

# 德语专业与国际贸易交叉融合下的跨境电商人才培养模式及评价体系研究

刘灵珊

西安翻译学院国际语言文化学院，陕西省西安市，710015；

**摘要：**在当今全球化经济浪潮的强劲推动下，跨境电商作为国际贸易中的一股新崛起力量，正以空前的速度迅猛成长。它的业务范畴持续扩展，日益渗透到全球的各个地区。因此，本文分析德语专业与国际贸易交叉融合下的跨境电商人才需求，探讨人才培养模式实施策略以及评价体系构建路径。

**关键词：**德语专业；国际贸易；跨境电商；人才培养；评价

**DOI：**10.69979/3029-2735.25.07.053

随着全球经济的深度融合和信息技术的迅速发展，跨境电商已成为国际贸易领域的重要增长极。以德国、奥地利为代表的德语区国家，依托其强大的制造业基础和坚实的经济实力，在国际贸易舞台上发挥着举足轻重的作用。在此背景下，市场迫切需要那些既掌握德语专业技能，又精通国际贸易法规的跨境电商人才。

## 1 德语专业与国际贸易交叉融合下的跨境电商人才需求分析

在数字化与全球化趋势的助推下，跨境电商领域迅速崛起，对兼具德语专长与国际贸易知识的复合型人才展现出了独特的需求特征，其供需格局亦备受业界瞩目。

就需求特征而言，语言能力是基石且至关重要。跨境电商需与德语区客户进行频繁交流，从业者不仅需掌握流畅的德语交流技能，涵盖听、说、读、写各方面，还需洞悉德语国家的文化背景与习俗，以确保商务沟通的精准高效。据欧盟统计局数据，德国、奥地利、瑞士等德语国家的电商市场规模持续扩大，其中，2024 年德国电商销售额高达 900 亿欧元（数据源自德国电商协会），彰显了德语在跨境电商领域中的日益重要性<sup>[1]</sup>。

国际贸易知识同样占据核心地位。跨境电商人才需精通国际贸易流程、术语、国际结算方式及海关报关等专业知识，以妥善应对进出口业务中的诸多挑战。在“一带一路”政策的推动下，中国与德语国家的贸易合作日益紧密，2023 年中德贸易额达 2454 亿美元（数据来自中国海关总署），这要求从业者能灵活运用国际贸易知识，抓住政策机遇，维护良好的贸易关系。

此外，跨境电商运营技能亦是不可或缺的素养。这

包括电商平台操作管理、店铺运维、市场营销推广及数据分析等能力。艾瑞咨询报告显示，2024 年中国跨境电商出口额增长 15%，运营人才成为驱动业务增长的关键因素。

在供需格局方面，当前市场上此类复合型人才供不应求。一方面，随着跨境电商业务向德语区的拓展，企业对德语与国际贸易复合型人才的需求激增。另一方面，高校相关专业设置相对滞后，人才培养难以契合市场需求。以德语专业为例，传统教学偏重语言文学，对国际贸易及跨境电商知识涉猎不足；而国际贸易专业则对小语种教学缺乏深入。这导致人才培养与市场需求存在显著差距，企业招聘难度上升，毕业生就业专业对口率偏低。此供需失衡现象限制了跨境电商在德语区市场的进一步拓展，亟须通过优化人才培养路径来加以解决。

## 2 德语专业与国际贸易交叉融合下的跨境电商人才培养模式实施策略

### 2.1 德语课程嵌入贸易内容

在当前全球经济迅速扩张的情境下，单一语言技能的人才已难以契合市场对综合型人才的需求趋势<sup>[2]</sup>。针对德语专业的学生，仅仅掌握语言技能显得捉襟见肘，还需兼备国际贸易的相关知识体系。将贸易元素融入德语课程之中，能够突破传统语言教学模式的束缚，依托真实的贸易情境与实例，发掘德语在商务交流实践中的实用价值。在实际教学环节中，教师可引入贸易合约、商务信函等真实文本资料，使学生在语言习得的过程中，接触并领会贸易领域的专业术语及表达技巧，达成语言

与贸易知识的深度融合。

以西安翻译学院国际语言文化学院德语专业课程体系改革为例，教师在基础德语教学中嵌入了国际贸易基础理论。在教授日常交际用语时，教师构建了跨境电商业务磋商的模拟环境。在传授基本问候与自我介绍后，引领学生进行商务谈判的模拟练习。教师提供了一份德国企业寻求与中国供应商合作的实例材料，要求学生运用所学德语知识，分别扮演中德双方代表展开谈判。学生需掌握产品参数、价格、交付期限等贸易核心要素，并运用德语进行沟通交流。在此过程中，教师不仅传授德语语法与词汇，还阐释贸易专业术语，诸如离岸价(FOB)、到岸价(CIF)等，帮助学生理解其在具体业务中的应用及含义。为提升学生商务邮件的撰写能力，教师设计了一系列实际业务情境，如回应客户询价、处理客户投诉等，要求学生依据不同情境撰写德语邮件。通过这些实例教学，学生在德语学习的同时，深入了解了国际贸易的实际运作流程，增强了在跨境电商领域运用德语进行商务交流的能力。

