

# Exploration and Practice of the “New Media Marketing” Course in Serving the Local Textile and Clothing Industry under the Background of Industry-Academia Integration

Aiping Yu

Shaoxing Vocational and Technical College, Shaoxing, Zhejiang, 312000, China

## Abstract

Taking the textile and garment industry in Shaoxing, Zhejiang Province as the research object, combined with relevant policy requirements, this study adopts methods such as literature research and field investigation to analyze the pain points of industrial digital transformation and the shortcomings of new media marketing in the period from 2024 to 2025. It explores the adaptation path of the “New Media Marketing” course under the background of industry education integration, and constructs a “course content reconfiguration - platform co-construction and sharing - industry education coordinated development” school-enterprise cooperation model. After the reform, the local employment rate of the pilot class in 2025 reached 90%, over 720 people received training from enterprises, and more than 30 small and medium-sized enterprises completed the transformation of new media. This provides talent support for industrial upgrading and serves as a reference for similar industry education integration practices.

## Keywords

Industry education integration; New media marketing; Textile and garment industry; Shaoxing region; Complementary talents; Industrial digitalization

## 产教融合背景下《新媒体营销》课程服务地方纺织服装产业发展的探索与实践

俞爱平

绍兴职业技术学院, 中国·浙江 绍兴 312000

## 摘要

以浙江绍兴纺织服装产业为研究对象,结合相关政策要求,采用文献研究、实地调研等方法,剖析2024-2025年产业数字化转型痛点与新媒体营销短板,探索产教融合背景下《新媒体营销》课程适配路径,构建“课程内容重构-平台共建共享-产教协同发展”校企共建模式。改革后实现2025届试点班本地就业率90%、企业培训720余人次、30余家中小企业完成新媒体转型,为产业升级提供人才支撑,也为同类产教融合实践提供参考。

## 关键词

产教融合; 新媒体营销; 纺织服装产业; 绍兴地区; 复合型人才; 产业数字化

## 1 引言

### 1.1 研究背景与意义

数字经济背景下,新媒体营销是企业核心竞争力的关键。绍兴纺织服装产业作为区域支柱产业,2024年规上企业1674家、工业总产值1665.68亿元,2025年1-9月规上企业营收1289.7亿元,柯桥轻纺城线上成交额865亿元,

数字化趋势显著,但品牌建设、新媒体专业化运营短板制约发展。产教融合是职业教育服务地方经济的关键路径,《新媒体营销》课程需精准对接产业需求,解决人才供需脱节问题,培养复合型人才助力产业转型。本研究兼具理论与实践价值,既丰富产业与课程融合理论模型,又为同类产教融合实践提供范式。

### 1.2 国内外研究现状

国外产教融合与新媒体营销研究体系成熟,近年聚焦数字技术与产教融合结合,新媒体营销侧重AI、大数据在纺织服装领域的应用。国内研究聚焦产业数字化与课程对接、新媒体运营等,但针对纺织产业带的AIGC+新媒体课程体系、中小微企业人才培养机制研究不足,本研究弥补此缺口。

【基金项目】浙江省教育厅2023年访问工程师项目名称(项目编号:FG2023167)。

【作者简介】俞爱平(1980-),女,中国浙江宁波人,硕士,副教授,从事产教融合、新媒体营销研究。

### 1.3 研究方法与创新点

本研究采用文献研究、实地调研、案例分析与实践法，调研绍兴龙头及30余家中小微纺织企业，以巴鲁特公司为核心案例，形成“理论-调研-案例-实践”闭环。创新点：理论上构建校企共建课程模式；实践上将AIGC等前沿技术融入课程，提供轻量化营销方案；视角上立足产业全产业链，实现课程与产业需求精准对接。

## 2 绍兴纺织服装产业发展现状及新媒体营销应用问题

### 2.1 产业发展现状与优势

绍兴纺织服装产业形成完整产业链，2025年企业数字化改造覆盖率68%，规上企业超90%，低碳面料领域有突破；柯桥轻纺城线上成交额同比增长18.5%，配套体系完善。越罗、会稽丝绸等传统技艺与现代设计融合，助力企业突破同质化。校企协同育人日趋成熟，80%以上企业入驻新媒体平台，巴鲁特短视频日均播放量约50万次，直播转化率3.5%左右。

### 2.2 产业发展面临的核心挑战

产业数字化转型面临多重挑战：国际竞争加剧、贸易壁垒增加，国内竞争转向品牌品质，利润承压；数字化转型不均衡，中小企业受技术、资金、人才制约转型迟缓；超70%中小企业无自主知名品牌，仅3家进入全国百强，贴牌生产导致附加值低。

