

华南电商产业科技（深圳）有限公司

参与湖南劳动人事职业学院

高等职业教育人才培养年度报告

（2024年）

华南电商产业科技（深圳）有限公司



湖南劳动人事职业学院



目 录

一、企业概况	1
二、企业向学校资源投入情况	2
(一) 校外实训基地投入	3
(二) 软件资源投入	4
(三) 人力资源投入	4
三、校企专项支持	6
(一) 创新人才培养模式	6
(二) 提升专业建设质量	8
(三) 强化实践教学体系	10
(四) 建设高水平师资队伍	11
(五) 提升实习就业质量	12
(六) 提升社会服务能力	13
(七) 完善管理体制机制	14
(八) 推动国际化发展	14
四、企业参与学院“五金”建设	15
(一) 金专业建设	15
(二) 金课程建设	16
(三) 金教材建设	22
(四) 金师资建设	22
(五) 金基地建设	23

五、企业助力合作院校随企出海	23
六、问题与展望	24
(一) 现存问题	24
(二) 未来展望	26

华南电商产业科技（深圳）有限公司

参与湖南劳动人事职业学院高等职业教育

人才培养年度报告

一、企业概况

华南电商产业科技（深圳）有限公司成立于2009年，位于深圳市龙岗区华南城电子商务产业园内，是全国最早的一批专业电子商务服务提供商，现有场地超2000平米，硬件及软件投入设施超百万。2004年创始人开始从事淘宝创业，目前亚马逊年销售额超5亿元，公司主要经营服装、家居、百货、玩具等产品，经营平台主要有亚马逊、淘宝、拼多多、1688、抖音、快手等，同时依托华南城产业园区共同成立华南城电商园区产业联盟，与广东省各大高校进行产教融合，校企合作。

主要经营范围：经营电子商务；国内贸易；经营进出口业务；服装、纺织品、针织品、日用百货批发、销售；文化用品、体育用品批发、销售；建材批发、销售；机械设备、五金产品、电子产品批发、销售；首饰、工艺品、数码产品批发、销售。厨房、软件的技术开发；网页设计、视频拍摄、多媒体产品的设计。

公司业务以电子商务托管、网络营销推广、培养基础的实操型电子商务人才为核心业务，为企业提供电子商务人才

培养、电子商务团队组建、网络营销诊断、网络营销策划以及网络品牌包装、电子商务托管等一站式服务。

公司与广州铁路职业技术学院、惠州城市职业学院等全国多所院校电子商务、跨境电子商务、国际贸易、英语专业进行校企合作，通过真实化项目教学的方式，与各大院校合作培养包括内贸、跨境电商类运营、推广、美工等岗位高级管理人才。



图1-1 企业与全国多所院校进行校企合作

二、企业向学校资源投入情况

华南电商产业科技（深圳）有限公司与湖南劳动人事职业学院签订“校企合作协议书”，共建跨境电商产业学院。企业通过多维度资源投入，全面支持学院在人才培养、技术研发和社会服务等领域的发展，为产业学院的建设和运营提供了坚实保障，实现企业和学院协同发展。



图2-1 2024年“跨境电商产业学院”正式挂牌

（一）校外实训基地投入

公司位于深圳市龙岗区华南城电子产业园内，投资资金100余万元，针对跨境电商产业学院搭建培训基地。基地包括培训教室3间、教学工位若干、办公区域等，占地2000平方米。每间培训教室均配备电脑、投影仪、黑板、话筒等相关教学设备，可同时容纳150名学生上课，每个教学工位配备了台式电脑或笔记本电脑，以便学生课后实操训练。



图2-2 企业培训基地

企业为学生实习期提供宿舍50间，一次性能容纳200名学生。3个宿舍基地均分布在企业周边1-2公里以内，临近地铁10号线，交通便利。学生宿舍为4-8人间，每间宿舍均配备

WIFI、热水器、空调、洗衣机和全新床垫等生活所需物品，共投入资金41.2万。



图2-3 实习实训基地宿舍

(二) 软件资源投入

公司提供真实项目化教学资源（账号）供学生实操训练，包括淘宝、天猫等真实的国内电商平台账号，亚马逊、速卖通、shopee、lazada等国际电商平台账号，Tiktok、抖音等新媒体平台账号（快手等），各类资源总投入121.5万元。

