

电子商务专业

产业需求分析调研和可行性分析

一、专业及基本信息

1.专业名称

电子商务

2.调研目的

本次调研旨在了解电子商务产业发展现状、人才需求规模与结构、岗位知识、能力需求等，为洛阳商业职业学院电子商务专业建设、人才培养方案修订提供数据支持与决策依据。

3.调研时间

2025 年 6 月—2025 年 7 月

4.调研对象

本次调研对象涵盖多类主体，如大、中型企业，包含产业内大、中型企业，如全国性电商龙头阿里巴巴、京东、拼多多，洛阳市本地龙头企业洛阳国宏国际贸易有限公司，骨干企业洛阳哈博网络科技有限公司、洛阳嗨团网络科技有限公司、洛阳市震海家具公司，以及洛阳共工家具有限公司等本地中小企业；政府部门，包涵国家商务部、中央网信办、河南省人民政府、洛阳市政府；同类院校，洛阳地区的洛阳职业技术学院、河南林业职业学院等。

5.调研方法

采用定量与定性相结合、线上与线下互补的多元化调研方法，确保数据收集的全面性和结果分析的可靠性。具体包括：

采用文献研究法：采用 AI 搜索收集相关政策、行业内部报告等资料，熟悉电子商务产业发展现状及发展趋势；搜索同类院校专业资料，与洛阳商业职业学院同专业进行比较分析。

问卷调查法：分层制定不同问卷通过问卷星面向企业管理人员、从业人员及毕业生学生等群体调研电子商务产业人才能力素质要求、培养模式等。

访谈法：采用半结构化方式与企业负责人、行业专家、政府部门负责人深入交流，了解电子商务产业人才需求规模、人才需求结构等。

实地考察法：走访企业生产一线、产业园区等，了解电商产业发展现状。

二、电子商务产业发展现状调研

（一）产业总体情况

1.产业定义与范围

电子商务产业是指利用电子通讯技术（主要是互联网）和数字技术，进行商品、服务或信息的买卖、交换、分发、营销、支付以及相关支持活动的商业活动总和及其相关企业集合。

产品或服务范围包括：实体商品，从日用品、服装、电子产品到汽车、大型设备等几乎所有可运输的实物商品；数字商品，软件、电子书、音乐、视频、在线课程、游戏、虚拟道具；服务，如在线预订服务（酒店、机票、门票、餐厅）、在线专业服务（咨询、设计、翻译、软件开

发外包）、在线金融服务（部分银行、证券、保险业务）、共享经济平台服务（出行、住宿、技能共享）、在线娱乐服务（直播打赏、会员订阅）、在线医疗咨询/预约、政府服务（部分在线缴费、申报）。

电子商务产业是一个动态发展、边界日益融合的庞大生态系统。它不仅仅是在线购物网站，而是涵盖了从前端交易平台、营销获客，到中台运营管理、支付结算，再到后端物流履约、客户服务，以及底层技术支撑、数据分析和相关专业服务的完整价值链。其核心是利用数字技术促成和优化商业交易，范围则随着技术创新和商业模式演变而不断扩展。

2.产业当前发展现状

2023 年洛阳网络零售额约 300 亿元，占河南省比重 10%，年均增速超 20%。2021 年进出口额达 61.7 亿元，同比增长 18.7%，现有 800 余家跨境电商企业，43 个海外仓覆盖 19 国，目标到 2025 年，全市电商交易额突破 4000 亿元，跨境电商进出口额达 150 亿元。

依托跨境电商综试区、国家电子商务示范城市等国家级平台，推出专项扶持政策（如直播电商行动计划、平台经济细分领域措施），聚焦产业带培育、人才引进和生态构建，重点规划建设“五区联动”（自贸区、自创区、高新区、综保区、跨境电商综试区），打造中西部电商物流枢纽。

在核心领域,重点培育钢制家具、布鞋针织、耐火材料等跨境产业带，推广“工业品+独立站”模式，建成洛阳五洲跨境电商产业园，实现 9610、9710、9810 模式通关 72 万单，计划到 2025 年培育 5 个以上交易额超 20 亿元的跨境电商集群，综保区封关运营后目标进出口额 100 亿元，

配套建设公共海外仓和国际货运通道。

2023 年建成 10 个直播共享基地，孵化 1000 名网红达人，目标 2025 年带动就业 3 万人，MCN 机构达 100 家，网络零售额破千亿，聚焦“洛阳智造”“文旅 IP”“汉服经济”等五大直播品牌，联动景区打造网红打卡地。

推动传统产业数字化转型农产品上行，如一拖集团等企业通过 B2B 平台拓展销路，工业互联网平台接入智能农机超 15 万台；洛宁苹果、汝阳红薯等通过拼多多、抖音电商销往全国，年培训农村电商人员超 1 万人次。

电子商务对洛阳 GDP 的直接贡献虽不及沿海城市，但增速快、潜力大，尤其在制造业赋能、农产品上行、文旅融合方面作用显著。在国家“数字中国”、“乡村振兴”战略下，洛阳依托工业基础+文旅资源，通过电商升级为中西部特色电商节点城市。未来需强化政策落地、弥补人才短板，方能释放更大经济价值。

（二）产业政策环境

1.国家层面政策

《“十四五”电子商务发展规划》由商务部、中央网信办和发展改革委于 2021 年 10 月 9 日印发实施。该规划是为深入贯彻落实党中央、国务院关于发展数字经济、建设数字中国的总体要求而制定，对“十四五”时期我国电子商务发展具有重要指导意义。

在发展目标方面，规划提出了具体量化指标，2025 年全国电子商务交易额预期目标 46 万亿元，全国网上零售额预期目标 17 万亿元，跨境

电子商务交易额预期目标 2.5 万亿元。这为电子商务产业的规模扩张明确了方向。强调要塑造高质量电子商务企业，支持电子商务技术服务企业融资，推动电子商务技术产业化，为云计算、大数据、人工智能及虚拟现实等数字技术提供丰富电子商务应用场景。同时开展电子商务平台智能化提升行动以及电子商务绿色发展行动，推动电子商务的数字化、智能化发展，优化电子商务发展的生态圈。

