

电子商务视域下在线教育培养体系构建与机制优化研究

李澄江

贵州大学管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年5月6日; 录用日期: 2026年5月21日; 发布日期: 2026年7月13日

摘要

在数字经济与电子商务深度融合的发展背景下, 在线教育成为人才培养体系数字化转型的核心载体, 而电子商务的产业特性与发展需求为在线教育培养体系的构建提供了全新视角与实践路径。本文以电子商务视域下在线教育培养体系为研究对象, 剖析当前在线教育培养体系在产品设计、产教融合、培养模式等方面面临的现实困境, 梳理社会、高校、企业、师生等多维度影响因素及其作用机理, 从体系构建、机制优化、产品升级、产教融合深化等方面提出系统性策略, 旨在推动在线教育与电子商务产业需求深度适配, 实现在线教育培养质量的提升, 为数字经济背景下教育数字化转型提供实践参考。

关键词

电子商务, 在线教育, 培养体系, 机制优化, 产教融合

Research on the Construction and Mechanism Optimization of Online Education Training System under the Perspective of E-Commerce

Chengjiang Li

School of Management, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 6, 2026; accepted: May 21, 2026; published: July 13, 2026

Abstract

Against the backdrop of the deep integration of the digital economy and e-commerce, online education

文章引用: 李澄江. 电子商务视域下在线教育培养体系构建与机制优化研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(7): 383-390.
DOI: 10.12677/eci.2026.157769

has become the core carrier for the digital transformation of the talent training system. The industrial characteristics and development needs of e-commerce provide a new perspective and practical path for the construction of the online education training system. This paper takes the online education training system under the perspective of e-commerce as the research object, analyzes the current practical difficulties faced by the online education training system in product design, industry-education integration, and training models, and sorts out the multi-dimensional influencing factors and their mechanisms of action from society, universities, enterprises, teachers and students. It proposes systematic strategies from the aspects of system construction, mechanism optimization, product upgrading, and deepening industry-education integration, aiming to promote the deep adaptation of online education to the needs of the e-commerce industry, improve the quality of online education training, and provide practical reference for the digital transformation of education under the background of the digital economy.

Keywords

E-Commerce, Online Education, Training System, Mechanism Optimization, Industry-Education Integration

Copyright © 2026 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

数字经济的高速发展推动电子商务产业迈入高质量发展新阶段[1],截至2025年,我国电子商务交易规模持续攀升,对兼具电子商务专业能力、数字操作能力与创新实践能力的复合型人才需求日益迫切[2]。与此同时,教育数字化战略行动的深入实施让在线教育成为人才培养的重要形式,其突破时空限制、资源高效整合的特性与电子商务的数字化、网络化发展特征高度契合,为电子商务人才培养及跨领域人才培养提供了全新载体[3]。在理论层面,联通主义学习理论认为学习是在数字网络节点间建立连接的动态过程,知识分布于网络之中而非单一个体之内。混合学习理论则强调线上数字化学习与线下实践情境的有机整合,为在线教育与产业实践协同设计提供了系统框架。在线教育并非单纯的知识传递工具,而是构建学习网络、连接产业情境的核心载体。

电子商务视域下的在线教育培养体系,核心是依托电子商务的产业逻辑、技术手段与实践场景,重构在线教育的培养目标、课程体系、教学模式与评价机制,实现教育供给与产业需求的精准对接[4]。建构主义学习理论强调学习者在社会互动与真实实践情境中主动建构知识,与电子商务实践导向的人才培养需求高度吻合。此外,源于德国职业教育体系的产教融合双元制理论主张学校与企业作为并行主体共同承担人才培养责任。当前,我国在线教育虽实现规模快速扩张,但在电子商务产业赋能下,其培养体系构建仍存在诸多短板。在线教育产品与电子商务岗位需求脱节、产教融合流于形式、培养模式缺乏创新、师资队伍数字素养与产业实践能力不足等问题,导致在线教育培养的人才难以满足电子商务产业的发展需求[5]。

