

**青海雅雄文化旅游集团有限公司
参与高等职业教育人才培养年度报告（2023）
西宁城市职业技术学院**

青海雅雄文化旅游集团有限公司

2022年12月

目 录

一、企业概况与合作历史	3
(一) 企业规模	3
(二) 疫情下的广告业	4
(三) 企业发展前景	6
(四) 参与职教的条件、沿革	7
二、 合作内容	8
(一) 参与办学形式	8
(二) 参与教学	9
(三) 资源投入	17
三、 合作成效	21
(一) 助推学院专业发展	21
(二) 助推企业发展	24
(三) 服务地方发展	25
四、 校企合作保障体系	27
(一) 制度保障	27
(二) 校企合作办学管理机制建设	28
五、 问题与展望	28

一、企业概况与合作历史

（一）企业规模



图 1： 青海雅雄文化旅游集团有限公司

青海雅雄文化旅游集团有限公司是一家具有相当规模和实力的多元化民营文化创意企业。公司成立于2008年，注册资本金1000万元，拥有中国会展经济研究会二级布展资质、中国广告协会二级资质，中国展览馆协会会员单位、青海省第一批建设培育产教融合型企业、青海省广告协会常务副会长单位、青海演出娱乐行业协会副会长单位、青海省企业家协会理事单位、青海省企业联合会理事单位、青海省青少年新媒体协会副会长单位、青海50城市文旅产业创客基地、西宁市会展业协会副会长单位、西宁市广告协会副会长单位、西宁城市职业技术学院实习实训基地、青海大学校外实践基地、西宁市五四红旗团支部西宁市文化产业示范基地等系列荣誉资质。青海雅雄文化旅游集团有限公司位于青海省西宁市城西区万达中心4号写字楼，办公面积约1860平方米，紧邻商业区，交通便利，总投资约4000万元。经过公司经过十四年精心打造，已经形成了涵盖品牌设计、展示展览、活动策划与执行、标识标牌、媒体运营、文旅运营六大业务板块，并在各自领域树立了优秀的品牌形象。青海雅雄文化旅游集团有限公司自2021年11月起正式升级为青海雅雄文化旅游集团有限公司，公司下属子公司4家，分公司1家，大大提升了公司实力。集团公司下设营销部、设计部、项目部、行政部、财务部、采购部等6个部门，具有丰富的文化创意策划、执行经验，拥有一批优秀的策划、设计、执行、工程人员，公司现有员工80人，其中，各类专业技术人员

45人。且拥有国家级会展陈列师1名、会展策划师1名、高级美术指导2名、高级广告设计师5名、中级广告设计师10名、高级工程师3名，国家二级企业人力资源管理师1名、国家二级心理咨询师1名。连续5年市场占有率及营业额均全省同居行业前列。年产值8000万以上，固定资产7000万。

（二）疫情下的广告业

从2020年开始，突如其来的新冠肺炎疫情打破了广告行业多年来相对稳定的外部环境，为广告业的发展增加了更多的不确定因素。面对这一变化，人们研究广告行业的视野也应当适当外部化，结合疫情带来的多重影响，思考外部环境变化对行业内生动力产生的传导效应。

广告业的发展起伏，常年与宏观经济保持同频共振。随着我国经济体量的稳步增长，我国广告业发展也呈现出从低起点、高增速向高起点、低增速转变的整体趋势，这一过程，是广告业逐渐进入成熟期的标志。在这一过程中，关于广告业发展讨论更多的还是内生环境的变化，如媒体、广告主、消费行为等。我们似乎已经习惯于从广告业的产业主体来讨论、定义并预测行业的发展动力和未来走势。

对于全行业而言，疫情是一次普遍化危机，对广告行业的冲击和影响呈现出系统性、结构性特征。其中消费者、广告主、广告公司等不同主体和环节的思维重塑和行为调整，既展现出广告业应对环境变迁做出的自我适应性调整，同时也是迫于环境压力进行的结构性整合。在经历普遍化危机带来的调整过程中，行业原本就存在的一些问题和因素正在经历着放大和强调，形成了广告业发展的三个转机。

第一个转机是电商内容化。疫情期间，实体商业与消费者之间的连接受阻，线上渠道成为了释放多余购买力的替代性渠道。随着疫情的持续，线上购买的商品也从刚需类产品延伸到体验类和轻奢类商品，内容+电商的模式开始出现在汽车、家电等耐用消费品类广告传播中，并获得了迅速发展。从电商本身而言，体验缺失始终是这一消费模式最大的瓶颈。消费者很难通过手机屏幕的静态图文展示来深入了解商品的优劣，因此很容易出现“卖家秀”VS“买家秀”的尴尬现象。而疫情期间，活动受限的消费者，必然需要另辟蹊径去弥补线下体验不足带来的问题，

加之疫情前我国以5G为代表的的移动网络升级全面完成，为视频化呈现品牌提供了有利的网络环境。

视频化传播方式全面融入电商，绝不仅是短视频、直播等商品传播手段的出现，本质上是实现消费者售前体验的全新方式。疫情期间直播之所以发展迅猛，真正的原因在于其具有较强的沉浸式体验环境，能够调动用户的情绪投入，相较于传统的电视购物来说，更加具有氛围感和共鸣感，有助于激活娱乐化关注和非理性购买。同时，消费本身带给用户的，也不限于拥有之后的使用价值，消费过程带来的心理满足和情绪调动，其实也是消费价值的重要组成部分。

