

短视频营销，社群运营 ——中职电商直播带货策略探究

王斐

常州旅游商贸高等职业学校，江苏 常州 213000

DOI:10.61369/ECE.2025150019

摘 要： 本文着眼于中职电商专业教学里直播带货课程的发展困境，全面剖析教学体系、学生能力等方面存在的弊端，基于短视频营销跟社群运营相融合的视角，提出一套系统的教学优化举措，通过重新规划课程体系、强化实训教学环节、创新教学方法及开展全流程直播带货实训，意在提升中职电商专业学生直播带货的实际操作水平与职业素养，助力中职电商专业教学跟上行业需求步伐，为培育能适应电商直播行业发展的应用型人才提供实践参考及理论支持。

关 键 词： 中职教育；电商专业；直播带货；短视频营销；社群运营

Short Video Marketing and Community Operation: Exploration of Live Streaming Sales Strategies for E-commerce in Secondary Vocational Schools

Wang Fei

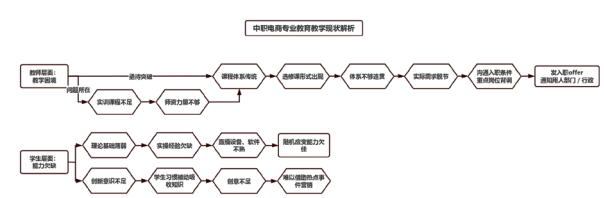
Changzhou Tourism and Business Higher Vocational School, Changzhou, Jiangsu 213000

Abstract： This paper focuses on the development dilemmas of live streaming sales courses in e-commerce major teaching of secondary vocational education. It comprehensively analyzes the drawbacks in aspects such as the teaching system and students' abilities. From the perspective of the integration of short video marketing and community operation, the paper proposes a set of systematic teaching optimization measures. By replanning the curriculum system, strengthening practical training teaching links, innovating teaching methods, and carrying out full-process live streaming sales practical training, it aims to improve the practical operation skills and professional quality of secondary vocational e-commerce major students in live streaming sales. This helps the teaching of secondary vocational e-commerce major keep up with the pace of industry demands and provides practical reference and theoretical support for cultivating applied talents who can adapt to the development of the e-commerce live streaming industry.

Keywords： secondary vocational education; e-commerce major; live streaming sales; short video marketing; community operation

在互联网经济快速拓展的当下阶段，电商直播带货已成为消费市场的关键模式，引出了庞大的人才需求，中职院校作为培养应用型技能人才的关键阵地，肩负着为电商直播行业输送基层从业者的重任，现阶段中职电商专业教学在直播带货课程建设事宜上，跟行业发展的速度出现脱节现象，教学内容、实训模式等难以契合行业对复合型人才的要求，学生在短视频营销策划、直播场景运营、社群用户维护等核心技能上暴露出明显短板，研讨以短视频营销与社群运营为核心的中职电商直播带货教学手段，对提高中职电商专业教学质量、增强学生在就业市场的竞争力有重要现实意义^[1]。

一、现状剖析，找准症结



（一）教学困境，亟待突破

1. 课程体系滞后，内容陈旧

现今中职电商专业的课程体系还是沿用传统电子商务教学框架，直播带货相关课程大多是采用选修课形式出现，缺少体系的连贯，课程内容把基础理论讲解作为侧重，对短视频脚本创作、直播流量运营、社群裂变营销等前沿知识的涉及范围较窄，某些院校的直播课程仍把传统商品介绍话术训练作为主要内容，未把当下热门

的短视频引流、直播间互动玩法等内容引入教学里，造成学生所学知识与行业实际需求显著脱节，课程规划上理论课时的占比实在太高，实践课程的数量欠缺，较难培养学生的实际操作能力^[2]。

2. 实训条件不足，场景单一

实训教学是中职电商专业培养学生实操能力的核心环节，但不少中职院校在直播带货实训建设里存在突出短板，校内实训基地设备陈旧落后，没有专业的直播设备、灯光的场景设置及多平台模拟运营系统，学生仅仅可以进行简单的商品陈列展示与基础话术的操练。^[3]实训场景仅设置在教室或简易直播间，没法还原电商直播的真实工作环境，诸如直播间流量突然猛增的应急举措、多平台联合营销等复杂状况难以模拟，校外实训合作搞形式主义，企业参与的积极性欠佳，学生不易接触到真实的电商直播项目，实训效果明显变差。

（二）学生短板，制约发展

1. 理论基础薄弱，理解困难

中职学生一般文化根基相对薄弱，在进行电商直播相关知识学习时，碰到理解上的难题，就市场营销学、消费者行为学等基础理论而言，由于没有知识储备与生活经验的支撑力，学生把抽象理论和实际直播带货场景结合起来有障碍，处于学习市场定位理论的阶段，学生无法精准分析出不同消费群体的需求特点，造成在直播选品与营销策划方面缺乏针对性，理论知识功底弱，同样影响了学生对直播带货行业发展态势的认知与掌控，对其职业发展潜力造成限制^[5]。

