

# 智汇贵旅·创享未来——贵旅集团校企合作 共建方案

根据省委、省政府关于深化产教融合、推动校企协同育人的战略部署及省国资委关于省属国有企业积极履行社会责任、深度参与人才培养的工作要求，结合贵旅集团文旅全产业链资源优势及业务发展实际需求，特制定本方案。

## 一、项目背景

### （一）政策与行业背景

深化产教融合、推动校企协同育人是职业教育改革的重要战略方向。2026年修订通过的《贵州省职业教育条例》明确要求推进市域产教联合体、行业产教融合共同体建设，坚持产教融合、校企合作。省人民政府印发的《关于进一步深化贵州省现代职业教育体系建设改革的实施方案》（黔府发〔2026〕2号）提出，聚焦贵州现代服务业，建设文体旅、旅居康养等行业产教融合共同体，助推“政产学研用”人才培养。当前，新媒体、直播电商行业正处于高速发展期，文旅产业正加速向年轻化、数字化方向转型，高校相关专业亟需真实产业场景与实战化教学载体，实现人才培养与市场需求的精准对接。

### （二）企业发展需求

根据贵旅集团统一部署，集团需进一步拓宽文旅产品宣传渠道、补充新媒体内容产能、储备本土青年运营人才，同时推动旗下景区、酒店、民宿等业态提质升级与品牌年轻化转型。依托集团文旅全产业链资源与自有运营能力，联动省内高校开展校企合作，可充分激活校园创意资源与青年流量势能，为集团景区门票、文旅线路、特色产品、酒店餐饮等全品类产品拓宽市场，

构建“人才培养+品牌传播+产品销售”的协同链路。

### （三）项目核心价值

本次合作共建以“实战育人、产教融合、产业落地、价值共生”为核心，解决高校新媒体、电商、旅游管理、文创设计等专业实训场景不足、人才培养与产业脱节的问题；同时为企业补充消费三新（“新业态、新场景、新模式”）内容创作产能，通过精准对接高校智力资源与地方文旅产业发展需求，为贵旅集团打造专属的“创意智库”，推动贵州文旅产业向数字化、智能化、标准化方向实现高质量发展。

## 二、重点合作模式

本次合作共建拟以“1+N”基地建设为核心载体，搭建常态化沟通机制，与高校组建行业产教融合共同体。

“1”即主基地，命名为“**校企智汇创新展示基地**”，建议落地在贵旅集团旗下的多彩贵州城街区，系全方位多角度为高校学生提供服务的一站式孵化基地，旨在打造高校大学生“新媒体直播实训基地”“创新创业孵化基地”“青年创意展示基地”“大学生原创音乐基地”，四大基地形成“创意→内容→产品→创业”的递进式生态闭环。

“N”即分基地，建议依托各高校现有各类实训基地建设，为高校学生提供实战合作载体。

贵旅集团将持续围绕在产品开发与IP转化、空间优化与内容创新、新媒体内容和营销合作、创业就业和产教融合等方面的发展需求，依托与各高校签订战略合作协议的良好基础，采用“项目课题合作+赛事驱动合作”的校企合作框架，下设若干子板块，各高校可根据自身专业特色、学科优势与师生规模，灵活选择单项或多项合作内容，实现“需求从景区来、创意从高校来、产品到市场去”的闭环运营模式。

### （一）项目课题合作

以真实产业需求为导向，由学生团队或师生团队，通过横向课题研究、毕业设计创作、专题设计工作坊等多种形式承接具体任务，在实战中完成实训教学与成果交付。后期可由各主体结合企业发布的需求和相关条件，另行协商定制专项合作细则。

### （二）赛事驱动合作

以竞赛驱动创新为导向，由企业出题、高校参赛，通过赛事平台激发师生创意活力，包括但不限于：文旅创意策划大赛、新媒体内容创作大赛、文创产品设计大赛、直播电商技能大赛等，选拔优秀作品与人才，实现以赛促学、以赛促创。

### （三）其他一事一议合作

涉及到其他特殊合作事项，单独沟通协商合作方式。

## 三、重点合作内容

1.产品开发与 IP 转化：聚焦贵州民族非遗、自然山水、四大文化等特色资源，提炼元素打造 IP 形象，研发和创新景区文创、非遗衍生品、文旅伴手礼，开发和迭代旅行线路、研学课程、在地体验等产品体系。

（1）IP 开发和文创产品共创：围绕“在地 IP 原创开发”和“黄小西 IP 延展开发”两大方向，构建贵旅集团 IP 体系，并延展进行文创产品设计与开发。优秀作品将有机会被采纳并投入生产，创作者可获得一次性设计奖励或产品销售分成，具体权益另行协商明确。

（2）旅游线路设计开发：围绕贵州全省域旅游资源，结合季节特征与目标客群需求，设计开发主题化、标准化/非标准化旅游线路产品（例如历史文化名城游、博物馆主题体验游、探洞+溯溪+体旅融合等体验游等）。线路天数不限，须符合“不赶路、不表演式文化、一城/一线独有记忆点、全程服务标准不降级”的

产品原则。目标客群涵盖亲子家庭、银发族群、境外游客、研学团体、青年体验客群、企业团建客群等方向。

（3）研学课程设计开发：围绕集团旗下研学营地、基地资源及贵州特色文化资源（自然生态、红色教育、非遗文化、科技体验等），面向不同学段（小学、初中、高中）及亲子家庭客群，开发主题化、体系化的研学课程产品。课程须符合教育性、实践性、安全性要求，具备可复制、可推广的市场化条件。

2.空间优化与内容创新：聚焦文旅空间规划、景观风貌提升设计、景区街区建筑微更新、沉浸式场景策划和业态体验设计等。

（1）景观空间设计项目：围绕贵旅集团旗下景区（如本寨等），提炼在地屯堡文化，由合作团队认领指定院落（共 15 个院落可供选择），按照“一院一主题”原则，提供院落整体策划设计方案，包括功能定位、空间布局、文化植入、业态规划等。通过院落空间策划设计，让明代屯堡建筑群落成为可居住、可创作、可传播的活态文化艺术空间。

（2）场景策划和业态设计项目：围绕贵旅集团旗下景区街区和其他经营场景，挖掘沉浸式、体验式文化体验资源，开展景区节点、景观装置、景区动线、剧游及在地体验业态、旅居体验、商业业态（民宿、餐饮、露营地等）空间设计等，并参与后续市场化推广与运营。

（3）活动策划与内容共创：依托多彩贵州城演艺资源与场地空间，联合高校音乐、舞蹈、戏剧等专业师生，支持流行、摇滚、民谣、电子、说唱、非遗民族等各类音乐风格的原创孵化与演出；开放律动草坪、抓蚂蚁剧场等空间，联合策划大学生音乐节、原创音乐会、音乐市集等赛事 IP 与活动，为高校音乐人提供创作、排练、演出、推广的全链路支持，并可适时将该模式复制到集团旗下其他景区、街区或经营场景。

（4）青年创意展示：可依托多彩贵州城基地，设立高校设计工作室和“青年设计专区”，依托千山扶光艺术馆等空间定期举办毕业设计展、课程成果展。产品类型包括但不限于文创设计作品、展览作品、文创产品等，并可适时将该模式复制到集团旗下其他景区、街区或经营场景。

3.新媒体内容和营销合作：聚焦校园创作与流量变现，共建实验室、培育达人、赛事驱动和MCN孵化，构建从内容生产到商业转化的新媒体运营体系。

（1）校园达人MCN孵化：面向在校学生选拔有内容创作、镜头表达、直播运营潜力的青年群体，打造校园文旅达人矩阵。提供账号定位、内容策划、流量扶持、商务对接全链路孵化服务，孵化方向涵盖文旅内容创作达人、电商带货达人、本地生活探店达人、团购带货达人等垂类达人。

（2）电商直播实战运营：开放贵旅集团自有货盘和合作货盘资源（例如旗下景区、街区文旅场景和景区体验产品、文创商品、旅行线路、烘焙轻食等餐饮、特色咖啡、酸汤等大单品、酒店民宿等），由学生团队承接直播运营全流程工作，包括账号运维、直播策划、话术打磨、场控执行、数据复盘等，开展常态化校园直播、主题专场直播、景区实景直播，以真实商业交易完成实训教学。

（3）“贵旅推荐官”素人种草：面向在校学生招募“贵旅推荐官”，在主流社交平台（小红书、抖音、视频号等）进行文旅内容种草与口碑传播。企业提供旗下景区、民宿等实景体验资源，学生以自身视角产出真实体验内容，助力品牌年轻化升级与平台画像优化。同步开展官号评论区互动、素人打捞种草、素材二创等内容共创活动。

（4）新媒体内容创作服务：围绕贵州文旅资源、贵旅品牌

及旗下产品，由学生团队产出短视频、图文海报、宣传文案、直播脚本、AIGC 短剧等创意内容（如“最美贵州景区”“贵州非遗故事”“我的贵州旅行日记”等），将优质内容纳入企业官方传播矩阵。

（5）贵客荟平台分销合作：师生团队参与贵客荟平台产品分销，经核销后获得产品销售价一定比例的分销利润，平台定期结算。

4.创业就业和产教融合：围绕“全国一流文旅人才发展机构”发展定位，结合“人才培养、技能认定、人力资源服务”主责主业，积极联动高校开展平台助力“访企拓岗”、国际化文旅技能人才培养（VET）、文旅职业技能认证提升、产业学院（微专业）建设等项目合作。

（1）平台助力“访企拓岗”合作：依托人才公司搭建的贵州文旅人才综合服务平台（小程序“乐旅招聘”），集人才培育、校企对接、企业招聘、技能提升、灵活用工于一体，重点设置岗位招聘、技能培训、灵活用工等功能模块，为合作院校提供企业用工需求清单，组织专场“双选”活动，推动院校与企业建立稳定合作关系，拓展毕业生就业渠道。

（2）国际化文旅技能人才培养（VET）：面向开设酒店管理、旅游管理及相关专业的高职院校及大学，以“洽谈—宣讲—自愿报名—校方初选—企业复选—报名缴费—正式建班建档”流程，合作开设 VET 证书班。持证学员可获得贵旅集团旗下自营或委管酒店实习或就业机会，以及国内外奢华酒店、高端民宿、邮轮、高端康养酒店就业推荐机会，持证者可跳过“半年实习经验”门槛，直接投递储备主管、宾客关系专员等高一级岗位，底薪普遍高 15%—30%。

（3）文旅职业技能认证提升：联合院校共建职业技能等级

认定机构，面向在校学生开展认定服务，推进“学历证书+职业技能证书”双证融通；同时为院校教师提供考评员培训，提升院校自主认定能力，推动“岗课赛证”融通，提升从业者职业技能水平。

（4）产业学院（微专业）建设：以安顺学院“文旅主理人”产业学院为蓝本，将校企协同育人模式向省内更多院校复制推广，共建现代产业学院或微专业，建立校企师资互派共享和双向交流机制，共建“双师型”师资队伍，实现专业共建、课程共担、师资共育、人才共培。

（5）创新创业孵化：响应集团“主理人创新创业大赛”，提供多彩贵州城街区的创业摊位、并提供仓储物流等配套，各业态门店开放实习岗位，形成“实训—孵化—就业”闭环。

#### **四、共建招募对象**

##### **（一）专业范围**

贵州省内高校旅游管理、新闻传媒、电子商务、市场营销、艺术设计、数字媒体、文化产业、教育学、新闻传播、策划设计、建筑学、文化遗产保护、管理学等相关专业在校师生，鼓励跨专业、跨学院、跨院校组队参与。

##### **（二）能力要求**

具备基础的内容创作、文案撰写、视频剪辑、直播表达、调研分析或方案设计等能力，对文旅产业、新媒体运营、文化创意有浓厚兴趣，有充足时间参与项目，有无从业经验均可。

##### **（三）组队要求**

可个人报名，也可团队报名。项目合作类团队建议3至8人，鼓励“运营+创作+设计”“旅游管理+教育学+新闻传播”“建筑+文化+设计+营销”等跨学科搭配组队；课题研究类团队可根据研究需要灵活组建。

## 五、项目周期

项目以高校学期为基本周期，单期建议3至4个月（约90至120天），可根据教学安排灵活调整，具体根据合作事项另行协商确定。

## 六、交付标准

各合作板块交付物及验收标准如下：

### （一）新媒体内容创作类

交付物包括短视频成片、宣传文案、图文海报、直播脚本、运营策划方案等。验收标准：内容符合国家法律法规与平台运营规则，无违规、侵权内容；贴合贵旅品牌调性，正向传播贵州文旅形象；画面清晰、文案完整、原创度达标，可直接用于官方宣传渠道；按约定周期完成定量产出，提交作品台账供企业审核。

### （二）直播电商运营类

交付物包括直播策划案、直播场次执行、直播数据复盘报告、带货业绩成果等。验收标准：严格遵守直播规范与产品宣讲要求，如实介绍产品信息，无虚假宣传；按约定完成直播场次与直播时长，做好预热、现场互动与售后衔接；熟练掌握产品卖点与售后规则，保障服务质量；带货数据、用户反馈可追溯，完成业绩目标。

