

# 新质生产力下高职院校 电商人才“柔性”培养模式研究<sup>\*</sup> ——以 C 学院为例

文 ◆ 浙江长征职业技术学院 王 璐

## 引言

在新质生产力的战略背景下，对高职院校人才培养提出了更高要求。传统高职教育“刚性化”培养模式面临课程滞后、产教脱节、个性缺失等挑战，特别是传统的“标准化培养”与“个性化需求”之间的矛盾逐渐凸显，电子商务人才的考量标准也随之变化。作为人才培养的重要阵地，高职院校担负着社会生产力质量提升的重要责任，是新质生产力人才的培育摇篮，应与时俱进，革新人才培养理念，探索人才培养新模式，以适应新质生产力的战略需要。

## 1 研究背景和意义

### 1.1 新质生产力对电商人才的新要求

新质生产力以数字化、智能化、网络化和创新驱动为核心特征，为电子商务行业带来了深刻变革，同时也对电商人才的能力结构提出了新要求。

#### 1.1.1 复合型技能：技术与商业的深度融合

新质生产力的核心要素之一就是新技术<sup>[1]</sup>。在当前技术快速更迭的背景下，电子商务人才需要掌握更深、更广的复合型技能，实现技术与商业的深度融合。例如，AIGC（人工智能生成内容）在电商运营和推广环节的应用、大数据分析在电商运营和客户服务中的应用等。同时，电商人才还应该具备跨领域整合能力，打破传统岗位边界，掌握“电商+供应链”“电商+金融”“电商+社交媒体”等跨界知识，以适配行业融合发展需求。

#### 1.1.2 敏捷适应能力：应对快速迭代的行业生态

新质生产力以创新为主导，要求电商人才具备动态学习与快速迭代能力，以适应技术升级和商业模式变革。从技术应用来看，AIGC 生成内容、元宇宙电商场景探索等都需要人才主动跟进新工具、掌握新平台规则。例如，面对抖音兴趣电商的算法逻辑，能够灵活调整运营策略等，实现流量与转化的高效衔接。而创新与问题解决能力，更是新质生产力对电商人才的核心要求。电商人才应以数据为驱动，主动提出创新解决方案。例如，通过用户画像优化精准营销方案；借助 AR 试妆等技术设计个性化购物体验。

#### 1.1.3 数据思维与决策能力

新质生产力以信息化、数字化、智能化、高效化为关键提升点，对电商人才的数据驱动运营能力提出了更高要求。电商人才应建立扎实的数据思维，具备从海量数据中提炼核心商业洞见的能力。例如，通过分析用户消费行为数据指导选品策略，依据市场供需数据优化定价方案，结合流量转化数据调整推广方向，以适配数智化背景下电商运营的精准化需求。同时，工具应用能力是数据思维落地的重要支撑。电商人才应能熟练使用 Google Analytics、生意参谋、SQL 等数据处理工具，独立完

<sup>\*</sup>【基金项目】浙江省教育厅一般科研项目“新质生产力下 AI 电商助农实施路径研究——以贵州雷山县为例”（Y202455854）

【作者简介】王璐（1987—），女，河南周口人，硕士研究生，讲师，研究方向：内容电商、创新创业、电商人才培养理论。

成数据清洗、建模与可视化呈现。

#### 1.1.4 协作与资源整合能力

新质生产力具有高效化的显著特点，核心在于生产要素创新性配置，要求各要素间实现高度融合与协作<sup>[2]</sup>。电子商务运营本质是多要素集合、多部门协作、多资源整合的系统工程，因此新质生产力要求电商人才在智能化工具的支持下实现高效沟通，并协调技术、运营、设计等多方资源，高效整合平台资源、供应链资源及以内容生态资源。

#### 1.1.5 价值观与职业素养升级

新质生产力将可持续发展作为重要导向，要求电商人才在技术应用与业务开展中，筑牢伦理底线，如避免算法歧视、拒绝“大数据杀熟”。此外，随着新质生产力推动电商全球化布局加速，电商人才应具备全球化视野与文化敏感性，通过职业素养的全面升级，适配新质生产力下电商行业的国际化发展需求。