表2-1 真实项目化教学资源投入情况

资源类别	资源名	数量	投入资金
国内电商平台账号	淘宝	8	64000
	天猫	3	60000
	京东	3	60000
	拼多多	12	96000
国际电商平台账号	亚马逊	5	100000
	eBay	5	65000
	速卖通	10	200000
	shopee	5	75000
	lazada	5	75000
	阿里国际站	2	200000
新媒体平台账号	Tiktok	30	150000
	抖音	20	40000
	快手	15	30000
合计	——	——	1215000

(三) 人力资源投入

2024年，华南电商以“精准化、专业化、体系化”为导向，组建24人产教融合专项团队深度参与产业学院

人才培养工作。企业导师团队依托十余年跨境电商行业实战经验及头部平台服务背景，系统性输出行业前沿技术方法论。

其中，管理决策层（3人，占比13%）由公司董事长、总经理等核心高管组成，主导校企联合人才培养方案设计，深度参与产业学院年度发展规划评审，并围绕“跨境电商行业发展趋势”等主题，开展宏观战略讲座，构建校企协同育人顶层逻辑。技术实施层（15人，占比63%），抽调运营总监、金牌讲师等业务骨干组建实战教学团队，在《亚马逊运营实务》等核心课程中开展沉浸式教学，手把手指导学生掌握实际操作技能。

表2-2 企业参与产业学院建设人员名单

序号	类别	职务	姓名	学历	专业方向	职业技能等级
1	管理人员	董事长	朱加宝	本科	电子商务	高级电子商务师
2		总经理	黄兴朋	本科	电子商务	高级电子商务师
3		项目经理	颜玉雪	本科	电子商务	/
4	技术人员	运营主管	肖鸣声	本科	电子商务	助理电子商务师
5		运营主管	雷金香	本科	电子商务	/
6		运营专员	官明靖	硕士	电子商务	/
7		运营专员	邱萌	博士	电子商务	/
8		运营专员	王杰	本科	电子商务	/
9		运营专员	张弛	硕士	电子商务	/
10		运营专员	邓连祥	本科	电子商务	/
11		运营专员	马续	本科	电子商务	/
12		运营专员	王慧玲	博士	电子商务	/
13		运营专员	杨新隆	博士	电子商务	/
14		运营专员	梁永雄	大专	电子商务	/
15		运营专员	麦君洁	大专	电子商务	/
16		运营专员	刘四燕	大专	电子商务	/
17		运营专员	黄丹敏	大专	电子商务	/
18		运营专员	黄兴斌	大专	电子商务	/
19	服务人员	助理	刘琴花	大专	电子商务	/
20		助理	薛冰雁	大专	电子商务	/
21		助理	黄金慧	大专	电子商务	/

22		助理	王海南	大专	电子商务	/
23	后勤人员	助理	董治良	大专	电子商务	/
24		助理	韩国际	大专	电子商务	/

三、校企专项支持

2024年双方共建“跨境电商产业学院”，学院实行理事会领导下的院长负责制，自贸经济与文旅学院党支部书记、院长鲁柠担任产业学院院长，华南电商产业科技（深圳）有限公司总经理黄兴朋担任副院长。双方共同制定管委会章程，确定学院内部机构设置以及学院管理细则，共同制定合作专业的行业标准、岗位标准、技术服务标准，共同开发面向一线岗位的技术课程、人才培养方案和教学计划。基于产业学院双方从以下八个方面开展协同育人工作。

（一）创新人才培养模式

1. 现代学徒制培养

2024年，双方联合实施的现代学徒制成功招募135名学生，开启深度育人新模式。基于跨境电商专业群开设现代学徒制班级，双方共同制定符合岗位需求的人才培养方案和教学计划。依托园区资源，校内授课和园区授课相结合，学校专任教师和企业导师授课相结合，学习和实习相结合，学生学习结束即转正，实现无缝就业。现代学徒制招募人数计划如表3.1所示。

表3-1 现代学徒制班级人数计划

年度	专业	人数
2024年	跨境电子商务	50-150
2025年	跨境电子商务	50-150
2026年	跨境电子商务	50-100



图3-1 现代学徒制开班仪式

在“双导师制”的引领下，企业导师凭借丰富的行业经验，为学生传授跨境电商实际操作中的技巧与策略。在店铺运营项目中，企业导师根据自身多年的运营经验，指导学生如何精准定位目标客户群体，制定切实可行的营销策略，以及灵活应对各种突发状况。学校导师则从理论知识层面，为学生夯实基础，引导学生将实践与理论相结合，加深对专业知识的理解。