2. 实操经验匮乏，技能生疏

缘于实训教学欠缺，中职电商专业学生在直播带货实操技能上体现出明显欠缺，学生对调试直播设备、运用短视频拍摄与剪辑软件不太熟练，直播时容易出现画面卡顿、声音失真这类技术问题，在直播话术设计方式、直播间互动技巧范畴等方面，学生多数停留在模仿层面，缺少个性化展现与随机应变能力，不易吸引观众目光、促进商品转化，就社群运营当中的用户拉新、留存与转化策略而言，学生更欠缺实践的相关经验，不能高效利用社群资源促进直播带货^[4]。

3. 创新意识不足，思维局限

因传统教学模式产生的影响，中职学生在电商直播学习的阶段里，习惯于被动接纳知识，欠缺主动摸索与创新意识，在短视频创意规划、直播营销方案设计等阶段，学生大多沿袭旧制，很难拿出新颖独到的创意，在开展短视频创作的阶段，多数采用简单的商品展示样式，欠缺剧情的合理设计与情感共鸣；^[6]在进行直播营销活动策划上，原封不动采用传统促销手段，未能结合热点事件及流行文化开展创意营销，这般思维所存在的局限，让学生在竞争相当激烈的电商直播行业里，难以鹤立鸡群。

二、策略创新，赋能教学

（一）重构课程体系，夯实基础

1. 优化课程设置，理实融合

打破传统课程既定的设置模式，构筑以直播带货为核心的模

块化课程体系，课程分为基础理论、短视频营销、直播运营、社群运营和综合实训这几个模块，各模块彼此相连，循序渐进发展，增加实践课程的占比，保障理论与实践课时比例达到1:1.5。^[7]往基础理论课程中融入直播带货行业的发展趋向、平台规则剖析等内容；在短视频营销模块配置短视频创意策划、拍摄剪辑、流量运营等课程；在综合实训环节开展全流程直播带货项目实操，实现理论知识与实践技能的深度交融。

2. 开发特色教科书，贴合需求

组织行业专家、企业技术骨干跟本校教师一道编写契合中职电商专业的直播带货特色教材，教材内容与行业实际需求紧密贴合，引入大批真实案例与项目工作，展现实用性与操作的可实施性，在短视频营销教材当中，细致讲解抖音、快手等主流平台的算法原理及热门视频创作窍门；在社群运营的教材里，介绍社群搭建、用户分层管理、裂变营销等实战招法，教材采用图文呈现与视频演示结合的形式，利于学生学习去理解，实施教材动态更新机制，按照行业发展形势及时调节内容，保障教材紧跟时代性^[8]。

（二）强化实训教学，提升技能

1. 搭建模拟平台，仿真操作

扩充实训设备的投入量，建设功能齐全的电商直播模拟实训平台，配备专业的直播器械，诸如高清摄像机、补光灯、声卡、麦克风等物，以及搭建直播场景所需的道具，给学生营造逼真的直播环境，采用电商直播模拟运营系统，对主流电商平台的直播带货流程进行模拟，涉及商品上架、直播间搭建、流量推广手段、订单处理办法等环节，学生于模拟平台上做全流程操作，熟悉直播带货的各道环节，掌握直播设备的运用技巧及平台运营方式，增进实际操作水平。

2. 引入真实项目，实战演练

进一步与电商企业开展合作，把真实直播带货项目引入课堂开展教学，跟企业一块儿制定项目任务书，明确学生在项目上的职责跟目标，学生分组针对企业产品开展短视频营销策划、直播带货运营及社群用户维护，企业提供产品实例、营销款项及技术扶助，在项目实施期间，教师偕同企业导师共同指导学生，及时处理学生遇到的难题，项目完结以后，按照销售业绩、用户反馈等指标对学生考核，助力学生在实战中积攒经验，增长解决实际状况的能力^[9]。

3. 创建直播基地，场景实训

在校内创建专业化的电商直播基地，构建多个风格多样的直播间，像美妆、食品、服装这类直播间，适应不同品类商品的直播要求，直播基地配属专业运营团队，承担起设备维修、平台管理与技术支持事宜，学生们结成小组，在直播基地开展常态化的直播实战训练，从挑选商品策划、布置直播间、进行直播主持到运营社群，全阶段自主去完成，依靠真实场景的反复实践，造就学生的团队合作水平、应变能力与职业素养，助力学生直播带货的实战水平上扬。

（三）创新教学方法，激发兴趣

1. 项目驱动教学，任务导向

采用项目驱动的教学办法，把课程内容解析成一个个符合行

业实际状况的直播带货项目任务,以“某品牌农产品直播带货”项目做个例子,学生得跟真实的电商运营团队一个样,实现前期短视频引流策划及直播间场景搭建目标,到中期设计主播话术,直至后期完成社群营销方案制定的全流程工作。在制定短视频引流方案期间,学生应深度分析农产品的受众对象,琢磨怎样凭借创意脚本抓住潜在客户;开始搭建直播间场景的时候,应结合农产品的特质,设计出可凸显产品自然原生态特色的布景,在实施项目的进程里面,教师不是直接把知识一股脑灌给学生,而是当学生面临选品定位模糊、营销渠道挑选棘手等问题时,恰当引导其查阅资料、分析实际案例,扶持学生自主摸索解决方式,此种教学法子,不仅提升了学生主动学习知识与技能的积极性,还让学生于模拟实战里锻炼了项目管理的能力,切实体会到团队成员分工明确、紧密配合对项目成功的重要价值。

