

东盟跨境电商人才的培养路径探究

陈鹏飞

南宁师范大学职业技术师范学院, 广西 南宁

收稿日期: 2026年3月12日; 录用日期: 2026年5月8日; 发布日期: 2026年5月22日

摘要

在数字经济的推动下, 我国跨境电子商务贸易蓬勃发展, 东盟作为中国重要的贸易战略伙伴, 其跨境电商产业发展前景广阔。随着中国与东盟贸易流通量的增加, 东盟跨境电商市场对专业人才的需求日益迫切, 企业急需既精通平台运营、数据分析等专业技术, 又具备外语应用能力和跨文化沟通素养的复合型人才。本文基于利益相关者理论, 从产教融合视角出发, 结合东盟跨境电商企业需求, 选取印尼、越南、泰国三大代表性国家开展国别化深度分析, 剖析当前跨境电商人才培养面临的问题, 并提出针对性、差异化的东盟跨境电商人才培养路径, 为国家数字贸易战略在东盟区域的落地提供人才支撑。

关键词

产教融合, 东盟跨境电商, 人才培养, 国别化, 利益相关者理论

Research on the Cultivation Path of ASEAN Cross-Border E-Commerce Talents

Pengfei Chen

School of Vocational and Technical Education, Nanning Normal University, Nanning Guangxi

Received: March 12, 2026; accepted: May 8, 2026; published: May 22, 2026

Abstract

Driven by the digital economy, China's cross-border e-commerce trade has flourished. As an important strategic trade partner of China, ASEAN boasts broad prospects for the development of its cross-border e-commerce industry. With the growth of trade flows between China and ASEAN, the demand for professional talents in the ASEAN cross-border e-commerce market has become increasingly urgent. Enterprises are in urgent need of compound talents who are proficient in professional technologies such as platform operation and data analysis, as well as possessing foreign language application ability and cross-cultural communication literacy. Based on the stakeholder theory and

from the perspective of industry-education integration, combined with the demands of ASEAN cross-border e-commerce enterprises, this paper conducts an in-depth country-specific analysis on three representative ASEAN countries including Indonesia, Vietnam and Thailand, analyzes the current problems faced in cross-border e-commerce talent cultivation, and puts forward targeted and differentiated paths for cultivating ASEAN cross-border e-commerce talents, so as to provide talent support for the implementation of China's digital trade strategy in the ASEAN region.

Keywords

Industry-Education Integration, ASEAN Cross-Border E-Commerce, Talent Cultivation, Country-Specific, Stakeholder Theory

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

我国正处于由贸易大国向贸易强国转变的重要阶段，数字贸易已成为“十五五时期”贸易强国建设的新引擎。《政府工作报告——2024年3月5日在第十四届全国人民代表大会第二次会议上》提出“出台服务贸易、数字贸易创新发展政策”¹，《政府工作报告——2025年3月5日在第十四届全国人民代表大会第三次会议上》进一步明确“培育绿色贸易、数字贸易等新增长点”²，为跨境电商等数字贸易新业态发展提供了明确的政策指引。在政策的推动下，我国跨境电子商务规模持续扩张，商务部数据显示，2021~2023年跨境电子商务进出口总额从1.92万亿元增至2.37万亿元³，随着RCEP生效，让东盟市场成为我国跨境电商战略落地的核心区域——作为我国连续5年的第一大贸易伙伴，东盟在数字贸易、供应链互联互通等领域的合作已上升至国家战略层面。

随着中国-东盟自贸区3.0版升级议定书的签署、RCEP区域贸易便利化水平的提升，中国与东盟跨境电子商务进入爆发式增长期：东南亚跨境电商市场年增长率已超25%，成为我国跨境电商出口的第一大目的地市场⁴。跨境电子商务的迅猛发展也带来了对专业人才的迫切需求，在这一背景下，催生出了一批专门面向东盟的就业岗位，如东盟小语种跨境运营专员、跨文化营销策划师、东盟合规风控专员、跨境物流方案规划师等，然而，东盟市场对电子商务领域的语言服务和文化适应性要求较高，需要的不只是熟练操作跨境电商平台的技术人才，更需要具备良好语言沟通能力和跨文化适应能力的复合型人才。当前我国跨境电商人才培养普遍存在“重技术轻文化”“重通用能力轻区域适配”的问题，导致人才供给与东盟市场需求严重脱节，成为制约我国企业深耕东盟跨境电商市场的关键障碍。基于此，本文引入利益相关者理论，将院校、企业、政府、学生界定为东盟跨境电商人才培养的核心利益相关者，分析四方在产教融合中的博弈关系与合作机制；同时选取印尼、越南、泰国三大东盟核心电商市场，从电商平台、物流支付、法律法规、消费文化等维度开展国别化比较分析，聚焦东盟跨境电商人才的核心能力诉求，探索差异化培养路径，为国家数字贸易战略在东盟区域的落地提供人才支撑。

