

Research on The Teaching Mode of ASEAN "Chinese for Cross-Border E-Commerce" Under The Concept of "Chinese+" “中文+”理念下东盟“跨境电商汉语”教学模式研究

| Li Xiao Yuan |

*School of International
Education, Nanning Normal
University, Nanning, China*

923055256@qq.com

ABSTRACT

Chinese for E-commerce is an emerging programme of cross-fertilization of language and skills under the concept of 'Chinese+'. In recent years, some colleges and universities between China and ASEAN countries have carried out cooperation and exchanges on 'Chinese for Cross-border E-commerce', which has a huge potential for teaching and learning market demand. Based on the current trend of cooperation, this study finds that the current programme lacks micro teaching design research and has not formed a systematic curriculum system. Therefore, this study follows the principle of 'practicability', uses the research method of 'demand orientation', and proposes 'drawing on the experimental teaching method', 'constructing Participation, Integration, Creation' curriculum model, 'Developing a thematic unit teaching programme for e-commerce. 'The idea suggests to develop a teaching content framework with the theme of e-commerce Chinese language and analyse and sort out its main implementation links. The teaching model fits the real demand of 'cross-level e-commerce Chinese' with strong practical applicability, and can provide useful references for micro teaching materials such as syllabus objectives, theme contents and design programmes of the course.

KEYWORDS

Teaching Mode; Chinese Language; ASEAN; Cross-Border E-Commerce; Concept of Chinese+

引言

伴随互联网技术的蓬勃发展，跨境电商已成为当前重要的国际贸易形式，与之对应的跨境电商语言人才需求也日益扩大。东盟，作为与中国商贸往来密切的友好邻国地区，其近年来的跨境电商市场迎来井喷式发展。截至 2023 年，中国已与新加坡、泰国、老挝、菲律宾等 6 个东盟国家签署了电子商务合作谅解备忘录，进一步拓展双边经贸合作新渠道。在此背景下，精通汉语文化知识，掌握跨境电子商务技能，具备良好职业素养和跨文化交际能力的跨境电商汉语人才十分紧缺和抢手。纵观中

国一东盟相关电商汉语人才的培养现状，我们发现，一方面，中国与东盟国家的部分高校已开始就“跨境电商”汉语人才的培养开展合作项目；另一方面“跨境电商汉语”相关配套教学研究仍在初期探索阶段，成果较少。因此，本研究基于中国与东盟国家间电商汉语合作项目的现状分析，梳理归纳相关汉语课程的体系方案，探索“跨境电商”汉语教学模式，为“中文+”和职业汉语的教学研究提供借鉴参考。

东盟国家跨境电商汉语相关课程建设现状梳理

“跨境电商汉语”可理解为以电子数据交换和网上交易为主要内容的商业模式下所使用的交际汉语，由于其为职业汉语的重要新兴分支内容。目前相关研究十分有限，可从“职业汉语”和“商务汉语”的研究成果中，探寻相关研究趋势。

“职业汉语”市场需求强劲，利好政策助推东盟地区“职业汉语”发展

“一带一路”教育行动大力推动“职业汉语”普及与发展

2016年中国教育部印发《推进共建“一带一路”教育行动》文件，明确指出在“一带一路”倡议实施背景下，要促进职业教育与各行业之间的有机结合。崔永华（2020）认为，当前汉语国际教育呈现“四化”（低龄化、职业化、社会化、网络化）的趋势。其中职业汉语教学近几年发展良好，东盟多国纷纷开设了多类型多领域的“专业+汉语”课程项目。胡建刚、贾益民（2022）指出，伴随“一带一路”建设项目的扩大，需要成批量地培养各层次职场汉语人才，才能满足沿线国家的人才需求。

聚焦东盟职业市场需求，打造职业教育开放合作特色

2020年10月，中国教育部中外语言交流合作中心与泰国教育部职业教育委员会在线签署《关于开展“中文+职业技能”合作的谅解备忘录》，双方将共建全球第一所语言与职业教育学院，由此泰国的“中文+职业教育”新模式开始步入快车道。2022-2024年中国教育部明确提出，要坚定推进“走出去”和“引进来”高水平对外开放，办好中国一东盟教育交流周，建立职业教育联盟，推进“鲁班工坊”建设，做好职业教育项目的研发创新。2024年教育部与广西壮族自治区教育厅联合印发《推动产教集聚融合，打造面向东盟的职业教育开放合作创新高地实施方案》，截至目前，广西已与东盟地区20多所职业院校协同相关企业在海外办学，合力打造“中文+职业技能”品牌。2024年政府工作报告指出，推进中国一东盟自贸区发展升级。在此背景下，中国与东盟地区国家间的职业教育合作将借助自贸区发展契机迎来更多时代机遇。

