



湖北生物科技职业学院
Hubei Vocational College of Bio-Technology



北京秋果酒店管理有限公司

参与高等职业教育人才培养年度报告

(2024 年度)



北京秋果酒店管理有限公司

2024 年 11 月

目录

一、	前言	3
二、	公司概况.....	4
三、	参与办学.....	5
	(一) 成立教学指导委员会，制定新的人才培养方案	5
	(二) 研发与提供教学解决方案以及课件.....	6
	(三) 将真实的项目引入学生的学习中.....	7
	(四) 教学支持服务.....	9
	(五) 设立秋果订单班.....	9
四、	资源投入.....	13
	(一) 人力投入.....	13
	(二) 经费投入.....	14
五、	参与教学.....	14
	(一) 专业建设.....	14
	(二) 学生培养.....	14
	(三) 师资队伍.....	16
六、	助推企业发展.....	16
七、	人才培养方面成效显著	18
	(一) 学生学业表现方面	18
	(二) 实践能力方面.....	18
	(三) 就业质量方面.....	19
	(四) 行业认可度方面.....	20
八、	问题与展望.....	20
	(一) 存在的问题及挑战.....	20
	(二) 未来的期望.....	22

北京秋果酒店管理有限公司参与高等职业教育 人才培养年度报告（2024）

一、前言

为响应《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》提出“发挥企业重要办学主体作用”的号召，北京秋果酒店管理有限公司与湖北生物科技职业学院酒店管理与数字化运营专业签订校企合作协议，合作期间，充分发挥“重要办学主体作用”，人力资源部下设立专门校企合作部并委派校企合作专员负责对接，全程参与湖北生物科技职业学院酒店管理与数字化运营专业主要教育教学过程，包括：订单培养、新生入学教育、修订人才培养方案、共同建立校外实训基地、接受并指导学生开展教学实践和实习、派遣专业人员讲授实训课等。



秋果酒店员工与 22 级酒店管理与数字化运营专业学生开展劳动实践

二、 公司概况

北京秋果酒店管理有限公司坚持以绩效共赢理念和感恩文化为基点，会聚专业的研发优势与经验堆集，以共同产品模式与运营办理，不断创新完善办理与培



训模式，赢得强壮核心竞争力，开启进军中国中端酒店市场的征程，门店遍布国内一线城市。

秋果酒店是以主导天然、健康、率性的都市人文精品酒店。2016年11月，秋果首家品牌店于北京五棵松开业。广州、深圳、天津、武汉、重庆、西安等各地分店连续开业中。秋果坚持倡导天然、健康、率性的生活潮流，致力于为旅途客人打造一个舒适的家，供给全新的住宿体会，引导新的旅途生活方式。



公司发展历程：

2003 年成立北京大地阳光物业管理有限公司从事住宅地产业务；

2006 年增加酒店投资业务运营 40 余家酒店

2011 年转型酒店行业主营中高档精品连锁酒店；

2014 年创建秋果品牌；

2020 年签约 120 家门店。

三、 参与办学

我公司与湖北生物科技职业学院积极开展校企合作共建酒店管理与数字化运营专业“秋果订单班”，构建与行业、企业岗位对接的课程体系，提供实战训练平台以提高学生实践能力，通过真实的项目练习，提高学生的专业能力。经过实训教学，学生技能将与企业需求接轨，由公司组织企业与学生对接，开展“双选会”，学生挑到心仪企业，拿到满意待遇，入企实习。同时，鼓励支持学生创业，通过开展各种创业大赛、创业教育课程以及创业实践活动来培养学生的创新创业技能，使其在校就能成为企业合伙人。此举极大促进了企业内涵发展和湖北生物科技职业学院建酒店管理与数字化运营专业的专业改革。

（一） 成立教学指导委员会，制定新的人才培养方案

1. 培养宗旨

推动在学校为学生搭建一个集实训、实习及创业孵化为一体的人才培育基地，帮助学生融入到真实的酒店运营过程中，提升综合实践能力。

2. 培养目标

专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和消费者行为心理、数字化营销、酒店督导管理等知识及相关法律法规，具备线上线下沟通、酒店接待服务与运营、数字化技术应用等能力，具有良好的服务意识和信息素养，能够从事酒店、餐饮以及民宿、邮轮等其他住宿新业态和高端接待业的服务、数