基于此,本文立足电子商务与在线教育的融合发展趋势,以培养体系构建与机制优化为核心,剖析现实困境、梳理影响因素、提出解决路径,推动在线教育培养体系与电子商务产业深度融合,助力在线教育实现从规模扩张向质量提升的转型,为数字经济背景下复合人才培养提供理论与实践支撑。

2. 电子商务视域下在线教育培养体系建设的现实困境

电子商务视域下的在线教育培养体系建设,需以电子商务产业需求为导向[6],实现产品设计专业化、培养模式多元化、产教融合深度化、评价机制科学化的目标。但当前我国在线教育在与电子商务产业融合发展过程中,尚未形成完善的培养体系,诸多现实困境制约了培养质量的提升,主要体现在以下六个方面。

2.1. 培养目标定位模糊

当前部分在线教育机构及高校的在线教育培养目标仍停留在知识传递层面,未结合电子商务产业的岗位细分特征与能力需求进行精准定位。一方面,培养目标缺乏层次性,未针对电子商务领域的运营、技术、营销、管理等不同岗位设计差异化培养目标,导致培养的人才能力同质化严重。另一方面,培养目标忽视电子商务新业态的发展需求,对直播电商运营、跨境电商数据分析、私域流量管理等新兴岗位的能力要求关注不足,课程内容与产业实际脱节,学生毕业后难以快速适配岗位需求。培养目标与实践能力需求的脱节是制约教育培训成效的核心问题。此外,部分在线教育培养目标未将数字素养、专业能力、实践创新等复合型能力培养纳入核心,仅注重理论知识传授,弱化了电子商务所需的实操能力与问题解决能力培养。

2.2. 在线教育产品设计滞后

在线教育产品是电子商务视域下培养体系的核心载体,但其设计与开发仍存在诸多问题,难以满足产业需求与学习需求。其一,产品内容呈现出碎片化与滞后性特征,缺乏电子商务产业的真实案例与实战场景,对直播带货、电商平台运营、数据分析等实操性内容的覆盖不足,且未及时融入电子商务的新技术、新业态、新模式。其二,产品形式单一,缺乏互动性与沉浸式体验,未充分利用虚拟现实(VR)、人工智能(AI)、数字孪生等技术构建电子商务虚拟仿真实践场景,导致学生学习积极性不高;其三,产品个性化不足,未结合学习者的基础水平、学习需求与职业规划设计分层化、定制化的产品体系,难以实现因材施教。

2.3. 产教融合流于形式

产教融合是连接在线教育与电子商务产业的关键纽带,但当前校企协同培养机制仍存在诸多短板,产教融合多停留在表面合作层面。一方面,校企合作缺乏深度与持续性,多数合作仅表现为企业为高校提供部分实习岗位、捐赠教学设备,导致在线教育的实践内容与企业实际业务脱节。另一方面,校企之间缺乏有效的资源共享与利益联结机制,企业因缺乏明确的利益激励,参与在线教育培养的积极性不高,而高校的在线教育资源难以向企业开放,无法为企业员工培训提供有效支撑。此外,产教融合的平台建设滞后,尚未形成线上线下一体化的校企协同培养平台,电子商务产业的真实数据、业务场景难以转化为在线教育的教学资源。

2.4. 培养模式缺乏创新

当前电子商务视域下的在线教育培养模式仍以传统的线上讲授为主,缺乏与电子商务产业特性相适配的创新模式,理论与实践教学失衡问题突出。教学模式仍为教师主导、学生被动接受的单向传输模式,未充分利用电子商务的网络化、互动化特征构建学生主体、教师引导的互动式、探究式教学模式,学生的自主学习能力和创新思维难以得到锻炼。实践教学环节薄弱,在线教育的实践教学多以模拟操作为主,学生难以接触到产业一线的实操场景与问题,实践能力培养效果不佳。未构建线上与线下、校内与校外