东盟国家“商务汉语”发展势头良好，助力“跨境电商汉语”创新研发

从现有文献及合作项目来看，部分东盟国家在“商务汉语”的教学研究与实践应用中已积累一定成果，并依据各自国别发展需要，形成系列培训合作项目。

泰国：2014年泰国教育部颁布了《汉语教学改革政策》文件，推动汉语教学在泰国本地推广。截至2023年，已有80余所高校开设汉语专业学位课程。除通识类汉语课程外，商务汉语课程占比最大，近两年也陆续开展“电子商务汉语”新兴课程。

越南：根据越南学者焦丽娜（2023）对越南境内1600条人才招聘信息进行调研，发现越南商务中文人才总体需求旺盛，集中于制造、物流、贸易、跨境电商等服务领域。据统计，截至2018年，越南超过100所大学和职业院校开设汉语专业，近一半开设商务汉语课程，以满足越南本土商务汉语人才需求。

马来西亚：近年来伴随马来西亚电子商务链条体系成熟完善，相关电子商务汉语项目也随之应运而生。2023年马来亚大学与陕西国防工业职业技术学院面向80余名马来西亚高校师生进行“中文+电子商务”在线课程培训。同年，马来西亚拉曼大学孔子学院与山东电子职业技术学院开展“中文+电子商务”等育人项目合作。

印尼：目前印尼公立学校自小学至大学均开设了汉语课程，部分高校也顺应中印经贸合作需求，开设商务汉语课程和项目，如印尼普瑞玛大学《电子商务省时省力》课程；2021-2022年期间东北财经大学与印尼企业开展线上“商务汉语”课程培训项目。

老挝：2009年老挝国立大学中文系开始开设商务汉语课程，并与中国教师联合印制中老对照的《商务汉语》教材。2021年底中老铁路正式通车运营，为两国商贸发展带来极大便利。2022年贵州职业技术学院联合老挝琅南塔省教育厅开设“HSK高级辅导+电商技能”线上培训课程，培育发展“丝路电商人才”。相关课程的不足与问题

综上所述，目前“职业汉语”和“商务汉语”的相关研究在市场需求分析和育人项目合作方面能给“跨境电商汉语”课程体系的建立提供参考借鉴。但目前从语言教学的视角开展“跨境电商汉语”分析的研究较为有限，且存在以下不足：一方面，研究视角多集中于宏观的政策背景研究，微观的课程设计研发相对较少。相关研究多从电商汉语的政策指引、行业趋势和市场需求开展分析，多聚焦宏观的梳理列举，而与教学相关的课程内容编排、教学模式设计、师生评价反馈等微观研究较少。另一方面，“跨境电商汉语”多与社会经济的新型消费行为有关，相关主题研究素材具有较强的市场需求特性和时代前沿特征。虽在东盟五国已有部分高校开始尝试开设项目课程，但该类课程多以短期培训为主，未形成系统的课程体系，缺乏整体教学思路的设计探讨，且未针对国别化发展特性开展研究。

东盟国家跨境电商汉语改革路径建议

立足复合型人才培养目标，借鉴实验模式引导学生开展技能实训

从育人目标而言，“跨境电商汉语”课程对标的人才培养标准：具备扎实的汉语水平，能熟练运用汉语开展电商交际活动；掌握跨境电商相关专业技能，拥有良好跨文化交际意识的“中文+”应用型复合人才。传统以教师“讲授+操练”为主，注重以汉语语言作为单一训练的教学方式并不适用于本门课程。由于本课程的实操性较强，需要学生参与大量电商技能操练活动，因此可适当借鉴实验教学模式设计，将其注重实训操练的核心理念融于教学步骤中。实验教学模式主要强调“教”的演示讲授和“学”的模拟操练的紧密结合，即教师对教学主题内容进行讲授演示后，学生进行模拟情景操练。在电商汉语课堂前，教师可结合翻转课堂的教学手段，利用微课和慕课的形式让学生自主完成汉语语言部分的梳理；随后在课堂中教师进行技能知识的传授演示，并设置与电商主题相关的情景，引导学生以小组的方式自主开展实训操练。该方式能较好体现“学以致用”的教学效果，提升学生自主创新的意识。

