

普通高等学校本科专业设置申请表

校长签字：



学校名称（盖章）：天津财经大学珠江学院

学校主管部门：天津市

专业名称：跨境电子商务

专业代码：120803T

所属学科门类及专业类：管理学 电子商务类

学位授予门类：管理学

修业年限：四年

申请时间：2025-07-19

专业负责人：王伟

联系电话：13602108536

教育部制



1. 学校基本情况

学校名称	天津财经大学珠江学院		学校代码	14087	
学校主管部门	天津市		学校网址	https://zhujiang.tjufe.edu.cn/	
学校所在省市	天津天津天津市宝坻区周良街道祥瑞大街18号		邮政编码	301811	
学校办学基本类型	☐ 教育部直属院校 ☐ 其他部委所属院校 ☒ 地方院校				
	☐ 公办 ☒ 民办 ☐ 中外合作办学机构				
已有专业学科门类	☐ 哲学 ☒ 经济学 ☐ 法学 ☒ 教育学 ☒ 文学 ☐ 历史学 ☐ 理学 ☒ 工学 ☐ 农学 ☐ 医学 ☒ 管理学 ☒ 艺术学				
学校性质	☐ 综合 ☐ 理工 ☐ 农业 ☐ 林业 ☐ 医药 ☐ 师范 ☐ 语言 ☒ 财经 ☐ 政法 ☐ 体育 ☐ 艺术 ☐ 民族				
曾用名					
建校时间	2006年		首次举办本科教育年份	2006年	
通过教育部本科教学评估类型	尚未通过本科教学评估			通过时间	—
专任教师总数	904		专任教师中副教授及以上职称教师数	353	
现有本科专业数	33		上一年度全校本科招生人数	4668	
上一年度全校本科毕业生人数	3414				
学校简要历史沿革（150字以内）	学院成立于2006年，是经教育部批准、由天津财经大学与广东珠江投资股份有限公司按独立学院模式和机制合作举办的一所本科普通高等院校。学院的发展历程可分为创业期、内涵发展期、特色发展期三个阶段。经过多年探索与发展，学院已建设为一所学科体系完备、学生综合素质高，具有良好社会影响力和美誉度的应用型本科大学。				
学校近五年专业增设、停招、撤并情况（300字以内）	专业增设情况：金融科技、数字经济、人工智能、大数据管理与应用、投资学、财政学、音乐教育7个本科专业。 专业停招、撤并情况：信息管理与信息系统、网络工程、俄语、产品设计、服装与服饰设计5个本科专业。				

2. 申报专业基本情况

申报类型	新增备案专业		
专业代码	120803T	专业名称	跨境电子商务
学位授予门类	管理学	修业年限	四年
专业类	电子商务类	专业类代码	1208
门类	管理学	门类代码	12
申报专业类型	新建专业	原始专业名称	—
所在院系名称	经济学院国际经济贸易系		
学校相近专业情况			
相近专业1专业名称	国际经济与贸易	开设年份	2006年
相近专业2专业名称	—	开设年份	—
相近专业3专业名称	—	开设年份	—

3. 申报专业人才需求情况

申报专业主要就业领域	1. 国际贸易业务拓展：任职于国际贸易公司，负责国际市场推广、客户开发与维护，处理外贸订单的洽谈、签订及跟单工作，确保业务顺利进行； 2. 跨境电商平台运营：任职于跨境电商平台或电商企业，从事商品上架、店铺优化和活动策划等工作，提升店铺的流量与销售量； 3. 跨境物流：任职于跨境电商物流企业，从事选择物流供应商、安排运输、跟踪物流进度等工作，确保货物安全及时送达； 4. 数字营销：任职于跨境电商企业或数字营销机构，制定并执行数字营销方案，负责广告投放、创意策划、渠道选择、预算控制与效果监测评估，提高广告投资回报率； 5. 跨境支付与金融：任职于跨境支付机构或金融机构，处理跨境电商业务支付结算，保障支付安全，防范支付风险。也可从事金融风险分析工作。	
人才需求情况	跨境电子商务作为全球贸易和数字经济的关键引擎，其人才需求呈现出快速增长的态势。从国家经济发展层面，我国跨境电商进出口规模不断扩大，2024年已达到2.63万亿元，占进出口比重提升至6%，这一趋势预示着未来对跨境电子商务人才的需求将持续攀升。然而，目前全国仅有120所高校开设跨境电子商务本科专业，专业布点相对不足，难以满足行业快速发展的需求。 从地方产业发展层面，《天津市推动跨境电商高质量发展实施方案》提出，到2027年底，天津市跨境电商经营主体将超过5500家。若其中30%的企业每年需要1名跨境电子商务本科毕业生，预计2027-2032年间将产生8250人的需求缺口。这反映出地方在跨境电商人才储备上面临较大压力，急需高校与企业协同发力，填补人才缺口。目前天津市尚未有高校开设跨境电子商务专业。 从用人单位人才需求层面，企业不仅需要掌握国际贸易知识的人才，更需要精通跨境电商运营、数据分析、供应链管理、国际物流等多领域知识的复合型跨境电商人才，企业对跨境电商人才的需求日益迫切。目前，经济学院国贸系已经与天津海角园联合科技园发展有限公司、天津克运物流有限公司、三角科技（天津）有限公司、天津惠禾国际货运代理有限公司、天津跨贸通供应链管理有限公司和浙商银行天津分行等6家企业签署实习基地协议，建立了长期稳定的合作关系。这些企业均表示，随着业务的快速发展，急需大量专业素养高、实践能力强的跨境电商人才。他们希望学校能够进一步加强跨境电商专业建设，优化课程体系，提升人才培养质量，为企业发展提供坚实的人才支撑。	
申报专业人才需求调研情况（可上传合作办学协议等）	年度计划招生人数	50
	预计升学人数	3
	预计就业人数	47
	天津克运物流有限公司	5
	天津海教园联合科技园发展有限公司	15
	三角型科技（天津）有限公司	4
	天津惠禾国际货运代理有限公司	15
	天津跨贸通供应链管理有限公司	5
	浙商银行天津分行	3

4. 行业产业调研报告



天津财经大学珠江学院

Tianjin University of Finance and Economics Pearl River College

关于拟增设 跨境电子商务 本科专业的 的行业产业调研报告

调研单位：经济学院

专业代码：120803T

所属学科门类及专业类：管理学 电子商务类

学位授予门类：管理学

修业年限： 四年

调研时间：2025年4月-6月

专业负责人：王伟

联系电话：13602108536

2025 年 7 月

天津财经大学珠江学院

关于拟增设跨境电子商务本科专业的行业产业调研报告

一、调研背景与目的

（一）调研背景

随着全球经济一体化进程的加速和互联网技术的迅猛发展，跨境电子商务作为一种新兴的贸易模式，在国际贸易中发挥着越来越重要的作用。近年来，中国跨境电子商务行业规模持续扩大，政策支持力度不断增强，“一带一路”倡议的推进更为跨境电子商务开辟了广阔的国际市场。海关数据显示，2024 年中国跨境电子商务进出口约 2.71 万亿元，同比增长 14%；高于 2024 年中国货物贸易增速 9 个百分点，占中国货物贸易进出口总值的 6.2%。中国跨境电子商务交易规模连续八年保持两位数增长。行业快速扩张带来显著人才缺口，据 2024 年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》，目前中国跨境电子商务人才缺口约为 700 万。现有人才供给不足的矛盾突出，人才培养与行业发展需求之间存在较大差距。2024 年 6 月，商务部、发改委等部门联合印发了《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》，针对跨境电子商务人才培养层面提出支持地方制定跨境电子商务行业高层次人才认定标准，在高层次人才目录和人才需求目录中广纳跨境电子商务领域人才。这些举措旨在弥补专业人才的结构性缺失，为跨境电子商务行业的发展注入新的活力，为培养跨境电子商务创新创业型人才提供了政策支撑。

（二）调研目的

本次调研的主要目的是全面了解跨境电子商务行业的发展现状与趋势，深入分析行业对专业人才的需求情况，研究同类院校在跨境电子商务专业设置与人才培养方面的经验与不足。在此基础上，论证在我院增设跨境电子商务本科专业的必要性和可行性，为专业设置、人才培养方案制定等提供科学依据，以培养出符合行业需求的高素质跨境电子商务专业人才，助力学校学科专业建设和行业产业发展。

二、调研方法与过程

（一）调研方法

1.文献研究法

利用中国知网、EBSCO 等国内外学术数据库，检索近五年关于跨境电子商务产业发展、人才需求、专业教育等方面的学术论文 120 余篇；整理商务部、全球（郑州）跨境电商研究院、网经社、Webretailer 等权威机构发布的行业报告 20 余份；梳理国务院、商务部、海关总署等部门出台的跨境电子商务相关政策文件及统计数据 150 余件。通过对上述文献资料的分类、归纳与分析，系统梳理跨境电子商务从萌芽期的初步探索、快速发展期的规模扩张，到如今成熟期的模式创新与技术融合的发展历程；深入剖析当前产业在市场规模、区域分布、平台格局等方面的现状；同时，总结国内外在跨境电子商务专业人才培养方面的理论研究成果与实践经验，为本次调研构建坚实的理论框架，明确宏观研究背景。

2.内容分析法

采用内容分析法对跨境电商人才需求进行系统研究。通过 Python 爬虫技术定向抓取招聘平台上的岗位招聘信息，对其中的关键信息进行系统梳理和分类。继而使用正则表达式对非结构化职位描述进行文本切分，提取任职要求、工作经验等关键字段。最后通过 TF-IDF 算法量化文本特征并构建招聘词典，结合高频词统计实现企业对人才知识技能要求的可视化呈现。该方法将传统内容分析升级为计算驱动的文本挖掘范式，既保持了内容分析法系统性解读文本的核心特征，又通过算法模型增强了分析的客观性和量化深度。通过内容分析法，能够精准把握跨境电子商务行业对人才的多样化需求，为人才培养方案的制定提供科学依据。

3.访谈法

采用半结构化访谈形式。对跨境电子商务行业专家（如高校教授、行业协会研究员）重点询问行业发展趋势、技术变革对人才需求的影响；与跨境电子商务企业高管探讨企业战略布局、人才储备规划；和人力资源负责人交流招聘难点、校企合作需求；与一线从业人员了解工作中的实际技能需求、培训需求。针对同类院校专业负责人和骨干教师，围绕专业建设经验、课程改革难点、师资队伍建

设困境等展开访谈。共完成面对面访谈 5 人次，电话访谈 8 人次，访谈过程全程录音并整理成文字资料，对数据进行深度补充与验证，挖掘数据背后的深层次原因与行业真实诉求。

4.实地考察法

选取天津市跨境电子商务示范园区和杭州跨境电子商务综合试验区，以及跨贸通供应链管理有限公司、速卖通、杭州遥望网络科技有限公司、杭州乒乓智能技术有限公司等 5 家电商企业进行实地考察。在企业考察中，深入运营部门、物流仓库、客服中心，观察商品选品、店铺运营、订单处理、物流配送全流程。通过实地观察，准确把握行业实际运作模式与院校教学实施情况，发现产业与教育衔接中的具体问题，为调研报告提供直观的现实依据与针对性建议方向。

（二）调研过程

准备阶段（2025.04.01 - 2025.04.15）：成立调研小组，明确小组成员的职责分工。制定详细的调研计划，确定调研方法、调研对象和调研内容，设计调查问卷和访谈提纲，为调研工作的顺利开展做好充分准备。

实施阶段（2025.04.16 - 2025.05.31）：通过文献研究法收集相关资料，进行系统整理和分析；运用内容分析法和访谈法对跨境电子商务企业、同类院校和行业协会的代表进行半结构化访谈，并对部分企业进行实地走访和深度访谈，深入了解行业发展现状、人才需求和专业建设情况。

总结阶段（2025.06.01 - 2025.06.30）：对调研收集的数据和资料进行汇总、整理和分析，运用统计学方法和专业知识进行深入研究，总结行业发展规律和人才需求特点，撰写调研报告初稿，并组织专家进行论证和修改，形成最终调研报告。

三、跨境电子商务行业发展现状与趋势

在全球经济一体化的大浪潮下，跨境电子商务作为国际贸易领域的新兴力量，正以前所未有的速度重塑着全球商业格局。随着互联网技术的飞速发展、物流配送体系的不断完善以及消费者购物习惯的逐渐转变，跨境电子商务市场呈现出蓬勃发展的态势。它打破了传统贸易的时空限制，为企业提供了更为广阔的市场空