### 2.3 新媒体营销应用现状与突出问题

2024-2025年，绍兴纺织企业主要采用社交媒体、直播电商、内容营销模式，形成营销闭环，柯桥直播基地1-9月销售额5.7亿元，B端面料直播转化率同比提升12%。但仍存在短板：过度依赖流量与低价促销，内容缺乏价值；重转化轻沉淀，与企业战略脱节；复合型人才短缺，数据体系不完善；自主品牌影响力弱，仅15%企业布局跨境新媒体。

## 3 产教融合背景下《新媒体营销》课程改革目标与思路

### 3.1 课程改革目标

课程改革以绍兴纺织产业需求为核心导向，聚焦“懂产业、会营销、能实战、善创新”复合型人才培养目标，通过构建“产业嵌入”式知识体系、淬炼核心实战技能、培育产教协同职业素养，最终实现人才培养与产业需求的精准对接，为产业数字化转型提供人才保障。

### 3.2 课程改革核心思路

课程改革核心思路围绕产业需求展开，一方面将直播电商、AIGC营销等产业急需内容精准融入课程，另一方面构建“课程实训-项目实战-岗位实习”阶梯式实践体系并引入企业真实任务，同时深化校企合作，通过共建实训基地、联合开发教学资源、建立师资双向流动机制，打造政行企校

协同育人格局，确保课程与产业发展同频共振。

## 4 《新媒体营销》课程改革的具体实践

### 4.1 课程内容优化

课程内容优化聚焦“产业特色+前沿技术+核心能力”三大维度，不仅设置“柯桥纺织产业带+直播”专属模块，融入纺织产品数字化展示、跨文化营销等产业特色内容，还将AIGC前沿技术系统性融入教学，设置专属实战单元，教授AI工具在营销全链路的实操应用，同时纳入直播电商法规、跨境合规运营等实用内容，实现课程内容与产业需求的深度适配。

### 4.2 教学方法和资源创新

教学方法、手段与资源创新同步推进，采用项目驱动与案例教学相结合的模式，将教学内容分解为绍兴纺织企业相关营销项目，校企导师共同指导，2025年联合实训项目32个、学生方案采纳率78%，同时精选经典及本地企业案例开展拆解研讨；搭建线上线下融合的数字化教学平台，联合企业及行业协会开发特色资源，并开设产业专家讲堂，助力学生提升实践能力与产业适配度。

### 4.3 师资队伍建设

师资队伍建设以“复合型”为核心，一方面深化“双师型”教师培养，要求校内教师每年不少于2个月深入企业参与实战项目，同时聘请5-8名企业高管担任兼职教师，承担实践教学与课程标准制定工作；另一方面加强师资培训与学术交流，通过选派教师参加专项培训、举办产教融合研讨会、鼓励申报相关课题等方式，全面提升师资队伍的理论水平与实战能力。

### 4.4 实践教学体系构建

实践教学体系构建为“认知实践→技能实践→综合实践”三阶模式，依次对应产业基础认知、专项技能训练、企业实战与岗位实习三个阶段，结合表格所示的实践内容与目标，实现学生从产业认知到技能应用、再到综合实战的梯度培养，确保知识与技能的深度融合及与企业岗位的精准对接。

级校内实训中心，2025年拓展8家以上校外实习基地，28名试点实习生中20人达成就业意向，6个学生参与项目销售额超50万元；与行业协会共建人才基地，培训学生150余人，均获行业技能认证。

### 4.5 评价体系改革

评价体系改革构建“知识+技能+经济贡献”多元化、过程性评价模式，其中理论知识占30%、技能水平占50%、经济贡献占20%，摒弃传统纸笔考试，采用量化与质性结合的考核形式，学生为企业创造3万元以上直接收益可认定课程成绩为优秀；同时建立校企双元评价机制，过程性评价由校企共同打分，终结性评价由双方联合评审，确保评价结果贴合企业岗位实际需求。

表 1 2025 年绍兴纺织服装产业背景下《新媒体营销》课程“三阶阶梯式”实践教学体系

阶段	开设学期	核心目标	实施方式	典型实践项目
认知实践	第 1-2 学期	建立产业与新媒体基础认知	企业参观、专家讲座、调研	产业调研、认知汇报、实践心得
技能实践	第 3-4 学期	掌握核心技能,具备基础服务能力	专项实训、企业导师指导、AIGC 实操	短视频方案、模拟直播、AIGC 内容制作
综合实践	第 5-6 学期	解决产业实际问题,具备岗位能力	校企实战、岗位实习、毕业设计	新品营销、品牌运营、企业实习

