了视频直播的直观魅力与电子商务的高效商业模式，开创出一种新颖独特的消费模式。在直播电商的平台上，商品展示不再受限于静态图片，而是通过实时视频让观众亲历商品的细节和使用场景，主播与消费者的即时互动更是增强了消费者的参与感和信任度，从而提升了购买决策的精准度和购物过程的趣味性。直播电商的崛起不仅革新了消费者的购物方式，赋予他们前所未有的便捷与乐趣，同时对电商领域也产生了深远影响。

（二）人才需求现状

据《2020中国农村电商人才现状与发展报告》预测，到2025年，我国农村电商领域的人才短缺将达到惊人的350万之众。艾媒咨询的最新报告显示，直播行业的人力需求在未来几年将持续攀升，预估2022至2025年间将达到2184.18万人，其中缺口预计将超过1500万人^[1]。尽管直播用户的增长势头强劲，但人才供需之间的不平衡问题依然突出，无论

在数量还是专业素质上都面临着严峻考验。电商直播的崛起不仅带来了前所未有的发展机遇，也对教育机构特别是技工院校的电商人才培养提出了新的要求和挑战。可以说，培养适应新时代的电商直播人才，已经成为推动这一行业持续发展的重要使命，为技工院校的教学革新和人才培养提供了广阔的舞台。

二、产教融合视角下直播电商人才培养现状

（一）缺乏电商直播人才培养标准

尽管电子商务直播领域的入门条件相对宽松，但它对从业人员的全面素养和专业技能有着严格的标准。高职院校教师普遍欠缺实际直播操作经验，仅凭学校的力量往往难以培养出卓越的电商直播人才^[2]。

（二）从业人员专业素养有待提高

由于行业的开放度较高，主播群体的素质参差不齐。部分主播为达成销售目标，采取不正当手段，如夸大其词地推销低质量产品，误导消费者；有的以低价竞争的方式扰乱市场规则；更有甚者，用粗鄙的言辞和低级的内容博取关注，传播消极的价值观念和消费理念。这些行为不仅阻碍了电商直播行业的健康发展，也对网络文化建设带来了负面影响，并引发了诸多法律争议，包括侵犯版权、隐私权以及数据欺诈等问题。售假、虚假广告和“购买粉丝增加流量”等不良现象频繁发生，严重侵蚀了行业生态环境。据统计，2021年，全国12315平台接收的新消费投诉举报中，涉及直播销售的高达10.3万件，占比高达83.7%。鉴于农村电商直播从业者普遍缺乏必要的专业技能和法规知识，急需通过培训或教育来改善这一状况。

（三）产教融合力度不足

自十九大以来，政府已发布五项职业教育相关政策，产教结合的理念逐步深入人心。尽管如此，我国在深化产教融合方面仍面临产业根基和体制障碍的挑战。在实践中，一些企业将学生视为低成本劳动力，缺乏应有的责任承担，这直接影响了学生的实习成效。此外，鉴于实习生身份，某些企业出于自身发展考量，并不倾向于让学生全面参与电子商务人才的培养过程。这种情况持续下去，会导致学生实践经验的匮乏，同时也不利于企业获取优质人才。产教融合的核心目标在于培育人才，企业在此过程中扮演关键角色，需积极与学府协作，将教育融入其年度战略规划^[3]。

三、产教融合视角下直播电商人才的培养实践路径

（一）深化校企合作，构筑多元实习平台

创建产学研一体的创新与创业协作平台，以及全方位媒体融合教育基地。依托企业的独特资源，将实际商业项目植入校园，形成常态化的实战演练环境，构建一个集“实时互动+课程设计+实战演练”于一体的直播电商教育与产业融合

中心。在此背景下，设立创新孵化空间，为学子提供多样化的技能训练空间，使理论与实践紧密结合。

为了推动经济进步，丰富课程体系，并确保学生的定向就业，高职院校可与企业签订电子商务专业合作协议，协议涵盖直播室搭建、实操演练、视频编辑及推广策略等内容，让学生在校期间就能亲身体验真实的工作场景，提升他们的实践能力并积累社会经验。这种合作模式双向推进：一方面，企业专家与高职院校教师协同教学，增强学生的实践经验；另一方面，企业导师不仅传授实战案例，还把项目理念融入教学，引导学生迅速融入项目实施。高职院校教师则需深入了解企业项目，作为引导者，协助学生自主将理论与实践相结合。企业导师以其对行业深入的理解，以问题驱动教学，量身定制培养方案，从而打破校企界限，打造能满足学生实战需求的优质实践基地^[4]。

（二）顺应企业需求，塑造专业专才

随着社会对人才规格的精细化要求，企业愈发强调学生的实践能力。因此，在产教融合的框架下，课程设定应紧跟经济潮流，精准对接企业的用人需求，实现理论与实践的无缝衔接。新时代的产教融合强调高职院校与企业资源的深度融合，通过共建科研创新平台，企业为高等教育注入新鲜动力，推动“学以致用”和“做中学习”的双向互动，构建校企互助共赢的共生格局。

比如，高职院校与企业共同实施的双轨教学模式，如京东售后服务的专业培训，以及电商行业“技能+创新+竞争”的综合训练，采用校企双导师制度，培育出具备高技能、创新思维和职业道德的复合型电商高端人才。在网络策略设计上，企业不再仅关注视觉效果，而是深度整合线上线下资源，促使线下实体营销与线上无缝融合，从而降低成本，提高效益。这要求专业人才具备精细操作的能力，而这是普通技术人才所难以企及的。为此，学校和企业应鼓励学生亲手搭建网站，将理论知识转化为实际操作，通过不断地实践与反思，提升专业技能和解决问题的能力。