在财政补贴上，通过多种专项资金对符合条件的电商企业、电商相关项目进行扶持。例如，在农村电商领域，为推动电子商务进农村，对农村电子商务公共服务体系和物流配送体系建设给予资金支持，实现对 832 个原国家级贫困县全覆盖。在跨境电商方面，对跨境电商海外仓示范企业扶持资金项目进行管理，支持物流企业、跨境电商平台和卖家布局海外仓。在税收优惠上，延续实施跨境电商出口退运商品税收政策，并在通关、税收征管和支付结算等方面依法给予便利，降低跨境电商企业运营成本。

在行业准入准则上，虽然整体秉持放宽市场准入的原则，但对于一些涉及特殊商品或服务的电子商务业务，设置了相应的准入门槛。例如，对于经营食品、药品等特殊商品的电商企业，要求具备相应的经营资质和许可证，以确保商品质量和消费者安全。在质量监管政策方面，不断加强对电子商务商品和服务质量的监督检查。

通过建立健全质量追溯体系、加强抽检力度等方式，对电商平台上销售的商品进行质量把控。对于销售假冒伪劣商品的商家，依法予以严厉处罚，并要求电商平台承担相应的管理责任。同时，加强对电商平台

服务质量的监管，保障消费者的合法权益，如要求平台在售后服务、信息披露等方面符合相关规定。

2.地方层面政策

2022年6月省政府出台《关于推动平台经济规范健康持续发展的实施意见》，明确要在电子商务等重点领域培育行业领先的平台企业，计划经过3-5年发展，培育100家左右具有竞争力的本省平台企业，推动平台经济整体发展水平进入全国前列。2023年4月9日发布的《河南省人民政府关于印发进一步促进消费若干政策措施的通知》，2023年7月31日《河南省人民政府办公厅关于印发持续扩大消费若干政策措施的通知》等文件均提出对电商领域的支持。2024年9月印发《关于支持平台经济规范健康持续发展的若干政策》，并与省财政厅联合开展促进平台经济发展项目（商贸类）申报、评审工作，对符合条件的15个项目给予支持。

其实早在2022年4月河南省就制定实施了《河南省跨境电商海外仓示范企业扶持资金项目暂行管理办法》，支持物流企业、跨境电商平台和卖家布局海外仓，从政策层面为电子商务产业发展提供保障和引导。洛阳市政府紧跟国家政策，积极规划建设电子商务产业园区，打造产业集聚发展的载体。以洛阳国家大学科技园为例，园区规划用地525亩，总投资金额为20亿元。园区按照功能划分，设置了电商企业办公区、仓储物流区、电商培训区、产品展示区等多个区域。

在电商企业办公区，为入驻企业提供精装修的办公场地，并配备高速网络、办公设备租赁等基础服务，降低企业初期运营成本。仓储物流

区引入多家知名物流企业，实现物流资源的整合和高效配送。电商培训区与当地高校、专业培训机构合作，定期开展电商运营、直播带货等相关培训课程，为园区企业输送专业人才。产品展示区则集中展示洛阳本地的特色产品，如牡丹制品、唐三彩等，通过线上线下相结合的方式，帮助企业拓展销售渠道。

通过产业园区的建设，促进电商企业集聚发展，形成产业集群效应。洛阳（五洲）跨境电商产业园项目规划总占地面积约 633 亩，总建筑面积约 88 万平方米，总投资约 40 亿元，规划总面积 22 万平方米，其中电商办公面积 7000 平方米、仓储物流面积 1.6 万平方米，也在跨境电商领域发挥着集聚产业资源的重要作用。

洛阳市同时也出台了一系列人才引进政策，吸引电子商务领域专业人才。在住房保障方面，提供人才公寓，符合条件的电商人才可申请免费入住一定期限。在子女教育方面，优先安排人才子女入学当地优质学校。同时，对于企业引进的电商专业人才，按照人才层次给予企业一定的人才引进补贴，激励企业积极引进外部人才。此外，还通过举办电商人才招聘会、与高校开展人才合作等方式，拓宽人才引进渠道。结合“河洛英才”计划，积极引进跨境电商行业精英和领军人才，吸引一批跨境电商高层次人才和高端创业创新团队到洛阳发展。

设立电子商务专项发展基金，主要用于支持电商企业的项目建设、技术创新、品牌培育等方面。对于开展新技术研发应用的电商企业，如利用大数据分析优化供应链管理的企业，给予最高 200 万元的资金支持。

3.政策对产业发展的影响

从国家层面的《“十四五”电子商务发展规划》推动电子商务技术产业化，到河南省开展电子商务示范创建以及洛阳市建设电子商务产业园区，都为电子商务产业升级提供了动力。国家政策鼓励电商企业应用新技术，如云计算、大数据等，推动了电子商务的数字化、智能化发展，促使企业从传统的线上销售模式向数字化运营、精准营销等方向升级。

河南省通过示范创建，引导企业提升自身竞争力，创新商业模式。洛阳市的产业园区建设，集聚了各类电商企业和相关服务机构，促进了企业间的交流合作与资源共享，加速了产业的创新发展和升级。

国家的财政补贴政策以及地方政府的专项发展基金等政策，引导了各类资源向电子商务产业流动。国家对农村电商、跨境电商等领域的财政支持，使得资金、人才等资源向这些重点发展领域集聚。河南省通过开展促进平台经济发展项目申报评审，对符合条件的项目给予支持，引导社会资本投入平台经济领域。

洛阳市的人才引进政策吸引了电商专业人才流入，专项发展基金引导资金投向电商企业的技术创新、品牌培育等关键环节。例如，在洛阳市，由于专项发展基金对品牌培育的支持，企业更加重视品牌建设，将更多资源投入到品牌策划、推广等方面，提高了产品附加值和市场竞争力。同时，人才引进政策使得电商企业能够吸引到优秀的运营、技术人才，优化了企业的人力资源配置，提升了企业的运营效率。