内容电商之所以值得关注，还有一个原因在于这一模式一方面与广告表现、广告创意相关，一方面与广告效果、销售变现相关。换言之，传统广告冗长的变现环节可以通过内容电商得到精简和集中，在保留广告专业核心知识体系的同时，快速发挥广告活动在新环境中的价值。

第二个转机是私域流量池。在疫情期间，流量已经不仅仅意味着实现最终变现的可能性，同时也是连接品牌与规模化消费者的桥梁和纽带。特殊时期对于流量的争夺，其实是在争夺品牌与消费者之间实现连接的机会。因此，当疫情让人的行为被迫数字化、线上化时，流量对于品牌的功能、作用和价值也都在悄然变化，从而在营销中其货币化属性日趋明显。随着品牌营销活动对于流量的依赖不断加剧，企业的流量主导权决定了营销的主动性和整体成本。

在疫情中，随着大量消费行为和消费习惯的线上化迁移，满足消费行为的渠道和平台也日趋多元，规模化流量平台在其中的垄断性作用正在被打破，大量广告主探索借力平台生态，构建私域渠道，提升流量的主导性和可控性。完成自身专属私域流量池的蓄力和经营，尤其是在平台流量竞争日趋激烈的形势下，这一策略不仅可以帮助企业收集原本分散的流量资源，还可以在在一定程度上摆脱品牌营销中对于平台流量的过度依赖，更为重要的是，可以搭建品牌与消费者之间直接沟通的桥梁，为后续个性化定制和个性化推荐奠定基础条件。

未来疫情缓解之后，线上流量与线下流量之间的汇流、交融和价值释放，将成为企业营销的新增值点，值得持续关注和提前规划。

第三个转机是元宇宙带来的技术赋能。对于生命体而言，元宇宙的核心在于“超我”的可视化塑造，在元宇宙构建的时空坐标中，生命体等同于信息体，大数据一方面解构了我们的思想、技能、喜好和欲望，另一方面又以我们期待和向往的方式完成了本我在虚拟世界中的“第二人生”构建，从而完成了“超我”的可视化塑造过程。

由此可见，元宇宙概念的出现和发展，不仅是一次用户体验的极致化推演，更为重要的是，营销活动中，以元宇宙为分界，之前人们关注的是对消费者生活数据的记录、分类和解构，比如分析受众的行为、偏好或者兴趣，目的是寻找个性化推荐和信息分发的依据，提升信息传播的直接效果。然而元宇宙环境下，基于生命记录和镜像功能，我们要实现的目标是对虚拟人生的拼贴、整合和还原，最终达到通过数字技术构建虚拟化环境、连接现实世界的演绎效果，从这一视角来说，广告在元宇宙环境中不但是各种技术的汇聚点，更是一种开放的载体，容纳着信息群体的状态和情感，依托体验科技带来的超级终端，完成虚拟空间中对于理想“超我”的镜像效果塑造。

元宇宙环境下，信息和需求之间、真实和理想之间、现实与虚拟之间的界线会变得越来越模糊，如果说生命的过程是一次体验，那么元宇宙中，生命作为体验过程，其长度和宽度都得到了无限拓展。在这里，媒介不仅仅是人的延伸，更是超人的延伸，因为科技不仅能够延伸感官体验，还参与了感官体验的虚拟化延展和超现实满足。同样，广告也不仅是再现本我和自我欲望和需求的镜像，而是正在成为塑造超我状态和体验的载体和工具，这一过程，或许才是未来广告业发展面临的最大转机和空间。

综上所述，疫情长期持续的负面影响，对于各行业而言，无疑都是一次需要重新洗牌的普遍化危机。广告业只是这些行业中的其中之一。然而，由于广告业自身天然具有较强的信息属性和生活属性，与疫情期间数字化、网络化的生活方式调整方向高度契合，所以在危机之中也比其他行业更可能发现并抓住转机。当然，这取决于专业的广告人对上述理念的深入理解、主动适应和转变速度。

（三）企业发展前景

2022年是雅雄正式集团化第一年，也是集团化起步的第一年，在本年度中，公司继续扩大影响力和再转化能力。扩大化集团运营产业面新增西宁市出租车顶灯宣传、青海省文旅产业发展、旅游文创等多方面齐头发展。集团不断完善与各高校校企合作，2022年度新增合作院校2所，即弥补了自身不足也同时更好地吸引人才，聚集业内外精英，为扩大化发展奠定坚实的基础。

公司制定了未来五年规划，将与西宁城市职业技术学院继续深度合作，扩大集团分公司规模，完善1+X证书信息管理服务云平台，开发及政策发布、过程监管、证书查询、监督评价等功能的权威性信息系统。完善人事部门对人才的培养、成长，让西宁城市职业技术学院的学生成为合格的社会建设栋梁之才。