### （三）达人孵化类

交付物包括个人账号运营成果、内容作品、活动参与记录、数据增长报告等。验收标准：账号保持稳定更新与活跃度，内容垂直于文旅、本土好物相关方向；遵守合作管理规范与孵化规则，积极参与企业组织的宣传、直播、探店活动；按孵化层级达成对应粉丝增长、内容曝光、互动数据阶段性目标。

### （四）旅游线路设计类

交付物包括客群调研与市场分析报告、主题定位方案、行程

详细方案、资源对接清单、成本测算与定价建议、标准化服务手册等。验收标准：信息准确、内容合规、可落地执行，禁止虚假历史、猎奇少数民族文化、强制消费、低俗宣传等违规内容。

#### （五）研学课程设计类

交付物包括课程主题定位方案、课程体系框架、分学段教案与课件、安全保障方案、师资配置方案、成本测算与定价建议等。验收标准：符合教育性、实践性、安全性要求，具备可复制、可推广的市场化条件。

#### （六）场景空间设计类

交付物包括策划设计方案纸质版、电子版。验收标准：方案完整、文化植入合理、功能定位清晰、具备可实施性。

#### （七）赛事作品类

按各赛事具体规程设定交付物与验收标准。

#### （八）其他

上述交付标准为各合作板块通用要求，具体交付物清单、产出数量、时间节点及验收细则，可由校企双方结合不同高校的专业特色、教学安排及项目实际情况，在合作协议签署阶段另行协商确定，以补充协议或项目任务书形式予以明确。

### 七、支持与激励

#### （一）资源扶持

开放贵旅集团全品类文旅货盘，提供景区、酒店、民宿、餐饮等实景拍摄场景与产品体验权益；配备资深运营导师、行业专家全程带教，提供系统化培训与日常运营指导；提供官方流量扶持、商务资源对接、品牌合作机会，助力账号与项目快速成长；开放企业内部运营案例、行业数据、工具权限，支撑实训教学与项目开展；集团统一对接本地景区、非遗传承人、酒店餐饮、户外运动基地等合作资源。

## （二）收益分享机制

1.直播带货收益分享：学生团队通过直播、短视频带货产生的合规核销订单，按约定比例发放带货佣金，业绩优异者可享受阶梯式佣金提升。

2.内容创作稿酬：被企业官方渠道录用的优质短视频、文案、设计作品，按单条/单件标准发放现金稿酬，爆款作品额外给予流量与现金奖励。

3.项目创作经费：部分项目提供创作研发经费，分阶段拨付。

4.市场转化分成：旅游线路、研学课程、文创产品等成果上线运营后，团队按约定比例享受市场收益分成。

5.分销收益：参与贵客荟平台分销的团队，经核销后获得产品销售价约定比例的分销利润，定期结算。

6.商务收益分成：签约达人承接商业宣传、品牌合作等业务，按约定比例享受收益分成。

## （三）成长激励与官方认可

1.高校层面：可按校企约定认定对应实训学分，纳入评优、实践考核体系。

2.企业层面：发放项目实践证明、优秀学员/团队荣誉证书，提供企业推荐信与联合署名权。

3.发展通道：优秀者可签约集团旗下MCN机构或相关业务板块，获得集团内实习与就业推荐资格。优秀成果可推荐参加省级以上文旅创新竞赛。

## 八、知识产权约定

项目验收通过的正式交付成果，包括但不限于短视频作品、直播脚本、文案策划、设计作品、运营方案、研究报告、课程体系、线路方案等，知识产权归贵旅集团所有。

参与项目的师生团队享有作品署名权，可将成果用于学术展

示、求职作品集、学科竞赛、学术论文等非商业用途。

未经贵旅集团书面授权，任何参与方不得将项目交付成果用于其他商业用途，不得擅自授权第三方使用，不得用于损害企业品牌形象的场景。

## **九、评审与退出机制**

### **（一）评审机制**

结合合作项目类型，具体按不同的合作模式，可设置多级评审体系，全周期动态考核细化执行。

### **（二）退出机制**

主动退出：师生团队因学业或其他原因可提交书面退出申请，经校企双方审核通过后，完成工作交接与收益结算，正式退出项目。

考核退出：连续两个月未达到基础交付标准、账号长期停更、无故缺席培训与任务的团队/个人，经提醒整改无效后，予以清退。

违规退出：出现虚假宣传、侵权抄袭、违反平台规则、损害企业品牌形象等违规行为，立即终止合作，取消所有权益，情节严重的追究相应责任。

## **十、其他补充事项**

（一）校企双方各设立专项对接负责人，建立常态化沟通机制，定期开展项目复盘，及时解决落地问题。

（二）所有合作内容需严格遵守国家法律法规、互联网平台运营规则及企业品牌管理规范，坚守内容安全与合规底线。

（三）本方案为全省高校通用合作框架，针对不同高校的专业特色、学生规模与合作需求，可另行协商定制专项合作细则。

（四）同一团队可同时承接多个项目，建议先完成一个项目积累经验后再拓展。

（五）所有参与人员须签订合作协议，明确知识产权、收益结算、保密义务等事项，数据透明可查。

（六）本方案未尽事宜，由校企双方友好协商确定。

附件：1. 旅服公司校企合作招募方案  
2. 贵景公司校企合作招募方案  
3. 新媒体公司校企合作招募方案  
4. 多彩商管集团校企合作招募方案  
5. 人才公司校企合作招募方案  
6. 屯堡公司校企合作招募方案  
7. 商贸公司校企合作招募方案  
8. 体旅公司校企合作招募方案  
9. 餐饮公司校企合作招募方案

贵州省旅游产业发展集团

2026 年 7 月 17 日

## 贵旅集团各板块合作业务具体对接联系方式

贵旅集团总牵头单位：战略投资部

联系人：刘馨，电话：15573351314；叶冬梅：19025949440；何志腾，电话：15185195039

| 公司名称            | 姓名   | 职务                 | 联系电话        | 负责业务             |
|-----------------|------|--------------------|-------------|------------------|
| 人才公司            | 封 腾  | 人才公司副总经理（主持经理层工作）  | 18085320308 | 校企合作共建工作总负责      |
|                 | 彭颖婷  | 人才公司市场研发部部长        | 13608507701 | 产业学院（微专业）建设      |
|                 | 汪钰佼  | 人才公司核心导师           | 15208531590 | 国际化文旅技能人才培养（VET） |
|                 | 王 瑶  | 人才公司人力资源专班负责人      | 18111818857 | 平台助力“访企拓岗”合作     |
|                 | 吴培学  | 求是职才学校考务专员         | 18302622446 | 文旅职业技能认证提升       |
| 贵景公司<br>(含本寨屯堡) | 郑永林  | 贵景公司党委书记、董事长       | 13158130049 | 校企合作工作总负责        |
|                 | 赵继娜  | 贵景公司党委委员、副总经理      | 15185184736 | 协助董事长统筹校企合作工作    |
|                 | 龙玲倩  | 贵景公司市场营销部副部长(主持工作) | 15585151358 | 所有合作内容细化及对接      |
|                 | 张钰芸  | 贵景公司市场营销部新媒体运营岗    | 13688502854 | 负责校企合作落地工作       |
|                 | 杨光会  | 贵州屯堡公司副总经理         | 18984341922 | 负责屯堡校企合作相关工作     |
| 商贸公司            | 高树刚  | 商贸公司总经理            | 18085155881 | 校企合作工作总负责        |
|                 | 田黎明  | 商贸公司营销中心负责人        | 18198620627 | 协助总经理统筹校企合作的工作   |
|                 | 罗倩   | 商贸公司营销中心宣传策划组组长    | 18786603204 | 新媒体内容和营销合作       |
|                 | 魏玲娟  | 商贸公司营销中心产品开发组组长    | 13984095577 | 产品开发及 IP 转化      |
| 多彩商管集团          | 曹 静  | 多彩商管公司党支部书记、董事     | 13608558015 | 校企合作工作总负责        |
|                 | 康婷   | 多彩商管总经理助理          | 18608504387 | 协助董事长统筹校企合作工作    |
|                 | 李明文佳 | 商业开发部负责人           | 17785407442 | 负责产品研发及活动落地      |

|       |      |                |             |                      |
|-------|------|----------------|-------------|----------------------|
|       | 褚楚   | 对外合作运营岗        | 17785513383 | 负责政企关系、对外接洽与渠道拓展     |
| 旅服公司  | 黄訾   | 旅服公司党支部书记、董事   | 13595006574 | 校企合作工作总负责            |
|       | 刘黔   | 旅服公司副总经理       | 13809498767 | 协助总经理统筹校企合作的工作       |
|       | 范娇   | 旅服公司产品研发部部长    | 18786518199 | 产品研发合作               |
|       | 郭姣姣  | 旅服公司市场营销部      | 18198156830 | 新媒体内容和营销合作           |
|       | 曹辜进一 | 研学教育公司营销宣传部负责人 | 13984244343 | 研学旅游的相关合作            |
|       |      |                |             |                      |
| 新媒体公司 | 袁飞   | 新媒体公司党支部书记、总经理 | 13985124510 | 校企合作工作总负责            |
|       | 王奕洁  | 新媒体公司副总经理      | 15108518885 | 协助总经理统筹校企合作工作        |
|       | 阮鹏   | 新媒体公司直播电商部部长   | 18285125289 | 校企合作联络员 直播电商（达人孵化）合作 |
|       | 彭啸   | 新媒体公司策划传播部负责人  | 15285124029 | 新媒体营销—内容创作合作         |
| 餐饮公司  | 余宏   | 餐饮公司总经理        | 18685391058 | 校企合作工作总负责            |
|       | 陈晶晶  | 餐饮公司企管营销部部长    | 13908530385 | 协助总经理统筹校企合作工作        |
|       | 雷蕾   | 餐饮公司企管营销部副部长   | 18684101111 | 产品研发，活动执行            |
|       | 雷雪莲  | 餐饮公司新媒体运营      | 15538785503 | 新媒体营销内容创作            |
| 体旅公司  | 李晓强  | 体旅公司总经理        | 18788631818 | 校企合作工作总负责            |
|       | 黄鹂   | 体旅公司副总经理       | 18984327717 | 协助总经理统筹校企合作的工作       |
|       | 陈建刚  | 爽漂公司总经理        | 18984149292 | 新媒体内容和营销合作           |
|       | 王成慧  | 体旅公司文旅体活动部     | 15599117168 | 校企合作联络员              |

# 贵旅集团旅服公司旅游线路与研学课程合作 开发招募公告

## 一、项目背景

为深化产教融合、推动校企协同育人，贵旅集团旅服公司面向省内高校师生团队，公开招募合作开发旅游线路与研学课程。本项目旨在将高校专业智力与文旅产业实战需求深度对接，共同打造具有市场竞争力的标准化文旅产品与研学课程体系，实现教育链、人才链与产业链、创新链的有机衔接。

当前，大众旅游市场日趋饱和，传统观光旅游模式已难以满足群众多元化、个性化、深度化的出游消费需求。贵州正从“景点打卡地”向“体验目的地”转型，亟须针对不同细分市场，开发一批专业性强、附加值高、目标客群清晰的小众旅游体验项目。本项目立足贵州全域旅游资源，面向全季节、多客群，以产品创新驱动文旅产业提质增效。

## 二、产品定位：全域全季·多客群

本次合作开发的产品涵盖贵州全省域，打破季节性限制，构建四季差异化、体验层次化的全季节产品矩阵，并面向多客群分层精准运营。

目标客群包括但不限于以下五大方向：

| 客群类型         | 客群特征                         | 产品设计要点                                         |
|--------------|------------------------------|------------------------------------------------|
| 活力老人/<br>银发族 | 60-75 岁，时间充裕，追求慢节奏、高品质体验     | “慢节奏、少奔波、多体验”；日均行程 3-4 个点位；配备适老化设施；康养旅居与人文体验结合 |
| 亲子家庭         | 2 大 1 小/2 大 2 小为核心，注重教育性与趣味性 | 兼顾科普与趣味的研学体验；自然探索、动手实践、亲子互动；安全性与参与感并重          |
| 数字游民/<br>创客  | 新媒体博主、自媒体人、远程办公者、深度文化爱好者     | “从游客到创客”；兼顾工作与旅居的场所与网络配套；在地文化深度共创              |
| 山地户外运动爱好者    | 追求挑战、热爱自然、具备一定体能             | 山地徒步、骑行、攀岩、漂流、洞穴探险等；“向山而行”体旅融合                 |
| Z 世代/年轻社交旅行者 | 18-30 岁，追求社交分享、情绪价值与个性化体验    | 打卡式与沉浸式结合；社交属性强；内容可分享、可传播                      |

此外，还包括闺蜜朋友游、商旅人士游、拼小团游等细分客群。鼓励团队根据调研提出其他创新客群定位。

### 三、合作内容

聚焦旅服公司核心业务，联合高校相关院系，合作开发以下两类产品：

#### （一）旅游线路设计开发（全域全季·多客群）

围绕贵州全省域旅游资源，结合季节特征与目标客群需求，设计开发主题化、标准化旅游线路产品。线路可为 3-7 天不等（根据客群与主题灵活设定），须符合“不赶路、不表演式文化、一城/一线独有记忆点、全程服务标准不降级”的产品原则。

