

职校电子商务专业课家国情怀元素的挖掘与运用

徐佳丽

(杭州市临安区职业教育中心 浙江 杭州 311300)

【摘要】 培养家国情怀不仅能够形成良好的社会氛围，实现思想政治教育，更有利于学生身心健康的成长，激发学生学习的动力，促进学生的积极生活。电子商务是我国弯道超车的关键一环，讲好电子商务的中国故事，对于增强学生的四个自信，提升学生的家国情怀十分有益。本文主要论述了如何在电子商务专业实践操作课程和理论课程中渗透中国故事、中国思想，并促进学生将故事、思想内化，增强民族自尊心和自豪感，居安思危时刻准备着为祖国贡献力量，并能顾全大局理性爱国。

【关键词】 职高；电子商务；中国故事；课程思政；家国情怀

【中图分类号】 G641

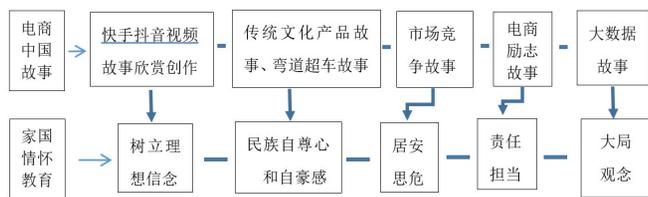
【文献标识码】 A

【文章编号】 1673-9574(2022)01-000142-03

一、电子商务专业课程中的家国情怀元素

(一) 电商经济理论中的家国情怀元素

新中国成立70多年，我国从站起来到富起来，到如今努力强起来，是中华民族忍辱负重，积贫积弱，一步一个脚印奋斗出来的。这期间丰富的事例，演绎着中国经济从起步到腾飞的历程，其中电商的发展是我国实现“弯道超车”的重要一环。对于“弯道超车”学生有着无限的好奇心，究竟在这几年的经济发展中，中国究竟体现出了哪些优势。因此电商经济理论课程中蕴含着丰富的国情文化、民族文化、社会主义制度优越性等元素，通过对这些元素的加工，在课堂中向学生展现，能够使学生会美好生活的来之不易，让学生珍惜当下，感恩先人，根据国情树立自己的理想信念。



图：电商故事中的家国情怀元素挖掘举例

(二) 中国商业文化中的家国情怀元素

经济学、市场学、营销学等课程虽然创建于西方资本主义国家，但是我国丰富灿烂的中国古代商业文化，才是这些商业思想的本原，当美国还是荒野之地、欧洲还是野蛮状态之时，我国就有了诸如范蠡的《商训》、菜根谭等商业巨著，更出现了胡雪岩、沈万三等著名商人。这些著作及著名商人的经商故事，都渗透着丰富的经营思想。在电商专业课程中引入中国传统商业思想，可以让学生感受古中国灿烂的文明，丝绸之路一带一路的壮观，增强学生的民族自尊心和自豪感。

(三) 国际经济环境中的家国情怀元素

改革开放以来，我国忍辱负重默默无闻地承担着世界性的生产，中国人民辛勤劳动，用勤劳的双手支撑起了国家的发展，使得“made in china”的产品遍布世界的角角落落。一方

面，让学生看到我国几十年来的发展历程，看到改革开放对我国生产力发展促进作用，增强学生的道路自信；同时，也让学生看到我们在国际经济体对我国企业一次次的反倾销的控诉中败诉，发现我国在国际经济中的处境，让学生清晰地了解我国国情，不盲目自信，能够理性地爱国，做到居安思危，不被当前眼下的优越生活腐化，仍要努力学习时刻准备为祖国贡献力量。

二、电子商务专业课程教学中的中国故事

(一) 故事案例教学对于电商专业的意义

电子商务是市场营销学的范畴，属于策略技能，因此案例教学是最常用的教学方式，案例就是一个个小故事，因此在电子商务课堂中讲好中国故事不仅是对学生家国情怀的教育，也是专业学习的有效手段，对于增强学生对专业策略的形象理解，舍身处境地感受商业气息都十分有益。