国家的监管政策以及地方政府的相关管理措施，对规范电子商务市场秩序发挥了重要作用。国家在行业准入标准和质量监管方面的政策，从源头上保障了电子商务市场的健康发展。河南省和洛阳市在推动电子

商务发展的过程中，也注重市场秩序的规范。例如，洛阳市在产业园区管理中，对入驻企业的资质进行严格审核，要求企业遵守相关法律法规，规范经营行为。

随着国家和地方政策的不断调整和完善，电子商务产业未来发展将面临新的机遇和挑战。如果国家进一步加大对电子商务技术创新的支持力度，如在人工智能、区块链等前沿技术应用于电子商务领域给予更多的资金和政策扶持，将推动电子商务产业实现更高层次的创新发展，创造出更多新的商业模式和业态。地方政府若持续优化人才引进政策，提高人才待遇和发展空间，将吸引更多高端人才流入，为电子商务产业发展提供强大的智力支持。

这些政策从多个维度推动了电子商务产业的发展，在促进产业升级、引导资源配置、规范市场秩序等方面发挥了显著作用。同时，政策的动态变化也将对电子商务产业未来发展产生潜在影响，需要政府、企业和社会各方密切关注政策走向，积极适应政策变化，共同推动电子商务产业持续、健康、高质量发展，使其在经济社会发展中发挥更大的作用。

（三）产业发展趋势

1. 现有主流技术

（1）分布式系统架构

电商业务面临高并发访问，分布式系统将任务分散到多个服务器节点处理。以淘宝为例，通过分布式架构，将商品展示、订单处理、用户信息管理等功能拆分到不同服务器集群。其技术原理基于网络通信，各节点协同工作。优势在于提高系统的可用性、扩展性与性能，能应对

“双 11”等大促期间海量请求，避免单个服务器因过载崩溃。

（2）数据库技术

电商平台数据量庞大且类型多样。关系型数据库（如 MySQL、PostgreSQL）用于存储结构化数据，像用户订单、商品基本信息，基于 ACID 特性确保数据一致性与完整性。非关系型数据库（如 MongoDB、Redis）则各有专长，MongoDB 适合存储非结构化或半结构化数据，如商品描述中的富文本；Redis 常用于缓存高频访问数据，像热门商品信息，因其内存存储，读写速度极快，能显著提升系统响应速度

（3）缓存技术

将用户频繁访问的数据（如商品详情页数据、热门搜索关键词结果）存于缓存中。当用户请求时，先从缓存读取，若缓存未命中再查询数据库。这种方式大幅减少数据库 I/O 操作，提升系统响应效率，降低数据库压力，尤其在高并发场景下效果显著。

2.新技术研发动态

（1）智能推荐系统

众多电商巨头投入研发。阿里巴巴利用深度学习算法，如深度神经网络（DNN）结合用户浏览、购买历史及商品属性等多源数据，精准分析用户偏好，为用户推送个性化商品。在淘宝平台，该技术使商品推荐点击率提升 30%以上，有效提高用户购买转化率与平台销售额。

（2）智能客服

京东研发的智能客服系统，基于自然语言处理（NLP）技术，如 Transformer 架构模型，能理解用户复杂问题并给出准确回答。它可 7×24

小时在线服务，处理常见咨询，解决用户售前售后问题，极大节省人力成本，提升客户服务效率与质量。

（3）大数据创新

拼多多借助大数据分析平台，收集海量用户行为数据、市场价格数据等。运用时间序列分析、聚类分析等算法，预测商品销售趋势、价格波动等，帮助商家优化选品、定价策略，提升市场竞争力，为平台商品资源配置提供数据支撑。

抖音电商通过大数据分析用户兴趣爱好、行为特征，实现精准广告投放。针对不同用户群体推送契合其需求的商品广告，提高广告投放精准度与转化率，降低营销成本，为商家带来更多潜在客户。

（4）新能源探索

菜鸟网络与部分物流企业合作，试点使用新能源车辆（如电动货车、电动三轮车）进行货物配送。这些车辆以电能为动力，相比传统燃油车，具有零排放、低噪音、运营成本低等优势，有助于降低物流行业碳排放，实现绿色物流，符合可持续发展理念。

一些电商仓储中心尝试安装太阳能板，利用太阳能为仓库照明、设备供电。通过能源管理系统，合理分配与存储电能，减少对传统电网依赖，降低能源消耗与运营成本，同时践行环保责任。技术发展趋势技术创新推动产业结构调整未来 3-5 年，人工智能与物联网（IoT）融合将深刻改变电商产业结构。

（5）新技术研发动态人工智能应用

智能设备与传感器广泛应用于供应链各环节，实现从生产、仓储到

配送全流程智能化管理。生产环节，可根据市场需求与销售数据，利用 AI 优化生产计划，调整产品产量与种类；仓储环节，通过 IoT 设备实时监控库存，智能补货，提高库存周转率；配送环节，结合智能交通与定位技术，优化配送路线，提高配送效率。这促使电商企业从传统零售模式向数字化、智能化供应链驱动模式转变，产业结构向高端化、智能化升级。

3.技术发展趋势

（1）柔性生产兴起

随着消费者个性化需求增长，电商企业将推动制造商采用柔性生产方式。借助 3D 打印、数字化生产设备等技术，制造商可根据用户订单快速调整生产参数，实现小批量、多品种产品生产。如服装电商平台，用户可定制服装款式、尺寸等，制造商通过柔性生产满足个性化需求，缩短生产周期，减少库存积压。

（2）无人化作业普及

在仓储物流领域，无人仓、无人配送将更广泛应用。智能仓储机器人（AGV）自动完成货物搬运、存储，无人机、无人车承担最后一公里配送任务。这不仅提高作业效率、降低人力成本，还能减少人为错误，提升物流配送的准确性与时效性。

