

数字经济背景下高校电商直播人才培养路径研究

仇思敏

南京邮电大学教育科学与技术学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年6月30日; 录用日期: 2025年7月14日; 发布日期: 2025年8月7日

摘要

数字经济时代, 数字技术和经济发展的深度融合加速了互联网产业进程, 带动了诸如直播电商行业的快速发展, 并通过技术支撑和平台整合, 驱动直播电商向更高形态升级。各种直播平台、社交平台涌进电商行业, 形成直播电商产业火爆的局面。然而, 全民参与构成直播电商产业的新特征, 使得当前直播带货市场准入门槛较低, 直播行业经常出现乱象。作为承担人才培养和社会服务两大基本职能的高校, 面对数字经济时代对高校电商专业人才培养提出的更高要求, 应当积极参与探索电商人才培养路径, 促进电商行业健康发展, 缓解高等院校学生就业压力。

关键词

数字经济, 高校, 电商直播人才培养

Research on the Cultivation Path of E-Commerce Live Streaming Talents in Colleges and Universities under the Background of Digital Economy

Simin Qiu

School of Educational Science and Technology, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 30th, 2025; accepted: Jul. 14th, 2025; published: Aug. 7th, 2025

Abstract

In the digital economy era, the deep integration of digital technology and economic development

文章引用: 仇思敏. 数字经济背景下高校电商直播人才培养路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(8): 535-540.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1482550

has accelerated the Internet industry's growth, leading to the rapid development of live-broadcasting e-commerce and driving it to a higher level through technological support and platform integration. Various live and social platforms have flooded the e-commerce industry, creating a booming live e-commerce market. However, everyone's participation constitutes a new feature of the live-broadcasting e-commerce industry, which lowers the market access threshold for live broadcasting with goods and often causes the industry to appear chaotic. As a university that undertakes the basic functions of cultivating talent and providing social services, it should actively participate in exploring the path of cultivating e-commerce professionals in the digital economy era. This will promote the healthy development of the e-commerce industry and ease the employment pressure on students of higher education institutions.

Keywords

Digital Economy, Colleges and Universities, E-Commerce Live Streaming Talent Development

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

受技术创新、政策推动、市场需求等多维因素驱动，数字经济依托数字基础设施的迭代升级，加速催生新产业、新业态；同时，新产业形态反向促进数字产业结构优化与消费需求升级，如个性化数字服务需求，推动数字经济产业规模持续扩张。在数字经济迅猛发展的时代背景下，直播电商的内涵持续延伸，其服务范畴已从传统实物商品销售领域延伸至本地生活服务、虚拟内容付费等多元业态，成为驱动消费升级与经济增长的新型引擎。艾媒咨询数据显示[1]，2024 年中国网上零售额达到 15.52 万亿元，预计到 2025 年规模将达到 16.65 万亿元。直播行业新兴职业展现出显著的市场前景与发展潜力。

从行业发展实践来看，尽管当前市场对直播领域新兴职业的需求呈爆发式增长，且劳动力市场中存在大量具备从业意愿的求职者，但人才供给不足的现实矛盾已逐渐凸显。相关数据表明[2]，截至 2023 年 12 月，国内有 1508 万人把网络主播当成主业，预计到 2025 年，我国直播行业的人才缺口为 1941.5 万人。同时，《2025 中国互联网数字经济发展报告》指出，2023 年品牌店铺直播的市场规模占比为 51.8%。但在店铺直播过程中，品牌商常因缺乏直播经验等问题导致直播效果不及预期，或需借助外部机构以不断优化店铺直播运营策略。在电商行业高速崛起的进程中，市场生态逐步显现诸多矛盾。数据治理领域，流量造假、刷单炒信等违规行为屡见不鲜；头部主播的成功范式呈现显著不可复制性，致使从业者能力水平两极分化；内容创作层面，同质化问题突出，创新活力不足；平台与主播间的权责博弈持续加剧，直播带货环节因虚假宣传、品控疏漏等引发的信任危机频发，商品质量参差不齐等问题亦较为突出。