#### 4.6 社会服务与产业对接

开展定制化企业培训 56 场、720 余人次,80% 以上企业培训后启动新媒体业务;组建服务小组,为中小企业提供解决方案,2025 年帮助外贸企业开拓东南亚市场订单增长 100 万元,助力 3 家非遗企业线上销售额增长 92%。

### 5 改革成效与未来展望

#### 5.1 改革成效

##### 5.1.1 人才培养质量显著提升

人才培养质量得到显著提升,学生竞赛获奖数量两年增长 100%,累计获得国家级奖项 2 项、省级奖项 14 项,相关专业毕业生就业率稳定在 97% 以上,其中 2025 届试点班毕业生本地就业率达 90%,平均起薪较改革前提高 18%;同时有 100 余名学生参与企业项目实践,提供有效营销方案 80 余个,2025 年方案采纳率达 68%,实战能力获得企业高度认可。

##### 5.1.2 产业服务效能充分凸显

产业服务效能充分凸显,不仅助力 30 余家中小微纺织企业完成新媒体营销转型,部分传统代工企业通过学生设计的私域运营模式,实现流量转化率提升 40%、库存周转率提高 25%,逐步向自主品牌转型,还有效缓解了产业复合型人才短缺问题,同时通过为非遗企业、本土品牌设计文化营销方案,挖掘绍兴纺织文化价值,显著提升了产品文化附加值与品牌辨识度。

#### 5.2 未来展望

##### 5.2.1 深化产教融合机制,打造产业学院育人模式

进一步深化产教融合,加强与绍兴纺织服装产业联盟、行业协会及龙头企业合作,共建新媒体营销产业学院,实行“招生即招工、入校即入企”模式,完善校政企行四方协同机制与产业需求动态反馈平台,确保人才培养与企业需求对接;同时强化数字技术与产业趋势融合,将 AIGC、数字孪生等前沿技术及低碳面料营销、绿色品牌建设内容纳入课程,开发特色实训项目,培育适配产业发展的数字营销人才。

##### 5.2.2 强化数字技术与产业趋势融合,培养数字营销人才

聚焦绍兴纺织服装产业外贸需求,拓展国际合作视野,完善跨境新媒体营销课程,补充 TikTok Shop 等主流平台运

营及海外合规知识,引入国际案例;与“一带一路”沿线高校开展联合实训,组织学生参与企业跨境营销项目,培养跨文化传播能力与国际视野,助力绍兴纺织服装产品“走出去”。

### 6 结语

《新媒体营销》课程与绍兴纺织产业深度融合,是职业教育服务地方经济的重要实践。通过课程与产业需求精准对接、校企协同育人,构建适配产业的课程体系,实现人才培养与产业效能双向提升。实践证明,职业教育课程需扎根地方产业、深化产教融合,才能发挥核心服务作用。本次改革为产业转型提供人才支撑,也为同类产教融合实践提供可复制经验,未来将持续深化改革,提升产业服务能级。

#### 参考文献

- [1] 张媛媛,杨雅莉,安凌中,董辉.“多主体、深融合”机制下纺织服装现代产业学院建设路径[J]. 纺织科技进展, 2025, 48(02):12-16.
- [2] 李翔,路永华,董晓芸,楼泽磊,倪欣哲.产教融合视角下县域产业集群的人才供给与发展路径研究——以地方职业高校专业建设为例[J]. 商展经济, 2025,18 (05):78-82.
- [3] 段宇.基于四川高职院校非遗工坊产教融合共同体的构建研究[C]. 智能教学创新发展学术研讨会论文集(专升本高质量发展专题),2025:213-218.
- [4] 陈立波,项西国.AIGC 技术赋能市场营销课程建设研究——以“新媒体营销”课程为例[J]. 安徽电子信息职业技术学院学报, 2025,24 (01):45-49.
- [5] 李敏,欧晓倩,祖冉,戴静雯.产教融合背景下聚焦产业需求的新媒体营销课程模块化教学改革与实践[J]. 武汉船舶职业技术学院学报, 2025,24 (03):67-71.
- [6] 陈秋娜.人工智能背景下基于产教融合的课程教学改革路径探索——以新媒体营销课程为例[J]. 科技经济市场, 2024,36 (12):98-101.
- [7] 绍兴市统计局.2024 年绍兴市纺织服装产业发展统计公报[R]. 绍兴:绍兴市统计局, 2025.
- [8] 绍兴市商务局.2025 年 1-9 月绍兴市纺织服装产业经济运行数据[R]. 绍兴:绍兴市商务局, 2025.
- [9] 绍兴市纺织行业协会.绍兴纺织服装产业数字化转型发展报告(2025)[R]. 绍兴:绍兴市纺织行业协会, 2025.