字化营销、运营与管理工作的高素质技术技能人才。



湖北生物科技职业学院到秋果酒店授牌

3. 学生从事岗位

职业范围主要涉及前台接待、客房协调、销售部协调、餐厅服务等相关岗位。

4. 培养模式

理论培训与实际操作相结合的原则，重点培养学生的实操技能。通过学习，学生专业技能、团队协作、管理和与人沟通的能力得到大幅度提升。

(二) 研发与提供教学解决方案以及课件

为了解决老师教学难，学生学习难，企业用人难的问题，我们研发出易教、易知、易会的教学解决方案，让老师教的轻松，学生学的愉快，在学中做，在做中学，把企业的实际案例融入教学环节，完成人才的培养。我们还会向学校提供市场旅游和酒店专业课程体系表以及课件，了解学校教学系统及信息，方便日常教学管理工作，开展班主任和任课老师座谈，计划学期教学工作和管理工作方案

并提供教学大纲。详细课程见下表所示。

专业基础课	1	管理学基础	A	2	32	32	
	2	旅游职业礼仪	B	3	48	24	
	3	沟通技巧	B	3	48	24	
	4	酒店英语	B	3	48	24	
	5	服务心理学	B	3	48	24	
	6	酒店数字化运营概论	B	2	32	16	
专业核心课	1	酒店数字化营销	B	4	64	32	
	2	酒店人力资源管理	B	3	48	24	
	3	酒店财务管理	B	3	48	24	
	4	前厅服务与数字化运营	B	4	64	32	
	5	酒店客户关系管理	B	3	48	24	
	6	客房服务与数字化运营	B	4	64	32	
	7	餐饮服务与数字化运营	B	3	64	32	

(三) 将真实的项目引入学生的学习中

实景项目教学是教师为主导，学生为主体的一种创新性的学习，学生在项目工作过程中对所学专业的认识将更加具体和熟悉，对专业理论的学习和理解更加深刻，能更好地达到培养应用性专业技术人才的教学目标。课程体系设计以酒店管理各项工作过程为主线，组织专业能力模块课程，围绕完成项目所应具备的技能和理论知识，确定专业能力培养目标，设计课程教学内容和教学情境。训练学生实际操作能力。真实操作项目包括有：前厅服务、客房管理、酒店电子商务、酒店人力资源等。

1. 实景展示环节

来到真实的工作情景，学生做真实情景的演练。结合上课的内容和学员情景演练中的表现，由老师指导点评，邀请企业实战专家来指导学员的情景演练。

2. 真实项目运营

引入前厅服务、客房管理、酒店电子商务等真实业务入校，学生可以提前介入相关活动，帮忙做设计和策划。针对学生个人情况，分派不同的任务，将完成结果纳入考核。



20级酒店管理专业学生申奥玲在秋果工作目前任职前厅经理

(四) 教学支持服务

在项目进行中，北京秋果酒店管理有限公司推荐学校老师到企业实习实训，培养双师型教师，教师既具备理论教学的素质，也具备实践教学的素质。教师普遍采用实例化教学方式教授学生基本的概念和理论知识，引导学生在理解的基础上学习，并对教材内容的延伸或者扩展，提高学生的自学能力，动手解决问题的能力。同时，北京秋果酒店管理有限公司定期组织对学校教师进行培训、考核，以提升师资水平。

同时，为了与就业市场挂钩，培养企业需求的人才。北京秋果酒店管理有限公司每个学期都会邀请各企业负责人前往学校做讲座，详细讲解行业知识，解读当前用人单位的有关招聘程序、要求。



22 级学生到秋果酒店开展客房管理实践教学

(五) 设立秋果订单班

1. 设立秋果订单班的目标

秋果订单班在校基于酒店管理专业《十二条培养方案》促进学生养成良好的习惯和持续学习的能力，在努力学好酒店专业知识的同时，采取一系列具体的活动措施，培养全面发展、具备综合素养的优秀酒店人。店铺实习则更侧重于实践和理论相结合，把学校所学的知识沉淀，行为习惯落地执行，保持终身学习。

