

AIGC 技术助力电子商务人才培养： 模式创新与实践路径

阮伟卿

威海职业学院，山东 威海 264210

DOI:10.61369/ETI.2025090028

摘 要：随着 AIGC 在电子商务行业的广泛发展，高职电子商务人才培养正经历深刻变革，需重构人才能力框架。现有的培养模式在培养目标、课程体系等方面存在滞后性，面对 AIGC 带来的新兴岗位需求与技能要求，现有培养体系难以有效适配。为此，提出 AIGC 技术赋能电子商务人才培养新模式与实践路径。通过构建课程体系、改革教学方法、进行智能评价和培养创新思维等措施，培养掌握 AIGC 技术且具备商业思维的复合型电子商务技能型人才。

关 键 词： AIGC 技术；电子商务人才培养；智能型人才

AIGC Technology Facilitates E-commerce Talent Cultivation: Model Innovation and Practical Paths

Ruan Weiqing

Weihai Vocational College, Weihai, Shandong 264210

Abstract： With the extensive development of AIGC in the e-commerce industry, the cultivation of e-commerce talents in higher vocational colleges is undergoing profound changes, and the framework of talent capabilities needs to be reconstructed. The current training model lags behind in terms of training objectives and curriculum systems. In the face of the emerging job demands and skill requirements brought by AIGC, the existing training system is difficult to effectively adapt. To this end, a new model and implementation path for empowering e-commerce talent cultivation with AIGC technology are proposed. Through measures such as constructing a curriculum system, reforming teaching methods, conducting intelligent evaluation and cultivating innovative thinking, we aim to cultivate compound e-commerce skilled talents who master AIGC technology and possess business thinking.

Keywords： AIGC technology; e-commerce talent cultivation; intelligent talent

引言

习近平总书记指出，人工智能是引领科技革命和产业变革的战略性技术，有很强“头雁”效应。AI 重构生产要素配置、催生新产业形态、提升全要素生产率，引领技术经济范式转换，为经济高质量发展注入创新动能。当前，我国人工智能行业应用进入规模化落地关键期，但人才供给面临结构性挑战。数智时代知识生产、存储、传播和应用正系统性重构，职业教育面临前所未有的挑战。

以知识传授和培养职业能力为核心的职业教育，借助数智赋能，正朝培养学生终身职业发展能力的智慧化转型。如何运用数智技术，实现产业链、教育链、人才链、创新链深度融合，培养具备跨学科知识整合能力、能系统批判创新解决问题且可持续发展的“知行合一、德技并重”职业技能型人才，是职业教育亟待解决的问题。

一、AIGC 在电子商务行业的应用

（一）人工智能技术的发展现状

近年来，人工智能在博弈学习、自然语言处理、图像识别等领域展现出超过人类表现的潜力，正在迈向人机共生时代^[1]。斯

坦福大学发布的《2025 年 AI 指数报告》显示，AI 代理在短时任务（如编程）中超越人类，但长时任务仍落后，60% 人预期 AI 改变工作方式。

大模型通用问题求解和泛化能力拓展了行业应用。人工智能进入高速成长期，呈现“技术创新—产业转化—行业应用”加速

迭代特征。2025年国务院关于《深入实施“人工智能+”行动的意见》提出，推动人工智能重塑生产生活范式，提升电商生活服务品质，拓展体验消费、个性消费、认知和情感消费等服务消费新场景。

AI智能推理机制不完善、缺乏精准性，影响应用效果。大语言模型内容基于概率推理，训练数据存在“关联断裂”与“层级混乱”，易产生“知识幻觉”。推理过程不透明、决策难解释，限制了其在部分领域的信任度和应用。面对特定行业问题时难以给出精准答案，需要通过多种方法优化，提高生成结果的可控性，实现从“智能黑盒”走向“可信系统”^[2]。

文化、商贸和电子商务等行业对生成内容容错空间大，生成式AI能快速落地。《中国人工智能应用发展报告（2025）》显示，商业服务等对知识和创意需求高的领域对AI使用效果反馈较好。

（二）电子商务行业特点

信息技术的发展，深刻影响和决定了电子商务的业态、经营模式和经营范式。电子商务是数字经济和实体经济的重要组成部分，处在国民经济循环体系中的流通环节，目标供需匹配，提高流通效率。电子商务除了物流是实物流动以外，资金流、商流，都能以信息流的形式