（3）增强现实（AR）/虚拟现实（VR）体验升级

在家具、家装电商领域，用户借助 VR 设备可在家中虚拟空间体验家具摆放效果，提前预览装修风格；美妆电商利用 AR 技术，用户通过手机摄像头即可实现虚拟试妆，直观感受产品效果。这种沉浸式体验将

提升用户购物参与度与满意度，推动产品向更具互动性、体验性方向升级。

（4）绿色环保产品受青睐

消费者环保意识增强，促使电商企业加大绿色环保产品推广。未来，更多采用可降解材料、节能技术的产品将出现在电商平台。如电子产品向低功耗、可回收方向发展；日常用品采用环保包装，满足消费者对环保产品需求，引领产品升级新潮流。

三、电子商务产业人才需求调研

（一）人才需求规模

1.当前人才供需状况

据商务部中国国际电子商务中心发布的《中国电子商务人才发展报告》显示，我国电子商务从业人数已超 7000 万，提前完成《“十四五”电子商务发展规划》任务指标。然而，从需求侧出发，实际情况却不容乐观。在业态方面，直播电商、即时零售等新兴领域人才需求增长迅速；从行业角度，直播电商、农村电商、跨境电商等行业人才缺口巨大，高达 1500 万。

一方面，纯粹技术型人才，如网站设计、数据库维护人员等供给相对充足，高校计算机等相关专业毕业生数量较多，可满足部分基础性技术岗位需求。但另一方面，以商务为主且具备技术能力的复合型人才极度短缺，像既懂网络营销策划，又能熟练运用数据分析工具优化营销策略，同时还了解电商平台运营规则的人才，市场上供不应求。

此外，电商行业内部专业化分工愈发精细，对专业技能要求日益提

高，高度专业化和细分化的新职业不断涌现，如电商直播运营、社交电商专员等，相应人才储备不足，导致企业招聘困难。

2.未来人才需求预测

洛阳及周边地区电子商务人才需求呈现出规模持续扩张、结构高端化发展的趋势。随着产业规模的不断扩大、技术创新的加速以及市场开拓的深入，对新兴技术应用人才、国际化电商人才和复合型电商管理人才的需求尤为突出。

根据《“十四五”电子商务发展规划》的目标，全国电子商务交易额、网上零售额和跨境电子商务交易额预期在 2025 年将达到较高规模，这一趋势在洛阳及周边地区也有明显体现。随着洛阳本地电商企业业务的不断拓展，未来 1-2 年，基础电商运营岗位如电商客服、网店美工等需求将稳步上升，预计增长幅度在 15%-20% 左右。一家年销售额 5000 万的中型电商企业，若计划在未来两年内将销售额提升 50%，则可能需新增 5-8 名电商运营人员。未来 3-5 年，电子商务产业专业人才需求规模预计整体增长率在 20%-30% 区间。

在技术创新趋势的推动下，人工智能、大数据、物联网等新兴技术在电商领域的应用愈发广泛。未来 2-3 年，掌握这些新技术在电商场景应用的人才将成为市场急需。能够利用人工智能算法进行精准营销、智能客服管理的人才，以及精通大数据分析优化供应链管理的专业人士。预计此类技术融合型人才需求增长率将超过 30%。像阿里、京东等电商巨头在洛阳的业务拓展，也带动了对相关人才的大量需求，其招聘数量逐年大幅递增。

众多电商企业尤其是新兴电商平台和有跨境业务拓展计划的企业，将在未来 3-5 年加大市场开拓力度。洛阳及周边地区的跨境电商企业对具备国际化视野、跨文化交流能力以及熟悉国际电商规则的人才需求将急剧攀升。预计跨境电商领域此类高端人才需求在未来 3-5 年内将增长 50% 以上。随着中国跨境电商在全球市场份额的不断扩大，企业在海外市场运营、国际物流管理、跨境支付结算等环节对专业人才需求持续上升。以洛阳为例，其跨境电商企业在拓展海外市场时，对小语种专业人才和外贸业务员等岗位的需求旺盛。

电子商务产业的发展需要既懂技术又懂商务，还具备管理能力的复合型人才。未来，能够整合资源、协调团队、制定战略的复合型电商管理人才将成为企业竞争的关键。这类人才不仅要熟悉电商业务全流程，还要具备创新思维和战略眼光，能够把握行业发展趋势，为企业制定长远的发展规划。在洛阳，一些电商企业的管理岗位如项目经理、部门主管等，对复合型人才的需求日益增加，要求其具备 3-5 年以上相关电商项目或部门管理经验，熟悉电商业务全流程，掌握电子商务相关的法律法规、行业动态以及市场营销、财务管理、人力资源管理等方面的知识。

（二）人才需求结构

1. 岗位类型需求

基于行业常见人员结构测算，岗位的覆盖范围及合理占比如表 1 所示。

表 1 岗位的覆盖范围及合理占比（基于行业常见人员结构测算）

岗位类别	包含具体岗位	行业典型占比	说明
管理岗位	项目经理、部门主管、运营总监	15%	需统筹能力，人员规模最小但权责最重
技术岗位	前端/后端开发、数据分析师、算法工程师	35%	技术驱动核心，涵盖开发、分析、算法等细分方向
技能操作岗位	电商客服、仓储管理员、物流配送员	50%	直接对接客户与供应链，人员需求量最大

注：以上占比数据的参考依据综合以下三类权威数据测算：

行业报告。《2024 中国电子商务人才发展报告》（中国电子商务协会发布）显示，电商行业技能操作岗位占比约 48%-52%，技术岗位占比 33%-37%，管理岗位占比 13%-17%；

企业招聘数据。前程无忧、智联招聘 2024 年电商行业招聘数据（样本量 10 万+岗位），技能操作岗位发布量占比 51%，技术岗位占比 34%，管理岗位占比 15%；

头部企业案例。阿里、京东、拼多多等企业的组织架构披露，技能操作岗位（含客服、仓储、物流）人员占比均超过 45%，技术岗位占比 30%-40%，管理岗位占比 10%-18%。