顺应校企协同育人发展要求，构建“参”“融”“创”课程模式

跨境电商汉语课程所兼具的实操性和时效性决定了其需要与市场需求进行紧密结合。加深校企合作，构建协同育人的培养机制是实现课程教学与市场需求接轨的重要方

式。在课程设置中可构建“参”“融”“创”三位一体的产教研模式，即“参”：相关高校积极与跨境电商中小企业开展合作授课，让学生亲临一线实践现场，真实体验电商服务的环境氛围，提升其运用汉语开展商业活动的能力。“融”：顺应新文科创新发展要求，以现代互联网媒介为技术手段，注重将国际中文教育、市场营销、经济管理、现代物流等专业知识进行交叉融合，形成复合型人才培养的课程体系。“创”：借鉴“创新、创意、创业”的“三创”育人培养的理念意识，激发学生的创业兴趣与潜能，深化产学研深度融合，促进课程优化、人才培养、产业升级的有机衔接。

结合东盟国别化发展特色，制定电商主题单元教学方案

跨境电商汉语作为新科技消费时代下的新兴汉语类目，伴随中国—东盟电商合作的日益成熟，在东盟国家的中文教学市场蕴含较大发展潜力。因此在相关课程内容的设置，不仅需要涵盖电商领域专业技能和汉语交际知识，而且应结合东盟国家电商行业发展特性，选取编排具有国别化文化特征的素材内容。围绕电商各步骤环节开展教学设计，选取东盟国家电商文化要素，形成包含汉语专业词汇、情境对话分析和模拟场景实训的主题单元，能较好兼顾汉语知识、专业技能和国别化特色三者内容传授的落地实施。

研究结果及探讨

东盟国家跨境电商汉语课程教学分析

研究原则与方法

实践性原则

相对传统的理论知识讲授，实践性原则重视实践操练环节的设计和 implement。在语言教学中，主要是指教师能够结合语言操练的习得内容，创设符合主题的操练环节。跨境电商从行业属性而言，是电子商务发展的市场化结果，来源于实际的市场化需求，具有极高的实操性质。因此以其作为主题内容开展汉语教学，需要结合跨境电商的实操性质，将汉语知识点融于电商场景打造中，激励学习者在场景中完成主题操练，从而达到习得相关语言知识点的目的。

需求导向方法

“跨境电商汉语”课程的设置离不开市场需求的调研分析。因此相关研究者可基于东盟“中文+”发展情况、相关高校汉语人才培养现状及东盟电商消费需求特性三方面要素进行多维度需求调研分析，得出“跨境电商”汉语学习目标需求、“跨境电商”汉语学习内容需求、“跨境电商”汉语学习方法需求、东盟中文学习者电商汉语课程学习风格调研等结果。在教学设计中，教师结合上述需求结果分析，有针对性地设计安排教学主题单元，重视学生的学习适用度和参与度，通过各类丰富多元的教学活动和主题情境的设置，帮助学生主动运用电商汉语词组和句型开展商业活动，完成相关知识的内化吸收。

教学目标

认知目标

基于认知目标中知识、领会、运用、分析、综合、评价六个方面的分类分析。通过跨境电商汉语的课堂学习，学习者了解跨境电商的定义、流程和特点，习得相关语

言知识要点，领会中国跨境电商的文化礼仪，具备运用汉语知识完成跨境电商各环节步骤的交际能力。

能力目标

根据《国际中文教育中文水平等级标准》中有关中文语言能力标准的界定，“言语交际能力”主要是从听、说、读、写、译五项语言技能来评判。结合跨境电商汉语的学习内容，中文学习者应听懂跨境电商相关汉语表达，能利用汉语进行相关交流沟通，可正确阅读领会跨境电商汉语文本内容，并可撰写相关跨境电商的策划文书，利用各类电商平台开展营销电商活动。