通过真实项目驱动教学，学生深入跨境电商运营、新媒体营销等岗位开展学习和实习。在新媒体营销实习中，学生参与到真实的社交媒体推广项目里，负责撰写吸引人的文案、策划有趣的互动活动，在实践中提升新媒体营销技能，积累宝贵的工作经验。

2. 分层分类培养体系

依据跨境电商行业不同岗位的需求，双方精心构建了分层分类培养体系。确定跨境选品、跨境运营、跨境客服

三大培养方向，使学生能够专注于特定领域，深入学习专业知识与技能。在相应课程中融入跨境电商直播新业态、AI营销新工具和新技术运用等，优化教学实施。在跨境运营方向，融入AI营销课程模块，学生学习利用AI技术进行精准的市场分析和客户画像构建，从而制定更具针对性的运营策略。将跨境电商直播新业态纳入课程，学生通过学习直播策划、主播技巧、互动环节设计等内容，掌握跨境电商直播的核心技能。

(二) 提升专业建设质量

1. 优化人才培养体系

双方协同育人，优化人才培养体系。以《高等职业学校跨境电子商务专业教学标准》为基础，结合国家级跨境电商综试区、自由贸易试验区的区位优势和校企合作培养需求和学生个性化发展及岗位适应性需求，践行岗课赛证综合育人机制，构建“五模（岗位核心课+岗位拓展课+通识基础课+德育素养课+创业就业课）三向（跨境选品、跨境运营、跨境客服）”模块化课程体系。

在“岗课赛证”一体化育人模式下，专业赛项、就业创业赛项和专业职业技能证书考核各模块技能与课程体系深度融合（图3-2）。2024年获得省厅级学生竞赛7项，职业技能证书85%及以上通过率。

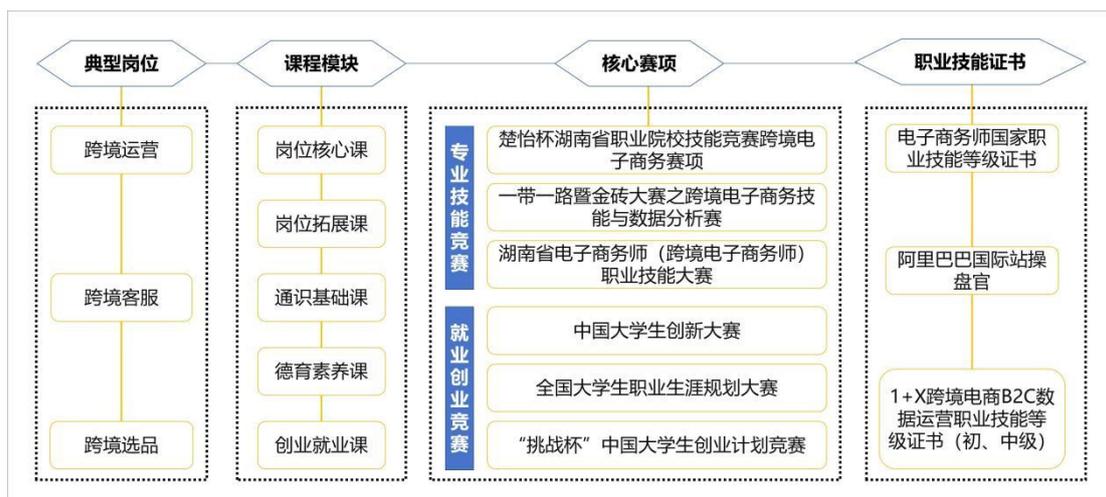


图3-2 “岗课赛证”专业综合育人

2. 动态课程更新机制

为确保教学内容与行业发展紧密接轨，双方建立定期组织校企联合教研活动机制。在教研活动中，企业专家和学校教师共同探讨行业最新动态和技术发展趋势。2024年，成功完成《短视频运营》、《跨境电商基础》、《直播电商运营》、《大数据原理与应用》4门校级精品课程建设，精品课程在教学方法、教学内容和教学资源等方面都具有较高的水平，为学生提供了优质的教学内容，也为其他课程的建设起到了示范作用。