的混合式培养模式，线上教育仅作为线下教学的补充，未实现二者的深度融合，无法充分发挥在线教育的资源整合优势与线下教学的实践指导优势。

2.5. 数字素养与产业实践能力不足

师资队伍是在线教育培养体系建设的核心支撑，而电子商务视域下的在线教育对教师的专业素养、数字素养、产业实践能力提出了更高要求，当前师资队伍建设难以满足这一需求。教师数字素养划分为数字化意识、数字技术知识与技能、数字化应用、数字社会责任、专业发展五大维度。一方面，部分教师缺乏电子商务产业的实践经验，多为高校专职教师，未参与过电子商务企业的实际运营与管理，导致教学内容与产业实际脱节，难以开展针对性的实践教学指导；另一方面，教师的数字素养与在线教学能力不足，部分教师仅能完成基础的线上授课操作，未充分掌握 AI、大数据分析、虚拟仿真等技术在在线教育中的应用，难以设计出互动性、沉浸式的在线教学场景；此外，校企双导师制未得到有效落实，企业导师因时间、精力等因素限制，参与在线教育教学的程度较低，无法为学生提供专业的产业实践指导。

2.6. 评价机制单一

当前在线教育的评价机制仍以结果性评价为主，缺乏与电子商务产业需求相适配的综合性、过程性评价体系，难以全面反映学生的能力水平。国内主流在线教育平台的评价体系中，过程性评价指标(如学习行为轨迹、阶段性任务完成情况)的权重占比普遍较低，企业参与学生能力评价的制度安排在绝大多数高校付之阙如。评价指标单一，多以考试成绩、线上学习时长为核心评价指标，忽视了对学生电子商务实操能力、创新能力、团队协作能力的评价。评价主体单一，仅以教师作为唯一评价主体，未引入企业、行业协会等第三方评价主体，评价结果缺乏客观性与专业性。评价方式缺乏创新，未充分利用大数据、人工智能等技术对学生的线上学习行为、实践操作过程、项目成果等进行全过程数据采集与分析，难以实现对学生能力的精准评价与个性化指导。

3. 电子商务视域下在线教育培养体系的影响因素分析

电子商务视域下在线教育培养体系的构建与优化是社会、高校、企业、教师、学生等多主体共同作用的结果[7]，其影响因素涵盖宏观社会政策环境、中观校企协同条件、微观师生个体能力三个层面，各因素相互关联、相互作用，共同决定了在线教育培养体系的建设质量与实施效果。

3.1. 社会层面因素

政策导向与支持力度方面，国家关于教育数字化、电子商务产业发展、产教融合的政策部署是在线教育培养体系建设的重要指引，财政资金支持、政策优惠措施直接影响校企合作的积极性与在线教育资源的建设力度。近年来，我国相继出台相关政策，明确提出推动在线教育产业需求深度融合，但部分地方政策落地效果不佳，且缺乏针对性的实施细则与保障措施[8]。

产业发展与人才需求方面，电子商务产业的发展规模、业态创新速度与岗位能力需求直接决定了在线教育培养体系的培养目标、课程内容与实践方向。直播电商、跨境电商等新业态的涌现，对在线教育的产品设计与培养模式提出了全新要求，而产业人才需求的变化速度往往快于在线教育培养体系的更新速度，导致二者之间存在时间差。

行业标准与评价体系方面，电子商务行业的职业技能标准、人才评价体系尚未完全融入在线教育的培养与评价过程，导致在线教育的培养质量缺乏统一的行业衡量标准，培养的人才难以得到行业与企业的广泛认可。

3.2. 校企层面因素

高校的培养理念与资源投入方面，高校作为在线教育培养体系建设的主体，其培养理念直接决定了培养体系的构建方向，而师资、技术、平台等资源的投入力度直接影响培养体系的实施效果。部分高校仍秉持传统的教育理念，忽视在线教育与电子商务产业的融合发展，对在线教育资源建设、师资队伍培养的投入不足[9]。

