

AIGC 时代背景下高职院校跨境电商创新创业人才培养模式研究

陈小近

浙江金融职业学院 国际商学院, 浙江 杭州 310018

DOI: 10.61369/VDE.2026020040

摘 要 : 在 AIGC 技术快速发展并深度融入跨境电商业务流程的背景下, 行业对创新创业型人才的能力结构提出了新的要求, 高职院校原有以操作技能为导向的人才培养模式面临转型压力。结合 AIGC 工具在内容生成、数据分析与运营决策中的应用实践, 构建以“能力重构、课程重组、教学重塑、协同育人”为核心路径的创新创业人才培养模式。

关 键 词 : AIGC; 课程体系; 创新创业; 数据驱动

Research on the Training Model of Innovative and Entrepreneurial Talents in Cross-Border E-commerce in Higher Vocational Colleges under the AIGC Era

Chen Xiaojin

School of International Business, Zhejiang Financial College, Hangzhou, Zhejiang 310018

Abstract : Against the backdrop of the rapid development of AIGC technologies and their deep integration into cross-border e-commerce business processes, the industry has put forward new requirements for the competency structure of innovative and entrepreneurial talents, posing significant challenges to the traditional skill-oriented training models in higher vocational colleges. On this basis, drawing on the practical applications of AIGC tools in content generation, data analysis, and operational decision-making, the paper constructs an innovative and entrepreneurial talent training model centered on the pathway of "competency reconstruction, curriculum restructuring, teaching reform, collaborative education."

Keywords : AIGC; curriculum system; innovation and entrepreneurship; data-driven

一、职业院校培养创新创业型跨境电商人才的重要意义

(一) 顺应经济转型与产业发展, 适应跨境电商新趋势

随着我国经济结构转型升级、“一带一路”倡议推进及对外贸易自由化水平提升, 跨境电商产业蓬勃发展, 市场规模持续扩大。进入 2025 年, 全球经济的不确定性持续加剧, 经合组织预测, 2026 年全球经济增长将放缓至 2.9%。但与宏观环境形成对比的是, 跨境电商 2026 年至 2035 年的复合年增长率预计将高达 18.7%, 远超此前几年的平均水平。这意味着, 市场没有消失, 只是增长方式发生了变化。《“十四五”规划建议》中提出“促进外贸提质增效, 加快建设贸易强国; 推动市场多元化和内外贸一体化, 优化升级货物贸易, 拓展中间品贸易、绿色贸易, 推动进出口平衡发展; 大力发展服务贸易, 鼓励服务出口, 完善跨境服务贸易负面清单管理制度, 提升服务贸易标准化水平^[2]。

(二) 国内外研究现状述评

国内关于跨境电商人才培养的研究成果丰硕, 学者们普遍认同跨境电商人才需要具备“外语 + 外贸 + 电商”的复合能力^[3]。随着 AIGC 技术的兴起, 已有部分学者开始关注人工智能对教育

的影响, 但研究多聚焦于 AIGC 在教育教学中的应用 (如辅助教学设计、个性化学习等), 而针对 AIGC 如何重构特定行业的人才需求, 进而如何倒逼职业教育人才培养模式系统性变革的研究尚处于起步阶段, 缺乏深入、系统的探讨。

二、AIGC 时代跨境电商行业变革与人才新需求

(一) AIGC 正在从三个层面重构跨境电商产业链。

首先, 运营流程的智能化。传统的选品、文案、客服、营销等环节高度依赖人工经验和创意, 效率瓶颈明显。其次, 内容生产的平民化。过去高质量的营销内容需要专业团队制作, 成本高昂。AIGC 降低了内容创作的门槛, 使中小企业甚至个人卖家也能产出专业级的多媒体内容, 实现了营销内容的规模化、个性化和实时化。最后, 决策支持的数据化。AIGC 能够整合并分析海量的市场数据、用户评论和竞品信息, 生成具有洞察力的市场分析报告和运营优化建议, 帮助卖家从“凭经验拍板”向“数据驱动决策”转变。行业变革直接导致岗位能力要求的迁移与升级。这一变化直接导致跨境电商岗位能力结构的迁移与升级, 即部分传统技能被弱化甚至替代, 同时新的复合能力成为岗位核心要求。