#### （二）研学课程设计开发

围绕旅服公司研学营地、基地资源及贵州特色文化资源（自然生态、红色教育、非遗文化、科技体验等），面向不同学段（小

学、初中、高中）及亲子家庭客群，开发主题化、体系化的研学课程产品。课程须符合教育性、实践性、安全性要求，具备可复制、可推广的市场化条件。

注：旅游线路与研学课程既可独立申报，也可组合申报（如“亲子家庭研学旅行线路”同时涵盖线路设计与研学课程）。

四、招募对象

旅游管理、文化产业、教育学、新闻传播、策划设计、体育休闲等相关专业在校师生团队/独立策划人；

具备实地调研、课程设计、文案写作、文旅创意策划能力，无行业从业经验要求；

单人或 3-8 人小组均可报名，优先组队协作，鼓励跨专业组队（如“旅游管理+教育学+新闻传播”组合）。

五、项目周期

单项目周期 2-3 个月（60-90 个自然日），自签约立项之日起计算，分阶段推进交付。鼓励团队结合寒暑假、节假日等时间窗口开展实地调研。

六、交付标准

（一）旅游线路类交付物

| 序号 | 交付物         | 具体要求                                |
|----|-------------|-------------------------------------|
| 1  | 客群调研与市场分析报告 | 3000-5000 字，含目标客群画像、需求分析、竞品对标、季节性评估 |
| 2  | 主题定位方案      | 区域/线路符号标签+宣传 Slogan+客群匹配说明          |

| 序号 | 交付物      | 具体要求                                      |
|----|----------|-------------------------------------------|
| 3  | 精细化行程表   | 3-7 天详细行程（根据客群与主题确定），含时间节点、餐饮住宿、体验项目、自由留白 |
| 4  | 核心体验单元方案 | 主题餐、手作体验、情感仪式、伴手礼等记忆点专项设计                 |
| 5  | 成本核算与定价表 | 逐项成本明细+定价建议+毛利分析+客群支付意愿评估                 |
| 6  | 宣导视频脚本   | 3-5 分钟纪实风格脚本，突出客群情感共鸣                     |
| 7  | 营销推文     | 1800-2500 字深度种草文，适配目标客群阅读偏好               |
| 8  | 执行手册     | 含 SOP、讲解话术、应急预案、对接规范、客群服务标准               |

## （二）研学课程类交付物

| 序号 | 交付物       | 具体要求                              |
|----|-----------|-----------------------------------|
| 1  | 课程策划方案    | 主题定位、教学目标、适用学段/客群、课程大纲、与贵州资源的匹配说明 |
| 2  | 完整教案      | 含教学环节设计、互动体验方案、时间分配、安全评估          |
| 3  | 学生研学手册    | 图文并茂、适合目标学段认知水平                   |
| 4  | 教师/领队指导手册 | 含教学要点、物料清单、安全须知、突发事件处理            |
| 5  | 安全与执行规范   | 安全预案、人员配置标准、执行 SOP                |
| 6  | 宣传招生物料    | 课程宣传文案、招生简章（适配目标客群渠道）             |

所有交付物须经旅服公司审核，确保信息准确、内容合规、可落地执行。内容红线：禁止虚假历史、猎奇少数民族文化、强制消费、低俗宣传、传统旅游套话。

## 七、合作模式

采取“项目制合作+双向选择+市场转化分成”模式：

路径一：校内招募+项目立项。与高校就业办、教务处或相关院系对接，发布项目招募信息，师生团队提交报名材料，经评审后立项签约。

路径二：联合研发+实战交付。师生团队深度参与真实线路踩线、资源调研、课程研发全流程，旅服公司提供产品资源对接、业务指导与专家评审。

路径三：市场转化+收益分成。研发成果经审核通过后直接上架销售或投入运营，团队按约定比例参与市场收益分成。

路径四：长期孵化+人才储备。表现优秀的团队成员可优先获得旅服公司实习或录用机会，纳入人才储备库。

## 八、收益分享机制

### （一）创作经费

单项目创作经费 XX 元，分阶段拨付：

第一阶段（签约立项，资源对接完成）：拨付 30%；

第二阶段（全部交付物初审通过）：拨付 40%；

第三阶段（终审验收通过、产品上线/课程落地）：拨付剩余 30%。

### （二）市场转化分成

产品上线运营后，团队按以下标准参与收益分成：

旅游线路类：线路实际销售利润的 5%-10% 作为团队分成（具

体比例根据项目复杂度、客群规模与团队贡献度在签约时约定), 结算周期为每季度一次;

研学课程类: 课程实际运营收入的 5%-10%作为团队分成, 或按单次交付使用费固定分成, 结算周期为每季度一次。

### **(三) 官方背书**

贵旅集团出具项目实践证明与推荐信;

作品享有联合署名权, 可用于参赛、求职、毕业论文等用途; 优秀成果推荐参加省级以上文旅创新竞赛。

### **(四) 资源扶持**

集团统一对接本地景区、非遗传承人、酒店餐饮、户外运动基地等合作资源;

配套文旅专家评审指导与项目全程跟踪辅导;

优秀产品优先纳入集团“支支串飞”“小车小团”等文旅新业态产品体系。

## **九、知识产权约定**

项目全部交付物的知识产权归贵旅集团所有;

师生团队享有署名权及作品集展示使用权;

团队可将项目成果用于学术论文、竞赛参赛、求职作品集等非商业用途;

如需将成果用于其他商业用途, 须另行协商并签订授权协议。

## **十、评审与退出机制**

三级审核: 依次完成初审、专家复审、集团终审三级审核,

按需整改；

修改机会：初审不通过可一次修改重提；复审仅提供 1 次修改机会；

退出机制：累计退回修改 3 次自动终止合作；团队亦可主动申请退出，已拨付经费按实际完成进度结算。

## 十一、完整报名流程

1. 发榜公示：集团统一发布目标区域/主题榜单（涵盖贵州全省域、多季节、多客群方向）及项目需求书；

2. 提交报名材料（发榜后 10 个工作日内）

材料清单：

①团队/个人简介（含专业背景、相关经历、跨专业优势）；

②目标项目创意概要（1000-1500 字，含目标客群定位、初步线路/课程构想、预期成果）；

3. 报名初审：集团产品创新协同中心 5 个工作日内完成资质与方案评估，公示入围名单；

4. 签约立项：入围团队 5 个工作日内签订合作协议，完成资源对接，正式启动项目；

5. 交付评审：团队按期提交全部交付物，依次完成三级审核，按需整改；

6. 验收结算：终审通过后全额拨付剩余经费，产品正式上线/课程落地运营。

## 十二、补充须知

同一团队可同时承接多个项目（不同客群/不同区域），建议先完成 1 个项目积累经验后再拓展；

项目全部交付物知识产权归贵旅集团所有，团队拥有署名及作品集使用权限；

合作期间旅服公司提供必要的业务培训与技术支持；

所有参与人员须签订简易协议，明确知识产权、收益结算、保密义务等事项；

数据透明可查，每月出具进度与结算清单；

鼓励团队结合贵州“旅游+”多业态融合方向，探索“旅游+康养”“旅游+体育”“旅游+非遗”“旅游+农业”等跨界产品设计。

# 贵旅集团贵景公司校企合作项目招募方案

## 一、项目背景

当前文旅行业正加速向年轻化、数字化方向转型，真实体验与口碑传播成为触达年轻客群的关键。贵景公司面临平台画像优化与品牌年轻化升级的需求，亟须通过创新营销手段打破传统宣传壁垒。本项目积极响应校企合作的政策导向，履行企业社会责任，旨在联合省内外高校，以“低成本触达、真实体验发声、平台画像优化”为核心方向，通过邀请在校学生小红书、抖音、视频号等平台进行素人种草，以真实体验带动自然流量，借力年轻客群口碑优化平台内容画像，实现品牌年轻化升级与客流转化。

## 二、合作内容与产品定位

### （一）合作方向

重点围绕新媒体营销、内容共创、场景体验及分销转化展开。具体包括“贵旅贵景推荐官”招募、官号评论区及素人打捞种草、素材二创、旅行补贴券发放、景区业态项目合作，文创产品共创，以及贵客荟平台产品分销。

### （二）产品定位

目标市场：以在校大学生及年轻客群为核心，辐射其社交圈层。

覆盖场景：小红书、抖音、视频号等主流社交平台，以及贵景公司旗下景区、民宿及贵客荟线上平台。

核心价值：鼓励学生以自身视角产出真实内容，促使平台算法精准定位年轻客群；通过 UGC 及评论种草形成持续自然传播声量，提升品牌口碑；同时通过补贴券与分销机制，直接带动景区二次消费与产品销量增长。

### 三、招募对象

面向合作高校定向招募旅游管理、网络与新媒体、营销、新闻与传播等相关专业在校师生团队或独立策划人。具体招募要求如下：

（一）贵旅贵景推荐官：招募 300 人，要求热爱旅游、网感强、社交账号粉丝不低于 500 人。官号评论区及素人打捞种草：招募 1000 人，要求热爱旅游、网感强、社交账号粉丝不低于 100 人。

（二）素材二创：招募 500 人，要求热爱旅游、网感强、社交账号粉丝不低于 1000 人。

（三）项目与分销合作：邀请各高校师生团队实地考察景区，就景区业态开展项目合作，并参与贵客荟平台产品分销。

### 四、合作模式与项目周期

（一）合作路径：

1. 贵旅贵景推荐官：将项目实践与高校就业指导结合，打造推荐官矩阵。每位推荐官获赠旗下单一景区门票+观光车、用餐补贴 100 元/日/景点；需发布不少于 3 条图文或短视频，带话题并在景区定位，颁发“贵旅贵景推荐官”实践证书。

2. 旅行补贴券发放：通过高校就业指导中心/学生处向全体学生发放电子福利券，拉动二次消费。

3. 素人打捞种草：在景区、民宿官号对指定内容点赞、收藏、评论（大于 50 字，带图 5 张），预计完成评论种草 50000 条。

4. 素材二创：由贵景公司提供素材库，学生按要求进行二创，计划发布视频 500 条。

5. 项目合作：邀请高校实地踩线，针对景区提供的业态进行项目合作，收益分成比例由双方协商并在协议中明确。

6. 分销合作：师生在贵客荟平台分销贵景公司产品，经核销后获得产品销售价 10%的分销利润，平台定期结算。

7. 文创产品共创：邀请高校设计、艺术等相关专业师生团队，围绕景区文化 IP 进行文创产品的设计与开发。优秀作品将有机会被采纳并投入生产，创作者可获得一次性设计奖励或产品销售分成，具体权益在合作协议中明确。

（二）项目周期：建议项目周期为 2-4 个月（60-120 天），结合学期安排灵活调整。其中，旅行补贴券有效期至 2026 年 12 月 31 日。

## 五、交付标准

根据合作内容设定具体交付物清单及验收标准：

（一）推荐官：每人发布不少于 3 条图文或短视频，需带指定话题并在景区定位。

（二）素人种草：完成指定内容的点赞、收藏、评论（大于 50 字，带图 5 张），整体预计完成 50000 条。

（三）素材二创：按要求完成视频二创，计划发布 500 条。  
合规要求：所有交付物须通过企业审核，确保内容合规、可落地、无虚假或侵权内容。

## **六、支持与激励**

创作/研发经费与补贴：推荐官享受旗下单一景区门票+观光车、用餐补贴 100 元/日/景点；素人种草及二创按约定标准提供激励。

收益分享机制：项目合作收益由双方协商确定分成比例；分销合作经核销后，师生可获得产品销售价 10%的分销利润，定期结算。

资源扶持：开放贵景公司旗下景区、民宿实地踩线机会，提供景区作为高校微专业实践场地，提供业态及物业清单，以及素材二创素材库。

官方认可：为参与学生颁发“贵旅贵景推荐官”实践证书，优秀团队可获推荐信或联合署名。

## **七、知识产权约定**

项目交付物知识产权归企业所有，团队享有署名权及作品集展示使用权。非商业用途（学术、竞赛、求职）允许，其他商业用途需另行授权。

## **八、评审与退出机制**

设置多级审核机制，所有交付物须经企业审核验收。对于未按要求完成交付、内容违规或存在侵权行为的团队，企业有权终止合作并取消相关激励。

## **九、报名流程**

1. 信息发布：通过合作高校就业指导中心/学生处及贵景公司官方渠道发布招募信息。

2. 资质审核：学生提交报名资料及社交账号信息，企业根据粉丝量、网感等标准进行筛选。

3. 签约立项：审核通过后，签订合作协议或确认参与意向。

4. 执行与交付：按合作路径开展实践，定期提交交付物。

5. 验收与结算：企业审核交付物，发放补贴、证书或结算分销收益。

## **十、其它补充事项**

旅行补贴券每人限领一张，凭券享受景区内所有消费业态 9 折优惠（不含二次消费）、民宿携程价 9 折优惠，有效期至 2026 年 12 月 31 日。

项目合作与分销合作的具体细节，由贵景公司与各高校或师生团队另行签订协议明确。

# 贵旅集团新媒体公司校企合作项目招募方案

## 一、项目背景

### （一）行业与政策背景

国家大力推进产教融合、校企协同育人战略，鼓励文旅产业与高校教育资源深度联动。当前新媒体、直播电商行业正处于高速发展期，文旅电商、本土达人赛道人才缺口显著，高校相关专业亟需真实产业场景与实战化教学载体，实现人才培养与市场需求的精准对接。

