

高职《跨境电子商务 B2C》新形态教材开发与实践

李璐

湖南铁道职业技术学院, 湖南 株洲 412001

[摘要] 文章聚焦于高职跨境电子商务 B2C 新形态教材的开发与实践, 通过深入分析跨境电子商务 B2C 的行业背景、发展趋势以及高职教育在该领域的角色, 阐述了新形态教材开发的重要性。详细介绍了教材开发的理念、目标、内容框架、教学方法以及实践应用, 并通过实际案例和数据展示了新教材的应用效果, 为高职相关专业新形态教材建设提供了参考路径。

[关键词] 跨境电子商务; B2C; 高职教育; 新形态教材; 开发与实践

DOI: 10.33142/fme.v5i4.13526

中图分类号: G712.3

文献标识码: A

Development and Practice of New Form Textbook for Cross Border E-commerce B2C in Higher Vocational Education

LI Lu

Hunan Railway Professional Technology College, Zhuzhou, Hunan, 412001, China

Abstract: This article focuses on the development and practice of new forms of B2C textbooks for cross border E-commerce in higher vocational education. Through in-depth analysis of the industry background, development trends, and the role of higher vocational education in the field of B2C cross border E-commerce, the importance of developing new forms of textbooks is elaborated. This article provides a detailed introduction to the concept, objectives, content framework, teaching methods, and practical applications of textbook development, and demonstrates the application effect of the new textbook through practical cases and data, providing a reference path for the construction of new forms of textbooks for related majors in higher vocational education.

Keywords: cross border E-commerce; B2C; vocational education; new forms of textbooks; development and practice

引言

随着“一带一路”倡议的提出以及全球贸易的迅猛发展, 跨境电子商务(简称“跨境电商”)已成为全球经济增长的新引擎、产业转型的新业态和对外贸易的新模式, 塑造了互联网时代数字贸易的新规则。跨境电子商务 B2C, 作为全球贸易的新模式, 不仅打破了传统贸易的地域限制, 还极大地促进了全球商品和服务的流通(Li & Chen, 2019)。在这一背景下, 高职院校的《跨境电子商务理论与实务》课程作为商务英语、电子商务、物流、国际经济与贸易、国际商务等专业的一门核心课程, 其重要性愈加凸显。该课程旨在培养具备国际商务、国际经济与贸易、跨境电商实务复合型人才, 切合企业对跨境电商实务人才的高标准要求, 提高学生的综合职业能力, 配合政府推动经济发展和外贸优化升级。为了适应行业发展和人才培养的需要, 急需更新相关课程教材内容, 因此, 开发与行业紧密对接的新形态教材, 对于提升教学质量和学生就业竞争力具有重要意义。

1 跨境电子商务行业分析及趋势

跨境电子商务 B2C 是指企业通过互联网平台直接向境外消费者销售商品和服务的商业模式。

随着全球消费者对优质商品的需求不断增长, 以及跨境物流、支付等配套服务的日益完善, 全球跨境电子商务

B2C 市场呈现出爆发式增长, 预计到 2025 年将达到数万亿美元。中国跨境电商市场快速发展, 成为拉动经济增长的新引擎。以中国为例, 海关总署数据显示, 2023 年中国跨境电商进出口 2.38 万亿元, 增长 15.6%, 其中出口 1.83 万亿元, 增长 19.6%。中国跨境电商出口的主要平台包括阿里巴巴国际站、速卖通、SHEIN、TEMU、TikTok Shop 等。2024 年中国跨境电商出口规模有望达到 2.95 万亿元, 增长态势显著。这一数据表明, 跨境电商 B2C 模式在全球范围内正逐渐成为主流的贸易方式之一。

在地区分布中, 北美地区互联网用户占全球的比例最高, 仍然处于世界电子商务的重要地位。而东欧与南欧的国家是欧洲电子商务增长最快的国家。在亚洲, 新加坡跨境电商交易在电子商务交易中的比例最高, 其次是马来西亚。日本的网购有 1/5 是通过跨境电商的方式。

商品品类方面, 中国制造业的强势打造了出口商品的高性价比特性, 目前欧美等地区的平台流量价格持续上升, Temu 等的入局加剧竞争格局演变, 因此, 有规模效应的泛品品牌、有差异化产品优势的精品品牌将会脱颖而出。

跨境电子商务行业未来发展趋势主要体现在以下几个方面:

首先是移动购物会继续增长。随着智能手机和移动互联网的普及, 移动购物具有便捷性和随时随地购物的优势,

消费者越来越倾向于通过移动设备进行跨境购物。

其次是新兴市场的跨境电商市场会快速增长。随着互联网普及率提升和电子商务基础设施不断改善,除了传统的欧美市场外,东南亚、南美洲和非洲等地区这些地区的消费者对海外商品的需求增加。

再次是社交电商和内容营销为跨境 B2C 电商带来了新的机遇。通过社交媒体平台,消费者可以更容易地发现和购买海外商品。内容营销也成为吸引消费者的重要手段,品牌通过优质的内容吸引消费者并建立品牌忠诚度。

趋势四是消费者对个性化和定制化的商品需求不断增加。跨境 B2C 电商企业可以通过提供个性化的产品推荐、定制化的商品选项等来满足消费者的需求,提升消费者体验。

趋势五是物流和支付创新。未来,物流配送将更加快速和可靠,同时支付方式也将更加多样化和便捷化,以提升跨境购物的体验。

对于跨境电子商务相关教材建设而言,在内容方面除了知识体系外,还应该设计出帮助学生了解跨境电子商务 B2C 行业动态,和市场需求,以适应行业的发展趋势。

2 跨境电子商务 B2C 教材的现状

随着跨境电商行业的迅速发展,国内各大高校相关专业对跨境电子商务教材的需求日益增加。

优秀的跨境电商教材往往内容覆盖全面,涵盖跨境电商的各个环节,包括选品、发布、营销、物流、客服等,能够满足学生对跨境电商基础知识和技能的需求。同时注重跨境电商理论与实践的结合,既有理论知识的讲解,又有实践操作的指导,有助于学生理论联系实际,掌握跨境电商的操作技能。一些教材还通过大量真实的案例分析,帮助学生理解和应用所学知识,增强学习的趣味性和实用性。

一些跨境电商教材还是存在质量良莠不齐的情况。如:跨境电商行业发展迅速,新技术、新模式不断涌现,而教材内容更新速度较慢,难以及时反映行业最新动态。部分教材理论性较强,缺乏操作性强的实用案例和实践指导,难以满足学生在实际工作中的需求。传统教材多为纸质书籍,缺乏与学生互动的手段,不利于激发学生的学习兴趣 and 主动性。

3 高等职业教育新形态教材建设的分析

在“十四五”期间,我国加快了新形态教材的建设,以适应教育教学的发展需求,推动职业教育教材体系的高质量建设。《“十四五”职业教育规划教材建设实施方案》中提出,要鼓励职业院校与高水平大学、科研机构、龙头企业联合开发教材。政策鼓励高等职业院校与企业合作编写教材,以确保教材内容与实际工作场景紧密结合,培养学生的实际操作能力和职业素养。随着信息技术的飞速发展,政策鼓励运用现代信息技术,开发数字化、融媒体等新形态教材,丰富教材的呈现形式和教学资源,提高教学效果。为了使教材内容跟上行业发展和技术进步,政策要

求建立教材的动态更新机制,定期修订教材,确保教材的时效性和适用性。鼓励编写具有地方特色、行业特色的教材,以满足不同地区、不同行业对高等职业教育人才培养的需求。

新形态教材是一种利用数字化技术,将纸质教材与数字化资源(如动画、微课、视频、虚拟现实、增强现实、配套移动软件等)相结合的教材形式。

新形态教材具备以下这些优势:

知识更新及时,能有效解决传统教材更新不及时的问题。内容丰富多彩,添加可视性强的动态图例,补充更新实践案例,根据学生个性化发展需求拓展内容。环境可交互性,增强了教材的表现力和吸引力,强化了育人功能。呈现形式灵活,可采用活页式、工作手册等形式,适应结构化、模块化专业课程教学和教材出版要求。融合多种教学元素,开展“岗课赛证”融通教材建设,将岗位要求、职业技能竞赛、职业技能等级证书标准有关内容有机融入教材;推动教材配套资源和数字教材建设,探索纸质教材的数字化改造,形成更多可听、可视、可练、可互动的数字化教材;建设编排方式科学、配套资源丰富、呈现形式灵活、信息技术应用适当的融媒体教材。

新形态教材不仅适用于线上教学、混合式教学等新型教学模式,也有利于满足学生个性化学习需求,实现资源共享和持续建设。其概念会随着技术发展和教学需求的变化而不断演变和完善。