（四）参与职教的条件、沿革

自2008年11月，青海雅雄文化旅游集团有限公司正式成立，期间雅雄人前赴后继、披荆斩棘、历经14年的艰苦奋斗与拓展整合，终于在雅雄13岁的时候成立了雅雄集团，以认真负责的工作态度，圆满的完成了每一个项目活动，赢得了客户一致的肯定和认可，并取得了诸多荣誉。雅雄文旅集团现作为青海省文化旅游行业规模以上龙头企业，参与职业教育，服务地方发展势在必行！

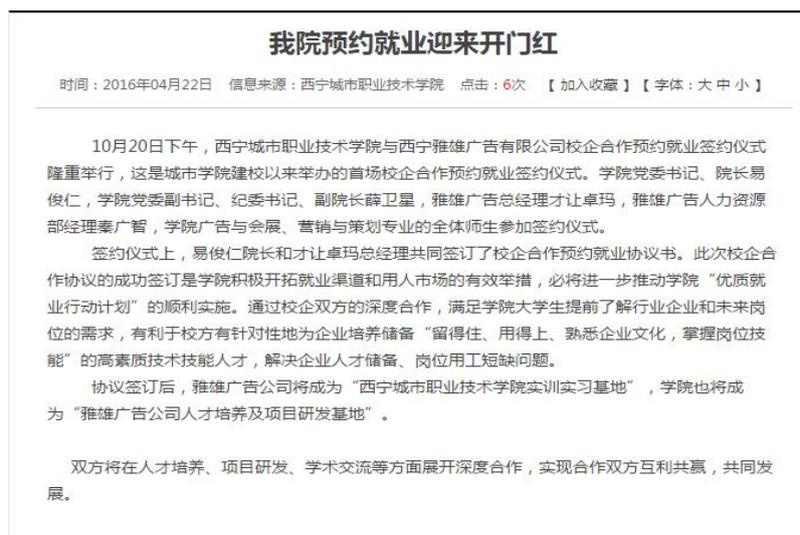


图 2：青海雅雄文化旅游集团有限公司与西宁城市职业技术学院简历校企合作

(1) 2016年10月20日，青海雅雄文化旅游集团有限公司正式成为“西

宁城市职业技术学院广告专业学生实践基地”。

(2)2016年10月20日,青海雅雄文化旅游集团有限公司正式成为“西宁城市职业技术学院广告专业教师实践基地”。

(3)2018年9月15日,青海雅雄文化旅游集团有限公司正式成为“青海大学机械工程学院校外实践基地”。

(4)2019年10月15日,青海雅雄文化旅游集团有限公司正式成为“西宁市世纪职业技术学校校外实践基地”。

(5)2019年12月4日青海雅雄文化旅游集团有限公司被评定为“青海省第一批建设培育产教融合企业”。

青海省发展和改革委员会

关于青海省第一批建设培育产教融合型企业名单的公告

根据国家发展改革委、教育部关于深化产教融合有关工作部署,2019年4月,省发展改革委和省教育厅转发《关于建设产教融合型企业实施办法(试行)》(青发改社会〔2019〕268号),经过企业自愿申报,省相关部门复核评审程序,第一批建设培育的产教融合型企业名单已于2019年11月18日至25日通过发展改革委官网向社会公示,公示期无异议,现将名单向社会予以公告。

编号	企业名称
QH00001	中国水利水电第四工程有限公司
QH00002	青海盐湖工业股份有限公司
QH00003	西部矿业股份有限公司
QH00004	青海西奥电梯有限公司
QH00005	青海省大数据有限责任公司
QH00006	互融基乐业商贸有限公司
QH00007	青海天露乳业有限责任公司

QH00008	青海省美孚尔电子有限公司
QH00009	青海一机数控机床有限责任公司
QH00010	青海宝鑫达小汽车维修服务有限责任公司
QH00011	青海通信服务有限公司
QH00012	青海五研光电科技有限公司
QH00013	青海金云环境科技有限公司
QH00014	青海康瑞广告传媒有限公司
QH00015	青海省康辉国际旅行社有限责任公司

请社会各界对我省入库企业给予关注支持和监督。
监督(咨询)电话:0971-6334331。



图 3: 青海省第一批建设培育产教融合企业

二、合作内容

(一) 参与办学形式

以西宁城市职业学院与青海雅雄文化旅游集团有限公司共建“雅雄青藏高原文化旅游发展研究院”教育培训项目的合作形式,共同推动校企共建的创新构想,创新产学研的合作模式,实现雅雄广告龙头企业与青海广告、媒体职业教育的精准对接,并致力于将雅雄青藏高原文化旅游发展研究院建成全国有较高知名的地域文化开发研究与人才培养和产

教融合示范基地。



图 2-1 雅雄青藏高原文化旅游发展研究院

以西宁市国际会展中心（展会+旅游）、西宁城市职业技术学院（中科青海创新教育学院+雅雄青藏高原文化旅游发展研究院）为依托，以产教融合的模式，精准培养，根据需要培养职业人才，以现代学徒制的方式，通过实训、实践、实习对接青海雅雄文化旅游集团有限公司的相关岗位需求，形成招生、培养、就业全贯穿，精准对接企业用人需求，按企业需要精准育人，实现校企育人“双重主体”，学生学徒“双重身份”，实现西宁城市职业技术学院与青海雅雄文化旅游集团有限公司（青海雅雄文化旅游集团有限公司作为青海省广告协会会长单位及西宁市展览业协会会长单位）联盟，实现工学结合、校企双制、工学一体。

