



纯萃东南亚, 一口直达  
*One bite to go. Authentic SE Asia*

广州沙巴哇品牌管理集团

参与高等职业教育人才培养年度报告 (2022)

广东文艺职业学院

2022 年 12 月

# 目 录

1. 企业概况-----	3
2. 企业参与办学总体情况-----	4
3. 企业资源投入-----	3
4. 企业参与教育教学改革-----	6
5. 助推企业发展-----	10
6. 问题与展望-----	11

## 1. 企业概况

---



沙巴哇是一家现代化、国际化食品企业集农业、生产、研发、商业、文旅于一体是东南亚休闲食品领先品牌连续五年荣登中国十大进口食品品牌榜 进口果干系列产品销量位居中国市场首位菠萝蜜干系列产品销量持续领跑全球市场

20 多年前，在越南南部一个盛产菠萝蜜的小镇上，房前屋后都种植着茂密的菠萝蜜树。成熟时节，整个小镇弥漫着浓郁的果香，对于当地人而言，果香便是最佳的成熟信号。打开成熟的菠萝蜜，独特的香味扑鼻而来，果肉富含丰富维生素、蛋白质、矿物质等，制作成手工蜜饯、甜品和果酱的菠萝蜜，把香甜发挥得淋漓尽致。菠萝蜜不仅果肉美味，果实同样可口，煮熟的果实松软香糯，同时含有丰富的维生素和胶原蛋白。这美味营养、一果多食的菠萝蜜成为了当地的特色果品。

1999年，随着VF设备的成功研发，菠萝蜜拥有了走出小镇的机会。通过VF工艺，爽甜的菠萝蜜摇身一变，成为酥脆的菠萝蜜果干，至此，果中之王——菠萝蜜再也不局限于这个小镇。当菠萝蜜果干走出沙巴哇小镇时，身上便多了【SABAVA沙巴哇】的印记。随着菠萝蜜果干的诞生，沙巴哇品牌正式走进人们的视野，也将更多的东南亚文化和特色水果制品传递到世界每一个角落。

沙巴哇以东南亚源产地为起点，以东南亚供应链管理中心为核心，建设专业品类生产集群，深度打通“农业+研发+生产+商业+文旅”的产业链路。沙巴哇自建运营越南生产一工厂、越南生产二工厂以及丰顺农业两家工厂，同时通过战略合作，运营泰国生产工厂及马来西亚生产工厂，沙巴哇正以生产工厂为基点，建立起规模化、集约化、专业化的可持续生产网络。

在广州设立中国营销总部，下设北京营销中心、上海营销中心、广州营销中心，打造线上线下全渠道营销网络，同步推进沙巴哇在东南亚、乃至全球的市场布局，沙巴哇（中国）与全国五百多个经销商协同发展，构建了覆盖国内主要市场的全国性销售网络，市场反应速度快，销售渠道稳定、通畅。沙巴哇与各大电商平台、社区团购平台、新媒体平台紧密合作，不断拓宽销售渠道，创新传统经营模式，加速互联网环境下的企业营销升级，以更广泛的渠道连接消费者，市场占有率持续稳定增长。与沃尔玛、麦德龙、家乐福、大润发、欧尚、华润万家、华联联华、名创优品、吉之岛、OLE、京东、天猫等平台合作。

以越南菠萝蜜干、越南香蕉片、泰国金枕头榴莲干、泰国芒果干和马来西亚黄金椰脆块为五大战略产品，形成极具东南亚风情的品牌特

色。沙巴哇在产品研发生产上持续投入创新，不断丰富产品种类和口感，目前已拥有 VF 工艺的果蔬干系列、FD 工艺的冻干系列、AD 工艺的蜜饯系列、马来西亚国宝级金椰制成的椰脆系列、特色休闲水产品系列等多个热销市场的产品系列，主营产品覆盖了东南亚特色果干、蜜饯、烘焙、坚果、膨化、饮料、果冻等全品类休闲食品。