### （二）企业发展需求

根据贵旅集团统一战略部署，集团需进一步拓宽文旅产品宣传渠道、补充新媒体内容产能、储备本土青年运营人才。依托贵旅新媒体及自有MCN运营能力，联动省内高校开展校企合作，可充分激活校园创意资源与青年流量势能，为集团景区门票、文旅线路、特色产品、酒店餐饮等全品类产品拓宽市场，构建“人才培养+品牌传播+产品销售”的协同链路。

### （三）项目核心价值

本项目以“实战育人、达人孵化、产业落地、价值共生”为核心，解决高校新媒体、电商专业实训场景不足、人才培养与产业脱节的问题；同时为企业补充内容创作产能、拓展直播销售渠道、搭建青年人才储备池，实现学校、企业、学生三方互利共赢。

## 二、合作内容与产品定位

### （一）核心合作方向

本项目聚焦新媒体营销赛道，重点落地两大核心业务，可单独申报，也可组合开展：

校园达人孵化项目：面向在校学生选拔有内容创作、镜头表达、直播运营潜力的青年群体，打造校园文旅达人矩阵。提供账号定位、内容策划、流量扶持、商务对接全链路孵化服务，孵化方向涵盖文旅内容创作达人、电商带货达人、本地生活探店达人、团购带货达人等垂类。

直播电商实战运营项目：开放贵旅集团自有货盘和合作货盘资源，由学生团队承接直播运营全流程工作，包括账号运维、直播策划、话术打磨、场控执行、数据复盘等，开展常态化校园直播、主题专场直播、景区实景直播，以真实商业交易完成实训教学。

### （二）配套合作方向

可根据高校专业特色按需搭配开展：

新媒体内容创作服务：围绕贵州文旅资源、贵旅品牌及旗下产品，由学生团队产出短视频、图文海报、宣传文案、直播脚本等创意内容，优质内容纳入企业官方传播矩阵。

实训教学共建项目：企业派遣一线运营导师入校授课，联合高校共建新媒体运营、直播电商实战课程、案例库与实训体系，定期开展行业沙龙、技术分享，同步前沿行业趋势。

### （三）产品定位

目标市场：覆盖贵州省内高校师生群体及青年消费市场，辐射省内外文旅消费客群；

覆盖场景：校园实训场景、景区实景场景、线上直播带货场景、品牌内容宣传场景；

核心价值：以高校人才创意赋能文旅产业，以真实产业资源支撑人才培养，打造“产、学、研、销、孵”一体化的校企合作产品体系。

### **三、招募对象**

专业范围：贵州省内高校新闻传媒、电子商务、市场营销、艺术设计、文旅管理、数字媒体等相关专业在校学生，鼓励跨专业、跨学院组队参与；

能力要求：具备基础的内容创作、文案撰写、视频剪辑或直播表达能力，对新媒体、文旅电商行业有浓厚兴趣，有充足时间参与项目实训，有无从业经验均可；

组队要求：可个人报名，也可团队报名，团队建议 3-8 人，鼓励“运营+创作+设计”跨学科搭配组队。

### **四、合作模式与项目周期**

#### **（一）合作模式**

#### **校企共建实训模式**

企业提供货盘资源、运营标准、导师团队、流量扶持与商务资源；高校提供实训场地、基础设备、学生组织管理与学分认定配套，双方共建校园新媒体直播电商实训孵化基地，

作为常态化合作载体。

### **项目制实战孵化模式**

以达人孵化、直播带货、内容创作为独立项目单元，学生以个人或团队形式承接项目任务，按项目要求完成交付、获取对应收益与成长资源，以真实业务场景完成实战练兵。

### **订单式人才培养模式**

针对表现优异的学生与成熟达人开展定向培养，优秀者可签约贵旅新媒体 MCN 机构，优先获得集团内实习、就业推荐资格，实现人才定向输送。

## **（二）项目周期**

项目以高校学期为基本周期，单期建议 3 个月（12 周），可根据教学安排灵活调整，分四个阶段推进：

招募立项阶段（第 1-2 周）：校内宣传报名、资质审核、项目宣讲，完成团队组建与项目立项；

培训赋能阶段（第 3 周）：企业导师开展系统化入门培训，覆盖平台规则、内容创作、直播流程、产品知识、合规要求、数据复盘等核心能力；

实战孵化阶段（第 4-10 周）：常态化开展内容更新、直播运营、达人孵化工作，校企双方按月度复盘优化，同步开展层级考核与资源倾斜；

成果转化阶段（第 11-12 周）：项目终期验收、成果总结、优秀评选、收益结算，完成优质人才签约与储备，迭代

下一期合作方案。

## 五、交付标准

### （一）新媒体内容创作类

交付物清单：短视频成片、宣传文案、图文海报、直播脚本、运营策划方案等；

验收标准：内容符合国家法律法规与平台运营规则，无违规、侵权内容；贴合贵旅品牌调性，正向传播贵州文旅形象；画面清晰、文案完整、原创度达标，可直接用于官方宣传渠道；按约定周期完成定量产出，提交作品台账供企业审核。

### （二）直播电商运营类

交付物清单：直播策划案、直播场次执行、直播数据复盘报告、带货业绩成果等；

验收标准：严格遵守直播规范与产品宣讲要求，如实介绍产品信息，无虚假宣传；按约定完成直播场次与直播时长，提前做好预热、现场互动与售后衔接；熟练掌握产品卖点与售后规则，保障服务质量；带货数据、用户反馈可追溯，完成业绩目标。

### （三）达人孵化类

交付物清单：个人账号运营成果、内容作品、活动参与记录、数据增长报告等；

验收标准：账号保持稳定更新与活跃度，内容垂直于文

旅、本土好物相关方向；遵守校企合作管理规范与 MCN 孵化规则，积极参与企业组织的宣传、直播、探店活动；按孵化层级达成对应粉丝增长、内容曝光、互动数据阶段性目标。

## **六、支持与激励**

### **（一）资源扶持**

开放贵旅集团全品类文旅货盘，提供景区、酒店、餐饮等实景拍摄场景与产品体验权益；

配备资深运营导师、主播导师全程带教，提供系统化培训与日常运营指导；

提供官方流量扶持、商务资源对接、品牌合作机会，助力账号快速成长；

开放企业内部运营案例、行业数据、工具权限，支撑实训教学与项目开展。

### **（二）收益分享机制**

直播带货收益：学生团队通过直播、短视频带货产生的合规核销订单，按约定比例发放带货佣金，业绩优异者可享受阶梯式佣金提升；

内容创作稿酬：被企业官方渠道录用的优质短视频、文案、设计作品，按单条/单件标准发放现金稿酬，爆款作品额外给予流量与现金奖励；

商务收益分成：签约达人承接商业宣传、品牌合作等业务，按约定比例享受收益分成。

### （三）成长激励与官方认可

高校层面：可按校企约定认定对应实训学分，纳入评优、实践考核体系；

企业层面：颁发项目实训证明、优秀学员/团队荣誉证书，提供企业推荐信；

发展通道：优秀者可签约贵旅新媒体 MCN、获得贵旅集团内部实习与就业推荐资格。

## 七、知识产权约定

项目验收通过的正式交付成果，包括但不限于短视频作品、直播脚本、文案策划、设计作品、运营方案等，知识产权归贵旅新媒体公司所有；

参与项目的学生及团队享有作品署名权，可将成果用于学术展示、求职作品集、学科竞赛等非商业用途；

未经贵旅新媒体公司书面授权，任何参与方不得将项目交付成果用于其他商业用途，不得擅自授权第三方使用，不得用于损害企业品牌形象的场景。

## 八、评审与退出机制

### （一）评审机制

实行多级评审体系，全周期动态考核：

报名初审：校企联合工作组对报名人员/团队的资质、能力进行初步审核，确定进入培训环节的名单；

培训考核：培训阶段结束后开展基础能力考核，考核合

格者进入实战孵化环节；

月度评审：每月对项目团队/个人的产出数量、内容质量、数据表现、合规情况进行评审，据此调整孵化层级与资源倾斜力度；

终期验收：项目周期结束后开展综合验收，从业绩成果、内容质量、成长幅度等维度评定等级，评选优秀项目与个人。

## （二）退出机制

主动退出：学生/团队因个人学业或其他原因可提交书面退出申请，经校企双方审核通过后，完成工作交接与收益结算，正式退出项目；

考核退出：连续两个月未达到基础交付标准、账号长期停更、无故缺席培训与直播任务的团队/个人，经提醒整改无效后，予以清退；

违规退出：出现虚假宣传、侵权抄袭、违反平台规则、损害企业品牌形象等违规行为，立即终止合作，取消所有权益，情节严重的追究相应责任。

## 九、报名流程

校内报名：学生通过高校指定报名渠道提交报名信息，个人报名提交个人简历与代表作品，团队报名提交团队介绍与成员信息；

资质初审：校企联合工作组在3个工作日内完成报名材料审核，公布入围名单；

项目宣讲：组织入围人员开展项目宣讲会，详细介绍合作规则、权益义务、考核标准，同步开展入门测评；

正式立项：通过测评的团队/个人签订校企实训协议，纳入项目孵化体系，正式启动合作。

## **十、其它补充事项**

校企双方各设立 1 名专项对接负责人，建立常态化沟通机制，每月开展项目复盘，及时解决落地问题；

所有合作内容需严格遵守国家法律法规、互联网平台运营规则及企业品牌管理规范，坚守内容安全与合规底线；

本方案为全省高校通用合作框架，针对不同高校的专业特色、学生规模与合作需求，可另行协商定制专项合作细则；

本方案未尽事宜，由校企双方友好协商确定。

# 贵旅集团多彩商管公司校企合作项目招募 方案

## 一、项目背景

多彩贵州城是国家 AAAA 级景区，毗邻贵阳龙洞堡机场，定位“多彩贵州风景眼、爽爽贵阳会客厅、流光溢彩不夜城”，共有商铺 123 家，年接待游客超 200 万人次。当前文旅行业消费升级与数字化转型加速，公司亟需引入高校智力资源，在产品创新、新媒体营销、场景活化等方面实现突破，同时落实国家产教融合政策。

本项目依托多彩贵州城业态场景，联合省内高校师生，围绕文创 IP 开发、新媒体全域营销、研学基地共建、创业就业孵化四大板块，构建“场景赋能教育、创意反哺商业”的共赢生态，旨在解决文旅场景内容创新不足、年轻客群触达效率低、高校产教融合落地难等具体业务问题。

## 二、合作内容与产品定位

### （一）合作内容

#### 1. 新媒体实训基地

以直播带货、短视频共创、账号矩阵运营为核心，通过种草官选拔、短视频大赛等机制，提供内容创作到流量变现的全链路实训。产品类型包括但不限于短视频/直播内容、账号运营方案、种草官培育体系等。配套内容：可同步开发新媒体运营培训课程、短视频创作实训教案等。

## 2. 创新创业孵化基地

响应集团"主理人创新创业大赛", 提供创业摊位、仓储物流等配套, 各业态门店开放实习岗位, 形成"实训—孵化—就业"闭环。产品类型包括但不限于创业项目方案、实习实训体系、导师互聘机制等。配套内容: 可同步开发创业培训课程、孵化指导手册等。

## 3. 大学生原创音乐基地

依托多彩贵州城演艺资源与场地空间, 联合高校音乐、舞蹈、戏剧等专业师生, 支持流行、摇滚、民谣、电子、说唱、非遗民族等各类音乐风格的原创孵化与演出; 开放律动草坪、抓蚂蚁剧场等空间, 联合策划大学生音乐节、原创音乐会、音乐市集等赛事 IP 与活动, 为高校音乐人提供创作、排练、演出、推广的全链路支持。产品类型包括但不限于音乐作品、演艺节目、赛事活动方案等。配套内容: 可同步开发演艺培训课程、音乐创作实训教案等。

## 4. 青年创意展示基地

设立高校设计工作室和"青年设计专区", 依托千山扶光艺术馆等空间定期举办毕业设计展、课程成果展。产品类型包括但不限于文创设计作品、展览作品、文创产品等。配套内容: 可同步开发设计实训课程、展览策划方案等。

