



杭州职业技术学院
Fuzhou Vocational Technical College



上海网萌

上海网萌网络科技有限公司
参与高等职业教育人才培养年度报告
(2023)



二〇二三年十一月

目 录

第一部分 公司概况.....	1
第二部分 参与办学.....	2
2.1 “育训结合”人才培养模式.....	4
2.2 共建“专业群”模式.....	4
2.3 线上线下“1+N+M”校企生态合作模式.....	5
2.4 助力梦想，打造校企合作孵化池.....	5
第三部分 企业对学校的资源投入.....	6
第四部分 参与教学.....	8
4.1 专业建设.....	8
4.2 学生培养.....	9
4.3 师资队伍.....	10
第五部分 助推企业发展.....	10
5.1 新客服时代“聚焦变革”.....	10
5.2 企业规划大发展.....	11
5.2.1 人力发展目标.....	11
5.2.2 员工的管理规划.....	12
5.2.3 项目的管理规划.....	12
5.2.4 基地的管理规划.....	13
5.2.5 客户的管理规划.....	13
第六部分 问题与展望.....	14
6.1 存在的问题及挑战.....	14
6.1.1 校内实训项目问题（入校客服类现有问题）.....	14
6.1.2 高职院校适应行业企业需求的能力不强.....	16
6.1.3 顶岗实习情况难以监控.....	17
6.2 展望.....	17
6.2.1 电商时代.....	17
6.2.2 无法取代的“温度”.....	24

第一部分 公司概况

上海网萌网络科技有限公司(以下简称上海网萌) 正式成立于2011年, 成立之初便致力于客服外包行业的标准制定, 多年来专注于电商行业客服外包、客服培训、直播以及客服管理系统等服务。自2014年1月荣获淘宝天猫官方客服外包类目唯一金牌淘拍档以来, 上海网萌以优质的服务和良好的口碑, 多次荣获阿里巴巴官方颁发的“金牌淘拍档”。

至2021年底, 上海网萌旗下客服基地已达15个, 遍及上海、安徽、江西、河北、吉林、贵州等地, 并与VIVO、魅族科技、立邦、AO史密斯、Lily、好孩子等众多知名品牌电商和数千家淘宝天猫卖家建立长期合作关系, 成为电商客服外包的首选服务商。

作为电商客服外包的标杆型服务企业, 上海网萌在电商客服外包领域创新性引入“大数据、云平台”的运营模式, 自主研发的“蚂蚁客服云系统”, 可通过PC端和移动端对店铺运营数据进行全天候、全方面监控和维护, 在业内首次实现了对客服的流程化、标

准化、数据化管理。同时，上海网萌倡导“数据化客服”理念顺应了轻电商模式的发展，基于“蚂蚁客服云系统”的支持，可实现客户对于客服管理、服务质量监管、店铺核心运营数据、风险管控等功能的便捷化管理。

上海网萌秉承“以提供专业的电商客服服务，助力客户成功”的使命，用“以客户为中心、平等互助为本、坚持拼搏奋斗、勇于开拓创新”的价值观，致力于将上海网萌打造成为电商客服服务的标准制定者、领导者。

欢迎访问上海网萌官网：www.wkefu.com



第二部分 参与办学

为贯彻落实《国家职业教育改革实施方案》，《国务院办公厅关于深化产教融合的若干意见》、《关于印发国家产教融合建设试点实施方案的通知》、《江西省人民政府办公厅关于印发深化产教融合实施方案的通知》精神，结合《教育部江西省人民政府关于整省推进职业教育综合改革提质创优的意见》，推进职业教育提质培优、增值赋能，推动就业、职业、产业、行业和企业“五业联动”，激发校企合作活力，保障企业参与职业教育的积极性。学校全力推动引企入校，根据专业特点和人才培养需要，校企深度合作设立网萌电商产业学院。在人才培养培训、技术创新、就业创业、社会服务、文化传承等方面开展合作，以人才输送、技术支撑等方式反哺行业企业，服务技术改造和产业转型升级，形成校企命运共同体，促进企业和学校同向而行。

上海网萌始终坚持与事业伙伴“共同发展”的经营理念，积极

参与职业教育，以多种形式参与到院校的共建订单人才培养、双师

型师资队伍、技术技能培训、技术研发、协同创新创业，实现产业经验和专业教育融合、社会实践与业务发展融合、产业发展与专项研究融合、人力资源与人才培养融合、品牌战略与社会形象融合，实现产业学院实体化建设。

上海网萌和全国 13 个省市 60 余所院校建立了深度的合作关系，

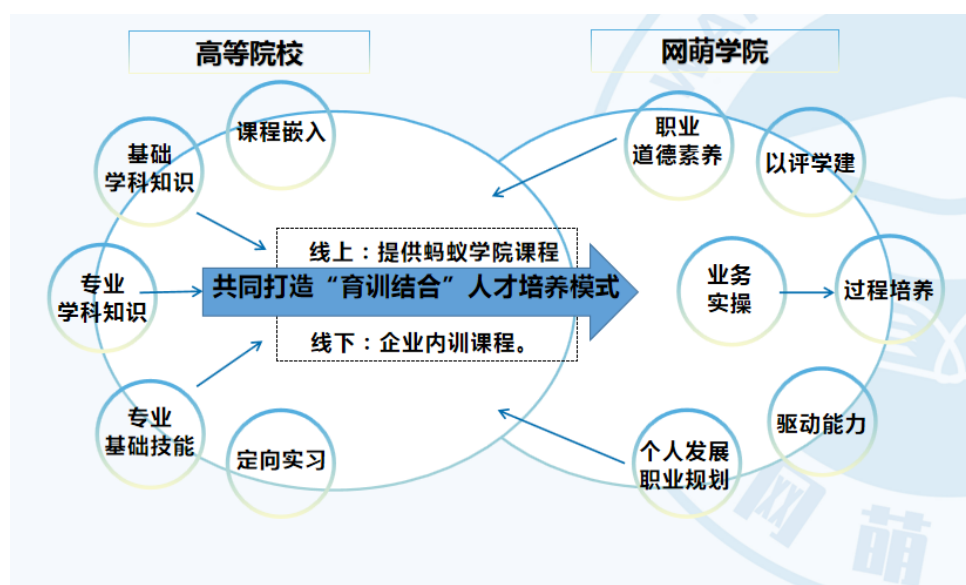
部分合作院校、合作模式及合作内容如下：

合作院校	合作模式	合作内容
抚州职业技术学院	产业学院	共建订单人才培养、双师型师资队伍、技术技能培训、人力资源与人才培养融合、品牌战略与社会形象融合，实现产业学院实体化建设。
安徽粮食经济技师学院	产业学院	共建订单人才培养、双师型师资队伍、技术技能培训、技术研发、协同创新创业，实现产业经验和专业教育融合、社会实践与业务发展融合。
江西电子信息工程学校	企业顶岗实	参与专业人才培养模式的建设，为学生提供实习岗位，校企合作。
上海农林职业技术学院	企业顶岗实	参与专业人才培养模式的建设，为学生提供实习岗位。