表3-2 共建课程资源建设情况

课程建设项目	短视频运营	跨境电商基础	直播电商运营	大数据原理与应用
课程团队	完成	完成	完成	完成
课程门户信息完善	完成	完成	完成	完成
课程标准	完成	完成	完成	完成
学时学分	完成	完成	完成	完成
课程视频数（个）	30	25	49	79
视频时长（分钟）	399	151	247	713
非视频资料数（个）	77	69	141	81
题库	144	255	186	405
试卷库	3套	5套	3套	2
学习人数	266	382	1126	846

（三）强化实践教学体系

1. 岗前实训体系开发

“亚马逊运营+跨境新媒体营销”双模块岗前实训方案，全面覆盖跨境电商领域的核心技能。在亚马逊运营模块，涵盖账号注册、Listing优化、FBA物流等关键技能。学生通过学习，深入了解亚马逊平台的规则和运营机制，掌握如何创建高质量的商品Listing，提高商品曝光率和销售量。在FBA物流板块，学生不仅学习发货流程、费用计算等基础知识，还通过实际操作，掌握创建入库计划和备货技巧。在跨境新媒体营销模块，学生学习AI工具应用，利用AI进行内容创作、数据分析和精准营销。累计开发2套实训大纲和200余个实操案例，为学生实践操作提供了详细的指导和丰富的实践素材，让学生在实训中不断提升实际操作能力。

2. 真实项目化教学

为了让学生更好地适应实际工作环境，企业提供亚马逊、TikTok等真实平台账号，让学生参与店铺运营、爆款视频制作等实战项目。在店铺运营项目中，学生负责商品上架、价格调整、客户服务等工作，通过实际操作积累运营经验。在爆款视频制作项目中，学生从视频策划、拍摄到剪辑和发布，全程参与。2024年，学生完成商品上传实操训练500余次，创建FBA发货计划120单。通过大量的实践操作，学生在实际工作中的问题解决能力得到了极大提升，为毕业后顺利走上工作岗位奠定了坚实的基础。

(四) 建设高水平师资队伍

1. 校企双导师协同

企业选派的24名企业导师，为学生带来了丰富的行业经验和前沿的技术知识。他们将实际工作中的案例和经验融入教学内容，让学生更好地了解行业实际情况。同时，学校教师定期前往企业参与项目实践，年均培训3人次。教师通过参与企业项目，不仅提升了自身的实践能力，还将企业的实际需求和最新技术带回学校，优化教学内容和方法。校企双导师协同，实现了师资队伍的优势互补，共同提升教学质量。



图3-3 企业导师在园区为现代学徒制学生授课

2. 教材与资源共建

双方联合编写的《大数据原理与应用》等教材，紧密结合行业最新案例与技术。在教学资源建设过程中，企业专家提供实际工作中的案例和操作技巧，学校教师负责将这些内容进行系统整理和理论升华。共同开发校级跨境电子商务专业教学资源库，共同开发104个教学视频、585道

题库，覆盖主要核心课程知识点。教学视频生动形象地展示了跨境电商的操作流程和技巧，题库则为学生提供了巩固知识和检验学习成果的有效途径。教材和资源的共建，提供了高质量的教学资料，也为学生自主学习提供了丰富的资源。

（五）提升实习就业质量

学生在园区学习、实习期间，华南电商提供包括技术支持、职业指导和生活保障在内的全面支持。技术实施层导师为学生提供实时技术支持，确保学生能够顺利开展实习工作。同时为学生提供了职业发展规划指导，帮助学生明确未来的职业方向。学校派驻1名专任教师，在园区协助企业开展学生的专业学习和心理疏导等工作。



图3-4 现代学徒制学生园区实习

企业为现代学徒制学生提供就业保障，现代学徒制学生在实习结束后，表现优秀的学生将有机会直接进入华南电商工作，实现从校园到职场的无缝对接。这一就业保障

机制不仅提高了学生的就业率，也为企业的长期发展储备了优秀人才。



图3-4 现代学徒制学生参加招生招工面试

（六）提升社会服务能力

1. 技术服务输出

依托华南城电商产业联盟，企业为学校提供跨境电商托管、网络品牌包装等一站式技术咨询和支持服务，帮助学校提升电商运营和品牌服务能力。在跨境电商托管服务中，企业利用自身的专业团队和丰富经验，帮助院校解决实战项目运营过程中遇到的各种问题，提升店铺的运营效率和销售业绩。在网络品牌包装服务中，企业通过市场调研、品牌定位、形象设计等环节，为学校创业项目打造具有市场竞争力的品牌形象。

