

课赛融通背景下双创融入的跨境电商课程教学改革路径探究

崔春晓, 邹松岐*

山东理工大学经济学院, 山东淄博

DOI: 10.62836/jer.v4n2.1026

摘要: 在“互联网+双创”战略深化与跨境电商行业高速发展的双重驱动下, 跨境电商行业对“实战能力+创新思维”复合型人才的需求与高校传统教学模式的矛盾日益尖锐。本文系统分析当前课程教学存在的内容脱节、方法单一、评价片面等问题, 以“课赛融通”为核心纽带, 从教学内容重构、教学方法创新、师资队伍建设、校企协同、数字素养培育及评价体系优化六大维度, 探索双创理念深度融入跨境电商课程的改革路径, 为高校跨境电商专业人才培养提供理论参考与实践范式。

关键词: 课赛融通; 创新创业; 跨境电商; 教学改革

Exploration on the Teaching Reform Path of Cross-Border E-Commerce Courses with the Integration of Innovation and Entrepreneurship Under the Background of "Course-Competition Integration"

Chun-xiao Cui, Song-qi Zou*

School of Economics, Shandong University of Technology, Zibo, Shandong

Abstract: Driven by both the deepening of the "Internet + Innovation and Entrepreneurship" strategy and the rapid development of the cross-border e-commerce industry, the contradiction between the industry's demand for compound talents with "practical capabilities+innovative thinking" and the traditional teaching model in colleges and universities has become increasingly acute. This paper systematically analyzes the existing issues in current course teaching, such as disconnection between content and industry needs, single teaching methods, and one-sided evaluation. Taking "course-competition integration" as the core link, it explores the reform path of deeply integrating

* 基金项目: 2022年山东省本科高校教学改革研究面上项目“新文科背景下地方高校经贸类专业复合人才培养模式研究与实践”(编号: M2022653); 2024年山东理工大学双创融入试点项目“基于‘课赛融通’的双创融入《跨境电商理论与实务》课程改革研究”(编号: SC202411); 2025年山东理工大学国际学生品牌专业建设项目“跨境电商理论与实务课程”(编号: JJ202503); 2025年山东理工大学本科教学研究与改革面上项目“《跨境电商数据分析》课程思政一体化建设研究”(编号: JXM202574)。

作者简介: 崔春晓(1979.01—), 女, 汉, 山东淄博人, 硕士, 副教授, 研究方向, 数字经济与跨境电商。

通讯作者*: 邹松岐(1979.07—), 女, 汉, 吉林德惠人, 硕士, 系主任, 副教授, 研究方向: 国际贸易理论与政策。

the concept of innovation and entrepreneurship into cross-border e-commerce courses from six dimensions: the reconstruction of teaching content, the innovation of teaching methods, the construction of teaching staff, school-enterprise collaboration, the cultivation of digital literacy, and the optimization of evaluation system. This study aims to provide theoretical reference and practical paradigm for the cultivation of cross-border e-commerce professionals in colleges and universities.

Keywords: course-competition integration; innovation and entrepreneurship; cross-border e-commerce; teaching reform

1 引言

近年来，跨境电商凭借“无国界、高效率、低成本”的优势，成为推动我国外贸增长的核心引擎。根据2024跨境电商行业年度报告估计，2025年全球跨境电商市场规模预计达到5512.3亿美元，2024年我国跨境电商市场规模达到17.66万亿元，同比增长约7.32%[1]。随着跨境电商的快速发展，同时面临严重的人才供需矛盾，根据《中国跨境电商人才培养白皮书》预测，2025年跨境电商人才缺口超400万[2]，未来人才缺口将进一步扩大。随着AI在跨境电商的应用，跨境电商企业更倾向于招聘专业型、技术型的高质量人才，对跨境电商产品开发员、跨境电商AI人才、跨境电商运营的岗位需求显著增加，如2024年TikTok运营、Temu运营的招聘职位分别比2023年增长了143%和500%[1]。

与此同时，高校跨境电商课程教学仍存在诸多局限。从教学内容看，现有教材多围绕亚马逊、速卖通等传统平台的基础操作流程展开，未纳入TikTok直播营销、AI选品工具应用、跨境电商合规管理等行业新动态，与跨境电商赛事中要求的“多平台协同运营”“小众市场选品”等核心任务需求脱节；从实训环境看，多数高校依赖静态仿真软件开展教学，学生难以提升应变能力[3]，无法模拟“竞品降价”“物流延迟”“政策变动”等真实市场竞争场景。在此背景下，“课赛融通”凭借其“以赛促教、以赛促学、以赛促创”的特性，成为连接课程教学与行业需求、破解人才培养痛点的关键路径。