流通。信息流是以数字、文字、图片、视频、直播等数据的形式交互，数据成为电子商务重要的生产要素和生产资料，算法称为重要的生产力。

在电子商务活动中，供需双方围绕着商品，基于规则和算法，进行信息交换，目标是供需匹配、降本提质增效。平台和规则不同，信息交换载体不同，形成不同的电商模式和职业形态，比如，天猫、京东的货架电商，移动时代的拼多多、小红书和抖音的内容电商、社交电商等。随着人工智能+电子商务，正在重构电子商务行业以及职业教育范式。

（三）人工智能技术在电子商务中的应用场景

AI电商是指借助人工智能技术，通过大数据分析、机器学习和自然语言处理等技术，实现多模态的内容生产、用户匹配和交互、智慧供应链和智能客户服务，推动电商向智能化、个性化方向发展，优化运营效率的新型电子商务活动。

1.应用AIGC技术，提高内容生产效率和效果

人工智能的跨模态内容生成，重塑了内容生产逻辑和创意表达方式。应用人工智能，通过输入产品参数、结构化的提示词，能快速生成多语言、多风格的商品描述、营销文案及视觉素材，降低了内容生产的成本，提高内容的产出率，解决传统内容生产耗时费力的痛点。生成式AI还可以结合时下热点和需求趋势，进行内容的创作和评审，提升内容的创意与合规。

2.应用AIGC技术，实现个性化营销与用户体验优化

应用AI实现个性化推荐。在电商平台、社交媒体等渠道，大模型通过对相关授权数据的处理和分析，从海量数据中识别用户的行为、兴趣偏好及变化，通过数据挖掘和深度学习，从而关联

高度匹配的推荐内容。应用AIGC快速、动态调整内容，为用户定制化生产，打造专属体验，提升浏览量、转发量、点击率和转化率。应用AI，深入分析用户的行为偏好和消费需求，从中洞察提炼出相关特征，企业可灵活调整产品组合和服务策略，为用户提供量身定制的产品体验。比如，企业利用大模型在官网推出AI产品定制服务，消费者在选购服装时，可将自己对于产品的需求和应用场景输入，模型能快速生成定制的效果展示，让消费者获得独一无二的产品定制体验，增强了消费者在购物过程中的参与感与满意度。精准的个性化，提升了用户的体验和粘性。

3.应用AIGC技术，实现智能客服和数字人直播

智能客服通过增强的多模态和自然语言理解能力，基于对大量历史交互数据的分析和学习，可以更准确地理解客户的意图，进行多轮对话，全天候快速响应消费者咨询，解答产品疑问、处理售后问题，提供个性化解决方案。

数字人直播利用人工智能技术实现视觉、语音和交互技术的多模态协同，实现在直播中模拟真人的动作、表情和声音，进行商品推广和用户互动，为用户提供沉浸式的购物体验。作为一种新兴的直播形式，凭借其低成本、高效率 and 全天候的优势，正在改变直播电商的格局。据人民网财经研究院发布的《AIGC应用赋能千行百业发展报告》显示，2024年618期间，AI主播覆盖80%常见问题，响应速度压缩至3秒内，24小时意图识别与预分流降低人力成本超30%，用不足真人十分之一的成本已经支撑起1.7万个品牌的直播需求。

4.供应链智能化与智慧决策。

AIGC结合多模态信息整合、趋势预测技术，辅助市场分析、选品和库存管理、供应链管理协同。在选品环节，借助AI算法，对市场数据、新媒体和社交媒体、消费者浏览及购买行为等进行分析，挖掘不同地区、消费群体的潜在需求与流行趋势，预测产品需求和发展趋势。在仓储环节，应用AI分析历史订单数据，预测不同地区产品需求，合理安排库存布局以实现精准补货、降低库存成本。在交付环节，应用AI依据实时交通路况、物流配送信息，快速规划配送路径，提高配送效率、缩短配送时间、降低物流成本并提升物流服务质量。

构建供应链智能体，应用物流决策大模型以及多层级多通道需求预测模型，整合和分析来自各供应链各环节的信息，实时监测需求波动、识别潜在瓶颈，如库存水平、运输状况、市场需求等，从而优化供应链管理，提升供应链效率。

