

电商企业人才评价与高校培养体系的错位研究

陈俞莹

江苏大学教师教育学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年12月15日; 录用日期: 2025年12月26日; 发布日期: 2025年12月31日

摘要

在数字经济蓬勃发展与产教融合深入推进的背景下, 电子商务行业对专业人才的需求持续攀升, 但“企业招工难”与“高校毕业生就业难”的供需错位问题日益凸显。本文以电商企业人才评价标准与高校培养体系的适配性为研究核心, 探究错位产生的深层原因, 并提出针对性的优化路径。研究发现, 目前企业与高校主要存在能力与目标、教学与实施及评价机制的错位问题。本文基于能力本位教育理论与人力资本理论, 探究行业迭代与教育改革滞后、校企协同不足、评价逻辑差异等深层成因, 最终提出重构培养目标、构建产教协同课程体系、建立多元联动评价机制等优化路径, 为实现人才供需精准匹配、提升电子商务专业人才培养质量、推动行业持续发展提供了理论参考与实践指导。

关键词

电子商务, 人才评价, 培养体系, 供需错位, 产教融合

Research on the Dislocation of E-Commerce Enterprise Talent Evaluation and University Training System

Yuying Chen

College of Teacher Education, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: December 15, 2025; accepted: December 26, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

Against the background of the vigorous development of the digital economy and the in-depth promotion of the integration of production and education, the demand for professional talents in the e-commerce industry continues to rise, but the dislocation of supply and demand between “difficulty in recruiting enterprises” and “difficulty in finding employment for college graduates” has become

increasingly prominent. This paper focuses on the adaptability of e-commerce enterprise talent evaluation standards and university training systems, explores the deep-seated causes of dislocation, and proposes targeted optimization paths. The study finds that there are mainly misalignments between ability and goal, teaching and implementation, and evaluation mechanism between enterprises and universities at present. Based on the ability-based education theory and human capital theory, this paper explores the deep-seated causes of industry iteration and education reform lagging behind, insufficient school-enterprise collaboration, and differences in evaluation logic, and finally proposes to reconstruct training goals, build an industry-education collaborative curriculum system, and establish a multi-linkage evaluation mechanism. It provides theoretical reference and practical guidance for realizing the precise matching of talent supply and demand, improving the quality of e-commerce professional personnel training, and promoting the sustainable development of the industry.

Keywords

E-Commerce, Talent Evaluation, Training System, Dislocation of Supply and Demand, Integration of Production and Education

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

随着数字技术与实体经济的深度融合，电子商务行业呈现爆发式的增长态势，直播电商、跨境电商、社区团购等新模式、新业态持续涌现，对专业人才的需求总量与质量要求同步攀升。据中国电子商务协会发布的《中国电子商务人才发展报告》显示，截至 2024 年底，当前我国电子商务从业人数已超 7000 万人，提前实现了《“十四五”电子商务发展规划》任务指标。但从业态看，直播电商、即时零售等新业态是电商人才需求增长的主要领域；从需求看，直播电商、农村电商、跨境电商等行业人才缺口依然较大，达 1500 万，其中跨境电商运营、电商数据分析、直播电商策划等复合型人才缺口尤为突出。高校作为电子商务人才培养的主阵地，近年来众多高校大力开设电子商务专业，招生规模持续扩大，但毕业生就业质量却不尽如人意。产教融合作为破解人才供需矛盾的核心举措，被国家多次纳入教育改革与产业发展的顶层设计。《中华人民共和国职业教育法》等政策文件明确提出，要推动教育链、人才链与产业链、创新链深度融合，实现人才培养与产业需求的精准对接[1]。