#### 1.2 高职教育的角色定位

在新质生产力快速发展和数字经济崛起的背景下，高职教育的角色定位正从传统的“技能培训者”向“产业适配器”“创新孵化器”“终身学习赋能者”“价值引领者”转变。这意味着高职教育有了新的培养目标和培养方向。传统的高职教育人才培养的定位是标准化方案，而新质生产力背景下，高职教育人才培养的新定位则是个性化与柔性化的成长路径设计。在此背景下，研究更高效、适配行业发展的高职人才培养方案，具有较强的现实指导意义。

#### 1.3 高职院校电子商务人才培养的主要现实挑战

高职院校电子商务专业在数字经济快速发展的背景下，面临技术迭代加速、产业需求多变等挑战，其人才培养模式与现实需求之间的脱节问题日益凸显<sup>[3]</sup>。

##### 1.3.1 育人理念需要革新

传统高职教育以“技能传授”为核心的理念已难以适应产业变革和人才需求变化，育人理念亟须从“工具化”转向“人本化”，从“标准化”转向“生态化”。传统高职教育理念通常以短期就业率为目标，培养“岗位适配型”技能人才，忽视学生终身发展潜力，导向是“就业”。而新质生产力要求高职院校的育人理念从“就业导向”向“发展导向”革新，关注学生可持续发展能力，培养能适应技术迭代和产业转型的“未来型人才”。传统的统一课程、统一考核，忽视了学生兴趣、能力和职业倾向的差异，而新质生产力要求人才培养应构建“一人一策”培养体系，支持学生的个性化发展，从“批量生产”到“个性化赋能”。

##### 1.3.2 课程体系与行业动态脱节

高职院校电子商务专业的课程体系与行业动态脱节，是当前人才培养中普遍存在的痛点问题，这种脱节不仅影响了学生的就业竞争力，还制约了职业教育服务产业升级的能力。很多高职院校的课程内容陈旧，技术迭代未覆盖，课程仍以传统电商理论为主，缺乏对新兴业态和技术工具的深度融合。在课程系统性设计方面，跨领域整合不足，局限于单一学科，未融合供应链金融、跨境合规、数据安全等关联领域知识，导致学生无法应对复杂业务场景。在课程的实践场景搭建上过于虚拟化，

与真实业务脱节。新质生产力背景下，高职院校应构建“动态耦合”的课程体系，根据行业需求动态构建课程，推行“核心+模块”课程结构，强化教师行业浸润，及时调整课程内容，以适应不断发展变化的行业需求<sup>[4]</sup>。

##### 1.3.3 师资队伍“双师型”能力短板

高职院校电子商务专业师资队伍队伍的“双师型”能力短板，主要表现为教师行业经验不足、技术更新滞后以及产教融合深度不够等问题。多数教师从“高校到高校”，缺乏一线电商企业实战经验，授课内容偏理论化，教学“纸上谈兵”，难以指导学生解决实际问题<sup>[5]</sup>。C学院2022年调研显示，仅32%的电商专业教师有3年以上企业从业经历。此外，很多教师的技术敏感度低、知识更新滞后、产教协同能力弱、资源整合不足，导致教师对AI选品、大数据分析、跨境支付工具等新技术应用不熟悉，教学内容落后于行业发展，实训课程依赖模拟软件，学生无法接触真实数据。让教师真正成为“懂教学的技术专家”和“懂产业的育人者”，是当下高职教育面临的提升教学质量的重要抓手。

##### 1.3.4 产教融合深度不足

产教融合深度不足是制约高职院校人才培养质量的核心瓶颈，尤其在电子商务等快速迭代领域，校企合作往往停留于表面，未能形成“教育—产业—创新”的良性循环。产教融合中，供需不匹配、利益分配机制缺失、政策落地难、资源整合能力弱是当下制约校企深度合作的主要因素。新质生产力背景下的产教融合，如何从“形式融合”转向“价值共