(二) 电商故事时代感强、国情教育性强

“无电商不商业”，当前电子商务已经成为商业的主要模式，电子商务已经渗透到学生日常的点点滴滴，电商故事是当前的主要话题。我国通过电子商务的发展实现了弯道超车，这其中，为什么我国能够比其他国家更好地发展电子商务？我国在发展电子商务中的优势是什么？这些故事对于学生非常有吸引力。在对这些故事的讲述中，需要分析我国的国情，分析我们的优势和劣势，以及如何去扬长避短地立足世界经济，使得国情教育深入浅出，便于学生学习和理解。

(三) 电子商务中国故事的家国情怀意义

讲好中国故事，发好中国声音，是我国当前思政教育的重要内容，电子商务课程中讲好中国故事不仅是以生动的案例促进学生学习，更是课程思政的要求。中国故事、中国声音蕴含着丰富的家国情怀元素，是培养学生家国情怀的重要载体，使学生在故事中浸润心灵，健康成长。

三、电商专业课程中家国情怀渗透的实践

(一) 内化故事自我教育树立理想信念

1. 通过设计实践作业内化故事中的家国情怀

电子商务是线上展示销售，主要通过图片、视频媒体的设计来感化消费者，引导消费者购买行为，设计类的实践学习较多。在学生的设计实践作业中引入家国情怀元素，让学生在设计类实践学习中，对产品的传统文化进行学习和内化，把文化融入到作品之中，以形成作品的灵魂。

(1) 传统产品主图、详情页设计

传统文化相关产品内涵丰富的地方文化、传说、代表人物，这些代表人物都是家国情怀很强的名人，渗透着中国的孝道文化、忠诚文化、家族文化、忧国文化。在电子商务专业课程中，对宝贝主图的设计、详情页的设计，一定要深入挖掘产品的文化内涵，赋予作品设计的灵魂。例如，端午节粽子产品，有屈原忧国忧民自投汨罗江的情怀，也有孝女曹娥的孝道文化，还有一些赛龙舟等民间活动文化，学生都需要对这些元素进行深入了解、感受，才能设计出感动人心的作品。

(2) 引流媒体快手、抖音等设计

近年来大国崛起的家国情怀非常浓厚，家国情怀式营销悄然兴起，特别是以快手抖音这些传播力极强的自媒体设计展现，在民间快速地形成了浓厚的家国情怀氛围。

①欣赏优秀媒体设计感受家国情怀。自媒体、直播带货是当下电子商务新一代手段，极其盛行。这其中有许多非常优秀的作品，作品非常感人，对这些作品的学习，不仅让学生学会如何设计作品，更容易让学生感受家国情怀。例如共青团中央×知乎推出的五四微电影《重逢》、清华大学的校招短片《破壁少年》、B站刷屏的《我不想做这样的人》、《后浪》等等。

②实践设计媒体作品表现家国情怀

自媒体的实践设计对于青年学生十分喜欢，他们喜欢表演，喜欢新鲜事物，能够做一次演员，做一次导演，参与的积极性非常高。自媒体作品的设计又是电商当前的重要手段，此知识点的学习就可以让学生先模仿表演作品，然后再适当地自己创作剧本，自己创作作品。学生无论是模仿表演，还是自行创作剧本表演，对学生都是一种身临其境的沉浸式内化教育过程。

2. 通过对家国情怀故事的內化树立理想信念

当前我国脱贫攻坚战已经获得了全面的胜利，全国人民都能衣食无忧，特别是江浙一带经济发达，学生更是早已生活条件相对优渥。但是，我们也要看到疫情大灾大难面前新一代年轻人的担当，他们不是堕落，只是没有发展的环境和机会，是教育的缺失。通过在电子商务课程中渗透家国情怀，要让学生形成如下信念：

(1) 当前美好生活的来之不易，激发学生心底的感恩之心，学习先人立志报国；

(2) 引导学生珍惜当下，立足当下，做一些力所能及的服务人民的事情；

(3) 让学生知道学生时代最大的任务就是努力学习，时刻准备着为祖国贡献力量；

(二) 灿烂文明增强民族自尊心和自豪感

民族自豪感是爱国主义的重要因素，是指对本民族的历史文化、传统精神、价值取向、现实状况、未来发展等表示高度认同、充满信心和乐观主义精神的情感，中国人民历来具有强烈的民族自豪感。

