

乡村振兴背景下中职电子商务专业教学改革的实践探索 ——以云南省红河州弥勒市为例

余伟玲

云南庆来技工学校，云南 红河 652399

DOI: 10.61369/VDE.2026120025

摘 要： 在乡村振兴战略与数字经济快速发展的双重驱动下，中职学校电子商务专业承担着为县域经济培养技能型电商人才的重要使命。然而，当前中职电商教学普遍面临教材脱离地方实际、师资实战经验匮乏、实训条件与真实商业场景脱节、评价方式偏重理论考核等突出问题。本文以云南省红河州弥勒市为例，基于一线教学实践与调研，系统分析了中职电子商务专业教学面临的结构性困境，并从校本教材开发、师资队伍建设和教学模式变革、实训条件改善、评价体系重构五个维度提出了改革路径。研究认为，中职电商教学改革的核心不在于硬件设备的追赶，而在于找到服务地方经济的精准定位，让学生在真实的商业实践中成长，实现“毕业即上岗、上手即熟手”的培养目标。

关 键 词： 中职教育；电子商务；教学改革；乡村振兴；产教融合

Practical Exploration on Teaching Reform of E-commerce Major in Secondary Vocational Schools Against the Background of Rural Revitalization —A Case Study of Mile City, Honghe Hani and Yi Autonomous Prefecture, Yunnan Province

Yu Weiling

Yunnan Qinglai Technical School, Honghe, Yunnan 652399

Abstract： Rural revitalization and digital economy are growing fast. They drive the mission of e-commerce programs in secondary vocational schools. These programs aim to train skilled e-commerce talents for county-level economies. However, current teaching faces several common problems. Textbooks often ignore local conditions. Teachers lack hands-on experience. Training facilities do not match real business scenarios. Assessment methods overemphasize theoretical exams. This paper takes Mile City, Honghe Prefecture, Yunnan Province as a case. Based on frontline teaching practice and surveys, it analyzes the structural difficulties in secondary vocational e-commerce education. It then proposes reform paths from five dimensions: developing school-based textbooks, strengthening the teaching team, transforming teaching models, improving training conditions, and rebuilding assessment systems. The study argues that the core of reform is not chasing advanced hardware. Instead, it is about finding a precise role in serving the local economy. Students should grow through real business practice. The goal is to enable graduates to become competent employees, ready to work immediately upon hiring.

Keywords： secondary vocational education; e-commerce; teaching reform; rural revitalization; integration of industry and education

引言

近年来，电子商务行业持续高速发展，已成为推动数字经济与实体经济深度融合的重要引擎。据国家统计局数据，2025年1至5月，网上零售额增长8.5%，品质电商、网络服务消费、新模式新业态成为新的增长动能。^[1]与此同时，职业教育领域也在不断推进教学改革。教育部新发布的《职业教育专业教学标准——2025年修（制）订》对电子商务类专业的课程教学内容和要求进行了修订优化，新增了零售基础、互联网销售、社群运营等课程。^[2]政策层面明确要求专业课教学要“对接产业、突出应用”，推动专业教学紧跟产业和技术发展。

然而，政策要求与基层实践之间仍然存在不小的落差。尤其在中西部地区的县域中职学校，电子商务专业教学面临的问题更为突出。弥勒市地处云南省红河州北部，近年来依托高原特色农业（如葡萄、红糖、卤鸡等）和文旅产业的快速发展，对电商人才的需求日益迫切。但作为一所中职学校的电子商务专业教师，我在长期的一线教学中深切感受到，当前的电商专业教学距离“培养真正能卖货的人才”这一目标还有很大距离。课程改革的方向虽然明确——项目式教学、课赛证融通、产教融合，但在具体的县域实践中，如何让这些理念落地生根，仍然是一个需要深入探索的问题。

本文结合我在弥勒市多年的教学实践、企业走访和学生跟踪调查，尝试系统梳理中职电商教学中的突出问题，并提出一套适合县域实际的改革方案，以期同类地区的中职电商教学改革提供参考。