生”，是当下高职院校提高人才培养质量应当探索的重要课题。

1.3.5 学生多样化挑战

高职院校电子商务专业学生多样化是当前教育实践中不可忽视的现实挑战，具体表现为学生基础能力、学习动机、职业规划以及文化背景的显著差异。这种多样性既为教学创新提供了机遇，也带来了管理复杂度提升、资源分配矛盾等挑战<sup>[6]</sup>。面对学生能力基础的“断层式”差异、学习动机与职业目标的多元分化等多样化的成长需求，高职院校如何从“一刀切”到“精准滴灌”，从“标准化生产”到“个性化成长”，实现更加精准、更加有效的人才培养成效，是目前高职院校普遍面临的挑战。

2 核心概念解析

2.1 柔性培养模式

柔性培养模式是一种不拘泥于标准化、固定化的人才培养模式，打破传统教育“一刀切”的培养方式，支持按学生兴趣、能力、职业目标进行个性化培养，其核心逻辑是动态适配、多元共生和终身成长。柔性培养模式的实践路径包括课程体系的“模块化+动态化”，教学组织的“分层+项目化”，产教融合的“利益共享+技术反哺”，评价体系的“多元画像+过程追踪”，学习时效的“即时化+终身化”。柔性培养模式强调灵活性和适应性，强化跨学科综合能力，注重个性化健康发展。

2.2 新质生产力

新质生产力是以科技创新为核心驱动，以数字化、智能化、绿色化为特征的新质生产力形态。其本质是通过数据、技术、人才

等全要素协同，突破传统生产力依赖资源消耗与规模扩张的局限，实现效率跃升与价值重构。核心特征包括以下方面。（1）创新驱动，依托人工智能、大数据、物联网等技术重塑生产流程；（2）要素重构，数据成为关键生产要素，平台经济、共享经济催生新业态；（3）生态协同，产业链、创新链、教育链深度融合，形成开放式创新网络；（4）人本导向，强调人才跨学科能力与终身学习，推动“技能型劳动者”向“知识型创造者”转型。

2.3 新质生产力与电商人才培养的关联

新质生产力要求电商人才培养从“被动适应行业变化”转向“主动定义未来场景”。通过技术嵌入、生态融合、伦理筑基，职业教育可成为新质生产力的“人才孵化器”与“创新策源地”，最终实现“教育赋能产业，产业反哺教育”的良性循环。新质生产力与电商人才培养的关联体现在以下方面。（1）技术驱动：重塑人才能力结构；（2）数据赋能：决策能力跃迁；（3）产业生态：跨领域协同需求；（4）组织形态：敏捷与创新导向；（5）终身学习：应对持续迭代。可以说，新质生产力与电商人才培养相互驱动、共生共进。

2.4 相关理论

2.4.1 动态能力理论

动态能力理论由 Teece 等学者提出，强调组织在快速变化的环境中整合、构建和重组资源的能力，包括感知机会、抓住机会和重构资源 3 个维度。该理论突破传统静态资源观，聚焦于动态环境下组织的敏捷性、学习力与战略柔性的协同作用，适用于数字经济、技术创新等高频迭代领域<sup>[7]</sup>。该理论驱动教育体系从“静态标准化”转向“动态适配性”，使人才培养与产业迭代同频。

在“柔性”人才培养模式的设计中，主要应用动态能力理论指导课程更新、产教协同、技术反哺等。本文的案例 C 院校就是在动态能力理论的指导下进行的课程灵活性设计，建设了电子商务专业的“动态课程库”。

2.4.2 能力本位教育理论

能力本位教育（Competency Based Education, CBE）是以学习者掌握特定职业能力为核心的教育模式，起源于 20 世纪 60 年代的美国职业教育改革。其核心逻辑是以岗位能力需求为导向，通过明确能力标准，设计模块化课程，采用个性化学习路径和持续性评估，确保学生达到预设能力目标<sup>[8]</sup>。与传统教育相比，CBE 突破时间与形式的限制，强调“结果导向”而非“学时累积”，允许学生按自身节奏通过实践、项目或考核证明能力。

