高职外语类学生讲好中国故事的现实困境

王燕玲，苏俊懿
广东工贸职业技术学院，广东 广州 510510

DOI: 10.61369/RTED.2026170024

摘　　要： 在新时代背景下，提升我国国际传播能力、向世界展现真实立体的中国形象，是国家重点发展战略。粤港澳大湾区作为我国对外开放的核心前沿区域，涉外岗位场景丰富、国际交互频繁，产业品牌出海亟需兼具外语能力、岗位技能与跨文化传播素养的复合型外语人才。当前高职外语类专业学生输出普遍呈现“懂外语、不懂业务、不会传播”的能力结构性短板，难以主动依托职业岗位讲好中国故事。本文以粤港澳大湾区高职外语类学生为研究对象，剖析学生在职业岗位中讲好中国故事的现实困境，以“问题剖析—价值阐释—路径构建”的递进逻辑，从产业需求、课程改革、产教融合、分层培育四个维度探索高职外语类学生讲好中国发展故事的有效路径，引导高职外语类学生立足职场实践、以微观职场叙事向世界展现可信、可爱、可敬的中国形象。

关 键 词： 高职外语；中国故事；国际传播；文化差异；人才培养

The practical predicament for foreign language students in higher vocational colleges to tell China's stories well

Wang Yanling, Su Junyi
Guangdong Polytechnic of Industry and Commerce, Guangzhou, Guangdong 510510

Abstract: Against the backdrop of the new era, enhancing China's international communication capabilities and presenting a true and three-dimensional image of China to the world are key national development strategies. As a core and cutting-edge area of China's opening up to the outside world, the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area features a rich variety of foreign-related job scenarios and frequent international interactions. The overseas expansion of industrial brands urgently requires compound foreign language talents who possess foreign language proficiency, job skills, and cross-cultural communication literacy. At present, the output of students majoring in foreign languages in higher vocational colleges generally shows a structural shortcoming of "knowing foreign languages, not understanding business, and not being able to communicate", making it difficult for them to actively rely on their job positions to tell the Chinese story well. This article takes foreign language students in higher vocational colleges in the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area as the research object, analyzes the practical difficulties that students face in telling China's story well in their professional positions, and explores effective paths for higher vocational foreign language students to tell China's development story well from four dimensions: industrial demand, curriculum reform, industry-education integration, and stratified cultivation, following a progressive logic of "problem analysis – value interpretation – path construction". Guide foreign language students in higher vocational colleges to base themselves on workplace practice and present a trustworthy, lovable and respectable image of China to the world through micro-workplace narratives.

Keywords: higher vocational foreign language; Chinese stories; international communication; cultural differences; talent cultivation

党的二十大报告把增强中华文明传播力、加快中国话语及中国叙事体系建设列入重点，提出要讲好中国故事、发好中国声音，塑造可信、可爱、可敬的中国形象。有必要推进国际传播能力建设，整体上提高国际传播的效率，使我国获得同综合实力相对应的国际话语权。中国故事的国际传播不只是传统优秀文化的输出，也应有以区域产业发展为基础的常态化叙事方式予以支撑。这对高职外语类人才本身的能力提出来新的挑战，即不再以听说读写为学习的基本要素，而是立足于岗位实操、文化理解及用外语完成传播任务的实战水平[1]。如何立足区域性产业与经济发展实际，探索高职外语类学生讲好中国发展故事的有效路径，是当前外语类人才培养中值得深入研究的现实课题。

基金项目：粤职外语教指委2025年教育教学改革研究项目“讲好中国故事视域下高职外语人才“语言＋文化”培养路径研究——以广东工贸职业技术学院为例”（2026-JZW-10）。

 Copyright © This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

本文以粤港澳大湾区高职院校外语类专业学生为研究对象，聚焦国际会展、跨境电商、涉外文旅等典型涉外岗位，明确外语类学生进入实践岗位讲好中国故事中的独特价值，剖析其在岗位实践中开展对外传播的现实表现与核心困境，从学科融合、岗位实践、传播叙事等维度剖析高职外语类学生国际传播能力建设的现实短板，进一步探索高职外语类学生讲好中国发展故事的有效路径，为高职外语类学生立足职场实践、落地中国故事实时性国际传播提供可行路径。