基于上述问题，急需改变当前电商行业人才紧缺现状。本文通过分析当前直播电商人才培养现状和问题，对直播电商人才应具备哪些素质和人才培养路径展开研究。在数字化经济发展的背景下，加强网络电商直播人才培养，以期电商直播行业发展提供帮助。

2. 电商直播行业现状

《直播电商高质量发展报告(2024)》[3]显示，2024 年中国直播电商市场规模达 5.8 万亿元，在这一行业市场规模快速增长的过程中，直播电商用户数量也在持续攀升，截至 2024 年底，中国网络直播用户达 8.33 亿，其中电商直播用户 5.97 亿，占网民总数 54.7%。市场规模扩大意味着直播行业赛道更细分，

诸如美妆、农产品、3C 数码等领域，要求人才具备相关领域深耕的专业知识。

在当前数字经济浪潮下，直播行业凭借其迅猛的发展态势，展现出强劲的人才需求缺口与高薪酬吸引力，就业群体呈现年轻化特征，且对从业者的综合能力提出多元挑战。伴随着市场竞争变得更加激烈，直播带货领域对这一行专业人员的专业程度标准正逐步提升。

然而，研究显示[4]，直播行业尚未形成成熟的人才培养体系，多集中于电子商务与播音主持领域，而针对直播行业系统性研究的专业人才储备相对匮乏。作为直播流程中发挥核心作用的主播，从产品筛选、内容解说至售后服务，每一个环节都必须严格把控。这就需要主播拥有扎实的专业储备、出色的沟通技巧，同时具备强烈的社会担当与良好的职业操守，以此保障直播内容的真实与合规[5]。然而《2024 年直播带货消费维权舆情分析报告》显示[6]，部分从业者诚信意识淡薄，过度追求流量和销量，忽视了商品和服务质量，如头部主播“疯狂小杨哥‘美诚月饼’事件”和“东北雨姐木薯粉事件”的持续发酵，导致主播相关问题的舆情热度显著上升。主播素质良莠不齐，直接影响了直播的公信力，因此有必要对直播电商人才培养给予重视。

3. 高校电商直播人才培养存在的问题

电商直播从无人问津很快发展到家喻户晓，当前直播电商产业的商业模式已日渐成熟，但直播电商产业的人才培养模式尚不成熟，具体表现为高校课程体系滞后于行业实际需求，双师型师资队伍匮乏，实践教学环节与产业场景脱节，校企协同育人机制尚未形成有效闭环，导致人才培养规格与产业岗位需求间存在结构性错配，制约了直播电商产业高质量发展的人才支撑能力。

3.1. 人才培养方案和课程定位不准确

在高校电商直播人才培养体系中，人才培养方案与课程定位的偏差问题较为突出。许多高校的培养方案仍沿用传统电子商务专业的框架，将直播电商简单视为销售渠道的延伸，未能精准锚定行业核心需求。例如，部分院校在课程设置上以理论教学为主，过度强调经济学原理、市场营销等通用课程，而对直播场景搭建、流量运营、短视频脚本创作等实操性内容安排不足，导致学生毕业后难以快速适应岗位要求。

课程定位模糊也使得培养方向与产业需求脱节。部分高校将直播电商课程定位为市场营销专业的选修课，仅安排少量课时，无法系统性培养学生的专业技能；有的院校则将其作为独立专业，但课程内容却与传统电商、新媒体运营高度重合，缺乏直播电商独有的特色课程。比如，在选品策划环节，课程中多是理论化的商品分析模型，却未涉及直播带货中商品卖点提炼、与粉丝需求匹配等实战技巧；在直播运营方面，缺乏对实时互动策略、突发状况应对等场景化教学，导致学生在面对真实直播场景时束手无策。

此外，现有课程内容和教学方法缺乏明确的地域性，再加上网络交易平台更新速度快，书本知识更新和迭代相对滞后[7]。直播电商行业技术迭代迅速，虚拟主播、AI 选品、大数据精准营销等新工具和新模式不断涌现，但高校课程却仍围绕传统直播带货模式设计。例如，多数课程未将当下流行的 AI 数字人直播、跨平台流量整合等前沿技术纳入教学内容，使得学生所学知识与行业实践存在明显代差。这种培养方案和课程定位的偏差，不仅浪费教育资源，更难以满足企业对复合型直播电商人才的迫切需求，亟需通过动态调整课程体系、强化产教融合等方式加以改善。