1. 电子商务发展弯道超车尽显民族自豪感

2007—2009年的世界金融危机给我国经济造成了巨大的打击，但同时是我国在世界经济中弯道超车的开端，也是我国电子商务完成B2C转变，进入全面、全民电商时代的开端。从此，电子商务经济在我国一发不可收拾，成功完成了国家的扩大内需的战略，提升了国民的生活品质，促进了我国市场的供给侧改革。这期间“made in china”让我们为中华民族的勤劳而自豪，为中华民族的创新创造力而自豪，为丰富灿烂的中华文明而自豪。

2. 中国丰富的古商业思想尽显民族自豪感

中国传统文化中的商业文化极其丰富灿烂，众多古代著名商人的故事都渗透着担当、睿智、勇敢等优秀品质，是市场营销学思想的根源。例如，《史记》中记载范蠡的故事，他“十九年中三致千金，再分散与贫交疏昆弟”，赚了钱就从事各种公益事业，获得了“富而行其德”的美名。再如，被宋真宗封为“商圣”的白圭把经商理论概括为四个字：智、勇、仁、强，并以“人弃我取，人取我与”和“知进知守”的理财思想为后人所看重和借鉴。

(三) 以市场竞争故事警醒学生居安思危

唐代诗人杜荀鹤在《泾溪》诗中这样写到：“泾溪石险人兢慎，终岁不闻倾覆人。却是平流无石处，时时闻说有沉沦。”任何一个家族、任何一个企业、任何一个朝代都是经历初建、发展、兴盛、衰落、毁灭的过程，因此家国情怀越是在兴盛时期越需要青年具有居安思危意识，艰苦奋斗，不忘初心。

1. 市场竞争故事警醒学生要警惕腐化

“历览前贤国与家，成由勤俭破由奢。”安逸的生活容易使人腐化，使人丧失奋进的动力，从而不思进取，遵奉享乐主义。市场竞争理论让学生认识到任何一个企业、一个国家都如逆水行舟，不进则退，一旦腐化享乐，就会“由俭入奢易，由奢入俭难。”腐化的危害有很多形象的漫画故事，警示视觉很强，可以在班级内结合班主任管理，渗透到日常教育。

2. 市场竞争理论警醒学生不盲目自信

市场竞争促进社会的发展，是督促企业不断前进的动力，没有什么绝对优势可以让企业永远立于不败之地。因此，在任何时候，我们都不能盲目自信。

3. 市场竞争理论警醒学生要坚定信念

企业的竞争周期理论说明变化是绝对的，静止是相对的，

让企业永葆青春的只有坚定的理想和信念，这种信念就是无论何种处境都不能改变的艰苦奋斗的精神。“天行健君子以自强不息，地势坤君子以厚德载物。”

（四）励志担当故事中渗透的责任与使命

《大学》中指出修身、齐家、治国、平天下，由个人到家庭，再到国家，而至天下，从一点向外扩展，体现了中国传统思想特有的人生追求与情感。中国的儒家思想所讲的家国同构，指出了家庭和国家在内部构造机理上是一样的，家是小的国，国是千万家。强调人的情感格局从自然的亲情及至爱他人、桑梓、邦国。强调一个人对家庭、国家的责任与担当，是家国情怀的基础。

1. 励志榜样人物品格中的责任与担当

电子商务课程教学中，历届优秀毕业生创业的案例是经常例举的，这其中不乏一些家境贫寒的学生通过创业实现脱贫致富的故事。也不乏在父母的基础上更上层楼，将父母基业发扬光大的故事。这些故事都能够让学生体会到他们这一代要秉承前辈艰苦奋斗精神，接过前辈的担子，继续开拓进取，奋发图强。另外，链接电商名人马云等创业的故事，链接钱学森回国研发原子弹使中国站起来，这些典型的家国情怀名人故事，可以链接进课堂，增强学生的责任与担当意识，发展其家国情怀。

