

# 数字经济时代中国跨境电商人才培养路径研究

杨小军<sup>1</sup>, 刘雨霞<sup>2</sup>, 岳中刚<sup>1</sup>

<sup>1</sup>南京邮电大学经济学院, 江苏 南京

<sup>2</sup>南京邮电大学研究生院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年11月12日; 录用日期: 2025年11月25日; 发布日期: 2025年12月23日

## 摘要

在数字经济时代, 跨境电商已成为推动中国外贸高质量发展的关键力量, 然而其裂变式增长与人才供给之间的结构性矛盾日益突出, 亟需具备数字素养、国际视野与商业智慧的复合型人才。本文通过分析跨境电商发展新趋势与人才需求的结构性转变, 构建了涵盖基础素养、专业技能与战略创新三个维度的核心胜任力模型, 并系统剖析当前人才培养中存在的供需错位、课程滞后、产教融合浅层化、师资实战经验不足等问题。在此基础上, 提出构建“政 - 行 - 企 - 校”多元协同的培养路径, 包括构建协同机制、重构课程体系、创新教学模式、打造师资队伍、设计评价体系、完善保障机制等, 以推动人才培养体系与产业需求的深度融合, 为我国跨境电商持续创新与全球竞争力提升提供人才支撑。

## 关键词

跨境电商, 人才培养, 核心胜任力, 产教融合

# Research on the Cultivation Path of China's Cross-Border E-Commerce Talent in the Digital Economy Era

Xiaojun Yang<sup>1</sup>, Yuxia Liu<sup>2</sup>, Zhonggang Yue<sup>1</sup>

<sup>1</sup>School of Economics, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

<sup>2</sup>Graduate School, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: November 12, 2025; accepted: November 25, 2025; published: December 23, 2025

## Abstract

In the digital economy era, cross-border e-commerce has become a key force driving the high-quality development of China's foreign trade. However, the structural contradiction between its rapid

文章引用: 杨小军, 刘雨霞, 岳中刚. 数字经济时代中国跨境电商人才培养路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 3944-3951. DOI: 10.12677/ecl.2025.14124327

growth and talent supply is increasingly prominent, creating an urgent demand for inter-disciplinary talents possessing digital literacy, a global perspective, and business acumen. By analyzing the new trends in cross-border e-commerce development and the structural shifts in talent demand, this paper constructs a core competency model encompassing three dimensions: fundamental literacy, professional skills, and strategic innovation. It systematically examines existing problems in talent cultivation, including the mismatch between supply and demand, outdated curricula, superficial industry-education integration, and a lack of practical experience among faculty. Building on this analysis, the paper proposes the establishment of a multi-collaborative cultivation path involving "government, industry, enterprises, and universities". This path includes building collaborative mechanisms, restructuring the curriculum system, innovating teaching models, developing a high-quality teaching team, designing an evaluation system, and improving safeguard mechanisms. The aim is to promote the deep integration of the talent cultivation system with industry needs, thereby providing talent support for the sustained innovation and enhanced global competitiveness of China's cross-border e-commerce sector.

## Keywords

**Cross-Border E-Commerce, Talent Cultivation, Core Competencies, Industry-Education Integration**

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

随着以大数据、人工智能、物联网等新一代信息技术为核心驱动力的数字经济浪潮席卷全球，国际贸易的形态与规则正被深刻重塑，跨境电商作为数字贸易最具代表性的业态，已然成为中国外贸高质量发展的重要新动能与增长极，更是国家实施“数字中国”与“贸易强国”战略的核心抓手。在这一宏大背景下，中国凭借完善的供应链体系与前瞻性的政策支持，在全球跨境电商市场中占据了举足轻重的位置，“一带一路”倡议的深入推进与全球消费行为的普遍线上迁移，更为其发展注入了持续的活力。海关总署数据显示，2024年中国跨境电商进出口规模高达2.71万亿元，同比增长14%，其中出口约2.15万亿元，增速高达16.9%，远高于传统货物贸易的出口增速。这一增长态势在2025年得以延续，上半年中国跨境电商进出口额约1.32万亿元，同比增长5.7%。与此同时，中国跨境电商主体数量也呈现爆发式增长，2024年跨境主体已突破12万家，覆盖全国所有省级行政区，而仅2025年前4个月，跨境电商新增注册企业5080家，同比增幅高达173.24%。