## 2.2 构建跨境电商实践平台

随着跨境电商领域的迅猛崛起，实操能力已成为跨境电商人才不可或缺的核心要素。搭建跨境电商实践平台，意在为学生开辟一个将理论学识转化为实战技能的实践场地。通过融合校方、企业及行业多方资源，为学生构筑一个仿效真实跨境电商业务情境的实践舞台，助力学生在实践中锤炼团队合作、市场分析、客户服务等多元技能。在实践平台的构筑进程中，教师可引领学生参与平台的谋划与运作，使学生在实战中学习如何运用所学知识破解实际问题<sup>[3]</sup>。

具体而言，西安翻译学院国际语言文化学院携手数家跨境电商企业，联手打造了跨境电商实践平台。该平台复刻真实的跨境电商业务全流程，涵盖店铺创立、商品上架、市场推广、客户服务等各个环节。在店铺创立环节，教师指导学生以德语为工具，设计针对德国市场的电商店铺界面，从店铺命名、商品详述到页面构图，均需贴合德国消费者的习俗与审美偏好。在商品上架过程中，学生需对源自中国供应商的商品进行详尽的德语描绘，包括产品特性、使用指南、技术参数等方面，这既考验学生的德语功底，又要求学生洞悉产品知识与市场需求。在市场推广方面，教师指引学生利用社交媒体、搜索引擎优化等渠道，提升店铺在德国市场的认知

度与曝光度。学生需运用德语撰写营销文案，策划线上促销活动，以吸引德国消费者的购买兴趣。在客户服务环节，学生需以德语迅速响应德国客户的咨询与投诉，妥善解决客户问题，维系良好的客户关系。通过在此实践平台的历练，学生能够全面洞悉跨境电商业务的运作机理，提升自己在跨境电商领域的实践能力与综合素养。

## 2.3 校企协同定制培养方案

在跨境电商人才培养中，德语专业与国际贸易的融合至关重要，其中校企协作定制培养方案成为核心环节。课堂教学多偏重理论，但跨境电商行业日新月异，对人才的实践技能及前沿知识需求迫切。校企合作平台可有效挖掘企业实际需求，融入培养方案，确保人才培养与市场需求紧密对接。通过企业合作，学生得以接触真实跨境电商业务，在实践中融合德语与国际贸易知识，增强解决实际问题的能力，为职业生涯奠定坚实基础<sup>[4]</sup>。

西安翻译学院国际语言文化学院与一家专注德语区市场的知名跨境电商企业携手。企业业务涵盖电子产品、家居用品等多品类进出口。在定制培养方案时，双方共建课程研发团队。企业基于业务流程和岗位需求，明确跨境电商运营、德语商务谈判、国际物流管理等核心岗位的知识技能需求。学校教师则结合专业教学体系和培养目标，将这些需求转化为具体课程内容。课程设置上，新增“德语跨境电商实践”课程，采用项目式教学。以企业实际项目为案例，如将德国智能家居产品推广至中国市场。学生在教师和企业导师指导下，完成市场调研、产品定位、德语营销文案编写、线上店铺搭建运营等任务。市场调研中，学生用德语与德国供应商、消费者沟通，收集信息；营销文案需兼顾产品特点和德语区消费者语言习惯。实践教学方面，学生赴企业实习半年，深入采购、销售、客服等部门。在采购部，学生协助与德国供应商谈判，运用德语和国际贸易知识争取优惠采购条件；在销售部，负责德语区市场线上推广和客户开发，提升产品曝光率和销量；在客服部，用德语为德国客户提供咨询和售后服务，提高客户满意度。此校企协同培养方案使学生积累实践经验，毕业后能迅速胜任跨境电商企业岗位。

## 3 德语专业与国际贸易交叉融合下跨境电商人才评价体系构建

### 3.1 评价指标确定

### 3.1.1 语言技能

基础在于德语的听、说、读、写及翻译能力。能够熟练运用商务德语进行交流，对贸易合同、产品手册等文件进行精确翻译。举例来说，能够准确无误地将德语产品技术规格翻译成中文，或清晰明了地用德语介绍业务流程。

### 3.1.2 国际贸易认知

熟知国际贸易术语，例如 FOB、CIF 等，掌握进出口报关流程、国际结算手段，诸如信用证的操作原理，以及国际贸易相关的法律法规，诸如《联合国国际货物买卖合同公约》。