沙巴哇凭借独特的品牌魅力、优秀的产品质量、逐渐壮大的国际影响力，已连续多年受邀参加 SIAL CHINA 中国国际食品和饮料展览会。在 2019 年 SIAL 创新大赛中，沙巴哇新品——咸蛋黄鱼皮蔬菜片荣获 SIAL CHINA 2019 年创新大赛全球十佳产品。沙巴哇成为同品类领域唯一获此殊荣的休闲食品企业。

## 2. 企业参与办学总体情况

---

### (1) 共建“广文艺-沙巴哇非洲鼓舞团”项目

与沙巴哇集团共同合作开展“广文艺-沙巴哇非洲鼓舞团”项目，2018 年至今由企业提供师资与实践平台，编排节目参加了 2019 年 5 月和 2021 年 5 月由上海举办的国际食品展览会，项目围绕非洲鼓和非洲舞蹈，开展了展会现场表演、企业产品推广、产品宣传片等一系列表演活动，通过共建“广文艺-沙巴哇非洲鼓舞团”项目，企业达到了宣传沙巴哇产品的营销目的，学生通过实践平台的锻炼，也提升了专业技术技能水平。



## (2) 顶岗实习

企业为学生提供顶岗实习岗位，主要工作内容包括沙巴哇东南亚餐厅的歌唱演员、舞蹈演员、非洲鼓演奏员、线上产品策划执行、网络主播、门店店长等岗位。我院的舞蹈表演、流行音乐、音乐传播等专业毕业生在该基地进行顶岗实习，不仅深入理解企业的产品特色与战略定位，更是在企业指导老师的带领下，接受密集的课程培训，以下店观摩实操的方式进行全方位的技术学习，如果最终通过严格的企业考核，将以正式员工的身份实现下店就业。

## (3) 沙巴哇新媒体运营中心

2021年3月，我校与沙巴哇集团校企合作项目-沙巴哇新媒体运营中心，在我校正式启动，我校与沙巴哇合作制定了一套切实可行的音乐传播专业群社会服务模式，开设线下实体店和线上平台，音乐传播专业的学生参与了运营管理工作，同时根据企业需求策划了运营方案，包括产品直播、品牌文化推广等。



### 3. 企业资源投入

(1) 建立和完善具有我校特色的“沙巴哇新媒体运营中心”人才培养模式。通过“沙巴哇新媒体运营中心”的实践，构建校企课程体系，实施在校学习，校企在校共同实训，在校实践的“沙巴哇新媒体运营中心”模式，构建企业提供平台和产品，学校学生在校上岗实践的方式，最终建立起广东文艺职业学院与企业共同育人的“沙巴哇新媒体运营中心”模式。

(2) 通过实践学习-上岗，将学校课程与工作岗位培训紧密结合，强化学生在新媒体运营岗位的学习与锻炼，引导学生学习重视企业文化，培养职业精神，熟悉岗位要求，提高专业技能，促进学生对职业岗位的认识和发展。

(3) 通过“沙巴哇新媒体运营中心”，将学校本位教育与工作本位培训紧密结合，强化学生多岗位学习与锻炼，引导学生融入企业文化，培养职业精神，加快学生职业发展速度，成为企业骨干。让教师了解企业生产实际，熟悉岗位要求，提高专业技能，促进教师向着企业、行业专家型方向发展。

(4) 共同确定学校技能课程和企业岗位课程同步推进。根据专业教

学计划要求，结合行业人才需求和岗位要求，科学合理地提升岗位核心技能，由行业、企业、学校共同研究制定实习计划，注重实践性和可操作性。从职业岗位、工作任务、工作过程、岗位能力及职业素质出发，制定了5门实训课程标准。

(5) 为保障“沙巴哇新媒体运营中心”的顺利实施，双方共同拟定了《校企合作协议》《沙巴哇新媒体运营中心项目协议》《沙巴哇新媒体运营中心管理办法》《沙巴哇新媒体运营中心管理制度》等系列文件，确定了合作双方的权利与义务，为校企合作和现代学徒制试点提供制度保障。