应用企业积累的场景化数据，构建“数据+算法+领域知识”的复合智能体，提高电子商务运营能力，降低运营风险。通过技术与数据驱动、实时优化、复杂问题求解、智能调度以及风险管理等多方面结合，重构从电子商务战略规划到日常运营的决策链条。

AIGC对电商企业的赋能，不仅在于消费和流通环节领域，也深入到产品研发、生产环节，构建电商新生态，构筑竞争新

壁垒。

二、AIGC对电子商务人才培养的要求

中国教育科学研究院发布《中国智慧教育发展报告（2024—2025）》指出，人工智能重新定义教育，呈现“适性发展”新理念、“泛在生态”新体系、“敏捷机制”新制度、“世界模型建构”新内容和从“符号学习”迈向“场景训练”新方法的特征。提出近期智慧教育发展的新趋势，包括教学思维链创新教育大模型构建理念、智能体推动 AI 与教育深度融合、以数字教学法引领课堂教学范式创新、注重以社会情感学习促进人机和谐共生、关注算法治理确保教育技术向上向善。

随着人工智能在电商各环节深度应用，传统电商教育难以匹配 AIGC 时代需求。全国跨境电商行业产教融合共同体于 2025 年 7 月发布《2025 跨境电商行业人才需求报告》显示，技术赋能与合规化发展趋势，技术支持岗位需求将增长 50%—60%，数字化技能成核心要求，行业正从规模扩张转向质效提升。传统电商教育缺乏对 AIGC 工具（如生成式 AI 模型、数据训练框架）的系统性教学，存在技能结构滞后，导致人才技术断层。AI 电商需兼具电商运营逻辑、数据科学及创意设计能力的跨界人才，而当前培养模式学科壁垒明显，难以支撑产业升级需求的应用复合型人才。高校与企业合作多停留在传统电商实训，AIGC 在真实业务场景（如动态定价、内容 A/B 测试）的实践资源不足，难以有效支撑产教融合、AI 电商人才培养。

AIGC 技术对电商能力体系的重构。电子商务的运作范式正在 AIGC 技术冲击下经历根本性变革。AI 电商对内容生成、数据分析、营销推广和电子商务运营等岗位提出了复合型能力要求，不仅需要掌握数字技术工具，^[9]还需具备将 AI 算法与商业场景结合的创新思维，在动态市场环境下的创新能力。在电商操作层面，需要人机协同能力升级，比如，美工、文案、商品详情页、短视频，人机协同、共同生产内容；人才培养需强化“AI 指令优化—结果校验—策略调优”工作流，具备对 AI 工具的精准调度与质效管控能力。在电商运营层面，需要具有数据驱动、调整优化的能力；人才培养需强化“数据洞察—算法干预—商业转化”的闭环能力，能够及时洞察和精准的调整运营策略。在电商策划层面，需要高阶能力，开拓创新解决问题；人才培养需要强化“问题导向—思维发散—价值验证”的迭代能力，能够批判性洞察、系统性思考、结构化分析，^[10]具备框架解决问题逻辑，适应快速变化的市场。

AIGC 技术对电商能力体系的重构，本质上是将人类从执行性、重复性劳动中解放出来，向上聚焦于决策、创新和战略这些更高价值的工作，具备多平台、复杂系统的跨界整合，解决问题的能力。

三、AIGC驱动高职电商职业教育模式创新与实践路径

（一）教学方法变革：从单向传授到人机协同

AIGC 技术正推动教学模式向交互式、精准化方向转型。围绕核心问题与关键能力，教学实现“问题引领、多元协同、人机协同、因材施教”，显著提升学生的专业能力、方法能力、社会能力及批判性思维。通过构建师—生—机协同学习系统，引导学生通过探究、协作、分享解决问题，培养其发现问题、分析问题、解决问题的高阶能力。AIGC 还可快速生成教学资源，实时评估学习成效，基于个性化学习路径提供精准反馈，提升学习效率，支持自主学习和泛在学习。借助多模态内容生成、思维推理链和元宇宙等技术，AIGC 赋能技能训练，构建“学习—试错—反馈—迭代”的实时训练循环，提升知识技能内化效率。通过与企业协同，^[11]引入真实商业场景和竞赛机制，构建“产学赛”融合的新路径，如阿里云智能体开发工具支持的 AI 电商产教融合实战大赛，推动能力转化。