（二）参与教学

1、专业建设：

双方共同制定学院的专业规划及人才培养方案，开发学院专业核心课程及配套教材，建设省精品资源共享课，组建教师团队申报市级及以上教学团队项目，开发高职教育及面向培训的各类国家规划教材。

并由集团为学院教师参加各类教学竞赛提供相关支持。

西宁城市职业技术学院广告设计专业主要针对服务地方优势产业，培养适应社会主义现代化建设需要，德、智、体全面发展，具有良好的科学素养和职业道德，系统理解及熟练掌握广告设计与制作专业的基础理论和基本技能，具有较强的实际应用能力和良好的职业道德，能从事广告创意与策划、企业形象设计、平面广告设计、户外广告设计与制作、版式设计、新媒体设计以及相关会展方面工作的高素质技能型专门人才。

2、产教融合：

(1) 甲方（西宁城市职业技术学院）聘请乙方（青海雅雄文化旅游集团有限公司）若干高级管理人员、高级专业技术人员、资深设计师、资深策展师为兼职教授，每年承担一定的专题讲座、课程教学以及实习指导工作，乙方从甲方聘请若干高资质教师为兼职研究人员、业务顾问。具体内容甲方或乙方与指定人员另行签署书面协议予以约定。

(2) 双方可联合申报、承担省部级和国家级层次的研究项目。

(3) 乙方应甲方学院的科研需求提供便利条件，可对学院教职工的优秀科研成果通过青海雅雄文化旅游集团有限公司的媒体渠道给予宣传。

3、工学结合：

(1) 在青海雅雄文化旅游集团有限公司建设“厂中校”作为学生学业实践基地，配合学校安排、指导毕业生的实习，并为学校学生的专业实习和社会实践提供方便。



图 2-2 青海雅雄文化旅游集团有限公司厂中校

(2) 在西宁城市职业技术学院建设“校中厂”作为订单班和现代学徒制学生生产实践基地，配合学校安排、将真实项目导入生产实践基地，并安排师资进行指导。

(3) 双方共同建设青海省民族地区设计开发中心、青海省广告审查员资格鉴定中心、广告媒体技术研发研究院等基地，提升校企合作内涵建设，孵化产学研成果。

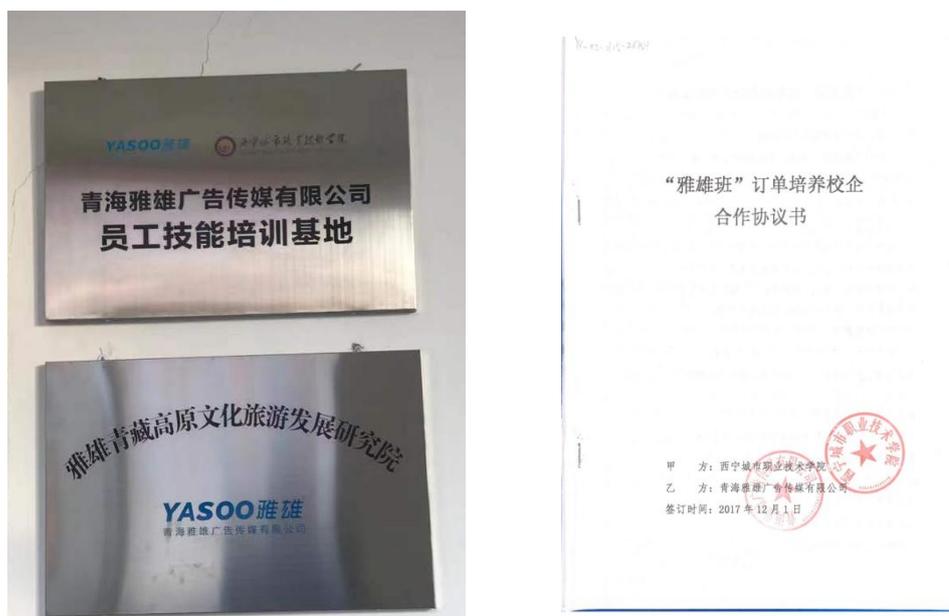


图 2-3 “雅雄订单班”合作协议

4、教学资源开发：

(1) 乙方为甲方招生等宣传工作提供支持，共建共享招生渠道资源。

(2) 共享使用学校场地、多功能厅、教室等作为项目教学资源。

(3) 组织学员参观西宁市国际会展中心（青洽会等相关活动）、青海省藏文化博物院、青海省美术馆、青海省博物馆等青海雅雄文化旅游集团有限公司项目地。

(4) 双方合作进行相互深度交流，企业为学校提供积极建议或科学指导工作。

5、兼职教师及课程教学及评价：

(1) 学术研究活动。双方联合举办面向省内外的、高层次的青海广告传媒发展学术论坛，举办青海省设计峰会，举办学术讲座，拓展国内学术研究与交流的空间，扩大双方的品牌影响。