4 跨境电子商务 B2C 新形态教材开发的思路

我们联合了3所兄弟院校的电子商务、跨境电子商务、商务英语等专业的教师,邀请合作企业的专家一起组成跨境电子商务 B2C 新形态教材编写组,仔细分析跨境电子商务 B2C 的行业发展现状、规模、政策环境以及未来的趋势与挑战,确定了跨境电子商务 B2C 新形态教材开发的思路。

第一,明确教材内容应与国家职业技能标准相结合。涵盖跨境电子商务专业的职业技能要求,包括但不限于1+X职业技能等级标准的编制框架、相关标准的联系与区别。

第二,明确教材应构建符合职业技能标准的课程体系。包括理论知识和实践技能的平衡,确保学生能够系统地掌握跨境电子商务 B2C 的操作流程和管理策略。

第三,明确教材应包含丰富的教学资源。如案例研究、模拟实操、行业数据分析等,以增强学生的实际操作能力和解决问题的能力。

第四,明确技术工具与平台应用。教材应介绍当前跨境电子商务 B2C 领域常用的技术工具和平台,如支付系统、物流解决方案、市场分析工具等,使学生能够熟悉并运用这些工具进行有效的跨境交易。

第五,明确教材应涵盖跨境电子商务活动中的法律法规。包括消费者权益保护、知识产权保护、数据保护法规等,以及商业伦理问题,培养学生的合规意识和职业道德。

表 1 课程项目结构与学时分配表

序号	项目名称	教学目标	教学内容训练项目	建议学时
1	认识跨境电子商务	掌握跨境电子商务的基本概念和特点。 分析跨境电子商务的市场环境和发展背景。 对比传统贸易与跨境电子商务的异同。	跨境电子商务的定义、功能和作用。 跨境电子商务的市场环境分析。 跨境电子商务与传统贸易的比较研究。	6
2	跨境电子商务选品	学习市场趋势分析的方法，掌握选品的策略和技巧。 理解供应链管理的重要性，掌握产品生命周期管理。	市场趋势分析的工具和方法。 选品策略的制定和评估。 供应链管理和产品生命周期的基本知识。	8
3	跨境电子商务产品发布	学习产品市场调研的方法和技巧。 掌握产品信息编辑、上架和优化的流程。 应用关键词策略提升产品页面的搜索排名。	产品市场调研的步骤和方法。 产品信息编辑、上架流程及规范。 产品页面优化和关键词策略的应用。	10
4	跨境电子商务营销	理解数字营销的基础理论和应用。 掌握社交媒体营销的策略和实施。 学习搜索引擎优化 (SEO) 与搜索引擎营销 (SEM) 的技巧。	数字营销的概念、工具和方法。 社交媒体营销平台的选择和内容策略。 SEO 和 SEM 的基础知识及实践技巧。	12
5	跨境电子商务物流	了解国际物流的模式和特点。 掌握跨境物流风险管理和应对策略。 学习海外仓储与配送的策略和管理。	国际物流模式的比较和选择。 跨境物流风险管理的方法和工具。 海外仓储与配送策略的制定和执行。	10
6	跨境电子商务客服	掌握客户沟通的基本技巧和方法。 学习客户关系维护的策略和实践。 理解客户服务流程和提升客户满意度的策略。	客户沟通技巧的学习和模拟训练。 客户关系维护的方法和案例分析。 客户服务流程的设计与优化。	8

第六，明确教材应融入创新创业教育元素。鼓励学生思考如何在跨境电子商务领域进行创新和创业，提高学生的市场竞争力和职业适应性。

通过上述核心内容的整合，新形态教材将更好地适应高职教育的教学目标，培养学生成为具备扎实理论基础和强大实践能力的跨境电子商务专业人才。

在跨境电子商务 B2C 新形态教材的开发中，我们采取以下策略：

与跨境电商企业合作，结合企业实际需求和行业发展趋势，共同开发教材内容。利用视频、动画、互动软件等多媒体资源，丰富教材的表现形式，增强学习体验。开发配套的线上学习平台，提供在线课程、互动练习、案例分析等，结合线下课堂教学，提升教学效果。建立教材内容的持续更新机制，根据行业发展和教学反馈，定期更新和完善教材内容。

5 跨境电子商务 B2C 新形态教材的内容框架

在跨境电子商务 B2C 新形态教材的内容设计上，我们对跨境电子商务 B2C 理论知识和实务操作进行了整合，将新形态教材内容设计成六个项目，分别为认识跨境电子商务、跨境电子商务选品、跨境电子商务物流、跨境电子商务营销、跨境电子商务发布和跨境电子商务客服。