2. 行业标准制定

企业积极参与跨境电商岗位能力标准、实训课程标准的制定工作，输出《跨境新媒体营销岗位培训体系》等文件。这些标准和规范的制定，为跨境电商行业的人才培养

和职业发展提供了明确的依据。通过参与行业标准制定，企业将自身的实践经验和技术优势转化为行业规范，推动了行业的规范化发展，也提升了企业在行业内的影响力和话语权。

（七）完善管理体制机制

1. 协同管理机制

成立的校企联合管理委员会，负责统筹协调合作中的各项工作。委员会定期召开联席会议，共同商讨合作中的重大事项。制定《现代学徒制管理办法》对学徒的选拔、培养、考核等环节进行了详细规定，确保现代学徒制培养工作的有序进行。《双导师考核细则》明确了企业导师和学校导师的职责和考核标准，激励双方导师积极履行职责，提高教学质量。这些制度文件的制定和实施，为合作的顺利开展提供了有力的制度保障。

2. 资源保障机制

企业投入资金，建设2000m²的校外实训基地。实训基地配备3间多媒体教室，为学生提供了良好的教学环境。50间宿舍的建设，解决了学生实习期间的住宿问题。同时，购置跨境电商模拟软件及真实账号资源，为学生实践操作提供了必要的设备和工具。这些资源的投入，为学生实践能力的培养提供了坚实的物质基础，确保学生能够在良好的环境中进行实践学习。

（八）推动国际化发展

1. 随企出海项目

组织师生参与国际电商展会、跨境直播获客等实战项目，2024年项目覆盖东南亚、欧美等6个区域市场。在国际电商展会中，师生能够了解不同国家和地区的电商市场需求和发展趋势，与国际同行进行交流与合作。在跨境直播获客项目中，学生通过参与直播策划、主播工作等环节，提升了跨境直播营销能力，拓宽了国际视野，为未来从事跨境电商工作积累了宝贵的国际经验。

2. 国际资源对接

引入海外供应链管理、多语言AI翻译等国际化课程模块，丰富了学生的知识体系。与Lazada、Shopee等平台合作开展跨境运营人才联合培养，为学生提供了更广阔的发展空间。在联合培养过程中，学生能够学习到国际知名电商平台的运营模式和管理经验，提升自身的国际化素养和竞争力，为培养具有国际视野的跨境电商人才奠定了基础。

华南电商产业科技（深圳）有限公司与湖南劳动人事职业学院的深度合作，在人才培养、产教融合、实践教学等多个方面取得了显著成果。通过不断创新和完善合作机制，双方为跨境电商行业培养了大量高素质的专业人才，也为其他院校和企业开展校企合作提供了有益的借鉴。未来，双方有望继续深化合作，不断探索新的合作模式和领域，为跨境电商行业的发展做出更大的贡献。

四、企业参与学院“五金”建设

（一）金专业建设

企业深度参与学院“五金”建设，其中“金专业”建设成果显著。企业与院校共同开展专业调研，精准定位专业方向，确保专业设置与市场需求高度契合。企业将自身在跨境电商领域的实践经验转化为教学内容，与院校共同制定了2024级跨境电子商务专业人才培养方案，明确以跨境电商运营、跨境供应链管理、跨境商务数据分析等为核心课程，培养具备国际化视野和实践能力强的高素质技术技能人才。

（二）金课程建设

在课程体系建设方面，跨境企业深度参与课程开发，将行业最新的技术、规范和案例融入课程内容，打造“金课程”。通过校企合作开发教材，引入企业真实项目，采用任务驱动、项目导向等教学模式，提升学生的实践能力。同时，企业开放自身资源，与院校共建实训基地，为学生提供真实的工作场景和实践机会。

为使学生在跨境电商岗位实习时能迅速适应工作，企业携手学校打造实习前专题实训计划。实训融合跨境新媒体营销和亚马逊运营两大核心板块，全面提升学生的跨境电商综合实操能力。