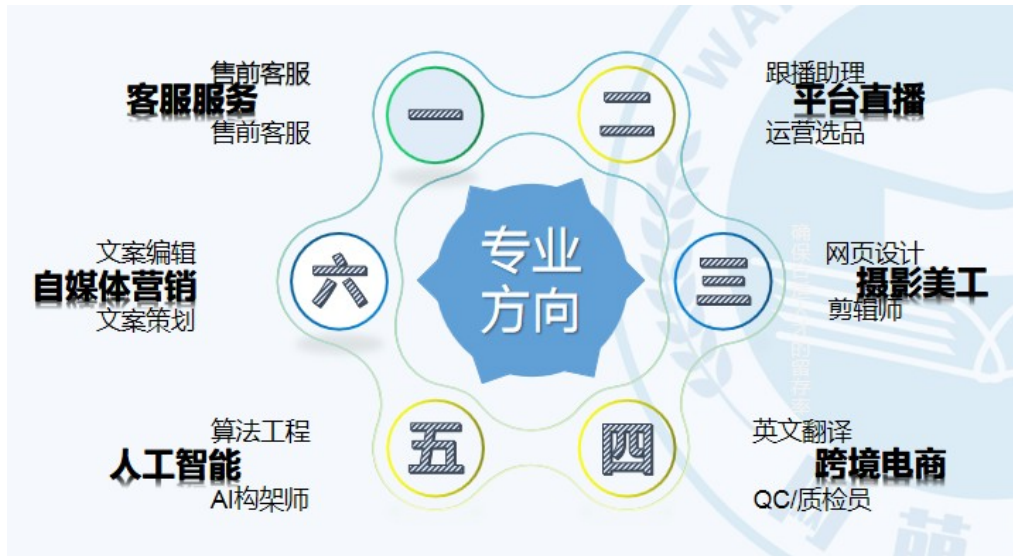
娄底职业技术学院	基地共建	共建技术技能培训、技术研发、协同创新创业，实现产业经验和专业教育融合、社会实践与业务发展融合、产业发展与专项研究融合、人力资源与人才培养融合、品牌战略与社会形象融合。
共青科技职业学院	企业顶岗实	参与专业人才培养模式的建设，为学生提供实习岗位，校企合作。