2. 家国情怀品牌营销中的责任与担当

一个企业、一个品牌，唯有以家国情怀立命，有责任、有担当，才能构建起更为深刻的格局和远见。文化自信，催生新国货崛起，老字号品牌焕新，传统品牌升级，新锐品牌崛起……近年来，消费市场上涌动起一股“守得住经典，当得了网红”的国货新潮流。

比如晨光文具与京剧“联姻”，把看似几块钱的小买卖做成了年营收80余亿元的大生意；飞跃“小白鞋”转型升级踏上“国潮”路，成为年轻人眼中的时尚潮牌；这些融入文化内涵、把握时代脉搏的“新国货”，强化着消费者内心的文化自信、家国情怀。在他们眼中，传统文化符号已经与个性、特色紧密相连。

3. 大国担当尽显人类命运共同体情怀

新冠疫情肆虐全球，中国控制疫情的速度、方案尽显了我国制度的优越性，增强了国人的制度自信，同时我国向全球派出了多支抗击疫情的医疗队，为世界抗击疫情带去了希望。同时，近年来“中国速度”“中国质量”“中国改革”“中国梦”“中国创造”“中国信心”“中国力量”等“最美中国式”正变成先进、正能量、国家魅力的代名词，为世界所接受，成为各国的标杆。

（五）大数据数字经济中渗透的大局意识

坚定家国情怀需要大局意识、大局观念，不能因一时的国家胜利就欢呼，一时的国家失利就沮丧，要有全局观与国家同

呼吸共命运，胜不骄败不馁，得意之时不忘乎所以要居安思危，失意之时不丧失意志要自强不息。同时，要处理好个人利益与集体利益的关系，以大局为重，历练自我的奉献精神、牺牲精神。

1. 大数据时代开阔学生的隧道视野

“一枝独放不是春，百花齐放春满园”家国情怀需要扩展学生的格局，改变隧道视野的意识形态。电子商务是建立在数据分析基础上的商务，电子商务数据分析技能是最基本的学习内容，因此，在数据分析的课堂中要引申出学生对日常学习、工作、生活的全局观念，引导学生格局放大，拒绝斤斤计较。

2. 大数据时代透明化促进干净担当

电子商务时代是大数据的时代，物联网、智慧城市、数字城市、数字乡村使得一切都清晰透明，在这样的环境中每个人想要点小聪明、投机取巧、损人利己都无处遁形，都会成为社会的笑柄。因此，大数据时代的国民必须是干净的，经得起审视，是被动慎独的；大数据时代的国民必须是担当的，因为责任清晰透明不可推脱，任何事理都暴露在媒体公众之下。大数据的环境要让学生认识到任何不良的思想、不良习惯、不良行为都是无处遁形的，过去所谓的“活络人”效应已不复存在，大数据时代每个人都必须干净担当。

3. 大局观念厘清个人与国家的意义

一个国家的价值，从长远来看，取决于其组成个体的价值。国家的强大离不开具有优秀素质的国民，少年强则国强，国家的强盛需要培养高素质的新一代。数据大局观可以引申学生去思考，“千里之堤，溃于蚁穴”的意义，让学生不做情绪和气氛的破坏者，不做粥里的老鼠屎。另外商业案例中不乏“一招未施满盘皆输”的道理，我们每个人都是社会主义大厦的一砖一瓦，都要发挥自身价值，维护祖国的繁荣昌盛。同时，家与国是我们心灵的归属地，只有个人命运与国家命运是紧密相连，才能更长远地发展自己，“皮之不存，毛将焉附。”青年一代要以祖国的发展为己任，要有远大的理想。

参考文献

- [1] 来燕. “课程思政”在高校“电子商务”课程教学中的应用[J]. 南方农机. 2020(11)
- [2] 潘瑛芳. 高职高等数学课程思政的探索[J]. 科教文汇(下旬刊). 2021(04)
- [3] 颜志博. 高职跨境电商专业教学与课程思政元素融合路径研究[J]. 商业经济. 2021(05)
- [4] 韦诗业 李素芬. 新时代思政课程与课程思政协同育人机制构建研究[J]. 学校党建与思想教育. 2021,(20)