企业的参与意愿与资源开放程度方面，企业作为电子商务产业的主体，其参与在线教育培养的意愿与资源开放程度是产教融合的关键。企业的真实业务场景、数据资源、专业人才是在线教育实践教学的核心资源，而企业是否愿意开放这些资源，取决于校企之间的利益联结机制与合作深度。

校企协同平台建设水平方面，线上线下一体化的校企协同培养平台是实现资源共享、教学互动、实践指导的重要载体，平台的技术水平、功能完善程度直接影响校企协同培养的效率与效果。当前多数校企协同平台仍以线下平台为主，线上平台的功能单一，难以实现电子商务产业资源与在线教育教学资源的有效整合。

3.3. 师生层面因素

教师的电子商务专业素养、数字素养、产业实践能力与在线教学能力是影响在线教育教学质量的核心因素，直接决定了课程内容的专业性、教学模式的创新性与实践指导的针对性。

在学生的学习需求与能力基础方面，学生作为在线教育的接受主体，其学习需求、职业规划、数字操作能力与自主学习能力直接影响培养体系的实施效果。不同学生的基础水平与学习需求存在差异，对在线教育产品与教学模式的要求也各不相同[10]。

师生的互动与协作效率方面，在线教育的网络化特征使得师生互动与协作面临时空限制，而互动频率、协作效率直接影响学生的学习体验与能力培养效果。如何利用电子商务的技术手段提升师生线上互动效率，是培养体系建设的重要考量因素。

4. 电子商务视域下在线教育培养体系的构建路径

基于上述现实困境与影响因素分析，本文以电子商务产业需求为导向、产教融合为核心、技术创新为支撑、能力培养为目标，从培养目标、课程体系、实践平台维度，构建电子商务视域下的在线教育培养体系，实现在线教育与电子商务产业的深度融合。

4.1. 精准定位培养目标

结合电子商务产业的岗位细分特征与新业态发展需求，构建分层化、复合型、个性化的培养目标体系，实现培养目标与产业需求的精准对接。按岗位类型分层设计培养目标，针对电子商务运营、技术开发、数字营销、跨境电商等不同岗位，分别制定以实操能力、技术能力、营销能力、跨文化沟通能力为核心的培养目标。强化复合型能力培养，将数字素养、专业能力、实践创新能力、职业素养纳入核心培养目标，注重学生电子商务平台操作、大数据分析、直播运营等实操能力，以及问题解决、创新思维、团队协作等综合能力的培养。结合学习者的职业规划与学习需求，设计个性化培养目标，为不同基础、不同职业需求的学习者制定差异化的能力提升路径。

4.2. 重构课程体系与电子商务产业发展同频更新

以电子商务产业的知识体系、技术标准与岗位能力要求为依据，重构在线教育的课程体系，实现课程内容与产业发展的同步更新。构建基础模块、专业模块、创新模块、实践模块的模块化课程体系，基

础模块涵盖电子商务概论、数字经济、计算机基础等通用知识，专业模块按岗位类型分为运营、技术、营销等子模块，创新模块融入直播电商、跨境电商、元宇宙电商等新业态知识，实践模块以企业真实业务为核心设计实操项目。加强课程内容的实操性与前沿性，引入电子商务企业的真实案例、业务数据与实操场景，及时融入人工智能、大数据等新技术在电子商务中的应用。推进课程的跨领域融合，将电子商务与物流管理、市场营销、信息技术、法律等学科知识相融合，培养学生的跨领域思维与综合能力。