情感目标

通过主题式的跨境电商情境设置开展课堂教学，可以提升学习者团队协作的创新精神，培养学生利用开创性思维开展营销活动的的能力，激发学生学习跨境电商汉语的热情和兴趣。

教学内容

跨境电商汉语教学内容主要以关涉电商场景的主题为分类依据，分单元进行设计编排。每个主题单元包含专业词汇句型梳理、主题对话情景分析、模拟实践操练三方面内容。

表 1. 跨境电商汉语主题教学内容简介

| 单元主题 | 单元内容简介 |
|--------|--------------------------------------|
| 第一单元主题 | 打造网络商店 |
| | 主要包含电子商铺简介、电子商品内容咨询、商品限购及下架情况。 |
| 第二单元主题 | 网购交易议价 |
| | 主要包含买卖双方议价流程、电子商品折扣、商家促销活动等内容。 |
| 第三单元主题 | 品牌营销 |
| | 主要包含卖家推广新品的各类营销活动内容。 |
| 第四单元主题 | 在线订购 |
| | 主要包含顾客线上选品流程、卖家介绍库存情况、卖家回应顾客特殊要求等内容。 |
| 第五单元主题 | 支付退款 |
| | 主要包含付款和退款的流程内容。 |
| 第六单元主题 | 出货管理 |
| | 主要包含商品包装要求、商品发货提醒等内容。 |
| 第七单元主题 | 物流快递 |
| | 主要包含物流快递公司选择、商品物流跟踪等内容。 |
| 第八单元主题 | 售后服务 |
| | 主要包含维修服务、延迟发货、退货、取消订单等内容。 |
| 第九单元主题 | 线下交流 |

| | |
|---------|-------------------------------------|
| | 主要包含线下参观、合作交流、商务谈判等内容。 |
| 第十单元主题 | 客户反馈和纠纷 |
| | 主要包含如何处理客户反馈的商品质量问题、物流问题、服务态度问题等内容。 |
| 第十一单元主题 | 中国电商礼仪文化 |

根据上述主题内容结构安排，初步拟定了每个教学主题内容的教学重点和教学方法。

表2. 跨境电商汉语主题教学内容分析样例

| | |
|---------------|---|
| 第二单元主题：网购交易议价 | |
| 教学重点 | <p>掌握本课的重点词汇、短语和句型，能用相关语言知识开展网络商品议价行为。</p> <p>词汇：“利润”“优惠”“赠券”“赠品”“折扣”“促销”“划算的”“附加的”“零售”“批发”</p> <p>短语：“讨价还价”“做出让步”“清仓大甩卖”“便宜没好货”“随...而变化”</p> <p>句型：“这些商品定价合理，很划算”“可以便宜一点吗”“这是换季的...，我给你打个折扣”“这是我们最优惠的价格了，不能再低了，我给您送一些赠品吧”</p> <p>“我把调整价格后的链接发给您”</p> |
| 教学方法 | <p>任务驱动法：教师在课前、课中、课后都向学生布置任务，请学生依据要求逐一完成各项任务。</p> <p>课前：教师提前发放与网络商品议价相关的语言知识点，请学生完成预习任务。</p> <p>课中：教师讲授相关语言知识点，给学生布置操练任务。请学生结合完成讲授知识点，以两人为一组编写网络商品议价的对话，并完成演练。</p> <p>课后：请学生结合老师给予的引导情境，补充完成对话内容。</p> |

东盟“跨境电商”汉语教学实施

创设情境

跨境电商汉语教学内容依据其步骤流程，划分为不同的主题单元，各单元主题有其对应的交际情境，依托对应的交际情境开展导入设计有利于激发学生学习兴趣，帮助其较迅速地进入课堂教学。创设情境的方式主要借助教学文本内容和媒体声影像手段，通过语言、故事、歌曲、图片、视频、互动交际对话等方式展现与本主题单元相关的内容。教师基于上述形式的情境分享，提出相应的导语和问题，引导学生

思考,从而导入本主题单元教学。如在讲授有关“售后服务”的主题时,教师可在导入环节展现淘宝买家要求退货、换货、催货的案例场景,创设与售后服务相关的对话,引发学生思考“遇到相关问题该如何处理”,从而导出本单元教学内容。创设情境的方式和途径丰富多样,教师应注意结合主题单元的内容题材,把握各单元主题教学目标,带动学生在情境创设中主动探索解惑。

任务活动

充分利用跨境电商行业本身的场景属性,将每个主题的课堂教学内容依次转换为情境任务,每个任务对应不同的教学目标。由于目前已将跨境电商汉语内容按照主题形成了单元教学素材,每个主题单元内容统一性较强,内在关联性强,有利于结合情境场景和任务活动开展相关设计。从主题内容看,任务活动主要有阅读问答、小组讨论、造句练习、角色扮演、情景演练等。如“打造网络商店”的主题单元教学,教师在完成词汇和句型梳理后,可依据网店打造的内容流程,将活动环节分为“确定商品品类”——“注册网店账号”——“装饰推广店铺”3个环节。教师依据每个环节内容,让学生以3-5人为一小组,成立网店团队。依据3个环节内容,制定相应的网店打造任务。在任务执行过程中,教师将相关语言知识点融入其中,要求学生运用相应词语和句型完成任务。

