



浙江经贸职业技术学院  
ZHEJIANG INSTITUTE OF ECONOMICS AND TRADE



杭州长乔旅游投资集团股份有限公司



# 杭州长乔旅游投资集团股份有限公司 参与浙江经贸职业技术学院人才培养

2025

## 质量年度报告

深化产教融合创新 赋能文旅人才进阶



二〇二五年十二月

## 目 录

一、企业概况 .....	3
二、企业参与办学总体情况 .....	4
(一) 合作背景与目标 .....	4
(二) 合作运行机制 .....	6
(三) 培养模式与关键环节 .....	7
三、企业资源投入 .....	8
(一) 经费投入与奖学金机制 .....	8
(二) 人力与师资投入 .....	8
(三) 基地与设施资源投入 .....	9
四、企业参与教育教学改革 .....	9
(一) 构建“岗课融合”机制，完善课程体系建设 .....	9
(二) 校企创新融合，共建实训平台与高质量教材 .....	10
(三) 校企互送导师，共同培育应用型人才 .....	11
五、助推企业发展情况 .....	12
(一) 精准输送高素质应用型人才，夯实企业发展根基 .....	12
(二) 赋能品牌影响力跃升与市场份额拓展 .....	13
六、问题与展望 .....	15
(一) 存在的问题 .....	15
(二) 未来展望 .....	16

## 一、企业概况

杭州长乔旅游投资集团股份有限公司是中国唯一具有近30年海洋公园、海洋旅游度假区规划设计、投资运营经验的专业公司，业务能力、经营业绩在中国业界位居领先地位。公司资产负债率低、财务状况健康、盈利能力强，是中国最具社会和商业价值的海洋主题公园、海洋旅游度假区投资运营企业。

长乔集团全资拥有的下属项目舟山长乔海洋国际旅游度假区、无锡长乔海洋国际度假区、杭州长乔极地海洋公园、郑州海洋馆、南昌海洋公园等，总建筑面积58万m<sup>2</sup>，水体总量13.2万m<sup>3</sup>，拥有虎鲸、领航鲸、白鲸、海豚、海象、海牛、企鹅等珍稀海洋动物，以及10万尾以上的各种水生动物资源。

长乔集团下属杭州长乔极地海洋公园是国家4A级旅游景区、亚洲动物种群规模领先的海洋公园之一，也是国家海洋科普教育基地，杭州水生动物救护中心。杭州长乔极地海洋公园积极履行社会责任，参与中国水生野生动物保护分会相关项目，2024年，由长乔集团发起的杭州海洋天堂融合就业服务中心成立，将海洋公园内的多样化场景转变为职业训练平台，帮助心青年掌握必要的工作技能，让心青年们在职业场景中提升自信与社会参与感。长乔集团荣获“全国科普教育基地”等称号，累计接待参观研学的中小学生数千万人次。数年来坚持承办水生野生动物保护宣传月活动，每年开展100余场海洋科普进校园活动，覆盖数百所学校、社区，开展海洋动物科普展示及海洋环保宣教。长乔水生野

生动物救援队是轰动全国的浙江台州搁浅瓜头鲸救护的核心力量，至今累计参与江豚、绿海龟、蠓龟、大鲵等水生野生动物救援百余次。

杭州长乔集团以生物保育为内核、以沉浸式体验为驱动，通过杭州长乔极地海洋公园等项目，持续引领国内海洋文旅产业升级。其成功模式已成功复制至全国，树立了“极地海洋主题”文旅的新标杆。游客不仅能亲身体会世界级极地生态的独特魅力，还能深度参与富有意义的科普行动。

## 二、企业参与办学总体情况

### （一）合作背景与目标

2019年，长乔极地海洋公园成为学校校外实践基地，提供营销策划、讲解员、园区接待等岗位。截至目前，共有80余位学生在杭州长乔极地海洋公园、舟山长乔极地海洋公园实习，其中42位同学留任，企业反馈良好。双方合作基础扎实，为打造立体化校企合作平台，实现人才培养与就业需求的高效衔接，2024年12月，校企双方签订产教融合会展定制式人才培养合作框架协议。2025年4月，学校与长乔共建长乔学院，组建长乔集团储备人才定向班，并签订《储备人才订单班校企合作协议书》《长乔班现代学徒制合作协议》。