2 跨境电商课程教学现存问题

2.1 教学内容与行业、赛事双重脱节

1. 知识更新滞后于行业发展

跨境电商行业呈现“技术迭代快、模式创新多”的特点，短视频营销、AI选品、社媒营销、独立站建设等新业态不断涌现，但现有教材与课程内容更新缓慢。高校跨境电商课程仍以“平台注册、产品上架”等基础流程为主，未纳入“TikTok Shop运营”“跨境电商合规风险管控”等企业高频需求内容；部分课程甚至未覆盖“东南亚市场消费习惯分析”“中东跨境支付安全”等新兴市场相关知识，导致学生毕业后需企业重新培训才能上岗。

2. 课程内容未对接赛事核心要求

全国OCALE、全国高校商业精英赛跨境电商赛事的核心任务（如“多平台差异化运营”“数据化选品决策”“全漏斗营销策划”），集中反映了企业对人才的能力需求，但多数高校课程未将这些赛事模块融入教学。很多高校在跨境电商课程中提及赛事相关内容，但未形成系统的教学衔接，导致学生参赛时需额外花费大量时间学习赛事知识，参赛积极性与获奖率均较低。

3. 双创元素融入缺乏系统性

现有双创元素融入课程体系，多从课程内容融合和提供创新创业实训平台来体现[4]，未构建“商业决策、商业模式创新”等双创知识体系，仅聚焦技能训练，忽视创新思维培养。多数课程

在“选品”模块中，仅要求学生“分析产品卖点”，未引导其挖掘“消费者痛点”“差异化竞争策略”；在“营销”模块中，仅讲解“关键词广告投放”，未涉及“病毒式社媒营销”“私域流量运营”等创新模式，导致学生缺乏“从0到1”的创业思维与商业规划能力。

2.2 教学方法与实训环境难以支撑实战需求

1. 教学形式单一固化，学生被动学习

当前跨境电商课程仍以“教师讲授+软件演示”为主要形式，学生缺乏主动参与的机会。课堂上教师平均占用80%以上的时间讲解理论与操作步骤，学生仅能通过“模拟软件完成预设任务”，无法自主探索解决方案；即使部分高校引入项目教学，也多为“教师给定方案、学生执行”的模式，缺乏对学生创新能力的激发。

2. 实训资源不足，无法模拟真实竞争环境

主流跨境电商平台（如亚马逊、阿里巴巴国际站）入驻门槛高（需企业资质、高额保证金），高校普遍缺乏真实店铺运营条件，只能依赖模拟软件开展实训。但这些软件存在明显局限：一是数据滞后，未涵盖东南亚、中东等新兴市场的消费数据；二是功能单一，仅能模拟基础流程，无法还原“竞品降价”“物流延误”“平台规则变动”等真实市场突发场景；三是缺乏对抗性，学生在无竞争压力的环境下操作，难以培养商业决策与风险应对能力。

2.3 师资队伍与评价体系存在明显短板

1. 师资实践经验与赛事指导能力双不足

跨境电商课程教师多由国际贸易或电子商务专业教师转型而来，其专业知识主要通过短期培训和教材获取，缺乏真实店铺运营经验。大多数任课教

师未参与过跨境电商实际业务，难以解答“如何通过数据分析优化广告ROI”“如何应对亚马逊封号风险”等实战问题；同时，仅少数教师接受过赛事指导培训，无法为学生提供系统的参赛指导，导致学生参赛时“盲目跟风、缺乏策略”。

2. 评价体系重结果、轻过程，忽视双创能力

传统课程评价以“期末笔试（60%）+平时作业（30%+出勤（10%）”为主，侧重考核理论知识与基础操作，无法全面反映学生的实战能力与双创素养。即使部分高校引入实践评价，也多以“模拟软件操作成绩”为准，未将“项目创新度”“团队协作”“竞赛成果”纳入评价范畴，评价客观性与激励性不足。