经过 10 多年的发展，上海网萌整合了电商服务行业生态优势资源，融合全国各院校的个性化特色需求，研究探索出了以下合作模式：

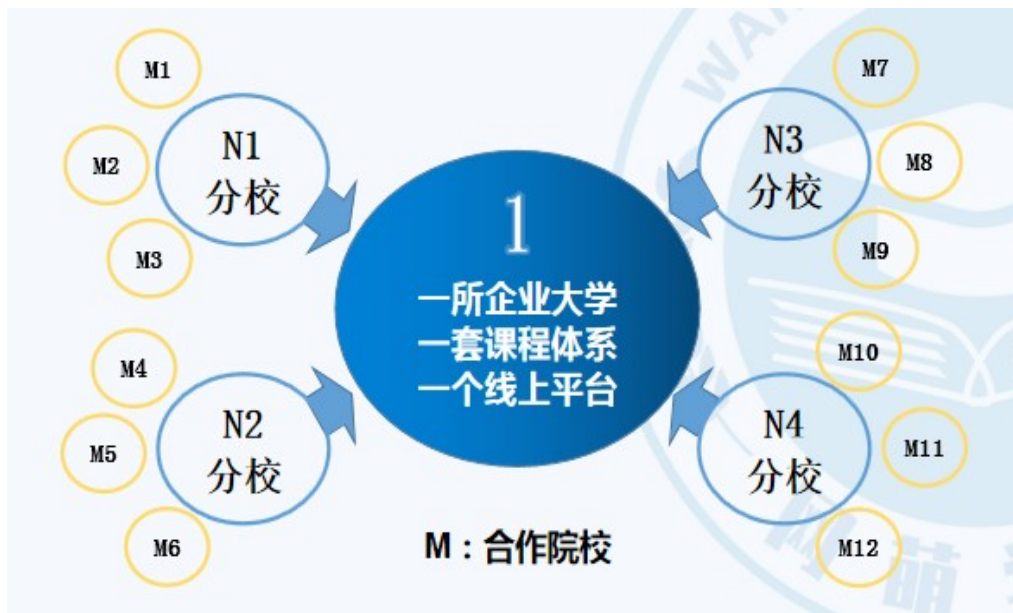
2.1 “育训结合”人才培养模式



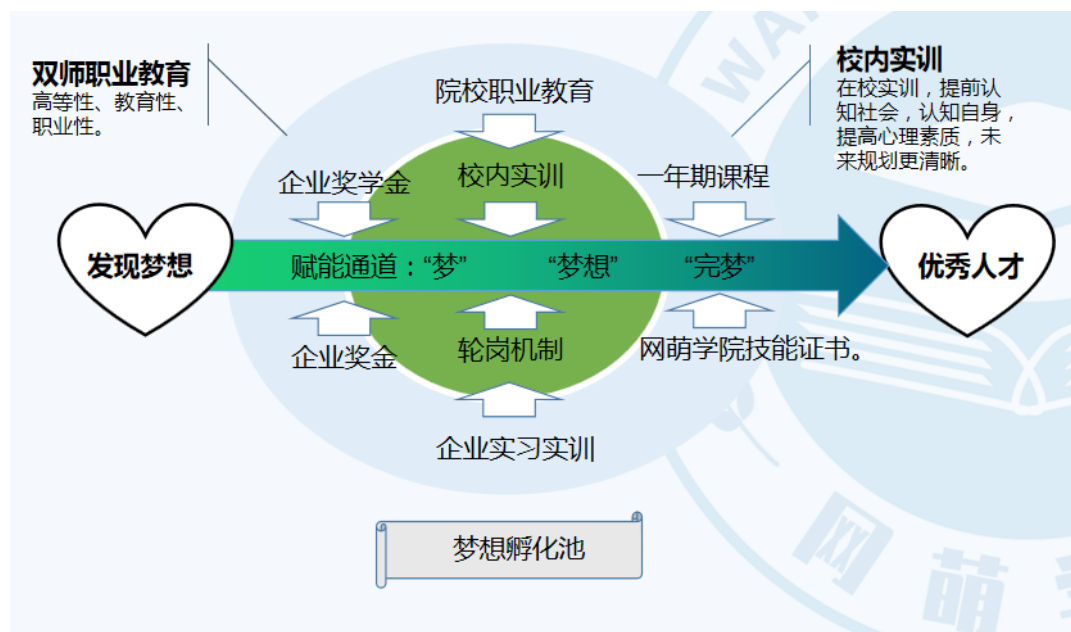
2.2 共建“专业群”模式



2.3 线上线下“1+N+M”校企生态合作模式



2.4 助力梦想，打造校企合作孵化池



第三部分 企业对学校的资源投入

上海网萌通过和抚州职业技术学院的合作，实现资源共享、优势互补，共同发展，合作模式灵活多样，促进了双方共同发展，达到高职院校、企业和学生三赢。在人才培养培训、技术创新、就业创业、社会服务、文化传承等方面开展合作，以人才输送、

技术支撑等方式反哺行业企业，服务技术改造和产业转型升级，形成校企命运共同体，促进企业和学校同向而行。

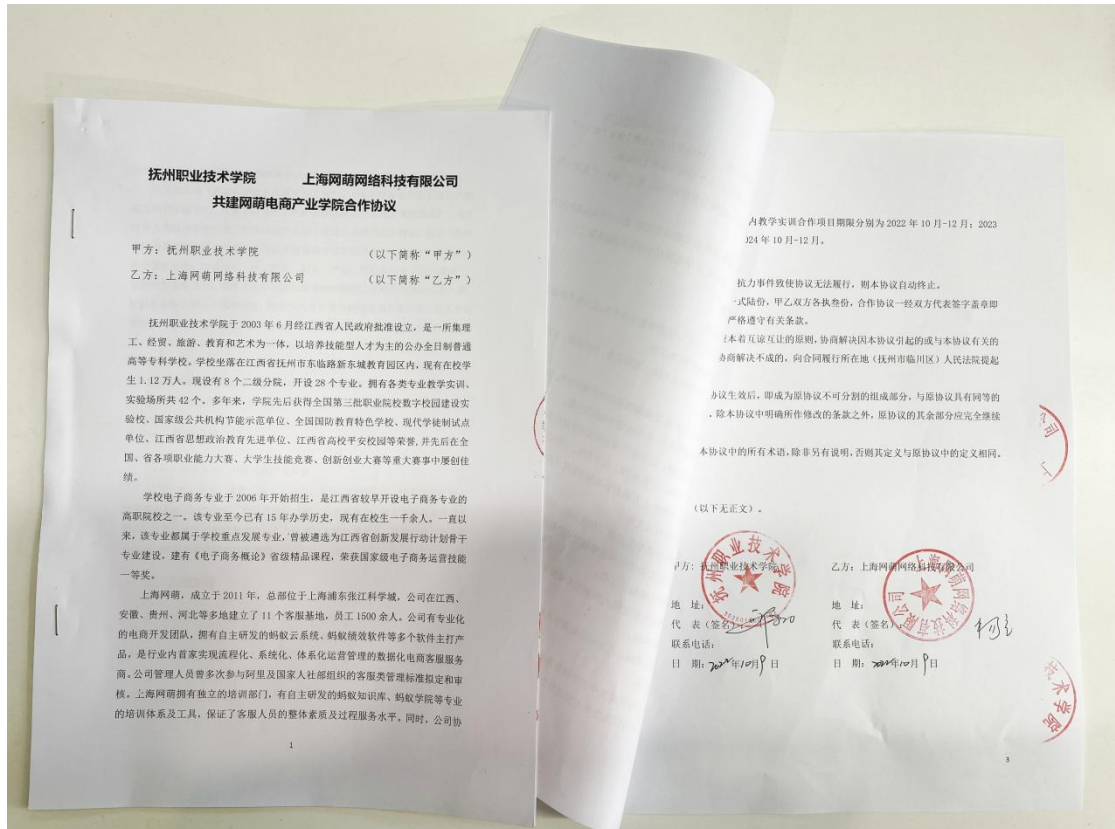
公司本着“优势互补、资源共享、互惠双赢，共同发展”的原则，为抚州职业技术学院的专业群建设提出建设性意见，为专业考证及1+X证书试点提供支持。同时整合政府、企业、高校、产业等多方资源，构建校企深度融合、协同育人的办学模式，充分利用企业的优势和条件为抚州职业技术学院提供校外实训基地，并合作共建产学研结合示范基地，提供产业学院的必要硬件、软件及文化建设。在不影响企业正常生产经营的情况下，为抚州职业技术学院教学实践、科学研究提供方便，企业也会将实战项目带入产业学院，实战项目会覆盖电商各岗位，包括电商客服、直播、运营助理等。

每学期设立“网萌奖学金”，对年度优秀学生给予表彰和奖励，并上报学院。随着公司的业务不断增长，合作不断深入，公

司也会在各方面加大投入，让更多有志于电商行业发展的学生有机会获得资助和培训。

抚职网萌电商产业学院：





第四部分 参与教学

4.1 专业建设

为了加强校企合作，承担企业的社会责任，为企业培养急需的高素质、技能型人才，公司计划同抚州职业技术学院一起不断创新人才培养模式，在校企共建、合作育人的过程中，全方位与学校对接，参与到学校的专业建设过程。1注重培养学生的应用能

