

“数据驱动运营”思维在高职跨境电商 B2C 教学中的植入路径研究

李 璐

湖南铁道职业技术学院, 湖南 株洲 412001

[摘要]在全球数字经济背景下, 跨境电商 B2C 行业已进入以数据为核心竞争力的精细化运营阶段, 这对高职院校培养具备数据思维的技术技能人才提出了迫切要求。然而, 当前高职跨境电商教学普遍存在“数据驱动运营”思维培养表层化、实践环节空心化等问题, 导致学生难以将数据知识与运营决策深度融合。文章旨在探究该思维在高职跨境电商 B2C 教学中的系统性植入路径。通过剖析现状困境, 研究构建了一套以项目化教学为主线、以 B2C 跨境电商模拟沙盘为关键载体的闭环实施方案, 该方案涵盖理念重塑、课程重构、教学实施与评价反馈四个维度。研究预期, 该路径能有效推动教学模式从“知识传授”向“思维训练”转型, 显著提升学生的数据素养与科学决策能力, 为破解人才培养与产业需求脱节的困境提供具象化的改革思路与实践参考。

[关键词]数据驱动运营; 高职教育; 跨境电商; 教学改革; 植入路径

DOI: 10.33142/fme.v6i9.17813

中图分类号: F713

文献标识码: A

Research on the Implantation Path of "Data-driven Operation" Thinking in B2C Teaching of Cross-border E-commerce in Vocational Colleges

LI Lu

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

Abstract: In the context of the global digital economy, the cross-border e-commerce B2C industry has entered a stage of refined operation with data as its core competitiveness, which urgently requires vocational colleges to cultivate technical and skilled talents with data thinking. However, the current cross-border e-commerce teaching in vocational colleges generally faces problems such as superficial cultivation of "data-driven operation" thinking and hollow practical links, which makes it difficult for students to deeply integrate data knowledge with operational decision-making. The article aims to explore the systematic implantation path of this thinking in B2C teaching of cross-border e-commerce in vocational colleges. By analyzing the current situation and difficulties, a closed-loop implementation plan was developed with project-based teaching as the main line and B2C cross-border e-commerce simulation sand table as the key carrier. The plan covers four dimensions: concept reshaping, curriculum restructuring, teaching implementation, and evaluation feedback. The research expects that this path can effectively promote the transformation of teaching mode from "knowledge imparting" to "thinking training", significantly improve students' data literacy and scientific decision-making ability, and provide concrete reform ideas and practical references for solving the dilemma of talent cultivation being disconnected from industry demand.

Keywords: data-driven operation; vocational education; cross border E-commerce; education reform; implantation path

引言

数字经济浪潮正深刻重塑国际贸易格局, 驱动跨境电子商务 B2C 模式加速向以数据为核心的精细化运营转型。在这一背景下, 行业决策逻辑发生了根本性转变: 数据不再是业务的附属记录, 而是驱动选品、营销推广、用户洞察与绩效优化等核心运营环节的关键生产要素。这一变革对直接面向产业一线的高职跨境电商人才培养提出了全新挑战: 企业急需的不再是仅熟悉平台操作的“技能型”员工, 而是能够运用数据思维进行分析、决策与优化的“运营型”人才。

然而, 当前高职跨境电商教学实践与这一人才需求之间存在显著断层。尽管数据分析能力已被普遍认识, 但在教学中往往被简化为一个孤立的技能模块, 与整体的运营

策略培养相脱节。这种“重操作、轻思维”的模式, 导致学生普遍陷入“会操作、不懂决策, 能执行、不善分析”的困境, 难以将分散的数据点转化为连贯的运营逻辑。

针对这一问题, 现有研究多从宏观层面探讨课程体系优化或校企合作模式, 对如何将数据思维像“基因”一样系统植入具体教学全过程的“路径”探索尚显不足。为此, 本文聚焦于高职跨境电商 B2C 课程, 特别结合“互联网+国际贸易综合赛项”同源教学软件(B2C 跨境电商模拟沙盘)这一具体教学情境, 旨在超越泛泛而谈。本研究将深入探讨“数据驱动运营”思维的教学植入路径, 通过理念重塑、课程重构、项目化教学设计与考核评价创新, 构建一个可操作、可评估的闭环教学模式, 以期破解教学与行业需求脱节的困境提供具象化的解决方案与实践参考。