（三）竞赛驱动教学，构建考核评价体系

如今，各类创新创业活动如雨后春笋般涌现，其涵盖内容日益丰富且富有创新精神，这为在校学子提供了宝贵的学习机会。诸如“挑战杯”、“互联网+”创业创新大赛，以及电子商务、跨境贸易、直播管理、商务数据解析、创业创新技能等多元化的赛事，为学生们搭建起从理论到实践的桥梁，帮助他们探索职业道路并发现自身潜力^[5]。

随着电商领域的新趋势，如短视频营销和直播的崛起，传统电商技能大赛中的客户服务部分逐渐转向直播运营。为此，教学实践紧跟市场步伐，引入先进的直播模拟实训设备，并在直播过程中融入思政元素，确保遵守国家法规，保障直播环境的安全、稳定和有效。电商行业的成功并非单一因素

决定，它涉及心理素质、个人兴趣和实际操作技巧等多种元素，因此，通过竞赛驱动的教学方式显得尤为关键。在校园内，教师需扮演全方位的指导者角色，构建一个全面的评价框架。评价不仅要关注学生的整体表现，还要从不同角度进行多维度评估，对学生的每个环节和项目都给予细致地反馈，包括指出可能存在的问题或不足。鼓励学生保持创业的热情，帮助他们明确自我定位，掌握资源管理能力。把这些竞赛视为从象牙塔步入社会的实战演练，要给予学生足够的信心和激励，通过多样化的评价手段，将传统的量化指标转变为全面的评价体系。

（四）企业角色重塑，深化产学研合作

作为产教融合的关键参与者，企业应积极扮演推动者的角色，主动接纳教育改革。面对社会发展的需求和企业的人力短缺，企业应革新理念，将人才培养视为核心策略，与高等教育机构建立稳固的伙伴关系。通过推动电子商务的深度融合，构建完整的产业链，为企业和社会输送高质量的电商专业人才。随着直播电商的崛起，企业应积极拓展地域合作，设立实践基地，以此推动行业全面进步。提升电商和跨境电商专业的社会服务效能，能强化学校在企业电商发展中的指导地位，更好地服务社会。例如，与跨境电商平台合作时，对于需要英语流利主播的需求，企业可以选择专业服务商推荐，虽然费用较高，但能节省时间和资源，确保直播的高效启动。这些服务商通常由专业团队运营，积累了丰富的经验和成功的案例。相反，如果企业自行寻找，如海外留学生、华裔、英语教师等，尽管成本较低，但他们可能缺乏直播经验和技能，需要额外投入时间和精力进行培训，不确定性的试错成本不容忽视。为了应对服务商成本高和内部人才经验不足的问题，企业应与高职院校合作设立定向人才培养基地，既能保证人才的专业素质，又能持续供应所需的熟练劳动力，形成双赢局面。

（五）组织创业实践活动，鼓励学生积极参与

自2020年以来，一股创业热潮在大学生群体中兴起，国家积极推出激励政策，高等教育机构也响应潮流，增设了实战型创业课程，并引入了创新的教学工具——沙盘模拟，

以点燃学生的创新火花。为了使这种模拟创业体验能无缝衔接社会实际，政府、企业及学校应携手合作，设计一种机制，让学生通过模拟项目（如商业智能软件的应用）获取真实资源的使用权。这样既能推动就业，也能通过严格的评估环节，提升学生创业项目的可行性，从而提高其成功率。为了进一步降低大学生创业的门槛，政策制定者和金融机构联手，提供了优惠的创业贷款服务，减轻了资金压力。

四、结语

在产教融合视角下，直播电商人才的培养实践研究为现代教育和产业发展提供了新的路径。通过校企合作，教育机构和企业共同制定培养方案，学生在掌握理论知识的同时，能够深入了解和适应直播电商行业的实际需求，不仅提高了学生的实践能力和就业竞争力，也为企业输送了符合市场需求的高素质人才。此外，产教融合的深入推进，有助于缩短教育与产业之间的鸿沟，推动教育体系的现代化和产业升级，这种协同培养模式将成为未来教育与产业紧密结合的重要趋势。

参考文献：

- [1]张杰宏,蔡丹妮."1+X"证书制度下中职直播电商教学思路探索[J].广东教育:职教,2023(3):124-125.
- [2]李婷婷.基于校企合作的中职直播电商实践教学探究[J].广东教育:职教,2023(11):99-100.
- [3]潘乐威,沈伟威.基于电商直播赛项为导向的项目化教学探索[J].教育研究,2022,5(3):34-36.
- [4]李雅野.高职院校直播电商课程的产教融合新模式探析[J].科技经济市场,2022(3):3.
- [5]杨宁.基于产教融合的高职跨境电商课程实训模式研究[J].租售情报,2022(7):192-194.

作者简介：

华进(1980-),女,重庆人,硕士,副教授,研究方向:互联网营销、整合营销、品牌塑造。

基金项目：

2023年重庆市职业教育教学改革研究项目“产教融合背景下“直播电商”课程教学质量提升研究”，编号：Z233121