图2-4 举办学术讲座

(2) 社会活动。双方积极探讨利用各自优势，策划相关的品牌节目；并在其它节目资源和社会活动资源的开发上进行密切合作。



图2-5 举办社会活动

(3) 组织交流活动。双方组织学术及思想交流活动，在企业高水平人才与学校师生进行深入交流。



图2-6 组织交流活动

(4) 授课活动。在以往合作交流基础上，由企业提供高水平人才，深入学校课堂，针对学校课程进行精准授课，为学生答疑解惑，充分将社会需求与课堂教学结合起来。并在学期授课结束后，由学生统一向企业授课教师打分，实现课程教学及评价双向选择。

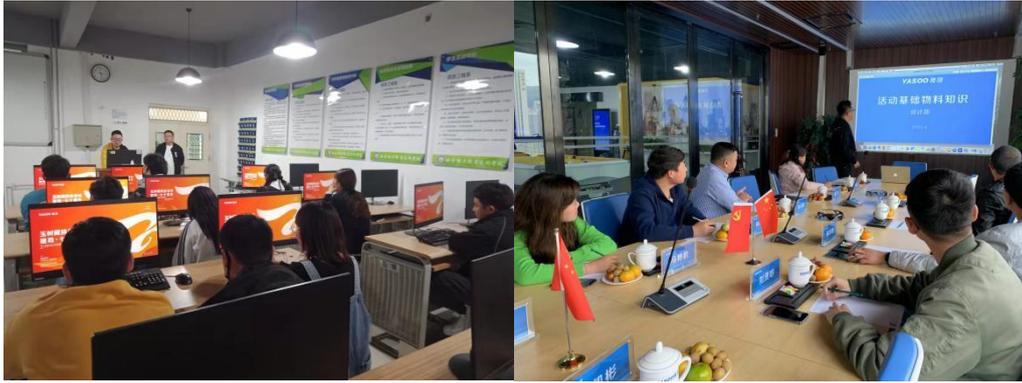


图2-7 组织授课活动

6、学生培养：

青海雅雄文化旅游集团有限公司为西宁城市职业技术学院校外实习实训基地，每年接收学生开展实习、实训及教学相关活动。2015-2021 每年已接受不少于10人参与企业实习实践活动，每年接待学院学生参观不少于400人次，每年订单班人数为30人。



图2-8 学生实习培训证书及结业典礼

所属专业 大类	岗位类别	典型工作任务	岗位发展		证书及 标准
			初始岗位	发展岗位	
设计类	广告策划师	1、广告文案的撰写 2、广告策划案的撰写	策划师助理	策划师/策划总监	Adobe中国认证设计师 (Photoshop CS认证 ACCD、
	广告设计师	1、广告文案的撰写 2、广告创意设计 3、广告平台的开发	设计师助理	设计师/设计总监	
	广告制作员	1、广告作品的喷绘与制作	广告制作员	高级广告制作员	

	2、广告作品的调整；			Illustrator认证(ACCD)
AE	客户进行谈判、联络、提案、收款等 2、制定策略、协调资源、分派工作、监督进程	营销人员	客户经理	
会展策划师	从事会展市场调研、策划、营销和运营管理	会展策划师助理	会展策划师	
会展设计师	1、掌握基本展位布置 2、展架设计	会展设计师助理	会展设计师	
新媒体广告设计师	1、掌握新媒体广告的营销与推广理念 2、设计能力 3、影视后期	新媒体编辑	新媒体运营	

图2-9学生培养职业分类

(1) 客户经理 (AE)：负责广告公司的客户沟通、跟单、为广告公司反馈客户信息等工作，搜集相关行业信息，挖掘及培育潜在客户，有效维护公司老客户，在合作前、后提供优质服务；要求具有良好的沟通能力、敏锐的市场意识、有良好的职业道德和团队意识专。

(2) 广告设计策划师：主要从事制定广告制作的流程，并且在项目设计中起着决定性作用的。通过专业知识对会展市场进行调研、策划、营销和运营管理的工作。要求具有良好的沟通能力、专业的策划能力、管理能力、文案写作能力及创新精神。

(3) 平面广告设计师：负责公司日常宣传、策划设计制作、有良好的平面设计、制作及其它图文处理的能力，熟练PS、Ai等绘图软件的应用，能够独立完成企业宣传资料的设计、制作，能够通过协作方沟通，保证各类平面项目的质量。

(4) 新媒体设计师：主要从事新媒体广告的策划与设计服务，有一定的互联网媒体知识，熟练应用图形图像处理软件，了解传统

广告媒体媒介，熟悉UI设计、网页设计知识，具有较强的语言组织能力和营销文案撰写能力，有敏锐捕捉热点事件，策划热点事件能力。

(5) 会展设计师：了解参会展行业，具有较强的组织管理能力、较强的责任心以及相关的会展、人文礼仪知识、有一定的会展、活动策划能力，能够对展台的进行设计，要求具有较强的软件操作能力、空间把握能力以及审美能力。

(6) 广告制作师：可以印刷、出版和户外广告制作等工作，要求具有较强的构图能力、审美能力、色彩的运用能力，有一定的广告印刷设备的操作能力，了解广告制作工艺与流程，有良好的图像的处理能力以及沟通交流能力。