¹https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202403/content_6939153.htm

²https://www.gov.cn/gongbao/2025/issue_11946/202503/content_7015861.html

³https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202403/content_6939153.htm

⁴https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202503/content_7013163.htm

2. 培养东盟跨境电商人才所面临的挑战

(一) 人才培养目标不清晰

第一，部分职业院校在东盟跨境电商人才培养目标定位上有偏差，院校未深入调研东盟跨境电商市场，不了解东盟跨境电商行业发展的需求，东盟十国文化和习俗差异显著，没考虑到不同地区行业特点、发展趋势及对东盟跨境电商市场的人才特殊要求，导致培养目标与市场需求脱节。在培养面向东盟跨境电商市场人才时，学校更多地侧重于对学生实践操作能力的培养，从而忽视对学生的语言能力和跨文化素养能力的要求，这也导致了学生在未来就业过程中难以与客户进行有效沟通，不能满足企业要求。第二，培养目标宽泛，缺乏东盟区域的针对性。当前，我们最需要的就是东盟跨境电商人才，但人才培养中没有出现聚焦东盟语种 + 跨境电商的具体培养目标。甚至部分院校并未作出关于东盟跨境电商市场人才培养的具体目标，未结合具体的工作岗位需求进行人才培养，要求学生所掌握的知识技能较为笼统，没有对具体的东盟跨境运营和跨境直播岗位能力要求进行区分，学生在就业时难以快速地把握工作要求，需要企业加以培训，这既增加了企业的用人成本，也不利于提高学生的工作技能。第三，人才培养目标设定单一，忽视跨境电商所需要的是复合型人才。目标设定只是定位在其中一个要求上，未兼顾语言 + 跨境电子商务 + 数字能力复合型人才的需求，难以适配跨境电商产业链的发展。与利益相关者理论中满足多方核心需求的培养逻辑不相符。

(二) 课程体系不完善，未能满足东盟跨境市场需求

1. 课程体系未构建东盟国别化内容，缺乏东盟专属模块知识

当前开设跨境电子商务专业的院校，课程设置多数都是以亚马逊、速卖通等跨境电商平台的实践操作为主，缺乏东盟市场专属教学内容，“东南亚文化”仅被作为选修课或单次讲座进行展开，缺乏系统性、国别化的深度教学；即便是在国际商务礼仪课程中，涉及东盟国家文化习俗的内容少之又少，且多为零散的知识点，未形成完整的教学模块。由于东盟十国具有语言多元、习俗差异显著的特点，现有课程既无法让学生系统掌握马来西亚、印尼等国的文化禁忌，又未涉及泰国商务场景中的礼仪规范如见面礼仪、沟通语气尺度等关键内容，这也导致了学生在未来就业时因区域文化认知匮乏而造成工作失误的可能。此外，跨境电子商务专业的学生需要具备一定的通识性知识，了解主要贸易国家尤其是东盟国家的贸易政策、进出口法律法规，及时把握跨境电商产业发展动向，不断更新自身知识水平。现行教学内容缺乏对东盟国家市场最新贸易法规、平台政策及数字营销趋势的融合，未能与国际产业标准形成系统对接[1]；学生对贸易规则和政策的认识仅停留在表面，不了解 RCEP 框架下东盟国家的知识产权保护要求，难以应对当地市场的合规监管[2]。且未针对印尼、越南、泰国等核心国家政策差异开展针对性教学。