力和创新创业能力，整合专业基础课、主干课、核心课、专业技能应用和实验实践课，形成突出实践能力培养的应用型课程群或课程模块。结合公司实际运营过程的专业课程标准、教学标准和专业标准等进行全面调研，合作开发课程标准、教学标准。

根据制定的课程入校计划，企业从中承担部分教学任务，创造一个良好的生产环境，让学生在学习理论知识的同时也能够现场实践，让学生从理论技能过渡到实践技能，促使学生将理论知识更直观、直接的运用到实际中，通过理论与实践的结合，迅速的让学生掌握技术和知识，提升自己在未来就业中的竞争力。同时通过专业课程的示范引领作用，共享其优质的教学成果，带动其它专业的发展，促进学校特色专业建设的整体推进。

4.2 学生培养

上海网萌参与到抚州职业技术学院电子商务专业人才培养方案的建设中，在“优势互补、资源共享、友好合作、互惠双赢”的前提下，充分利用企业和学校的教育资源与教育环境，共同构建专

业体系、共同建设实训基地、共同开展专业教育、共同组织专业教学，让学生沿着基本技能——专业技能——综合技能——岗位技能的培养路径，职业能力逐级提升，职业素质逐层加强。全面提升高等职业教育培养高素质技能型人才的能力，实现校企“合作办学、合作育人、合作就业、合作发展”。

创新协同育人的人才培养模式。以服务岗位需求和提高职业能力为导向，以学生学习能力持续改善为主线，以服务地方经济社会发展为宗旨，深化校企合作融合度，革新教学理念。依托企业行业优势，在现有的人才培养机制上，与学校不断探索新的培养模式，将企业真实项目引入校园，创设真实职业环境。共同制订人才培养方案、共同实施培养过程，建立产教融合、协同育人的人才培养模式。让与电商相关专业的学生都可以加入到这个行业，为企业培养和储备更多的复合型、技能型人才。

4.3 师资队伍

为保障学生的培养质量，校企双方进行师资互培互用。公司拥有众多的运营基地和丰富的电商实战经验，抚州职业技术学院每年可以派电商类专业的教师来公司进行短期学习和培训，利用企业资源优势，为专业教师提供实践锻炼的机会和平台，培养校企合作型“双师型”教师。专业教师和公司的培训讲师、商务、项目进行交流互助、优势互补，专业教师提高了实践动手能力，了解了行业发展动态、公司文化、行业的新平台、新方法、新技术。企业同步派遣培训讲师参与学院专业教学，企业讲师更好的了解了学校的教育模式、学生的现状、教育方法等，为后期学生上课打下基础。

第五部分 助推企业发展

5.1 新客服时代“聚焦变革”

上海网萌和全国高校已有坚实的合作基础，在新的发展形势下，将继续深化和拓展与全国高校的合作，不断创新合作模式，创造校企共赢的新局面。依托抚州职业技术学院的各种优势资源，校企双

主体开设网萌电商订单班，以订单班的形式向学院提供人才培养标

准，校企共同制定培养方案，学院负责实施教学的组织与管理，企业的培训讲师与学院的专业教师共同完成教学任务，有针对性的培养适合企业需求的员工。在一定程度上解决了公司用工难的问题，为公司实现长期战略人才管理创造了条件。

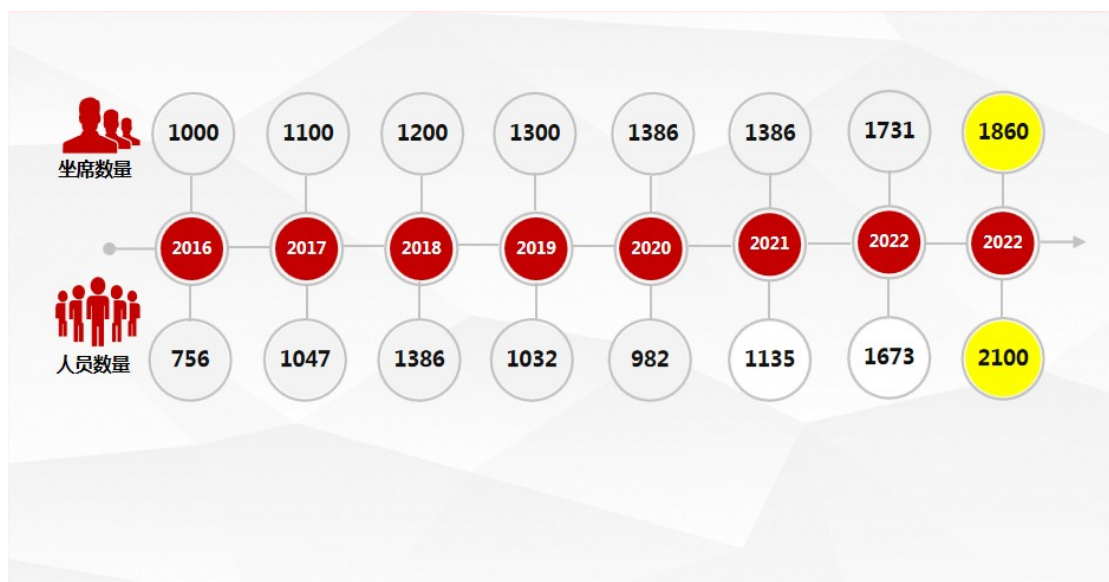
职业院校培养的技术技能型人才一般是稳定的、成规模的，校企合作共同培养的订单班学生作为公司后备力量，为公司的人才需求提供了强有力的保证。同时，上海网萌秉承“平等、互助、拼搏、创新”的企业文化，安排公司培训讲师及管理人员到抚州职业技术学院进行教育教学理念培训，能更好的了解到学校的教育模式、学生的现状、教育方法，促进自身成长的同时也能参与兼职教学，将企业、行业最新动态教授给学生。

5.2 企业规划大发展

由于受新冠疫情影响，经济大环境受到了很大的挑战，线上电商竞争也越来越白热化，各大平台商家获客成本越来越高，腰部底部商家的生存环境变得更严峻了，并且各大电商平台总体增量也在