基金项目: 浙江省教育厅高职教育“十四五”第二批教学改革项目“数智时代高职院校跨境电商创新创业人才培养模式研究”(项目编号: jg20240158)。

核心岗位能力模块	传统岗位能力需求	升级后的岗位能力需求
平台运营专员	熟练操作 Amazon、eBay、AliExpress 等跨境电商平台； 熟悉商品上架流程、订单处理、物流设置； 掌握基本的后台运营规则。	熟练使用 AIGC 工具进行内容生成； 掌握 Prompt Engineering（提示词工程）技能； 能够利用 AI 进行商品描述生成、关键词优化与广告文案设计； 理解 AI 生成内容的质量控制与优化方法。
电商视觉设计专员	熟练使用 Adobe Photoshop； 能够进行简单产品图片处理； 制作基础的产品详情页。	能够利用 AI 工具生成产品场景图、营销海报与广告素材； 设计符合不同国家消费者审美的视觉内容； 在 AI 生成素材基础上进行二次优化与品牌风格统一。
内容营销专员	撰写产品描述； 回复客户英文邮件； 编写促销活动文案。	利用 AI 生成商品标题、产品卖点与广告文案，并进行人工优化； 根据不同市场文化特点对 AI 生成内容进行本地化调整； 在社交媒体与电商平台构建品牌内容体系。
数据分析专员	选择产品关键词； 判断市场需求； 制定促销策略	能够利用数据工具分析销售数据、用户行为与广告转化率； 借助 AI 分析市场趋势与消费者需求； 将复杂数据转化为可理解的运营决策依据。
客服专员	客服回复； 处理投诉，纠纷及退换货。	处理复杂客诉、分析客户情绪数据；并利用 AI 分析工具洞察用户需求，反哺产品和运营策略。

表1

（二）新质生产力背景下对复合型技术技能人才的需求逻辑

AIGC 作为新质生产力的典型代表，对劳动力的素质提出了更高要求。高职院校培养的跨境电商人才，必须从过去的“工具人”转变为能够驾驭工具的“智慧人”。其核心逻辑在于，AIGC 替代的是“技能”，但无法替代“能力”。批判性思维与决策能力，面对 AI 生成的方案和数据，能够进行独立思考和价值判断，不盲从，做出符合商业逻辑和伦理的决策。跨文化沟通与创新能力，理解不同市场的文化差异，在 AI 生成的标准化内容基础上，注入具有温度的人文关怀和创新性的商业洞察。综合技术应用能力：不仅要懂跨境电商专业知识，还要懂一点数据分析、懂一点 AI 技术逻辑，成为“懂技术的运营”和“懂业务的 AI 使用者”。

三、高职院校跨境电商人才培养现状与问题诊断

（一）当前高职跨境电商人才培养模式的主要类型

目前，高职院校跨境电商人才培养模式大致可分为三类：一是“学科导向型”，侧重理论知识的系统传授，课程设置模仿本科院校，实践环节薄弱；二是“技能竞赛导向型”，以各类职业技能大赛为指挥棒，训练内容围绕赛项展开，技能点相对单一；三是“校企合作订单班型”，与企业合作，针对特定企业需求进行培养，就业导向明确，但培养规模有限，且易受企业波动影响。这些模式在过去的行业发展阶段起到了积极作用，但在 AIGC 时代，其局限性日益凸显。

（二）AIGC 时代冲击下现有培养模式面临的挑战

在跨境电商行业加速迈向智能化与数据化发展的背景下，一些高职院校跨境电商专业的人才培养目标与行业实际需求之间逐渐出现一定程度的不匹配。部分培养方案仍将掌握 Adobe Photoshop、Adobe Dreamweaver 等传统软件操作能力以及独立完成店铺页面装修作为重要培养内容。而在当前行业实践中，随着 AIGC 工具的广泛应用，自动生成商品文案、智能图片处理等功能已成为企业运营中的常见方式。在教学实施层面，传统以

教师讲授为主的课堂模式在一定程度上难以激发学生对新技术工具的探索兴趣，同时也不利于形成以真实项目为导向的实践学习环境。

（三）制约人才培养质量提升的深层原因分析

表面问题的背后，是更深层次的机制障碍。一是课程开发的滞后性，职业教育课程开发周期长，难以适应以“月”为迭代周期的 AI 技术发展。二是校企合作的浅层化，多数校企合作停留在共建实训室或接收实习生的层面，未能深入到共同开发基于 AI 的课程、共同开展师资培训、共同解决企业实际问题的核心层面。三是评价体系的单一化，仍以传统的笔试和操作考核为主，无法衡量学生利用 AI 工具解决复杂问题的能力和创新思维。

四、AIGC 赋能视角下高职跨境电商人才培养模式的构建

面对挑战，高职院校必须从顶层设计入手，构建一个与 AIGC 时代同频共振的人才培养新模式。因此，有必要从顶层设计层面出发，重新审视人才培养目标与路径，在充分对接行业技术变革与岗位能力升级的基础上，构建以智能技术应用为支撑、以实践能力提升为核心、以产教深度融合为路径的跨境电商人才培养新模式。

（一）培养目标的重塑和课程体系的革新

培养目标应定位应该从“单一操作者”到“AI 协同管理者/创新者”。新模式下，高职院校应当培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的跨境电商专业知识和外贸实务，具备良好的外语能力和跨文化沟通能力，同时熟练掌握 AIGC 工具应用，具备人机协同思维、数据驱动决策能力和创新意识，能胜任跨境电商领域智能运营、构建“专业核心+AI 工具+场景应用”模块化课程，打破传统学科逻辑，构建以能力为本位的模块化课程体系^[4]。