为了企业未来发展与运营需要，打造优秀的核心团队；为各岗位提供人力资源支持，培养储备人才；保证企业人才梯队的连续性，实现标准化、规范化的的人才培养模式；加强人才培养有效性，帮助其快速成长为符合储备岗位要求的人才；塑造优秀团队的高素质干部队伍，从而有效支持企业的可持续发展。

2. 人才培养的基本理念

(1) 使校企合作学生充分了解酒店行业，并培养其必备的专业技能、核心能力、职业素养；

(2) 尊重每位学生自身优势与特点，灵活调整成长路径与培养内容，使其充分发挥主观能动性，得到成长并创造价值；

(3) 不断优化和完善人才培养体系，增强各层次人才的孵化功能，保证此方案的可操作性，提高人才培养效率。

3. 拓展计划

在校期间，以各类活动为手段，用养成教育促使学生良好习惯和高尚情操的形成；采取理论知识与实际操作相结合的方式，练就一系列良好的职业素养及过硬的专业技能；通过义工活动和拓展训练等社会实践，培养学生爱心，开阔学生视野，提高学生的人生境界和追求目标。

综合素质方面：

(1) 每天早晨七点之前起床，晚上十一点左右就寝（不早于十点，不晚于十二点），节假日除外。养成良好的学习、生活习惯，为做好其他一切事情提供时间保障。

(2) 每周一晨跑 3000 米，参加升国旗仪式，并进行演讲。用跑步开启新的一周，增强爱国意识，重视仪式感，树立正确的价值观。提高演讲水平，培养语言表达能力及勇敢、自信的品质。

(3) 每周运动五个小时（不少于三天），掌握一项运动的基本技术和技能。运动不仅能强身健体，而且能提高学习效率，提高生命质量，同时在运动中感受生命的快乐。

(4) 每两个月观看一部优秀影片，每学期写一篇影评。培养艺术鉴赏和审美能力，陶冶情操，洞察社会。

(5) 每一个成员结交一位优秀的师长。向优秀看齐，知道前进的方向。每一个成员结交几位信赖的朋友、同学，前行的路上相互交流探讨，共同进步。

专业技能方面：

(6) 利用课外时间或节假日，每人每月完成 16 小时的酒店前台实操训练。通过师傅“传、帮、带”，熟悉前台的岗位职责、操作流程、服务标准以及能力要求。

(7) 利用课外时间或节假日，每人每月完成 16 小时的酒店客房实操训练。通过师教“传、帮、带”，熟悉客房的岗位职责、操作流程、服务标准以及能力要求。

(8) 每月组织一次关于酒店服务礼仪相关的知识讲座，并当场进行演练和考核。通过专业化的训练，让学生掌握酒店服务中仪容仪表、礼貌礼节的重要性。

(9) 每月选取一家酒店，带领成员分别梳理这家酒店的美团、携程、飞猪三个平台运营管理中存在的问题。结合实际案例讲授酒店电商运营专业知识、操作技能以及注意事项。

(10) 每两月组织一次酒店实操技能大赛，包括快速办理入住、客房彻底清洁、一客一 SHOW 优质服务、酒店宣传小视频、茶艺表演等。通过比赛，不断提

升学生的职业素养，快速提高学生的能力要求。

社会实践方面：

(11) 每个月做一次义工，时间不少于两个小时。培养爱心，学会施善于人，也心怀一颗感恩之心。

(12) 每个月举行一次团队拓展训练，时间不少于六小时。培养团队合作、时间管理、沟通技巧等职场不可或缺的能力。

4. 职业规划

在企业内部，为满足不同学生的职业发展规划，我们设计了三个方向的发展路径，分别是门店总经理、OTA 营销经理和线下销售经理。我们分成三个层级来实施“天鹅工程”计划，大致花 3-5 年时间让学生从顶岗实习开始逐步成长为一名合格并且优秀的酒店管理者。在各培养阶段，其对应岗位、培养时长、管理人数和年度薪资分别如下表所示：