间，也为消费者带来了更加丰富多样的商品选择。近年来，中国跨境电子商务市场规模持续扩张，已经成为中国外贸领域的重要支柱与增长新引擎。

（一）跨境电子商务行业发展现状分析

1. 行业规模与增长态势

从市场规模来看，中国跨境电子商务行业市场规模近年来呈现出持续快速增长的态势。海关总署数据显示，2023 年中国跨境电子商务进出口 2.38 万亿元，增长 15.6%。其中，出口 1.83 万亿元，增长 19.6%；进口 5483 亿元，增长 3.9%。2024 年中国跨境电子商务进出口总额达到约 2.71 万亿元，同比实现 14% 的增长，高于 2024 年中国货物贸易增速 9 个百分点，占中国货物贸易进出口总值的 6.2%。这一数据充分彰显了跨境电子商务的巨大潜力和广阔前景。从具体数据来看，跨境电子商务出口规模约 2.15 万亿元，同比增长 16.9%，进口规模约 0.56 亿元，同比增长 4.1%。出口的高速增长表明中国产品在国际市场上的竞争力不断提升，而进口的稳定增长则反映出国内消费者对海外优质商品的持续需求。

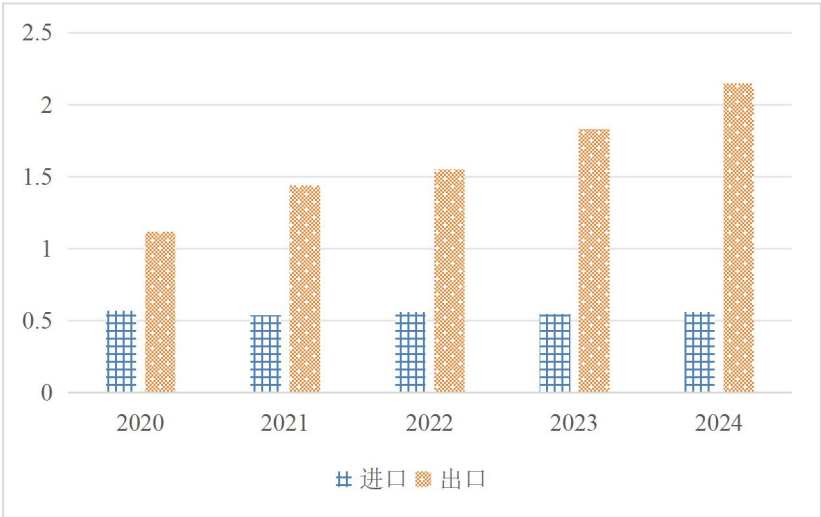


图 1 2020-2024 年中国跨境电子商务规模（万亿元）

数据来源：海关总署

跨境电子商务规模持续增长是多种因素共同作用的结果。从需求端来看，一方面，全球消费者对多元化商品的需求日益旺盛，跨境电子商务平台打破了地域限制，为消费者提供了丰富的商品选择。另一方面，移动互联网技术的飞速发展，使得消费者能够随时随地进行购物，极大地提升了购物的便捷性，进一步推动了跨境电子商务市场的增长。从供给端来看，一方面，随着中国制造业的转型升级，

产品质量和技术含量不断提高，能够更好地满足国际市场的需求。另一方面，跨境电子商务平台的不断发展和完善，为企业提供了更加便捷、高效的销售渠道，降低了贸易成本，提高了贸易效率。

2. 进出口商品结构

中国跨境电子商务以出口为主导，占比高达约 79.3%。跨境进口虽然占比相对较小，但随着国内消费升级的趋势不断加强，消费者对高品质、个性化的海外商品需求日益增加，进口增长较为稳定。

从出口商品结构来看，服饰鞋包首饰、手机等电子产品以及家居家纺用品是主要品类。2024 年上半年，中国跨境电子商务出口中服饰鞋包首饰占比最高，为 27.3%。服饰鞋包首饰凭借中国强大的纺织服装产业基础，在设计、质量和价格上具有优势，能够满足全球不同消费者的时尚需求。排名第二的是手机等电子产品，占 14.4%。手机等电子产品则受益于中国电子产业的快速发展和技术创新，在全球市场具有较高的性价比和竞争力。排名第三的是家居家纺用品，占 12.4%。家居家纺用品以其丰富的款式、良好的品质和合理的价格，受到海外消费者的青睐。

在进口商品结构来看，美妆及洗护用品、食品生鲜是主要进口品类。随着国内消费升级，消费者对高品质的美妆及洗护用品需求持续增长，2024 年上半年，美妆及洗护用品在中国跨境进口中占比最高，为 28.8%。国外知名品牌的产品在品质、功效和品牌影响力方面具有优势，吸引了大量国内消费者购买。中国消费者对进口的优质水果、海鲜、乳制品、休闲食品等需求日益旺盛，跨境电子商务为消费者提供了便捷的购买渠道，满足了他们对多样化、高品质食品的需求。食品生鲜在中国跨境进口中的占比仅次于美妆及洗护用品，占比为 25.2%。

近年来，跨境电子商务进出口商品结构也在不断变化。出口方面，高附加值的电子产品、智能设备等产品的出口占比逐渐提升，反映了中国制造业向高端化、智能化转型的成果，以及中国在科技创新领域的实力不断增强。进口方面，除了传统的美妆、食品生鲜品类，母婴用品、保健品、宠物用品等品类的进口需求也在逐渐增加，体现了国内消费者对生活品质的追求和消费观念的转变，对与生活品质密切相关的各类商品的需求更加多元化和个性化。

3.市场主体与地域分布

中国跨境电子商务产业集群整体上呈现出明显的区域性特征，主要集中在广东、浙江、山东、江苏及福建等靠近产业带及出口活跃度较高的沿海省份。

中国海关企业进出口信用信息公示平台显示，截至 2025 年 7 月 6 日，跨境电子商务备案企业数量为 77351 家，其中广东省以 15579 家位于全国之首，占全国总数的 20.14%。广东全省跨境电子商务进出口总量从 2015 年的 113 亿元跃升至 2024 年的 7454 亿元，10 年扩大 66 倍，在全国占比超过 1/3，规模稳居全国第一。浙江省和山东省分别以 13594 和 12582 家企业紧随其后，分别占比为 17.57%、16.27%（见图 2）。

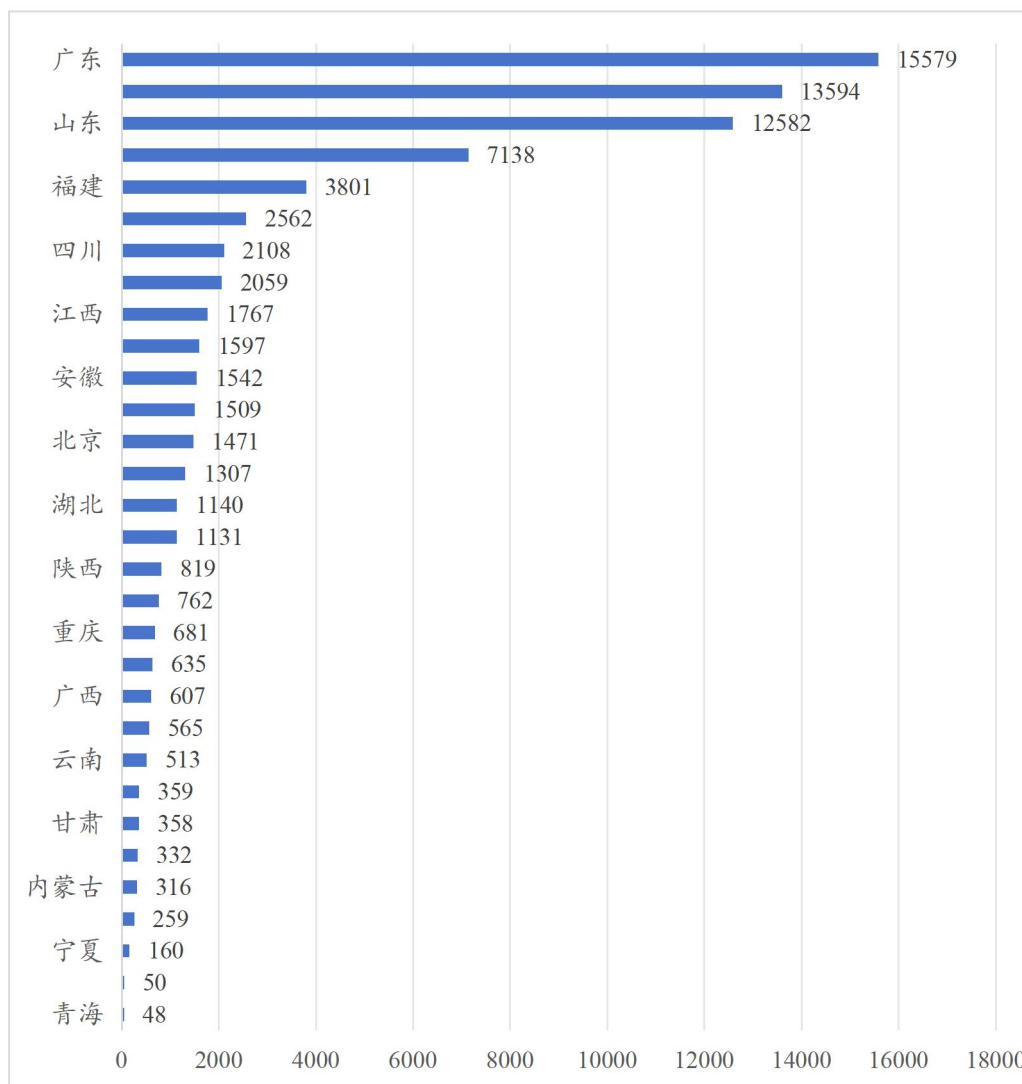


图 2 跨境电子商务备案企业数量

数据来源：中国海关企业进出口信用信息公示平台，统计时间截止到 2025 年 6 月 6 日

中国跨境产业从供应链的角度分析，产业带地域所对应的优势产业已形成较完备的产业，能够满足跨境卖家“产研销一体化”的需求。并且在出口活跃度较高的地区，其贸易政策与基础设施相对完善，能够吸引跨境卖家集聚。

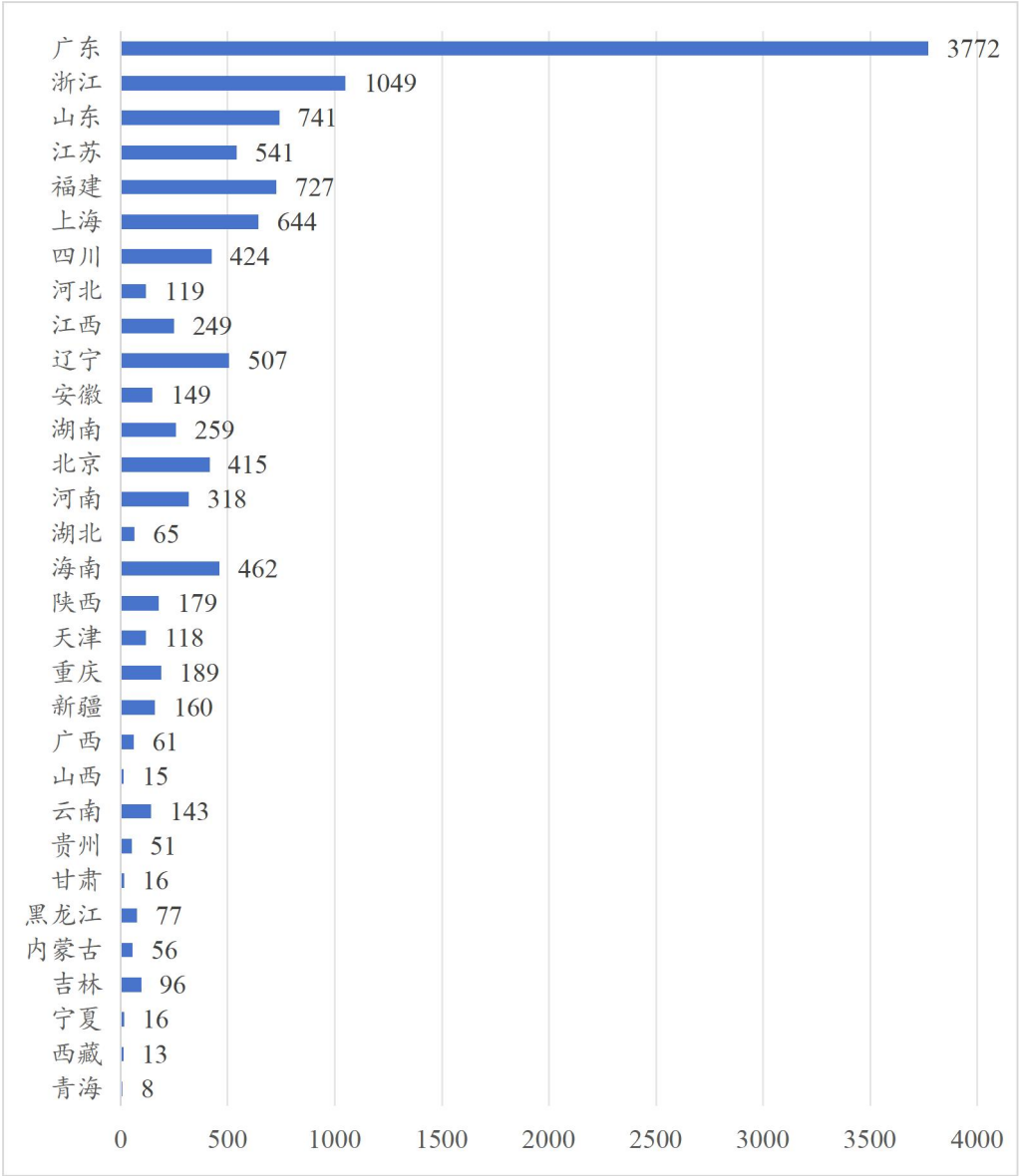


图 3 跨境电商交易平台企业数量

数据来源：中国海关企业进出口信用信息公示平台，统计时间截止到 2025 年 6 月 6 日

3. 政策环境

政府对跨境电子商务行业的支持力度不断加大，出台的一系列政策措施，为跨境电子商务行业的发展创造了良好的政策环境。近三年来，跨境电子商务产业政策呈现出全面支持与创新发展的特点。政策从资金保障、退税简化、监管优化、产业融合、区域试点、国际应对和配套服务等方面入手，形成了系统性的支持体