然而，行业的裂变式增长与颠覆性创新对专业人才提出了前所未有的高要求，跨境电商人才供需之间的结构性矛盾日益凸显且日趋尖锐。一方面，市场亟需大量既精通国际贸易规则、熟悉海外市场文化与消费心理、掌握电子商务平台运营，又能熟练运用数据分析进行精准营销、利用社交媒体进行品牌内容创作、并能应对复杂国际物流与跨境合规挑战的复合型、创新型、数字型人才；另一方面，现有的人才供给体系却显得力不从心，传统的人才培养模式往往滞后于产业实践的飞速迭代，课程体系与快速演进的商业模式和技术应用存在脱节，“双师型”师资更是匮乏，导致毕业生知识与技能结构难以匹配企业真实岗位需求，而企业内部培训与社会化培养体系虽灵活但缺乏系统性与前瞻性，最终形成了企业“一才难求”与毕业生“就业困难”并存的尴尬局面。

因此，深入探究数字经济时代中国跨境电商人才需求特征，并对人才能力构成动态精准画像，进而规划科学、高效且可持续的培养路径，是关乎我国能否在新一轮全球贸易竞争中巩固优势、抢占未来发

展制高点的战略性问题。本研究以人力资本理论为支撑,将跨境电商人才视为推动产业升级的关键资本,其培养质量直接影响国家在全球数字贸易中的竞争力。同时,借鉴生态系统理论,将人才培养视为一个由政、行、企、校等多主体构成的协同系统,其良性运行依赖于资源流动与制度协同。本研究旨在通过理论分析与实证调研,构建新时代跨境电商人才的核心胜任力模型,并设计整合政府、行业、企业、院校多方资源与力量的协同培养路径,以期为推动高校专业建设改革、优化企业人力资源配置、助力政府制定精准的产业与人才政策提供理论指导和实践借鉴。

## 2. 数字经济时代跨境电商发展新趋势与人才需求特征分析

### 2.1. 跨境电商发展的新趋势与范式变革

数字经济正以前所未有的力量重塑跨境电商的生态,推动其从传统的“信息黄页”式贸易向全链路数字化、智能化的新范式演进。

首先,在技术驱动层面,人工智能与大数据的应用已贯穿始终。从基于用户行为的个性化推荐、智能广告投放,到利用AI进行市场趋势预测、库存管理和动态定价,数据已成为核心生产要素[1]。同时,AIGC技术正革命性地提升内容创作效率,用于生成营销文案、翻译产品介绍乃至制作短视频,极大降低了多语言、多市场运营的门槛与成本。

其次,在商业模式上,独立站与DTC模式的兴起标志着品牌出海进入深水区。商家不再满足于依附于第三方平台,而是通过Shopify、Shoplazza等SaaS工具自建品牌站点,旨在直接触达消费者、沉淀私域流量、掌握定价权并讲述品牌故事,这对运营者的综合能力提出了更高要求。此外,社交电商与直播带货模式在全球蔓延,以TikTok Shop为代表的“兴趣电商”正重构“人货场”,将“发现式购物”理念带入跨境领域,这要求跨境电商人才精通内容创作与社群运营。