一、讲好中国故事的核心导向与价值意义

（一）为何讲：锚定国家战略与区域发展双重核心价值

“很多学校对外交流习惯于站在自身文化视角输出内容，缺少对交流对象文化背景、现实关切的研判，容易造成传播错位。”健全国家对外传播体系，应该是立体多维的：一方面，中国国际传播既要侧重于顶层叙事，也要契合海外受众日常生活体验、形成情感共鸣等话题叙事，高职外语人才依托涉外真实岗位开展职业化国际传播，立足各类微观岗位履职实践，从产业环节与个体行动切入，多层次展现我国产业升级、产品创新与当代青年的真实面貌，有助于打破海外固有刻板印象，筑牢民间国际传播的基层基础[2]。另一方面，立足粤港澳大湾区发展实际，加快培育岗位型复合外语人才具备突出的现实紧迫性。当前大湾区企业发展已经从单纯 “产品出口”，迈向品牌出海、价值出海、形象出海的全新发展阶段，可以依托广大外语外贸类岗位人员，在岗位工作中实现业务开展、技能展示、品牌推广、故事讲述与国家形象塑造有机融合，全方位展现中国制造和品牌故事，助力更多本土品牌走向海外市场。

（二）谁来讲：锚定高职外语人才的基层主体传播定位

高职外语学生作为新时代岗位赋能的一支新生力军，是适配性、连续性、真实性最强的核心传播力量，与高端外交、学术类传播人才构成有效的补充、层次上的递进。对高端人才而言，宏观战略、学术思考或外事会谈是工作重心，其话语多为顶层设计、侧重于建设上层的话语构建；而高职外语人才依附于会展、外贸、跨境服务及入境旅游诸项基层实际业务，在日间工作中运用语言、完成对接、处理跨文化事务，用鲜活案例、现实感受、基层视觉作常态化现实传播。由此形成的产业内、岗位上、实践中的民间叙述，正好可借产品、产业、服务、职业素养等微观维度，细微之处、不同层面立体呈现新时代中国面貌[3]。

（三）讲什么：构建适配湾区岗位的分层分类叙事内容体系

文中针对粤港澳大湾区岗位实际设定的叙事方案，采用由具体到宏观、由产品至国家的四层递进方式，使岗位传播成为全方位、立体化的现实。第一层按产品角度来叙事（即微观层），就有关产品及跨境工作的岗位做分析，说明国货的品质、技术乃至工艺特征，把中国制造的硬实力予以传播；第二层按产业思路来叙事（中观层），借助外贸展会、跨境产业实例讲清大湾区产业成长、集群现象及外贸新成绩，点出中国产业的活力；第三层属于发展类叙事（宏观层），从涉外服务或国际互动出发，说明中国开放、合作、进步的政策与人民生活状态；第四层是榜样人物类叙事（精神层），以个人能力、职业操守、工作态度来体现当代中国青年的工匠精神与职业形象，层层推进“产品输出”至“形象输出”的传播升级。

（四）如何讲：确立跨文化柔性叙事的科学传播方法

本文提出从岗位履职的角度思考传播问题，通过“筑基—适配—落地—升华”递进式的柔性传播办法，把科学性、效率及立体感带入一线国际传播。一是以岗位技能为基础，用实际业务和专业态度保证传播的可信度，对传播本身做必要奠基；二是借助跨文化交际来沟通，按中外文化逻辑、按海外商务习惯调整交流方式，不设传播障碍；三是用现实业务做依托，从产品、客户、展会乃至跨境合作诸项事务中提炼案例，使中国叙述有具体所指、有依据、有感情色彩；四是按本土化思路表达，把信息转换成海外易接受的形式，作柔性输出，由此达成对产品、产业乃至职业生态的整体外宣，做到在岗之时即长期优质传播。

二、高职外语类学生讲好中国故事的现实困境

讲好中国故事、建设对外语言服务能力，需要外语人才同时具备专业知识、批判性思维能力与跨文化能力，传统外语教学常把两项能力割裂培养，难以适配对外传播人才需求[4]。本文选取了广东工贸职业技术学院2024—2025年外语类专业学生广交会商务接待、跨境电商运营、涉外文旅服务、外贸跟单等真实岗位履职数据为核心调研样本，结合走访调研大湾区涉外企业人才需求，考察学生在岗位实践中开展对外传播的现实表现与面临的主要困难，主要体现在以下三个方面：

（一）专业学科融合不足，知识体系存在结构性短板

当前高职外语教学仍沿用传统通用语言教学模式，课堂重点集中在语言理论、词汇语法、基础翻译等基础知识讲授，学生所学知识和岗位实际需求脱节，普遍出现“只会外语、不懂业务、不会对外传播”的突出问题，难以胜任在岗讲好中国故事的工作要求。首先，岗位产业实操知识不足。现有课程融入跨境电商、国际会展、外贸实操、产品推介等湾区企业急需的行业内容少，更新慢，跟不上市场发展节奏，学生缺乏最当下对行业规则、岗位业务和产品优势的基本认知，没有扎实的业务知识作为支撑，无法在涉外工作中结合业务实际介绍中国产品、讲述中国产业发展故事。其次，跨文化交际实战能力薄弱。目前课程多从理论层面简单介绍中外文化差异、商务礼仪和沟通逻辑，忽视真实职场的柔性沟通、共情交流训练，导致学生虽能完成基础语言转换，但在实际涉外对接中表达方式生硬，跨文化适配性差，难以实现高效、顺畅的国际交流传播。最后，本土叙事与传播思维严重缺失。现有课程偏重国外语言文化输入，较少叙事中国发展成果、