培养阶段	培养目标	综合管理方向	线上营销方向	线下营销方向
小天鹅工程	对应岗位	前台或客房基层服务人员	前台或客房基层服务人员	前台或客房基层服务人员
	培养时长	8个月-1年	6-8个月	6-8个月
	管理人数或门店	0	0	0
	年综合收入	4-6万	4-5万	4-5万
银天鹅工程	对应岗位	酒店主管或经理	OTA 营销专员	客户经理
	培养时长	1-2年	1年	1年
	管理人数或门店	1-5人	1-3家	1-3家
	年综合收入	8-10万	7-9万	7-9万
金天鹅工程	对应岗位	店长或店总	OTA 营销经理	销售经理

培养时长	1-2 年	1-1.5 年	1-1.5 年
管理人数 或门店	15-28 人	3-11 家	3-11 家
年综合收入	12-25 万	10-15 万	10-15 万

四、 资源投入

(一) 人力投入

我公司打破部门界限，加强师资队伍流动性，打破企业和学校之间界限，派遣技能人才到学校担任技能或理论教师，北京秋果酒店管理有限公司秋果酒店华中区域总经理，资深人力资源管理专家赵俊涛、秋果酒店阳光大学校长陈崇佩等、秋果线上销售部高级运营经理宋成锋等资深专家；和秋果酒店门店总经理朱兴敏；校企合作专员王欢等，经验丰富的酒店管理实践能手，先后 10 余人次到学院为酒店管理与数字化运营专业学生授课和进行岗前培训。



22 级酒店管理专业学生到秋果开展认知实习

(二) 经费投入

公司与学院共同建立校外实训基地，总体费用 10 万元；共同开发课程《酒店前厅与数字化运营》，总体费用 7 万元；企业设立优秀实习生奖励 5000 元；教师下企业经费 3 万元，订单班活动经费 5 万元，赞助学院各项学生活动奖品和服装 8000 元、赞助中餐实训室实训设备 2 万元。

五、 参与教学

(一) 专业建设

1. 我公司参与人才培养方案的修订，华中区域总经理赵俊涛、阳光大学校长陈崇佩等、销售部高级运营经理宋成锋等资深专家，在 21 级人才培养方案的修订中，全程参与。

2. 与专业教师共同开发《前厅服务实务》课程，这门课程的特点在于所有案例均来自学生实习企业。案例中的主角都能在企业接触到，而且部分课程会邀请案例中的人物亲自为学生讲解分析。

(二) 学生培养

1. 新生专业介绍

刚入学的新生，对专业及前景比较困惑，我司派遣专家介绍专业趋势和背景，通过需求量的分析让学生知道学习后的发展前景。同时讲解一些励志故事激发学生的学习兴趣，引导他们向正确的方向发展。主要从思想观点、学习态度，人生目标及理想等方面做引导，使学生有正确的价值观，拥有健康的心态，提高学习的热情。

2 企业专家老师到学校指导教学

公司的专家和实践能手，多次为湖北生物科技职业学院酒店管理专业学生进行酒店管理技能培训，引导同学们树立团队意识、诚信意识，建立适合自己的职业生涯规划。

3 组织学生到公司参观学习

为增进学生对本专业的深入了解，拓展视野，树立职业信心，公司和老师会组织带领学生参观市场需要行业企业，学习企业文化，了解行业现状，零距离感受大型旅游和酒店企业的风采。



20 级学生在秋果酒店开展酒店英语实践教学并录制微课

4 开展职业规划讲座

实习前对学生进行了教学辅导和就业指导讲座，从求职心态、简历设计、面试技巧等诸多方面进行生动细致的讲解指导，鼓励同学们学会积极展示自我，找准职业定位，调整就业心态。



21 级学生在秋果酒店进行岗前培训

(三) 师资队伍

与酒店管理专业教师互聘互用，建立教师轮训制度，支持教师定期到北京秋果酒店管理有限公司工作实践，提高教师理论水平和解决实践问题的能力。教师关迅、胡晶、熊瑛、罗霞先后到我公司顶岗实践，教学团队全体教师均到企业指导学生实习。