亚马逊运营实训板块，学生将深入了解亚马逊平台的各个方面。涵盖全球开店项目、站点介绍、运营机制、开店费用等基础知识。熟悉亚马逊前台和后台界面，掌握账号注册流程、账户类型分析以及账号安全管理，包括关联控制和风险防范。学习产品刊登的技巧，如

Listing打造、分类审核、跟卖与防跟卖，以及商品上传实操。掌握亚马逊物流FBA的全流程，包括优劣势分析、发货流程、费用计算、入库计划创建和备货技巧。深入学习亚马逊销售技巧，包括站内推广和站外引流方法，以及常用工具资源的使用。

表4-1 跨境电商运营岗前实训大纲

课程内容	课程大纲		
了解亚马逊	站点简介	1. 亚马逊全球开店项目简介	
		2. 亚马逊全店开店站点介绍	
		3. 全球开店前期准备和注意要点	
	运营机制	1. 亚马逊平台运营特点及平台机制讲解	
		2. 亚马逊平台可提供服务简介	
		3. 亚马逊平台对产品的要求	
开店费用	亚马逊开店费用详解		
亚马逊界面 详解	前台界面	1. 亚马逊前台功能页面介绍	
		2. listing详情页界面详解 (Review、Feedback、Q&A、Buybox等)	
		3. Sponsored Products广告位简介	
	后台界面	1. 熟悉后台必须了解的名词详解	
		2. 卖家登录后台的方式简介	
		3. 卖家后台模块详解	
		4. 卖家后台设置模块详解	
		5. 亚马逊收款方式详解	
	Amazon账号 注册	账户类型	1. 亚马逊两种账户类型详解
			2. 专业卖家和个人卖家的优劣势分析
注册流程		1. 全球开店步骤详解	
		2. 开店资料及注意事项详解	
亚马逊账号 安全	关联控制	1. 亚马逊账号关联是什么	
		2. 影响Amazon账号关联的因素详解	
		3. Amazon账号关联风险后果及规避方法	
		4. 如何进行多账户操作及多账户操作注意事项	
		5. 因账号关联导致店铺被封的应对措施	
	风险详解	1. 亚马逊平台政策详解	
		2. 产品侵权风险详解 (商标、品牌、图片、外观、专利侵权等)	
		3. 账户绩效风险详解	
		4. 新账号风险防范方法详解	
		5. 账号被封应对技巧	
产品刊登	Listing打造	1. 刊登页面详解	
		2. 自建Listing实操及其技巧讲解	
		3. 如何提高Listing曝光量 (标题、关键词等操作技巧)	
		4. Listing雷区提醒	
		5. Listing图片注意事项	
	实操训练	6. Listing实操训练	
	分类审核	1. 如何判断产品是否需要进行分类审核	
		2. 分类审核时需提供的资料及要求讲解	
跟卖与防跟卖	1. 跟卖的重要原则详解		

		2. 如何安全的跟卖?
		3. 如何防止被跟卖的技巧分享
		1. 上传单属性商品
	上传产品	2. 上传多属性商品
		4. 商品上传实操训练
实操训练	5. 上传商品实操训练	
亚马逊物流	FBA	1. FBA的优劣势分析
		2. FBA的发货流程简介
		3. FBA费用详解
		4. FBA入库计划创建流程详解
		5. FBA备货技巧及其设置详解
		6. 什么样的产品适合FBA
		7. FBA贴标注意事项及发货后操作
		8. FBA后台实操及注意事项
	实操训练	9. 创建发货计划实操训练
亚马逊销售	站内推广	1. 站内Sponsored后台讲解
		2. 站内促销简介
		3. 站内促销设置
	站外引流	1. 什么是站外引流
		2. 社交平台引流
		3. 常用引流社交软件
		4. 如何做好站外引流
常用知识	工具资源	1. 亚马逊常用网站
		2. 翻墙、翻译工具分享
		3. 欧美重要节假日汇总
		4. 亚马逊卖家常用邮箱列表及跟卖投诉入口参考
		5. 亚马逊解决问题神器-开case详解