## 4. 企业参与教育教学改革

---

(1) 建设“沙巴哇新媒体运营中心”实训基地，为专业课程和实践提供设备、品牌物料等。

(2) 专业及课程建设方面：近一年开展新媒体运营平台，在直播、后台运营、店铺运营设置课程和实践岗位，

(3) 企业提供品牌、产品，让学生通过课程学习和实践岗位学习实施校企共同培养学生的职业技能，进一步激发职业教育新活力。

### 沙巴哇直播及后台运营岗位



总开播次数：2022.05-2022.07: 共直播 30 场

2022.10-2022.11: 共直播 39 场

总开播次数：69 场

直播间总销量：2022.05-2022.07:

成交金额 3103 元

2022.10-2022.11: 成交金额 3351 元

销量：6454 元

直播间总平均销量：2022.05-2022.07: 平均销量约为 114 元

2022.10-2022.11: 平均销量约为 93 元

主播总人次：53 人次

直播频率：2022.05-2022.07: 一周直播 7 场，每场直播 3 个小时

2022.10-2022.11: 一周直播 7 场，每场直播 3 个小时

参与直播运营项目的同学：

主播总人数：53 人

专业	姓名	专业	姓名
21 音传 1	毕卓莹	21 舞教 1	刘秋爽
	袁梓琪		吴雅诗
	.....		.....
21 音传 2	吴婷婷	21 音表 4	张明熙
	钱芷沅		高健欣
	.....		.....
21 钢调 1	李达龙	21 音表 1	李奕宏
	邱成芸	21 音教 1	陈思如
21 流音 3	李蒙恩	21 音教 2	陈冠怡
	黄铭辉		彭晨
	.....		.....
21 舞表 1	章培桐	21 音制 1	李晓瑜
	钟芷敏		麦应浩
	曾舒畅		.....

后台运营总人数：28 人

专业	姓名	专业	姓名
21 钢调 1	黄小漫	21 音表 4	梁紫铜
	陈展强		林玥含
	.....		熊艳玲
21 流音 1	洪启飞	21 音教 2	.....
	.....		邱涵畅
21 流音 3	黄鑫		21 音制 1
	李雨婷	李美君	
	.....	.....	
21 舞教 1	邓高	21 音制 2	邱奕龙
	刘心宇		
	.....		
21 音表 1	刘丽莎		
	贾思琪		
	.....		

项目指导老师：

### 多元跨界的师资团队



**曾冠桃** 副教授

音舞学院 副院长  
音乐传播专业带头人  
华南师范大学 音乐与舞蹈学 硕士  
全国互联网+创新创业优秀导师  
字节跳动自媒体运营证书培训教师  
新华网新媒体运营证书培训教师  
西方音乐学会会员

