



校企协同共育客服新苗——中职电商产教融合实践

一、背景：电商产业升级与中职教育转型的双重驱动

随着电子商务行业的蓬勃发展，我们面临一个严峻的挑战：客服人才缺口高达2.3万人。特别是那些具备“沟通技巧+数据分析+行业知识”的复合型客服人才，更是供不应求。这要求我们必须采取有效措施，加强人才培养和引进，以满足行业发展的迫切需求。

尽管我校电子商务专业是省级重点专业，但传统教学模式存在三大痛点：一是实践滞后，学生仅通过模拟软件练习，缺乏应对真实场景的能力；二是供需错位，企业需花费1-2个月培训学生才能上岗，而学生所学与岗位需求脱节；三是资源分散，学校实训设备陈旧，企业不愿投入成本参与合作。

二、主要做法：构建“三维驱动”育人体系

（一）校企联动，打造责任共同体

实现由学校主导，组建由校长领衔、专业教师与企业专家共同参与的产教融合委员会，制定《电商客服岗位能力标准》，确立“一年理论教学+半年实践操作+半年顶岗实习”的培养模式。将企业认证纳入学生毕业考核体系，未达标者须进行补考。重视企业深度参与，企业投入真实项目、技术标准及岗位需求，并开放其天猫旗舰店客服数据，供学生进行分析学习。

（二）双元育人，实现“课堂-职场”无缝切换

1. 共建“分层实训基地”

校内基础实训中心：校内产业学院设有智能客服系统，模拟京东、拼多多等平台真实场景，涵盖售前接待、售后处理、数据分析等六大模块。



图 1 校外实训基地

企业实战基地：学生定期进入合作企业的客服中心，参与“618 大促”、“双十一”、“双十二”、“年货节”等实际业务活动，日均处理咨询量超过 2000 单。



图 2 学生备战“双十一”

线上虚拟平台：开发“电商客服实战教学系统”，该系统集成了案例库、话术库及模拟考试功能，涵盖“退换货纠纷”、

“促销活动咨询”等 12 个典型场景。学生可通过该系统进行反复练习，系统将自动评分并生成改进报告。

2.实施“五阶递进”培养路径

阶段	周期	培养内容	考核方式
认知阶段	1 周	企业文化、平台规则、 基础话术	岗位认知测试 (合格率 100%)
技能阶段	2 周	售前接待、售后处理、 简单数据分析	模拟客服场景考核 (优秀率 60%)
实战阶段	2 个月	真实订单处理、客户投 诉解决	企业 KPI 考核 (转化率≥80%)
提升阶段	2 周	专项技能培训	岗位技能认证 (通过率 90%)
顶岗阶段	3 个月	独立承担客服岗位,参 与团队管理	企业综合评价 (留存率 75%)

3.推行“双导师制”

企业导师：企业精心选派 2 名经验丰富、业务精湛的资深客服主管进驻学校，全面参与教学活动。在教学过程中，创新性地采用“案例复盘+角色扮演”的教学方法。通过这种沉浸式的角色扮演训练，重点培养学生的情绪安抚技巧和政策解读能力，确保他们在未来工作中能够游刃有余地应对类似问题。

学校教师：学校将选派 2 名专业知识扎实、教学经验丰富的专业教师，深入企业进行挂职锻炼。在这段时间里，教师们将全面参与企业的客服质检工作，深入了解客服流程和标准，协助企业优化培训体系。通过这种深度合作，教师们不仅能将最新的行业动态和实践经验带回课堂，还能为企业

培养出更符合实际需求的高素质人才。



图 3 学校老师在企学习

(三) 建立激励与保障机制

坚持就业优先原则，合作企业郑重承诺为杰出学员打造“实习-就业-晋升”一体化的职业发展路径，初始薪资较传统模式高出 30%，并特别设立“客服精英班”专项人才培养计划。

三、成效：学生、企业、学校三方共赢

(一) 学生能力显著提升

技能达标：参训学生的平均打字速度从 55 字/分钟显著提升至 88 字/分钟，首次响应时间缩短至 18 秒以内，客户满意度高达 90%（企业平均水平为 82%）。

就业转化：首批 45 名参训学生中，有 40 人成功进入合作企业就业，核心岗位的留存率高达 75%（行业平均水平为 52%）。



图 4 学生在企业顶岗实践

（二）企业效益实质增长

人力成本显著降低，企业新员工的培训周期从 3 个月大幅缩短至 1 个月，人均培训成本减少 55%。服务质量显著提升，合作企业客服团队的转化率提高 15%，投诉率降低 22%。人才储备得到优化；企业通过项目实践提前锁定优质人才，核心岗位的留存率从 52%提升至 75%。

（三）学校发展提质增效

专业认可度显著提升，电子商务专业招生人数稳步增长，毕业生就业率高达 97%。教学资源丰富多样，校企携手联合开发数字教材，并提供丰富的数字教学资源。社会服务能力不断增强，学校积极为中小电商企业提供专业的客服培训。

四、经验启示：产教融合的深化路径

（一）理论启示：构建“需求导向”的动态调整机制

提升岗位能力分析，每学期联合企业开展岗位需求调研，动态修订人才培养方案。例如，2025 年根据企业反馈，新增“直播客服”和“社群运营”等模块。实施数据驱动教学：利用企业提供的客服数据（如咨询热点、投诉类型），反向调

整课程设置，确保教学内容与行业趋势保持同步。

（二）实践启示：创新技术，赋能行业升级

利用 AI 客服模拟系统和大数据分析工具，实现教学精准化。例如，系统能够自动分析学生话术中的情绪倾向，并提供针对性的改进建议。同时，联合行业协会共同制定职业标准，推动校企认证互认机制。例如，学生可凭借市电商协会的认证，直接入职合作企业。

（三）推广价值：打造可复制的“中职样本”

早实践：学生提前接触真实业务，有效缩短就业适应期；真场景：引入企业真实项目、实用工具及考核标准，融入课堂教学；强反馈：依托数据驱动教学，动态优化人才培养策略。

五、未来展望：从“客服岗位”到“全链路服务”

学校计划进一步深化合作，拓展复合型岗位，增设“客服+直播”“客服+数据分析”等方向，培养一专多能人才；实现共建产业学院，与京彩（江苏）科技有限公司合作共建“数智商务产业学院”，开展现代学徒制试点。

通过持续的创新实践，学校正在逐步构建一种全新的电商人才培养模式，即“专业设置紧密对接产业需求、课程内容精准对接岗位实际、教学过程全面对接生产流程”的三位一体新范式。这一创新举措旨在为区域电商产业的持续、健康、高质量发展提供坚实的人才保障和智力支持，确保培养出的电商人才能够更好地适应和引领产业发展趋势，从而有效推动区域经济的转型升级和繁荣发展。