图1 产教融合订单班签约仪式

双方充分发挥各自资源优势，创新协同机制，深化多领域合作，共同打造立体化校企合作平台，实现人才培养与就业需求的高效衔接，为企业精准输送实用、适用的高层次人才。双方紧密合作，产业导师入校开展《营销策划》《商餐售卖》和《运营服务》等课程教学。通过理论教学、实际案例分享、小组研讨、情景模拟等形式进一步提升订单班学员职业能力，缩短岗位适应期。推进现代学徒制，落实“校企双主体、师徒双通道、评价双维度”路径，提升“教、学、做、评”一体化水平。促进高质量就业，通过定向实习和专场宣讲招聘，提升就业匹配度、留用率和岗位稳定性。通过校企合作，走“产、学、研”相结合道路，有效整合资源，实现双方互惠互利。

## （二）合作运行机制

### 1.双导师制度

学校导师负责理论教学与学术指导，企业导师负责岗位能力训练与项目实战，每名学生至少配备1名校内导师和1名企业导师。

### 2.班级规模与周期

合作班级计划每届开设1至2个班级，每班人数为8至20人；每届培养周期覆盖“招生选拔—课程学习—企业实训—岗位留用”的完整学年。



图2 长乔储备人才订单班开班仪式

### 3.教学入企与师资进校

每学期企业会安排优秀讲师入校，开展企业文化、管理制度、专业实操以及企业管理课程培训；学校教师入企开展岗位调研与课程迭代。



图3 企业讲师入校授课

### （三）培养模式与关键环节

本次校企合作采用“校内基础训练、企业场景化实训、留用转化”三段式培养路径。以《会展实务综合实训》等核心课程为依托，采用项目式和任务驱动教学法，在校内完成基础训练。学生于大三上学期经过企业选拔及岗位培训后，进入长乔轮岗实习，完成企业场景化实训。学生在长乔实习期满6个月，且继续实习留用满3个月的，将在留用后的第4个月发放“实习留用奖学金”（1000元/人），实现留用转化。本次校企合作围绕“岗位群—能力域—课程群”的对接，构建“能力点—学习任务—考核证据”的闭环，落实“企业师傅—学生学徒—学校导师”三方协作机制。企业进入学校开展专场宣讲、面试与岗位匹配，实现“招生即招工、入学即入职（学徒）”。



图 4 领导与指导教师深入企业了解实习生岗位实习情况

### 三、企业资源投入

#### （一）经费投入与奖学金机制

为激励学生实习热情，长乔为长乔班学生提供专项奖学金。按照每人 1000 元（即每学年按照每人 500 元/学年）的标准，用于学校两年长乔班奖学金的发放，学生在顶岗实习结束（实习 6 个月后），继续实习留用满 3 个月的，实习留用后的第四个月发放实习留用奖学金，标准为 1000 元/人。企业为学生发放实习津贴，标准为前 3 个月 2600 元/月，第四至六个月 2800 元/月，六个月以上 3000 元/月，同时企业免费提供食宿及床上用品一套。

#### （二）人力与师资投入

根据校企合作专项工作开展的要求，企业每学期安排优秀教

师入校开展企业管理制度、企业文化、专业实操、企业管理课程培训。经考核进入长乔班的学生，会有导师进行企业管理制度和企业文化渗透，对学生进行职业指导。学生进入实习岗位后，企业配备导师（学徒制师傅），负责岗位能力训练、任务布置、过程辅导及绩效评价；校内教师负责理论教学与学术指导。每名学生配备1名校内导师和1名企业导师，实行校内外双导师制。

### （三）基地与设施资源投入

根据学校业务需要，企业提供相应的技术与服务支持，如企业IP打造、品牌直播、管理人员培训并提供相关设备，企业为校方学生提供实训实习场地。

## 四、企业参与教育教学改革

### （一）构建“岗课融合”机制，完善课程体系建设

随着文旅产业的快速发展，市场对高素质应用型人才需求日益增加。应用型人才的培养要充分满足社会发展需要，这就需要不断深化校企合作，形成“学校+企业+岗位”的应用型人才培养建设路径，充分利用双方资源，优势互补，以岗位建设为依托，使学生既具备扎实的理论基础，又有实际操作技能。面对文旅产业升级对复合型人才的迫切需求，长乔集团与学校摒弃了传统培养与企业需求脱节的弊端，共同探索出一条“学校筑基、企业赋能、岗位锤炼”的应用型人才培养路径，建立长乔订单班“三层能力”培养模式（图5），双方充分发挥各自资源优势，将企业的实际运营场景和岗位能力标准深度融入课程设计。