最后,在产业生态方面,智慧物流与供应链的协同成为关键竞争力。海外仓、中转仓的智能化管理,以及基于大数据分析的“一盘货”全球库存调拨,旨在提升物流的时效性与稳定性,并降低履约成本。与此同时,合规与监管日益成为不可忽视的挑战。全球主要市场在数据隐私、税务及产品认证等方面法规日趋严格,例如欧盟的《增值税指令》《通用数据保护条例》以及美国的《消费者告知法案》等,使得合规运营从可选项变为生存的必选项[2]。这些趋势共同勾勒出一个更加复杂、精细且快速迭代的行业图景。

### 2.2. 新趋势驱动下的人才需求特征及其结构性转变

#### 2.2.1. 需求特征

随着跨境电商行业的蓬勃发展,人才供需矛盾日益凸显,已成为制约行业可持续发展的关键因素。《中国跨境电商人才培养白皮书》显示,2025年全国跨境电商人才缺口高达400万人,且未来这一缺口可能会持续扩大,这揭示了行业快速发展与人才供给不足之间的尖锐矛盾,对人才培养体系提出了严峻挑战。

从地域分布来看,跨境电商人才需求呈现出明显的区域集聚特征。《中国跨境电商人才培养白皮书》显示,广东省的人才需求占比最高,达22.04%,而上海、杭州、深圳、广州、北京等地更是占据了超过70%的岗位需求。这一分布与中国跨境电商产业的空间格局基本吻合,长三角地区、珠三角地区和京津冀地区作为跨境电商人才的主要需求地,对跨境电商人才的吸纳能力将持续增强。

从岗位结构来看,运营类人才需求最为旺盛。《2025跨境电商行业人才需求报告》显示,运营岗位(包括亚马逊运营经理、跨境电商专员等)占人才总需求的70.35%,此外客服、产品开发岗位也十分紧缺;与此同时,企业对于高技能技术人才(51.16%)和高层次管理人才(50%)的需求同样迫切,反映出行业对复合型人才的全方位渴求。

### 2.2.2. 结构性转变

跨境电商发展新趋势直接导致了市场对跨境电商人才需求的结构性转变，即从早期单一的“外语 + 外贸”基础型人才，转向了多层次、复合型的数字贸易人才。

在需求数量上，行业依然保持着旺盛的用人需求，但岗位分工愈发精细化，出现了如独立站运营专员、社交媒体营销经理、海外广告优化师、跨境电商数据分析师、海外仓物流规划师等新兴职位。在需求质量上，跨境电商企业不再仅仅看重平台操作等硬技能，更高度重视求职者的数字素养与商业头脑<sup>[3]</sup>。这包括利用数据进行市场洞察与决策的能力、对流量逻辑的深刻理解、对用户心理的精准把握，以及在国际视野下的品牌管理与战略规划能力。

具体而言，这种结构性转变体现在以下三个层面。一是技能维度的多元化。这要求跨境电商人才的能力图谱必须从单一技能条块，转变为技术、营销、数据与管理四大板块相互交织的能力矩阵<sup>[4]</sup>。跨境电商人才不仅需要懂得在平台上架商品，还需理解网站(尤其是独立站)的底层技术逻辑，并具备将数据洞察转化为商业行动的管理能力。二是知识更新的快速化。跨境电商行业以其“快”著称，平台算法、消费者偏好、国际政策与营销工具都在飞速演变。因此，跨境电商企业对人才的根本要求之一，是具备强大的信息检索、筛选与自主学习能力。三是角色价值的复合化。企业，尤其是中小微企业，迫切需求能够独当一面的多面手和问题解决者，期望关键岗位人才能够同时承担策略制定与落地执行的双重职责。这种角色价值的复合化，实质上就是要求跨境电商人才以一个“微型企业家”或“产品经理”的思维来运营一个店铺或一个品牌。