四大基地形成"创意→内容→产品→创业"的递进式生态闭环, 各方向可单独申报或组合申报。

## (二) 产品定位

目标市场。以多彩贵州城景区客群为核心，覆盖贵阳市及贵州省文旅消费市场，辐射全国游客及研学教育市场。

覆盖场景。景区消费场景、线上新媒体传播场景、研学教育场景、文化演艺场景、创业孵化场景。

核心价值。以高校创意赋能景区业态，以景区场景反哺教学实践，实现"创意→内容→产品→创业"的递进式价值闭环。

### （三）招募对象

1. 若是项目制形式。如大学生音乐节基地。建议各高校组队参加。

2. 贵州省内高校师生团队及独立策划人，重点面向旅游管理、视觉传达、数字媒体、编导戏剧、电商营销、民俗文化、食品康养等专业。

3. 具备调研分析、方案设计、创意策划、文案撰写、内容制作等能力，无从业经验硬性要求。

4. 建议 3 至 8 人组队，鼓励跨学科组合（如"设计+营销"、"旅游+传媒"等）。

## 二、合作模式与项目周期

### （一）合作路径

校内招募立项→联合研发实战→市场转化分成→长期孵化储备。

### （二）项目周期

建议 2 至 4 个月（60 至 120 天），分三阶段推进，可根据

学期安排灵活调整：

| 阶段    | 时间           | 主要任务             |
|-------|--------------|------------------|
| 立项与调研 | 第 1 至 15 天   | 团队组建、需求对接、实地调研   |
| 研发与创作 | 第 16 至 75 天  | 产品开发、内容制作、中期汇报   |
| 交付与验收 | 第 76 至 120 天 | 成果交付、企业审核、试运营、结项 |

三、交付标准

根据合作方向设定具体交付物清单，所有交付物须通过企业审核，确保合规、可落地、无虚假或侵权内容。

| 产品类型   | 核心交付物               | 验收要点       |
|--------|---------------------|------------|
| 文创产品   | 设计源文件、效果图、工艺说明、成本估算 | 样品质检合格     |
| 短视频或直播 | 1080P 以上成片、脚本、发布计划  | 内容合规、无版权纠纷 |
| 研学课程   | 课程大纲、教案、物料清单、安全预案   | 双方评审通过     |
| 演艺节目   | 完整编排、排练记录不少于 20 小时  | 节目审核试演通过   |
| 展览作品   | 作品简介、布展方案           | 策展评审通过     |

四、支持与激励

（一）创作/研发经费。总经费按项目类型设定额度，分三阶段拨付——签约立项 30%、中期验收 40%、终验结 30%。

（二）收益分享机制

- 1. 文创产品：按售价比例分成，商管承担生产成本。
- 2. 直播带货：按核销金额佣金结算。
- 3. 短视频：按曝光量阶梯奖励。

4. 研学课程：按销售收入分成。
5. 驻场演艺：按场次劳务或门票分成。
6. 赛事活动：设奖金并优先商业转化。

（三）资源扶持。开放景区场景空间、脱敏数据、供应链配套、企业导师。

（四）官方认可。实习实践证明、推荐信、作品联合署名、竞赛推荐、就业绿色通道。

## 五、知识产权约定

1. 项目交付物知识产权归贵州多彩商业运营管理（集团）有限责任公司所有。
2. 团队享有署名权及作品集展示使用权。
3. 非商业用途（学术研究、竞赛展示、求职）可免费使用，须注明来源。
4. 商业用途需另行授权。
5. 交付物须为原创，侵权责任由申报团队承担。

## 六、评审与退出机制

### （一）评审机制

三级评审制度。初审：资格筛选，审查申报材料完整性与合规性；复审：专家评审，从以下维度综合打分：创新性、可落地性、市场价值、团队能力、社会效益；终审：管理层确认，确定立项名单。

### （二）退出机制

主动退出。须提前 15 个工作日书面提出，办理项目终止手续。

被动终止。出现以下情形之一，终止合作——成果严重偏离申报目标、交付物存在知识产权侵权、违反法律法规、超范围商业使用合作成果。

## **七、报名流程**

信息发布→材料提交→资格审核（5 个工作日）→方案评审（路演答辩）→立项签约→项目实施→验收结项。

## **八、其他补充事项**

1. 招募长期有效，按学期滚动开展。
2. 申报材料须真实完整，弄虚作假者取消资格。
3. 方案解释权归贵州多彩商业运营管理（集团）有限责任公司所有。

## 贵旅集团人才公司校企合作项目方案

按照集团关于校企合作的指示，坚持“资源开放、平台共享、价值共创”，以产教融合、校企协同、人才共育、成果共享为核心，人才公司立足“全国一流文旅人才发展机构”发展定位，结合“人才培养、技能认定、人力资源服务”主责主业，拟积极联动高校开展：平台助力“访企拓岗”、国际化文旅技能人才培养（VET）、文旅职业技能认证提升、产业学院（微专业）建设等项目合作：

### 一、平台助力“访企拓岗”合作

#### （一）合作介绍

依托集团平台资源与产业优势，打破传统文旅学生就业渠道窄、岗位匹配低、就业地域受限的问题，搭建“加入联盟平台整合资源+登录线上平台对接就业”体系，实现合作院校广泛链接资源、学生高质量、常态化、多元化就业。

1. 依托省人社厅等多厅局联合发起的“贵州省旅游产业就业培训联盟”（贵旅集团承担常态运营），建立“政府出政策、院校抓培育、机构做培训、企业供岗位”的协同机制，通过“四张清单”（部门服务、企业需求、院校培育、机构储备）精准匹配岗位、输送人才。广泛吸纳高校加入就业培训联盟，整合资源赋能“访企拓岗”。

2. 依托贵州文旅人才综合服务平台（微信小程序“乐旅招聘”，由贵旅集团研发建设，作为旅游就业培训联盟的线上应用版）。集人才培育、校企对接、企业招聘、技能提升、灵活用工于一体，重点设置岗位招聘、技能培训、灵活用工等功能模块，推动企业

招聘、个人报名、技能提升和服务结算全流程在线流转。目前平台基础功能已基本搭建完毕，拟于7月底正式出台。诚邀高校入驻平台使用，并作为拓展学生实践创收、对接就业的高效平台，面向学生群体宣传推广使用。

3. 依托“贵旅集团实习、见习运营平台”，广泛链接院校与企业建立稳定合作关系，为学生参加实习、见习提供高效服务，并积极衔接贵旅集团人才政策(实习-见习-外包-转正等考核选拔)。

**(二) 合作对象：**省内开设涉文旅专业的高校及职业院校

**(三) 合作时间：**长期

**(四) 合作对接：**王瑶 18111818857

## 二、国际化文旅技能人才培养（VET）

### （一）合作介绍

贵旅集团与瑞士洛桑酒店管理商学院合作项目:瑞士洛桑酒店管理商学院产教融合实训中心(VET)职业技能认证体系(国际认证通用),培养具备国际视野的酒店管理专精人才,为贵州文旅产业输送高素质技能人才,拓宽学生国内外高端就业通道。

1.合作模式。面向开设酒店管理、旅游管理及相关专业的高职院校及大学,以“洽谈—宣讲—自愿报名—校方初选—企业复选—报名缴费—正式建班建档”流程,合作开设 VET 证书班。

2. 学习周期。6 个月(理论教学+岗位实习)。

3. 费用收取。12,800 元/人(补贴金额为 20,700 元/人,补贴全覆盖)。

4. 证书价值。学员经培训获瑞士 VET 认证后,可获得贵旅集团旗下自营或委管酒店实习或就业机会,以及国内外奢华酒店、高端民宿、邮轮、高端康养酒店就业推荐机会;依靠贵旅集团业

态为学员提供清晰晋升路径；VET证书获万豪、洲际等国际酒店集团认可，持证者可跳过“半年实习经验”门槛，直接投递储备主管、宾客关系专员等高一级岗位，底薪普遍高15%—30%。

**（二）合作对象：**开设酒店管理、旅游管理及相关专业的高职院校及本科院校

**（三）合作时间：**长期

**（四）合作对接：**汪钰佼 15208531590

### 三、文旅职业技能认证提升

#### （一）合作介绍

搭建文旅行业技能人才职业发展通道，依托贵旅集团文旅职业技能等级认定资质，面向院校师生及社会人员开展文旅相关工种认定，推动“岗课赛证”融通，提升从业者职业技能水平。同时，在“打通职业技能工种认证与专业技术职务任职资格认证互通”等利好政策的推动下，职业技能证书含金量和适用性将持续升级。

1. 认定工种体系。贵旅集团拥有职业技能等级认定工种：中式烹调师、中式面点师、西式烹调师、西式面点师、餐厅服务员、前厅服务员、客房服务员、洗衣师、营销员、会展设计师；**民宿管家（全省首家对外考评资质）**、旅游团队领队、旅游咨询员、调酒师、咖啡师、茶艺师、营养师、职业培训师、旅店服务员、旅行社计调、行政办事员、讲解员；社会体育指导员（马术）、社会体育指导员（山地户外一登山）、调饮师、研学旅游指导师、景区运营管理师等。

2. 合作模式。联合院校共建职业技能等级认定机构，面向在校学生开展认定服务，推进“学历证书+职业技能证书”双证融通；

同时为院校教师提供考评员培训，提升院校自主认定能力。

**（二）合作对象：**全省高校及职业院校

**（三）合作时间：**长期

**（四）合作对接：**吴培雪 18302622446

#### **四、产业学院（微专业）建设**

##### **（一）合作介绍**

以安顺学院“文旅主理人”产业学院为蓝本，将校企协同育人模式向省内更多院校复制推广，共建现代产业学院或微专业，实现专业共建、课程共担、师资共育、人才共培。

1. 复制“文旅主理人”产业学院模式。集团与安顺学院联合打造全国首个“文旅主理人”产业学院，于2026年3月正式开学，设置若干课程（集团与学院共同领衔），集团派出产业导师与院校师资共同教学，科学设置理论+实训+实践+试创等教学形式，提升产教融合赋能水平。以此模式为模板，面向省内院校复制推广。

2. 校企师资互派共享。建立双向交流机制，邀请高校教师到企业授课，派出集团及公司产业导师到院校承担教学任务，共建“双师型”师资队伍。

**（二）合作对象：**省内开设涉文旅专业的高校及职业院校

**（三）合作时间：**长期

**（四）合作对接：**彭颖婷 13608507701

## 贵旅集团屯堡公司校企合作项目招募方案

### 一、项目背景

（一）是贯彻落实省委、省政府安排部署的重要举措。一是屯堡文化工程已列入贵州“四大文化工程”之一，本寨作为现存保存最完好的屯堡村落，文化底蕴深厚，拥有极高保护利用价值。二是省政府要求加强本寨传统村落保护，引入专业经营主体，深入挖掘屯堡文化内涵，讲好历史文化故事，丰富经营业态和游客体验，推动乡村旅游提质增效。三是省委省政府鼓励大力发展旅居产业，推动乡村旅居提档升级，推动景区和乡村社区融合发展。

（二）是“老景区换新颜”、实现转型发展的迫切要求。当前，多数古村落古镇出现“千景一面”的现象，产品同质化严重，缺乏创新，未形成特色IP，服务滞后，游客体验感、获得感不强，陷入有文物无活力，有产品无市场的困难，通过校企合作，借助各高校或团队的自身专业特色，打造有特色的差异化产品，解决景区产品单一、缺乏特色、市场动力不足等问题。

（三）是贯彻落实产教融合促发展精神的生动实践。

深化产教融合是推动教育链与产业链有机衔接的重要战略部署。本寨项目以屯堡文化保护传承与乡村旅游提质升级为载体，通过企业与高校深度合作，将高校人才、创意资源直接导入项目策划设计、产品研发与运营实践全过程，推动学术成果在真实产业场景中落地转化，实现人才链、教育链与产业链的有机衔接，

积极探索高校赋能传统村落保护与活化利用的新路径，为全省文旅产教融合提供可复制样板。

## 二、合作内容与产品定位

### （一）合作方向

1. 本寨文化艺术旅居项目院落策划、设计：合作团队可根据自身专业特长，认领本寨村内指定院落（共 15 个院落可供选择），围绕屯堡文化主题，按照“一院子一策划一设计”原则，提供院落整体策划设计方案，包括功能定位、空间布局、文化植入、业态规划等。

2. 研学实训产品、文化艺术产品策划、设计、研发、推广、运用：合作团队可围绕屯堡文化、地戏非遗、安顺蜡染等核心文化资源，开发研学课程体系、剧游及游戏策划、旅居体验、短剧拍摄、文化艺术体验产品、非遗传承课程等，并参与后续的市场化推广与运营。