2. AI 技术融合不足、课程更新速度滞后于行业发展

跨境电商依托于数字信息技术的发展，信息技术的发展也加快了跨境电商数字化的进程，跨境电商的发展水平在一定程度上体现着我国的信息化发展水平，跨境电商是一个持续的、动态发展着的行业，发展速度和变化速度都很快，新技术、新理念、新要求接踵而至，而课程内容更新速度缓慢也制约着人才培养质量的提升。当前，虽然部分院校开发了线上课程和网络课程，但课程内容中还未充分融入 AI 智能，未针对 Shopee、Lazada 等东盟主流平台设计数智化课程，没有将跨境电商中所出现的数字人直播、东盟 AI 选品、多语种 AI 翻译工具等前沿内容融入到课程中去，以至于课程内容与当前行业的发展动态相脱节，所培养出来的人才滞后于行业发展需求。也未结合东盟不同国家的数智化应用特点开展教学，如越南直播电商 AI 工具的应用、印尼选品的大数据分析需求等，培养的人才滞后于东盟市场的实际行业需求。

(三) 产教融合深度不深

1. 校企合作流于形式

产教融合是职业教育区别于普通教育最显著的特征，职业院校是培养专业性人才的主阵地，人才培养的背后所依靠的是多个主体，如政府、企业。然而当前，东盟跨境电商人才的培养大多数还是仅仅依靠职业院校这一单一主体，并未充分地发挥企业育人的作用。在职业院校与东盟跨境电商企业的合作中，仍存在“产教融而不深”“校企合而不作”等问题[3]。目前与东盟院校、企业建立跨境实训合作的院校数量较少，广西壮族自治区和云南省因地理位置优势，与东盟企业建立合作关系的占比较高，但合作项目数量少，且多为短期项目，没有形成常态化合作机制。

校企合作还只是停留在表面，留存于形式，缺乏真实的合作项目，学生没有机会接触到真实的东盟跨境电商工作环境，无法获取东盟市场真实订单、合规案例等实操资源，实训流于形式，缺少真实的实践机会。因缺乏相应的激励政策、收益结果不明显等，东盟跨境电商企业与职业院校展开合作的积极性并不高，对专业人才的培养不够重视，未将培养人才应尽的责任落到实处，只是给学生提供相关的实习岗位，实训指导等，没有结合当前东盟市场需求深入地开展人才培养探讨，也没有参与到学校的人才培养方案制定、教材开发、教育教学工作中来，因此产教融合校企协同育人模式未能真正实现。

2. 实训场景缺乏区域适配性，国别差异化运营能力弱

现有的实训场景多为通用的跨境电商场景，现有的实训教材、案例也多来自欧美或国内市场，实训案例集中于3C、服饰等通用品类，未针对东盟市场的特点和需求设计专项实训内容。东南亚各国消费者对中国商品的偏好覆盖多种品类，且不同国家有着差异化的消费倾向，如中国的3C电子配件受菲律宾、泰国等消费者的喜欢，越南人喜欢中国的雅迪电动车、小熊小家电、扫地机器人；印尼人爱中国的配饰等。也正是因为实训未对东南亚各国的消费特征进行区分，仅采用统一运营逻辑开展实训，导致学生实训内容与实际市场需求相脱节。也未设置多语种直播、跨文化营销策划等特色场景演练，学生上岗后难以快速适配岗位要求。未针对东盟不同国家的直播环境、文化习俗开展差异化实训，学生国别差异化运营能力薄弱。

(四) 师资队伍建设不足

1. 缺乏专业的东盟跨境电商教师

教师队伍在数字信息化能力与面向东盟的电商国际化人才培养质量之间扮演着重要的角色。当前职业院校缺乏专门面向东盟跨境电商市场领域的教师，院校多数教师都是从属于电子商务、国际贸易、市场营销等行业领域的，具有东盟国家工作经历或学习背景的教师占比不高，具有双语教学能力的教师占比偏低，仅有少部分教师具备东盟语言授课能力[4]。难以开展针对性的国别化语言和电商教学。