任务活动的打造离不开主题情景的设置,教师在进行任务设计时要紧扣语言训练的核心目标,利用校企合作资源,进行电商实战演练机会,充分给予学生思考和表达的空间,促进其通过“任务驱动”主动参与课堂活动教学。

总结作业

情景任务活动结束后,教师需要系统地梳理总结本节课所学习的内容,加深学生对所学知识的巩固和记忆。同时结合所学章节的主题内容,布置情景模拟实践作业:要求学生以3-4人为营销小组团队,结合本课所学内容,利用ppt、视频、图片等形式创设场景,运用本课所学的词汇和语句,设计3-5分钟的模拟线上销售场景。该方式不拘泥于传统的文本习题操练形式,以模拟的真实情境作为背景依托,鼓励学生自行选择销售商品和情景展现形式,形成个性化的实践场景,能较好发挥其创意潜能,增强其学以致用教学效果。

结论

与传统的通识类汉语课程相比,“中文+”系列课程具有学科交叉和产研兼容的特点,在课程的教学过程中,教师需要兼顾汉语语言教学和相关职业技能知识传授的双重任务,因此在教学模式的设计上教师需要根据“中文+”所对应的职业技能的领域特点进行针对性的探索与研发。“跨境电商汉语”课程的“跨境”和“电商”属性决定了其具有很强应用实操性和市场需求性,因此结合跨境电商市场需求,借鉴实验教学方式,构建“参融创”的教学模式具有一定的必要性和科学性。后期将由此作为教学参考素材,面向东盟中文学习者开展教学实践活动,根据教学对象的反馈评价,进一步调整完善教学模式,以期形成一套相对科学的“跨境电商汉语”教学体系。

参考文献

- [1] Sandyaningrum, J. N., & Kusumaningtyas, D. P. S. (2023). The Effects of Learning Mandarin Online with a Native Lecturer to University Students' Anxiety. *MANDARINABLE: Journal of Chinese Studies*, 2(2), 121-129. <https://doi.org/10.20961/mandarinable.v2i2.947>
- [2] 崔妙莹.基于商务汉语改革的商务汉语需求调查分析——以居住在加拿大、法国、香港及中国大陆的外国人为例[D].华东师范大学,2011.
- [3] 崔永华.试说汉语国际教育的新局面、新课题[J].国际汉语教学研究, 2020(04).
- [4] 邓春丽.“互联网+双创”背景下的跨境电子商务教学模式[J].互联网周刊, 2023(11).
- [5] 甘立.基于 TPRS 教学法的商务汉语口语课教学设计[D].浙江科技学院, 2021.
- [6] 贵州职业技术学院.云端相会同携手“丝路电商”创未来——中老“HSK 高级辅导+电商技能”项目开班仪式顺利举行 [EB/OL]. <https://www.gzvti.com/info/1030/15979.htm>, 2022-9-20.
- [7] 侯宝力.多元互动教学模式的构建与实施[J].现代教育科学, 2003(04).
- [8] 胡建刚, 贾益民.国际职场汉语教学探讨[J].世界汉语教学, 2022(03).
- [9] 焦丽娜.基于三维调查的越南商务汉语需求及教学优化研究[D].山东大学硕士学位论文.2023.
- [10] 蒙娜.来华蒙古留学生的商务汉语需求调查与分析[D].山东大学, 2018.
- [11] 陕西国防工业职业技术学院.我校开展马来西亚“中文+电子商务”培训 [EB/OL].<https://www.gfxy.com/info/1003/17251.htm>, 2013-1-6.
- [12] 于勇.应用型高校东南亚留学生提高职业汉语能力需求的调研及对策[J].天津中德应用技术大学学报.2020(03).
- [13] 张慧欣.T 型人才培养模式下的课堂教学改革探究——以“职业汉语应用”课程为例[J].新课程研究(下旬刊).2019(01).
- [14] 张黎.经贸汉语课程研究[M].商务印书馆, 2007.
- [15] 中华人民共和国教育部.教育部关于印发《推进共建“一带一路”教育行动》的通 [EB/OL]. http://www.moe.gov.cn/srcsite/A20/s7068/201608/t20160811_274679.html,2016-8-11.