(7) 项目管理：了解广告行业发展与市场变化，有较强的创新能力，熟悉现代设计理论知识，有良好的运营管理能力，具有较强的语言组织能力和营销文案撰写能力，能够根据项目进行监督、反馈和评估。

7、师资队伍

校企双方实现人员互聘互派，联合打造广告设计教育师资团队。学院可聘请青海省广告协会、青海雅雄文化旅游集团有限公司若干高级管理人员、高级专业技术人员、资深设计、资深策划为兼职教授，每年承担一定的专题讲座、课程教学以及实习指导工作，青海雅雄文化旅游集团有限公司从职业学院聘请若干高资质教师为兼职研究人员、业务顾问。



图2-10 企业专家现场授课

（三）资源投入

1、经费投入

2015年10月15日至2021年11月15日共接受广告设计专业400名同学实习和就业。提供试点改革经费 3.6 万元，负责改革试点项目学校、企业参与人员的津贴、交通费等费用的发放。除此外，企业每年投入横向课题研究经费不少于1万元。



图3-1 企业为学校捐赠研究经费

2、人力资源投入

组建专兼结合的教学团队，联合打造广告设计教育师资团队。学院已聘请青海省电视台、青海省广告协会若干高级管理人员（青海雅

雄文化旅游集团有限公司董事长才让卓玛）、高级专业技术人员（企业设计总监张海峰、设计组长樊涛、韦祖玲等）、企业人力资源管理师（国家二级企业人力资源管理师郭翔）、高级策展师（凌昕、马娟娟）、国家演出经纪人（王鑫慧）、一级项目经理（高级舞美总监宋占荣）为兼职教授，每年承担一定的专题讲座、课程教学以及实习指导工作。

3、物力投入

青海雅雄文化旅游集团有限公司成为西宁城市职业技术学院校外实习实训基地，每年接收学生开展实习、实训及教学相关活动。在双方共同执行校企合作项目过程中，提供相应器材设备以作学生实操之用，培养学生诸如数字摄像技术、活动策划执行、广告设计、展示展览设计策划、新媒体运营与设计等技能。

序号	设备名称	单位	数量	单价（元）	投资额（万元）	备注
一	主要设备		57		137.4	
1	苹果电脑	台	20	6500	13	
2	动漫特效软件	套	3	12000	3.6	Maya
3	影视后期特效合成及设计软件	套	2	108000	21.6	After Effects
4	会声会影软件	套	2	35000	7	Premiere
5	图像处理软件	套	3	10000	3	Photoshop
6	插图插画软件	套	2	18000	3.6	AdobeIllustrator
7	立体成像软件	套	2	30000	6	5D Cyborg
8	CorelDRAW	套	3	32000	9.60	
9	Fireworks	套	2	26000	5.20	
10	MediaStudio Pro7.0	套	3	35000	10.5	
11	Corel Video	套	3	20000	6	

	Studio (会声会影)					
12	5D Cyborg	套	3	60000	18.00	
13	DFusion、Shake	套	3	35000	10.50	
14	Softimage	套	3	28000	8.40	
15	Zbrush	套	3	38000	11.40	
二	培训中心		54		6.53	
1	电视触控大屏	台	1	2500	2.5	
2	三星投影仪	台	1	2500	0.25	
3	投影幕布	套	2	800	0.16	
4	联想电脑	台	4	3500	1.4	
5	舞台电葫芦	台	6	2500	1.5	
6	课桌椅	套	40	180	0.72	
三	信息平台		8		7.58	
1	服务器	台	1	18000	1.8	IBM, X380X5 4*4820特配服务器
2	备份设备	套	1	20000	2	
3	双机热备	台	1	14500	1.45	ROSE. MIRROR ROSEMIRROR HA
4	多频信号交换器	台	2	4000	0.8	
5	不间断电源	套	1	1650	0.17	普金, PGEPS
6	大功率空调	台	2	6800	1.36	
四	公用辅助设备		610		46.17	
1	数位板	套	20	1200	2.4	
2	激光多功能一体机	台	2	2300	0.46	
3	光纤及网络布线	套	1	10000	1	
4	金山杀毒软件	套	1	5800	0.58	
5	桁架	根	300	180	5.40	
6	演出音响	套	5	8000	4	
7	开关电源专业功效	台	10	2000	2	
8	数码音频处理器	台	2	2600	0.52	
9	航空箱	套	10	1200	1.2	
10	音响接线器	个	20	800	1.60	
11	音箱线	条	100	180	1.8	25m/条
12	36路专业调音台	台	3	1500	0.45	

13	无线手持话筒	只	10	3000	3	
14	双CD机	台	5	1000	0.5	
15	双60段均衡器	台	4	2000	0.8	
16	信号分配器	台	2	13200	2.64	
17	无限放大器	支	4	15000	6.00	
18	音响效果器	台	5	6000	3	
19	领导发言话筒	支	2	4000	0.8	
20	信号接收器	台	2	3000	0.6	
21	美之声功放	台	6	1800	1.08	
22	音响H架	套	5	2000	1.00	
23	五线槽	个	10	300	0.3	
24	专用接线器	套	5	600	0.3	
25	调音台	台	1	4000	0.4	
26	摇臂	台	1	6500	0.65	
27	舞蹈演出服装	套	20	350	0.7	
28	歌手演出服装	套	50	450	2.25	
29	触摸球	套	1	5000	0.5	
30	舞台电脑射灯	套	3	800	0.24	
	合计		721		197.68	

