

从“秀场”到“市场”：服装表演专业校企协同育人模式的路径研究

吴晶

武汉设计工程学院，湖北 武汉 430000

DOI: 10.61369/ETR.2026210011

摘 要： 在时尚产业发展日新月异的时代背景下，服装表演专业教育也由原来的“秀场导向”向“市场导向”转变，校企协同育人是联系教育与产业的纽带，也是解决专业人才培养与市场需求脱节问题的主要途径。本文将浅析服装表演专业校企协同育人模式的应用价值及育人现状，并探讨服装表演专业校企协同育人模式的优化路径，以期为服装表演专业教育与时尚产业的创新与发展提供一定理论参考。

关 键 词： 服装表演专业；校企协同；育人模式

From "Catwalk" to "Market": Research on the Path of School-Enterprise Collaborative Education Model for Fashion Performance Major

Wu Jing

WUHAN INSTITUTE OF DESIGN AND SCIENCES, Wuhan, Hubei 430000

Abstract： Against the backdrop of the rapid development of the fashion industry, the education of the fashion performance major has shifted from the original "catwalk-oriented" to "market-oriented". School-enterprise collaborative education serves as a link connecting education and industry, and is also the main approach to solve the problem of disconnection between professional talent training and market demand. This paper briefly analyzes the application value and current status of the school-enterprise collaborative education model for the fashion performance major, and explores the optimization paths of this model. It is expected to provide certain theoretical reference for the innovation and development of fashion performance professional education and the fashion industry.

Keywords： fashion performance major; school-enterprise collaboration; education model

随着我国时尚产业的转型升级，对服装表演专业人才的需求也由原先的“单一表演型”向“复合型、应用型”转变。校企协同育人是高等教育改革的主要方向，也是沟通学校人才培养与行业市场需求的一座桥梁。因此，服装表演专业教育教学应冲破高校和企业之间的壁垒，实现“校地共生、校企共赢”的协同育人目标，这既是服装表演专业升级转型的必然要求，又是推动时尚产业高质量发展的有力保障。

一、服装表演专业校企协同育人模式的应用价值

（一）提升人才培养质量

目前，部分服装表演专业毕业生在求职时存在专业技能与市场需求脱节、实践能力不足等状况，而校企协同育人模式是引入相关企业参与人才培养全过程，将市场需求、行业标准融入课程规划、教学执行、实践锻炼等方面，使学生在求学过程中掌握良好的专业技能和市场运营能力，进而培养出兼具表演能力、市场意识和创新思维的复合型服装表演人才，提升毕业生的就业竞争力和行业匹配度^[1]。同时，借助企业资源，为学生提供丰富多样的秀场策划、品牌推广、模特经纪等一线实践场景与机会，让学生

在实际项目中打磨专业能力，提前适应时尚行业的工作节奏与岗位要求，提高他们的市场适应能力。

（二）推动专业教育转型

随着时尚产业的快速发展，服装表演专业所处的育人环境、教学目标与教学内容、教学模式也需与时俱进地作出改变，以满足社会发展对服装表演人才的要求。高校在与企业开展协同育人工作时，可以借助企业平台了解时尚行业的发展趋势以及市场需求变化，进而对专业教育体系和人才培养方案进行适时的调整，如优化课程体系、更新教学内容等，推动专业从“秀场导向”向“市场导向”转型，提升专业教育的针对性和实效性^[2]。此外，校企协同育人模式的实施，不仅能够更好地满足行业发展的需求，

还可以依托学校教育,传播时尚文化、引领时尚潮流,使时尚产业向多元化、高品质方向发展。

二、服装表演专业校企协同育人现状

(一) 校企协同深度仍需加强

当前,许多服装表演专业仍以订单培养、共建实训基地、企业宣讲等传统方式开展校企协同育人。这种育人模式不仅形式单一,而且同质化现象较为严重。大部分合作只停留在表面,高校负责理论教学,企业负责提供实训岗位,双方没有人才培养目标、课程体系、教学内容、考核评价等主要环节上进行深层次的协同,导致人才培养与市场需求相脱离^[3]。部分高校虽然与企业签订了订单培养协议,但也只是对毕业生就业方向做出简单的约定,没有根据企业实际需求来制定个性化人才培养方案,课程设置仍然以传统的表演技能课程为主,缺少市场运营、品牌策划、新媒体传播等相关的课程内容,难以培养出企业所需要的复合型服装表演人才。