图4-1 现代学徒制学生在华南电商基地沉浸式学习

在跨境新媒体营销实训板块，学生将系统学习多方面的知识与技能。从出海账号环境风险解决方案入手，掌握外语新媒体营销变形方式以及跨境新媒体外语视频营销平台的使用，为后续的营销活动奠定基础。通过行业大数据分析、竞品及标杆视频调研、对标账号分析等内容，精准定位行业市场。深入学习养号及提升账号权重技巧，搭建多平台矩阵账号，并了解运营注意事项。掌握爆款视频的拍摄和剪辑技巧，包括拍摄设备的使用、镜头运动和构图方法，以及视频剪辑软件操作和创意后期制作。学会运用AI技术辅助文案写作、图片与视频处理、多语言翻译。此外，还将学习账号运营与推广技巧，包括数据分析优化、付费和免推广方法，以及外语直播获客和私域流量运营技巧。

表4-2 新媒体运营岗前实训大纲

课程内容	课程大纲
破局出海	1. 出海账号环境风险解决方案
	2. 外语新媒体营销变形方式
	3. 跨境新媒体外语视频营销平台简介
行业调研	1. 行业大数据分析与调研
	2. 行业竞品及标杆视频调研
	3. 对标账号分析技巧
IP账号精准定位	1. 养号以及加账号权重技巧
	2. 批量养号技术
	3. 账号定位信息设置
	4. 账号封禁警告违规风险

跨境 新媒 体营 销出 海实 操	多平台矩阵账号搭建	1. 多平台账号注册
		2. 多平台矩阵账号关联技巧
		3. 出海账号运营注意事项
		4. 平台账号建立设置技巧
	爆款视频制作（拍摄）	1. 拍摄设备介绍以及使用方法
		2. 拍摄镜头运动方式
		3. 拍摄镜头角度技巧
		4. 拍摄常规构图技巧
		5. 行业爆款视频拍摄技巧
	爆款视频制作（剪辑）	1. 视频剪辑软件操作
		2. 剪辑技巧与方法
		3. 创意剪辑与后期制作
	爆款视频发布技巧	1. 发布时间技巧
		2. 发布零播放解决问题
		3. 标题文案写作技巧
		4. 标签关键词技巧
	AI技术应用	1. AI文案写作技术与应用
		2. AI短视频与图片处理技术
		3. 多语言短视频AI翻译技术与应用
	账号运营与爆粉推广	1. 账号数据分析以及优化
		2. 多平台付费推广技巧
3. 多平台免费增粉路径		
外语直播获客	1. 直播间搭建技巧	
	2. 直播脚本策划	
	3. 直播流量变现	
	4. 推流直播软件使用技巧	
私域流量运营	1. 主页引流	
	2. 核心私域社交账号	
	3. 私域流量运营	

（三）金教材建设

双方组织企业专家与学校教师共同编写跨境电商专业活页式教材及工作手册《跨境电商平台运营手册》，融入行业最新动态、实际案例与操作技巧，确保教材内容的实用性与先进性。根据行业发展与教学反馈，定期对教材进行修订与更新，及时补充新的知识与技能点，使教材始终符合行业发展需求。

（四）金师资建设

校企双方积极打造双师型队伍，企业为学校教师提供到企业实践、交流或培训，全年先后有6名教师深入企业实践，分别加强对跨境平台运营模块进行实践，不断提升教师专业技能，共计60天。2024年学校聘请企业管理人员或专业技术人员4人担任校外导师，形成双向交流，促进师生发展，跨境电商专业专任教师双师型比例从40%提升至60%。2024年企业导师完成《shopee模拟平台操作》240课时的校内教学任务和《亚马逊平台运营》、《跨境新媒体运营》等216课时的校外教学任务。2024届学生岗位技能达标率提升至92%，双师型教师企业实践时长同比增加300%，形成“人才反哺产业、教学驱动创新”的良性循环。



图4-2 企业导师在学校授课

（五）金基地建设

双方共建跨境电商校内实训基地，配备阿里巴巴国际站、速卖通等先进的跨境电商模拟教学软件、实训设备，模拟真实跨境电商工作场景，为学生提供实践操作平台。在华南城搭建校外实习基地，为学生提供学习、实习与就业平台。实习期间，参与企业实际项目，提升实践能力与职业素养，双方定期组织教师走访学生实习就业基地，了解学生实习动态（图4-3、图4-4）。学生就业竞争力显著增强，现代学徒制毕业生就业率达到93%以上，就业质量明显提高，部分学生能够自主创业，带动就业。