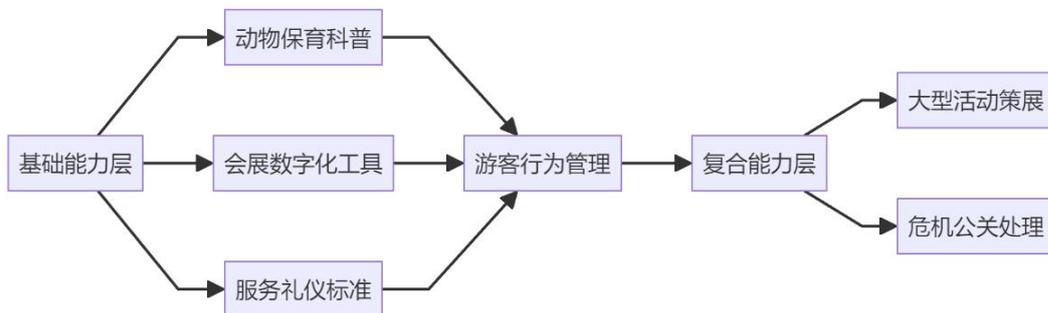


图5 长乔订单班“三层能力”培养模式

以长乔订单班为试点，构建了清晰的能力进阶培养体系。人才培养的起点聚焦于夯实动物保育科普知识、会展数字化工具操作技能及专业园区服务礼仪规范等基础素养。在此基础上，能力培养逐步深入，重点训练学生如何有效接待游客、处理日常服务咨询以及应对现场常见问题。培养的最高层，则瞄准园区大型活动的完整策划执行能力以及面对突发事件的危机公关处理能力。切实立足于长乔旗下主题公园的实际岗位职责，确保学生所学与所用紧密结合，在校期间便能积累宝贵的实战经验，实现与未来职业角色的无缝对接。

## （二）校企创新融合，共建实训平台与高质量教材

为推动理论知识向实操技能高效转化，长乔集团深度投入核心资源，与学校开展全方位协同创新，构建了“教材 + 平台”双轮驱动的实践教学体系。双方联合开发的《会展实务综合实训手册》极具产业适配性，突破传统教材局限，以长乔集团真实承办的会展项目为核心蓝本，系统拆解项目场景、岗位任务、流程节

点及企业认可的质量评价标准，清晰明确学生实训中“该做什么”“怎么做”“做到什么标准”，为实践教学提供精准指引。同时，依托长乔集团丰富的项目数据库与信息化优势，双方共建功能完备的《会展实务综合实训》平台，汇聚海量企业真实案例、操作视频及后台数据，更创新性融入企业一线管理者的作业评价要素与即时反馈机制。学生通过平台完成模拟操作或项目任务后，可快速获取符合企业实际标准的专业评估与指导，沉浸式体验真实工作场景，大幅提升了实训教学的针对性、实效性与岗位适配度。

为了将理论知识转化为可操作的技能，长乔集团投入核心资源，与学校共同打造了高度仿真的实践教学环境。双方联合开发的《会展实务综合实训手册》是这一合作的典范。该手册突破了传统教材的局限，以长乔集团真实承办的会展项目为核心蓝本，系统拆解项目场景、岗位任务、流程节点及企业认可的质量评价标准，清晰明确学生实训中“该做什么”“怎么做”“做到什么标准”，为实践教学提供精准指引。同时，依托长乔集团丰富的项目数据库与信息化优势，双方共建功能完备的《会展实务综合实训》平台，汇聚海量企业真实案例、操作视频及后台数据，更创新性融入企业一线管理者的作业评价要素与即时反馈机制。学生通过平台完成模拟操作或项目任务后，可快速获取符合企业实际标准的专业评估与指导，沉浸式体验真实工作场景，大幅提升了实训教学的针对性、实效性与岗位适配度。