表3-1 物力投入

4、宣传资源投入

企业投入宣传资源做为支持，青海雅雄文化旅游集团有限公司利用自身媒体资源优势（火车站广告位、飞机场广告位、公交车语音播报云平台），为西宁城市职业技术学院在招生宣传、活动宣传等方面提供支持。



图3-2 支持宣传方式

三、合作成效

(一) 助推学院专业发展

西宁城市职业技术学院与青海雅雄文化旅游集团有限公司以不同形式的校企合作已有6年基础。目前，初步完成现代学徒制试点改革项目任务的验收工作，取得以下几点成效：

1. 按照企业生产岗位划分，创新“五岗递进”学徒制人才培养模式以学生（学徒）“认岗→习岗→轮岗→顶岗→定岗”的岗位轮训，实现“学生→学徒→准职业人→职业人”的角色转变，解决了校企双主体育人和学生双身份成才，创新了校企合作育人机制。



图3-1 举办人才培养方案专家论证会

2. 依据企业工作技术要求，将企业技术标准、岗位标准和国家职业资格标准融入课程内容，构建“岗位引领，双元整合，理实一体、个性拓展”岗位导向模块化课程体系，缩短了学生在校外实习的适应期，有效的解决了学生掌握的知识技能与社会需求脱节的问题。

3. 建立企校融合的“导师”选聘、培养、考核机制。由学校专业教师组成的“知识导师”，由企业师傅组成的“技能导师”，由企业行业领军人才或创新创业导师（兼职教师）组成的“创业导师”的“三导师”资源库，完善了“导师”管理制度。“三导师”教学团队的建立，使导师与导师、导师与学徒终生结缘，有效解决了学生终生可持续发展的通道。

4. 结合企业生产过程，按照“产权联结，双向嵌入”原则，重组、整合校内实训资源，组建集生产、教学、培训、研发、技能鉴定、创新创业六位一体的“学徒技能培养工厂”，有效地推动了企校深度融合，成为双主体育人的孵化器。

5. 协助学校建立适用于“学徒工学交替、岗位成才”的学徒自我评价、导师评价、学校评价和行业评价的质量管理体系，完善《西宁城市职业技术学院现代学徒制教学质量考核评价办法》等教学管理制度。做到学徒在学期间，须取企业岗位合格证书、职业资格证书和毕业证书“三证”方可毕业的要求。逐步建立以企业为主导，以应用为目的、以能力为核心的校企共同考核评价机制。

6. 2015年由西宁城市职业技术学院信息工程系联合青海雅雄文化旅游集团有限公司共同申报成立了校级大学生校外实习基地。该基

地作为强大的校企合作实习平台已经彰显出它实力，该基地连续 4 年在寒暑假期间开放让学生实习受益，每年开展各种类型的实践实训项目。

7. 2015年青海雅雄文化旅游集团有限公司将“青洽会项目”、“海南州民族团结示范展厅项目”等作为校企合作项目导入西宁城市职业技术学院广告与设计专业课程。

8. 2017年西宁城市职业技术学院与青海雅雄文化旅游集团有限公司共同合作执行青藏高原首届农产品展交观摩会、第二届青海省创新创业大赛等项目执行，带动学生创新创业，项目整体实施效果良好。

9. 2018年青海雅雄文化旅游集团有限公司的城市公交语音播报云平台成为由西宁城市职业技术学院发起成立的“西宁市”战略合作伙伴。

10. 2018年6月西宁城市职业技术学院与青海雅雄文化旅游集团有限公司正式成立雅雄青藏高原文化旅游发展研究院，共同打造西宁城市职业技术学院雅广告设计专业的品牌。

11. 2018年7月双方签订订单班合作协议，制定企业、学院、学生个体的订单班三方协议、研制并出台面试评分标准、组织学生报名与参与订单班面试，从中选出 30 名首批订单班学生。

12. 2019年10月青海雅雄文化旅游集团有限公司正式成为“西宁市世纪职业技术学校校外实践基地”。同年接收20名设计专业学生进行岗位实习。

13. 2020年12月，为践行人才培养向应用型方向转变，使产教融合落

到实处，青海雅雄文化旅游集团有限公司与西宁城市职业技术学院联合举办人才培养方案论证会。

14. 2021年4月，青海雅雄文化旅游集团有限公司与西宁城市职业技术学院联合举办2021年青海省职业院校技能大赛“雅雄杯”平面设计赛项，并于同月举行交流沙龙活动，取得圆满成功！

（二）助推企业发展

1、职工队伍

企业通过校企合作从学校获得的实习劳力、学生人才、职工培训、继续教育等，有效解决企业急需人才的缺口，计划 2020年与青海雅雄文化旅游集团有限公司联合打造传统广告设计转型升级系列人才培养课程，优化省广告协会300家成员单位的人才知识结构。同时三方提出倡议联合青海省5所院校设计专业共同打造“青设联盟”也为城市广告传媒行业提供众多储备人才，从而推动企业发展。