1 “数据驱动运营”思维的内涵与高职教学现状分析

1.1 “数据驱动运营”思维的核心内涵

本研究认为,“数据驱动运营”在本质上是一种系统性的思维范式与闭环的工作方法。它标志着决策依据从“经验驱动”到“数据驱动”的跃迁,强调通过系统性地采集、处理与分析数据,以发现规律、指导行动、评估效果并驱动持续优化,从而构建起一个动态的“决策-执行-反馈-优化”循环。在跨境电商 B2C 的具体业务场景中,这种思维可具体解构为以下四种关键思维模式:

(1) 量化决策思维: 反对主观臆断,强调任何决策都应有数据支撑。例如,选品时不再凭感觉,而是依据市场容量、竞争热度、利润率、趋势增长率等量化指标进行综合评估与决策。

(2) 关联洞察思维: 能够洞察不同数据维度间的内在联系,从表面现象追溯到根本原因。例如,不仅能看见“销售额下降”这一结果,更能通过数据关联分析,发现是由于“某核心关键词排名下滑导致自然流量减少”,还是“竞争对手降价导致转化率下降”。

(3) 实验迭代思维: 将运营策略视为可验证的假设,通过 A/B 测试等方法进行小范围实验,并依据实验数据决定大规模推广或迭代方向。例如,在模拟沙盘中,为同一产品创建两个不同的广告活动,分别使用不同的主图或广告文案,通过对比两者的点击率(CTR)与转化率,来选择效果更优的版本进行后续的广告预算分配。

(4) 前瞻预测思维: 基于历史数据和趋势分析,对未来市场动向、销售情况进行预测,从而进行前瞻性的库存准备、营销资源投放等。

由此可见,“数据驱动运营”思维的培养,远不止是教会学生使用几个数据分析工具,其本质是训练一种基于数据的逻辑推理能力与科学决策习惯。

1.2 高职跨境电商 B2C 教学现状与困境

尽管“数据驱动运营”的重要性已成为共识,但在当前的高职教学中,其培养过程仍面临诸多现实困境,尤其在引入 B2C 跨境电商模拟沙盘这类教学工具后,一些深层次问题更为凸显:

1.2.1 思维培养表层化,与运营决策“两张皮”

在教学实践中,数据分析往往被作为一个独立的技能模块进行传授,未能有机嵌入到整体的运营策略闭环中。这导致学生即便学会了查看数据报表,也缺乏将数据转化为具体运营动作的决策能力,思维与行动严重脱节。在教授跨境电商模拟沙盘操作中,这一现象表现得尤为淋漓尽致:

在选品决策上,学生可能记录了上一回合某产品在“美国站”销量第一的数据,但却没有进一步交叉分析该产品的利润率、库存周转率及竞争对手的跟卖情况。他们往往因销量高就在下一回合进行盲目、大量的补货,而非

深入思考:高销量是否源于自身的低价策略导致的“赔本赚吆喝”?该产品是否已吸引过多竞争者入场导致利润摊薄?是否有数据表明该产品的增长趋势正在放缓?这种缺乏深度数据洞察的选品,实则是披着数据外衣的“凭感觉”决策。

在定价策略上,学生能看到自己产品的“销售数量”和“库存数量”,却常常忽略关键的“市场份额”与“价格弹性”。例如,当发现产品滞销时,他们的第一反应往往是简单粗暴地“降价促销”,而不会去分析:在同类产品中,自己的定价处于哪个区间?小幅降价与大幅降价对“转化率”的提升效果有何不同?降价行为对自身的“毛利”和品牌定位产生了何种影响?他们未能利用数据进行科学的定价测试,从而陷入被动反应的恶性循环。

在广告与推广上,学生只知道花钱投放广告可以带来“曝光量”和“点击量”,但极少有人会去核心关注“广告投入产出比(ACOS)”这一关键指标。他们可能为某个产品投入了巨额的广告费,带来了大量的点击甚至订单,但由于产品成本和高昂的广告费,最终该订单实际上是亏损的。这种只关注前端流量、不核算后端盈亏的广告操作,正是由于未能将广告数据与最终的财务绩效数据相关联所导致的典型问题。

总而言之,在沙盘操作中,学生的行为普遍表现为“为了记录数据而记录”,他们的运营决策与数据分析是分离的。他们无法从纷繁的数据指标中提炼出有效的商业洞察,更无法将这种洞察转化为下一个回合在选品、定价、采购、广告上精准、犀利的运营指令,这正是“数据驱动运营”思维缺失的核心症结。