表 1 近三年中国跨境电子商务行业主要政策

政策方向	时间	部门	文件名称	核心内容
海外仓建设与出口支持	2024.06	商务部等 9 部门	《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》	统筹资金支持海外仓发展，编制出口退税操作指引，培育“跨境电商+产业带”模式
	2025.01	国家税务总局	《关于支持跨境电商出口海外仓发展出口退(免)税有关事项的公告》	实施“离境即退税”政策，简化海外仓出口退税流程
监管模式创新	2023.01	财政部、海关总署、税务总局	《关于跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》	优化海关监管代码（1210/9610 等），允许出口退运商品免税
	2024.11	海关总署	《海关总署关于进一步促进跨境电商出口发展的公告》	取消海外仓企业备案，简化申报手续，扩大“先查验后装运”试点
产业融合与区域试点	2024.08	国务院办公厅	《关于数字贸易改革创新发展的意见》	推进“跨境电商+产业带”模式，促进数字贸易与实体经济融合
	2024-2025	商务部	跨境电商综试区扩容政策	综试区增至 177 个，海南全岛成为首个省级综试区享受所得税优惠
国际规则应对	2024-2025	商务部	应对美国小包免税政策调整指导文件	推动企业转向海外仓备货模式规避风险
配套服务优化	2024.12	商务部	《数字商务三年行动计划（2024-2026）》	强化支付、物流数字化支撑，推动直播电商与跨境电商融合

数据来源：根据国务院及部委最新文件整理所得

注：政策时效截至 2025 年 6 月，海关监管代码含义：1210（保税电商）、9610（零售出口）、9710（B2B 出口）、9810（海外仓出口）

系。通过统筹资金支持海外仓建设和退税流程优化，政策有效降低了企业运营成本，提高了资金周转效率。同时，监管模式的创新，如简化申报手续和扩大查验试点，进一步提升了通关效率。产业融合方面，推动“跨境电商+产业带”模式，促进数字贸易与实体经济深度融合，为产业发展注入新动能。区域试点的扩容和海南全岛综试区的设立，充分发挥了各地优势，形成了良好的产业生态。此外，

政策还积极应对国际规则变化，指导企业规避风险，保障出口稳定，并通过优化支付、物流数字化支撑和创新营销模式，推动跨境电子商务行业创新发展，整体为跨境电子商务产业的高质量发展提供了有力保障。这些政策既着眼宏观布局又注重微观落地，既保持监管弹性又强化风险防控，展现出政策制定从单一便利化向系统性赋能的重要转变。

（二）跨境电子商务行业发展趋势分析

在全球贸易格局重塑与技术革新浪潮下，跨境电子商务蓬勃发展，技术应用、市场格局和消费需求等多方面持续变化。新兴市场崛起，技术推动智能化转型，消费者对本地化体验要求提高，行业正迎来深刻转型，展现出新的发展趋势。这些趋势相互交织，推动跨境电子商务从粗放式增长迈向高质量发展的新阶段。

1.智能化与数字化转型加速

大数据、云计算、人工智能等先进技术广泛应用，跨境电子商务企业将更加注重数字化转型和智能化升级。通过运用这些技术，企业可以实现供应链的数字化管理和智能化决策，提高运营效率和风险管理能力。同时，智能化物流、智能化客服等也将成为跨境电子商务的重要发展方向。众多跨境电子商务平台推出了一系列专为跨境商家量身定制的 AI 工具。这些工具涵盖了文本翻译、关键词提炼、商品详情页撰写、市场分析等多个方面，为商家提供了全方位的智能化服务。经过 AI 工具优化发布的商品，更容易被海外买家搜索购买。数据显示，全球已有超过 3 万家中小企业使用阿里国际站的人工智能生意助手。有关专家表示，开展跨境电子商务业务往往面临语言和文化差异，人工智能可以高效理解客户咨询，提供无间断服务，处理多种语言问题，帮助卖家以低成本提供优质服务。

2.新兴市场成为增长极

销售市场的多元化增长将成为未来跨境电子商务的主要增长点。从存量来看，目前欧美市场依旧是行业的主力。海关总署数据显示，2024 年中国跨境电子商务主要出口目的国为美国（36.2%）、英国（11.7%）、德国（5.7%）；主要进口来源地为美国（15.8%）、日本（10.5%）、德国（9.8%）。但从增量来看，新兴市场发展速度远远高于欧美。2023 年全球电商零售增速 TOP10 国家中，东南亚的印尼、越南、菲律宾、马来西亚以及拉美的墨西哥、阿根廷等国表现尤为

突出，其电商市场年增长率普遍超过全球平均水平 2-3 个百分点。东南亚跨境电子商务销售额突破 1000 亿美元，年增长率达 25%，预计到 2027 年将翻倍至 2000 亿美元。拉美地区年增长率保持在 20%左右，2025 年市场规模有望超过 800 亿美元。非洲市场虽基础设施薄弱，但凭借 30%的年均增长率，预计 2030 年将实现 300 亿美元规模。

人口红利释放、政策协同效应、产业带升级与数字化基建的四重共振，正推动新兴市场成为重塑全球电商格局的关键变量。首先，新兴市场人口红利持续释放。东南亚、拉美等地区年轻化人口结构与互联网普及形成双重优势。以东南亚为例，其 6.6 亿人口中互联网用户占比达 70%，电商渗透率预计 2025 年突破 20%，同步带动时尚、消费电子等核心品类需求扩张。其次，政策协同强化贸易纽带。在“一带一路”倡议的推动下，中国与沿线新兴市场国家的贸易合作不断深化。中国与东南亚、中东欧等地区的国家签署了多项贸易协定和合作备忘录，降低了贸易壁垒，促进了跨境电子商务的发展。《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）的深化实施，为新兴市场国家之间的跨境产业链协同与产能合作创造了制度性便利，促进了区域内贸易和投资的自由化与便利化，推动了电子商务产业的跨境发展。第三，产业带升级驱动品类进化。新兴市场呈现出消费升级的显著特征。新兴市场对技术密集型品类的需求增长迅速，如工业机器人、生物医药设备及新能源组件等，成为跨境电子商务新的增长点。第四，数字化基建赋能移动生态。东南亚地区的网络覆盖范围不断扩大，网速显著提升，移动支付和电子钱包的普及率也在不断提高。东南亚地区海外仓覆盖率从 2020 年 12%提升至 2024 年 37%，物流时效缩短至 5-7 天。非洲 4G 网络覆盖率年增 15%，推动移动支付交易量增长 210%。众多跨境电子商务平台积极布局新兴市场，推动了当地电商生态的建设。Temu、TikTok Shop 等平台在拉美、东南亚等地区迅速崛起，跨境电子商务平台通过“内容+电商”模式，将拉美地区用户停留时长提升至传统平台的 2.3 倍。本地化支付解决方案（如非洲 M-Pesa、东南亚 GrabPay）覆盖率达 65%，较 2020 年提升 40 个百分点。跨境支付费率从 5%降至 2.8%，推动中小卖家占比从 35%增至 52%。

3.垂直品类品牌化发展趋势明显

随着消费者需求不断提升和市场竞争加剧，中国跨境电子商务行业正逐渐从粗放的铺货模式向垂直品类品牌化模式转型发展。传统的铺货模式虽然能够帮助跨境电子商务卖家快速测试市场和增加销售机会，但由于缺乏核心竞争力，大量SKU管理难度加大，对平台规则的高度依赖等因素，其抗风险能力较弱。中国跨境电子商务行业整体增速放缓，但内部呈现明显的分化，精品类业绩表现显著优于泛品类。

本文选择广东省2024年总营收排名靠前的7家跨境电子商务上市公司作为样本进行分析（见表2）。从业绩表现来看，泛品类公司业绩表现较弱，绝大部分公司利润负增长，且主要源于销售疲软及毛利率下降，反映了其市场竞争力的下滑。其中，来自广东的三态股份2024年实现总营收17.51亿元，归母净利润0.14亿元，同比下降88.38%。吉宏股份实现总营收55.29亿元，同比下降17.41%；归母净利润1.82亿元，同比下降47.28%。华凯易佰实现总营收90.22亿元，归母净利润1.7亿元，同比下降48.77%。

表2 跨境电子商务企业2024年财务数据

企业名称	业务模式	2024年总营收 (亿元)	同比	2024年归母净利润 (亿元)	同比
三态股份	泛品类	17.51	2.97%	0.1437	-88.38%
吉宏股份	泛品类	55.29	-17.41%	1.82	-47.28%
华凯易佰	泛品类	90.22	38.42%	1.7	-48.77%
绿联科技	精品类	61.7	28.46%	4.62	19.29%
致欧科技	精品类	81.24	33.74%	3.34	-19.21%
赛维时代	精品类	102.8	56.60%	2.14	-36.20%
安克创新	精品类	247.1	41.10%	21.1	30.90%

数据来源：wind

精品类公司整体业绩表现明显优于泛品类，呈现出较强韧性，其中安克创新和绿联科技实现了营收和利润双高增，反映了其市场竞争力的增强。具体来看，绿联科技表现不俗，2024年实现总营收61.7亿元，同比增长28.46%；归母净利润4.62亿元，同比增长19.29%。安克创新2024年实现总营收247.1亿元，同比增长41.10%；归母净利润21.1亿元，同比增长30.90%。

未来，跨境电子商务企业将更加注重品牌化、差异化和精细化管理，通过提升品牌形象和品牌价值，提高市场竞争力，赢得更多消费者的青睐。

4.绿色可持续发展成为必然要求

在全球环保意识不断增强的背景下,绿色可持续发展将成为跨境电子商务行业的必然要求。欧盟碳关税(CBAM)覆盖产品占中国对欧出口产品的35%,倒逼企业采用可再生能源物流(如电动货车在东南亚占比已达18%)。循环包装材料使用率提升至27%,减少塑料消耗超120万吨/年。企业需要在产品设计、生产、包装、物流等环节充分考虑环保因素,推动绿色供应链的建设。同时,消费者也越来越倾向于购买环保、可持续的产品,这将促使企业加快绿色转型的步伐。

5.合规化经营成为常态

全球贸易环境不断变化和各国法律法规日益完善,跨境电子商务企业需要更加注重合规化经营。这包括遵守各国的贸易规则、税收政策、知识产权保护等法律法规以及加强内部管理,建立完善的合规制度和流程。

对于在欧洲市场拓展业务的亚马逊卖家来说,VAT(Value Added Tax, 增值税)是一个必须了解且合规处理的重要环节。VAT主要由进口增值税和销售增值税两部分组成,是一种基于商品价值的间接消费税,广泛应用于欧盟国家以及一些其他国家。VAT合规成本占欧洲卖家营收的8%-12%,但合规企业复购率高出行业均值22%。合规化经营不仅有助于企业规避法律风险,还能提升企业的国际形象和信誉度。一些实力较弱的企业将被淘汰,而大型企业将通过并购、重组等方式实现规模扩张和资源优化配置。