2. 小组合作学习,协同创新

把学生恰当分组之后,以小组为单位开展多种多样的学习及实践活动,处于短视频创作任务期间,性格活泼、善于交流的学生承担对接模特、协调场地的工作;思维活跃、创意多多的学生专心把脚本写好;对剪辑软件操作拿手的学生承担后期制作事项。^[10]处于小组合作进程里,大概会出现创意上的分歧,就拿视频风格来讲,是采用搞笑风还是温情风意见有出入,这个时候教师会引导学生开小组会议,充分表达各自的主张,分析不同风格的利弊情形,最后形成共识看法,小组完成作品完毕后,按既定周期开展汇报展示活动,各小组轮流分享创作的思路、制作过程中出现的困难及解决手段,别的小组从专业范畴给出了建议,在相互的交流与竞争氛围里,学生的沟通表达能力出现显著提升,团队合作配合愈发默契,思维碰撞之际,创新灵感不断地涌出。

(四) 直播带货,全流程实训

1. 选品策略教学,掌握技巧

开设选品策略课程,系统讲解直播带货选品的原则、方法与技巧。教学内容包括市场调研方法、消费者需求分析、商品卖点挖掘、供应链管理等。通过案例分析与实践操作,让学生掌握如

何根据目标消费群体的特点选择合适的商品,如何评估商品的市场竞争力与利润空间。例如,组织学生对本地区特色农产品进行市场调研,分析产品优势与市场需求,制定选品方案。

2. 场景搭建指导,营造氛围

在直播场景搭建教学中,指导学生根据商品特点与目标受众,设计搭建个性化的直播间场景。教学内容涵盖直播间布局规划、灯光设计、背景装饰、道具使用等方面。例如,对于美妆产品直播,指导学生搭建温馨时尚的直播间场景,使用柔和的灯光突出产品质感;对于户外用品直播,打造充满活力的户外场景,增强观众的代入感。通过实践操作,让学生掌握直播间场景搭建的技巧,学会利用场景营造氛围,提升观众的观看体验与购买欲望。

3. 主播话术训练,提升转化

开展主播话术专项训练课程,从直播开场话术、商品介绍话术、互动话术、促单话术等方面进行系统教学。通过案例分析、角色扮演、模拟直播等方式,让学生学习优秀主播的话术技巧,掌握如何吸引观众注意力、介绍商品卖点、解答观众疑问、促进商品销售。例如,组织学生观看头部主播的直播回放,分析其话术逻辑与表达方式,并进行模仿练习。

三、结束语

在电商直播行业蓬勃发展的背景下,中职电商专业教学面临着机遇与挑战。通过对当前教学现状的深入剖析,本文提出以短视频营销与社群运营为核心的中职电商直播带货教学策略,从课程体系重构、实训教学强化、教学方法创新及全流程直播带货实训等方面进行全面优化。这些策略的实施,有助于提升中职电商专业学生的直播带货实操能力与职业素养,推动中职电商专业教学与行业需求深度融合。未来,中职院校还需持续关注行业发展动态,不断完善教学策略,为电商直播行业培养更多高素质应用型人才,助力中职电商专业教育高质量发展。

参考文献

- [1] 殷顺声. 中职电商创新创业教育与农村电商融合发展策略 [J]. 农村科学实验, 2025(9).
- [2] 金频生. 用“七个坚持”引领中职电商专业“岗课赛证”融合体系 [J]. 上海商业, 2023(3):59-61.
- [3] 胡佳琦. 电商专业跨境电商方向“三阶段递进式”教学实践探索 [J]. 职业教育(上、中旬), 2019, 018(008):58-60.
- [4] 王佳红. 构建中职电商专业“电商+直播”教学模式的研究 [J]. 广西教育, 2022(29):4.
- [5] 王璐. 跨境电商直播带货模式的国际传播效应与优化策略 [J]. 经营管理者, 2025, (03):73-75.
- [6] 邓琳佳. 电商直播带货营销的机理、困境与策略 [J]. 潍坊工程职业学院学报, 2022, 35(06):44-48.
- [7] 薛豆豆. 基于电商平台的直播带货营销策略研究 [J]. 商场现代化, 2023, (06):40-42.
- [8] 黄梦喆, 杨红兰. 直播带货模式对跨境电商的机遇、挑战及策略 [J]. 岭南师范学院学报, 2023, 44(04):46-52.
- [9] 王璐. 跨境电商直播带货模式的国际传播效应与优化策略 [J]. 经营管理者, 2025, (03):73-75.
- [10] 王家兴. 直播带货背景下电商平台与直播平台合作策略研究 [D]. 东北大学, 2022.001898.