3.2. 双师型师资队伍建设落后

在电商直播人才培养领域，双师型师资力量至关重要，然而现存师资队伍存在明显短板。当前院校教师普遍缺乏电商直播实践经验，而电商直播从业者又多欠缺教学技巧与授课经验[8]，这使得寻找兼具

教学能力和电商直播经验的“双师型”教师面临诸多困难。在此背景下，许多院校尝试通过校企合作模式来弥补师资不足和实践资源匮乏的问题。校企合作旨在为学生提供真实的电商直播实践机会，引入丰富的品牌及行业资源，以此提升学生的电商直播能力。然而，从现实状况来看，这种合作模式在人才培养过程中暴露出一些问题：一方面，企业在培养过程中提供的理论指导深度不足；另一方面，学校在培养学生实战能力方面仍存在欠缺。部分从事电商直播教学的教师因缺乏行业实践经验，多是从校内直接进入教学岗位，对直播电商的实际运作缺乏深入了解，难以将前沿的行业理念和实践经验传授给学生。此外，教师队伍流动性较低，与企业的合作交流不够紧密，导致教学内容更新滞后，无法及时反映行业的最新动态和趋势。

3.3. 教学体系的理论实践矛盾

在高校电商直播人才培养过程中，理论教学与实践教学失衡现象显著，严重制约专业人才培养质量。当前，多数高校的电商直播课程体系仍以理论讲授为主导，部分高校可能将直播电商课程设置为每周 4 课时，其中 3 课时用于讲解市场分析模型、消费心理等理论知识，仅有 1 课时用于模拟直播演练，导致学生空有理论框架，却缺乏镜头表达、临场应变等关键技能。

实践教学环节的薄弱还体现在实训设备与场景的缺失。部分院校虽开设了直播实训课程，但教学场景仅停留在教室讨论或简单的短视频拍摄，缺乏专业的直播设备与模拟运营平台。例如，在直播灯光布置、镜头切换等实操教学中，学生只能通过 PPT 学习理论知识，无法在真实场景中调试设备、优化画面效果；而在流量运营与数据分析实践中，由于缺乏与主流直播平台如抖音、淘宝的对接，学生只能使用虚拟数据进行分析，难以掌握实时监控、精准投放等真实运营技能。

同时，虽然许多高校与企业建立了合作关系，但合作模式多停留在表面，如简单的实习基地挂牌等，缺乏实质性的项目合作和人才共育机制；企业参与人才培养的过程不够深入，未能充分参与到课程设计、教学实施和考核评价等关键环节，导致人才培养与企业需求的对接不够精准，学生的职业素养和岗位适应能力有待进一步提高。部分院校与本地直播基地合作开展实习项目，学生在实习期中，仅参与过数次直播场务工作，未能接触选品策划、流量投放等核心环节，无法将课堂所学的粉丝运营、转化策略等理论知识应用于实践。这种理论与实践的失衡，使得学生难以形成岗位所需的综合能力，导致毕业即面临“学非所用”的困境，亟需通过强化实训课程占比，深化校企协同育人。

4. 数字经济时代直播电商人才培养路径

4.1. 以人才培养为核心，完善“电商直播”课程体系建设

电商行业的发展日新月异，人才需求也在不断变化。满足直播电商行业发展对专业人才的需求必然依靠于专业人才培养力度和深度，必然依赖于构建相关专业人才培养体系。现有的直播行业缺乏优质人才，不仅缺乏带货主播和达人，而且缺少大量专业人才，包括策划文案、主播运营、直播运营人才等。所以要结合人才培养方案和企业用人标准以及大环境下我国电商直播的发展趋势，对现有的课程进行重新完善以及整合紧随社会需求的变化，联合企业行业共同制定人才培养方案。