2.专科学历层次需求

专科学历人才岗位需求调研结果如图 1、表 2 所示。

专科学历人才岗位需求分类

- 技能操作岗位 (核心需求)
- 基础技术/运营岗位
- 其他适配岗位 (新兴/辅助)

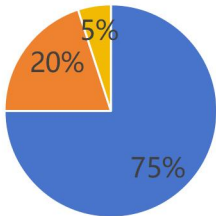


图 1 专科学历人才岗位需求分类饼状图

表 2 专科学历人才岗位需求分类

岗位类别	包含具体岗位	占比	分类依据与需求逻辑
技能操作岗位 (核心需求)	电商客服、仓储管	75%	专科人才的核心适配领域，岗位数量占比最高：据天猫商家调研，客服岗位中专科人才占比超 80%，仓储/物流岗位专科人才占比超 70%，且这类岗位注重实操能力，专科生经职业培训后 1-2 周即可上岗
	理员、物流配送员、售后专员、打包分拣员、电商直播助理（基础）		
基础技术/运营岗位	初级前端开发助理、电商平台运营专员、数据录入分析师、电商美工助理、基础推广专员	20%	对技术/运营深度要求低，侧重基础工具使用（如 Excel 数据整理、基础 PS 修图、简单推广操作），专科生通过 3-6 个月技能培训可适配，据前程无忧 2024 数据，这类岗位专科人才占比约 18%-22%
其他适配岗位 (新兴/辅助)	跨境电商基础跟单员、电商平台规则审核员、直播场控助理、供应链基础协调员	5%	随电商新业态（跨境、直播）涌现的辅助岗位，门槛灵活，专科生可通过短期专项学习切入，目前占比虽低，但年增速超 15%，未来需求将逐步提升

3.职业资格与技能证书需求

职业资格与技能证书需求调研结果如图 2、表 3 所示。

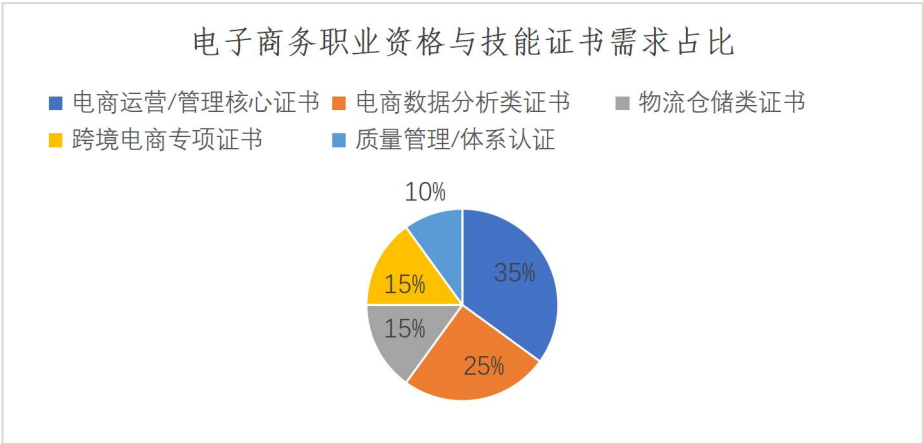


图 2 电子商务职业资格与技能证书需求占比饼状图

表 3 职业资格与技能证书需求

证书类别	包含具体证书	占比	分类依据与需求逻辑
电商运营/管理核心证书	网店运营推广职业技能等级证书、电子商务师、移动电子商务师	35%	覆盖电商核心岗位（运营、管理），需求最广。据统计，62%的电商运营岗招聘要求提供此类证书，其中网店运营推广证书因贴合平台实操（如淘宝、京东运营），在中小电商企业认可度最高，占该类别需求的 45%
电商数据分析类证书	电子商务数据分析职业技能等级证书、电子商务数据分析师认证	25%	技术岗与运营岗均需数据分析师岗位 100%要求相关证书，运营岗（尤其是精细化运营方向）68%将其作为加分项，且证书持有者平均薪资比无证书者高 22%（前程无忧 2024 数据）
物流仓储类证书	物流师职业技能等级证书（初/中/高级）	15%	85%的仓储管理员、物流配送主管岗位招聘提及该证书，高级物流师证书持有者在岗位竞争中录用率超 70%，且

			薪资溢价达 30%
跨境电商 专项证书	阿里巴巴跨境电商运营师认证、亚马逊 AWS 认证、跨境电商 B2B 数据运营认证	15%	跨境电商运营岗、跨境物流协调岗招聘中，78%要求提供此类证书，其中阿里巴巴认证因覆盖国内跨境电商主流平台，需求占比达 55%
质量管理/体系认证	ISO9001 质量管理体系认证（从业人员相关资质）、电商服务质量管理员认证	10%	电商企业质检岗、供应链管理岗招聘中，65%将 ISO9001 相关认证作为优先条件，尤其在大型电商企业（如京东、苏宁）需求更突出

（三）人才能力素质要求

1.专业知识要求

电子商务专业知识要求调研结果如表 4 所示。

表 4 电子商务专业知识要求

知识类别	包含具体内容	占比	分类依据与需求逻辑
专业核心课程知识	《电子商务概论》《网店运营》《网络营销》《消费者行为分析》，涵盖平台规则、店铺运营流程、营销推广策略、客户服务技巧等	45%	所有电商岗位的“生存级”知识，运营岗、客服岗、营销岗对其应用率超 90%，其中《网店运营实务》在商品上下架、订单处理等基础工作中应用率达 95%，新人入职前 3 个月知识使用率超 80%，是中小电商企业招聘的“基础门槛”
新兴技术知识	人工智能（智能推荐系统、AI 生成式内容创作）、大数据分析（用户行为分析、市场趋势预测）、直播电商技术（虚拟主播运营、多平台	20%	中高端岗位的“竞争力”知识，跨境电商运营岗、电商技术岗、直播运营岗对其需求占比超 75%，掌握 AI 生成式内容创作的营销岗，内容产出效率提升 50%；区块链知识在跨境溯源岗位薪资溢价达 40%，需求年增速