### 2.3. 跨境电商人才核心胜任力模型的构建

为科学构建跨境电商人才核心胜任力模型，本研究采用“三位一体”的构建方法：首先，系统梳理国内外关于数字贸易、跨境电商人才素质的文献，提炼共性能力维度；其次，结合《中国跨境电商人才培养白皮书》及主流招聘平台(如智联招聘、BOSS 直聘)中典型岗位的职责要求，进行内容分析，归纳高频能力项；最后，将文献分析结论与数据分析结果进行交叉验证与整合。在此基础上，本文构建一个由“基础素养层”“专业技能层”和“战略创新层”构成的三维模型，以对数字经济时代跨境电商人才精准画像。

基础素养层是支撑所有职业行为的基石，决定了人才发展的潜力和可持续性。这其中，卓越的跨文化沟通能力，远不止流利的语言交流，更在于对目标市场的社会文化、消费习惯、价值观念乃至商业礼仪的深刻洞察与尊重，这是避免营销踩雷并实现有效本地化的前提。同时，扎实的商业与外贸知识构成了开展国际商业活动的规则框架，涵盖国际贸易实务、跨境支付与结算、法律法规与知识产权保护等，这些知识确保了交易流程的合规与顺畅。此外，在快节奏、高压力的行业环境中，良好的职业道德与素养，如诚信意识、强烈的责任感、卓越的团队协作精神以及面对挫折时的心理韧性，同样是保障个人与团队行稳致远不可或缺的软实力。

专业技能层是人才直接创造价值的核心工具箱，其内涵正随着数字化进程不断丰富。数字化运营能力要求跨境电商人才不仅能熟练进行多平台操作，如 Amazon、Shopify、TikTok Shop 等主流电商平台，更要能进行店铺的精细化管理和商品的生命周期规划。数据驱动营销能力则是中枢神经，它涵盖了搜索引擎优化、付费广告投放、社交媒体营销到 KOL 合作与内容创意策划的全链条，并能熟练运用 Google Analytics 等数据分析工具进行效果监测与优化。与此同时，高效的供应链与物流管理能力直接关系到成本与客户体验<sup>[5]</sup>，涉及供应商协调、库存控制、国际物流方案选择与海外仓管理。而贯穿始终的客户服务与关系维护能力，则致力于通过专业的售前、售中与售后体验，打造极致的购物体验，从而提升客户忠诚度。

战略创新层是区分普通操作员与高级人才的关键，决定了个人与企业在激烈竞争中的天花板。这一层次要求跨境电商人才具备强大的数据思维与分析决策能力，能够从海量数据中洞察商机、诊断业务问题并驱动战略性调整与机会捕捉。它更需要跨境电商人才拥有品牌出海与全球化战略视野，不再满足于简单的卖货，而是着眼于长远的品牌价值建设，能够制定并执行市场进入与扩张策略。主动学习并应用AIGC等新工具提升工作效率、探索创新营销方式与商业模式的能力，正成为获取竞争优势的利器。最后，在所有跨境商业活动中，敏锐的风险管理与合规意识至关重要，它要求人才能够预见并规避国际贸易中的政策、法律与金融风险，确保业务的稳健与安全。

这一动态的核心胜任力模型清晰地揭示，数字经济时代的跨境电商人才，早已超越了传统意义上的外贸或电商从业者，他们必须是一个兼具国际视野、数字技能与商业智慧的“T型”或“π型”复合体，其培养绝非传统单一学科教育所能胜任，亟待一场深刻且系统的教育改革与产教深度融合来共同应对。

### 3. 中国跨境电商人才培养现状、问题与成因剖析

#### 3.1. 多元主体并存的培养现状

当前，中国跨境电商人才的培养已形成以高校为主体、企业培训与社会机构为两翼的多元格局。在高等教育体系内，应用型本科及高职院校是人才培养的主阵地[6]，多数通过在国际经济与贸易、电子商务、商务英语等相关专业下设立“跨境电商方向”或开设系列课程的方式进行。其培养模式普遍尝试引入“产教融合”“校企合作”等理念，部分前沿院校还通过设立产业学院、共建实训基地、组织学生参与“创新创业”大赛及“1+X”跨境电商B2B数据运营等职业技能等级证书考核，以提升学生的实践能力。在企业层面，培养方式则更为直接和功利，主要依赖于“老带新”的师徒制、内部专题培训以及借助阿里巴巴国际站、亚马逊等平台官方学院进行学习，其核心目标是快速解决眼前的业务问题。在社会化培养方面，市场涌现出大量民营培训机构及在线教育平台，它们以就业和增收为导向，课程内容聚焦于诸如TikTok、Shopify等特定平台的实战运营技能，教学方式灵活，有效填补了市场对快速上手型技能的需求空白。