### （二）产品定位

合作方向一：文化艺术旅居项目院落策划、设计

#### 1. 目标市场

艺术家、设计师、文艺青年、文化深度体验游客等。

#### 2. 覆盖场景

本寨民宿院落及公共空间，可承载艺术家驻村创作、主题民宿入住、仿古短剧拍摄、实景直播等活动。

#### 3. 核心价值

通过院落空间策划设计，让明代屯堡建筑群落成为可居住、可创作、可传播的活态文化艺术空间。

合作方向二：研学实训产品策划、设计、研发

### 1. 目标市场

中小學生研学团体、高校師生实践团队、非遗技艺爱好者。

### 2. 覆盖场景

本寨整体村落作为实景课堂，可开展屯堡文化研学、古建测绘实训、非遗技艺传习等活动。

### 3. 核心价值

依托本寨真实村落场景，开发体系化研学课程，让屯堡文化可教、可学、可体验，同时为高校提供教学实践与成果转化平台。

合作方向三：文化艺术产品策划、设计、研发、推广

### 1. 目标市场

文创消费者、非遗爱好者、文旅市场游客。

### 2. 覆盖场景

染织坊、匠心坊、屯堡酒坊等业态空间及线上销售渠道，承载文创产品销售、非遗手作体验、艺术展览等活动。

### 3. 核心价值

将屯堡文化元素转化为可消费的文化产品，打通“创意—打样—生产—销售”转化链条，实现文化价值与市场价值的双重转化。

### 三、招募对象

（一）艺术学类、建筑学类、文化遗产保护类、管理学类、新闻传播学类专业在校师生团队/独立策划人，相关专业或对屯堡文化有研究兴趣者均可报名。

（二）具备调研分析、方案设计、文案撰写、创意策划等能力，对屯堡文化有研究兴趣或相关经验者优先。

（三）多人（建议 3-8 人），鼓励跨学科组队（如“建筑+文化+设计+营销”），可跨院校联合组队。

### 四、合作模式与项目周期

#### （一）合作路径

校内发布招募公告-意向团队实地考察-选定院落-提供策划思路文本-策划思路文本（评比，若仅有一个合作对象则跳过）-签订合作协议-产品策划设计-联合研发实战-市场转化分成。

#### （二）项目周期

1. 项目核准通过后 15 日内，完成校内招募公告发布、报名。
2. 项目核准通过后 30 日内，组织意向团队到实地查勘，选定院落。
3. 项目核准通过后 60 日内，完成意向团队方案评比、协议签订。
4. 项目核准通过后 120 日内，完成策划、设计方案，并提供正式成果。

## 五、交付标准

（一）文化艺术旅居项目策划、设计方案纸质版、电子版（光盘拷贝）各 5 份。

（二）文化艺术产品项目策划、设计方案纸质版、电子版（光盘拷贝）各 5 份。

（三）研学实训项目策划、设计方案纸质版、电子版（光盘拷贝）各 5 份。

所有交付物须通过公司审核，确保合规、可落地、无虚假或侵权内容。

## 六、支持与激励

### （一）创作/研发经费

1. 文化艺术旅居项目院落策划、设计，15 个院落总经费 30 万元，2 万元/院落，签约之日起 10 个工作日内支付 20%；策划设计方案经公司审核通过之日起 10 个工作日内支付 50%；完成改造建议，且通过验收之日起 10 个工作日内支付剩余 30%。

2. 研学实训产品及文化艺术产品策划设计，总经费 10 万元，签约之日起 10 个工作日内支付 20%；策划设计方案经公司审核通过之日起 10 个工作日内支付 50%；提供设计策划设计方案之日起 10 个工作日内支付剩余 30%。

### （二）收益分享机制

#### 1. 市场转化分成

（1）旅居项目投运投产后，5 年期内享有策划设计项目营

业收入 1%分成；享有通过宣传、推广、招揽入住的收入 8%分成。

（2）文化艺术产品投产后，享有文化艺术产品收入 5%分成。

（3）研学实训产品投产后，享有研学实训产品营业收入 8%分成。

## 2. 资源扶持

（1）合作院校或团队享有策划设计院落挂牌权。

（2）合作院校或团队可免费使用挂牌工作室进行创作。

（3）合作院校或团队引入的研学实训人员可享有景区门票优惠政策。

## 3. 官方认可

可提供实践证明、推荐信、联合署名、竞赛推荐或其他类型的官方认可等。

## 七、知识产权约定

（一）项目交付物知识产权归企业所有，团队享有署名权及作品集展示使用权。

（二）非商业用途（学术、竞赛、求职）允许，其他商业用途需另行授权。

## 八、评审与退出机制

（一）协议期满，双方未达成合作协议的。

（二）任意一方失去法定主体资格，导致合作不能继续的。

（三）因不可抗力导致协议不能继续履行的。

（四）双方协商，达成一致意见的。

（五）其他法定情形。

## **九、报名流程**

（一）报名阶段：意向团队提交报名表及初步设想（含团队介绍、相关经验、初步创意方向等）。

（二）资格审核：公司对报名团队进行资格审查，筛选符合条件的意向团队。

（三）实地考察：组织通过审核的团队赴本寨村实地考察，了解项目现状、文化背景及合作要求。

（四）方案提交：意向团队根据考察情况提交策划思路文本。

（五）方案评审：公司组织专家对提交方案进行评审（若仅有一个合作对象则直接进入下一环节）。

（六）协议签订：与入选团队签订正式合作协议。

（七）项目实施：团队按协议约定开展策划设计工作，公司提供相应支持与配合。

## **十、其它补充事项**

无。

# 贵旅集团商贸公司校企合作项目招募方案

## 一、项目背景

### （一）行业趋势

近年来，文旅消费持续升级，“文化 IP+旅游”已成为行业核心增长引擎。故宫文创、三星堆盲盒、敦煌联名系列等在地文化 IP 产品层创销售纪录，印证了“在地文化 IP 化→产品化→商业化”路径的巨大市场潜力。与此同时，Z 世代消费者对国潮文创、盲盒手办、沉浸式体验类产品的需求快速增长，文旅商品正从传统“旅游纪念品”向“文化消费品”转型。贵州作为全国文旅资源大省，坐拥黄果树、小七孔、西江千户苗寨等世界级景区，以及苗银、蜡染、侗绣、屯堡等丰厚民族文化资源，具备打造在地文化 IP 产品的天然优势。

### （二）企业痛点

贵旅集团作为贵州省文旅产业龙头企业，旗下拥有黄果树、小七孔、西江千户苗寨等核心景区资源，并打造了“黄小西”文旅 IP 形象（取黄果树之“黄”、小七孔之“小”、西江千户苗寨之“西”）。贵旅商贸公司作为集团文创产品开发与供应链管理主体，当前面临以下挑战：

1. IP 开发深度不足。“黄小西” IP 形象已有一定基础认知度，但延展产品线单一，缺乏系统化的产品矩阵和故事体系，IP 商业转化率低。

2. 在地 IP 缺位。贵州丰富的民族文化、非遗资源尚未有效转化为市场化 IP 产品，大量优质文化素材停留在“资源”层面，未能实现“产品化”跃过。

3. 创意供给不足。企业内部设计研发力量有限，亟需引入高校创意设计资源补充产品研发管线，降低创新成本。

4. 产品同质化严重。现有旅游商品以传统工艺品、土特产为主，缺乏年轻化、潮流化、故事化的文创产品，难以匹配新生代游客消费需求。

### **（三）合作价值**

本项目通过校企合作，引入高校师生的创意设计能力，围绕“在地 IP 原创开发”和“黄小西 IP 延展开发”两大方向，构建贵旅商贸文创产品创新体系。以产品利润分层模式绑定利益共同体，激发团队持续创作动力，同时建立人才储备池，为后续产品孵化提供持续供给。

### **（四）营销落地的新机遇**

当前，直播带货已成为文创产品从设计到销售转化的重要通道。抖音电商数据显示，文创类产品通过直播和短视频内容营销，日均支付 GMV 增长显著<sup>-</sup>。私域小程序与社群联动的企业，平均用户复购率可提高 47%，客单价增长 32%<sup>-</sup>。线上线下

融合的全域运营模式，正成为文旅文创产品打开市场、触达消费者的关键路径-。

基于此，本项目在原有“创意设计→产品开发→利润分成”的合作框架上，新增营销落地模块，将校企合作的成果从“产品设计”延伸至“市场销售”，形成“创意—产品—营销—销售”的完整闭环。

## 二、合作内容与产品定位

### （一）方向一：在地 IP 设计开发

挖掘贵州在地文化资源，进行原创 IP 形象设计、故事体系构建和视觉系统开发，并延展出配套文创产品。

在地文化资源池（参考但不限于）：

自然地貌：黄果树瀑布、荔波小七孔、梵净山、万峰林、百里杰鹇、织金洞等

民族文化：苗族银饰与刺绣、侗族大歌与鼓楼、布依族蜡染、水族马尾绣、瑶族服饰等

历史人文：阳明文化（王阳明龙场悟道）、屯堡文化、茅台镇酱酒文化、遵义红色文化等

非遗技艺：苗族蜡染、银饰锻制、芦笙制作、玉屏箫笛、牙舟陶等

产出方向（团队可选择 1-2 个方向深入开发）：

原创 IP 形象设计：IP 角色设定、性格故事线、表情包体系、主视觉海报

文创产品开发：潮玩手办、生活家居、文具办公、服饰配件、食品包装等

品牌视觉系统：IP 基础 VI 体系、包装设计规范、场景应用指南

## **（二）方向二：黄小西 IP 延展开发产品**

基于贵旅集团已有的“黄小西”IP 形象（黄果树·小七孔·西江千户苗寨三大景区拟人化 IP），进行 IP 形象升级、故事线扩展和系列衍生产品开发。

延展开发方向：

IP 形象升级：在保留核心识别的基础上，优化造型设计、丰富表情动作体系、扩展角色家族（如新增配角 IP “黄小瀑” “小七孔精灵” 等）

衍生产品开发：

盲盒/手办系列（如“黄小西游贵州”主题盲盒，融合景区地标元素与民族文化符号）

文创礼盒（如“黔游伴手礼”系列，结合贵州特产与 IP 形象包装）

生活用品（水杯、帆布袋、钥匙扣、冰箱贴、手机壳等高频旅游消费品）

数字内容（IP 表情包、动态壁纸、短视频素材等线上传播物料）

IP 跨界联名：探索黄小西 IP 与贵州本土品牌联名（如茅台、老干妈、都匀毛尖、贵州银饰等），打造破圈产品

### **（三）产品定位**

目标市场：来黔游客伴手礼（景区零售+酒店/机场渠道）、年轻消费者潮玩收藏（线上电商+线下潮玩渠道）、企业定制礼赠（B 端团购/会议伴手礼）

价格带：大众消费级（19-99 元）为主，中端礼盒（99-299 元）为辅，高端定制（299 元以上）为补充

核心价值：让贵州文化可感知、可带走、可传播——每件产品都是贵州故事的载体

### **（四）组合申报说明**

团队可单独申报一个方向，也可同时申报两个方向，形成“原创 IP+黄小西延展”的产品组合方案。鼓励跨方向组合申报，但需明确各方向的工作分工和交付节点。

## **三、直播带货、私域运营与线上线下联动**

(一) 总体思路

构建 “线上内容引流+私域沉淀转化+线下场景体验” 全域营销体系-。学生团队不仅参与产品设计，还可深度参与产品上市后的营销推广全流程，获得从创意到销售的完整商业实践体验-。

核心逻辑：

公域引流（抖音/视频号）→ 私域沉淀（小程序/社群）→ 线下体验（门店场景）→ 复购转化（会员体系）

(二) 直播带货运营

1. 直播矩阵搭建

| 账号类型   | 定位     | 内容方向                 | 运营主体    |
|--------|--------|----------------------|---------|
| 品牌主账号  | 品牌形象塑造 | 贵州文化故事、产品深度解读、匠人访谈   | 企业+学生团队 |
| 产品垂类账号 | 精准种草转化 | 文创产品开箱、非遗技艺展示、使用场景演示 | 学生团队    |
| 门店账号   | 本地引流   | 门店探店、新品首发、限时优惠       | 门店店员+学  |

| 账号类型 | 定位 | 内容方向 | 运营主体 |
|------|----|------|------|
|      |    |      | 生    |

2. 直播内容策略

参考文创行业成功案例，直播间应从“产品促销场”升级为“文化体验馆”-2。核心打法如下：

| 内容类型    | 具体形式                                   | 目的             |
|---------|----------------------------------------|----------------|
| 文化沉浸式直播 | 主播身着民族服饰，在仿古场景中讲述贵州非遗故事、<br>演示工艺制作过程-2 | 建立文化认同，提升产品价值感 |
| 产品种草直播  | 围绕“黄小西”IP 和在地文创产品，进行开箱测评、场<br>景化演示     | 激发购买兴趣         |
| 产地溯源直播  | 走进苗寨、茶园、酱酒工坊，实地展示产品源头-1                | 建立信任，强化“原产地”心智 |
| 联动直播    | 联合景区、酒店开展“门票+文创”主题直播                   | 跨业态引流          |

3. 直播运营 SOP

| 阶段  | 时间节点    | 工作内容                  | 责任人       |
|-----|---------|-----------------------|-----------|
| 策划期 | 直播前 7 天 | 确定主题、选品、价格机制、预热方案     | 学生团队+企业导师 |
| 预热期 | 直播前 3 天 | 发布预热短视频（3 条以上）、社群预告   | 学生团队      |
| 执行期 | 直播当天    | 直播执行（主播+运营+场控）、实时数据监控 | 学生团队+企业   |
| 发酵期 | 直播后 3 天 | 剪辑高光片段二次传播、订单处理       | 学生团队      |
| 复盘期 | 直播后 5 天 | 数据复盘（观看、转化、GMV）       | 学生团队+企业   |