图3-2 青海省政协、团省委相关领导来我公司调研产教融合、校企合作进展情况

2、研发能力

企业通过校企合作获得的科研项目、技术攻关、技术创新等。学校专业教师通过企业锻炼，参与企业生产过程，改良企业的设计、执

行和策划等关键岗位核心技术，完成现代会展服务管理技术革新1项，正在进行青藏高原文创产品开发及地方品牌培育项目试验2项。

3、效益提高

企业通过校企合作提高的经济效益、社会效益等。西宁城市职业技术学院教师带领学生开展多个校企合作项目，如“玉树建政70周年暨赛马节”、“青海省非物质文化展”、“青海解放70周年成就展”、“青海省脱贫攻坚成就展”等众多共同合作的项目，为企业减少实际开支超过 10 万元。



图3-3 助推企业发展

(三) 服务地方发展

1、服务产业

主要服务青海省重点发展的文化创意和设计服务产业的发展。

国家十三五规划建议提出要推进产教融合校企合作。建设现代职业教

育体系，推进产教融合、校企合作。广告设计专业一直在校企合作的探索的道路上前进，总结出大量的实践经验，并获得了一定的成果，对于各类职业院校的改革具有重要的参考性和示范性。本专业的培养目标是坚持校企合作项目驱动特色，结合产学研基地进行产教融合，培养跨界融合的高素质技能型人才，职业技术类学生是本项目的最大受益者。与企业紧密合作，将企业真实项目植入课程，为企业培养有用的人才，提供需要的技术服务，企业也是本项目的重要受益者。



图3-4 西宁市教育局领导莅临我司考察指导



2、服务行业

校企双方紧紧围绕青海省“一优两高”战略布局定位，构建“精准对接、产教融合、协同育人”育人新格局，打造一山一岗（昆仑山+广告传媒专业技术岗位）、一湖一院（青海湖+雅雄青藏高原文化旅游发展研究院）校企合作联手打造青海广告传媒行业“黄埔军校”。以订单班方式开展校企协同育人，重点对接青海省广告传媒行业领域，重点服务青海城市形象品牌塑造、大型展览活动策划执行及城市内中小微企业品牌的宣传推广。



图3-5 西宁城市职业技术学院参加青海省广告节

3、服务地方

2018 年结合精准扶贫，根据地方产业需求，安排 3 名教师赴互助县乡，开展了广告设计、活动执行、展示展览规划等对当地具有脱贫实际意义的技术培训。

四、校企合作保障体系

（一）制度保障

为保障改革试点项目顺利实施，企业联合西宁城市职业技术学院信息工程系成立广告设计专业试点改革建设工作领导小组。负责综合改革试点专业建设的统筹规划，资金筹措，具体工作实施的组织、监督、协调，制定责任追究制度等，以确保综合改革试点专业建设方案落实到位。

组 长：李泽（西宁城市职业技术学院信息工程系主任）

副组长：郭翔（青海雅雄文化旅游集团有限公司行政总监）

成 员：林小虎、王 延、李彬瑞、李德宏、曾荣、杨蕾、张海峰
（企业）、王鑫慧（企业）、樊涛（企业）

（二）校企合作办学管理机制建设

为贯彻实施《教育部关于开展现代学徒制试点工作的意见》，教育部办公厅《关于公布首批现代学徒制试点单位的通知》（教职成厅函[2015]29号）学校制定了《西宁城市职业技术学院现代学徒制试点项目校企合作促进管理办法》、《西宁城市职业技术学院现代学徒制招生与招工管理办法（试行）》、《西宁城市职业技术学院现代学徒制双导师队伍建设指导意见（试行）》、《西宁城市职业技术学院现代学徒制试点专业考核评价指导意见（试行）》、《西宁城市职业技术学院现代学徒制教学管理指导意见（试行）》、《西宁城市职业技术学院现代学徒制学徒（学生）管理办法（试行）》、《西宁城市职业技术学院广告设计月制作专业人才培养方案（2020修订版）》等一系列管理制度。

五、问题与展望

（一）基地组织管理机构，建立可持续发展的管理模式和运行机制。继续与我校做为共同联合部门申报市级特色学院——“雅雄青藏高原文化旅游发展研究院”。

（二）继续接受学生寒暑假实习，开展 2+1 模式企业教学、毕业实习，开具实习证明，推荐学生就业。

（三）继续合作将真实项目导入专业课程，创造强大校企合作平台让学生受益。实训教学基地可开展与课程内容的对接，把项目融入教学，校企双方导师带学生共同完成，项目预计涉及不少于 40 名师生参与。

（四）展开大学生创新创业团队孵化试点，研究理论支持与可行性分析。

（五）探索合作育人新路径，共同实施培训，给予传统媒体人才转型新平台。

（六）共同研究媒体融合趋势与大数据，可培养新媒体时代媒体融合特色人才，最终打造成为青海省新媒体传播高地。

（七）基地可向其他院校的相关专业开放，并组织相关师生实习、交流，同时把基地建设过程中取得的经验进行推广。

（八）为广告传媒学子开设提升专业能力的对口课程，协助高校毕业生完成上岗培训。

（九）定期开展名师讲座，同步直播线上课程。