#### 3.2. 面临的突出矛盾与核心问题

尽管培养主体多元，但人才供给侧与产业需求侧之间仍存在着尖锐的结构性矛盾，具体表现为以下四大核心问题。

第一，人才供需的“质”“量”失衡。企业“招人难”与毕业生“就业难”并存，一面是跨境电商企业哀叹难以招到即插即用、具备全局视野和解决问题能力的复合型人才，另一面却是大量毕业生因实践能力薄弱、知识体系陈旧而无法满足企业初始岗位要求。这反映出培养输出的人才在质量上与市场需求出现了严重错配。

第二，培养内容与行业实践的“代际鸿沟”。许多高校的课程体系与教材更新缓慢，教学内容仍以传统贸易理论和早期跨境电商平台知识为主，严重滞后于行业日新月异的发展[7]，对于智能算法推广、社交电商玩法、跨境合规政策等关键领域反应迟钝。这使得人才培养被锁定在陈旧范式之中，无法满足产业对数字素养与创新能力的迫切需求，导致供给与需求的结构性脱节。

第三，产教融合的“表面化”与“浅层化”。当前的校企合作多停留在协议层面，缺乏深度融合的长效机制。常见的“企业家进校讲座”或“短期顶岗实习”等形式，未能触及课程体系共同开发、实战项目持续运营、教师与企业专家双向流动等核心层面。与此同时，企业因投入产出比不高、担心核心商业数据泄露等原因缺乏深度参与的动力[8]，导致合作稳定性较差。

第四，师资队伍的“实战经验缺失”。高校教师多为学术背景出身，虽具备扎实的理论功底与丰富

的教学经验，但普遍缺乏跨境电商企业一线从事运营、营销或管理工作的亲身经历，也罕有成功的创业实践。这使得教学难以跳出书本，无法向学生传授应对真实商业场景中复杂问题的策略与技巧，这已成为提升人才培养质量的关键瓶颈。

### 3.3. 深层次成因剖析

上述问题的产生，并非单一主体的责任，而是源于教育系统、产业生态及社会政策等多个层面的系统性失灵。

从教育体制内部看，其根源在于系统性的结构矛盾。高等教育固有的严谨流程导致专业设置与教材更新存在严重“时滞”，难以跟上跨境电商的“加速度”[9]。同时，教师评价体系的指挥棒普遍“重科研、轻实践”，抑制了教师深入企业更新教学内容的积极性。此外，无论是建设高仿真的跨境运营实训平台，还是引入并管理真实的商业项目，均需要高昂的持续投入，使得许多院校在资金与技术层面面临现实困境，限制了实践教学条件的有效提升。

从产业参与方的视角看，其根源在于合作动力与机制不足。从利益相关者理论视角看，当前培养体系中各方目标不一致、权责不清，导致协同效率低下。企业以盈利为核心目标，参与人才培养被视为一项成本高、周期长、回报不确定的投资。在没有稳定政策补偿、税收优惠及实质性利益共享机制的情况下，企业自然缺乏持续投入的热情与动力。而当前普遍存在的松散型合作模式，无法保障企业知识产权与商业数据的安全，进一步抑制了其开放核心业务场景的意愿。这种基于风险与收益的综合考量，严重制约了产教融合的深度与实效。