**张杰英**

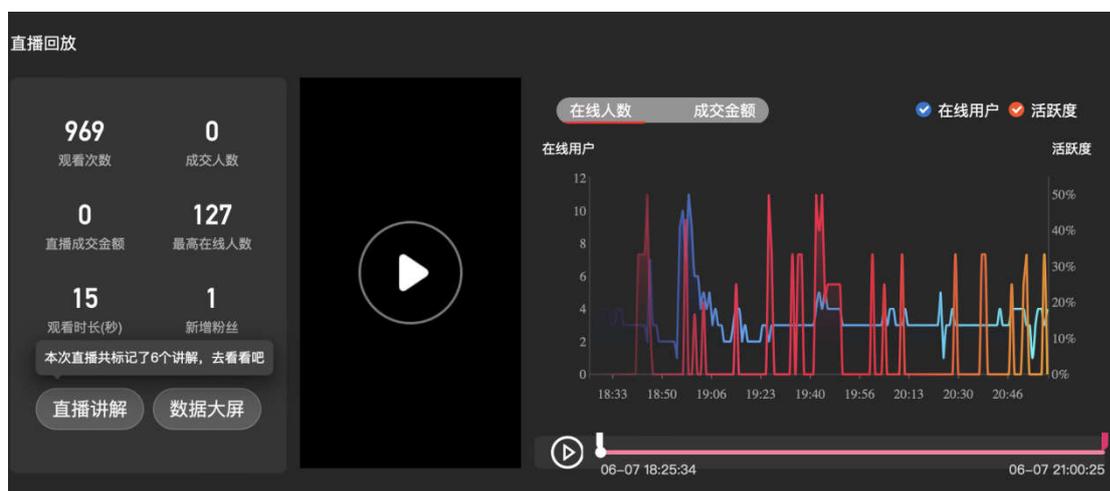
音乐传播教研室主任  
华南师范大学 音乐与舞蹈学 硕士  
中国电子商务协会 新媒体运营师  
字节跳动自媒体运营证书培训教师  
新华网新媒体运营证书培训教师  
曾任巡音文化、凯钰文化新媒体运营  
西方音乐学会会员

**乐惠茹**

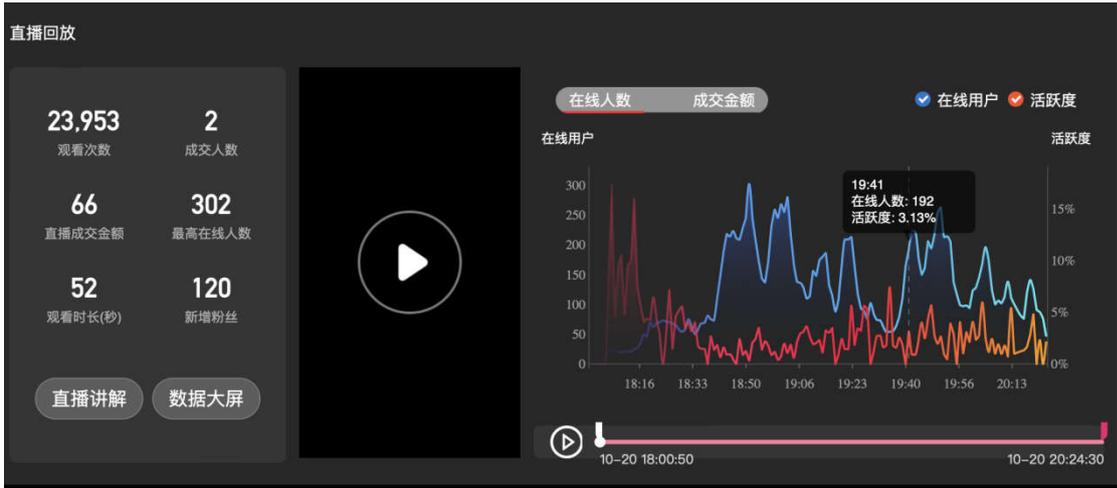
中国音乐学院 音乐学 学士  
字节跳动自媒体运营证书培训教师  
新华网新媒体运营证书培训教师  
曾任广州电视台 节目编辑  
曾任广东广播电台 客座主持  
曾任中美小天使少儿才艺大赛 总策划  
曾任凯博顿国际教育 市场运营主管