### 3.1.3 跨境电商实践

精通主流跨境电商平台，例如亚马逊德国站点的运营策略，涵盖产品发布、店铺设计、市场推广、客户服务等环节。能够策划高效的站内广告策略，以增强产品可见度。

### 3.1.4 跨文化交流

深谙德国及其他德语国家文化习惯，有效规避商务交往中的文化差异。例如，了解德国商务谈判中重视守时、严谨等特性，并能灵活适应。

## 3.2 评价方法选择

### 3.2.1 笔试环节

考查学生德语语言基础及国际贸易理论等核心知识。通过设计多样化的题型，包括选择题、填空题、语句翻译及简述题，以全面衡量学生对相关概念、规则的掌握和运用能力。

### 3.2.2 实操测试

在仿跨境电商平台环境中，要求学生完成店铺构建、商品推广等实操任务。依据任务的完成质量、处理效率及实际成效，如店铺访问量的增加、订单转化率的提升等具体指标进行评分。

### 3.2.3 面试评估

通过模拟真实的商务洽谈情境，对学生的语言运用能力、应变技巧及跨文化交流能力进行综合评判。面试官将细致观察学生在交流过程中的表现，重点评估其语言表达的流畅度及处理谈判僵局的妥善性。

### 3.2.4 项目考评

组织学生参与实际或模拟的跨境电商项目，从项目规划、实施到总结的全过程，对学生的团队协作、问题解决等综合能力进行全面评估。最终成绩将依据项目成

果及团队成员间的相互评价来综合确定。

## 3.3 评价标准制定

### 3.3.1 语言技能

要求德语水平达到专业四级或以上标准，笔译准确度需超过 85%，口译能精确传递核心信息。在商务德语交流过程中，语法错误率较低，表达流畅且恰当。

### 3.3.2 国际贸易认知

熟悉常用的贸易术语及流程，能够准确回答 80%以上的相关问题，在模拟贸易实操中未出现严重失误。

### 3.3.3 跨境电商实践

店铺运营首月内，需确保产品曝光量达到既定基准，订单转化率不低于行业平均水准的 70%。同时，客户满意度评分需达到 4 分或以上（满分为 5 分）。

### 3.3.4 跨文化交流能力

在模拟的商务情境中，能够妥善处理 80%以上的文化差异问题，交流中体现出对对方文化的尊重与理解态度。

## 3.4 评价实施流程

在准备阶段，应事先确定考评的时间安排和地点设置，准备齐全考试所需材料以及模拟平台的账户信息，同时向学生公布考评的具体细节和要求，以便他们能够有针对性地进行温习和筹备。实施阶段则需按顺序组织进行笔试、实践操作考核、面谈以及项目评估等各个环节，并且在每个环节中都要严格控制时间配比和评分准则，从而保障考评过程的公正性和平等性。到了评分阶段，针对各个考评环节，由相关学科的教师组成评分团队，依照既定的评分细则进行评判，全面考虑各项得分后，得出学生的总体评估结果。最终在反馈阶段，要及时将评估结果传达给学生，清晰指出他们的长处和短板，并提供切实可行的改进意见，学生可依据这些反馈进行自我完善，教师也可据此对教学内容和方法进行调整和优化。

## 4 结语

在全球化经济与数字技术深度融合的当下，跨境电商领域的人才需求呈现出显著的复合型特征。德语专业与国际贸易的交叉融合，为培养适应德语区市场的跨境电商人才开辟了新路径。通过创新人才培养模式，构建科学合理的评价体系，能够有效提升人才培养质量，缩小人才供需差距。这不仅有助于推动跨境电商行业在德

语区市场的拓展，也为高校相关专业的教育改革提供了有益参考，促进教育与产业的深度对接，为经济社会发展注入新动力。

### 参考文献

- [1] 徐淑洁. 数字经济下数字贸易推动跨境电商的策略研究[J]. 商展经济, 2025, (02): 24-27.
- [2] 郑航. 大数据时代跨境电商的运营策略研究[J]. 经济师, 2025, (01): 44-45.
- [3] 徐瑛芝. 全球化背景下跨境电商人才培养模式创新研究[J]. 科教导刊, 2024, (36): 68-70.
- [4] 张玉洁, 马刚. “一带一路”倡议下跨境电商语言服务人才培养模式研究[J]. 西安外国语大学学报, 2024,

32(04): 86-90. DOI: 10.16362/j.cnki.cn61-1457/h.2024.04.005.

[5] 王莺霓. 跨境电商背景下中国国际贸易发展趋势、影响及对策研究[J]. 中国商论, 2024, 33(21): 68-71.

作者简介：刘灵珊（1988.3--），女，汉族，辽宁营口人，讲师，硕士，主要从事德语语言学研究。

课题来源：陕西省教育科学“十四五”规划2024年度一般课题，

课题名称：新文科背景下“两融一化”国际贸易德语人才培养模式研究，

项目编号：SGH24Y2400.