放缓，有些平台甚至在降低。关于咱们企业涉及的电商客服业务、
电商软件业务、电商直播业务和电商跨境业务也受到了一定的冲击，
还好，都是基于电商生态的服务外包，有一定的时间和专业沉淀，
公司在细分领域继续保持了很强的竞争力，并且也有信心在 2023 年
保持既定目标的增长，具体目标及管理规划详见如下：

5.2.1 人力发展目标



5.2.2 员工的管理规划



5.2.3 项目的管理规划



5.2.4 基地的管理规划



5.2.5 客户的管理规划



第六部分 问题与展望

6.1 存在的问题及挑战

6.1.1 校内实训项目问题（入校客服类现有问题）

电商客服本身需要了解并掌握产品知识及特性比较多、比较杂，包括颜色、尺寸、材质、款式、价格、修改款式、运费、地址，进行告知、修改及备注等。一方面是为了给一些需要推荐和选择困难的买家进行一些推荐和指导，另一方面，也是为了售后会出现的问题，进行合理的解释和提出解决的方案。短时间的培训让大多数的学生无法掌握全面的技能技巧，投诉问题触发的概率大大增加，导致项目很难顺利进行，常见问题例如：

6.1.1.1 不及时回复顾客

根据不完全统计，淘宝目前的客服接待数据，首次响应时间在3秒以内，平均响应30秒以内。很多学生的响应时间，都在50秒左右，甚至超过1分钟。导致顾客大量流失。

①工作平台不熟悉，千牛和快捷话术使用；

②店铺的产品不熟悉，遇见问题临时找答案；

③因为紧张情绪，害怕出错，回复犹豫；

④对响应时间这个数据没有概念；

6.1.1.2 不灵活应用话术

话术应用是把双刃剑，学生在使用的过程中，经常会走入一些误区。导致话术没帮助提高效率，反而降低顾客购物体验，拉低询单转化率。

①乱用话术，导致答非所问，让顾客感觉非常的不专业；

②死用话术，有些简单的问题根本不需要发一大串话术过去，让顾客感觉态度很敷衍；

③频繁使用，同一话术在聊天过程中反复使用，也容易让顾客感觉不耐烦；

6.1.1.3 不足够重视顾客

客服关键目标有三个，转化率，客单价，回头率，想要达到这三个目标，重视顾客是工作核心内容。而学生在这方面的意识会比较薄弱。导致很多成交在临门一脚的关键时刻流失了，非常可惜。

①和顾客聊一会之后没回复的时候，不进行二次跟进；

②在顾客咨询完所有的相关问题，没有给一个拍的指令，来引导顾客及时拍下；

③已拍下没付款的顾客，不管不顾，不进行最后的催付工作；

④在顾客表明是老顾客的情况下，不及时调整话术，还是一种公事公办的态度，伤了老顾客的感情；

6.1.1.4 不正面解决问题

工作中，偶尔会遇见一些我们从未遇见的新问题。这时候，学生往往采取的策略会是逃避，不正面回答顾客问题，有的干脆就当没看见这个问题，直接不回复了。导致顾客的不信任，最终选择别家的商品。

①产品问题，专业的问题采取避而不答的方式；

②异议问题，客服往往回答的模棱两可，不正面解释问题打消顾客疑虑；

6.1.2 高职院校适应行业企业需求的能力不强

对于高职院校而言，有效解决学生就业是与企业进行校企合作的主要目的。对企业而言，引进企业所需的合适人才是企业参与校企合作的主要动机。高职院校的办学质量、科研能力、师资结构与水平决定了高职院校参与校企合作的能力。目前我国大部分职业院校的专业设置、培养方式、课程设置、教学过程等方面与企业实际需求有较大的差距，高职院校大部分老师比较缺乏实践经验，不了解企业运营的实际情况，只能照本宣科。高职学生作为校企合作的受益者之一，其品行、能力素质的高低对校企合作也起着重要影响，企业愿意接受职业能力强的学生，而大多高职院校对学生综合素质的培养缺乏重视，学生实习工作态度不端正，缺乏职的知业道德与责任感等。高职院校对校企合作模式缺乏深入研究，特别是课程设计以及企业对应用型人才的综合素质要求方面了解与研究不够充分，较大影响了企业对校企合作的积极性。

6.1.3 顶岗实习情况难以监控

目前，高职院校顶岗实习形式主要有集中型和分散型两种，大多数与电子商务专业相关的企业由于规模问题，一次性很难接纳太多高职学生实习，分散型实习是电子商务专业学生实习的主要形式。分散型顶岗实习通常是由二级院系组织双选会，学生与企业互相认可后，学生到用人单位进行顶岗实习，这样一个班级的学生可能会分散在多个用人单位，虽然指导教师定期到企业检查实习情况，但是校内指导教师人数有限，导致监管、指导学生困难。因此，教师对学生的实习过程无法跟踪、了解、和指导，易造成“放羊”现象，对顶岗实习的过程不能有效地管理控制，这样，无法保证顶岗实习能达到预期的教学目标，企业需要的高技能型人才难以得到培养和锻炼。

6.2 展望

6.2.1 电商时代

放眼当下，恰逢互联网购物的大好时代，在国家信息网络战略

实施、几大移动运营商快速发展、各大电商网络平台百花齐放的大

背景下，年轻消费群体购买力突飞猛进，网上零售市场份额不断提升，网购渗透率正逐年增加。

截止 2021 年，国内电子商务坚持创新驱动，不断加快数字产业化和产业数字化步伐。2021 年全国电子商务交易额达 42.3 万亿元，同比增长 19.6%；网上零售额达 13.1 万亿元，同比增长 14.1%；实物商品网上零售额 10.8 万亿元，占社会消费品零售总额比重达 24.5%；跨境电商进出口额达 1.92 万亿元，5 年增长近 10 倍。

同时，电子商务相关产业吸纳及带动就业超过 6700 万人，国内已连续 9 年保持全球最大网络零售市场地位。

中国互联网络信息中心 (CNNIC) 数据显示，截至 2021 年 12 月，国内网络购物用户规模达 8.42 亿，较 2020 年 12 月增长 5968 万，占网民整体的 81.6%。