在构建电商人才培养方案时，需以岗位能力需求为核心，系统规划课程体系与培养路径。科学的方案设计应将课程设置与培养目标深度融合，以能力导向作为贯穿始终的逻辑主线。具体而言，需先对电商行业各岗位如运营、营销、数据分析等所需的知识储备、专业技能及职业素养进行精准解构，继而遵循认知规律，按照从基础理论到实践应用、从单一技能到综合能力的进阶逻辑，有序搭建课程知识框架。在知识体系构建过程中，既需涵盖电子商务基础理论、消费行为分析等学科原理，夯实学生的专业根基；又要融入直播运营策略、大数据分析技术等实践技能课程，培养其解决实际问题的能力。通过理论与实

践的有机结合,使学生不仅能够理解专业知识的内在逻辑,更能熟练掌握行业前沿技术与方法,最终实现知识、技能与素质的协同发展,确保培养方案与产业需求的高度适配,为电商行业输送兼具理论深度与实践能力的复合型人才[9]。

4.2. 加强电商直播方向“双师型”教师队伍建设

构建电商直播领域“双师型”教学团队,需要统筹专业教师的理论素养与企业专家的实践经验。针对该学科理论与实践并重的教学需求,高校应着力培育兼具扎实理论功底与丰富实战经验的复合型师资队伍。院校可从机制建设与资源整合两方面协同推进。首先,建立系统化的“双师型”师资培育体系,通过设立专项培养基地与实训平台,为教师提供实践锻炼与技能提升的载体。其次,深化校企合作机制,构建多元化的师资引入渠道:一方面,通过柔性聘用制度,吸纳企业资深从业者、行业专家担任兼职教师,将直播运营策略、选品实战技巧等前沿经验融入教学;另一方面,实施“双师型”教师培育计划,鼓励在职教师定期赴企业挂职锻炼,参与直播项目策划、流量运营等实际工作,促进理论知识与行业实践的深度融合。

同时,师资队伍建设是保障教育质量的核心要素,在数字经济蓬勃发展的当下,打造一支兼具高数字素养与深厚专业功底的“双师型”教师队伍,成为电商直播人才培养的关键。鉴于电商直播作为新兴业态对教学提出的新要求,院校需同时聚焦教师专业技能提升与教育理念革新。在教师能力培养层面,院校可构建多维度培训体系。一方面,通过选修课、专题讲座、案例研讨等多样化形式,帮助教师掌握电商直播的前沿技术与应用方法;另一方面,着重强化思想观念培训,引导教师树立适应新时代需求的教育理念。同时,深化校企合作机制,为教师创造实践锻炼机会:鼓励教师“走出去”,进入企业参与直播项目运营、流量分析等实际工作,积累行业经验;积极“请进来”,邀请企业专家入校开展兼职教学与技能指导,促进理论与实践的双向融合[10]。

4.3. 营造优质电商人才培养教学环境

电商人才培养效能的提升,依赖于数字化环境在教育资源整合、教学模式创新、评估体系优化等方面的协同发力[11]。在教育资源建设层面,需构建开放共享的数字化资源平台。通过整合优质教学资源,形成包含电子课件、精品课程视频、虚拟仿真实验等在内的资源库,为师生提供免费、便捷的获取渠道。在直播电商人才培养体系建设中,可以构建高度拟真的电子商务实训生态系统。以产业实际业务流程为蓝本,通过搭建涵盖市场调研、产品选品、营销策划、直播运营及数据分析等全链路的虚拟仿真场景,帮助学习者系统解构网络营销与直播电商的理论架构,深度理解数字经济环境下的商业逻辑。同时,依托情境化、项目化的实践教学模式,引导学习者在模拟真实业务场景中,逐步形成市场洞察、内容创作、流量运营等核心职业能力,实现从知识获取到技能内化的递进式发展,有效解决教学内容与产业需求的适配性问题,提升人才培养与行业发展的契合度[12]。这一举措不仅能够丰富教学内容,还能通过多样化的资源形态提升知识传递的有效性。