在 C 学院的柔性人才培养模式的探索中，就应用了能力本位教育的理念对学生进行个性化学情分析和市场岗位需求分析，在此基础上对学生进行分层培养，并适配不同的考核标准，对培养标准进行动态更新，对教师角色进行重新定义。

2.4.3 OBE 教育理念

OBE 教育（Outcome-Based Education）是以学生最终学习成果为核心的教育模式，起源于 20 世纪 80 年代，由斯派迪（Spady）系统提出。其核心理念强调教育设计应“反向构建”——先明确学生毕业时应具备

表 1 电子商务专业岗位技能分析表

| 岗位大类 | 细分岗位                   | 典型企业需求                            |
|------|------------------------|-----------------------------------|
| 运营类  | 跨境电商运营、直播运营、网店运营       | 亚马逊店铺 ROI 优化、抖音直播间 GMV 提升、网店转化率提升 |
| 技术类  | 电商数据分析师、AI 应用工程师、网页设计师 | Python 数据清洗、AIGC 工具调优、网页优化        |
| 营销类  | 社交媒体推广、内容策划            | 小红书爆文撰写、短视频推广、直播营销、广告投放           |
| 供应链类 | 电商物流专员、选品经理            | 跨境物流成本优化、爆款选品模型                   |
| 服务类  | 客服专员                   | 客户接待和转化、客户关系管理                    |

的能力目标，如专业技能、批判性思维等，再以此为导向设计课程体系、教学方法与评价标准。相较于传统“内容输入”模式，OBE 注重“能力输出”，其特征是清晰定义成果、弹性学习路径、持续改进闭环。

C 学院在进行柔性化人才培养方案设计时，就应用了 OBE 的教育理念对课程内容和结构进行重构，对考核方式进行了多元化设计。

2.4.4 可持续发展教育理念

可持续发展教育（Education for Sustainable Development, ESD）是联合国教科文组织倡导的全球性教育行动，旨在通过教育赋能个体与社群，平衡经济、社会、环境三者的协同发展。其核心理念是培养学习者具备批判性思维、系统认知与责任行动能力。其核心要素是跨学科整合、参与式学习、价值观重塑。可持续发展教育不仅是教育内容的扩展，还是教育范式的转型，推动职业教育从“技能输出”转向“责任赋能”，为构建人与自然共生的未来提供人才支撑<sup>[9]</sup>。

C 学院的柔性培养模式中，对课程系统性、融合性的设计就是基于该理念，对学生职业价值观的引领教育也是对该理念的诠释，如开设《绿色供应链管理》《企业社会责任》等课程。

3 C 学院电子商务专业“柔性”人才培育模式探索

C 学院地处数字经济强省——浙江，电商产业发达，电子商务专业一直致力于为行业输送优质电商人才。在以创新为驱动的新质生产力战

略背景下，面临多样化、个性化的学生学情，C 学院电子商务专业围绕“动态适配、个性赋能、产教共生”的核心理念，构建了“1+J（职业方向）+“1+I（兴趣驱动）”+“1+N（企业需求）”的柔性培养模式，形成“专业基础+个性路径+生态协同”的育人闭环。

3.1 基于职业方向的“1+J”子模式：精准锚定

“1+J”子模式中，1 代表专业，即电子商务，J（Job）代表学生不同职业方向。该模式的设计思路是“培养 1 个专业核心能力+多个岗位技能群”的专业人才。“1+J”将职业方向细化为可落地的技能模块，解决了传统人才培养“广而不精”的问题。具体做法如下。