国家统计局数据显示，2021 年，全国网上零售额达 13.09 万亿元，同比增长 14.1%。实物商品网上零售额 10.8 万亿元，增长

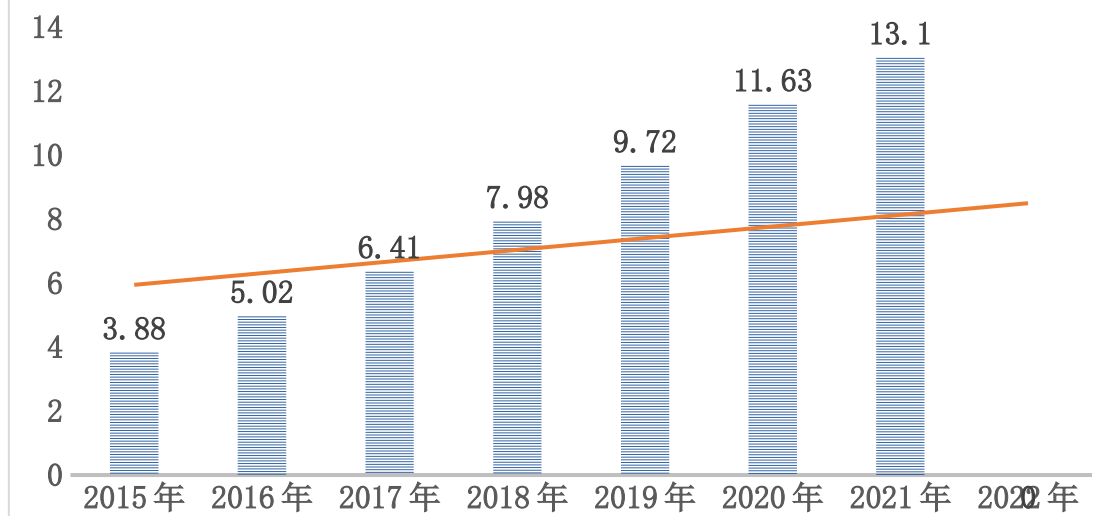
12.0%，占社会消费品零售总额的比重为 24.5%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类和用类商品分别增长 17.8%、8.3%和 12.5%。

面对复杂多变的全球经济形势和新冠疫情，国内电子商务服务业保持平稳发展态势，2021 年，电子商务服务业营收规模达到 6.40 万亿元，同比增长 17.42%。

其中，电子商务交易平台服务营收达 1.39 万亿元，同比增长 20.84%；支撑服务领域中的电子支付、电商物流、信息技术服务等业务营收规模达 2.41 万亿元，同比增长 15.29%；衍生服务领域业务营收规模达 2.60 万亿元。同比增长 17.65%。