图4-3 学院教师走访华南城实训基地



图4-4 学院教师与实习学生代表进行交流

五、企业助力合作院校随企出海

华南电商依托覆盖全球23国的跨境电商业务网络，接入亚马逊、Shopee等8大国际电商平台官方资源，建成跨境直播实训中心，为学校搭建“教学-实践-就业”贯通的国际产教融合平台。

通过“云展会”，组织师生参与东南亚跨境贸易峰会等5场次国际级行业活动，覆盖东南亚、欧美等12个国家市场，与来自不同国家和地区的电商从业者进行交流，了解国际电商市场的最新动态和趋势。

华南电商为学校的学生提供了丰富的实战平台，通过参与真实项目运营，完成商品出海。学生分组运营12个跨境电商店铺，完成选品分析、Listing优化、FBA备货等全链条实践；运用Google Analytics、Helium10等工具完成12个国家市场的数据画像，孵化“国潮服饰东南亚推广方案”等8个学生创业项目。

六、问题与展望

（一）现存问题

1. 人才培养适配性仍需提升

尽管已构建“五模三向”课程体系，但跨境电商行业发展迅猛，新技术、新模式不断涌现，课程内容更新速度仍难完全跟上行业变化。例如，新兴的跨境电商社交营销模式和区块链在跨境支付中的应用，未能及时全面融入课程，导致学生所学知识与企业实际需求存在一定脱节，在进入企业后需花费额外时间适应新业务场景。

2. 师资协同发展面临挑战

在金师资建设方面，企业导师与学校教师的沟通协作机制尚不完善。企业导师因工作繁忙，参与学校教学活动的的时间较为分散，难以系统地与学校教师进行教学研讨和经验分享。同时，学校教师前往企业实践的时间安排与教学任务存在冲突，实践深度和效果受到影响，不利于双方形成紧密的教学合力，共同提升教学质量。

3. 实训基地建设有待强化

校外实训基地虽能提供一定实践机会，但随着学生数量增加，设备和工位的紧张情况逐渐凸显，无法充分满足所有学生的实践需求。校内实训基地模拟教学软件的更新速度滞后于行业发展，真实业务场景的还原度有待提高，难以让学生完全体验到复杂多变的跨境电商实战环境，影响实践教学效果。

4. 随企出海项目深度和广度不足

在助力合作院校随企出海方面，目前组织的活动多集中于线上交流和基础岗位实践。学生参与国际项目的深度

有限，难以接触到跨境电商核心业务环节，如海外供应链管理、国际市场战略规划等。且合作的国际资源主要集中在少数几个国家和地区，限制了学生对全球多元化市场的了解和适应能力。

(二) 未来展望

1. 优化人才培养方案，紧跟行业前沿

建立行业动态跟踪机制，安排专人关注跨境电商行业的最新技术、模式和政策变化。每学期对课程内容进行评估和调整，及时将行业热点融入教学，确保课程内容的时效性和实用性。例如，针对新兴的跨境电商直播带货模式，开设专门的课程模块，邀请行业知名主播进行经验分享和实操指导，让学生掌握最新的营销技巧。

2. 完善师资协同机制，促进共同成长

制定更加合理的企业导师和学校教师交流计划，明确双方的责任和义务。企业导师定期与学校教师开展教学研讨活动，分享行业实践经验和最新案例；学校为教师合理安排实践时间，保证教师能够深入企业参与实际项目，提升实践教学能力。同时，设立师资协同发展奖励机制，对在教学合作中表现优秀的教师和企业导师给予表彰和奖励，提高双方的积极性。

3. 加大实训基地投入，提升实践教学质量

加大对实训基地的资金投入，扩充校外实训基地的场地和设备，增加工位数量，满足学生日益增长的实践需求。定期更新校内实训基地的模拟教学软件，引入更多真实的

跨境电商业务数据和案例，提升场景还原度。与更多企业合作，共建共享实训基地，拓宽学生的实践渠道，为学生提供更加丰富和真实的实践环境。

4. 拓展随企出海项目，培养国际化人才

进一步拓展国际业务网络，加强与不同国家和地区电商企业的合作，为学生提供更多参与国际项目的机会。增加学生在海外市场调研、跨境电商项目运营管理等核心业务环节的实践锻炼，培养学生的国际化视野和综合业务能力。组织学生参加国际电商竞赛和交流活动，提升学生在国际舞台上的竞争力，为跨境电商行业培养具有国际竞争力的高素质人才。