2. 教师自身的专业技能和素养需要提升

东盟跨境电商市场兴起时间较短、人们对东盟跨境电商市场了解得还不够透彻，具有潜在的不确定性和风险性，这对教师来说具有一定的挑战性。教师的教育能力水平直接关系到教学内容的深度和广度，以及教学方法的有效性，东盟跨境电商所涉及到的专业众多、包含内容甚广，跨越东盟国界的电子商务专业学习需要涵盖语言、技术、营销和商务等多个领域的知识，这就要求教师必须具备跨学科的知识融合能力，难度较大，且印尼、越南、泰国等核心国家行业特点、政策法规差异显著，现有的师资知识储备难以满足当下的需求。

3. 教师缺乏实践经验

职业院校的教师理论知识丰富，但多数教师缺乏东盟跨境电商企业实战经验与深度海外学术交流经历，知识体系与教学能力难以适配快速发展的行业实际需求。教学时，更加侧重于讲解课本上的内容，

难以把理论与实操结合起来,无法提供真实的东盟跨境电商案例与实践指导,也无法将东盟不同国家的实操技巧、合规要点融入教学,国别化实践指导能力不足,学生学习后无法做到学以致用,造成学生所学与实际工作脱节。

3. 东盟核心国家跨境电商发展国别化特征分析

为落实国别化人才培养要求,选取印尼、越南、泰国三大东盟核心跨境电商市场,从电商平台、物流支付、法律法规、消费文化四大维度开展深度比较分析,明确各国人才需求的差异化特征,为人才培养规格和课程模块设计提供依据,具体如下:

1. 印尼:主流平台为Shopee印尼站、Tokopedia,本土平台占比高;物流以海外仓+本土配送为主,支付偏好电子钱包(OVO、Dana);法律法规对跨境电商产品准入、知识产权保护要求严格,禁止部分美妆、食品类跨境产品;消费文化上,民众偏爱高性价比配饰、家居产品,注重产品本土化设计,直播电商渗透率较低,更侧重图文营销。

2. 越南:主流平台为Shopee越南站、Lazada越南站,跨境平台占主导;物流以直邮+本土自提柜为主,支付以现金货到付款和电子钱包(Momo)为主;法律法规对跨境电商税收监管逐步严格,RCEP框架下关税优惠政策落地完善;消费文化上,年轻群体占比高,偏爱3C电子配件、家用电器,直播电商发展迅猛,短视频营销成为核心渠道,对小语种直播人才需求大。

3. 泰国:主流平台为Shopee泰国站、Lazada泰国站,跨境与本土平台协同发展;物流以海外仓+同城配送为主,支付偏好电子钱包(TrueMoney)和信用卡;法律法规对跨境电商产品认证(如美妆、母婴)要求高,合规监管严格;消费文化上,民众注重生活品质,偏爱3C产品、美妆护肤、家居用品,跨文化营销接受度高,对品牌本土化和文化适配要求高。

4. 培养面向东盟跨境电商人才的对策

(一) 制定具体且符合发展要求的人才培养目标

东盟跨境电商行业的发展,对人才的需求呈现多元化、专业化态势。作为培育技能人才的重要基地,职业院校必须紧跟发展需求,制定符合东盟跨境电商市场人才的培养目标。院校可以组建专业的调研团队,定期走访东盟跨境电商行业和企业,通过问卷、访谈、实地考察等方式,精准地把握东盟十国不同地区电商行业的特点、发展趋势,根据调研结果,结合行业发展变化,动态性地调整培养目标,既要关注对学生实践操作能力的培养,还要关注学生的跨文化素养培养,使学生在就业时可以实现有效沟通与业务开展,满足企业需求。人才培养目标定位要精准,根据不同岗位所要求掌握的具体能力,形成岗位能力适配表,根据岗位能力表设置东盟跨境电商运营专班、跨境直播班等定向培养方向,构建语言+电商+数字复合型人才培养目标,充分考虑到学生的就业要求,专业知识上,学生要全面掌握跨境电商基本理论,熟悉东盟主流平台运营规则、各国贸易政策与税收制度,了解跨境物流运输方式、流程及跨境支付方式与风险防范。语言能力上,学生们除了要掌握通用的英语外还要掌握一门东盟小语种语言,数字能力上,学生们要具备基础的数据分析能力,挖掘潜在的消费市场,基于利益相关者理论,兼顾院校、企业、政府、学生四方核心需求,结合印尼、越南、泰国等东盟核心国家的国别化特征,制定“通用能力+国别特色+复合型技能”的人才培养目标。定向培养方向细化为东盟跨境电商运营专班(分印尼/越南/泰国方向)、东盟小语种跨境直播专班(主攻越南/泰国),明确不同培养方向对应国家的平台规则、贸易政策、小语种能力等核心要求。培养高质量的复合型人才,从而适配跨境电商产业链。