	直播控场）、区块链（跨境电商溯源、数字支付安全）等		超 25%
行业法规政策知识	《电子商务法律法规》易术语（INCOTERMS2020）、跨境电商零售进口税收政策、平台合规规则（如亚马逊禁售政策、抖音电商违规处罚条例）等	18%	全岗位的“安全线”知识，违规企业年均损失超百万，掌握法规知识可降低 80%合规风险；跨境电商企业招聘时，85%将国际贸易术语、跨境税收政策作为优先考察项，大型电商企业合规岗 100%要求熟悉《数据安全法》
跨领域融合知识	供应链管理（库存优化、供应商协同）、财务管理（电商成本核算、现金流管理）、外语能力、视觉营销设计（基础 PS、短视频剪辑）等	17%	复合型岗位的“加分项”知识，供应链运营岗对库存优化知识需求占比 90%，掌握者可降低 15%库存成本；跨境电商 B2C 岗位中，外语能力达标者录用率比不达标者高 60%；运营岗掌握基础视觉设计，可减少 30%设计部门沟通成本，中小电商因“一人多岗”特性，对该类知识需求更迫切

2.职业技能要求

电子商务职业技能要求调研结果如表 5 所示。

表 5 电子商务职业技能要求

技能类别	包含具体能力	占比	分类依据与需求逻辑
专业技能	电商运营（店铺优化、活动策划）、数据分析（用户行为分析、转化漏斗搭建）、物流管理（库存调度、订单履	35%	岗位核心竞争力：运营岗、营销岗、物流岗对其需求占比 100%，其中数据分析能力在中高端运营岗招聘中权重超 40%，具备专业技能的候选人录用率比普通候选人高 60%，是区分岗位层级的关键

	约)、营销推广(广告投放、内容创作)等		
计算机应用能力	Excel 中高级操作(数据透视表、VLOOKUP 函数、数据可视化)、PPT 专业制作(营销方案/运营报告设计)、思维导图工具(XMind、MindMaster 流程梳理)等	25%	全岗位基础工具能力:运营、策划、分析岗使用频率 100%,用 Excel 完成数据统计可提升工作效率 50%,PPT 制作能力直接影响方案通过率(专业 PPT 比普通 PPT 通过率高 35%),中小电商企业将其作为新人入职基础要求
沟通协作能力	跨部门对接(设计/仓储/技术团队需求传递)、客户沟通(售后问题解决、需求挖掘)、团队管理(任务分配、进度协调)等	20%	团队协作核心:管理岗、客服岗、运营岗对其需求占比 95%,沟通能力优秀的客服可将客户投诉率降低 40%,跨部门协作顺畅的运营可缩短项目周期 30%,大型电商企业在管理岗招聘中会通过模拟沟通场景考察该能力
问题解决能力	突发问题处理(流量骤降、大规模投诉应对)、业务优化(转化率提升、库存积压解决方案)、风险预判(合规风险、市场波动应对)等	15%	人才潜力核心指标:运营管理岗、店长岗将其列为核心考核项(占比 70%),能快速解决突发问题的运营,可减少店铺损失 60%(如流量骤降 24 小时内解决,比 48 小时解决少损失 40%营收),是晋升管理岗的关键能力
外语能力	英文术语识别(产品	5%	差异化加分能力:国内电商岗位需求较低(仅

标题、平台规则、数据分析报告）、基础英文沟通（跨境客服、供应商对接）、小语种基础（东南亚/欧洲市场跨境沟通）等	15%岗位提及），但英文术语识别能力可提升工作效率 20%（如快速理解海外平台规则）；跨境电商岗位需求占比 80%，具备英文沟通能力的候选人薪资比无外语能力者高 25%，小语种能力在细分跨境市场（如东南亚）需求年增 30%
---	---

3.职业素养要求

电子商务职业素养要求调研结果如表 6 所示。

表 6 电子商务职业素养要求

素养类别	核心表现与岗位关联	占比	分类依据与需求逻辑
责任心	把控订单准确性、保障客户信息安全（支付/物流环节）、减少企业损失，适配客服、仓储、财务岗	30%	企业“底线型”素养：责任心缺失导致的订单错误、信息泄露，平均给企业造成 5000-2 万元/次损失，85%的电商企业将其列为首要考察项，客服岗因直接接触客户信息与订单，对责任心要求占比超 90%
团队合作 精神	跨部门协作（运营+设计+客服联动大促）、任务配合（仓储与物流衔接发货）、团队目标达成，适配所有需协作的岗位	25%	效率核心素养：缺乏协作意识会使大促活动筹备周期延长 40%，跨部门协作顺畅的团队，项目完成率比零散团队高 60%，78%的企业在招聘中通过“小组面试”考察该素养，管理岗对其需求占比超 85%
学习能力	快速掌握新工具（AI 修图软件、新数据分析工具）、适应平台新规（直播电商政策、跨境合规要求）、更新专业	20%	行业适配关键素养：电商工具与规则平均每 3-6 个月更新一次，学习能力强的员工，新工具上手时间比普通员工缩短 50%，65%的企业将“快速学习”列为晋升加分项，运营岗因需跟进平台动态，对该素养需求占比超

	知识，适配运营、技		70%	
	术、跨境岗			
创新意识	产品推广新思路、页面设计差异化、活动策划特色化（如结合洛阳牡丹文化做营销），适配运营、营销、设计岗	15%		企业“增长型”素养：具备创新意识的员工，可使营销活动转化率提升 25%-30%（如特色文化营销比常规营销点击率高 40%），55%的中大型电商企业在运营岗招聘中重点考察创新案例，新兴电商（直播、跨境）对其需求年增 25%
吃苦耐劳精神	承受大促加班、客服轮班、高强度工作压力，适配客服、物流、运营岗	10%		基础保障型素养：大促期间（618、双 11）平均每日加班 3-4 小时，能承受压力的员工离职率比不能承受者低 50%，客服岗因需 24 小时轮班，对该素养需求占比超 80%，物流岗因配送强度大，需求占比超 75%

