

民族地区高职院校创新创业项目的探索与实践

——以“巧作守艺·匠心铸梦”为例

陈瑶 秦书扬 张馨予

(红河职业技术学院, 云南 蒙自 661100)

【摘要】“互联网+”创新创业大赛是2022年5月1日新修订的《中华人民共和国职业教育法》正式实施以来突出升学、就业、创业并重的职业教育类型定位的一个具体体现。作为民族地区高职院校创新创业项目应立足实际,充分挖掘“互联网+”与少数民族文化的契合点,利用信息通信技术以及互联网平台,让互联网与少数民族文化进行深度融合,促进少数民族传统工艺、民间技艺传承创新,推动少数民族文化传承保护与创新交融。

【关键词】“互联网+”创新创业;民族地区高职院校;少数民族文化;传承保护与创新交融

随着我国社会经济的高速发展,“大众创业 万众创新”的热潮在民族地区高职院校大学生群体中逐渐升温。“互联网+”创新创业大赛成为2022年5月1日新修订的《中华人民共和国职业教育法》关于升学、就业、创业并重的职业教育类型定位的一个具体体现,成为推动现代职业教育高质量发展的生动实践。作为民族地区高职院校既肩负着落实立德树人根本任务与培养德技并修技术技能型人才的使命,还肩负着服务党和国家民族工作大局、服务少数民族和民族地区经济社会发展,更好地推进民族地区的小康社会建设,促进民族团结、实现共同进步,构建社会主义和谐社会和实现中华民族伟大复兴的特殊使命。

一、项目由来及意义

少数民族文化是一个国家和民族在长期发展历史中积累起来的精神成果,是维系国家和民族生生不息的精神命脉和人民的精神家园。传承保护和创新发展少数民族文化是党和国家延续中华文脉、传承民族文化的重大战略举措。“互联网+”代表一种新的经济形态,依托信息技术实现互联网与传统产业联合,以优化生产要素、更新业务体系、重构商业模式等途径来完成经济转型和升级。“互联网+”为少数民族文化创造性转化和创新性发展提供了提

供广阔的网络平台。充分发挥互联网在社会资源配置中的优化和集成作用,将互联网的创新成果深度融合于少数民族文化传承保护和创新发展之中,形成以互联网为基础设施和实现工具的少数民族文化传承保护与创新交融新样态。

“巧作守艺·匠心铸梦”项目有效整合红河少数民族文化、职业教育、社交电商平台优势资源,充分挖掘“互联网+”与少数民族文化的契合点,利用信息通信技术以及互联网平台,让互联网与少数民族文化进行深度融合,促进少数民族传统工艺、民间技艺传承创新,推动少数民族文化传承保护与创新交融。

二、项目概述

(一) 项目简介

“巧作守艺·匠心铸梦”是红河职业技术学院师生团队以铸牢中华民族共同体意识为主线,依托红河职业技术学院“张馨予名师工作室”,因地制宜将红河少数民族文化、职业教育资源和社交电商平台有效融合。“巧作守艺”,意在通过红河哈尼族刺绣和布艺制作守护传承少数民族工艺文化。红河尼绣是红河州哈尼族民族文化交往交流交融的生动体现,是中华民族优秀文化中独一无二的特殊密码和文化图腾,是“张馨予名师工作室”产学研教

学成果的体现,着眼市场消费需求,力求“民族工艺制作新兴产品,新兴技术守护古老文化”。“匠心铸梦”,意在以工匠精神铸牢中华民族共同体意识实现中华民族伟大复兴的中国梦。坚守与传承“敬业、精益、专注、创新”为主要内容的工匠精神,以铸牢中华民族共同体意识为主线,实现中华民族伟大复兴的中国梦,首创“32321”模式,将刺绣、布艺、舞蹈三种民族文化元素进行线上线下推广融合。同时,运用社交短视频平台,着力打造售卖成品与定制服务、民族手工教学、民族健身操三种具有少数民族特色的直播间。并延伸产供销基地课程思政和免费教育培训功能,从服务学校拓展到社区,带动高校学生及社区居民高质量就业创业。