六、 助推企业发展

自双方开展合作以来，借助学院专业优势和师资优势对公司职工进行培训，利用学院的网络教学资源实施员工继续再教育。主要体现在：

一是中层管理人员培训。专业教师通过参与企业内部开展的诊断、咨询，分析、发现企业运行中的问题，针对这些问题，对公司中层管理人员进行管理技能、实务操作水平的培训。通过培训，学员的专业理论水平得到提高，同时解决工作中实际问题的能力也得到有效提升。



22 级酒店管理专业学生到秋果开展认知实习

二是新员工的培训. 每年公司都会有大量的新员工进入企业, 新员工的培训与发展, 是企业录用员工从局外人转变成企业人的过程, 是员工从一个团体融入另一个团体, 从一种组织文化进入另一种组织文化的过程。通过与学院合作培训这些新员工, 帮助他们规划自己的职业生涯, 定位自己的角色, 尽快适应新工作, 和同事相处融洽。公司新员工培训主要有两类, 一类是入行前没有任何专业背景的学员, 一般培训的时间较长, 培训重点是内容的实用性, 要求学员掌握基本的专业知识和比较熟练的职业技能, 树立学员良好的职业素质、团队意识和服务意识; 另一类是企业订单式培养的学生, 这些学生实际上就是企业的准员工, 具有较好的专业基础, 所以培训的目标主要是针对企业设备、管理制度的强化训练, 培养具有较高职业综合素质和较强职业综合运用能力的企业技能人员。

2024 年, 我公司聘用酒店管理专业应届毕业生 10 余人, 均已签订就业协议。

专业教师积极为我公司提供员工培训，专门定制了酒店礼仪课程、酒店市场旅游和酒店课程，针对我公司的相关部门，培训参与人次达 50 余人

七、 人才培养方面成效显著

(一) 学生学业表现方面

1. 课程成绩

对比合作前后学生在专业核心课程（如酒店管理、酒店数字化营销、酒店信息系统等课程）的平均成绩普遍提高，这表明合作后的教学内容和方法更有效，有助于学生更好地掌握专业知识。

分析成绩的分布情况，查看优秀率（例如 90 分及以上）和及格率是否有所改善。合作前优秀率为 10%，及格率为 80%，合作后优秀率提升到 15%，及格率达到 90%，这直观地体现人才培养质量的提升。

2. 证书获取

学生在合作期间获得的与酒店管理和数字化运营相关的职业资格证书数量提升，如酒店职业经理人资格证、数字化营销师证书等。证书获取数量的增加反映出学生在专业技能方面的提升，也说明合作项目对学生能力培养符合行业标准。

(二) 实践能力方面

1. 实习反馈

与湖北生物科技职业学院合作培养的“秋果”订单班学生在我公司实习期间，包括：工作态度、专业技能的应用（如能否熟练操作酒店预订系统进行客房销售，是否会运用数字化工具进行市场推广）、团队协作能力等方面明显优于同期其他学校实习生。合作前实习单位满意度为 70%，合作后提升到 90%，说明合作培养有助于提高学生的实践能力。

在学生在实习期间所承担的工作任务类型和复杂程度上，合作培养的学生

能够参与更高级别的数字化运营项目，如协助酒店进行数字化转型规划，而不仅仅是基础的客房服务工作，这表明学生的实践能力得到了增强。

2. 竞赛成果

学生参加酒店管理与数字化运营相关竞赛（如全国酒店服务技能大赛、酒店数字化创新竞赛等）的获奖人数与等次均有提升。获奖数量的增加和获奖等级的提升体现了学生在实践能力和创新思维方面的进步。例如，合作前学生在竞赛中未能获得任何奖项，合作后能够获得多个省级和全国奖项，这是人才培养质量提升的有力证据。

3. 实践项目完成情况

学生成功完成高质量的与企业合作的实践项目（如为酒店开展 OTA 运营和新媒体推广项目）证明学生具备将理论知识应用于实际的能力，反映出合作对人才培养的积极影响。

（三） 就业质量方面

1. 就业率和对口率

比较合作前后该专业学生的就业率，就业率从合作前的 80% 提高到 90% 以上，说明人才培养质量的提升得到了市场的认可。同时，就业岗位与酒店管理和数字化运营专业的对口率，从 60% 提升到 80%，表明合作培养的学生更符合行业需求。