1.2.2 教学内容静态化,与行业动态严重脱节

跨境电商方面的教材更新速度远滞后于平台规则与数据玩法的迭代。而许多教学用模拟沙盘,其内置的数据模型和市场竞争环境往往是预设和固定的,缺乏真实市场的不确定性和动态博弈性。这导致学生在一个“理想化”或“过时”的数据环境中学习,一旦进入真实岗位,面对复杂多变、海量实时的数据流,便会感到无所适从。

1.2.3 实践环节空心化,数据反馈与博弈感薄弱

尽管 B2C 跨境电商模拟沙盘的引入为教学提供了仿真环境,但在培养“数据驱动运营”思维层面,其数据环境的简化和反馈机制的滞后,导致了实践环节的“空心化”问题。这种空心化具体表现在以下三个方面:

第一,数据模型的静态化,导致策略趋同与决策失真。

在真实市场中,一款产品的爆火会迅速吸引竞争者涌入,导致广告成本(CPC)攀升、价格战加剧、利润率下降,这是一个动态博弈的过程。然而,在预设的沙盘模型中,沙盘中的市场环境和产品数据往往是预设和固定的,缺乏真实市场的动态博弈性。学生容易找到“最优解”并趋同决策,无法体验因自身决策而动态改变市场格局的深刻反馈。

第二，关键数据指标的缺失，使深度分析无法落地。

在许多教学沙盘中，系统反馈可能只提供基础的“广告花费”“订单数量”和“总销售额”，未提供 ACOS 等核心健康度指标，或未区分广告订单与自然订单，使学生无法进行盈亏分析，广告优化失去依据。没有 ACOS 这个关键数据，学生的广告优化就失去了最核心的指南针，停留在“花钱买流量”的粗放阶段。

第三，竞争博弈的透明化，削弱了数据的战略价值。

沙盘常将竞争对手数据完全公开，这种“上帝视角”剥夺了学生通过数据“探针”主动侦察、推断市场的锻炼机会，削弱了数据的战略价值。

因此，实践环节虽有“形”，却缺乏驱动思维训练的“魂”。学生在一个被简化、被预设的数据环境中学习，难以形成对数据的敏锐“感觉”和深刻理解，从而使得“数据驱动运营”思维的培养在最关键的实施环节落了空。

1.2.4 考核评价单一化，难以衡量思维构建水平

现行考核多集中于平台操作的完成度、模拟销售额等结果性指标，而对学生在运营过程中的数据决策逻辑、分析深度与策略调整的合理性缺乏有效的过程性评价。这使得“数据驱动运营”思维的培养效果无法被科学评估，最终流于形式。

综上所述，当前的教学模式在培养“数据驱动运营”思维上，存在从理念到载体，从过程到评价的系统性不足。破解这一困境，迫切需要一套能将此思维深度“植入”教学肌理的系统化路径。

2 “数据驱动运营”思维的植入路径构建

为解决前述困境，系统化地将“数据驱动运营”思维融入高职跨境电商 B2C 教学，本研究构建了一套包含“理念重塑、课程重构、教学实施、评价反馈”四个维度的闭环植入路径。

2.1 路径一：理念重塑与课程体系渗透

教师先行，实现从“讲师”到“教练”的角色转变。教师的核心任务是通过连续追问，引导学生思考数据背后的“为什么”，例如：“你为什么决定采购 500 件这个产品？”“上回合 ACOS 高达 40%，你认为原因是什么？”“根据数据，下回合你准备如何调整策略来改善利润？”

课程重构，打破课程壁垒，将数据思维作为“暗线”贯穿于《跨境电商实务》《国际营销》《商务数据分析》等课程中，围绕沙盘运营流程实现内容协同。例如，在《跨境电商实务》中重点讲解数据选品与 Listing 优化；在《国际营销》中聚焦广告数据优化与流量分析；在《商务数据分析》中则直接以沙盘产生的真实经营数据为分析对象，进行深度复盘。

2.2 路径二：项目化教学与沙盘深度改造

核心项目设计：开展“八回合数据化运营挑战赛”。要求学生在每回合结束后，提交基于系统数据的《运营决

策分析报告》。该报告必须包含：上一回合关键数据解读（如 ACOS、库存周转率）-本回合决策依据（选品、定价、采购、广告预算分配）-预期目标 - 潜在风险分析。强制性促使学生将感性的操作转化为理性的决策过程。

沙盘规则“动态化”改造，教师通过引入“随机事件卡”（如汇率波动、政策变化）和制造“数据迷雾”（模糊化竞争对手信息），模拟真实市场的不确定性，提升数据的战略价值与决策压力。