革新后的课程体系	课程名称	课程作用
底层共享模块（专业基础）	跨境电商基础、国际贸易实务、跨文化沟通、网络消费者行为	核心理论课程，夯实学生的专业底蕴
中层核心模块（AI工具）	AIGC 技术导论》、《AI 文本生成与优化》（Prompt 实战）、《AI 视觉设计基础》（AI 绘画与视频工具应用）、《AI 数据分析与决策》、《AI 跨境电商合规与伦理》	系统培养学生使用 AI 工具的能力
高层方向模块（场景应用）	《AI+ 平台运营》、《AI+ 内容营销》、《AI+ 客户关系管理》、《AI+ 独立站运营》	将 AI 工具嵌入到选品、Listing 优化、广告投放、社媒营销等具体业务流中，进行全流程实战演练。
拓展模块（创新与创业）	跨境电商创新创业	鼓励学生利用 AIGC 工具进行跨境电商微创新和轻创业实践。

表2

（二）教学模式的转型

基于 AIGC 的人机协同教学新范式，将 AIGC 本身作为重要的教学工具，重塑教与学的流程。教师课前可以运用 AI 辅助备课，教师利用 AI 工具生成教学案例、设计课堂活动、制作多媒体课件。教师在课中可以利用 AI 协同学习，采用任务驱动教学法，教师布置真实的商业任务（如“为一款国产扫地机器人生成针对美国市场的营销方案”）。学生分组，利用 AI 工具进行头脑风暴、内容生成和方案制作，教师则作为引导者和点评者，引导学生对 AI 输出进行批判性思考、迭代优化，并最终形成人机协同的最佳解决方案。课堂从“知识传授场”转变为“智慧共创场”。教师课后利用 AI 进行个性化辅导，利用 AI 助教为学生提供 7x24 小时的答疑和个性化学习路径推荐。

（三）师资队伍再造

“双师型”教师 AI 素养的提升路径，在跨境电商人才培养模式向智能化转型的过程中，通过系统化培训和实践锻炼不断增强教师对新技术的理解与应用能力。一方面，院校可以通过举办 AIGC 专题工作坊、教学研修班等方式，推动专业教师系统学习人工智能在电商领域中的应用方法，并引导教师熟练掌握主流 AIGC

工具的基本功能，在此基础上将相关技术有机融入课程教学与实践指导之中，从而逐步提升课堂教学与行业技术发展的契合度。另一方面，还应通过校企合作渠道定期选派教师进入相关企业开展实践锻炼。特别是深入那些已经在业务运营中广泛应用人工智能技术的行业领先企业，通过参与真实项目的方式了解 AI 技术在产品推广、数据分析和内容生产等环节中的实际应用，从而为教学内容更新与课程改革积累实践经验。

（四）AIGC 背景下人才培养模式的实施保障

1. 深化产教融合，构建校企命运共同体

跨境电商人才培养模式的有效实施在很大程度上依赖企业的深度参与，因此高职院校应积极加强与行业主体之间的合作，通过与在人工智能应用方面具有实践经验的跨境电商平台、服务机构及头部卖家建立稳定合作关系，共同推进产业学院建设。在合作过程中，校企协同不应局限于传统的实习与就业对接，将行业最新岗位能力要求以及对 AIGC 工具应用能力的需求融入培养目标之中，同时结合企业真实案例与数据资源，共同开发以实际工作任务为导向的课程内容和实践教材，从而提升课程体系的实践性与行业契合度。

2. 完善配套制度，建立动态调整机制

学校层面需提供制度保障。建立灵活的课程更新机制，允许专业根据 AIGC 技术的最新发展，每学期对课程内容进行快速迭代，甚至可以开设“微课程”或“技术讲座”来补充前沿知识。改革教师评价体系，将教师参与 AI 培训、开发 AI 课程、指导学生利用 AI 进行创新的成效纳入绩效考核和职称评定。同时，加大对 AI 实训条件建设的经费投入，设立专项预算用于购买软件订阅服务和更新硬件设施。

五、结论与展望

AIGC 时代的到来，对高职院校跨境电商人才培养既是冲击，更是换道超车的机遇。本文研究表明，传统的以单一技能训练为导向的人才培养模式已无法适应智能化行业的需求。高职院校必须主动识变、应变、求变，从顶层设计入手，将培养目标重塑为“AI 协同管理者”和“创新者”，通过构建“专业核心 + AI 工具 + 场景应用”的模块化课程、转型为人机协同的教学新范式、升级虚实结合的智能化实践条件、再造具备 AI 素养的“双师型”队伍，并辅以深度的产教融合和灵活的动态评价机制，才能真正培养出适应新质生产力发展要求的高素质跨境电商人才。

参考文献

[1] 中华人民共和国国务院办公厅.“新三样”产品出口突破万亿元_2023年国民经济回升向好 [EB/OL]. (2024-01-22).http://www.scio.gov.cn/gxzt/dtzt/2024zt/2023ngmjhsxh/srbd/202401/t20240122_829629.html.
[2] 苏畅.北京服务贸易规则对接 CPTPP 标准的建议 [J]. 中国外资, 2022 (5): 42-44.
[3] 柳云. 高职商务英语专业混合制跨境电商学院建设的实践与思考 [J]. 武汉交通职业学院学报, 2018(1):74-78.
[4] 郑荷芬. 跨境电商背景下高职新型外贸人才培养研究 [J]. 江苏商论, 2020(1):47-56.