四、跨境电子商务人才需求分析

社交媒体和独立站的兴起推动跨境电子商务企业运用社交媒体实现精准网络营销。数字技术应用日益广泛和普及,跨境电子商务从业人员从繁琐的机械性工作上逐渐脱离,聚焦于更高层次的创造性工作和创新实践。市场竞争趋于白热化,行业洗牌加剧的局面使跨境电子商务人才的专业知识、专业技能和综合素质等方面都提出了更高层次的要求。企业对兼具国际化视野与专业技能的复合型跨境电子商务人才的需求日益迫切,市场对人才的需求呈现出日益多元化趋势。

(一) 数据采集与处理

本文选取国内具有代表性的 BOSS 直聘、智联招聘和前程无忧三家招聘平台作为数据来源，以“跨境电商”“跨境电子商务”为关键词，通过网络爬虫技术获取 10387 条岗位招聘信息，每条信息包含公司基本信息、学历要求、工作经验、工作内容和职位描述等字段。考虑到一些公司会同时在多个平台发布相同岗位的招聘信息，本文通过对比后删除重复岗位，最终得到 9012 条招聘信息。

招聘信息的“职位描述”字段中包含了岗位描述、任职要求、福利待遇等多方面内容，无法单独提取任职要求，本文使用 python 中的正则表达式对文本进行切分处理，将文本中包含的“岗位要求”“任职要求”“职位要求”等词，统一替换为“任职要求”，并将“任职要求”作为关键词对职位描述信息进行文本切分。最终对求职者的任职要求分割为：工作经验要求、专业要求、岗位能力要求、专业工具和技能要求。

本文基于词典的分词方法，使用 python 的 jieba 分词包进行中文分词，考虑到招聘信息的任职要求中存在着大量的岗位需求特征的专用词，而常用词典难以对专业要求、专业工具和技能等需求特征的专用词进行分词。对采集的招聘信息进行 TF-IDF 特征提取、高频词筛选、语义近似词扩充以及其他数据源关键词整合等处理。在关键词处理环节，特别补充了其他权威数据源的关键词库，包括专业名称类术语，如“电子商务”“市场营销”“数据科学与大数据技术”等；专业课程类术语，如“市场营销学”“数据库原理”“大数据与商务智能”等；技能类术语，如“PS”“SQL”“Python”等。在原有词典的基础上构建了新的招聘词典。

（二）岗位的类型分布

根据《B2C 跨境电商、跨境快递发展与就业报告（2024）》，在当前中国对跨境电子商务人才的需求主要集中在平台端和服务商端两种基本岗位类型。基础运营岗位的人才需求量最大，约占从业者的 65.4%。跨境电子商务运营工作主要包括产品上新、数据分析、产品营销、网站的排名优化等。此外，根据《2023 年跨境电商职场现状调研报告》，跨境电子商务创业者占比约为 14.6%，美工、客服等岗位占比约为 8.3%。

本文根据跨境电子商务企业业务内容，将岗位分为3类：管理类岗位、技术类岗位、运营类岗位。管理类岗位共1800个，包括产品开发（689个）、客服（475个）、销售（369个）、物流、仓库及供应链管理（267个）。技术类岗位共607个，包括美工（480个）、设计师（85个）、数据分析师（25个）、前端和后端工程师（17个）。运营类岗位共6605个，包括运营（6191个）、选品（157个）、采购（130个）、主播（127个）。

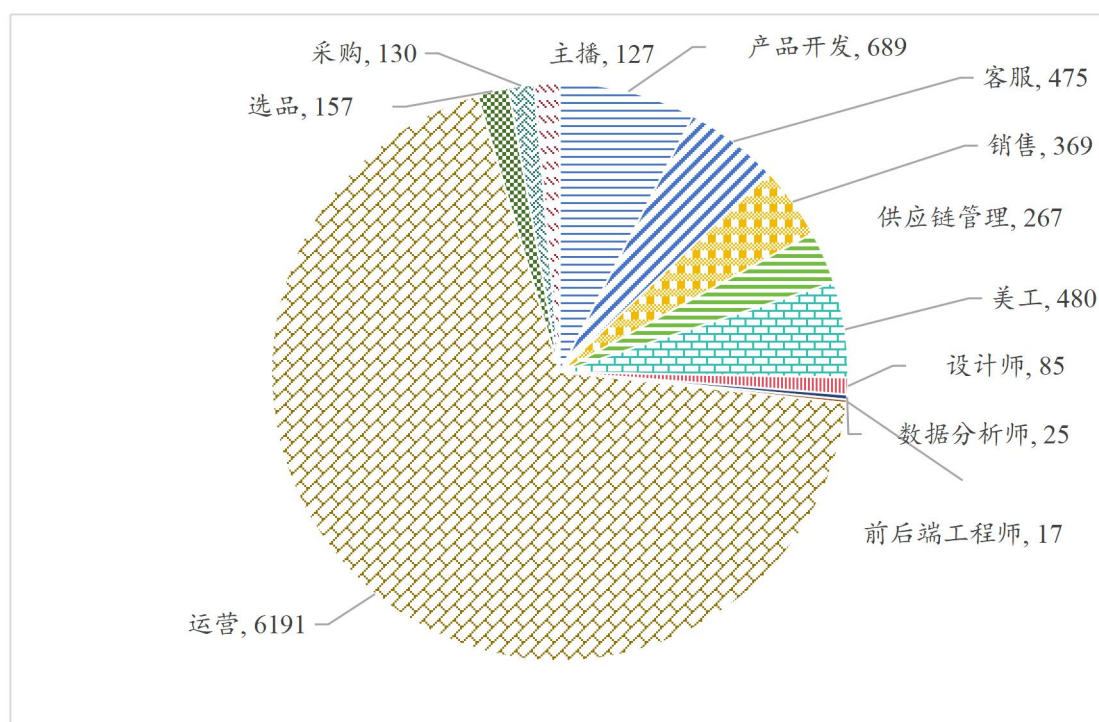


图4 跨境电子商务企业需求岗位

（三）岗位的地域分布

本文对工作岗位所在城市进行统计，发现跨境电子商务相关岗位主要集中在一线城市，排名靠前的城市有：深圳（13.35%）、广州（8.95%）、郑州（6.70%）、杭州（5.12%）、武汉（4.74%）、上海（4.67%）、宁波（4.56%）、北京（4.52%）、成都（4.46%）和天津（4.39%）等，以上城市的岗位占比超过60.00%。

（四）对专业知识的要求

跨境电子商务类岗位的招聘主要面向经济管理类专业。其中，电子商务和跨境电子商务专业的占比最高，达到23.21%；其次是市场营销专业，占比为6.70%；

接着是商务英语（2.91%）、物流管理和供应链管理（2.46%）、国际经济与贸易（0.95%）、经济学（0.20%）、工商管理（0.18%）等。

通过收集跨境电子商务岗位招聘信息可知，企业对于跨境电子商务人才的知识技能要求主要集中在数据分析、电子商务、国际贸易、计算机和市场营销等方面。数据分析技能在跨境电子商务岗位中占据了核心地位，占比高达 33.34%，这表明熟练掌握数据分析软件和具备扎实的数据分析能力的求职者更易受到企业的青睐。紧随其后的是电子商务和国际贸易知识，分别占据了 21.49%和 8.21%的比重，这表明跨境电子商务行业对于电子商务专业知识和国际贸易知识的需求较高。市场营销知识则以 6.70%的占比位列第四，表明在跨境电子商务领域，市场营销策略的制定和实施同样至关重要（见表 3）。

表 3 对专业知识的要求

序号	专业知识	条数	占比	序号	专业知识	条数	占比
1	数据分析	3005	33.34%	11	国际物流	115	1.28%
2	电子商务	1937	21.49%	12	算法	60	0.67%
3	国际贸易	740	8.21%	13	数学	43	0.48%
4	市场营销	604	6.70%	14	统计学	38	0.42%
5	数据库	341	3.78%	15	自动化	37	0.41%
6	计算机	181	2.01%	16	大数据	34	0.38%
7	跨境电子商务	155	1.72%	17	数据挖掘	20	0.22%
8	网络营销	153	1.70%	18	绩效管理	20	0.22%
9	供应链管理	130	1.44%	19	采购管理	20	0.22%
10	商务谈判	125	1.39%	20	信息管理	19	0.21%

（五）对专业工具和技能的要求

本文对跨境电子商务相关任职要求涉及的专业工具和技能进行整理。将求职者需要掌握的专业工具划分为数据处理与分析（如 SAS、SPSS 等）、数据库（如 MySQL、Oracle 等）、办公软件（如 Excel、PPT 等）、编程软件（如 Python、Java 等）和设计工具（如 PS、AI、CDR 等）。管理类、技术类、运营类，这三类岗位对专业工具和技能的需求情况如表 4 所示。从表 4 可以看出三类岗位对专业工具和技能的要求存在一定的差异。总体而言，管理类岗位和运营类岗位主要要求掌握办公软件、常用设计类工具和编程语言，而技术类岗位则要求掌握更加丰富且专业的设计工具、数据库以及编程语言。

表 4 对专业工具和技能的要求

管理类(N=1800)		技术类 (N=607)		运营类 (N=6605)	
Excel	149(8.28%)	PS	469(77.27%)	PS	616(9.33%)
Office	116(6.44%)	AI	276(45.47%)	Excel	595(9.01%)
ERP	113(6.28%)	CDR	148(24.38%)	Office	347(5.25%)
PS	78(4.33%)	PR	83(13.67%)	Word	259(3.92%)
Word	76(4.22%)	C4D	82(13.51%)	AI	206(3.12%)
AI	47(2.61%)	AE	38(6.26%)	PR	177(2.68%)
PR	47(2.61%)	Dreamweaver	33(5.44%)	ERP	121(1.83%)
PPT	29(1.61%)	UI	25(4.12%)	PPT	108(1.64%)
R	17(0.94%)	KeyShot	23(3.79%)	R	72(1.09%)
UI	9(0.50%)	SQL	19(3.13%)	AE	36(0.55%)
AE	8(0.44%)	Python	18(2.97%)	UI	15(0.23%)
SAS	4(0.22%)	Java	15(2.47%)	Python	8(0.12%)
Python	2(0.11%)	MySQL	10(1.65%)	Dreamweaver	8(0.12%)
SQL	2(0.11%)			CDR	5(0.08%)

(六) 对能力素质的要求

从跨境电子商务相关岗位在岗位能力素质核心要求可以看出（见图 5），协调出现频次最高（3498 次），其次是责任心（2685 次），接着是抗压（1432 次）、思维（1388 次）、逻辑（1231 次）、耐心（855 次）、合作（744 次）、敏锐（688 次）等。从岗位能力素质要求分布可以看出，用人单位非常注重求职者的协调能

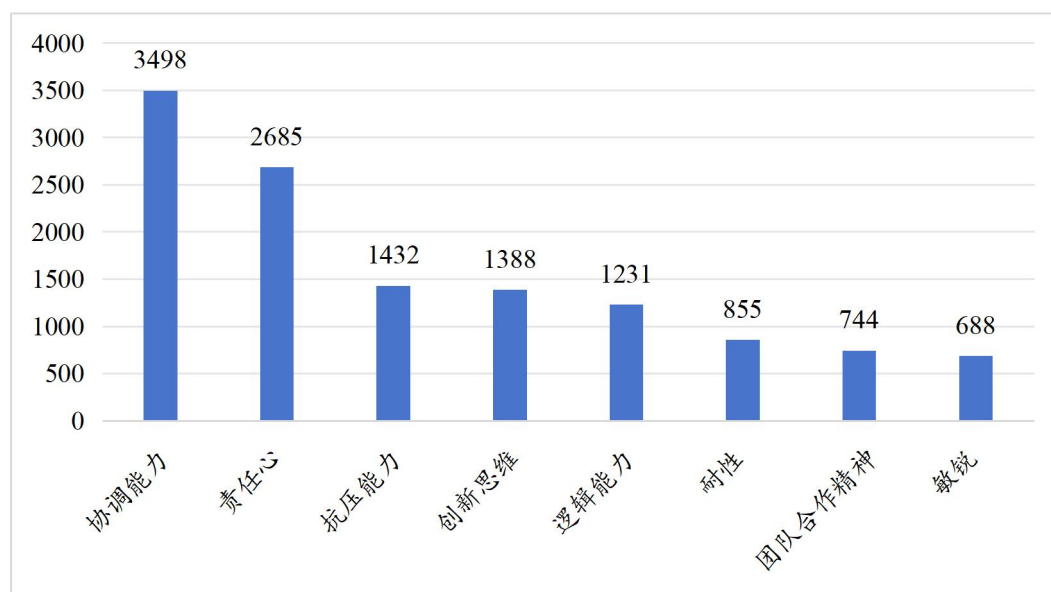


图 5 跨境电子商务相关岗位对能力素质的要求

力、责任心、抗压能力和逻辑思维等方面。协调能力和责任心作为基础能力，是从事跨境电子商务行业的准入门槛。当然，不同岗位也存在差异化需求。技术岗强调系统思维能力以处理复杂数据架构，比较看重思维能力。运营管理岗更侧重在订单峰值、海关突发等场景下的危机处置能力，看重抗压能力。而文化敏锐度等是岗位所要求的增值能力，影响着员工职业发展的上限。