基于相关政策文件，学界对电商人才供需问题展开了广泛探讨。部分研究从产教融合机制出发，指出校企合作中存在“形式化”问题[2]；另有学者关注岗位能力需求变化，强调新业态对复合型人才的要求[3]。此外，还有从评价机制差异视角切入的研究指出，企业重绩效、高校重分数是导致毕业生就业难的重要原因[4]。然而，既有研究多聚焦于现象描述或单一维度分析，缺乏对“企业评价 - 高校培养”系统性错位机理的深入探讨，尤其缺少将能力本位理论与人力资本理论相结合的分析框架，导致对策建议缺乏理论支撑与可操作性问题。

在此背景下，电商企业人才评价标准与高校培养体系的适配性问题成为了学界与业界关注的焦点。电商企业的人才评价标准直接反映行业对人才的核心需求，高校培养体系则决定人才供给的质量与结构，二者的精准匹配是保障电子商务行业持续健康发展的关键。然而，目前二者之间存在着显著错位问题，这不仅制约了高校人才培养的针对性与实效性，也阻碍了电子商务行业的创新升级。本文在已有研究基

础上，系统整合能力本位教育与人力资本理论，构建“电商岗位核心能力－高校课程供给”匹配度分析模型，旨在揭示错位的深层结构及其经济社会影响。本文的学术贡献在于：在理论上，构建了跨教育－经济双重维度的解释框架；在方法上，提出了错位的匹配度模型；在实践上，提出了基于动态反馈与多元联动的系统性优化路径，从而为深化产教融合、提升人才培养适配性提供了兼具学理深度与实践指导意义的研究支持。

2. 理论基础

2.1. 能力本位教育理论

能力本位教育理论是以岗位需求为导向，强调以学生能力的培养为核心，注重实践技能的训练与综合素质的提升。该理论认为，教育的目标应是培养学生具备从事某一职业所必需的核心能力，课程设置、教学内容与教学方法均应围绕能力培养展开，这与电商企业对人才实践能力的要求高度契合，为高校电子商务专业培养体系的优化提供了理论依据。

2.2. 人力资本理论

人力资本理论认为，人力资本是体现在人身上的知识、技能、素质等方面的总和，是推动经济增长的重要因素[5]。高校的人才培养过程本质上是人力资本投资的过程，而企业对人才的需求则是对人力资本的消费。只有当高校培养的人力资本与企业的需求相匹配时，才能实现人力资本的有效配置，促进经济的发展。该理论为分析电商企业人才评价与高校培养体系的错位提供了经济学视角。

3. 电商企业人才评价与高校培养体系的错位表现

3.1. 能力与目标错位：企业重适配创造，高校重基础全面

随着电商行业快速发展，企业对复合型人才的需求显著增长。基于能力本位教育理论，本研究构建“电商岗位核心能力－高校课程供给”匹配度分析模型，将电商核心岗位能力归纳为数据分析、直播运营、跨境协作、客户管理等实践性模块，而高校课程设置仍以管理学、市场营销、信息技术等基础理论课程为主。根据《2024 年度中国电子商务人才状况调查报告》显示，高校课程体系中与上述核心能力直接相关的课程占比不足 30%，而理论课程占比达 65%~75%，课程供给与岗位能力需求之间存在显著的结构性偏差……尤其是技术类岗位的招聘难度最高，约 65%的中小电商企业表示难以匹配合适人才。企业更倾向于招聘具备数字化技能和创新能力的候选人，技术岗招聘周期平均延长 30%，行业人才供需出现结构性矛盾问题。尤其是跨境电商、直播电商等细分领域还需要电子商务毕业生拥有专业能力，例如跨文化沟通、内容创作等。除此之外，电商企业普遍期望毕业生入职 1~3 个月内可以独立承担工作，拥有敬业精神、自主学习能力从而支撑短期价值创造，而高校的培养体系则侧重理论基础与全面发展，与企业需求形成了明显错位。且高校课程多为模拟实训，缺乏真实岗位实操训练。知识结构上以单一学科课程为主，缺乏跨领域整合内容，电商数据分析、直播电商运营等新业态相关课程，从而导致了学生复合技能与创新适应能力不足问题[3]。高校过于强调学科基础扎实性，却未精准对接具体岗位需求，导致毕业生虽有理论储备，但岗位适配性差、实战经验缺失，这便需要企业额外再去开展岗前培训，与企业价值创造期望相悖。