4.3. 搭建一体化实践平台，深化产教融合与资源共享

以线上线下一体化、校企资源共享化、实践场景真实化为目标，搭建电子商务视域下的在线教育实践平台，为学生提供沉浸式的实践教学场景。建设校企协同的线上虚拟仿真实践平台，如电商平台运营、直播带货、仓储物流管理等模块，让学生在虚拟环境中开展实操训练。搭建线下校企联合实践基地，推动高校与电子商务龙头企业、中小微企业合作，建立稳定的实习基地，让学生参与企业的实际业务，提升实践操作能力。构建校企资源共享平台，推动企业的真实数据、业务案例、专业人才与高校的课程资源、师资力量、科研成果双向开放，实现校企资源的高效整合与利用。

5. 电子商务视域下在线教育培养体系的机制优化策略

针对当前培养体系在实施过程中存在的校企协同不足、评价机制单一、激励机制缺失等问题，从协同育人机制、评价考核机制、资源保障机制、动态更新机制四个方面进行优化，推动培养体系的规范化、可持续发展。

5.1. 优化校企协同育人机制

深化产教融合，构建政府引导、高校主导、企业参与、利益共享的校企协同育人机制，实现校企合作的深度化与持续性。发挥政府的引导与保障作用，出台针对性的政策优惠措施，如对参与在线教育培养的电子商务企业给予税收减免、财政补贴，同时建立校企合作的监督与评估机制，保障合作的有效实施。构建校企利益共享机制，推动高校与企业共建在线教育品牌、联合开展科研项目、共同培养人才，实现人才培养、产业发展、科研创新的互利共赢，如企业可优先录用高校培养的优秀学生，高校可为企业提供人才培训与科研成果转化服务。建立校企协同育人的常态化沟通机制，成立校企合作委员会，定期召开沟通会议，及时解决合作过程中存在的问题，同步更新培养目标、课程内容与实践场景。

5.2. 构建多维度、过程性的评价体系

打破传统的结果性评价模式，构建多指标、多主体、全过程的综合性评价考核体系，全面反映学生的能力水平与培养体系的实施效果。优化评价指标体系，将知识掌握、实操能力、创新能力、团队协作、职业素养纳入核心评价指标，针对电子商务不同岗位的能力要求，设计差异化的指标权重。拓展评价主体，构建由教师、企业、学生、行业协会组成的多元评价主体体系。推行过程性评价，利用大数据、人工智能等技术，对学生的线上学习行为、实践操作过程、项目成果、竞赛表现等进行全过程数据采集与分析，实现对学生能力的精准评价与个性化指导。

5.3. 健全资源保障和动态更新机制

构建政策、资金、技术、人才四位一体的资源保障机制，为电子商务视域下在线教育培养体系的实施提供全方位支撑。强化政策保障，地方政府与教育主管部门应出台针对性的实施细则，明确在线教育与电子商务产业融合发展的发展方向、重点任务与保障措施。加大资金投入，建立政府、高校、企业共同参与的多元化资金投入体系，财政资金重点用于在线教育平台建设、师资队伍培养与实践教学资源开

发, 高校与企业共同出资建设校企协同培养平台。强化技术保障, 提升在线教育平台的技术水平, 实现教学资源的智能化推荐、学习过程的精准化指导与实践场景的沉浸式体验。强化人才保障, 建立在线教育与电子商务产业的人才流动机制, 鼓励高校教师到企业实践, 企业人才到高校任教, 实现人才的双向流动。

电子商务产业的新业态、新技术、新模式不断涌现, 要求在线教育培养体系必须建立动态更新机制, 实现与产业发展的同频适配。建立课程内容动态更新机制, 成立由高校教师、企业专家、行业协会代表组成的课程建设委员会, 定期调研电子商务产业的发展动态与岗位能力需求, 及时更新课程内容, 融入新业态、新技术知识。建立培养模式动态优化机制, 根据学生的学习效果、企业的反馈意见与产业的发展需求, 及时优化培养模式, 创新教学方法与实践形式。建立在线教育产品迭代升级机制, 根据学习者的使用体验、产业需求的变化与技术的发展, 对在线教育产品进行持续迭代升级, 提升产品的针对性、实用性与互动性。