一、当前中职电子商务专业教学面临的主要问题

（一）教材内容与地方产业脱节

当前中职学校使用的电子商务教材多为通用型教材，案例多取材于电商发展较成熟地区的经验，如杭州的女装电商、深圳的数码产品电商等。这些案例固然具有典型性，但对于弥勒这样的县域地区而言，学生难以产生代入感——教材中没有一页讲弥勒的葡萄怎么上架、卤鸡怎么直播、红糖如何做好物流包装。学生对本地特色产品的电商运营逻辑缺乏了解，学完之后面对家乡的产品仍然无从下手。

校本教材的开发和使用缺乏系统性。大部分教师缺乏开发校本课程意识和能力，即便有个别教师尝试编写，也往往因为缺乏团队支撑和企业调研而难以成体系。校本教材的编纂工作因此无限延期，学生只能继续使用“别人的教材”学“别人的电商”。^[3]

（二）师资队伍实战经验匮乏

电子商务是一个实践性极强的专业，教师的实战能力直接决定教学的质量。然而，目前中职电商专业的教师大多为计算机、市场营销等相关专业转行而来，虽有电商理论知识，但缺乏真实的店铺运营、直播引流、短视频剪辑等实操经历。很多教师大学毕业后直接进入学校任教，自己没开过店、没带过货。讲起理论头头是道，可真要上抖音开播卖货，连自己都手忙脚乱，教学自然就成了“纸上谈兵”。

“双师型”教师的认定缺乏严格的企业实践经历要求，多数教师的所谓“双师”资质来自短期培训或考证，而非真实的企业一线历练。^[4] 这种状况直接导致了教学内容的滞后和教学方法的僵化。

（三）生源基础薄弱与教学方式单一的矛盾

中职学生普遍文化课基础较弱，但动手能力和模仿能力并不差。问题在于，大多数学生将手机视为娱乐工具而非生产工具——刷短视频、打游戏可以废寝忘食，但让他用手机剪辑一条带货视频，很快就失去了耐心。学生缺乏长期的专注力与抗挫折能力，基础参差不齐，有的连打字都费劲。

在实际教学中，仍以教师讲授、机房模拟软件操作为主。这些模拟软件系统往往滞后于主流平台的实际功能，抖音直播、视

频号小店这些新兴工具在软件中根本没有对应的模块。^[5] 教学枯燥且脱离真实商业场景，难以激发学生的成就感和学习动力。

（四）实训条件“看似齐全，实则低效”

许多中职学校都建有电商实训室，设备采购的清单看起来颇为齐全。但在实际使用中，问题不少：一是软件模拟系统严重滞后，跟不上主流电商平台的迭代速度；二是直播设备简陋，缺乏隔音直播间，或仅有一两间，无法满足班级轮训的需求。学校往往更重视硬件采购的“看得见”，而轻视教学应用软件的更新和实训项目的设计。实训内容与真实工作流程不匹配，学生在实训室里的操作和真实岗位上的要求差距甚远。

（五）评价方式偏重理论，忽视岗位技能

大部分中职学校的电商专业仍以期末笔试和软件模拟操作成绩作为主要评价依据，缺乏对选品能力、文案创意、直播转化率、客户服务等真实岗位技能的考核。一篇文案的创意能带来多少浏览量？一场直播能实现多少转化？这些真正反映电商从业能力的指标很少被纳入评价体系。教师也普遍缺乏设计多元评价方案的经验和能力。

二、教学改革的路径与策略

针对上述问题，我结合多年的教学实践和反思，从课程、师资、教学、实训、评价五个维度提出改革思路。

（一）重构课程体系：开发地方特色的校本教材

教材是教学的根基。要解决教材不接地气的问题，最根本的办法就是开发一套真正属于本地的校本教材。

第一步是调研。组织教师团队深入调研本地20家以上的电商企业、农业合作社和特产加工企业，如云南红酒庄、弥勒红糖厂、卤鸡加工坊等，梳理这些企业在电商运营中的典型工作任务和工作流程。将这些真实的工作任务转化为教学内容，开发活页式、工作手册式的校本教材。内容可以包括：“抖音上卖弥勒阳光玫瑰的话术设计”“卤鸡产品的快递包装与损耗控制”“太平湖森林小镇的文旅直播脚本策划”等。