3.2. 教学实施错位：企业重实战场景，高校重课堂标准

电子商务企业的强实践性决定了企业对人才的实战经验与问题解决能力有着刚性需求。在电商企业运营过程中，店铺流量下滑、客户投诉不断、营销活动需创新等真实场景与突发问题不断涌现，面对这

些问题,需要企业员工不断通过实战积累才能解决。因此电商企业偏向于优先招聘有实习或拥有过项目经验的毕业生,从而可以快速适应复杂工作环境而高效解决实际问题。但高校的教学实施难以匹配这一需求,目前的电子商务专业教学仍以课堂教学为核心,教学方法仅仅局限于讲授法、案例分析法,学生缺乏对真实场景的实战训练。尤其是校企合作实习多为形式化合作,学生多从事订单录入、数据整理等基础性辅助工作,难以接触到店铺运营、营销策划等核心业务,实习仅仅是流于形式为了完成学校任务。同时,电子商务专业教学内容更新是滞后于行业发展的,教材以传统电商理论与案例为主,对直播电商、社区团购等新业态覆盖不足,导致学生易产生知识与行业实际脱节的现象。此外,电子商务专业的教学过程标准化特征明显,缺乏对学生个性化需求的关注,难以培养学生灵活应变的创新思维[6],这与企业的实战化、场景化要求形成了明显错位。

3.3. 评价机制错位:企业重结果绩效,高校重过程分数

电商企业的人才评价遵循结果导向原则,绩效贡献是衡量员工的核心标准[7]。从人力资本理论视角看,人才供需错位不仅是教育问题,更是资源配置效率损失的经济问题。企业的招聘环节通常以笔试、面试、实操考核等形式,来重点考察电子商务专业毕业生的实际能力与岗位适配性。员工考核往往以销售额、利润、客户满意度等量化指标为核心,从而凸显评价的客观性。而高校的电子商务专业人才评价则以过程为导向,呈现“分数至上”特征。学生学业评价主要依赖考试成绩、平时作业、课堂表现等,这部分占比高达70%,而企业最重视的实践考核权重仅占30%,缺乏对学生真实工作场景中实践能力的有效考察[8]。这种评价机制未涵盖创新能力、职业素养等关键维度,导致学生过度聚焦理论记忆与分数提升,忽视了对实践技能与综合素养的培养,与企业结果导向的评价逻辑存在本质差异,进一步加剧了人才供需的结构性失衡,造成了资源配置效率的损失。

4. 电商企业人才评价与高校培养体系错位的成因分析

4.1. 行业快速迭代与教育改革滞后的矛盾

电子商务行业是一个快速迭代的行业,受数字技术、消费需求、政策环境等因素的影响,因新模式、新业态、新岗位不断涌现,企业对人才的能力要求也随之快速变化[9]。能力本位理论强调教育应随岗位能力需求动态调整,但当前高校课程更新周期长、教材内容滞后,导致“能力-课程”匹配模型长期处于失衡状态。直播电商的兴起催生了主播、直播运营、选品专员等新岗位,从而对人才的内容创作、直播技巧、供应链管理等能力提出了新的要求。与此同时,人工智能、大数据技术在电子商务领域的应用,要求人才应具备数据分析、算法应用等专业技能[10]。然而,目前高校的教育改革存在滞后性,人才培养方案的制定、课程体系的调整、教材的更新等都需要一定的周期,难以快速跟上行业发展的步伐。此外,高校的教育理念与教学模式相对固化,缺乏对行业动态的敏锐洞察力,导致培养体系与行业需求脱节,进一步加剧了人才供需错位。