从宏观环境与标准建设看，其根源在于协同生态与标准缺失。尽管国家层面高度重视跨境电商人才培养，但政府、行业组织、高校与企业等多方主体间尚未形成有效协同的治理结构，具体的引导政策、资源配置与协调机制仍不完善，导致各方力量难以形成合力。此外，行业内缺乏统一、权威且被广泛认可的人才能力标准和认证体系，导致培养目标模糊。在缺乏明确导向的情况下，各培养主体各自为战，资源无法有效整合，最终制约了整个行业人才供给质量的整体提升。

## 4. 跨境电商人才多元协同培养路径的构建

面对跨境电商人才培养的系统性困境，零敲碎打的改革已不足以解决问题，必须构建一个以“核心胜任力模型”为目标、多方主体深度协同的生态系统。本研究构建的多元协同路径，本质上是对生态系统理论与利益相关者理论的实践转化，旨在通过机制设计实现多方资源的整合与目标的协同。这一路径强调打破政府、行业、企业、高校之间的壁垒，通过机制创新与资源整合，形成跨境电商人才培养的合力，为我国跨境电商产业的高质量发展提供持续、可靠的人才支撑。

### 4.1. 构建协同机制：打造“政-行-企-校”四方联动生态

建立稳定长效的协同治理架构是解决人才培养碎片化问题的关键。政府应发挥顶层设计与政策引导作用，通过制定专项发展规划、设立产教融合专项基金、落实税收优惠等政策工具，为产教深度融合提供制度保障与资源支持。行业组织则需承担标准制定与资源对接功能，及时发布行业人才需求白皮书，组织开发权威的能力标准与认证体系。企业与高校作为实施双主体，应通过共建现代产业学院、协同创新中心、校企联合实验室等实体化平台，实现人才培养方案共商、课程共建、师资共组、成果共享。

### 4.2. 重构课程体系：基于核心胜任力实施动态更新

以动态更新的核心胜任力模型为基准，对课程内容实施系统性重构。首先，应构建“基础共享、方向分流、项目提升”的模块化课程体系。基础模块侧重数字商业通识；方向模块对应专业技能层，嵌入

跨境电商数据分析、独立站运营、社交媒体营销、AIGC 工具应用等前沿课程；项目模块则通过综合实战，融合战略创新层能力。其次，建立课程内容的动态调整机制。成立由高校教师与行业专家组成的课程委员会，每学年依据行业趋势、技术迭代与平台规则变化，对教学大纲进行集中审核与更新。这旨在确保教学内容与产业需求同频共振，最终实现人才培养与岗位能力的精准对接。

#### 4.3. 创新教学模式：推进项目式学习与实践化训练

彻底变革以教师讲授为主的传统模式，构建“虚拟仿真 + 实战工作坊”的实践教学体系。具体而言，应系统引入企业真实运营项目，让学生在完成市场选品、店铺运营、海外推广等完整工作流程中构建知识体系。同时，充分利用虚拟仿真技术，建设跨境电商全流程模拟实训平台，让学生在风险可控的环境中反复演练决策。此外，定期举办由企业导师主导的实战工作坊，聚焦“广告优化”“内容创作”等具体技能痛点，进行高强度、针对性的技能淬炼。由此，系统性强化学生的实操能力、创新精神与复杂问题解决能力。

#### 4.4. 打造师资队伍：建立“双师型”教师团队

攻克师资队伍“实战经验缺失”的瓶颈，需要建立开放灵活的“双师型”教师发展机制。一方面，要建立教师定期企业轮岗制度，鼓励并支持专业教师每3~5 年前往合作企业进行不少于6 个月的全职实践，并将其实践成果纳入绩效考核。另一方面，应大力拓宽企业兼职教师渠道，设立“产业导师”特聘岗位，将一线运营总监、资深推广专家等请进校园，不仅承担专题讲座，更深度参与课程设计、毕业指导等环节，形成稳定的“校内导师 + 产业导师”双轨指导机制。