在课程设置上，每学期安排1至2周的“家乡好物”项目周，要求学生以小组为单位，选择一款弥勒特产完成从选品、上架、推广到成交的全流程实操，并至少完成10单真实交易。让学生在

“做中学”的过程中真正理解电商运营的逻辑。

（二）激活师资队伍：从“讲电商”到“做电商”

教师不下水，永远教不会学生游泳。要改变师资实战经验匮乏的现状，需要从制度设计和资源引入两方面入手。

在制度层面，建立教师入企实践的刚性要求：专业教师每两年须累计不少于2个月的非脱产企业实践，可利用寒暑假带学生跟岗实习，考核结果与评优晋级挂钩。这不是走马观花的参观考察，而是要真正参与到企业的日常运营中，亲历选品、上架、推广、客服、物流的全过程。

在资源引入层面，聘请本地电商创业成功者和带货主播担任兼职导师，每两周进校指导一次直播实战。这些“从泥巴里摸爬滚打出来”的实战派，能给师生带来最鲜活的行业经验和最接地气的操作技巧。

此外，鼓励教师开设个人抖音号或视频号带货本地特产，将账号运营数据（粉丝量、转化率、成交额等）转化为教学案例。学校层面可以给予流量扶持或物质奖励，让教师在真实的运营中积累经验、提升能力。

（三）变革教学模式：用真实交易替代模拟软件

模拟软件再逼真也不是真实市场。改革的核心在于让学生走出模拟环境，进入真实的商业场景。

具体操作上可以分阶段推进。中职一年级，使用微店、快手小店等门槛较低的平台，让学生完成开店、上架、客服等基础任务，熟悉电商的基本流程。中职二年级，分组运营真实的抖音橱窗或视频号小店，每周进行2小时校内直播，联合本地果园、卤鸡店等提供货源，学生通过销售赚取佣金。^[6]学生之间还可以根据各自的资源优势进行资源整合，形成小组协作的营销合力。

最终的目标是以“个人订单销量”逐步替代模拟软件的操作考核，让学生的成绩单上不仅有分数，还有真实的交易数据。

（四）改善实训条件：建设实用型简易直播间

实训条件的改善不必追求昂贵设备。重点在于建设3至5个具备手机支架、环形补光灯、无线麦克风、背景绿幕的简易直播间，并配有隔音棉，保证基本的拍摄和直播条件。这样的投入不大，但足以满足日常教学和实战训练的需求。

同时，与本地快递物流点建立合作关系，在校内设置“电商发货实训角”，让学生实操打包、称重、打单的全流程。这样一来，从直播带货到打包发货的完整链条就都能在学校里完成，学生毕业后进入企业可以直接上手。

（五）重构评价体系：获客与好评即是高分

评价是指挥棒。要引导学生重视真实岗位技能，就必须改变评价的权重分配。

建议将学业评价调整为：真实项目成果（店铺访客数、直播观看人次、成交单数、客户好评截图等）占总成绩的70%，团队协作与反思日志占20%，理论笔试仅占10%。^[7]这种“重实战、轻笔试”的评价方式，能够有效引导学生的精力和注意力向真实技能训练倾斜。

此外，可以联合本地商务局、电商协会，对通过真实运营考核的学生发放“弥勒电商初级达人”证书，既提升学生的成就

感，也增加其就业的竞争力。

三、服务地方经济的专业定位与拓展路径

教学改革不能只在课堂内部打转，还必须打通学校与地方经济之间的通道。电子商务专业的生命力，在于能否真正服务于地方的产业发展。

（一）从“卖弥勒”到“卖红河”

将弥勒本土化电商课程进一步扩展，把红河州13个县市的特色产品纳入教学案例库——一个旧锡器、建水紫陶、石屏豆腐、河口水果等，都可以成为学生实战的“教材”。每学期组织一次“红河好物”选品大赛，让学生在选品的过程中深入了解红河州各地的物产特色和文化底蕴。