教学模式革新方面,应建立多元弹性的学习机制。依托在线教育技术,构建同步直播课堂、异步自主学习、线上线下混合教学相结合的复合模式。例如,同步在线课堂实现实时互动答疑,异步学习支持碎片化知识获取,混合式教学则兼顾理论讲授与实践指导,以此满足不同学生的学习节奏与个性化需求,切实提升学习效能。

4.4. 搭建校企协同的 AI 主播实践教学平台

随着人工智能技术的持续进步及其在各领域的广泛应用,直播带货行业也迎来了智能化的新阶段。近年来,虚拟主播开始受到广泛关注,他们利用数字化的形象在直播间内开展带货活动。这些虚拟主播

不仅介绍产品的特点，还会回应消费者的疑问，普及产品和品牌相关的知识，为消费者提供了全新的购物体验[13]。

在数字经济加速渗透的背景下，虚拟主播的广泛应用对高校电商直播人才培养提出新要求。高校需突破传统模式，构建适配 AI 技术的培养路径。课程体系要跨界融合，增设有关“虚拟形象内容创作”等课程，融入生成式 AI 技术应用、虚拟数字人交互设计等模块，让学生掌握虚拟主播的语音合成原理、动作捕捉技术逻辑，同时通过虚拟直播脚本知识课程，学会依据不同品类特性优化虚拟主播的语言风格与信息输出密度，形成掌握技术用于运营的知识结构。实践环节需强化人机协同场景训练，依托校企共建的 AI 直播实验室，推动学生参与全流程实操。帮助学生使用工具设计虚拟形象、标注方言语料库优化交互，借助仿真系统模拟虚拟主播播报与真人答疑模式，提升技术故障应急处理能力，培养既懂数字技术又通直播运营的电商人才，适应数字经济下直播行业的智能化发展需求。

5. 总结

数字经济时代的到来推进了电商产业规模的扩展，高校电商专业人才培养也迎来了新机遇、新挑战。面对新转型、新发展，高校应在人才培养体系构建、打造高质量师资队伍、产教协同育人等领域加速变革，从而为企业、服务社会提供高素质专业技能型人才。

参考文献

- [1] 艾媒网. 2025~2029 年中国直播电商行业运行大数据分析及趋势研究报告[EB/OL]. <https://report.iimedia.cn/repo3-0/57835.html>, 2025-05-18.
- [2] 人民网. 网络主播新职业发展报告[EB/OL]. <http://finance.people.com.cn/n1/2024/1111/c1004-40358809.html>, 2025-05-20.
- [3] 直播电商迈上“品质直播”发展道路[N]. 人民日报, 2024-10-17(014).
- [4] 李朝红. 直播电商人才培养模式研究[J]. 科技资讯, 2022, 20(9): 109-111.
- [5] 何波. 数字经济下直播电商发展现状及趋势研究[J]. 现代商贸工业, 2025(10): 26-29.
- [6] 北京阳光消费大数据研究院, 中新经纬研究院, 消费者网. 直播带货消费维权舆情分析报告(2024) [EB/OL]. http://www.bjxf315.com/hy/wg/202503/t20250314_22262.html, 2025-05-22.
- [7] 陈华, 白卫星. 产教融合背景下新型电商人才培养路径研究[J]. 中州大学学报, 2023, 40(4): 105-110.
- [8] 汝军芳. 数字经济背景下电商直播人才培养模式探究[J]. 商场现代化, 2024(18): 21-23.
- [9] 张毅. 电子商务人才培养问题与路径创新[J]. 商业经济研究, 2023(20): 124-127.
- [10] 张春燕, 覃琼花, 汤懿. 乡村振兴背景下高职电商直播人才培养的探索与实践研究[J]. 现代职业教育, 2024(19): 53-56.
- [11] 代维丽. 教育数字化赋能农村电商人才培养的机制与路径研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 8540-8545.
- [12] 滕芫. “乡村振兴”背景下网络营销与直播电商专业人才培养路径探讨[J]. 商展经济, 2022(22): 138-140.
- [13] 代晴晴. “人货场”视角下直播电商发展现状及趋势研究[J]. 现代营销, 2024(19): 82-84.