2. 起薪和职业晋升

分析毕业生的起薪水平。合作后学生的平均起薪较合作前有显著提高，从每月 2300 元提升到 2800 元，这反映出学生在就业市场中的竞争力增强，可能是由于在合作培养过程中获得了更有价值的技能和知识。

跟踪毕业生的职业晋升情况。毕业生在工作后的短时间内（如 1 - 2 年）能够获得晋升机会，如从酒店前台岗位晋升到数字化营销主管岗位，显示出合作培养的人才具有良好的职业发展潜力。

(四) 行业认可度方面

邀请行业专家对合作培养的人才质量进行评估。专家通过查看学生的作品、参加实践教学活动等方式来评价学生的综合素质。行业专家给与了高度评价，证明合作模式在人才培养方面的有效性，并且有助于学校及时了解行业需求，进一步优化人才培养方案。

八、 问题与展望

(一) 存在的问题及挑战

校企深度合作模式在高校旅游和酒店类专业经常难以推动，原因在于旅游和酒店类专业与理工科专业有所不同，由于旅游和酒店类专业不如理工科专业与科技创新联系那么密切，相对来说专业性不强，因而从企业角度来看高校往往需求大于供给，存在着利益不对等的问题，往往更容易受到企业的“冷遇”。这就要高校和企业深入思考旅游和酒店类专业校企深度合作模式存在的问题，并积极探讨应对的策略。我们认为，高校旅游和酒店类专业校企深度合作模式存在如下问题：

1. 由于认知差异，旅游和酒店类专业校企深度合作往往“高校热、企业冷”

由于高校和企业对校企深度合作的认知不同，导致旅游和酒店类专业校企深度合作普遍存在“高校热、企业冷”的现象，即高校很乐意与企业联姻，而企业却热情不高。原因是很多的，比如很多企业觉得高校不能够为企业带来有价值的帮助，而安排学生实习、参观学习等工作，会分散企业的精力、扰乱企业正常的生产经营活动；一些高校将校企合作作为“噱头”，认为校企合作有利于扩大高校的影响力，而没有服务企业的能力或不能为企业做出实质贡献，存在着索取多贡献少、口号多内容少的问题，也使很多企业对于校企深度合作望而却步；有些高校在校企深度合作的过程中，承担了企业的管理咨询、战略谋划、组织设计方面的课题，但在企业的实施效果不理想，导致企业对高校服务社会的能力高

度质疑；也有一些企业战略观念缺乏，对校企合作缺乏应有的正确认识，没有建立起利于校企合作的运行机制，致使校企深度合作运行不畅；还有一些企业虽然企业高层管理者重视，但部门领导或员工认识不够，不愿意配合或不积极配合。这些问题都会导致高校旅游和酒店类专业推进校企深度合作的“热情”被企业的“冷遇”熄灭。对这些问题的解决关键在于校企双方对校企深度合作有统一的认识，将其上升到战略的高度，并建立健全规范校企深度合作的运行机制、出台推进校企深度合作的监控机制、形成利于校企深度合作的保障机制。同时高校应积极提升服务社会、服务企业的的能力，做好合作企业的调研和专项研究工作，使企业觉得高校旅游和酒店类专业的智力价值不容忽视、校企深度合作对企业而言物超所值，愿意与高校旅游和酒店类专业开展深入合作。只有这样，才能规避由于认知差异而造成的旅游和酒店类专业校企深度合作“高校热衷、企业冷遇”的现象。

2. 由于动力缺乏，旅游和酒店类专业校企深度合作往往“启动易、持久难”

近年来，政府力推校企合作，甚至很多政府部门亲自出面为高校和企业的合作“搭桥牵线”，很多高校旅游和酒店类专业和企业也积极配合政府，启动了很多校企合作项目。但很多轰轰烈烈、风光一时的校企合作项目，由于缺乏动力机制，启动之后难以持续，最后不了了之。因此，如何为校企合作构建动力、使校企双方的合作能够持续持久至关重要。校企深度合作动力不足，包括外部动力和内部动力两个方面的动力不足。外部动力不足主要是指政府或行业协会为校企深度合作提供的支持不够，很多政府或行业协会对建立的校企合作只提供口头上的支持，光打雷不下雨，没有任何资金的投入，对校企合作的困难不管不问，这就在很大程度上挫伤了校企双方合作的积极性。内部动力不足主要是指校企双方对合作的积极性不高，可能源自于校企双方认为校企合作意义不大，也可能源自于校企双方对合作项目的前景不看好，还可能源自于高校旅游和酒店类专