Copyright © This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

国货品牌优势、企业发展特色等本土内容，也未培养学生“岗位工作就是国际传播”的职业思维。一方面是对外国际传播素材丰富，另一方面是主体传播意识薄弱，传播水平不够，传播体系未形成的矛盾，无法全方位向世界立体展现真实、鲜活的中国国际形象。

（二）产教实战衔接薄弱，岗位传播实践载体缺失

当前产教融合存在明显的校热企冷现象，岗位实战类资源是学生国际传播实践的瓶颈。学生在校期间学习知识理论，但缺少的是实际岗位的锻炼机会，其所学内容和企业“外语专业 + 业务能力 + 国际传播”复合人才需求存在较大脱节[5]。从企业角度考察，实战岗位开放程度有限，成本控制和利益最大化为主要制约因素。目前校企合作中一般只允许学生做接待、作简单翻译或整理材料之类辅助性工作，很少以传播为重心配置产品推介、客户联络、跨境内容制作、品牌对外说明等岗位，因而少有真实场景中中国故事传播能力的训练机会。校内实训也未完全对接产业需要。模拟训练多以语言对话为主，未将广交会、跨境电商、涉外旅游诸项工作纳入传播情境，缺少长期、具体的岗位技能培养形式，学生应对实际传播及文化差异的能力不易得到验证。最后，企业实战资源未被很好利用。品牌出海的实证经验、海外受众接触技巧、产业传播实例未进入常规教学内容，所学知识与职场传播之间存在明显断层，初入职者较难借岗位完成国际传播任务，亦无主动展示中国优势的便利条件。

（三）对外传播意识欠缺，在岗立体叙事能力不足

传播意识薄弱、综合传播素养不足，是制约学生实现岗位国际传播的关键因素，也直接导致高职外语人才难以有效对接湾区基层对外传播的现实需求。长期以来，高职外语教学集中于语言应试类训练，缺少对传播素养作整体设计，学生一般都存在“只会做事、不会发声”这类问题。从意识角度考察，多数学生只把商务接待、展台说明、订单操作一类的事情当作工作内容，而未把相关岗位看作对外传播的契机。意识与知识两方面同时缺位，必然造成传播内容与岗位实际的分离，学生虽能描述文化的中国，却不能清楚说明发展的中国，岗位传播长期处于“能干活、不会发声”状态，既难助企业开拓海外市场，也无利于基层的日常国际交流。

健全国家对外传播体系，应该是立体多维的，中国国际传播既要侧重于顶层叙事，也要契合海外受众日常生活体验、形成情感共鸣等话题叙事，高职外语人才依托涉外真实岗位开展职业化国际传播，立足各类微观岗位履职实践，从产业环节与个体行动切入，多层次展现我国产业升级、产品创新与当代青年的真实面貌，有助于打破海外固有刻板印象，筑牢民间国际传播的基层基础。当引导高职外语类学生结合本土产业做实际岗位训练，利用语言跨越文化障碍，把有关贸易、企业、技术乃至个体成长的细节纳入叙述，用真实立体的方式描绘产业行业及企业发展现状，从而把中国经济跃迁的可信性、可爱性、可敬性传递给世界。

参考文献

[1] 王晓玲，王匡，牟鑫梅 . 如何在对外开放中讲好中国教育故事 [J]. 中小学管理，2025,(1):57-60.

[2] 孟秋菊，程庆方 . 对外语言服务 " 讲好中国故事 " 教学模式探究 [J]. 当代外语研究，2025,(3):189-197.

[3] 王守仁 . 服务 " 讲好中国故事 " 国家需求，培养新时代一流外语人才 [J]. 外语导刊，2024,47(1):46-55+159.

[4] 郭佳鑫，马洁 . 中华优秀传统文化融入高等外语教育的价值、目标及路径 [J]. 外语教学，2023,44(4):63-68.DOI:10.16362/j.cnki.cn61-1023/h.2023.04.011.

[5] 何明霞 . 外语教育：赋能 " 让世界读懂中国 " 的路径 [J]. 外语电化教学，2022,(6):59-64+110.

 Copyright © This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License