2.3 路径三：教学方法与工具融合

推行“讲-演-练-评”一体化教学模式。课堂节奏紧密围绕沙盘回合展开：教师精讲数据逻辑与工具方法（讲）；演示如何分析上一回合的班级整体数据（演）；学生小组合作进行本回合决策与报告撰写（练）；最后师生共同基于各小组的数据结果与决策逻辑进行复盘与点评（评）。

强化核心数据工具，引导学生重点关注并手动计算 ACOS、毛利率、库存周转率等核心指标，利用《运营数据追踪表》将外部数据内化为经营概念。

2.4 路径四：考核评价与反馈机制革新

建立以“数据驱动思维”为核心的多维评价体系，彻底改变单一的结果导向评价。

过程性评价（60%）：重点评估每回合的《运营决策分析报告》，关注其数据引用、逻辑严谨性及策略调整的合理性。

成果性评价（30%）：侧重《期末综合复盘报告》，考察学生梳理数据轨迹、总结经验的系统思维能力。

团队协作与创新评价（10%）：鼓励在数据基础上的营销创新与团队协作。

3 总结

总之，本路径的核心在于通过协同改革，将模拟沙盘从操作模拟器改造为“认知训练场”，实现“数据驱动运营”思维的深度内化。

4 预期成效、挑战与结论

本文所构建的“数据驱动运营”思维植入路径，作为一项系统的教学改革方案，其全面有效性尚需在未来的教学实践中进行深入的实证检验。基于其严谨的理论设计与内在逻辑，预期将在以下方面取得显著成效：

4.1 预期成效

学生数据素养与决策能力的根本性提升：学生将完成从被动记录数据到主动运用数据的转变，能够熟练运用 ACOS 等核心指标指导实践，实现从“操作者”向“分析型运营者”的角色蜕变。

教学模式的范式转型：推动教学从“知识传授”转向“思维训练”，以动态化沙盘为载体的项目式学习将课堂转化为高度仿真的商业决策实验室。

人才供需契合度的增强：通过在校内完成贴近真实的数据化运营训练，有效破解教学与产业脱节的困境，为行

业输送即战力更强的优质人才。

4.2 可能面临的挑战

师资能力瓶颈: 对教师的行业数据实践经验和数据分析能力提出极高要求。

教学资源构建成本: 改造沙盘、开发动态模块、引入专业工具需要额外的资金与技术支持。

传统教学惯性阻力: 从“讲授+操作”转向“数据驱动项目”模式,对师生双方均构成挑战,需教学管理层提供充分的激励与制度保障。

4.3 结论与展望

本研究针对高职跨境电商 B2C 教学中“数据驱动运营”思维培养不足的核心问题,构建了一套以项目化教学为核心、以模拟沙盘为关键载体、贯通四个维度的闭环植入路径。该路径的创新之处在于将数据思维作为“灵魂暗线”有机融入教学肌理,通过创设决策压力场,促使学生反复经历“数据-洞察-决策-反馈”的完整闭环,从而实现思维的深度内化。

展望未来,该路径的深化有赖于持续探索,如校企合作开发基于真实脱敏数据的教学案例库,或探索“校中公

司”模式,让学生在完全真实的数据流中锤炼运营思维,从而引领高职跨境电商教育把握产业数字化转型脉搏。

[参考文献]

- [1]王芳,陈磊.数据驱动视角下跨境电商运营人才培养模式研究[J].中国职业技术教育,2021(32):72-77.
- [2]张强,刘洋.“数据思维”在高职商科课程中的植入与实现路径[J].职教论坛,2022,38(8):85-91.
- [3]赵悦,周伟.基于模拟沙盘的跨境电商课程项目化教学改革与实践[J].实验技术与管理,2021,38(11):224-228.
- [4]李丽.高职院校跨境电商实战教学体系构建研究[J].职业技术教育,2020,41(35):58-62.
- [5]王琼.高职院校跨境电子商务专业教师课程教学能力提升研究[J].教育与职业,2024(20):81-86.
- [6]罗娜.“一带一路”背景下高职院校跨境电商创新创业人才培养路径研究——评《跨境电商与多语言服务创新型人才培养》[J].中国食用菌,2020,39(6):272-273.

作者简介:李璐(1975—),女,湖南长沙人,博士研究生(创新管理专业),湖南铁道职业技术学院副教授,研究方向:国际贸易、跨境电子商务、商务英语。