业校企合作的实际产出小于投入，由此导致校企中的一方或双方对校企合作持续推动的意愿不足，不愿意进一步深入推动校企合作。动力不足会影响校企双方对高校旅游和酒店类专业校企深度合作的进一步投入，影响校企合作的深入开展，也会影响校企合作的长期性、持续性。因此，如何为高校旅游和酒店类专业校企合作提供持续的动力支持，使校企双方愿意长期推进校企合作、不断深化校企合作的程度、不断扩展合作的领域，值得深入研究和探索。



“秋果”订单班在湖北生物科技职业学院继续教育学院开展实践活动

(二) 未来的期望

酒店管理与数字化运营专业校企深度合作模式构建，首先要求校企双方拥有或培育合作基础；其次，校企合作要构筑动力机制；再次，校企合作不是一蹴而就的，而是要经过“探寻合作领域-拓展合作范围-深化合作层次-形成深度合作”的过程；最后，校企合作的巩固和发展，需要构建校企深度合作的长效机制。具体来说，可解析如下：

1. 校企双方要基于自身发展实际，培育校企深度合作的良好基础。

对校企双方来说，其业务内容和发展目标是不同的，高校主要是教学、科研、学生培养等，而企业主要是经营生产、客户服务、员工提升等。但无论业务内容如何不同，校企双方都要正视自身发展的现状和实际，对自身发展需解决的关键问题有准确的了解，在此基础上，对如何借助校企合作提升发展质量、强化竞争优势有清醒的认识。为此，就要求校企双方积极培育校企合作的基础，使了解自己的优势所在、核心能力所在，使对方愿意与自己开展合作。

2. 校企双方把握利于合作的机遇和契机，构筑校企合作的动力

高校旅游和酒店类专业校企合作能否顺利开展、有序推动，除了培育良好的基础之外，能否把握机遇和契机构筑校企合作的动力，也非常关键。对校企双方来说，一方面要善于利用政府对校企合作的优惠政策，另一方面要积极争取政府对校企合作的有力支持，形成有利于校企合作的外动力。同时，校企双方要借助有利时机，将校企合作上升到战略层面，形成有利于校企合作的内部动力。

3. 校企双方要把握校企合作的规律，逐步推进校企深度合作。

校企深度合作是一个逐渐深化、不断提升的过程，对校企双方来说，如何先易后难、先浅后深、先局部后全面、先短期后长期地推进双方之间的合作，必须准确把握校企合作的规律。

从校企深度合作的过程来看，校企双方应做到如下方面：一是在探寻合作领域阶段，要求校企双方洞悉自身需求、明晰对方的优势，在此基础上开展力所能及的合作，合作要基于实际、力求成效，避免为合作而合作。二是在拓展合作范围阶段，要求校企双方认真总结前一阶段合作的经验教训，合理确定新的合作领域，使校企合作在“面”上实现拓展。三是在深化合作层次方面，要将校企众多部门之间的局部合作转变为校企之间的全面合作，将表面形式的合作提升为校企之间的实质合作，将短期或一次性的合作转变为校企之间的长期合作，将

一般层面的合作提升为校企之间的战略合作，使酒店类专业校企合作在“质”上实现升华。四是在形成深度合作方面，校企之间的合作经过了长期的由量到质、由局部到全面、由形式到实质的积累，形成了校企休戚相关的态势。在这种情况下，才可以说，校企之间真正实现了深度合作。

4. 校企双方要不断巩固合作成果，必须构建深度合作长效机制。

对校企双方来说，每一个校企合作的成果可能都来之不易，都凝聚着地方政府、校企双方及众多部门、员工的心血，如何使这些成果得到不断巩固和发展，成为校企双方进一步提升合作层次、拓展合作领域的基础，必须构建酒店类专业校企深度合作的长效机制。