4.2. 校企协同不足与资源对接不畅的困境

产教融合的深度不够是导致人才供需错位的重要原因。人力资本投资效率取决于信息对称性与资源配置机制。当前校企合作缺乏常态化信息共享平台,企业的人力资本需求信号无法有效传导至高校培养环节。一方面,电商企业参与校企合作的积极性不高。由于校企合作的投入产出比不明确,企业担心参与人才培养会增加运营成本,且难以在短期内获得直接收益,因此企业缺乏深度参与的动力[2]。部分企业虽然与高校建立了合作关系,但多为形式上的合作,如挂牌实习基地、举办讲座等,并未真正参与到人才培养的全过程,导致合作效果不佳。另一方面,高校缺乏与企业对接的主动性与有效机制,人才培

养方案的制定多基于学科逻辑与教学经验，缺乏对企业实际需求的深入研判，导致培养体系与企业需求脱节。此外，高校的电子商务专业教师多为博士刚毕业即任职高校，缺乏电商行业的实战经验，难以将行业最新动态与实践技能融入教学过程，进一步影响了人才培养质量。

4.3. 评价方式差异与协同机制缺失的问题

电商企业与高校的人才评价方式存在着本质差异。企业的人才评价以岗位需求为导向，注重实际能力与绩效贡献，评价方式具有针对性、功利性的特点[11]，而高校的人才评价以教育目标为导向，注重理论知识与综合素质的全面发展，评价方式具有系统性、基础性的特点。这种评价逻辑的差异导致高校的人才培养缺乏明确的市场导向，难以精准对接企业需求。此外，电商企业与高校之间缺乏有效的协同机制，尤其表现为缺乏常态化的沟通与合作平台，企业的人才需求信息难以快速传递给高校，高校的人才培养情况也难以得到企业的及时反馈，导致二者之间的错位问题难以得到及时解决[12]。例如，企业对电商数据分析人才的需求日益旺盛，但高校未能及时调整课程体系，导致相关人才供给不足，从而进一步加剧了人才供需矛盾。

5. 破解人才供需错位的优化路径

5.1. 精准对接企业需求，重构人才培养目标

高校应加强与电商企业的沟通与合作，可以通过行业协会、校企合作论坛等渠道，深入研判企业的岗位需求与人才评价标准，以能力本位教育理论为指导，重新定位人才培养目标[13]。具体而言，高校应根据不同层次、不同类型电商企业的需求，制定差异化的培养目标。针对基层岗位，培养具备扎实实践技能与基础理论知识的技能型电商人才；针对中层岗位，培养具备复合素养与管理能力的应用型人才；针对高层岗位，培养具备战略思维与创新能力的复合型人才。同时，高校应将职业素养培养贯穿人才培养全过程，注重学生敬业精神、责任意识、沟通能力、团队协作能力的培养，进一步提升毕业生的岗位适配性与价值创造能力。

5.2. 构建产教协同课程体系，强化知识与技能融合

高校应合理降低电子商务专业理论课程的比例，提高实践课程的权重。同时，可以打破学科壁垒，构建跨领域的整合性课程体系，增设电商数据分析、直播电商运营、跨境电商实务、客户关系管理等与行业发展紧密相关的课程。此外，高校应根据电商行业的新业态、新模式，及时更新课程内容，将行业最新动态、技术应用与实践案例融入教学过程[14]。下一步，高校应与电商企业深度合作，共同开发课程标准、教学内容与教材。邀请企业的技术骨干与行业专家参与课程设计与教学实施，将企业的真实项目、业务流程转化为教学案例与实训内容，实现教学与实践的无缝对接，让学生在真实的电商场景中进行实践操作，强化知识与技能的融合。