### （三）校企互送导师，共同培育应用型人才

师资是人才培养质量的关键。长乔集团打破校企壁垒，建立了灵活高效的“双导师”流动机制。一方面，集团精心选派经验丰富、技术精湛的业务骨干，包括动物保育专家、资深会展项目经理、金牌服务主管等，组成“企业导师库”。这些导师并非偶尔客串，而是深度参与教学，定期进校讲授专业核心课程、指导实训项目、开设行业前沿讲座，并将最新行业动态与客户反馈的真实案例融入课堂。他们不仅是技能传授者，更是职业精神的塑造者和企业文化传播者。例如，曾参与执行集团大型活动的总监会亲自指导学生进行活动策划沙盘推演，分享实战中遇到的挑战和解决方案。另一方面，学校则鼓励专业教师“走出去”，定期选派教师赴长乔集团各园区进行顶岗实践或挂职锻炼。教师们深入动物保育后台、票务运营中心、活动策划部等一线部门，亲身参与实际工作流程优化、新技术应用及新项目开发，持续更新自身知识体系与技能储备，确保课堂教学内容始终紧扣产业脉搏。这种“教师入企实践、技师入校授课”的双向流动机制，成功打通了产教融合的“最后一公里”，共同锻造出一支既精通理论、又擅长实务的师资队伍，为培养真正接地气的应用型人才筑牢了坚实保障。

## 五、助推企业发展情况

### （一）精准输送高素质应用型人才，夯实企业发展根基

学院依托与长乔集团携手共建的“岗课融合”育人机制及分层递进的实践教学体系，显著增强了人才培养与产业的适配度，

提升了学生的岗位胜任能力。经过系统化、场景化培养的学生（实习生、毕业生）已成为长乔集团一线运营、管理与服务岗位的中坚力量与重要后备军。他们不仅对动物主题公园的运营流程、服务标准、动物保育要求有着深刻理解，更在学院—企业“双导师”的共同指导下，锤炼了解决复杂现场问题的实践能力、良好的职业素养与高度的企业认同感。

2024年，学院输送至长乔集团实习的两位同学被企业评定为“优秀实习生”，这一荣誉正是校企协同育人成效的生动注脚。这两位同学在动物保育操作规范性、游客互动讲解专业性、突发情况应急处理能力等方面表现突出，其展现出的专业技能、责任意识与服务热忱远超企业对新晋员工的普遍预期。他们迅速融入了长乔团队，其工作表现不仅获得了带教师傅的高度认可，也赢得了游客的积极评价，有效缓解了企业在旅游旺季或特定技术岗位的人力资源压力。企业人力资源部门反馈，来自学院的实习生和毕业生普遍具有“上手快、留得住、潜力大”的特点，显著降低了企业的招聘成本与培训周期，为保障服务品质的稳定性与提升运营效率提供了坚实的人才保障。这些高素质应用型人才的持续输入，直接服务于长乔集团核心业务一线，优化了人力资源结构，为企业日常运营的顺畅与中长期人才梯队建设奠定了坚实基础。

## （二）赋能品牌影响力跃升与市场份额拓展

学校与长乔集团的深度融合，不仅限于人才培养层面，更延

伸至品牌共建、文化传播与市场拓展领域，为企业在激烈的市场竞争中赢得了独特的竞争优势。

产学研协同提升品牌专业形象与社会美誉度。学院师生参与策划、实施的特色科普教育活动，以其专业性、趣味性和互动性，显著提升了游客体验的深度与满意度，并通过学员的口碑传播与社交媒体分享，极大地放大了长乔品牌在亲子游、研学旅行等核心客群中的正面影响力。学院将长乔集团的真实项目引入课堂教学或毕业设计选题，产出的部分优秀方案被企业采纳应用，直接提升了运营效率或游客体验，这种“真题真做”的产学研合作模式，有效塑造了长乔集团作为行业引领者、创新实践者的专业形象。学校积极利用自身的宣传平台及师生社群网络，系统性地宣传报道与长乔集团的合作成果、园区特色活动、动物保育故事、实习就业典型等。这种基于教育机构公信力的背书式传播，极大地增强了信息的可信度与触达范围。特别是在大型校企合作活动（如“长乔订单班”开班仪式、实习总结表彰会）、学生实习实践风采展示、优秀毕业生在长乔的职业成长故事等关键节点进行的集中宣传报道，在各大高校学生群体、家长群体及关心职业教育和文旅产业的公众中产生了广泛而积极的反响。多元传播渠道的整合发力，显著提升了长乔品牌在目标客群（尤其是年轻家庭、学生群体）中的认知度、好感度与话题热度，为其引流获客、扩大市场份额提供了持续的动能。