3.1.1 岗位拆解与技能图谱绘制

基于企业真实需求（而非学科逻辑），将宽泛的“电子商务”专业细化为可量化、可教学的岗位技能模块，解决“学用脱节”问题。C 学院通过问卷、访谈、收集岗位说明书的方式，对电子商务的岗位技能进行了拆解，并分为五大类（见表 1）。

在此基础上，对岗位的核心任务进行拆解，提取岗位能力，包括硬技能和软技能。硬技能主要指平台操作、工具应用、数据分析等；软技能包括沟通技能、抗压能力、运营思维、学习能力等。

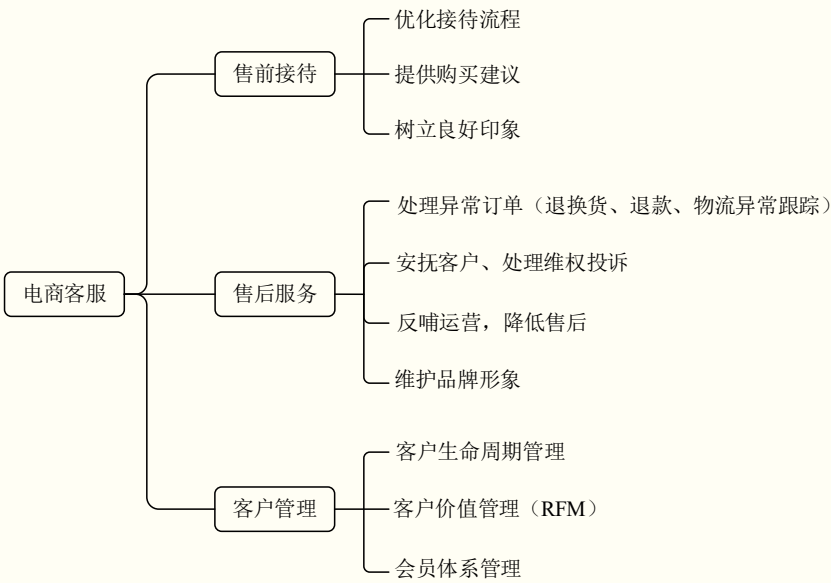


图 1 客户服务岗位核心能力拆解图

对所有岗位的核心任务拆解后，利用相应工具将技能图谱可视化，工具有思维导图、桑基图、能力雷达图等。客户服务岗位核心能力拆解图如图 1 所示。

值得注意的是，不同的职业方向要将其具体的工作内容、发展方向与学生解释清楚，以避免学生因不熟悉岗位而做出错误决策。

3.1.2 模块化课程体系设计

岗位技能图谱要转化为教学可用的策略，根据岗位的技能图谱进行模块化的课程体系设计，形成“核心能力 + 岗位技能”矩阵。根据岗位能力的类别，可以将课程体系分为基础模块（必修）、岗位模块（选修）、工具模块（微课）。基础模块的课程主要是专业的基础课程，如《电商运营基础》《电商法律法规》《消费者心理学》等，用于提高行业通识能力；岗位模块按岗位需求划分方向，如直播运营、跨境选品、私域流量运营、客户服务，学生需完成至少 2 个技能群认证，根据不同学生的职业方向进行选修要求，如跨境电商方向的《独立站运营》《国际物流实务》等；工具模块如《Power BI 数据可视化》《Premiere 应用》等。

此外，模块化的课程设计并不是一成不变，应建立动态更新机制。由企业高管、技术专家组成课程顾问委员会，定期审议技能图谱的有效性，当某技能需求增长率超 30% 时，触发课程紧急更新；当技能淘汰率超 20% 时（如传统 SEO 优化），启动模块替换流程，形成“动态课程库”。

3.1.3 实践项目映射

深化校企合作，建立企业真实项目库。C 学院自 2022 年以来，

积极探索校企合作的新模式、加深合作深度、实施更有效的激励措施，增加了 13 个新的合作企业、15 个合作项目，为柔性人才培养方案的实施提供了有力的实践支持。

3.1.4 评价体系重构

用能力替代学分，提高过程在评价体系中的占比，如通过企业认证（如“阿里国际站操盘官”）可免考《平台运营基础》；利用学生参与的项目成果替代学分，如 GMV 超过 50 万可置换《电商创业实践》学分，实现技能的可视化。