(二) 项目内容

根据市场细分的原则,我们把主要目标客户定位在对新鲜事物具有猎奇心理的人群——主打情怀的产品,比如说彰显情怀价值的民族工艺品;热衷于传统文化及少数民族文化的人群——主打高端设计产品与定制服务,用于家居、配饰、服饰,凸显身份地位等;关注于运动健身的“男孩女孩”——主打现代科技与传统文化相结合的产品,以运动健身的方式呈现,激发他们的兴趣。

1. 产品。选取红河州哈尼族的刺绣技艺与布艺技艺作为少数文化传统工艺的切入点,辅以时尚化设计理念和数字化科学技术,把刺绣技术和布艺技术融入时尚包具、服饰、工艺装饰画等日常用品中,通过富有生活气息与文艺时尚的设计把少数民族文化的灵魂在实体产品激活。同时,为顾客提供原材料、成品、个性化定制的刺绣和布艺手工艺品和少数民族舞蹈教学,延续少数民族文化的生命力。

具体来说,分为原材料、成品和服务三个大类。原材料包含刺绣和布艺原材料两个品类;成品包含民族配饰(扇子、镜子、挂坠、挂件、丝巾、防晒口罩、防晒帽、手提包、背包等)、民族服饰(传统套装、潮流服饰等)和民族家居(装饰画、摆件、桌旗等)三个品类;服务包含专属定制和教育培训(线上、线下)两类。

2. 服务。根据目标客户对消费体验的要求日益

提高的现状,延伸教育培训和课程思政基地服务,通过多元化的方式激活传统工艺的时代生命力同时促进少数民族传统工艺、民间技艺传承创新。

3. 教育培训。每年定期培养一批少数民族手工艺爱好者,校内以少数民族手工艺学生社团为主,围绕学生兴趣爱好和职业岗位能力要求,开展刺绣相关的校内职业技能培训,构建以就业为导向的人才培养机制。校外以社区居民为重点人群,开展刺绣相关的社区教育培训,将职业技能培训工作融入红河州改革发展大局之中,充分发挥自身优势,精准对接产业发展需求,帮助更多社区居民提升职业技能素质,为区域经济和社会培养更多高素质的职业技术技能人,带动高质量就业与创业。同时,开设线上网络教学课程,以张馨予老师为主,辅以优秀的少数民族手工艺爱好者进行授课,打破时间与空间的界限,让传统手工艺能用性价比最高的方式最大程度地原汁原味呈现给学员,让学员在学习的过程中能在现代科技的支持下重新焕发光彩。

4. 课程思政。充分发挥第二课堂教育指导作用,建立健全少数民族工艺社团,通过开展周期性的校内培训课,吸引更多的少数民族工艺爱好者共同传承并创新少数民族手工技术,同时以赛促学地开展一系列少数民族手工艺作品制作大赛,丰富大学生的校园生活的同时培养一批少数民族工艺传承人。此外,组织开展“中华民族一家亲,同心共筑中国梦”系列讲堂,深入开展一系列以民族团结为主题的社会实践、志愿服务、实习实训活动,利用少数民族传统文化艺术节,打造文化活动载体,统筹各个少数民族传统文化内容,推出一系列代表各少数民族传统文化特色的节目进行展演,把爱国主义教育摆在更加突出的位置,以铸牢中华民族共同体意识为主线,把爱我中华的种子埋入每个大学生的心灵深处。

(三) 项目规划

1. 第一阶段(1-2年)——深耕社交平台,建立主营产品线。第一阶段核心任务主要集中在建立具有市场竞争优势的主营产品线。考虑市场的不确定性、资金的不稳定性等因素,第1年采取较为保

守的发展策略,前期开发生产出与市场需求一致,利润空间巨大的服饰、配饰、家居用品等产品,同时提供免费职业技能培训;在第2年组织发展趋于成熟,资金回笼趋于稳定,为了提升利润空间、丰富产品类别,拓展DIY私人定制服务与VR技术,使盈利模式结构更为合理。