3 课赛融通背景下的课程教学改革路径

3.1 重构教学内容：实现“行业需求-赛事标准-课程内容”三位一体对接

以赛事任务与行业需求为双重导向，打破“理论章节式”教学框架，构建“基础+核心+双创”三阶课程内容体系，确保教学内容既“跟得上行业”，又“对接上赛事”。

1. 基础层：夯实理论与赛事基础

整合跨境电商导论、国际贸易规则、跨境支付与物流等基础理论知识，同时嵌入“赛事入门培训”内容。讲解跨境电商行业趋势、主流平台特性（含新兴平台如TikTok Shop、Temu）、国际市场法规（如欧盟VAT、美国FDA认证）等，帮助学生建立行业基础认知。

通过系统介绍OCALE、三创赛、全国高校商业精英赛等赛事的规则、评分标准、参赛流程，以及赛事常用工具（如OCALE模拟平台、数据分析软件）的基础操作，建立起对赛事的基本认知。

2. 核心层：对接赛事模块与企业需求

表1. 教学单元与赛事任务、企业需求对应关系

教学单元	对接赛事任务	对应企业需求
跨境电商多平台运营	OCALE赛事“多平台协同运营”任务	企业“多平台风险分散”需求
数据化选品与决策	全国高校商业精英赛“小众市场选品”任务	企业“爆款产品开发”需求
跨境电商全漏斗营销	三创赛跨境电商赛道“营销策划方案设计”任务	企业“流量转化与用户留存”需求
跨境电商数据分析与优化	OCALE赛事“P4P付费推广数据诊断”任务	企业“运营效率提升”需求

将赛事核心任务转化为课程教学项目，使教学内容与赛事能力要求、企业岗位需求精准匹配。可设置以下核心教学单元（见表1）：

同时，每学期更新10%-15%的教学内容，纳入行业最新动态（如“AI工具在跨境电商中的应用”“跨境电商合规新政策”），确保内容时效性。

3. 双创层：系统融入创新创业思维

增设“商业模式创新”“创业项目孵化”等单元，培养学生的创业意识与商业规划能力。如引导学生拆解创新点，学习商业计划书撰写、创业项目规划等知识，培养学生的创业思维。此外，开发动态教学资源库，定期更新赛事案例、行业报告、平台操作手册，确保教学内容的时效性。

3.2 创新教学方法：模拟竞赛场景，实现“教学赛”一体化

1. 对抗性平台实践教学

引入OCALE、敏学杯等竞赛专用的对抗性模拟平台，组建学生团队在平台上完成“店铺注册-选品-营销-数据分析”全流程实战。平台实时生成“销量、利润、市场份额”等数据，并随机触发“竞品降价”“平台规则调整”“物流延迟”等突发场景，学生需动态调整运营策略（如“紧急调整广告预算”“切换物流渠道”）。教师通过平台后台实时监控各团队进度，针对“策略失误”“数据解读偏差”等问题进行针对性指导。这种模式能让学生在“真实竞争”中提升决策能力。

2. “备赛-参赛”联动教学

学期中开展“竞赛专题Workshop”，邀请往届获奖学生、赛事评委分享经验与技巧；学期末选拔优秀学生团队参与省级、国家级竞赛，备赛过程中采用“1对1导师制+团队复盘”模式，指导学生优化竞赛方案。同时，将竞赛培训融入日常教学，使备赛过程成为高阶实战训练，实现“课程学习-竞赛准备-能力提升”的有机衔接。

3.3 强化师资队伍：构建“双师双能”培养体系

1. 提升校内教师的实战与赛事指导能力

实施“教师企业顶岗计划”，要求教师每年在跨境电商企业挂职1-2个月，参与真实店铺运营、营销策划等工作，积累实战经验；开展专项能力培训，如组织教师参加“1+X跨境电商B2B数据运营”“跨境电商海外营销”等职业技能认证，以及OCALE、三创赛等赛事指导培训，提升教师的赛事指导能力与专业素养。

2. 引入校外实战导师

聘请跨境电商企业运营专家、企业代表，他们具有丰富的经验和资源，能够为学生提供指导和建议[5]。如定期开展“实战案例课”，讲解“多平台利润调配”“竞赛方案优化”等行业及赛事重难点问题。同时，建立校内外导师联合指导机制，共同参与课程设计、实践教学与竞赛指导，弥补校内教师实战经验不足的短板。

3.4 深化校企协同：搭建“课赛-产教”融合平台

1. 共建实训基地与工作室：与跨境电商产业园、平台企业、第三方服务商合作[5]，设立“校内企业工作室”，引入真实运营账号与企业项目，让学生参与“新品推广”“库存清理”等真实业务，在实战中提升能力。