3.2 基于学生兴趣的“1+I”子模式：兴趣驱动个性成长

“1+I”子模式的核心逻辑是以“专业 + 兴趣拓展”激发学生内生动力，以兴趣驱动个性化成长，并支持跨领域创新。具体做法如下。

3.2.1 兴趣画像与资源匹配

入学时通过“职业兴趣雷达图”测评，包括霍兰德测试、创业倾向评估，划分学生兴趣类型，将学生兴趣分为 3 类，并匹配相对精准的课程和资源（见表 2）。

表 2 学生职业兴趣分类表

| 兴趣类型  | 资源匹配               |
|-------|--------------------|
| 技术极客型 | 推荐 AI 工具开发、区块链技术课程 |
| 内容创意型 | 开放短视频策划、IP 孵化工坊    |
| 商业探索型 | 提供创业孵化与供应链资源       |

3.2.2 兴趣工坊与项目孵化

设立“X 兴趣工坊”，如元宇宙电商实验室、绿色电商研究室、电商直播工作室，学生自由组队承接项目，鼓励学生利用自身兴趣和特长进行项目的开发和运营。C 学院电子商务专业 2023 年学生兴趣项目转化率达 35%，孵化小微企业 12 家。

3.2.3 学分置换与弹性考核

根据学生的兴趣项目成果，如专利、营收、客户数等，可置换学分。例如，短视频播放量超 100 万可置换 1 学分；创业项目年营收超 10 万可替代《电商创业基础》课程。同时，对学生的兴趣项目考核以鼓励和支持为主，如自媒体电商的兴趣项目考核其内容发布数、新增粉丝数、留言转发情况，而非销售额。

3.3 基于企业需求的“1+N”子模式：企业需求动态耦合

“1+N”子模式的核心逻辑是以“专业 + 多岗位协同”对接企业真实需求，构建产教共生体。C 学院的具体策略如下。

（1）需求感知与敏捷响应。搭建“企业需求雷达系统”，实时关注企业的岗位需求变化。随着 AIGC 的发展，关注企业对 AIGC 内容生成的需求、智能客服的需求；随着市场和平台的变化，实时关注企业的运营类岗位需求，如跨境直播话术优化、内容电商运营等，做到对企业需求的及时感知和敏捷响应，以更精准地匹配培养方案。

（2）“校中企”实战平台。引入企业真实业务场景入校，形成“N 个岗位实战点”。目前已成立并运营的实战工作室有直播基地、跨境服务中心、数据中台、客服中心、设计中心、新媒体中心（见表 3）。

表 3 电子商务专业实践中心功能表

| 实战工作室  | 主要功能                            |
|--------|---------------------------------|
| 直播基地   | 学生分组运营企业抖音直播间，按 GMV 获取绩效分成      |
| 跨境服务中心 | 承接东南亚卖家店铺代运营，学生需处理物流、支付、客服全链路问题 |
| 数据中台   | 为企业提供用户画像分析报告，反哺教学案例库           |
| 客服中心   | 为企业解决客服人力资源困难，为学生提供实践教学项目       |
| 设计中心   | 承接店铺网页设计、产品图片拍摄、处理              |
| 新媒体中心  | 软文撰写、内容创意、新媒体营销策划、短视频创作         |

（3）动态师资混编。企业导师驻校授课，与校内教师组成“双师小组”，企业导师授课比例不低于 40%。企业导师和校内导师除了合作教学，还联合开发课程，鼓励合作编写专业教材。教师的编制应具有动态性特征，可根据岗位变化、项目变化，灵活调整师资配备。同时，激励校内教师参与企业项目，提升教师实战能力。C 学院 2023 年共引进企业导师 23 位，86% 的校内教师参与了企业实战项目。