四、电子商务产业竞争格局与专业竞争力分析				
1. 高职院校专业竞争力对比				
表 7 与同类院校电子商务专业对比				
对比维度	具体指标	洛阳职业技术学院	河南林业职业学院	洛阳商业职业学院
师资力量	高级职称占比	副教授及以上职称教师占比约 30%，教师队伍结构较合理	未明确提及高级职称占比，聚焦细分领域师资建设	副教授及以上职称占比 25%，略低于洛阳职业技术学院
	实践经验与专长	多数教师具备企业从业经历，在电商运营领域有实践经验，无明显细分领域专项师资	教师在农村电商、农产品电商运营方面研究较多，与林业产业结合紧密，部分教师参与林业产品电商推	40%的教师拥有电商企业工作经验，实践教学优势突出；农村电商领域师资储备不足

推广项目			
课程设置	核心课程体系	涵盖电商基础理论、电商运营、网页设计、网络营销等通用课程，体系完整	开设《农产品电商包装与设计》《林业产品网络营销》等特色课程，突出林业与电商融合
			开设《电商网页设计与制作》《商品信息采集编》《网站（店）运营》等通用电商课程，课程覆盖电商核心技能
	本地产业结合度	融入本地旅游电商相关课程，如《洛阳旅游产品电商推广》，与洛阳旅游产业结合紧密	在与洛阳本地特色产业（如钢制家具、牡丹产业）结合的课程开发上不足，缺乏针对性课程
	实训载体建设	建有校内电商实训中心（配备模拟电商平台、直播实训室）；与本地多家旅游电商企业共建校外实训基地	拥有电商实训中心（引入美团、网店运营等模拟操作平台）；与洛阳哈博网络科技有限公司、洛阳震海家具有限公司等企业共建实训基地
校企合作与人才培养	就业情况	毕业生主要面向本地旅游电商企业、综合电商平台，部分进入本地知名旅游电商企业任运营专员	毕业生多从事农产品电商相关工作，平均起薪 3300 元/月，农村电商领域就业稳定性高
			因新建院校，具体就业率、起薪无数据统计，但学生可参与企业真实项目运营，培养方向贴合企业岗位需求

2.自身优势与劣势

教师团队实操经验丰富，能结合行业最新动态开展教学，助力学生掌握电商核心技能；“课岗赛证”融合模式贯穿教学，将课程学习与岗位需求、技能竞赛、职业资格证书考取紧密结合，提升学生实操能力；与本地企业共建实训基地，学生可参与真实项目运营，快速适配企业岗位，弥补学术研究短板，满足企业对实操型人才的需求。

但图书馆关于新兴电商技术（如 AI 在电商中的应用）的书籍和数据库资源不足，难以满足学生自主学习需求。虽然实操型教师占比高，但在学术研究方面相对薄弱，发表高水平电商教学研究论文较少；缺乏在国内电商教育领域有影响力的领军教师，教师参加教学培训和交流的机会较少。

与洛阳职业技术学院等办学历史较长的院校相比，我校电子商务专业办学历史较短，在本地企业和社会大众中的知名度不高，部分企业在招聘时更倾向于选择老牌院校的毕业生，社会认可度有待进一步提升。

五、电子商务专业可行性分析

1.社会需求可行性分析

洛阳作为文旅与制造业重镇，既有旅游电商、钢制家具电商等本地特色产业需求，也有跨境电商、零售电商等通用领域人才缺口。对比洛阳职业技术学院（旅游电商方向就业率 90%）、河南林业职业学院（农村电商就业稳定性高），我校聚焦的零售电商方向，恰好填补了本地企业在平台实操方面的人才空白。

尽管我校办学历史较短、社会认可度待提升，但企业对实操型人才的迫切需求为专业发展提供机遇。我校学生通过参与企业真实项目运营，

能快速适配岗位需求，可凭借强实操能力弥补院校知名度短板，且随着“课岗赛证”融合模式的深化，人才培养与企业岗位要求的匹配度将进一步提升，未来在本地电商人才市场的竞争力会持续增强，社会需求层面具备显著可行性。

2.教师队伍可行性分析

我校电商专业教师队伍虽在高级职称占比（25%）上略低于洛阳职业技术学院（30%），且缺乏农村电商领域专项师资，但核心优势突出，为专业教学提供坚实支撑。教师团队深耕电商教学实践，实操教学能力贴合行业需求，能精准传授平台运营、营销推广等核心技能，助力学生掌握岗位必备能力。

同时，教师团队紧密对接教学实践，虽在学术研究与领军人才储备上存在不足，但可通过增加教学培训与交流机会逐步改善。当前师资结构完全能满足“课岗赛证”融合教学与企业真实项目指导需求，从保障日常教学、培养实操型人才的核心目标来看，教师队伍具备充分可行性，且有明确的优化提升路径。

3.教学资源可行性分析

在实训载体方面，我校拥有电商实训中心，引入美团、网店运营等模拟操作平台，并与洛阳哈博网络科技有限公司、洛阳震海家具有限公司等企业共建实训基地，能为学生提供订单处理、市场推广等真实项目实操机会，虽存在校内实训设备更新慢、部分软件版本滞后的问题，但可通过校企合作引入企业最新系统资源临时补充，基本满足实训教学需求。

课程资源上，我校开设《电商网页设计与制作》《商品信息采编》《网站（店）运营》等通用课程，覆盖电商核心技能，虽在本地特色产业课程开发上不及洛阳职业技术学院（如《洛阳旅游产品电商推广》），但可借鉴其经验，结合洛阳钢制家具、牡丹产业逐步开发特色课程，完善课程体系。整体而言，现有教学资源能支撑专业基本教学运转，且短板可通过针对性改进弥补，具备可行性。