直播项目后台数据部分截取：

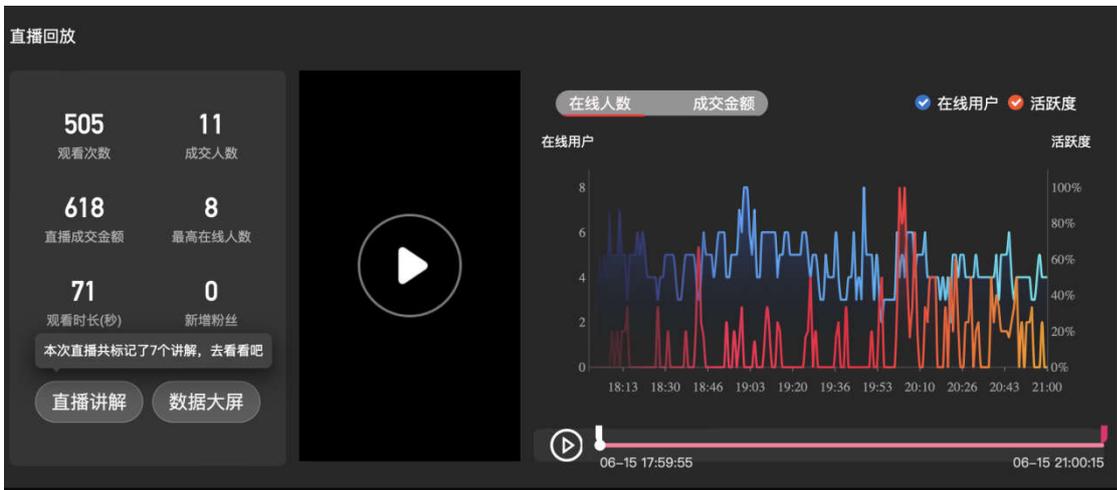
最高流量：2022年6月7日，观看次数达969次，最高在线人数127人，新增粉丝1人



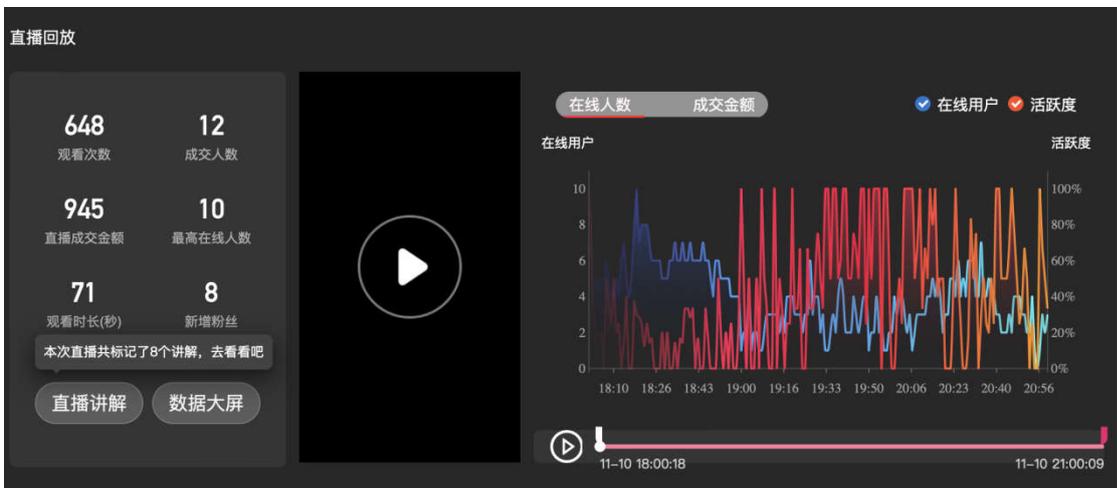
2022年10月20日，观看次数达23953次，最高在线人数达302人，新增粉丝120人。



最高销量：2022年6月15日，成交金额达618元



2022年11月10日，成交金额达945元



## 沙巴哇店铺运营

店铺总销量：2021.12-2022.01: 销量为 5491.86 元

2022.5-2022.07: 销量为 921.5 元



参与店铺运营总人数：65 人

专业	姓名	专业	姓名
21 音传 1	罗安	21 流音 2	陈泽漫
	蔡蓝琪		.....
	谢敏仪	21 舞表 1	赖思慧
	.....		.....
21 音传 2	陈冬蕾	21 舞表 2	李欣怡
	梁伊琳		蒋昕杉
	张乐怡		叶宜洁
	.....	21 舞教 1	周嘉琪
21 音表 2	成明辉		刘嘉怡
	莫淑蓝		.....
	.....	21 音制 1	高铃
21 音表 3	符诺言		林卉忻
	廖茵岚		.....