3.4 三维融合的协同机制

C 学院电子商务专业构建的“1+J（职业导向）”+“1+I（兴趣驱动）”+“1+N（企业需求）”三维融合培养体系，实现了产教深度协同与个性化赋能，三者深度耦合，形成“动态适配—个性赋能—生态共生”闭环。实践成效显著，学生就业对口率超 94%，企业用人满意度达 89%，孵化创业项目年均增长 25%，为新质生产力下的高职教育提供了“精准供给、柔性生长”的范式样本。“1+J”+“1+I”+“1+N”三维融合图示如图 2 所示。

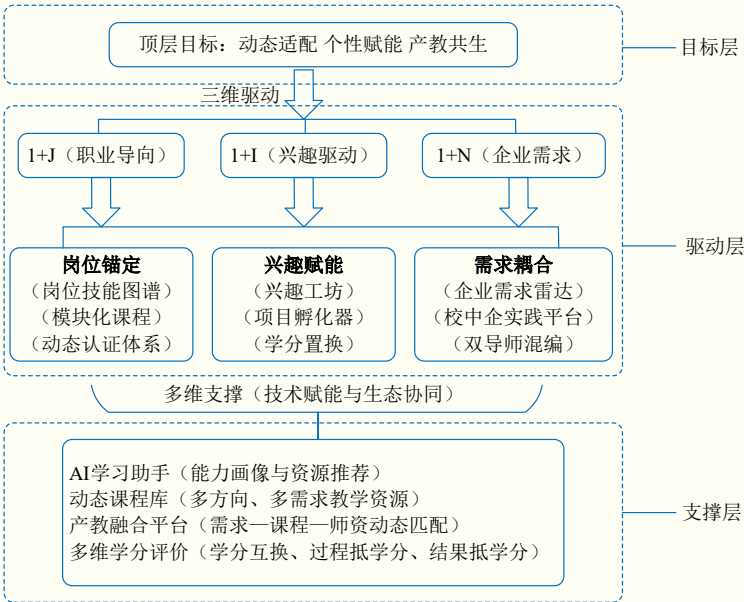


图 2 “1+J” + “1+I” + “1+N” 三维融合图示

4 高职院校“柔性”人才培养模式建议

4.1 教育理念：革新顶层设计，指导教育赋能

柔性化的人才培养需要革新教育理念，将“教育控制”转向“教育赋能”。要重构学生观，学生并非“标准化产品”，而是“个性化主体”，

尊重学生个体差异，以“人的全面发展”为目标，而非单纯技能灌输；革新知识观，从“静态传授”到“动态建构”，知识获取需与行业动态实时互动，打破教材边界；重塑教学观，教师角色从“知识权威”转向“学习引导者”和“资源整合者”；拓展评价观，从“分数衡量”到“能力画像”，评价应反映真实职业能力，支持多元成果认证；开放资源观，教育资源不限于校园，需整合企业、行业、社区等多元主体；升级发展观，从“就业导向”到“终身成长”，职业教育需支持学生适应技术迭代与职业变迁，构建终身学习力。

4.2 制度设计：动态适配，破除刚性约束

制度设计是人才培养的基石，尤其在“柔性”模式中，需打破传统刚性框架，构建动态适配机制。制度需保障个性化路径选择和师资柔性流动，设置动态课程更新机制、弹性学分认证机制。建立行业岗位需求预警系统，实时抓取技术趋势与岗位技能变化，并简化课程审批流程。在学分认证上采取弹性标准，允许行业认证替代学分、能力替代学分、过程抵扣学分、结果抵扣学分等多样化学分认证方式。

4.3 教学实施：分层赋能，激活个体潜能

分层教学在“柔性”人才培养模式中具有重要意义，通过差异化适配破解传统教育“一刀切”困境，实现人才供给的精准化和个性化。在教学实施层面，可以通过能力诊断对学生进行差异化分组，分组的依据可以是能力、兴趣。例如，新生入学时通过技能测评划分“基础组—进阶组—