5.3. 建立多元联动评价机制，实现评价与需求适配

高校应打破以考试成绩为核心的单一评价模式，进一步构建涵盖知识、技能、素质等多个维度的多元化评价体系。评价内容应包括理论知识掌握情况、实践技能水平、创新能力、职业素养等方面，评价方式可采用平时作业、项目实践及企业评价等多种形式，实现定量评价与定性评价相结合的方式，来全面反映学生的综合能力。同时，引入企业参与学生的评价过程，由企业导师对学生的实习表现、实践能力进行评价，将企业评价结果纳入学生的学业评价体系，确保评价结果能够真实反映学生的综合能力与岗位适配性。下一步，高校还可与电商企业建立常态化的协同反馈机制，定期召开校企合作座谈会，交

流人才培养情况与企业需求变化,具体表现为企业通过及时向高校反馈毕业生的工作表现、能力短板等信息的方式,为高校的人才培养改革提供参考,高校再根据企业的反馈意见,及时调整培养目标、课程体系、教学内容与教学方法,从而形成“企业需求→人才培养→反馈调整”的闭环机制,确保人才培养与企业需求的动态适配。

6. 结论

本文围绕电商企业人才评价与高校培养体系的错位问题展开研究,发现在数字经济快速发展的背景下,电子商务行业人才需求激增但缺口显著,而高校培养的毕业生因适配性不足难以满足企业需求,二者的错位已成为制约电商行业与高等教育协同发展的关键瓶颈。这种错位主要体现在三方面:企业重岗位适配与价值创造、实战场景、结果绩效,而高校偏基础全面、课堂标准、过程分数。为破解存在的错位困境,高校需精准对接企业需求重构培养目标,构建产教协同的课程体系,创新教学模式强化实战训练,建立多元联动评价机制;企业也应积极参与校企合作,形成“需求-培养-反馈”的闭环逻辑。相信通过高校、企业等多方协同发力,可以缩小电商人才的供需差距,进一步提升电子商务专业人才培养质量,从而为行业高质量发展提供坚实人才支撑。

参考文献

- [1] 中华人民共和国教育部.中华人民共和国职业教育法[EB/OL].
http://www.moe.gov.cn/jyb_sjzl/sjzl_zcfg/zcfg_jyfl/202204/t20220421_620064.html, 2022-04-21.
- [2] 聂正标. 职业教育产教融合高质量发展中面临的相关问题及对策[J]. 中国经贸导刊, 2023(9): 72-75.
- [3] 刘小嘉. 基于电子商务背景的新型人才培养与就业问题研究[J]. 商场现代化, 2025(19): 56-58.
- [4] 孙锐, 吴江. 构建高质量发展阶段的人才发展治理体系: 新需求与新思路[J]. 理论探讨, 2021(4): 135-143.
- [5] Becker, G.S. (1964) Human Capital. Columbia University Press.
- [6] 张雪萌. 数智时代背景下电子商务人才培养的挑战与对策[J]. 商场现代化, 2025(20): 49-51.
- [7] 平萍. “互联网 + 双创”背景下高校跨境电商类人才培养模式研究[J]. 商场现代化, 2017(23): 29-31.
- [8] 蔡建惠. 研究大数据下跨境电商人才培养的机遇和挑战[J]. 当代经济, 2018(12): 146-148.
- [9] 张钦昱. 电子商务平台治理的理念转型与制度调适[J]. 法学评论, 2025, 43(6): 145-156.
- [10] 李土金. 人工智能引领电子商务产业智能化转型与升级探究[J]. 国际商务财会, 2025(21): 70-73, 77.
- [11] 孙锐, 孙彦玲. 构建面向高质量发展的人才工作体系: 问题与对策[J]. 科学学与科学技术管理, 2021, 42(2): 3-16.
- [12] 赵爱玲. 跨境电商行业, 人才储备与培养如何跟上? [J]. 中国对外贸易, 2021(7): 74-75.
- [13] 眭依凡, 应荣球, 何志伟. 新质生产力发展与高水平应用型大学人才培养模式创新行动[J]. 现代教育管理, 2024(11): 1-13.
- [14] 张金香. 基于多元协同视域的应用型高校直播电商人才培养路径研究[J]. 兰州职业技术学院学报, 2025, 41(3): 92-96.