	.....	21 音制 2	张雅柔
21 音表 4	潘民杰		陈彦敏
	李佳欣		袁洋
	周嘉桐		.....
	.....	21 音教 1	吴美妙
21 钢调 1	吴建霖		郭彩时
	陈羽浩		.....
	梁金华	21 音教 2	詹欣怡
	.....		卢仕兰
21 流音 3	刘雯		曾媛
	李以晴		.....
	程阳光		
	.....		

### 店铺营业时间:

2021.12-2022.01 每天的 11:00—13:40 、17:00-19:00 、19:00-21:00

班次: 一周值班 7 天、一天 3 班、每班 1-2 人

2022.05-2022.07 每天 11:50-13:50、16:00-18:00、18:00-20:00、20:00-21:00

班次: 一周值班 6 天 (周六休息)、一天四班、每班 2-3 人



为更好地开展店铺运营工作，项目组每个月会根据企业的需求进行营销策划推广活动：



参与营销运营活动指导老师：

## 多元跨界的师资团队



**路姗**

华南理工大学 音乐学 硕士  
国家职业技能鉴定营销师考评员  
北京舞蹈学院芭蕾舞考级导师  
受邀担任舞蹈培训机构 营销总监



**刘爽**

星海音乐学院 艺术管理 硕士  
曾任职于-北京道略文旅产业研究院  
参与策划“盛世华筵·国际古筝艺术节”  
“2020中国旅游演艺大会”  
“湖北音乐博物馆建设项目”  
“路易·史威兹格贝尔·钢琴独奏音乐会”



**夏潇潇**

俄罗斯莫斯科国立大学 新闻学 硕士  
曾任职于佛山日报  
2017广东新闻奖三等奖  
第27届佛山人大新闻奖  
2019中国地市报年度优秀新闻作品一等奖  
2020年度广东新闻奖二等奖



音乐产业  
幕后英雄



图一 互联网直播营销获奖证书



图一 钟善金校长与沙巴哇集团总部华总商讨校企深度合作



图二 学校各部门领导参观“沙巴哇新媒体运营中心”并品尝产品

## 5. 助推企业发展

---

深化校企合作，构建校企合作长效机制是我国职业教育改革发展的方向，也是推进学校内部管理机制变革的着力点。通过校企合作，我校人才培养能力得到提升，依托地方经济，同时也助推了企业的发展，实现校企互惠共赢。今后要继续打造校企合作共同体，创建互利共赢的校企合作新模式，建立产学研用深度合作机制，丰富合作内容，拓宽合作路径，推动校企合作内涵建设与纵深发展。要积极参与我校教学改革与研究，协同开发课程资源，促进“双元”育人。参训教师应充分发挥自身优势，积极承担企业职工教育与培训、产品研发、技术改造与推广等工作。

## 6. 问题与展望

---

项目初期，有热度，在主校区和郭兰英校区做线下营销推广活动，吸引了不少的同学老师购买。当时实践同学以音乐传播专业的同学为主，人数少，管理方便，在活动中配合度高，但人手有限，很多想法没能尽快落地。到开放选修课后，覆盖更多专业的同学积极参与，发挥不同专业的优势，店铺运营时间增加，活动场次和运营推广方式更加多样化；直播的频率增加，培养粉丝定时进直播观看并购物的习惯。

存在的问题，大部分主播都是新手，经验不足，导致直播质量参差不齐，短时间很难吸引新粉丝，销量也得不到显著的增长。

针对这一点我们坚持稳定开播的时间，以后考虑增加直播运营的培训时间，不断改进质量，尽量获取官方根据直播频率不定时的推流，给直播间带来曝光，稳定同学的信心，持续项目课程的双赢。