6 跨境电子商务 B2C 新形态教材实践使用中的教学方法

6.1 项目驱动式教学法

以跨境电商项目为载体，将学生分成小组，让学生在完成项目的过程中掌握知识和技能。如：让学生分组完成一个完整的跨境电商 B2C 项目——开设并运营一家虚拟店铺。从市场调研、选品、店铺搭建、营销推广到客户服

务，学生在实际操作中应用所学知识，培养综合能力。

6.2 案例分析教学法

通过分析实际的跨境电商 B2C 成功和失败案例，引导学生思考和讨论，从中汲取经验和教训。例如，分析知名品牌在跨境电商领域的市场策略和运营模式。引入企业真实案例，通过对案例的分析和讨论，培养学生的分析问题和解决问题的能力。

6.3 情境模拟教学法

创设真实的工作情境，让学生在情境中，提高学生的实践能力和职业素养。如：利用模拟软件创建跨境电商 B2C 的商业环境，让学生在模拟场景中分别扮演跨境电商 B2C 中的不同角色，如卖家、买家、物流供应商等，模拟交易过程，进行决策和模拟操作，理解各角色的职责和挑战。体验真实的业务流程和市场竞争。

6.4 线上线下混合教学法

利用利用在线教学平台，开展实时互动教学，如在线答疑、小组讨论、在线作业提交与批改等。利用新形态数字化教学资源，实现线上线下教学的有机结合，让学生在课前通过新形态教材中的数字化资源（如视频、在线课程等）自主学习基础知识，课堂上则进行答疑、讨论和实践操作。满足学生多样化的学习需求。

7 小组合作竞赛激励教学法

组织学生以小组形式进行学习和讨论，以实际问题为导向，引导学生运用教材中的知识和技能来解决问题，培养学生的批判性思维和创新的能力，共同完成任务和解决问题。这有助于培养学生的团队协作、沟通和问题解决能力。例如，在讲解“跨境电商 B2C 平台的营销策略”时，可以先通过翻转课堂让学生预习相关理论知识，课堂上通过

案例分析法分析成功的营销案例,然后采用小组合作学习法让学生为给定的产品制定营销方案,最后通过在线互动教学平台进行方案展示和交流。通过多种教学方法的综合运用,可以提高教学效果,使学生更好地掌握跨境电子商务 B2C 的知识和技能。组织学生参加跨境电商相关的竞赛,激发学生的学习积极性和创新能力。

8 结束语

高职《跨境电子商务 B2C》新形态教材的开发与实践,是适应行业和市场发展需求、顺应三教改革,提升教学质量重要尝试。通过以学生为中心、产教融合、能力本位的开发理念,明确了教材的开发目标和内容框架,系统地采用多样化的课程教学方法,学生能够全面掌握跨境电商的理论和实践知识,具备从事跨境电商 B2C 工作的综合职业能力。

将来,随着跨境电子商务 B2C 行业的不断发展和教育改革的深入推进,高职跨境电子商务教材应不断更新和完善。进一步加强与企业的合作,引入更多的行业前沿知识和实践案例;充分利用新兴技术,如虚拟现实、增强现实等,丰富教学资源 and 教学形式;注重培养学生的创新能力和国际视野,继续探索和创新教学模式,不断提升跨境电商 B2C 课程的教学质量,为社会培养更多高素质的跨境

电商人才。同时,我们也意识到,高职《跨境电子商务 B2C》新形态教材的开发与实践是一个不断探索和创新的过程,需要教育工作者和行业企业共同努力。

【参考文献】

- [1]阮晓文,谈璐,胡志刚.产教融合背景高职跨境电商人才培养生态圈构建的研究——南京工业职业技术大学为例[J].山西青年,2022(4):133-135.
 - [2]杨春媛.基于理实一体化的跨境电商网络销课程教学内容与方法改革研究[J].科教文汇,2021(10):120-122.
 - [3]许远.职业教育专业建设与课程教材开发[M].北京:中国人民大学出版社,2019.
 - [4]牟迪,马宏骞,夏金伟.职业教育新型融媒体教材建设的研,究与实践[J].武汉船舶职业技术学院学报,2022,21(4):83-87.
 - [5]王春燕.基于可持续发展教育理念的职业教育课程开发——PGSD 能力分析模型的构建及应用[J].中国职业技术教育,2019,27(18):65-70.
 - [6]李政.职业教育新形态教材:内涵、特征与编写策略[J].职教论坛,2020,36(4):21-26.
- 作者简介:李璐(1975.7—),女,副教授,经济学硕士,在读博士,研究方向:国际贸易,创新管理。