#### 4. 学生团队参与方式

- ①学生可担任主播、助播、运营、场控等角色，在实践中掌握直播全流程技能
- ②企业提供直播间设备、样品、产品培训、流量投放支持
- ③表现优秀的学生可纳入企业直播人才储备库，获得长期合作机会

#### （三）私域运营

1. 私域平台体系

| 平台           | 定位          | 核心功能                  |
|--------------|-------------|-----------------------|
| 贵客好礼小程序      | 私域交易与会员管理核心 | 会员注册、积分兑换、商城交易、活动报名   |
| 企业微信社群       | 用户互动与精准触达   | 内容推送、专属福利、活动通知、1V1 服务 |
| 贵客好礼贵旅甄选抖音商城 | 公域引流与成交     | 产品展示、直播带货、粉丝沉淀        |

2. 私域运营 SOP

① 流量沉淀（拉新）

| 渠道   | 拉新方式                        | 转化路径             |
|------|-----------------------------|------------------|
| 线下门店 | 顾客离店时引导扫码入会，赠送小礼品或优惠券-      | 扫码→注册会员→领券→离店后复购 |
| 线上直播 | 直播间设置“关注加粉丝团送福利”            | 关注→加入粉丝群→小程序领取福利 |
| 支付页面 | 整合“商家名片”至支付凭证，实现“离店即入私域”-24 | 支付→点击名片→开通会员     |
| 社群裂变 | “邀请好友入会有礼”活动-10             | 老客邀请→新客注册→双方获积分  |

② 用户激活（留存）

| 运营动作   | 频率 | 具体做法                   |
|--------|----|------------------------|
| 社群内容推送 | 每日 | 产品种草、文化故事、活动预告、用户案例-14 |
| 会员专属福利 | 每周 | 会员日秒杀、社群专属优惠券-10       |
| 积分体系运营 | 每月 | 积分兑换、积分翻倍日、等级成长体系-10   |
| 用户标签管理 | 持续 | 根据消费行为打标签，实现精准推送-10    |

③ 复购转化（成交）

| 策略    | 具体玩法                   | 预期效果            |
|-------|------------------------|-----------------|
| 会员专属价 | 会员享专属折扣，非会员展示原价        | 提升入会动力和复购率      |
| 限时秒杀  | 每周固定时间社群内推送秒杀链接        | 制造紧迫感，促进即时成交    |
| 组合套餐  | “文创+茶叶” “酱酒+刺梨汁” 等组合优惠 | 提升客单价           |
| 积分抵现  | 消费积分可直接抵扣现金            | 增强积分价值感，促进复购-10 |

3. 学生团队参与方式

学生可担任社群运营官、内容编辑、用户运营等角色

企业提供社群管理工具、素材库、产品知识培训

学生负责日常社群维护、内容创作、活动策划与执行

（四）线上线下联动

1. 门店场景联动

| 门店        | 定位    | 线上联动方式              |
|-----------|-------|---------------------|
| 多彩城贵客好礼门店 | 品牌旗舰店 | 直播场景搭建、新品首发、会员活动落地  |
| 海市山盟海鲜门店  | 海鲜体验店 | “文创+海鲜”跨界组合套餐、打卡送文创 |
| 祈院酒屋门店    | 酒类体验店 | 酱酒品鉴直播、定制酒线上预约      |

2. 线上线下联动 SOP

| 联动类型      | 具体玩法                | 执行要点           |
|-----------|---------------------|----------------|
| 线上种草→线下体验 | 短视频/直播展示产品，引导用户到店体验 | 设置专属到店福利，门店做好承 |

| 联动类型      | 具体玩法                      | 执行要点            |
|-----------|---------------------------|-----------------|
|           |                           | 接               |
| 线下扫码→线上复购 | 门店商品设置小程序二维码，扫码可查看详情、在线购买 | 商品页面关联会员系统，自动积分 |
| 直播预售→门店自提 | 直播间下单，选择附近门店自提            | 门店设置自提专区，提升到店率  |
| 社群活动→门店打卡 | 社群发起打卡活动，到店完成可获得奖励        | 门店设置打卡点，店员引导分享  |

3. 学生团队参与方式

- ①学生可参与门店直播、短视频拍摄、社群运营、活动策划等全流程
  - ②企业提供门店场景、产品资源、流量投放支持
- 优秀学生可获门店实习机会，积累一线运营经验

四、招募对象

（一）专业方向

设计类：视觉传达设计、数字媒体艺术、工业设计、产品设计、动画等

商科类：市场营销、电子商务、工商管理、文化产业管理等

传媒类：广告学、新媒体运营、影视摄影与制作等

文化类：民族学、旅游管理、文化产业管理（在地文化研究方向）

## **（二）能力要求**

具备 IP 形象设计、插画绘制、产品设计、品牌策划、市场调研分析等至少一项核心能力；

熟悉文创产品开发流程或有相关实践经验者优先；

对贵州在地文化有一定了解或愿意深入研究者优先。

## **（三）团队构成**

单人或多人团队，多人团队建议 3-8 人；

鼓励跨学科组队（如“设计+商科+传媒”），形成从创意到落地的完整能力链；

每支团队须指定 1 名项目负责人作为企业对接人。

# **四、合作模式与利润分层**

## **（一）合作模式概述**

本项目采用“产品利润分层”合作模式。企业不设固定研发经费（视项目情况可提供少量启动经费用于打样），以产品

实际销售利润为分配基础，建立“企业承担生产与渠道成本、团队贡献创意设计、利润共享分成”的利益共同体机制。该模式的核心优势在于：企业以轻量化投入获取优质创意方案，团队以创意投入获取持续收益回报，双方利益深度绑定。

**（二）利润计算基础**

产品净利润=产品售价-生产制造成本-渠道销售费用-运营管理费用

其中：生产制造成本含原材料、加工、包装、物流仓储；渠道销售费用含平台佣金、门店分成、推广费用；运营管理费用含品控、客服、售后等。

**（三）分层方案一：按产品方向**

| 产品方向        | 团队分成比例        | 说明                       |
|-------------|---------------|--------------------------|
| 在地 IP 原创产品  | 单品净利润 20%-25% | 原创设计含量高，团队创意贡献占比大        |
| 黄小西 IP 延展产品 | 单品净利润 20%-25% | 基于既有 IP 延展，企业已承担 IP 基础投入 |

**（四）分层方案二：按销量阶梯**

| 销量阶段 | 累计销量      | 团队分成比例调整    |
|------|-----------|-------------|
| 试销期  | 0-2,000 件 | 按方向基准分成比例执行 |

|     |                |                   |
|-----|----------------|-------------------|
| 成长期 | 2,001-10,000 件 | 基准比例 $\times 0.9$ |
| 规模期 | 10,000 件以上     | 基准比例 $\times 0.8$ |

说明：归属于本商贸公司的净利润，是扣除全部合作方分润后留存公司的税后利润；销量阶梯以“鼓励前期创作、保障规模化收益”为原则。随着销量规模扩大，企业边际成本下降但团队创意的边际贡献趋于稳定，故适度调整分成比例。两个分层方案叠加执行——先按产品方向确定基准比例，再按销量阶梯调整。

#### **（五）买断机制（可选）**

对市场验证成功的优质产品，企业可选择一次性买断 IP 使用权。买断金额按产品上市后 12 个月预估净利润的 1.5-2 倍协商确定，买断后团队不再参与该产品后续利润分成，但保留设计署名权。

#### **（六）结算周期**

按季度结算，每季度首月 10 日前完成上季度利润核算与分成支付；

首批产品上市即开始计算分成，试产阶段产品按实际销售量计算；

企业提供销售数据报表，团队有权对结算数据提出核查申请。

**（七）企业资源扶持**

供应链支持：开放企业合作工厂及供应链资源，负责产品打样、量产、品控全流程；

渠道支持：开放景区零售门店、线上电商平台、酒店等销售渠道资源；

数据支持：提供游客画像、销售数据、市场反馈等运营数据，辅助团队优化产品方案；

导师支持：企业产品经理、市场运营人员担任项目导师，提供专业指导与定期复盘。

**五、项目周期**

| 阶段        | 时间       | 主要工作              | 里程碑       |
|-----------|----------|-------------------|-----------|
| 第一阶段：立项启动 | 第 1-2 周  | 团队组建、需求对接、方案评审    | 签订合作协议    |
| 第二阶段：创意研发 | 第 3-8 周  | IP 设计、产品方案开发、打样验证 | 完成设计方案与样品 |
| 第三阶段：评审选品 | 第 9-10 周 | 企业评审、方案优化、确定量产清单  | 确定量产产品    |

|                |           |                                   |                     |
|----------------|-----------|-----------------------------------|---------------------|
| 第四阶段：量产上市      | 第 11-14 周 | 量产生产、渠道铺货、正式上市销售                  | 产品正式上市              |
| 第五阶段：营销运营、运营分成 | 第 15 周起   | 直播带货、私域运营、线上线下联动；销售运营、数据反馈、产品持续迭代 | 首季度营销数据复盘；首季度利润分成结算 |

总周期约 3.5 个月（105 天），可根据学校学期安排和产品开发复杂度适当调整。

## 六、交付标准

### （一）方向一：在地 IP 设计开发

1. IP 形象设计方案：IP 角色设定文档（含角色名称、性格设定、背景故事、造型三视图、表情体系不少于 6 个）；

2. 产品设计方案：不少于 3 款产品的完整设计方案（含效果图、尺寸工艺说明、成本预估）；

3. 品牌视觉规范：IP 基础 VI（标准色、标准字、辅助图形、应用规范）；

4. 打样实物：至少 1 款产品的实物打样。

### （二）方向二：黄小西 IP 延展开发产品

1. IP 延展方案：IP 形象升级/扩展设计（含新增造型、场景设定、角色关系扩展）；

2. 产品设计方案：不少于 3 款衍生产品的完整设计方案（含效果图、尺寸工艺说明、成本预估）；

3. 打样实物：至少 1 款产品的实物打样；

4. 上市物料：产品主视觉 1 套、电商详情页设计稿 1 套。

### **（三）通用验收标准**

所有设计稿须提供源文件（AI/PSD 等可编辑格式）；

所有交付物须通过企业审核，确保合规、可落地、无侵权风险；

产品设计方案须包含成本预估，确保具备量产可行性；

交付物验收通过后方可进入量产阶段。

## **七、知识产权约定**

1. 项目交付物知识产权归贵旅集团商贸公司所有，团队享有署名权及作品集展示使用权；

2. 非商业用途（学术交流、学科竞赛、求职展示）允许使用，其他商业用途需另行书面授权；

3. 方向一（在地 IP）原创 IP 形象：企业获得独占使用权，团队保留原创设计署名权；

4. 方向二（黄小西 IP）延展设计：黄小西 IP 基础知识产权归贵旅集团所有，团队延展设计成果归贵旅商贸所有；

5. 利润分层合作期内，团队不得将相同或近似设计方案用于其他商业合作。

## **八、评审与退出机制**

### **（一）评审机制**

初审：方案提交后 5 个工作日内，企业组织联合评审，出具书面评审意见；

复审：团队根据初审意见优化后提交，3 个工作日内完成复审并确定量产产品清单；

上市评估：产品上市后 1 个月进行首次销售评估，决定是否加大投放或调整产品策略。

### **（二）退出机制**

1. 主动退出：团队因不可抗力需退出，须提前 15 天书面通知企业，已完成交付物按实际工作量核算结算；

2. 被动退出：以下情况企业有权终止合作——

（1）方案连续两轮未通过评审且无法改进；

(2) 交付物存在抄袭、侵权等严重问题;

(3) 合作期间违反保密协议或知识产权约定。

3. 产品退出: 产品上市后连续 3 个月销量低于预期 (月均低于 50 件), 企业有权将该产品下架, 下架产品不再计算后续利润分成。

## 九、报名流程

| 步骤      | 内容                   | 时间节点        |
|---------|----------------------|-------------|
| 1. 信息发布 | 企业发布招募公告及项目说明文件      | T 日         |
| 2. 团队报名 | 提交报名表及团队介绍材料         | T+10 个工作日截止 |
| 3. 方案提案 | 提交初步创意方案 (方向选择+产品构想) | T+20 个工作日截止 |
| 4. 评审比选 | 企业组织评审, 确定入选团队       | T+25 个工作日   |
| 5. 签约启动 | 签订合作协议, 正式启动项目       | T+30 个工作日   |

报名材料:

1. 团队报名表 (含团队成员信息、专业背景、分工安排);

2. 团队作品集/既往作品展示 (PDF 格式);