销售渠道主要集中在线上的短视频社交平台,按照顾客定位划分区块打造具有自己特色的直播间,一是售卖红河哈尼族刺绣/布艺为主,同时提供个性化定制潮流民族刺绣/布艺的服务;二是开展红河哈尼族民族刺绣/布艺教学,并提供原材料或成品的商品购买链接;三是引入民族舞蹈/健身操培训,并提供道具、服装等刺绣/布艺衍生品的购买。使得消费群体易于获取、易于接受、易于联系,同时在很大程度上节约产品销售的开办成本,降低组织初期发展的潜在风险。

2. 第二阶段(3-5年)——开拓社区市场,带动就业创业。第二阶段的核心任务将更多注意力倾注于品牌知名度的提升与宣传。通过客户回访、实地考察与数据分析等,根据顾客满意度调整产品线布局,不断改进产品的设计、包装和销售渠道,同时为会员客户提供个性化产品。

销售渠道将从线上拓展延伸到线下,为客户的消费提供更多的选择空间。将重心放在社区门店的规划,通过前期社区教育培训,已有一批具备手工艺职业技能素质的社区居民,通过社区居民就业创业,在社区开设社区门店,方便社区居民购物消费。第3年开设第一家社区门店,第4年开设第二家社区门店,第5年开设第三家、第四家社区门店。同时,还将以寄售、展览等形式与其他市场主体进行合作,拓展产品线下销售渠道。

三、项目创新

(一) 打造线上线下互动融合的新业态

随着以物联网、人工智能、大数据、5G为代表的创新技术在各行各业落地应用,传统消费面临着提质升级,线上线下融合的新业态迅速发展。消费行为已不再局限于对商品本身的购买,而是更多地体现着消费者对情绪价值、购物体验等多元化需求

的追求。在这样的大背景下,能精准描摹消费者画像,“以消费者为中心”满足消费者个性化需求,提供超出其预期的产品与体验的品牌,才能赢得最终的竞争。

线上通过短视频社交平台打造三种具有少数民族特色的文艺风格的直播间,按照顾客定位划分区块,使用户在浏览过程中面新一新:1. 售卖红河哈尼族刺绣/布艺为主,同时提供个性化定制潮流民族刺绣/布艺的服务;2. 开展红河哈尼族民族刺绣/布艺教学,并提供原材料或成品的商品购买链接;3. 引入民族舞蹈/健身操培训,并提供道具、服装等刺绣/布艺衍生品的购买。与此同时,通过社交平台(微信、微博、短视频网站)宣传引流。

线下延伸产供销基地的课程思政和教育培训功能:1. 课程思政基地用于学生体验活动且引入VR技术,以此润物无声地将铸牢中华民族共同体意识埋入每个大学生的心灵深处;2. 教育培训基地服务于校内学生的同时拓展到社区居民,为区域内少数民族手工艺爱好者提供免费的刺绣类专业技能培训,以此带动就业创业。与此同时,通过实体广告(宣传单、产品册、宣传海报)推广宣传。

(二) 转向短视频社交平台电商板块布局

现阶段短视频和直播依然是风口。随着互联网普及率和网民规模的增长,用户在线行为变得更活跃。从消费者主动购买行为,比如说我家里没有餐巾纸了,我需要买餐巾纸,那我就去淘宝去搜索,找到喜欢的餐巾纸下单,转到看到什么才想到买什么,类似于我们现实生活中的逛街,就在商场里逛着看着就产生了购买欲望和购买行为。

抖音作为短视频平台的突出代表,是流量大V的聚集地,随着主流媒体和政务“官抖”的持续入驻,抖音的内容生态逐渐完善,“草根也能成为网红”“全民在抖”“爆款视频频出”等现象涌现,平台直播带货和橱窗展示解决了商品库存积压和滞销的问题,改善了偏远地区贫困状况,原来不为人知的物件也通过抖音火遍全国。转向短视频社交平台电商板块布局现在处于蓝海时期,还有很大的机会,还有很大的潜力。