（七）对工作经验的要求

跨境电子商务相关岗位超过三分之二都对工作经验有要求，经验不限的岗位数量占比为 28.78%，其中管理类为 31.33%、技术类为 18.29%、运营类为 29.05%。要求 1 年工作经验的岗位占比 8.59%，具体 3 类岗位相差不大。要求 2-3 年工作经验的岗位占比 46.14%，其中技术类为 57.66%，技术类岗位对求职者工作经验较为看重。要求 4-5 年工作经验的岗位占比 13.48%。要求 5 年以上工作经验的岗位占比 3.01%，具体如表 5 所示。

表 5 跨境电子商务相关岗位对工作经验的要求

经验要求	管理类（N=1800）		技术类（N=607）		运营类（N=6605）	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
经验不限	564	31.33	111	18.29	1919	19.05
1 年	148	8.22	44	7.25	582	8.81
2-3 年	724	40.22	350	57.66	3084	46.69
4-5 年	280	15.56	86	14.17	849	12.85
6-10 年	78	4.33	16	2.64	167	2.53
10 年以上	6	0.33	0	0	4	0.06

五、同类院校专业设置与人才培养情况

（一）同类院校专业设置现状

截至 2025 年，全国已有 100 余所本科高校、300 余所高职院校开设了跨境电子商务专业。本文通过对 391 所（包括民办普通本科 242 所、尚未完成转设的独立学院 149 所）同类院校的调研发现，目前已有 66 所院校开设了跨境电子商务专业，占调研院校总数的 16.88%。这些院校分布在不同地区，办学层次和类型也有所差异。

从区域分布来看，开设跨境电子商务专业的院校主要集中在东部和中部人口较多，跨境电子商务行业较为发达的区域。如山东、广东、江苏、浙江、江西、

湖北等地，具体见图 6 所示。这些地区外向型经济活跃，跨境电子商务企业密集，对相关人才的需求持续增长，促使高校在专业设置上作出快速响应。前四大省份的院校数量合计占比约为 44%，呈现出明显的区域集聚效应。

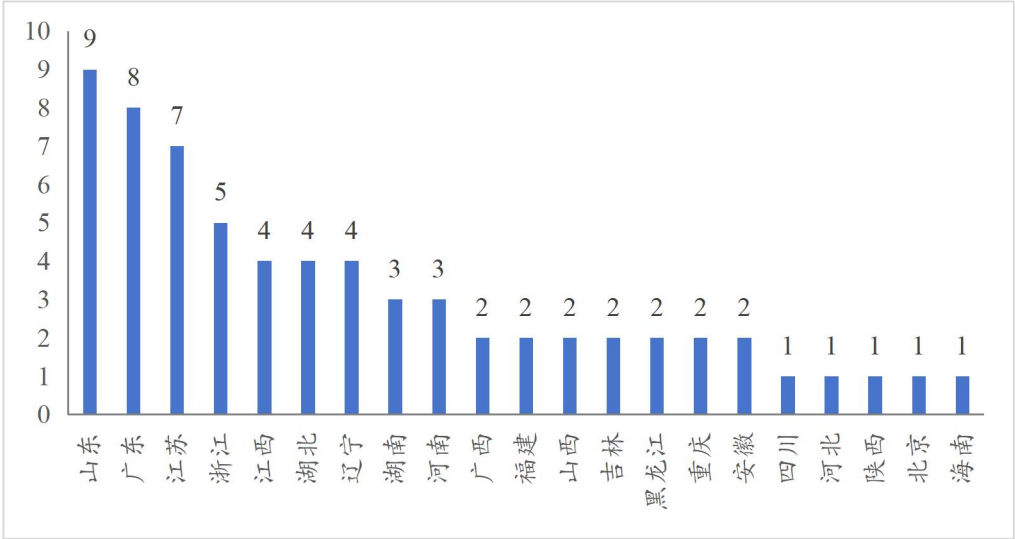


图 6 开设跨境电子商务专业的民办院校地区分布统计

从办学层次来看，普通民办高校占据主导地位，约占 66 所院校的近 70%，而仍处于转设阶段的独立学院约占 30%，见图 7。开设跨境电子商务专业的独立学院虽然数量上略少于民办本科高校，但在推动跨境电子商务专业建设方面同样展现出强劲的内生动力和积极作为。在新文科、新商科背景下，普通民办高校和独立学院共同构成了推动跨境电子商务教育发展的双引擎，为高等教育结构调整和产业人才供给提供了坚实支撑。

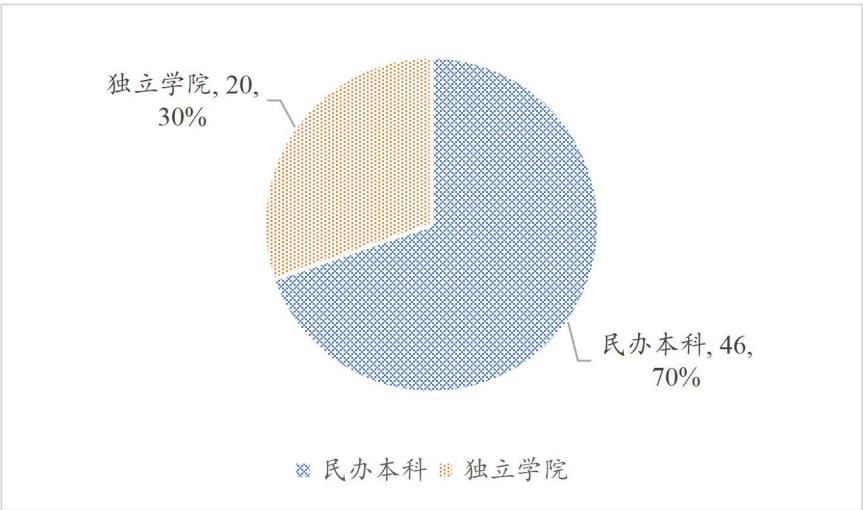


图 7 开设跨境电子商务专业的民办院校办学层次统计

在办学类型方面，财经类和综合类院校是开设跨境电子商务专业的主力军，二者合计占比超过 65%，见图 8。其中，财经类院校在原有国际贸易、国际商务、市场营销、电子商务等传统商科专业的基础上，自然衔接跨境电子商务方向，课程体系完善、融合度高，便于实现课程内容与行业实践的深度对接。综合类院校则凭借学科设置的广泛性与包容性，具备较强的跨学科整合能力，能在跨境电子商务专业建设中引入语言、技术、管理等多元要素，构建更加全面的人才培养体系。这种类型的院校往往在教学资源配置、专业协同发展等方面表现出较强的灵活性和适应性，有助于培养满足不同岗位需求的复合型人才。

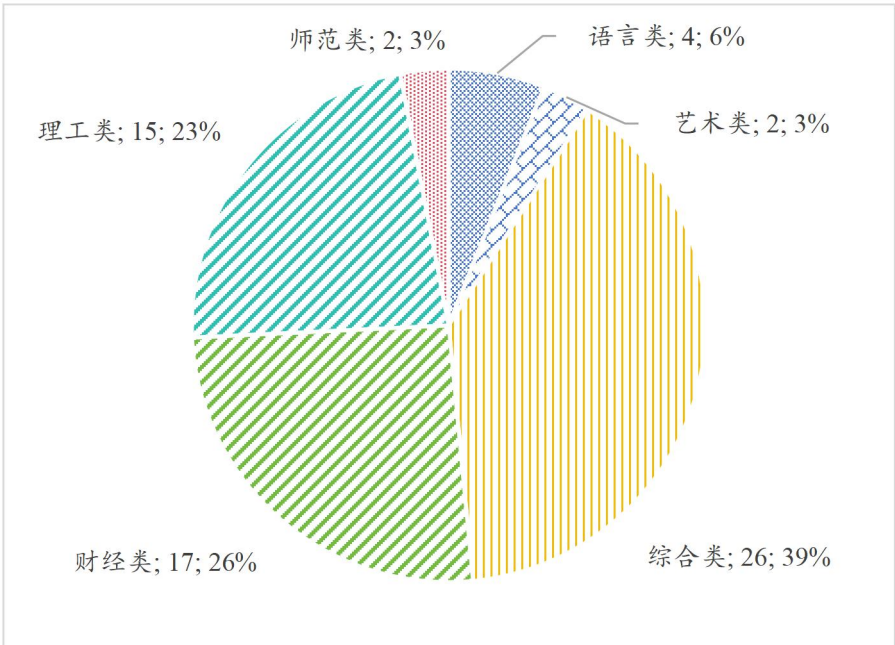


图 8 开设跨境电子商务专业的民办院校类型分布统计

此外，调研还发现部分高校正在尝试跨境电子商务与人工智能、数字媒体、国际物流等方向融合发展的“跨境电商+X”复合型培养路径。注重实践教学平台建设和校企合作项目落地，提升学生的实战能力和国际视野。

总体来看，跨境电子商务专业在民办高校中的快速布局反映出高校对经济社会发展需求的敏锐反应。未来，随着跨境电子商务产业的进一步壮大，相关高校有望在课程体系优化、教师队伍建设、产教融合机制等方面不断探索与创新，推动该专业建设向更高质量发展迈进。

（二）人才培养模式与课程体系

1. 人才培养模式

同类院校在跨境电子商务专业人才培养模式上各具特色,但总体上可分为以下四种类型:

第一种为应用导向型人才培养模式,强调“对接岗位、服务企业”。这类院校普遍面向区域中小跨境企业的用人需求,人才培养目标明确,突出“短周期、快上岗”的培养思路。课程设置以技能实训为核心,实训课比例占比可达 50% 以上。如江西应用科技学院依托阿里巴巴集团优势资源,以企业真实的跨境电子商务项目操作为载体,开展跨境电子商务创业式教学,引用实战型培养模式,让学生在虚拟交易环境中开展选品、上架、发货、售后等全过程操作,学生毕业即能对接一线岗位。北京城市学院则开展“模拟实训—项目实战—岗位实习”的全流程实践教学,开展模拟实训,学生面对真实的海外市场与客户,在敦煌网、E-Bay、Wish 等全球主流跨境电子商务平台进行跨境出口业务实战训练。此外,为增强学生综合服务能力,部分学校还设有“直播运营方向”“平台客服方向”等岗位细化培养路径,促进学生能力与市场需求精准匹配。

第二种为复合型人才培养模式,构建“跨境电商+X”课程体系,打造多维能力模型。当前跨境电子商务已不再局限于传统 B2B 平台操作,而是向品牌营销、内容创意、供应链协同等领域延伸,促使高校更加重视跨学科融合。在此趋势下,多数民办高校以“跨境电商+语言”“+技术”“+艺术设计”“+数据分析”等路径拓展跨境电子商务人才的能力边界。杭州电子科技大学在课程中加入了海外社交媒体营销实训、UI 交互设计、Photoshop、数据基础与应用、外贸 Python 基础应用等复合型课程,实现文、商、技三类人才协同培养。郑州科技学院构建了跨境电子商务平台运营及数据分析、视觉营销、跨境电子商务客服、跨境供应链管理复合能力培养的目标,实施“项目工作坊”+“多导师制”+“专业交叉”教学改革。

第三种为产教融合型人才培养模式,强调深化校企合作、构建真实业务场景。这些高校与阿里巴巴国际站、亚马逊、SHEIN 等平台或服务商建立合作机制,共建课程、共研项目、共设实训基地。广州华商学院建立了跨境电子商务产教融合创新班和创业实验班,依托数字贸易产业学院开展产教融合培养模式,以创新创业能力培养为核心,采用“真实项目驱动+专项启动资金+创业导师全程孵化+

国际化实践”的培养模式。浙江万里学院与宁波（中国）跨境电商综试区、保税区等政府部门，以及亚马逊、eBay、阿里巴巴、wish、豪雅集团等龙头企业合作，采用“2.5+1.5”“3+1”等校政企协同育人模式。这种融合不仅提升了学生的岗位适应力，也推动了专业教师的“双师型”发展，形成校内外协同育人的良性生态。