(二) 根据东盟跨境电商市场需求,完善课程体系

1. 构建东盟国别化课程体系,打造东盟专属课堂

东盟跨境电商人才培养应紧密结合东盟跨境市场的需求，设置东盟专属教学课程，在跨境电商平台操作课程中，增加对东盟国家主流跨境电商平台的介绍和操作指导，学生应了解这些平台的注册流程、店铺设置、商品上架、营销推广等操作要点。通过操作这些平台，学生将能够掌握东盟国家跨境电商平台的运营规则与特色，为将来从事相关职业打下坚实的基础。东盟十国文化背景丰富多样，受历史、民族等因素影响较大，所以各个国家差异显著，立足于整个东盟国际市场，学校需要根据不同国家的特点、国际市场需求等去开设相关的课程，结合印尼、越南、泰国国别化特征，开设《东盟国别跨境电商实务》《东盟国别文化与商务礼仪》核心课程，分国家讲解平台运营、物流支付、贸易法规、商务礼仪等内容；针对印尼的本土平台运营、越南的直播电商、泰国的合规认证开展专项教学，将各国真实合作案例、文化禁忌、消费特征融入课程模块。跨境电商专业的学生除了需要掌握基础的电商知识外，还需要具备相应的通识知识，如政策法规等内容，政策、法规的出台在一定程度上表明了跨境电商在未来时期的发展方向，因此作为跨境电商人应时刻关注相关的政策和法规，学校课程内容应融入最新的平台规则和政策，并且在课堂上也要详细的讲解对应的贸易规则和政策，这样才有利于学生深刻的理解政策和法规，培养学生的敏锐度。

2. 开设 AI+ 东盟跨境电商课程，加快课程内容的更新速度

在当前信息技术快速发展的背景下，东盟跨境电商的发展离不开数字信息技术的支持，为了培养出适合当前东盟跨境电商发展的人才，一方面，院校要根据市场的发展动态和趋势及时地更新课程内容，院校间可以合力开发数字化教材，打造优质内容，提升人才培养质量。学校还要对东盟跨境电商市场进行详细的分析与调研，及时掌握关于跨境电商领域的前沿知识和技术并将其融入到课程中去，开设《越南直播电商 AI 工具应用》《印尼跨境电商大数据选品》等国别化数智化课程，贴合各国行业数智化应用特点；升级“多语言智能教育平台”，新增国别化数据分析、本土直播模拟功能，实现课程内容与东盟各国行业发展动态同步。构建“多语言智能教育平台”集成实时翻译、跨境直播等功能，突破语言文化障碍，助力东盟跨境电商人才培养[5]。

(三) 推进产教融合

1. 加强产教融合，实现校企协同育人模式

跨境电商是一门操作性极强的课程，培养面向东盟跨境电商的专业人才，最重要的任务就是进一步推进产教融合，发挥校企之间的协同育人作用。校企合作是一个双边互动化的活动，校企双方在合作中扮演着不同的角色，只靠其中一方是行不通的，培养东盟跨境电商人才无论是对企业还是院校而言都是一个很好的发展契机，两者都可以在人才培养过程获取相应的益处。院校应与跨境电商企业缔结战略合作伙伴关系，校企共同制定人才培养方案，确保课程内容与企业实际需求高度契合；通过搭建跨境电商产业学院等校企合作平台，实现资源共享、优势互补，为学生提供真实的学习案例与项目训练机会；此外，还可以举办“中国 - 东盟跨境数字营销大赛”“东南亚跨境电商实操技能赛”等实战比赛。这种赛事活动对提升学生的实践能力是非常有帮助的，可以让学生在比赛过程中积累经验、提升动手能力，为学生未来就业做准备。