学校与长乔集团的合作，成功超越了传统的校企“供需对接”

模式，构建了深度融合、互为支撑的“发展共同体”。学院通过精准化的人才培养与输送，解决了企业发展中的人才痛点，显著提升了运营效能；通过产学研协同创新与多元化品牌共建，有力助推了长乔集团品牌专业形象的确立、社会美誉度的提升及市场份额的有效拓展。这一实践充分证明，深度的产教融合能够释放巨大的双向赋能效应，职业教育机构不仅是人才供给方，更是企业创新发展、品牌升级、市场开拓进程中不可或缺的战略伙伴与价值共创者。长乔集团在获得稳定优质人力资源和品牌势能加持的同时，其持续发展也反向为学院深化教育教学改革、提升育人质量提供了不竭的动力源泉与真实的检验场域。

## **六、问题与展望**

### **（一）存在的问题**

#### **1.学生面临工作与继续深造学习的矛盾**

部分学生在实习学习期间面临工作与参加专升本考试的选择，有些学生在参加了企业的顶岗实习项目之后，选择了参加专升本考试，导致实习留任工作率不高，以及学员就业意向不够强烈的情况，降低了校企就业育人的办学成效。

#### **2.学生实际工作能力与企业岗位要求存在差距**

从近几年的学生实习、工作情况来看，学生在实习之初，存在就业目标不清晰，对未来较为迷茫，岗位认知程度低，知识水平和拥有的职业技能与企业提供的岗位技能需求存在一定的偏差与距离。

### **3.学生吃苦耐劳的职业精神有待提升**

从校企合作育人情况来看，近年来学生总体在不怕吃苦、敢于挑战、主动学习等方面的职业精神仍需提升。学生抗挫折及抗压能力较弱，吃苦耐劳，积极面对困难的挑战精神不足。

### **4.学生对岗位报酬期望过高**

学生在实习工作过程中，可能基于个人期望或生活成本，提出远高于市场平均水平的薪资要求。他们可能忽视了自身经验、技能和岗位实际价值，而盲目追求高薪。同时对职业发展的快速期望，期望在短时间内获得职位晋升、加薪或承担更重要的职责，与企业内部的晋升机制和职业发展路径不符。

## **（二）未来展望**

### **1.校企双方加强职业引导**

校企双方加强对学生的职业宣导和职业生涯规划，帮助学生在进班之前明确自己在大学期间的学习目标和个人发展规划，加强对学生职业素养、职业精神的培养。针对学生流失、对职业定位及职业目标的迷茫、教学管理、课程设置、学生实习等工作中的问题，校企双方将采取措施不断完善机制、改进工作。

### **2.加强实践教学，优化人才培养模式**

校企双方展开深度研讨活动，进一步对接企业的岗位需求与满足可持续发展能力的模块化课程体系，进一步加强实践教学环

节，提高学生的实际操作能力和创新意识，通过组织更多的实践实训活动、开展创业项目等方式，让学生在实践中锻炼成长。同时学校专业老师与企业导师对接，在课程体系中进一步融入企业提供岗位所需要的职业技能，不断调整学校课程设置与企业岗位技能存在的偏差。

### **3.引导学生建立合理的薪资期望**

为了避免期望过高的岗位报酬，引导学生重视岗位的实际工作内容、工作环境和企业文化，对岗位能有更全面、深入地了解，更加深入地了解职场环境、行业标准和自身能力水平。此外，通过实习、兼职等方式积累职场经验，也有助于学生更准确地评估自己的价值并设定合理的薪资要求。

### **4.完善校企双方交流机制**

将进一步完善校企合作机制，明确双方的责任和义务。通过签订合作协议、制定合作计划等方式，确保合作的顺利进行和取得实效，同时进一步加强与企业的沟通与协调，及时了解企业的需求和意见。通过定期召开座谈会、开展交流活动等方式，增进双方的了解和信任，推动合作的深入发展。