第四种为国际化导向型人才培养模型，通过对接“一带一路”、RCEP 成员国市场，紧跟区域经济一体化发展趋势。部分外语类或有国际商学院背景的高校注重学生的国际化能力培养，开展双语授课、国际项目交流、中外合作办学等。广西外国语学院紧密结合广西及北部湾经济区的地区发展需求，特别是中国-东盟经济合作背景，培养具有区域特色的跨境电子商务人才。采用“大学英语+东南亚小语种”双语言教学模式，提升学生的跨文化沟通能力。海南三亚学院依托海南自贸港和中国粤港澳大湾区发展机遇，积极对接东盟市场与粤港澳大湾区经济圈，构建具有国际化视野和本地化实践能力的跨境电子商务人才培养体系，还通过国际游学、交换、进修、冬夏令营等项目形式让学生体验国际教育的最前沿。这种模式尤其受到沿海或与港口经济紧密相关区域高校的青睐，既培养学生跨文化交际能力，也为日后出海品牌运营储备国际人才。

2. 课程体系建设

随着跨境电子商务的发展走向精细化、平台化、数字化，高校应根据行业需求，动态调整课程体系结构，构建涵盖国际贸易、电子商务、数字营销、物流供应链等多领域的课程体系。

（1）课程框架体系

多数高校采用分层模块化课程体系。将课程分为：①专业基础模块，涵盖经济学、管理学、会计学等核心课程，为学生奠定坚实的商业逻辑基础，帮助学生构建起对商业领域的宏观认知，理解市场运作的基本规律和企业运营的关键要素，为后续深入学习奠定稳固基石；②专业核心模块：包括跨境电子商务概论、国际贸易实务、跨境电商运营等课程，聚焦于跨境电子商务领域的核心业务流程与关键技能，培养学生在跨境贸易环境下的专业素养和实践能力，使其能够精准把握行业动态，熟练掌握跨境交易的各个环节；③技术工具模块：设置数据库技术、

Web 开发、数据分析等课程，强化学生的技术应用能力，使其能够熟练运用现代信息技术工具，为跨境电子商务业务提供技术支持，提升运营效率和数据分析能力，更好地适应数字化商业环境的需求；④实践模块：通过企业实习、项目实训、竞赛等活动，为学生提供丰富的实践机会，使其将理论知识与实际操作相结合，积累实践经验，提升解决实际问题的能力，增强就业竞争力，同时也为学生的职业发展提供宝贵的实践平台；⑤特色选修模块：开设小语种（如东南亚语言）、独立站开发、跨境直播、知识产权保护等特色课程，满足学生多样化的发展需求，拓宽学生的知识面和视野，培养学生的跨文化沟通能力和创新思维，帮助学生在跨境电子商务领域形成独特的竞争优势。

这种模块化课程设计不仅有助于学生系统地学习专业知识，还能兼顾不同方向的培养需求，使学生在掌握核心技能的同时，能够根据自身兴趣和职业规划进行个性化发展，为未来的职业生涯奠定坚实而多元的基础。

（2）实践教学体系创新

跨境电商行业作为国际贸易数字化转型的典型代表，企业跨境电商岗位需要既掌握国际贸易规则、跨境电商平台运营等专业技能，又具备跨文化沟通、数据分析、数字营销等软实力的复合型人才。

第一，合作机制创新，与跨境电商企业建立长期稳定的合作关系，共同制定人才培养方案、开发实践课程、建设实践基地。宁波大学、浙江万里学院等本科院校与企业、行业协会共同合作开发“跨境电商数据分析”“跨境直播营销”等前沿课程，将行业前沿动态与实践案例有机融入教学内容。同时引入企业资源，邀请宁波跨境电商龙头企业参与培训平台建设，企业提供实践导师、真实业务案例和实习岗位。广州工商学院与阿里巴巴、亚马逊等知名企业联合组建“精英班”或“特色班”，针对特定平台或业务方向进行专项培养。学生在学习过程中能够直接接触到行业前沿技术和实战经验，毕业后可优先推荐到合作企业就业。

第二，项目化课程设计，以真实项目贯穿实践教学全过程。将实践课程围绕真实项目展开，打破传统课程界限，构建项目化课程体系。例如，设置“跨境电商店铺运营项目”“跨境电商产品开发与推广项目”等，学生在完成项目的过程中，综合运用所学知识，解决实际问题。浙江万里学院建立“项目工作坊”，学

生以小组形式参与项目，模拟企业运营流程，从市场调研、选品、店铺搭建到推广销售，全程自主操作。教师和企业导师提供指导和反馈，培养学生团队协作能力和项目管理能力。

第三，以赛促学，将竞赛融入实践教学体系。将全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛、“互联网+”大学生创新创业大赛等各类跨境电商竞赛融入实践教学体系，开设竞赛指导课程，邀请企业专家和竞赛获奖选手进行专题讲座和实战演练。鼓励学生全员参与竞赛，通过竞赛激发学生的学习兴趣和创新思维，培养学生的实践能力和团队合作精神。学校设立专项经费支持学生参赛，对获奖学生给予学分认定和奖励。

（三）就业情况与就业质量

调研结果显示，同类民办院校开设的跨境电子商务专业总体呈现良好发展态势，专业毕业生的总体就业率较高，平均就业率达到 90%以上，部分办学质量较高、实践条件完善的院校毕业生就业率甚至超过 95%。这充分说明跨境电子商务专业已逐步形成较为成熟的产教衔接体系，具备较强的市场适应性。

从就业去向来看，毕业生主要流向跨境电子商务平台企业、外贸公司、电商服务商、品牌方出海业务部门以及海外仓与国际物流企业。其中，入职跨境平台（如阿里国际站、Amazon 等）运营岗、客服岗、选品岗的比例居高，显示出院校在平台技能训练方面的成果。

此外，还有部分学生进入 MCN 机构（多频道网络）、电商直播公司、新兴品牌孵化器等内容导向型企业，参与品牌出海的内容营销与直播带货等环节。值得注意的是，随着跨境独立站和 SaaS 服务平台（如 Shopify、Ueeshop、店匠）的兴起，越来越多毕业生选择加入创业型公司或自主创业，尝试通过社交媒体引流、自建站铺货等方式探索跨境销售的新路径。

从区域分布来看，就业岗位主要集中在广东、浙江、江苏、福建、上海、北京、天津等跨境电子商务产业集群活跃的地区，部分毕业生也选择留在本地城市服务于地方中小企业，助力区域数字贸易发展。

整体来看，跨境电子商务专业已成为民办高校中就业质量较高、市场对接度较强的应用型专业之一。为进一步提升人才质量，建议院校加强校企协同、项目

实战与国际化视野培养，助力学生拓展就业边界，增强就业“含金量”。

六、调研结论

（一）调研结论

1.行业产业发展前景广阔

跨境电子商务作为新兴贸易模式，正处于快速发展阶段，展现出广阔的发展前景。近年来，其市场规模持续扩大，2024 年中国跨境电子商务进出口总额达 2.71 万亿元，同比增长 14%，成为外贸领域的重要增长点。同时，新兴市场如东南亚、拉美、非洲等地区发展迅猛，年增长率远超欧美市场，为行业带来新的增长极。此外，技术创新推动智能化转型，大数据、人工智能等技术广泛应用，助力企业提升运营效率和竞争力。品牌化、绿色化和合规化成为未来发展趋势，进一步推动行业高质量发展。总体来看，跨境电子商务行业在全球经济格局中的重要性不断提升，未来发展前景极为广阔。

2.复合型人才需求旺盛

跨境电子商务行业的快速发展导致人才缺口巨大，市场对专业人才的需求极为迫切。据商务部中国国际电子商务中心报告，目前中国跨境电子商务人才缺口约为 700 万。企业对人才的专业知识和技能要求不断提高，数据分析、电子商务、国际贸易、市场营销等领域成为核心需求。同时，企业还注重求职者的协调能力、责任心、抗压能力和逻辑思维等综合素质。随着行业的精细化和多元化发展，对兼具国际化视野与专业技能的复合型人才需求将持续旺盛，人才培养与行业发展需求之间的矛盾亟待解决。

3.同类院校专业设置与人才培养各具特色

全国已有众多本科院校开设跨境电子商务专业，各院校在专业设置和人才培养模式上各具特色。目前，应用导向型、复合型、产教融合型和国际化导向型人才培养模式并存。部分院校通过“跨境电商+X”复合型培养路径，注重实践教学平台建设和校企合作，提升学生的实战能力和国际视野。例如，一些院校与阿里巴巴、亚马逊等企业合作，开展项目化实践教学，培养学生的实际操作能力。

同时，课程体系不断完善，实践教学创新显著，为学生提供了丰富的实践机会和个性化发展路径。

4.学院增设该专业具有必要性和可行性

跨境电子商务成为我国外贸新引擎，催生了对跨境电子商务人才的需求。以天津市为例，天津市人民政府于 2024 年印发了《天津市推动跨境电商高质量发展实施方案》提出，到 2027 年底，天津市跨境电商经营主体将超过 5500 家。若其中 30%的企业每年需要 1 名跨境电子商务本科毕业生，预计 2027-2032 年间将产生 8250 人的需求缺口。这反映出地方在跨境电商人才储备上面临较大压力，急需高校与企业协同发力，填补人才缺口。跨境电子商务专业正是服务区域发展战略、加快构建更高水平开放型经济新体制的有力举措。目前天津市尚未有高校开设跨境电子商务专业。

国际经济贸易系作为天津财经大学珠江学院历史最悠久的教学单位，已构建起包含国际经济与贸易（天津市一流本科专业建设点）和国际商务两个本科专业的完整学科体系，其中《国际贸易实务》《国际商务》两门校级“金课”的建设经验可直接赋能新专业发展。师资力量雄厚，教研团队在国际贸易领域取得丰硕成果，累计发表学术论文 20 余篇，出版著作教材 6 部，承担各级科研课题 10 余项，具备开展跨境电商跨学科研究的综合实力。实践教学体系完善，拥有配备 SimTrade 外贸实习平台和远恒跨境电商教学实战平台的现代化实验室集群，并与天津海教园大学科技园等 6 家行业领先企业建立了深度校企合作关系。在学科支撑方面，学院形成了以经济学理论框架为基础、管理学跨境电商运营管理能力为支撑、数字广告营销技能为特色的多学科协同体系。这种学科交叉优势为打造“跨境电商+数字营销”特色培养模式创造了独特条件。此外，依托天津自贸区研究院的智库资源和珠江投资集团的产业网络，可为专业建设提供持续的行业支持与案例资源。综合学科积淀、师资力量、实践条件和校企资源等多重优势，国际经济贸易系已具备开设高质量跨境电子商务专业的全方位保障条件。

综上，跨境电子商务专业具有广阔的发展前景和巨大的人才需求潜力，在学院增设跨境电子商务本科专业具有重要的现实意义和可行性。

5. 申请增设专业人才培养方案

天津财经大学珠江学院 跨境电子商务专业人才培养方案

一、专业代码及名称

专业代码：120803T

专业名称：跨境电子商务

二、培养目标

本专业旨在培养践行社会主义核心价值观，具有社会责任感、职业道德和创新精神，主动适应国家经济和社会发展的需要，系统掌握跨境电子商务基本理论和专业知识，具备国际化视野和娴熟的商务英语应用能力，熟悉通行的商业流通规则和惯例，具有创新思维和创业实践能力，拥有跨境电子商务运营和管理能力，具备信息技术与平台操作能力，能在各类跨境电子商务企业、跨境电子商务生态圈、政府部门及社会组织等单位从事跨境电子商务规划、运营、管理等工作的应用型、复合型、创新型人才。

三、培养要求

本专业学生主要学习跨境电子商务、国际贸易、国际营销等方面的基本理论和知识，掌握跨境电子商务全业务流程的实践技能，具备敏锐洞察跨境商业机会和创新性解决跨境电子商务复杂问题的能力。