（二）教师角色转型：从知识传递者到学习赋能者

AIGC 技术推动教师从传统知识传授者转变为学习促进者、技术整合者和协作创新者。教师整合 AIGC 工具开发模块化课程，指导学生优化 AI 决策，运用人工智能进行学情分析，实施针对性教学设计与优化。教师更关注学生学习过程，通过指导练习、提问、检查理解程度和纠正错误，促进深度学习。AIGC 降低教学资源开发门槛，使教师能够利用 AI 工具生成跨学科学习资源，参与跨学科协作、课程共同设计、课堂管理和学习评估，推动教育资源共享与创新。教师的核心职责转向激发深度对话、引导批判性思考，^[12]特别是指导学生分析 AI 生成内容的逻辑缺陷和价值倾向，培养质疑精神与信息甄别能力。

（三）教学评价创新：从结果评价到数据驱动的全过程评估

教学评价体系正向动态数据驱动的过程评价和多维成果导向的综合评价转型。通过设计动态数据指标库与 AI 实时反馈机制，建立能力画像与预警系统，实时采集学生学习过程中的知识点、技能点、素质点及创新创业指标，借助算法识别学习盲区 and 欠缺部分，推送定制化学习资源。将抽象能力转化为可视化指标，实现精准能力诊断。构建“商业价值—技术创新—社会效益”三维评价框架，推动教育目标从技能训练向价值创造跃升。

（四）AIGC 技术在高职电商职业教育领域应用的挑战与应对策略

AIGC 技术在教育中的应用仍面临多方面的挑战。学生过度依赖 AIGC 可能导致独立思考能力下降、批判性思维缺失及深入研究不足。AIGC 生成内容的碎片化特征可能阻碍学生构建系统化知识体系，影响其对知识的深度理解与综合应用能力^[13]。AIGC 生成内容基于现有数据的模仿重组，可能存在固有偏见，长期依赖可能导致创造力下降和认知偏差。AIGC 生成内容的透明性不足，师生

难以准确判断其可靠性与真实性。数据隐私、版权归属和内容监管等问题也需高度重视。

为应对这些挑战，首先需明确 AIGC 的辅助定位，避免技术滥用，确保其服务于教育发展；其次加强批判性思维与创新能力培养，使学生能够理性使用的 AI 工具。通过提升师生对 AIGC 技术的认知与辨别能力，强化 AI 伦理教育、版权意识与法律素养，确保生成内容的合法使用与数据安全。

综上所述，AIGC 技术正驱动电子商务产业变革，必然带来

职业教育从 "技术技能型" 向 "智能驱动型" 跃迁。适应世代的
变化、提升消费品质，高职电商教育需从封闭学科走向开放生态，
从知识传授转向价值创造，从单点能力训练升级为产业链整合。
通过 AI 赋能高职电商 "三教" 革新，构建适应智能时代的电商
人才能力矩阵，培养既能驾驭算法又洞察人性、既通晓商业逻辑
又坚守伦理底线的技能型人才，方能真正助力数字经济的高质量
发展。

参考文献

[1] 朱奥, 刘华硕, 袁佩君, 等. 迈向人机共生时代: 人机协同决策的心理学视角 [J]. 科技导报, 2025, 43(03): 37-46.
[2] 黄闪闪, 杨露岩. 数据可解释性: 教育数字化转型面临的新问题域 [J]. 华侨大学学报 (哲学社会科学版), 2025, (03): 5-17.DOI: 10.16067/j.cnki.35-1049/c.2025.03.002.
[3] 吴桃洪. 基于人工智能的电子商务营销策略优化对企业经济效益的影响研究 [J]. 现代商业研究, 2025, (05): 103-105.
[4] 李永智, 曹培杰, 武卉紫, 等. 基于教学思维链的教育大模型推理显化研究 [J]. 开放教育研究, 2025, 31(04): 4-11.DOI: 10.13966/j.cnki.kfjyyj.2025.04.001.
[5] 蒋慧芳, 曾文婕. 生成式人工智能推动教育评价转型 [J]. 中国教育学刊, 2025, (08): 41-48.
[6] 刘丹. 中国式职业教育现代化: 核心内涵、本质特征与实践进路 [J]. 高等职业教育探索, 2025, 24(04): 23-31.
[7] 杨光义, 刘飞, 巩子傲, 等. 人工智能热度分析及其赋能职业教育教学研究 [J]. 现代职业教育, 2025, (25): 165-168.