5.4. 优化在线教育产品开发机制

以产业需求为导向、以学习者为中心, 优化在线教育产品开发机制, 推动在线教育产品的专业化、个性化、多元化发展。建立产品需求调研机制, 在产品开发前, 深入调研电子商务企业的岗位需求与学习者的学习需求, 明确产品的定位与核心功能。推行高校、企业、技术团队联合开发模式, 高校负责产品的内容设计, 企业负责提供产业真实案例与实操场景, 技术团队负责产品的技术开发与功能实现, 提升产品的专业性与实用性。建立产品试用与反馈机制, 在产品正式上线前, 邀请学生、企业员工与行业专家进行试用, 根据反馈意见对产品进行修改完善, 同时建立产品使用后的常态化反馈机制, 及时收集用户意见, 推动产品持续优化。

6. 结语

数字经济背景下, 电子商务与在线教育的融合发展是教育数字化转型与产业人才供给的重要契合点, 构建适配电子商务产业发展需求的在线教育培养体系, 是破解在线教育质量提升瓶颈、助力电子商务产业高质量发展的必然要求。本文通过剖析电子商务视域下在线教育培养体系建设的现实困境, 梳理出社会、校企、师生三个层面的核心影响因素, 从培养目标、课程体系、实践平台三大维度搭建了针对性的培养体系框架, 并从协同育人、评价考核、资源保障、产品开发等方面提出机制优化策略, 形成解决方案, 为解决当前在线教育与电子商务产业需求脱节、产教融合流于形式等问题提供了实践路径。电子商务产业新业态、新技术持续迭代, 决定了其视域下的在线教育培养体系需动态适配、持续优化, 这离不开政府、高校、企业的协同发力, 政府需强化政策引导与资源保障, 高校需主动对接产业需求推进培养模式创新, 企业需深化产教融合、开放产业资源, 三方形成人才培养与产业发展的良性循环。推动在线教育产品智能化、个性化升级, 同时完善校企利益共享机制, 推动产教融合向深度共生发展, 真正实现教育供给与产业需求的精准对接, 让在线教育成为培养电子商务领域复合型、实践型人才的核心载体, 推动教育数字化与产业数字化协同发展, 为我国数字经济高质量发展筑牢人才与教育根基。

参考文献

- [1] 臧洪, 张心民, 李略. 跨境电商推动边境城市经济高质量发展: 理论、机理与路径[J]. 商业经济研究, 2025(20): 116-120.
- [2] 杜雨芊. 数字贸易促进中国全球产业链位势提升的机制及对策研究[J]. 价格月刊, 2024(1): 56-63.
- [3] 毛阳海, 刘佳文. 数字经济驱动西藏电子商务高质量发展的内在逻辑、作用机制及实践路径[J]. 西藏发展论坛, 2026(2): 36-42.

- [4] 李慧莹, 郑冠辉, 刘鸿宇. 农产品电商供应链韧性提升机制研究[J]. 物流科技, 2026, 49(5): 121-124.
- [5] 米巧, 李汶聪. 农业新质生产力视域下农民教育培训效能提升的内驱、困境与纾解[J]. 继续教育研究, 2026(3): 101-107.
- [6] 李丹, 黄灿灿. 区域数字贸易规则与服务业全球价值链前向参与[J]. 经济体制改革, 2026(2): 37-48.
- [7] 孙忠娟, 李伟东, 冯佳林. 数字经济、实体经济发展对企业新质生产力的影响效应[J]. 首都经济贸易大学学报, 2026, 28(1): 22-35.
- [8] 吕倩, 袁松鹤. 教育数字化背景下在线教育企业的前沿实践、发展趋势与启示——基于百强在线教育企业的现状调查[J]. 中国电化教育, 2023(3): 135-142.
- [9] 欧阳悦. 基于新质生产力视域的跨境电子商务专业群人才培养模式创新研究[J]. 中国市场, 2026(6): 107-112.
- [10] 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.