毕业生应获得以下几方面的知识、能力和素质：

（一）掌握跨境电子商务的基础理论和业务流程，熟悉国际贸易、数字经济、供应链管理、跨文化交流等方面的专业知识；

（二）能够熟练运用跨境电子商务平台运营的工具和技术，解决跨境电子商务运营中的数据分析、网络推广、采购与供应链管理、支付结算、客户关系管理等方面的问题；

（三）具备国际视野和跨文化商务沟通能力，理解并尊重不同国家和地区的商业环境与文化差异，能够和来自不同国家和地区的团队成员有效合作；

（四）具备创新思维能力，对跨境电子商务领域的模式创新、产品创新、流程创新、制度创新保持开放态度，能够用新思维、新方法来分析和解决跨境电子商务领域的新问题；

（五）具有较好的职业素养，能够在实践中理解并遵守跨境电子商务的职业规范和职业道德；

（六）掌握文献检索、资料查询的基本方法，初步具备应用科学范式分析跨境电子商务领域科学问题或应用问题的能力。

四、主干学科

管理学、经济学。

五、主要课程

管理学、国际商务、国际贸易实务、跨境电子商务概论、国际市场营销、跨境电子商务支付与结算、跨境电商法律与法规、跨境采购与供应链管理、商务函电等。

六、主要实践性教学环节

本专业的实践教学体系为：理论与实践相结合，实验课程与社会实践相结合。跨境电子商务专业的实践教学环节由实验课程、实践活动课程、创新创业实践课程 3 种类型构成。其中，实验课程有：国际贸易综合实训、跨境电子商务综合实训、视频剪辑与制作、商品图片处理、跨境电商数据分析，主要进行专业方面的实践能力训练；实践活动课程包括毕业实习、毕业论文等。创新创业实践课程包括创新创业与专业实践、创新与知识产权、跨境直播等。

七、学制与学分要求

实行以学分制为基础的弹性学制，基本学习年限为四年，最长为六年。本专业 156 学分，学生要修满教学计划内规定的全部课程学分。

八、授予学位

管理学学士学位。

九、学程时间安排表（以周计）

学年	学期	课堂教学	军事训练	毕业实习、毕业论文（设计）	考试	机动	合计
第一学年	一	14	3		1	2	20
	二	18			2		20
第二学年	三	18			2		20
	四	18			2		20
第三学年	五	18			2		20
	六	18			2		20
第四学年	七	12		8	0		20
	八	0		12	0	4	16
合计		116	3	20	11	6	156

备注：第一学期学程时间安排视新生报到时间具体确定。

十、课程设置及学时、学分构成表（一）

课程结构		学分构成		学时构成		备注
		理论学分	实践学分	理论学时	实践学时	
通识教育课程	公共必修课程	55	6	790	316+3 周	
	公共选修课程（素质拓展课程）	6	0	192	0	
专业教育课程	专业基础课程	16	0	258	0	
	专业核心课程	30	0	540	0	
	专业选修课程	12	0	216	0	
实践与创新教育课程	创新创业课程	0	6	0	126	
	实践（实验）课程	0	25	0	252+20 周	
合计		119	37	1996	694+23 周	
		156		2690+23 周		

课程设置及学时、学分构成表（二）

课程结构		学分构成		学时构成		学分构成
		理论学分	实践学分	理论学分	实践学分	
必修课程	通识教育课程	55	6	790	316 +3 周	
	专业教育课程	46	0	798	0	
	实践与创新教育课程	0	31	0	378+20 周	
选修课程	通识教育课程	6	0	192	0	
	专业教育课程	12	0	216	0	
	实践与创新教育课程	0	0	0	0	
合计		119	37	1996	694+23 周	
		156		2690 +23 周		

十一、教学计划总表

课程结构		课程代码	课程名称	学分	学时分配			周学时	开课学期	考核	
					总学时	理论	实践				
通识教育课程	公共必修课程	23054001	大学英语 4-1	2	28	28	0	2	1	考试	
		23080001	大学体育 4-1	1	28	0	28	2	1	考查	
		23062001	计算机基础 2-1	3	42	22	20	3	1	考查	
		23070001	思想道德与法治	3	48	32	16	3	1	考查	
		23063001	微积分 2-1	4	56	56	0	4	1	考试	
		23052602	应用文写作	2	36	36	0	2	7	考查	
		23054002	大学英语 4-2	2	36	36	0	2	2	考试	
		23080002	大学体育 4-2	1	36		36	2	2	考查	
		23062002	计算机基础 2-2	2	36	20	16	2	2	考查	
		23090001	心理健康教育	2	32	24	8	2	3	考查	
		23070103	中国近现代史纲要	3	54	36	18	3	2	考查	
		23063002	微积分 2-2	4	72	72	0	4	2	考试	
		23054003	大学英语 4-3	3	54	54	0	3	3	考试	
		23080003	大学体育 4-3	1	36	0	36	2	3	考查	
		23070104	马克思主义基本原理	3	54	36	18	3	3	考查	
		23063003	线性代数	3	54	54	0	3	3	考试	
		23054004	大学英语 4-4	3	54	54	0	3	4	考试	
		23080004	大学体育 4-4	1	36	0	36	2	4	考查	
		23070105	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	3	54	36	18	3	4	考查	
		23063004	概率论与数理统计	3	54	54	0	3	4	考试	
		23070106	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	54	36	18	3	5	考查	
		23070007	劳动教育	1	18	2	16	1-4 学期		考查	
		23021001	职业规划与就业创业指导	1	18	18	0	1	7	考查	
		23070008	国家安全教育	1	16	16	0	1	1	考查	
		23070006	形势与政策	2	64	32	32	1-8 学期		考查	
		23070102	军事理论	2	36	36	0	2	1	考查	
	23070101	军事训练	2	3 周	0	3 周	0	1	考查		
		公共选修课程	素质拓展课程任意选修 6 门		6	192	192	0	任意学期		考查
		小计			67	1298+3 周	982	316+3 周	-	-	-
专业教育课程	专业基础课程	1912010001	专业先导课	1	8	8	0	2	1	考查	
		23014101	政治经济学	2	28	28	0	2	1	考查	
		23014104	微观经济学	3	42	42	0	3	1	考试	
		23014107	宏观经济学	3	54	54	0	3	2	考试	
		23011101	金融学	2	36	36	0	2	5	考查	
		23060001	统计学	2	36	36	0	2	5	考查	
		23060002	计量经济学	2	36	36	0	2	6	考试	
		23070109	习近平总书记关于社会主义社会建设重要论述	1	18	18	0	2	6	考查	

专业教育课程	专业核心课程	23012213	管理学	3	54	54	0	3	2	考试
		23012214	会计学	2	36	36	0	2	3	考查
		23032501	国际商务	3	54	54	0	3	3	考试
		23012218	数字经济学	3	54	54	0	3	4	考查
		23012215	跨境电子商务概论	2	36	36	0	2	4	考试
		23012203	国际市场营销	3	54	54	0	3	4	考试
		23012204	跨境支付与结算	2	36	36	0	2	5	考试
		23031502	跨境电商法律与法规	2	36	36	0	2	6	考试
		23012216	跨境采购与供应链管理	2	36	36	0	2	5	考查
		23012207	国际贸易实务	3	54	54	0	3	3	考试
		23012211	商务函电	4	72	72	0	4	4	考试
		23012212	跨境电商论文写作	1	18	18	0	2	7	考查
	专业选修课程	23012311	国际经济学	2	36	36	0	2	5	考试
		23012302	国际贸易学							
		23012305	跨境电商视觉营销	2	36	36	0	2	6	考查
		23012312	网站设计与开发							
		23012313	跨境电商文案策划	2	36	36	0	2	6	考查
		23012314	数据库应用							
		23012315	国际经贸地理	2	36	36	0	2	7	考查
		23012316	国际市场分析							
		23012317	网络营销	2	36	36	0	2	5	考查
		23012318	跨境客户关系管理							
		23012307	商务英语听说	2	36	36	0	2	6	考试
		23012319	跨境电商英语							
	小计				58	1014	1014	0	61	-
实践与创新教育课程	创新创业课程	23012401	创新创业与专业实践	2	36	0	36	2	3	考查
		23012404	创新与知识产权	2	36	0	36	2	6	考查
		23012402	跨境直播	1	18	0	18	2	4	考查
		23012403	专业就业指导	1	18	0	18	4-7 学期		考查
	实践（实验）课程	23012405	国际贸易综合实训	3	54	0	54	3	4	考查
		23012504	跨境电商实训	3	54	0	54	3	5	考查
		23012502	视频剪辑与制作	3	54	0	54	3	6	考查
		23012505	商品图片处理	3	54	0	54	3	6	考查
		23012506	跨境电商数据分析	3	54	0	54	3	7	考查
		23012507	毕业实习	4	20 周			7-8 学期		-
		23012508	毕业论文（设计）	6						-
	小计				31	378	0	378+20 周	20	-
合计				156	2690+23 周	1996	694+23 周	-	-	-

6. 教师及课程基本情况表

6.1 专业核心课程表

课程名称	课程总学时	课程周学时	拟授课教师	授课学期
国际贸易实务	54	3	李宏、王伟	3
跨境电子商务概论	36	2	郑颖、王实倩	4
数字经济学	54	3	李志辉、梁晶	4
管理学	54	3	刘佳鑫、王丹	2
国际商务	54	3	封骁	3
国际市场营销	54	3	穆琳	4
跨境支付与结算	36	2	张鑫、王实倩	5
跨境电商法律与法规	36	2	王岚	6
跨境采购与供应链管理	36	2	朴光范	5
会计学	36	2	徐立文	3
商务函电	72	4	封骁	4
跨境电商论文写作	18	2	刘晶	7

6.2 本专业授课教师基本情况表

姓名	性别	出生年月	拟授课程	专业技术职务	最后学历 毕业学校	最后学历 毕业专业	最后学历 毕业学位	研究领域	专职/兼职
李宏	男	1963-04	国际贸易实务	教授	南开大学	世界经济	博士	跨国 公司	兼职
王伟	女	1982-08	国际贸易实务	教授	天津财经大学	国际贸易学	博士	货物贸易	专职
郑颖	女	1984-02	跨境电子商务概论	副教授	天津财经大学	国际贸易学	博士	数字 贸易	专职
王岚	女	1982-10	跨境电商法律与法规	教授	南开大学	世界经济	博士	数字 贸易 规则	兼职
李志辉	男	1959-01	数字经济学	教授	南开大学	经济学	博士	数字 经济	兼职
徐伟	女	1982-04	跨境电商文案策划	教授	天津财经大学	企业管理	硕士	媒体融合	专职
魏娜	女	1982-04	跨境电商视觉营销	教授	天津美术学院	美术学	硕士	文化创意 设计	专职
徐立文	男	1985-12	会计学	副教授	天津财经大学	管理学	博士	管理 会计	专职
刘佳鑫	男	1982-09	管理学	教授	河北工业大学	技术经济及管理	博士	公司治理	专职
刘晶	女	1982-08	创新与知识产权	副教授	南开大学	世界经济	博士	国际技术 贸易	兼职
穆琳	女	1979-12	国际市场营销学	副教授	南开大学	企业管理	博士	国际 营销	兼职
付帅	男	1985-11	商品图片处理	副教授	天津美术学院	综合美术	硕士	文化创意 产业设计	专职
梁晶	女	1985-06	数字经济学	副教授	东北师范大学	经济学	硕士	数字经济 分析	专职
刘莎莎	女	1986-06	商品图片处理	副教授	天津师范大学	艺术设计	硕士	新媒体传 播技术	专职
张鑫	男	1984-03	跨境支付与结算	副教授	江西理工大学	计算机	硕士	网络 安全	专职
王丹	女	1982-04	管理学	副教授	马来西亚 理科大学	管理学	硕士	电商平台 消费者行 为	专职
朴光范	男	1983-01	跨境采购与供应链管理	讲师	韩国朝鲜 大学	国际贸易	博士	跨境物流 管理	专职

高升	女	1988-03	数据库应用	讲师	西南大学	软件工程	硕士	大数据应用	专职
封晓	女	1985-03	商务函电	讲师	天津财经大学	国际贸易学	硕士	国际商务谈判	专职
王实倩	女	1992-12	跨境电子商务概论	讲师	暨南大学	国民经济学	硕士	数字贸易	专职

6.3 教师及开课情况汇总表

专任教师总数	15		
具有教授（含其他正高级）职称教师数	7	比例	35.00%
具有副教授及以上（含其他副高级）职称教师数	16	比例	80.00%
具有硕士及以上学位教师数	20	比例	100.00%
具有博士学位教师数	10	比例	50.00%
35岁及以下青年教师数	1	比例	5.00%
36-55岁教师数	17	比例	85.00%
兼职/专任教师比例	5:15		
专业核心课程门数	12		
专业核心课程任课教师数	15		