2. 优化实训场景的适配性，强化国别差异化运营

联合东盟当地行业协会、跨境电商头部企业开展东盟跨境电商市场调研活动，深入挖掘东盟各个国家的消费特点、选品品类、文化禁忌等，建立东盟市场消费需求数据库并定期更新，针对印尼、越南、泰国打造专属实训场景：印尼方向设计配饰类产品本土化设计 + 海外仓运营实训，越南方向打造小家电跨境运营 + 小语种直播实训，泰国方向开展 3C 产品 + 美妆合规认证实训；模拟各国本土直播环境、文化习俗开展跨文化营销策划实训，强化国别差异化运营逻辑。

(四) 加强教师队伍建设

1. 建设双师型教师队伍

建设双师型教师队伍是促进职业教育高质量发展，满足技术技能人才成长的关键。为了应对东盟跨境电商教师数量严重短缺这一问题，职业院校可以采取校外引进与校内培养相结合的方式，打造一支高素质的师资队伍[6]。一方面是引入东盟跨境电商行业专家及企业一线人员担任专任教师，他们实战经验丰富，熟知行业最新动态与实操流程，可将行业的最新发展动态融入到课程中去，提升师资队伍实践能力。另一方面是学院结合自身的发展状况，选取一批优秀且对东盟跨境电商感兴趣的教师，进行专项计划培养。还可以从校外引进侧重印尼、越南、泰国市场的东盟跨境电商行业专家、企业一线实操人员加入自己的教师团队，补齐国别化教学短板。

2. 提升教师自身的专业技能

在中国 - 东盟跨境电商快速发展背景下，面向东盟跨境电商人才培养对师资队伍提出了更高的要求。学校应该加强对东盟跨境电商教师的培训，定期组织学校教师参加各类培训及学术交流活动，讲解印尼、越南、泰国最新政策法规、数智化技术；建立教师国别化教学能力考核机制，将各国行业知识、实操技能纳入考核，倒逼教师提升跨学科与国别化教学能力。邀请行业专家讲学，让教师学习最新的跨境电商技术、营销方法，把握东盟行业发展趋势与市场需求，鼓励教师多参与学术交流活动、开展跨学科合作交流等分享经验成果，拓宽视野，提升教师自身的教育能力和学术水平。

3. 增强教师的实践经验

为提高教师跨境电子商务实务能力，院校应致力于为专业教师提供全面的、面向东盟的跨境电商实训软件和跨境电子商务平台账户，帮助他们更好地掌握实际的跨境电子商务技能。此外，鼓励院校专业教师尤其是对新事物接受能力更强更快的中青年教师定期到跨境电商企业锻炼，增强教师的实践机会，不断提高教师的职业能力和教学水平。

5. 结语

东盟为我国跨境电商行业提供了更广阔的发展空间，在未来的几年里更是如此，所以，培养面向东盟的跨境电商人才还是很有必要的，但要实现高质量、规模化人才培养，还面临一些困难，为完善东盟跨境电商国际化人才的培养，必须加强产教融合、开发具有东盟特色的课程体系、加强教师队伍建设。这既是培养东盟跨境电商行业人才的迫切需求，又是提升中国 - 东盟合作交流水平、推动区域经济发展与国际合作的重要举措。

参考文献

- [1] 韦小蕾. 中国-东盟自贸区 3.0 背景下跨境电商创新创业型人才培养路径研究[J]. 产业创新研究, 2025(12): 166-168.
- [2] 易丽萍. 东盟跨境电商国际化人才培养机制研究[N]. 贵州教育报, 2025-10-23(T01).
- [3] 黄婷婷. 服务区域经济发展的“东盟语种 + 跨境电商”复合型人才培养探讨[J]. 南宁职业技术大学学报, 2025, 33(2): 90-95.
- [4] 农建诚. 欠发达地区高职院校面向东盟的国际化人才培养模式研究[J]. 产业与科技论坛, 2025, 24(21): 133-136.
- [5] 黄强新, 陈媛, 劳永宝, 等. 服务“桂品出海”精准培养面向东盟跨境电商人才的创新实践研究[J]. 商展经济, 2025(17): 167-170.
- [6] 何容. 东盟小语种跨境电子商务人才育人体系构建研究[J]. 商展经济, 2024(22): 157-160.