联合弥勒市工业商务和信息化局、弥勒市电商协会，签订物资购销战略合作协议：企业提供货源和真实账号，学校提供场地和人力，政府提供部分物流补贴或宣传支持。^[8]形成“课堂就是直播间，作业就是订单”的常态化运行机制。

（二）“流动直播间”与季节性实战

电商教学不必死守教室。学校可以与本地景点、果园合作，在葡萄成熟季、红糖熬制季，将直播间直接架设在田间地头或生产车间。学生轮流担任主播、助播、场控，进行为期1至2周的“实战周”。这既解决了课程枯燥的问题，又为本地农产品拓展了线上销路。

在电商大促期间（618、双11、年货节等），允许学生停课参与合作企业的真实运营，返校后提交项目报告置换相应课程学分。让学生在真实的商业洪流中感受市场的脉动。

（三）“以赛促教、以证促学、以销促就”

“以赛促教”：组织学生全员参与“弥勒市农产品短视频/直播大赛”，不是只派几个尖子生参赛，而是班级整体PK。让每个学生都在比赛的压力下快速成长。

“以证促学”：组织学生考取“1+X”网店运营推广、直播电商等证书，将证书标准融入日常教学。^[9]

“以销促就”：将学生在校期间的带货数据（GMV、ROI等）制作成“电商实战简历”，直接推送至红河州内的农业龙头企业、电商公司、物流园区。让用人单位看到的不只是“某某课程多少分”，而是“该生在校期间累计带货多少单、实现多少销售额”。这才是最有说服力的能力证明。

四、结语

课程改革的核心是“以学生为中心，以能力为本位”。对于红河州中职电商专业而言，改革的方向不是去和发达地区比硬件、比师资学历，而是比“接地气”——能不能让一个中考成绩不理想的孩子，经过三年学习，拿起手机就能有逻辑地介绍家乡的葡萄，开一场直播能卖出上百单，毕业后成为本地企业争抢的“懂弥勒、会卖货”的技能型人才。

如果能做到这一点，改革就成功了。这需要我们每位教师走

出舒适区，从“讲电商”转变为“做电商”，带着学生一起在真实的买卖中学习。弥勒的葡萄和红糖不会辜负孩子们的汗水，红河州的广阔市场就是最好的实训基地。

在乡村振兴的大背景下，中职电子商务专业的价值不仅在于

培养技能人才，更在于为县域经济的数字化转型输送生力军。^[10]让学生借助互联网把红河的优质产品卖向全国，真正实现技能成才、技能报国——这既是职业教育的使命，也是一线教师的责任所在。

参考文献

-
- [1] 国家统计局. 2025年5月份社会消费品零售总额增长6.4%[EB/OL].(2025-06-16).
- [2] 商务部. 前5月网上零售额同比增长8.5% 电子商务释放内需活力 [N]. 人民日报, 2025-06-23.
- [3] 教育部. 职业教育专业教学标准（2025年修制订）[S].2025.
- [4] 孟锦. 基于“1+X”证书制度的中职电子商务专业教育改革分析 [J]. 中国科技期刊数据库（科研）, 2025(1):61-64.
- [5] 舟山旅游商贸学校. “三聚焦三强化”推动职业教育新标准落地 [EB/OL]. 舟山市教育局, 2025-03-12.
- [6] 数智时代中职院校电子商务专业教学研究 [J]. 中国电子商务, 2025(20):57-60.
- [7] 济南市工业学校. 课堂直通田间，“真项目”锻造硬本领 [N]. 山东教育报, 2025-06-16.
- [8] 汉源县职业高级中学. 三举措跑出产教融合“加速度”[EB/OL]. 雅安市教育局, 2025-06-13.
- [9] 基于项目驱动的中职电商课程教学模式改革与实践 [J]. 中国电子商务, 2025(9):61-64.
- [10] 云南曲靖：“教、学、做”一体化 打造产教融合新模式 [EB/OL]. 中国日报, 2025-11-07.