(二) 校企资源整合有待提升

校企协同育人的关键就是资源整合,即高校和企业优势互补。然而,许多服装表演专业在进行校企协同育人过程中,校企双方的资源优势并没有被充分地利用起来,这不利于协同育人效果的有效发挥。从高校角度来说,高校具备师资、科研、教学场地等资源,缺少市场实训资源及行业前沿动态,而且高校师资大多为理论型教师,缺少市场实践经验,难以将时尚行业前沿知识、市场需求与教学过程有机融合。从企业角度来说,企业拥有市场资源、实践场地、行业技术、就业岗位等优势,缺少系统的人才培养体系和科研能力。另外,考虑到商业机密保护、项目运行效率等因素,企业往往仅为高校提供一些辅助性、浅层次的实际内容,导致资源难以实现深度融合对接。

(三) 校企协同育人市场化不足

一方面,人才培养目标定位不清。部分高校将服装表演专业的人才培养目标定位在秀场模特上,忽略了时尚产业对品牌策划、时尚传播、电商直播、模特经纪等复合型人才的需求,导致毕业生就业面小、就业难。另一方面,课程体系设置不合理,传统的服装表演专业课程体系是以表演技能课程为主,如台步训练、形体训练、服装展示等,缺少与市场需求相联系的市场运营、品牌策划、新媒体传播、模特经纪等相关课程^[4]。同时,教学内容更新相对滞后,数字时尚、AI技术在服装表演中应用等内容没有及时地加入教学当中,使得学生所学专业知识、技能与市场需求不符。

三、服装表演专业校企协同育人模式的优化路径

(一) 更新协同育人理念,强化校企合作共识

高校要树立“市场导向”的协同育人理念,打破传统艺术教育“重秀场、轻市场”的局限,充分认识到行业企业对人才培养的重要作用,积极寻求与企业的深度合作,将市场需求、行业标

准融入人才培养的全过程。服装表演专业应结合自身办学特色与优势,将原来的单一育人模式转变为协同育人模式,与企业共同制订人才培养方案,优化课程设置,开展教学活动,从而实现服装表演人才培养与市场需求的同频共振^[5]。例如,服装表演专业以产业为中心,构建涵盖时尚全产业链在内的专业群,运用“时尚+数字”双核心战略,推进专业与企业的合作,围绕市场需求调整专业人才培养方向,培养适应多元岗位需求的复合型服装表演人才,真正打通人才培养和行业应用之间的壁垒。

企业则应树立“长期合作、协同共赢”的理念,认识到校企协同育人不仅是企业承担社会责任的表现,还是企业储备人才、提高核心竞争力的重要途径,主动参与服装表演专业校企协同育人的全过程,力所能及地投入人力、物力、财力资源,与高校共同开展人才培养、技术研发、成果转化等活动,实现“校企共赢”。此外,政府也要加大政策引导和宣传力度,通过出台专项政策、举办专题培训班等方式,引导高校和企业不断更新协同育人的理念,增强合作的共识,营造产教融合、协同育人的良好氛围^[6]。

(二) 深化协同合作内涵,创新校企合作模式

首先,高校与企业按照市场需求,签订订单培养计划,明确人才培养目标、课程体系、教学内容、实践要求等内容,企业全程参与人才培养过程,并为学生提供实习岗位、奖学金、就业机会等。需要注意的是,订单式培养要突出个性化,根据企业实际需要设置相应的课程内容。例如,面向服装企业,应结合当前电商经济市场需要,增设电商直播、新媒体运营等教学模块或选修课程;面向模特经纪公司,则应增设模特经纪、品牌策划等课程内容,实现“定制化培养、精准化就业”^[7]。

其次,运用以项目为驱动的校企协同育人模式,高校与企业就具体项目开展协同育人,比如服装品牌秀场策划、时尚活动组织、电商直播带货、模特包装推广等项目,将项目引入教学当中,让学生在项目实践的过程中,运用专业知识、技能解决实际问题,强化自身市场运营能力。例如,在实践教学环节,引入“运动服装品牌春夏系列发布会”这一项目,要求服装表演专业学生联动服装与服饰设计、人物形象设计、数字媒体艺术等专业学生,共同完成大秀主题策划、服装搭配、定装拍摄、秀场音乐、妆造设计、T台表演、新媒体传播等全案工作^[8]。在此过程中,由高校专业教师和企业项目专员共同担任指导教师,及时纠正学生实践过程中的问题,帮助学生梳理项目逻辑、积累实操经验。