7. 专业主要带头人简介

姓名	李宏	性别	男	专业技术职务	教授	行政职务	专业带头人
拟承担课程	国际贸易实务、国际经济学			现在所在单位	天津财经大学珠江学院		
最后学历毕业时间、学校、专业		2001年毕业于南开大学世界经济专业					
主要研究方向		全球价值链、国际贸易与投资、区域经济一体化					
从事教育教学改革研究项目及获奖情况（含教改项目、研究论文、慕课、教材等）		1. 2017年获得天津市优秀科技工作者； 2. 第十七届天津市社会科学优秀成果奖获奖三等奖； 3. 《国际贸易理论与实务》（第二版），主编，电子工业出版社，2015年1月； 4. 《国际贸易理论与实务》，主编，电子工业出版社，2010年8月； 5. 《国际贸易理论与政策》，主编，清华大学出版社，2009年6月； 6. 《国际经济学》，主编，中国商务出版社，2006年9月； 7. 《跨国公司在华人力资源管理研究》，合著，南开大学出版社，2005年9月。					
从事科学研究及获奖情况		1. 发表《低碳建设能否助力中国城市全球价值链攀升——地位和位置的双重考察》，《现代财经（天津财经大学学报）》，第一作者，2024年； 2. 发表《国内市场规模与制造业企业出口技术复杂度》，《统计与决策》，第三作者，2023年； 3. 发表《进口机器人应用对中国企业出口国内技术含量影响的研究》，《世界经济研究》，第三作者，2023年； 4. 发表《数字化转型对企业成本加成率的影响研究》，《湖南大学学报（社会科学版）》，第一作者，2023年； 5. 发表《国内市场规模扩大提升了出口国内附加值率吗？——来自中国城市的经验证据》，《云南财经大学学报》，第一作者，2023年； 6. 发表《“中欧班列”开通对中国企业出口国内附加值率的影响研究》，《国际经贸探索》，第三作者，2023年； 7. 发表《网络基础设施建设与企业全球价值链嵌入——基于“宽带中国”战略的准自然实验》，《国际商务（对外经济贸易大学学报）》，第一作者，2023年； 8. 发表《企业嵌入全球价值链的创新路径选择：“渐进式”抑或“突破式”创新》，《国际经贸探索》，第一作者，2022年； 9. 发表《城市低碳治理对企业出口国内附加值率的影响》，《国际贸易问题》，第一作者，2022年； 10. 发表《市场规模优势对制造业全球价值链地位的影响》，《商业研究》，第一作者，2022年； 11. 发表《海外业务提升了文化企业全要素生产率吗？——来自中国文化上市企业的经验证据》，《天津师范大学学报（社会科学版）》，第一作者，2022年； 12. 发表《数字化转型提高了制造业出口技术复杂度吗？——基于国家信息化发展战略的拟自然实验》，《山西大学学报（哲学社会科学版）》，第一作者，2021年； 13. 发表《专利质量对企业出口竞争力的影响机制：基于知识宽度视角的探究》，《世纪经济》，第一作者，2021年； 14. 发表《我国OFDI逆向技术溢出对国内产品质量的影响》，《现代财经（天津财经大学学报）》，第一作者，2020年； 15. 发表《中美贸易摩擦对中国制造业全球价值链分工地位的影响》，《财贸研究》，第一作者，2020年； 16. 发表《全球价值链嵌入促进了产业结构合理化吗——基于中国70个大中城市的研究》，《当代财经》，第一作者，2020年； 17. 发表《汇率变动对中国制造业进出口技术复杂度的影响分析》，《世界经济研究》，第一作者，2020年；					
近三年获得教学研	1			近三年获得科学研究经	20		

究经费 (万元)		费（万元）	
近三年给 本科生授 课课程及 学时数	授课国际经济学课程学时60	近三年指导 本科毕业设 计（人次）	5

姓名	王伟	性别	女	专业技术职务	教授	行政职务	经济学院副院长
拟承担课程	国际贸易实务			现在所在单位	天津财经大学珠江学院		
最后学历毕业时间、学校、专业		2016年毕业于天津财经大学国际贸易学专业					
主要研究方向		数字贸易、贸易便利化					
从事教育教学改革研究及获奖情况（含教改项目、研究论文、慕课、教材等）		1. 天津财经大学珠江学院，《国际贸易实务线上线下混合教学模式研究》，2022年-2023年，已结项，主持人； 2. 天津财经大学珠江学院，《独立学院毕业论文改革探索——以经管类专业为例》，2017年-2018年，已结项，主持人； 3. 天津市教育委员会，《京津冀一体化背景下高等教育协同发展的对策研究》，2016年，已结项，主持人。					
从事科学研究及获奖情况		1. 发表《天津自贸试验区抢抓RCEP的机遇与对策研究》，社科联咨政要报，独立作者，2022年； 2. 发表《双碳背景下我国出口竞争力测度与提升路径》，商业经济研究，第一作者，2022年； 3. 发表《供应链安全与便利视域下中国海关AEO信用制度建设的新思考》，征信，第一作者，2020年； 4. 发表《国际贸易单一窗口与传统贸易监管模式的比较研究》，征信，第一作者，2019年； 5. 发表《贸易单一窗口对中国出口竞争力影响的实证分析》，统计与决策，第一作者，2017年； 6. 发表《国际贸易单一窗口研究述评与展望》，价格月刊，独立作者，2017年； 7. 发表《AEO制度对供应链安全的影响及对策》，中国流通经济，独立作者，2015年； 8. 天津市哲学社会科学规划办，《“一带一路”贸易自由化与便利化的经济效应研究》，2018年-2021年，已结项，主持人； 9. 天津市哲学社会科学规划办，《贸易单一窗口对中国出口竞争力的影响机制研究》，2016年-2017年，已结项，主持人； 10. 出版《贸易单一窗口对中国出口竞争力的影响研究》，对外经济贸易大学出版社，2017年，独著。					
近三年获得教学研究经费（万元）	4.2			近三年获得科学研究经费（万元）	5		
近三年给本科生授课课程及学时数	授课国际贸易实务课程学时300			近三年指导本科毕业设计（人次）	30		

姓名	郑颖	性别	女	专业技术职务	副教授	行政职务	国贸系副 主任
----	----	----	---	--------	-----	------	------------

拟承担课程	跨境电子商务	现在所在单位	天津财经大学珠江学院
最后学历毕业时间、学校、专业	2022年毕业于天津财经大学国际贸易学专业		
主要研究方向	数字贸易、国际经济合作		
从事教育教学改革研究及获奖情况（含教改项目、研究论文、慕课、教材等）	1. 天津财经大学珠江学院，《应用型本科跨境电商创新创业人才培养模式》，2017年，已结项，主持人； 2. 天津财经大学珠江学院，《国际经济合作课程改造项目》，2018年，已结项，主持人； 3. 天津财经大学珠江学院，《商务礼仪选修课建设项目》，2018年，已结项，主持人； 4. 《跨境电商运营实务》入选天津财经大学珠江学院2022年校级课程思政示范课程名单； 5. 发表《跨境电商创业型人才培养模式》，现代营销，第一作者，2018年； 6. 《国际经济合作》，上海财经大学出版社，参编，2018年； 7. 2022年，获第十一届全国POCIB外贸从业能力大赛“优秀指导教师”一等奖； 8. 2022年，获“第三届全国新零售技能大赛”优秀指导教师二等奖； 2018年，获天津财经大学珠江学院，“第九届青年教师教学基本功竞赛暨说课比赛”一等奖。		
从事科学研究及获奖情况	1. 发表《长期贸易关系下劳动力成本对出口价格的影响——兼论专用性资产的调节效应》，当代财经，第一作者，2021年； 2. 发表《价格离散对出口贸易关系稳定的影响》，产业经济研究，第二作者，2020年； 3. 发表《跨境电商物流解决方案比较与选择》，中外企业家，第一作者，2018年； 4. 发表《基于合作研发组织下的隐性契约稳定性比较》，财经问题研究，第一作者，2008年； 5. 天津市社会科学界联合会，《“天津松江股份有限公司”专题调研项目》，2018年，已结项，主持人； 6. 天津市哲学社会科学规划办，《“一带一路”贸易自由化与便利化的经济效应研究》，2018年-2021年，已结项，第三参与人； 7. 天津市人民政府合作交流办公室，《精准招商项目：挖掘招商引资持续增长新动能》，2017年，已结项，第三参与人。		
近三年获得教学研究经费（万元）	0.8	近三年获得科学研究经费（万元）	3
近三年给本科生授课课程及学时数	授课跨境电子商务课程学时320	近三年指导本科毕业设计（人次）	30

8. 教学条件情况表

可用于该专业的教学设备总价值（万元）	167.93	可用于该专业的教学实验设备数量（千元以上）	312（台/件）
开办经费及来源	247.5万元，经费来源为在校生学费、住宿费		
生均年教学日常运行支出（元）	1600		
实践教学基地（个）（请上传合作协议等）	6		
教学条件建设规划及保障措施	1. 教学条件建设规划 一是建设跨境电商模拟实训室。整合现有实验室资源，更新设备与软件，模拟真实跨境交易场景，提升学生实操能力； 二是打造专业教学资源库。建立跨境电商知识图谱，制定跨境电商相关图书资料专项采购计划，满足专业教学与学术研究需求； 三是加强师资队伍建设和引进跨境电商领域的专家和行业精英，充实教师队伍。组织专任教师定期赴跨境电商企业挂职锻炼； 四是与更多优质跨境电商企业深度合作，签订合作协议，建立校外实习基地。安排学生参与真实项目，积累经验，助力学生顺利就业。 2. 保障措施 一是资金设施保障。2025年建设数字贸易和金融科技联合创新实验室，包括136.8万元的硬件建设和184.17万元的教学软件配备。 二是师资保障。引进跨境电商领域专家1-2名，每年选派3-5名教师赴跨境电商企业挂职锻炼，打造“双师型”教学团队。 三是管理保障。成立由院领导牵头、专业骨干教师和企业代表组成的跨境电商电子商务专业建设小组，每季度召开一次工作推进会。 四是监督评估。评建办和教务部制定详细的建设目标评估指标体系，邀请行业专家每季度对教学条件建设情况进行评审。		

主要教学实验设备情况表

教学实验设备名称	型号规格	数量	购入时间	设备价值（千元）
电脑	联想M4500	1	2016年	5
电脑	清华同方	122	2016年	445
电脑	华硕D640MB	54	2019年	215.6
电脑	华硕D6系列	96	2020年	396
服务器	X3650M5	1	2016年	41.7
服务器	联想SR650	4	2020年	188.9
交互式触摸一体机	长虹84寸	4	2020年	164
交互一体机	海康威视	3	2023年	31.2
投影仪	索尼VPL	2	2016年	24
投影仪	SONYVPL	2	2019年	31.78
投影仪	SONYVPL	2	2020年	31.78
交换机	H3C S5130-28S	1	2019年	7.5
交换机	H3C S5130-28S	1	2020年	7.5
交换机	H3C S5130-54S	1	2019年	12
交换机	H3C S5130-54S	2	2020年	24
电视机	索尼U9+	1	2016年	5.2
UPS电源	山特SANTAK C2K	1	2016年	2.7
UPS电源	三特C6KR+B7201	2	2020年	19
网络中控	奕星YX	3	2020年	13.2
推拉式互动白板	九富定制	3	2019年	11.4

金属画幕框	至尊120英寸	6	2019年	1.8
网络中控	奕星YX	3	2020年	13.2
推拉式互动白板	九富定制	3	2019年	11.4
金属画幕框	至尊120英寸	6	2019年	1.8

校内专业设置评议专家组意见表

总体判断拟开设专业是否可行		☒ 是 ☐ 否
理由: 天津财经大学津滨学院拟设置的“跨境电子商务”本科专业, 符合我国跨境电子商务快速发展新要求, 契合天津市作为北方经济中心和开放口岸的区位优势, 能为区域经济发展提供重要人才支撑, 该专业以国际贸易为基础, 融合经济学、管理学、广告传媒等多学科知识, 定位清晰, 课程设置合理, 人才培养方案科学规范, 注重实践能力培养, 与行业需求紧密结合。 学院已具备良好的办学条件, 包括充足的经费支持、完善的教学用房、丰富的图书、先进的仪器设备以及稳定的实习基地。同时, 学院组建了高素质的专任教师队伍和教辅人员, 能为专业发展提供坚实保障。该专业设置与学院办学定位高度契合, 建议同意设置“跨境电子商务”本科专业, 助力学院学科发展与人才培养, 推动天津市跨境电商产业高质量发展。经专家组评议, 一致赞同向教育部申报增设该本科专业。		
拟招生人数与人才需求预测是否匹配		☒ 是 ☐ 否
本专业开设的基本条件是否符合教学质量国家标准	教师队伍	☒ 是 ☐ 否
	实践条件	☒ 是 ☐ 否
	经费保障	☒ 是 ☐ 否
专家签字: 