2015-2021 年中国网上零售额规模情况

全国网上零售额（万亿元）

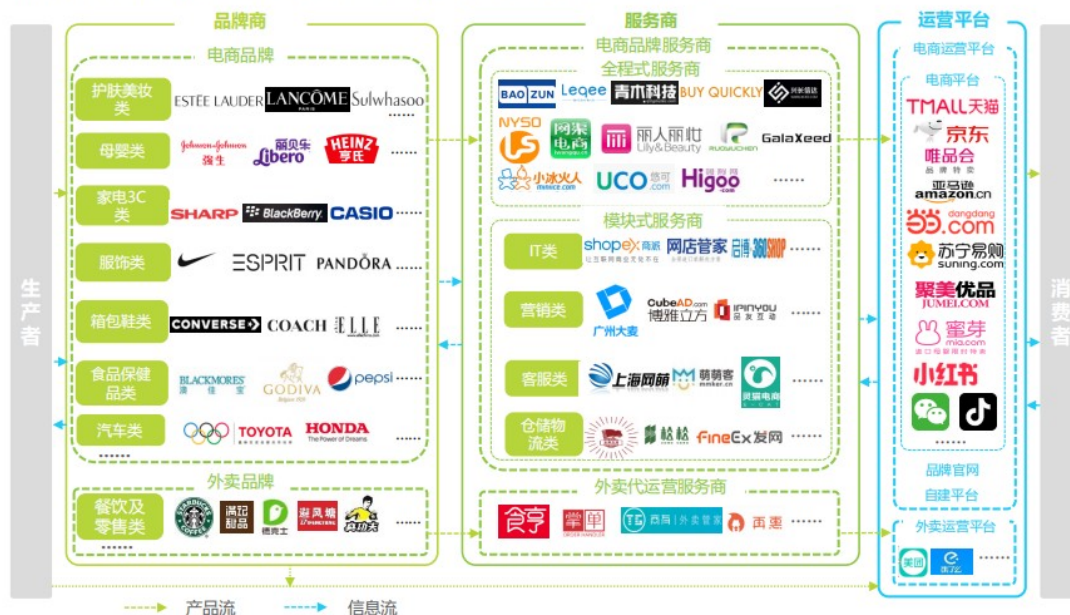


中国品牌电商服务产业链图谱

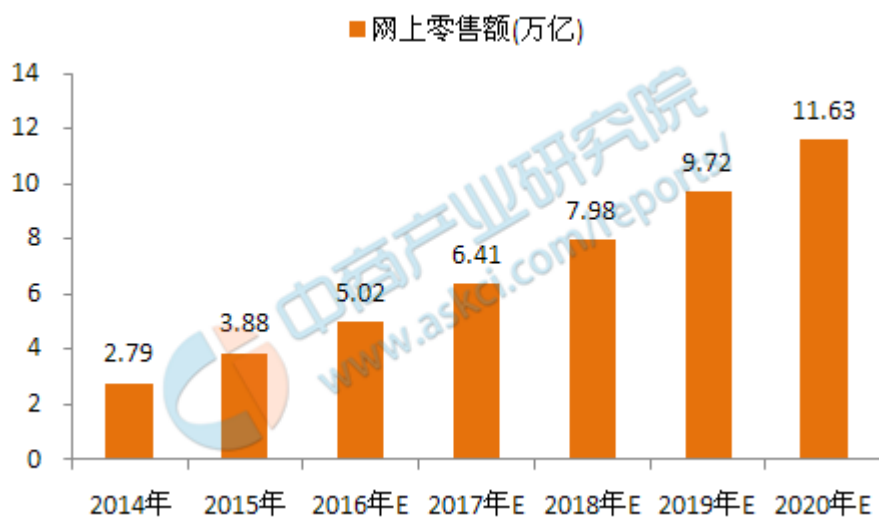
中国品牌电商服务产业链图谱

品牌电商服务商为产业链各方带来增值

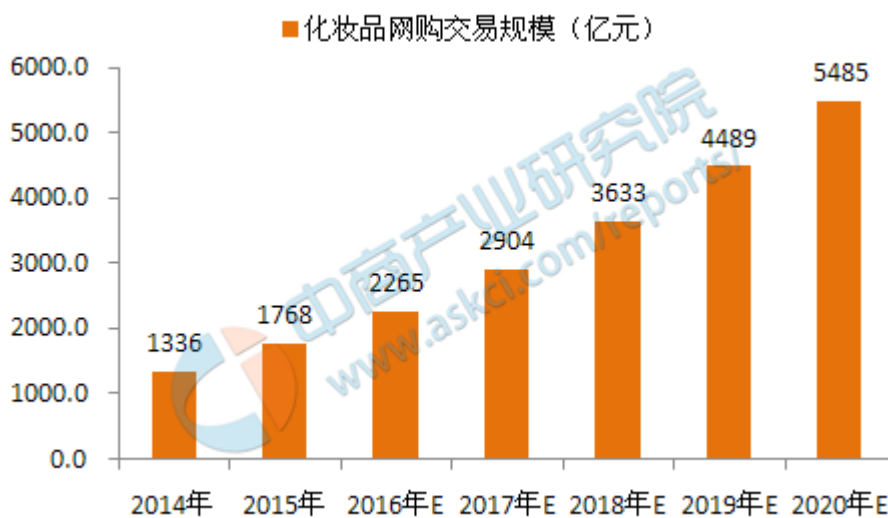
iResearch
艾瑞咨询



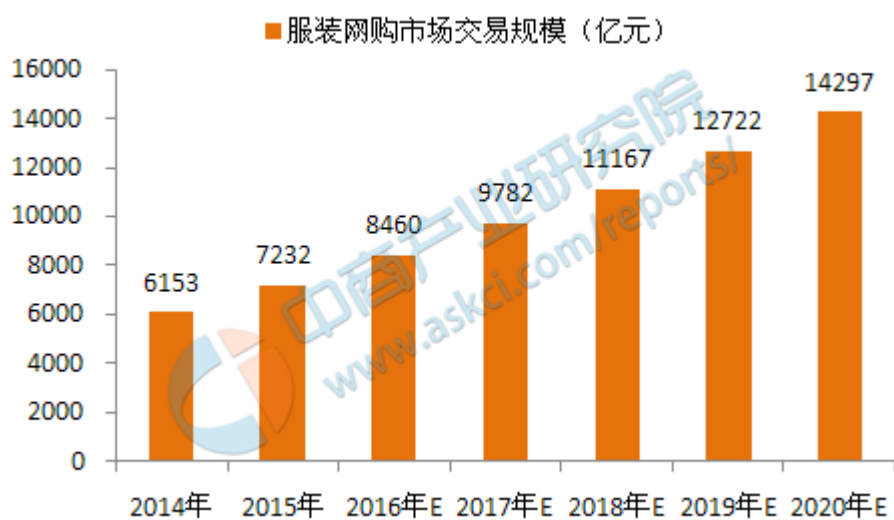
2014-2020年中国网购渗透率情况



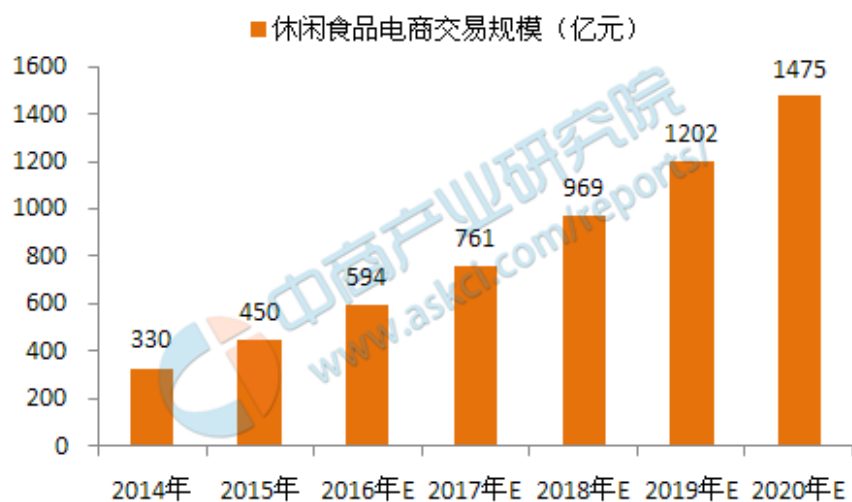
2014-2020年中国化妆品网购交易规模情况



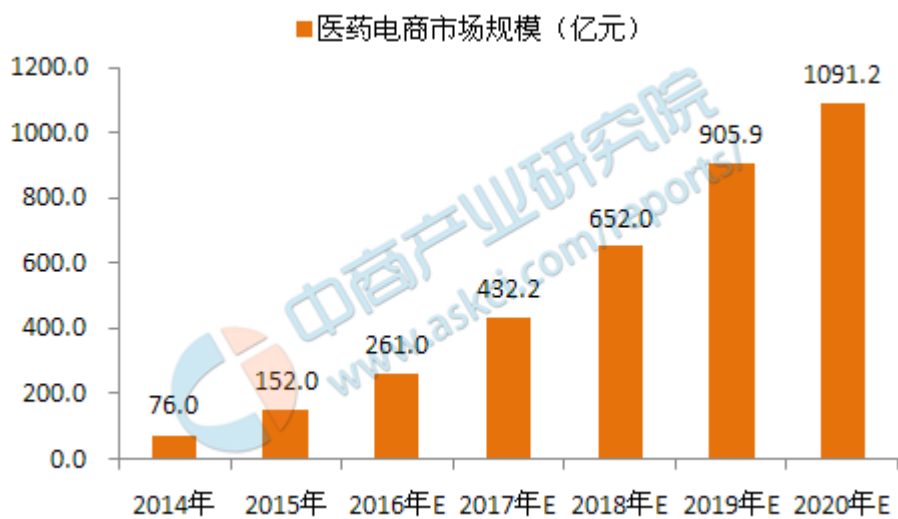
2014-2020年中国服装网购市场交易规模



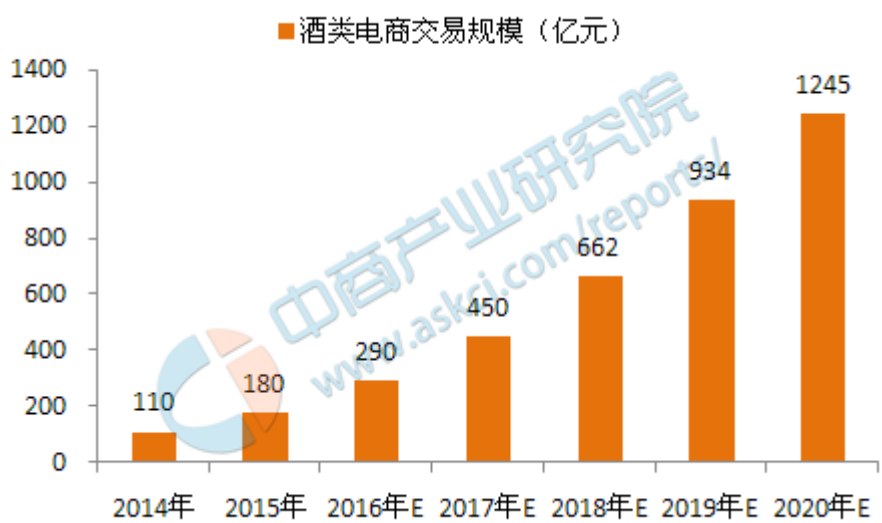
2014-2020年中国休闲食品电商市场交易规模



2014-2020年中国医药电商市场规模情况



2014-2020年中国酒类电商交易规模



中国电子商务经过二十年的发展，市场不断优化。未来，中国电子商务发展将趋于场景化、国际化、个性化和社交化。

在电商时代大环境下，各企业积极探索发展方向与校企合作的联结性。研究企业发展与校企合作的结合不仅能够优化实习学生质量，而且对电子商务专业教学改革也有着深刻意义。

6.2.1.1 新模式下的管理机制以及培养机制

以资源共享、合作共赢为共同目标。整合双方以及行业最优资源，以网萌电商产业学院为媒介，建立完善的管理运行机制和治理体系，构建具有网萌特色的电子商务专业群，创新协同育人的人才培养模式，构建校企合作的课程体系与教学模式，建设兼具生产、教学和研发功能的校企一体、产学研一体的大型实验实训实习中心和培训基地。

人才培养方面，以适用性技术和职业素质为主线制定方案，教学过程也同步围绕方案进行。让企业以主角的方式登场，全程参与高职院校的教学过程，同高职院校的教师共同协商，来设置专业、制定人才培养方案、开发课程。另外，还应该增加职业道德教育类的课程，对学生进行生产安全意识、效率意识、质量意识、服务意

识等的教育，提高学生的基本职业素养。助力抚州职业技术学院的职业教学更加专业化、多元化、国际化、个性化和社交化。

6.2.1.2 制定科学合理、全面的顶岗实习考核评价体系