六、调研总结与建议

（一）调研总结

1.人才需求核心结论

电子商务产业人才缺口显著，全国层面直播电商、农村电商、跨境电商等领域缺口达 1500 万，洛阳及周边地区未来 3-5 年电商专业人才需求整体增长率预计在 20%-30%，其中掌握 AI、大数据等新技术的融合型人才需求增速超 30%，跨境电商高端人才需求增长超 50%，人才需求呈规模扩张与结构高端化趋势。

岗位类型上技能操作岗（电商客服、仓储管理等）占比 50%、技术岗（数据分析师等）占比 35%、管理岗（运营总监等）占比 15%；学历适配方面，专科人才核心适配技能操作岗（占比 75%）与基础技术/运营岗（占比 20%），岗位注重实操能力，经短期培训即可上岗；证书需求上，网店运营推广、电子商务数据分析等证书认可度最高，62%的运营岗招聘要求提供相关证书，证书持有者薪资溢价普遍超 20%。

专业知识以电商核心课程知识（占比 45%）为基础，新兴技术知识（占比 20%）与行业法规知识（占比 18%）需求凸显；职业技能中专业

技能（占比 35%）与计算机应用能力（占比 25%）是核心，沟通协作与问题解决能力为晋升关键；职业素养方面，责任心（占比 30%）、团队合作精神（占比 25%）是企业首要考察项，学习能力与创新意识对适配行业快速发展至关重要。

2.专业竞争力核心结论

与洛阳职业技术学院、河南林业职业学院相比，我校电子商务专业优势集中在实操教学与企业对接层面，教师团队实操经验丰富，能精准传授平台运营、营销推广等核心技能，且“课岗赛证”融合模式贯穿教学，学生可参与洛阳哈博网络科技、洛阳震海家具有限公司等本地企业真实项目运营，快速适配岗位需求，契合企业对实操型人才的迫切需求，在零售电商人才培养方向上形成差异化基础。

同时，专业存在短板，一是师资结构有待优化，高级职称占比（25%）低于洛阳职业技术学院（30%），缺乏农村电商领域专项师资，学术研究与领军人才储备不足；二是社会认可度待提升，因办学历史较短，在本地企业招聘偏好中不及老牌院校，毕业生就业竞争存在一定劣势。

（二）人才培养方案修建议

1.明确目标定位，聚焦“区域需求”与“差异化优势”

聚焦洛阳本地产业需求，将人才培养目标定位为“零售电商实操型人才”与“电商基础运营人才”双方向，零售电商方向侧重培养能胜任网店运营、客户服务、市场推广的实操人才，服务洛阳本地零售与制造业电商化需求；电商方向围绕洛阳电商综试区建设，培养熟悉电商平台

操作、物流协调的基础运营人才，填补本地电商基础人才缺口。同时，突出“实操导向”，明确毕业生需具备独立完成店铺运营、数据分析、订单履约的能力，且至少取得1项电商领域职业技能等级证书。

2. 核心课程课时调整，向“短缺岗位”与“新兴技术”倾斜

优化课程课时分配，强化高需求知识模块课时，将《电商网页设计与制作》《网站（店）运营》等实操课程仍确定为专业核心必修课，确保学生有充足时间进行软件操作与店铺模拟运营练习；新增《零售门店O2O运营》《视觉营销设计》《社群运营》等新兴技术课程，每门课程课时不少于32学时，弥补新兴技术知识教学短板；缩减纯理论课程课时，如《客户服务与管理》课时减少10%以上，将节省课时用于案例教学与实操演练，实现“理论够用、实操为主”的课程定位。

3. 增加岗位课程方向，实现“岗位需求-课程内容”精准对接

结合岗位需求与本地产业特色，增设三大课程方向：一是电子商务管理类岗位方向聚焦淘宝、京东等主流平台店铺管理需求，开设《客户服务与管理》《新媒体营销》课程。前者培养学生客户需求响应、客诉处理及服务团队协调能力，适配电商客服主管岗位；后者教授短视频、社群等新媒体营销玩法，助力学生掌握店铺引流与用户运营技巧，契合洛阳本地零售电商企业对管理型人才的需求

二是“电子商务运营类岗位方向”，结合AI与直播电商趋势，开设《人工智能导论》《直播运营》课程。《人工智能导论》讲解AI在电商选品、数据分析中的应用，提升学生技术适配能力；《直播运营》覆盖

脚本策划、直播控场等实操内容，适配本地企业直播带货运营岗位，助力学生掌握新兴运营技能。

三是“专升本方向”，针对学生升学需求，开设《管理学》《专升本英语》课程。《管理学》夯实管理理论基础，《专升本英语》提升英语应试与应用能力，帮助有升学规划的学生补齐知识短板，为报考本科院校相关专业筑牢基础，拓宽职业发展路径。

4.增加实践教学课时，强化“实战能力”与“岗位适配”

将实践教学课时占比保证在 52%以上，构建“四层实践体系”，第一层为“基础实训”，依托校内电商实训中心，开展模拟店铺运营、客服话术演练等基础实操；第二层为“企业认知实践”，组织学生赴合作企业参观学习，了解企业运营流程，每学期安排 1 周集中实践；第三层为“项目实战”，对接企业真实需求，让学生以小组形式完成订单处理、市场推广等项目，确保每位学生参与至少 1 个企业真实项目；第四层为“顶岗实习”，毕业实习时间为 6 个月，安排学生在合作企业相关岗位顶岗，提前适应职场环境，提升就业竞争力。

5.“1+X”证书融入 实现“学历教育+职业技能”无缝衔接

建立“课证融合”课程体系，将网店运营推广、电子商务数据分析等职业技能等级证书的考核内容融入对应课程，如《网站（店）运营》课程对接“网店运营推广”证书核心考点，《商务数据采集与分析》课程覆盖“电子商务数据分析”证书基础模块，确保课程内容与证书考核要求重合度超 80%。同时，开设证书考前培训专项班，邀请证书认证机构讲师或企业资深人员授课，为学生提供针对性辅导；将证书获取与毕

业要求挂钩，明确学生毕业需至少取得 1 项 “X” 证书，提升毕业生就业竞争力，契合企业招聘证书偏好。