(三) 加强校企资源整合,提升协同育人效能

基于高校自身及企业内部的资源整合,对现行服装表演专业课程结构进行调整,将企业的行业标准、岗位要求等融入课程内容,共享教学资源、教学设备、实训场地等资源。高校将校内实训场地、图书馆、科研设施等对外开放给企业;企业则可将行业最新的设备、前沿的项目案例以及资深的一线从业人员资源投入到协同育人环节中。比如,邀请企业资深策划编导、模特经纪人、电商主播等进入课堂,结合实际工作经验开展专题教学,让学生接触到最贴近市场的专业内容。

整合师资力量,构建高校教师和企业专家联合培养的师资队伍

伍,借助师资互聘互兼、共同培训等途径,提升服装表演专业师资队伍的综合素质。建立师资共享平台,实现师资资源的互通互联,充分发掘双方师资力量。与此同时,鼓励高校专业教师定期到合作企业进行挂职锻炼,参与企业实际的时尚项目运作,深入了解时尚行业最新发展动态与市场岗位需求,积累一线实践经验,将这些行业一手内容融入日常教学中,解决以往教学脱离市场实际的问题^[9]。

（四）聚焦时尚产业需求，优化人才培养体系

校企协同育人的主要目的就是培养出符合市场需求的复合型服装表演人才,因此要聚焦时尚产业需求,优化人才培养体系,实现人才培养从“秀场”到“市场”的转变。首先,明确培养目标,将服装表演专业人才培养目标设置为“复合型、应用型”人才,既要培养学生的表演技能,又要培养学生的市场意识、创新能力、运营能力,以满足市场多元化的人才需求。同时,人才培养目标要突显市场导向,根据行业发展趋势与企业需求的变动情况,迅速作出改变并加以完善。比如,增设有关数字时尚、AI 技术运用及新媒体传播等教学内容。

其次,优化课程体系,打破传统服装表演专业课程体系的限

制,构建“核心课程、特色课程、实践课程”相结合的课程体系。核心课程以表演技能的培养为主,包括但不限于“形体训练”“时尚美学与服装认知”“镜前造型与时装摄影”等;特色课程以市场需求为导向,如“服装表演编导与策划”“整体形象设计”“传统服饰表演与传承”等;实践课程以实践能力的培养为目的,如“校园时装秀”“品牌服装发布会”“国内外各类服装表演赛事”“国内外时装周”等,通过系统的课程体系,引导学生完成理论知识的转化与应用,形成适配岗位要求的专业能力^[10]。

四、结语

综上所述,服装表演专业校企协同育人是一项系统工程,需要高校、企业、政府、行业协会等多方力量共同参与,打破壁垒、整合资源、完善机制,才能实现人才培养水平与专业教育质量的同步提升。未来,校企协同育人应更加重视市场导向和创新驱动,将 AI 技术等新质生产力与服装表演专业教育深度融合,为我国时尚产业输送兼具扎实专业素养和市场适应能力的复合型、应用型人才,助力中国时尚文化走向世界。

参考文献

[1] 向冰,林九儒,李玮琦.多环联动:服装表演本科教学育人改革探索——以北京服装学院为例[J].黑河学院学报,2025,16(06):87-90+98.
[2] 张春明.基于“宽口径、厚基础、重实践”人才培养的服装表演专业建设探索——以青岛大学为例[J].纺织服装教育,2025,40(01):62-69.
[3] 杜若衡.基于京津冀本土品牌的“服装表演”课程实践教学体系建设[J].传媒与艺术研究,2025,(01):158-163.
[4] 刘短.时尚新业态下高校服装表演专业人才培养体系的探索[J].辽宁丝绸,2024,(04):63+79.
[5] 芮斐,YULIN."双创"背景下服装表演专业教学模式改革与实施途径研究——以安徽工程大学服装表演专业为例[J].化纤与纺织技术,2024,53(04):210-212.
[6] 李子晗,秦小童,李昀梦.项目服务与评价反思——基于服务学习理念的服装表演专业实践教学探索[J].服装设计师,2024,(Z1):184-189.
[7] 张丽波.基于专业跨界、产业联合的服装表演专业教学体系构建[J].湖南工程学院学报(社会科学版),2023,33(03):107-112.
[8] 王亚玲.基于 OBE 教育理念下的表演专业实践课程体系改革——以河南工程学院服装表演专业为例[J].鞋类工艺与设计,2023,3(13):125-127.
[9] 董肖宇.高职服装表演专业的职业需求及发展趋势分析[J].纺织服装教育,2022,37(05):414-417.
[10] 赵培培."三全育人"视域下服装表演专业育人模式构建研究[J].化纤与纺织技术,2022,51(04):243-245.