#### 4.5. 设计评价体系：构建基于“微认证”的多元评价

打破单一学历证书的评价模式，建立与行业技能需求精准匹配的“微认证”体系，是衔接人才培养与产业需求的有效工具。可将跨境电商岗位所需的核心技能拆解为“独立站搭建与优化”“谷歌广告数据分析”等若干个标准化、可考核的微证书。学生通过线上线下混合式学习、项目实践和技能考核，即可获得这些受到行业广泛认可的技能认证。这套体系既能实现学习成果的灵活积累与转换，又能为用人单位提供清晰、精准的技能测评依据，极大提升人才评价的效率和匹配度。

#### 4.6. 完善保障机制：建立资源共享与利益分配制度

为确保协同培养系统可持续运行，必须建立多层次、制度化的保障体系。首先应成立由政府部门、行业组织、重点企业及高校代表共同组成的跨境电商产教融合理事会，建立常态化协调与会商机制，及时研判合作过程中的问题并推动解决。其次，需着力搭建集成化数字平台，汇聚教学资源、实战数据、人才信息，促进各方资源的互联互通与高效利用。最关键的是要建立科学的利益平衡与风险防控机制，通过明确界定各方在知识产权归属、成果转化收益分配等关键环节的权责关系，确保协同培养模式能够健康、可持续地发展下去。

### 5. 结束语

数字经济浪潮下，跨境电商的竞争归根结底是人才的竞争。本文研究表明，破解当前企业求贤若渴与人才供给错位的困境，必须从根本上摒弃传统、割裂的培养模式，转向以核心胜任力为导向的生态系统重构。所提出的“政 - 行 - 企 - 校”多元协同路径，通过机制、课程、教学、师资与评价等方面的系统性改革，旨在构建一个与产业同频共振、动态演进的人才培养新范式。唯有通过各主体的深度协同与资源融通，才能规模化培育出兼具数字技能、国际视野与战略思维的复合型人才，从而为我国在新一轮全

球贸易格局中巩固优势、实现高质量发展提供坚实的人力资本支撑。

## 基金项目

国家社会科学基金一般项目“跨境资本异常流动对金融稳定的影响机理及对策研究”(24BJL115)、江苏省学位与研究生教育教学改革(一般)课题“科教融合背景下经济学类研究生创新能力培育机制研究”(JGKT24\_C019)、南京邮电大学研究生教育教学改革(重点)课题“科教融合背景下经济学类研究生创新能力培育机制研究”(JGKT24\_C019)之阶段性成果。

## 参考文献

- [1] 戚聿东, 朱正浩, 赵志栋. 人工智能时代中国管理学学术体系建构[J]. 管理世界, 2025, 41(7): 172-192.
- [2] 孟杨. 数字经济背景下跨境电商的发展趋势研究[J]. 商业观察, 2024, 10(15): 113-116.
- [3] 苏婷. 数字时代跨境电商专业创新创业人才培养模式变革研究[J]. 中国管理信息化, 2025, 28(9): 185-188.
- [4] 詹会华. 浙江省跨境电商人才岗位胜任力的市场需求研究——基于网络招聘信息的分析[J]. 天津职业大学学报, 2025, 34(1): 26-30.
- [5] 许红妹. 跨境电商运营以及人才培养的互动分析[J]. 江苏商论, 2021(7): 32-34+38.
- [6] 左丹. 产教融合视角下应用型本科院校跨境电商创新创业人才培养模式构建[J]. 对外经贸, 2023(11): 138-141.
- [7] 郭琪, 毛茜, 司乔瑞. 电商经济背景下面向新质生产力的国际化电商人才培养路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 989-995.
- [8] 吴静斐. 跨境电商校企合作创新创业人才培养研究[J]. 中外企业文化, 2023(8): 205-207.
- [9] 孙筱, 郑素丽. 跨境电商人才培养标准体系优化研究[J]. 标准科学, 2025(5): 82-89.