精英组”，在此基础上匹配差异化的实训项目。也可以对学生进行兴趣分层，设立“兴趣工坊”，学生自由组队，成果可以纳入毕业考核。实施教学资源的弹性配置，如企业真实项目与虚拟仿真系统共同保障实战需求。

4.4 产教协同：利益共享，构建共生生态

产教协同是柔性人才培养模式的核心引擎，通过校企深度合作破解教育供给与产业需求的“速度差”与“能力差”，柔性模式依托产教协同，可实现课程敏捷更新、教学场景实战化、成长路径弹性化。要加深产教协同的深度，拓宽产教融合的广度，构建利益共享型校企合作机制，深化“校中企”实践场景。

4.5 师资建设：双师双能，打破校企壁垒

师资建设是柔性人才培养模式落地的关键支撑。在柔性模式下，教师需要更多的行业经验和实践能力，即“双师型”教师。同时，教师还要能够快速适应技术变化，更新教学内容。激励教师到企业挂职，参与实际项目；引进企业专家作为兼职教师。教

师的评价体系也需要调整，不能只看学术论文，还要看实践成果和产业贡献。推行教师实践制度，激励教师参与企业真实项目。同时，教师自身要转变传统教育观念，积极参与企业实践，做好角色上从“单一教学”到“资源整合”、能力上从“知识传授者”到“产教连接者”的转变。

4.6 机制保障：政策撬动，长效发展

制度保障是柔性模式从“理念创新”到“落地生根”的关键，其本质是通过规则重构，将产业变革压力转化为教育升级动力。利用政府的税收激励政策撬动企业积极参与校企合作；成立区域产教融合基金，由政府、企业、院校共同出资，重点支持紧缺领域人才培养；委托行业协会制定技能等级标准，定期审计院校培养质量，结果向社会公开。

结语

在新质生产力快速演进的背景下，高职院校电商人才培养亟须突破传统刚性教育框架，构建适应产业动态需求的“柔性”育人体系。本研究以 C 学院为实践样本，探索了“柔性”培养模式的核心逻辑与实现路径，“柔性”培养的本质是教育供给侧结构性改革。电商人才的“柔性”培养不仅是教育模式的变革，还是高职院校回应技术革命与产业变革的战略选择。唯有持续深化产教融合机制创新，才能在人才培养的“确定性”与产业需求的“不确定性”间找到动态平衡点，真正实现职业教育与经济社会发展的同频共振。

引用

[1] 中国政府网.习近平：发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点[EB/OL].(2024-05-30)[2025-08-28].[https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202405/content\\_6954761.htm](https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202405/content_6954761.htm).

[2] 黎明.新质生产力引领高素质技能人才培养质量提升的机理、困境与对策[J].教育与职业,2024(19):50-55.

[3] 熊艳兰,游静,刘海阳.新质生产力视角下职业教育跨境电商人才培养模式的创新与实践研究[J].改革与开放,2024(17):9-16.

[4] 翁智兵,田苗.新质生产力背景下高职教育面临的挑战与实践路径[J].教育与职业,2024(18):102-106.

[5] 车延年,刘康.新质生产力视域下高职专业群建设的内在逻辑、基本框架及推进路径[J].教育与职业,2024(24):48-55.

[6] 李远远.新质生产力视域下职业本科教育课程建设的现实困境及实现路径[J].中国职业技术教育,2024(29):55-6179.

[7] 李秀莲,陈叙帆,朱玉香.动态能力理论视角下高职院校高水平专业群构建探赜[J].成才之路,2024(23):57-60.

[8] 王艳丽,王帆,王彬.OBE教育理念和能力本位观下模块化教学改革研究与实践——以《配送中心规划与管理》课程为例[J].物流科技,2024,47(7):160-163+167.

[9] 岳伟,李文娟.国际可持续发展教育的新理念与新趋势[J].华中师范大学学报(人文社会科学版),2024,63(1):145-155.