采用“学生、教师、企业”相结合多元的、全面的、客观的评价方法。最后由这三方评价计算出学生的实习总成绩。顶岗实习的考核评价要紧紧围绕专业培养目标，以培养学生的职业能力为核心，实习实训的评价要突出职业能力考核。评价体系应具有可操作性：

一是评价指标要简化；二是评价指标所需的数据要易于获得，评价指标信息来源渠道要真实可靠；三是整体操作要合理规范，各项评价指标有其相对应的计算方法。顶岗实习结束后，要以系或班级为单位召开顶岗实习总结大会，指出实习过程中存在的问题和不足，提出改进措施，这样有利于学生毕业后在工作中加以改进和提高。

6.2.2 无法取代的“温度”

智能客服虽然发展得如火如荼、日新月异。但其也有着自身的问题，一项技术发展得越迅速其遇到的“数字鸿沟”情况可能也就越严重。客服的本质是要为客户服务的，但在科学技术飞速发展的同时总有一些人会被隔绝在信息化之外，即使这并不是我们希望看到的，比如老年人可能根本无法理解和运用现在的各种智能科技。

客户服务交流是基础，但我们每个人的生活环境不同、受教育程度不同、思维习惯不同，我们对同一个事物的接受能力和认知程度都具有很大的偏差，比如豆浆是甜是咸都可以拿来进行热烈地讨论，而客服行业是要面对并处理和解决世界级范围的巨大差异。人工智能的智慧程度在很大程度上是基于其可运用的数据量基础上的，只有拥有大量详尽准确的数据才能完成智能客服自身的进化。但现在只有一些互联网巨头企业或是本身就具有大量客户信息资源的传统企业才能支撑起智能客服的需求。因此智慧客服要得到提升和更广泛的应用就必须改善和加强信息数据获取的渠道和能力，这也许

只有当客户信息数据不在局限于企业而是在更高的层面可以被统筹管理，客服行业才能再次蜕变。

智慧客服虽然有着各种各样的优势，但人工智能也许最终也无法代替人工客服。科技的不断进步必将使人类从体力劳动和脑力劳动中双双解放出来，“劳动”最终将不再是人们维持生活的手段，而是为了满足心理上的需求。这就如同我们对“手工制品”的追求，是手工制作的商品质量要优于机器生产出来的吗？当然不是，但只要我们被告知这件商品是纯手工制作，其就会散发出人类特有的“温度”，这就如同现如今大火的直播销售模式一样，是否有人来解说商品都不会对商品本身的特性造成影响，但只要我们知道屏幕对面是真人，我们立刻就会有着不同的感受。也许在机器可以完全代替人类劳动的未来，世界上可能就只保留有服务行业，我们不再需要去从事生产劳动，我们需要的只是情感的传达，我们在享受着所有人的服务的同时，也在服务着所有人。