2. 联合开发竞赛与教学资源：与企业共同将真实业务需求转化为竞赛任务，如将企业“东南亚市场新品选品”需求设计为课程竞赛项目，学生方案被企业采纳可获得实习或就业绿色通道。同时，校企联合开发实训手册、教学案例、赛事指导资料等资源，确保教学与竞赛内容贴合企业实际需求。

3. 建立反哺式合作机制：邀请毕业3年内的优秀创业学生（如跨境电商创业企业创始人）返校分享行业动态与创业经验，反馈企业对人才能力的新需求，帮助高校优化课程内容与培养方案。此外，企业可通过参与课程评价、竞赛评审等环节，为高校人才培养提供针对性建议。

3.5 融入数字素养：适配行业数字化转型需求

1. 分层培养数据应用能力

初级阶段教授Excel高级功能、Google Analytics

基础操作，培养学生数据收集与初步分析能力；中级阶段开展Python数据挖掘、Jungle Scout选品工具、亚马逊数据分析工具等实训，提升学生数据处理与可视化能力；高级阶段要求学生基于赛事或企业真实数据，制定“付费推广ROI优化方案”“市场需求预测报告”，培养数据驱动决策能力。

2. 强化数字伦理与合规教育

在“跨境电商合规管理”模块中，增设“数据隐私保护”“平台规则解读”“跨境支付安全”等内容，通过“虚假营销案例分析”“违规账号运营复盘”等教学形式，培养学生的数字道德意识与合规运营理念。同时，引入不同国家和地区的数字贸易法规教学，帮助学生规避跨境运营中的法律风险。

3.6 优化评价体系：建立“课赛融通”多维度考核模型

1. 构建过程性评价体系

过程性评价体系包括“课堂参与（10%）”“对抗性平台运营成绩（20%）”“项目报告（30%）”。课堂参与通过“教师评分+团队互评”考核学生案例讨论、策略分享等表现；平台运营参考OCALE赛事等标准，按“利润、市场份额、策略创新性”分阶段评估；项目报告需提交选品、营销等方案，由校内外导师按“逻辑清晰度、数据支撑度、创新度”打分。

2. 纳入竞赛成果评价

依赛事级别与获奖情况赋分，国家级、省级、校级获奖均有对应分值。未获奖但参与的团队，按“方案创新性、进步幅度”赋分，兼顾公平与激励，避免“唯结果论”。

3. 引入第三方评价与学生自评

第三方评价邀请企业导师、赛事评委，从“岗

位适配度、商业可行性”等维度打分；学生需自评“团队协作、创新贡献”等，成员间也需互评，培养反思与协作意识。

4 结语

“课赛融通”背景下的跨境电商课程改革，核心是借赛事“实战性、对抗性、创新性”重构教学逻辑，实现双创理念与专业教学深度融合。当前改革虽在教学内容、方法、评价等方面有突破，但仍需优化：一是动态更新赛事对接模块，适配 AI 跨境电商、元宇宙营销等行业新趋势；二是深化“课赛证”衔接，融入“1+X 跨境电商职业技能等级证书”考核内容；三是扩大校企协同，构建“校-企-赛”三位一体人才培养生态。未来高校需以行业需求为导向、赛事为纽带、双创为核心，完善改革路径，提升人才培养质量，输送“懂运营、会创新、能决策”的复合型人才，助力我国跨境电商产业在全球竞争中保持优势。

参考文献

- [1]AMZ123报告团.2024跨境电商行业年度报告(EB/OL).2025-01-15.<https://www.sgpjbg.com.cn/baogao/403024.html>.
- [2]《中国跨境电商人才培养白皮书》在杭发布今年我国跨境电商人才缺口达400万(EB/OL).杭州网.https://hznews.hangzhou.com.cn/jingji/content/2025-07/12/content_9037003.htm.
- [3]张雯瑾.“互联网+双创”背景下跨境电商教学模式改革研究[J].营销界,2024(06):30-32.
- [4]杨凡.面向创新创业能力培养的高职跨境电商课程体系构建与实践[J].湖北开放职业学院学报,2025(07):9-11.
- [5]林云芳.基于双创理念的跨境电商实践教学模式设计与优化[J].科教文汇,2024(07):120-123.