3. 创意方案提案（方向选择+初步产品构想，PPT 或 PDF 格式）。

报名方式：将材料发送至指定邮箱，邮件标题请注明“校企合作报名—团队名称—申报方向”。

## 十、其他补充事项

1. 保密条款：合作期间涉及的企业内部数据、IP 未公开设计、供应链信息等均属保密范围，团队须签署保密协议；

2. 安全生产：涉及打样、量产环节，企业负责协调工厂资源并确保生产安全，团队原则上不直接参与生产环节；

3. 争议解决：合作过程中如产生争议，双方应友好协商解决；协商不成的，提交贵阳市仲裁委员会仲裁；

4. 方案解释权：本招募方案最终解释权归贵旅集团商贸公司所有；

# 贵旅集团商贸公司 校企合作项目报名表

## 一、团队基本信息

|       |                                                                                                                          |      |  |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|--|
| 团队名称  |                                                                                                                          | 团队人数 |  |
| 所属高校  |                                                                                                                          | 所属院系 |  |
| 申报方向  | <input type="checkbox"/> 方向一：在地 IP 设计开发<br><input type="checkbox"/> 方向二：黄小西 IP 延展开发<br><input type="checkbox"/> 两个方向同时申报 |      |  |
| 项目负责人 |                                                                                                                          | 联系电话 |  |
| 微信/微博 |                                                                                                                          | 电子邮箱 |  |

二、团队成员信息

| 序号 | 姓名 | 专业/年级 | 在团队中的分工 | 主要能力或专长 |
|----|----|-------|---------|---------|
| 1  |    |       |         |         |
| 2  |    |       |         |         |
| 3  |    |       |         |         |
| 4  |    |       |         |         |
| 5  |    |       |         |         |
| 6  |    |       |         |         |
| 7  |    |       |         |         |

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| 8 |  |  |  |  |
| 9 |  |  |  |  |

三、团队能力概述

（请简述团队的主要能力优势、相关实践经验及核心竞争力，不超。300字）

四、项目创意构想

（请简述拟开发的 IP 方向、产品构想及创新亮点，不超捌字）

五、代表作品及经历

（请列举 1-3 项团队成员代表作品或相关项目经历，可附作品集 PDF）

| 序号 | 作品/项目名称 | 简要说明 | 完成人 |
|----|---------|------|-----|
| 1  |         |      |     |
| 2  |         |      |     |
| 3  |         |      |     |

六、团队声明

- 1. 本团队填报信息真实有效，无虚假或篡改内容；
- 2. 本团队提交的方案及作品均为原创，无抄袭、侵权等问题；

3. 若入选本项目，团队愿意遵守贵旅商贸公司合作协议及保密约定；

4. 合作期间产生的设计成果，按约定归贵旅商贸公司所有，团队享有署名权。

项目负责人签名：

日期：      年    月    日

## 贵旅集团体旅公司校企合作项目招募方案

### 一、项目背景

行业趋势、企业痛点、转型或创新需求；

校企合作的政策导向与企业社会责任；

本项目拟解决的具体业务问题（产品升级、场景创新、内容开发等）。

### 二、合作内容与产品定位

合作方向：

1、新媒体宣传方向，校园达人 MCN 合作，面向在校学生招募有创作能力、镜头表达能力的推荐官达人 2 名。

2、为高校提供户外运动拓展、团建提供优惠场地服务，以及公司自有城市场馆提供健身优惠、教练实习岗位；

3、提供防溺水、紧急救援培训基地以及实习岗位；

4、产品分销：为野洞河项目引流，分销；

### 三、招募对象

1 具有基础内容创作、文案撰写、视频剪辑、直播表达等能力，对文旅产业、新媒体运营、文化创意有浓厚兴趣，有充足时间参与，有无从业经验均可。

2、对 C 端旅游市场有一定的招募、引流能力的在校大学生 5 名。

#### **四、合作模式与项目周期**

合作路径：校内招募独立策划人或合作团队

项目周期：媒体种草推荐官 120 天；商务合作可长期。

#### **五、交付标准**

1、媒体推荐种草官按约定周期完成定量产出，提交作品台账供公司审核后，给予现金稿酬奖励；

2、招募引流按收益分成提点，双方签订商务合作协议，按合作协议约定交付。

所有交付物须通过企业审核，确保合规、可落地、无虚假或侵权内容。

#### **六、支持与激励**

1、创作/研发经费：1、媒体推荐官两人，设定总经费 1 万元，每人 5 千元；

2、资源扶持：开放企业内部数据、供应链、线下指导帮助等资源；

#### **七、知识产权约定**

项目交付物知识产权归企业所有，团队享有署名权及作品集展示使用权；

非商业用途（学术、竞赛、求职）允许，其他商业用途需另行授权；

#### **八、评审与退出机制**

媒体推荐官定位：校企联合招募，面向在校师生，负责校企

品牌宣传、新媒体内容传播、活动推广、舆情正向引导的兼职宣传队伍；所有人员实行准入评审、动态管理、能进能出原则。

一、评审机制

- 1. 认同校企合作理念，遵守学校规章制度、企业管理要求、网络信息发布规范；
- 2. 具备短视频、图文、社群运营、摄影剪辑、文案写作、自媒体运营任意一项能力；
- 3. 拥有抖音、小红书、视频号、B 站、微博等公开社交账号，愿意用于校企正向宣传；
- 4. 无网络不良发言记录、无违纪处分，无违法失信记录；
- 5. 自愿参与，保证基础任务时间，服从校企双方统一安排。

评审维度（评分表详见附件 1）

| 评审维度 | 考核要点                        |
|------|-----------------------------|
| 账号资质 | 粉丝体量、内容垂直度、账号活跃度、受众匹配度以及点击率 |
| 内容能力 | 文案、拍摄、剪辑、选题创意、过往传播效果        |
| 思想素养 | 网络发言习惯、价值观、舆情风险意识           |
| 时间保障 | 可投入宣传工作时长、参与活动意愿            |
| 配合度  | 是否接受统一内容审核、选题统筹             |

二、退出机制（分为四类：自愿退出、到期自然退出、考核劝退、违规清退）

### 1. 自愿申请退出。

(1) 推荐官因学业、工作、个人原因无法继续履职，提前7个工作日提交书面《退出申请》（详见附件2）；

(2) 完成工作交接：未发布素材、宣传物料、内部资料归还，解除聘任身份，正常自愿退出、履职期间表现良好，可颁发履职证明，不记入负面记录；

(3) 校企双方对接人审核同意退出。

### 2. 到期自然退出

(1) 聘期届满自动终止；

(2) 愿意继续任职可重新参与新一轮评审续聘；不续聘自动退出。

### 3. 考核劝退（动态淘汰）

触发以下任意情况，进行约谈预警，预警后仍无改善予以劝退：

1. 连续两个考核周期未完成基础宣传任务；
2. 多次无故不参加校企宣传活动、不响应工作安排；
3. 内容质量长期不达标，经指导后无改进；
4. 消极传播、散布内部负面情绪，影响团队氛围。

流程：约谈提醒→书面整改通知→整改期满复核→作出劝退决定→工作交接→退出备案。

### 4. 违规直接清退（立即终止，无整改期）

出现下列情形，校企评审小组核实后即刻清退，取消相关所

有权益（激励、证书、实践证明等）：

1. 未经审核擅自发布涉及学校、合作企业敏感信息，引发舆情风险；

2. 利用“媒体推荐官”身份从事商业推广、私接广告、谋取私利；

3. 公开发表不当言论、发布违规、低俗、不实内容，损害学校/企业品牌形象；

4. 泄露校企内部未公开方案、活动信息、内部资料；

5. 冒用身份、伪造材料报名，存在弄虚作假；

6. 受到学校纪律处分、行政处罚等。

退出配套管理规则

1. 退出后不得继续以“校企合作媒体推荐官”名义对外开展任何活动；

2. 严重违规清退人员，纳入黑名单，不再接受后续申报；

3. 所有退出人员信息登记存档，做到全程留痕。

## 九、报名流程

### 申报流程

1. 自主报名：填写《媒体推荐官申报表》（详见附件1），提交个人账号截图、过往作品；

2. 初步初审：校方+企业对接人联合材料审核；

3. 综合评审（核心环节）

评审小组组成：学校宣传负责人、校企合作项目负责人、企

业品牌运营专员；

采用“自主申报→材料初审→校企联合评审小组综合考评→公示→试用期考核→正式聘任”模式，综合评估账号能力、内容创作水平、思想作风与时间保障，实行择优录取。

#### **十、其它补充事项**

根据各项目实际情况补充。

附件 1

校企合作媒体推荐官评审评分表

|       |  |      |  |
|-------|--|------|--|
| 申报人姓名 |  | 申报日期 |  |
| 学校/单位 |  | 身份类型 |  |

评分说明：总分 100 分，60 分及以上为合格，80 分及以上为优秀；评审小组根据申报材料综合打分。

| 一级指标               | 二级指标    | 评分标准                                                  | 分值 | 得分 |
|--------------------|---------|-------------------------------------------------------|----|----|
| 一、账号资质<br>(25 分)   | 粉丝体量    | 主账号粉丝≥1 万（10 分）；5 千-1 万（7 分）；1 千-5 千（4 分）；<1 千（1-2 分） | 10 |    |
|                    | 内容垂直度   | 内容高度垂直、定位清晰（5 分）；有一定方向但较杂（3 分）；无明确方向（1 分）             | 5  |    |
|                    | 账号活跃度   | 周更≥3 条（5 分）；周更 1-2 条（3 分）；月更 1-3 条（2 分）；长期停更（0 分）     | 5  |    |
|                    | 受众匹配度   | 受众以师生/青年群体为主，高度匹配宣传目标（5 分）；部分匹配（3 分）；匹配度低（1 分）        | 5  |    |
| 二、内容创作能力<br>(30 分) | 文案写作能力  | 文案功底扎实、表达流畅有感染力（6 分）；表达通顺（4 分）；基础薄弱（1-2 分）            | 6  |    |
|                    | 拍摄/剪辑能力 | 画面精美、剪辑专业、节奏把控好（8 分）；能独立完成基础制作（5 分）；需指导协助（2 分）        | 8  |    |
|                    | 选题创意能力  | 选题新颖、有传播点、能出爆款思路（6 分）；有一定想法（4 分）；创意一般（1-2 分）          | 6  |    |
|                    | 过往传播效果  | 有多条高播放/高互动作品（6 分）；有一定传播数据（4 分）；数据一般（1-2 分）            | 6  |    |

|                       |         |                                                    |     |  |
|-----------------------|---------|----------------------------------------------------|-----|--|
|                       | 多平台运营   | 熟练运营≥3 个平台（4 分）；运营 2 个平台（3 分）；仅 1 个平台（1-2 分）       | 4   |  |
| 三、思想素养与合规意识<br>(20 分) | 价值观与立场  | 政治立场坚定、价值观正向、无不良言论（10 分）；基本正向（6 分）；存疑需考察（0-3 分）    | 10  |  |
|                       | 舆情风险意识  | 敏感度高、具备舆情判断能力（6 分）；有基本意识（4 分）；风险意识薄弱（1-2 分）        | 6   |  |
|                       | 网络言行记录  | 历史发言干净、无负面记录（4 分）；偶有不当但不严重（2 分）；有不良记录（0 分）         | 4   |  |
| 四、履职保障<br>(15 分)      | 时间投入保障  | 每周可投入≥8 小时（6 分）；4-8 小时（4 分）；2-4 小时（2 分）；<2 小时（1 分） | 6   |  |
|                       | 活动参与意愿  | 积极主动、愿意参与线下活动拍摄（5 分）；可配合参与（3 分）；积极性一般（1-2 分）       | 5   |  |
|                       | 团队配合度   | 服从管理、执行力强、善于沟通协作（4 分）；配合度良好（2-3 分）；配合度一般（1 分）      | 4   |  |
| 五、加分项<br>(10 分)       | 相关获奖/证书 | 有新媒体、设计、摄影等相关比赛获奖或专业证书（每项+2 分，最高 5 分）              | 5   |  |
|                       | 特殊资源/能力 | 有社群资源、直播经验、出镜主持能力等（最高 5 分）                         | 5   |  |
| 总 分                   |         |                                                    | 100 |  |

评审意见

|  |
|--|
|  |
|--|

|      |                                                                                                                                         |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 评审结论 | <input type="checkbox"/> 优秀（直接录用） <input type="checkbox"/> 合格（予以录用） <input type="checkbox"/> 不合格（不予录用） <input type="checkbox"/> 进入试用期考察 |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| 校方评审人签字           | 企业评审人签字           | 评审组长签字            |
|-------------------|-------------------|-------------------|
|                   |                   |                   |
| 日期：     年   月   日 | 日期：     年   月   日 | 日期：     年   月   日 |

备注：1. 本评分表由评审小组独立填写，作为录用决策的核心依据；2. 加分项总分不超过 10 分；3. 评分表与申报表一并存档。

|

## 附件 2

### 校企合作媒体推荐官退出申请书

尊敬的校企合作项目工作组、宣传负责人：

本人-----（姓名），系-----（学校/单位）  
-----（年级班级/岗位），现任校企合作媒体推荐官，聘  
期自-----年----月至-----年----月。

现因本人学业安排、个人时间统筹及自身发展规划等原因，  
无法持续保障岗位履职时间与工作质量，经本人慎重思考、自主  
决定，自愿申请退出校企合作媒体推荐官队伍。本人郑重作出如  
下承诺：

1. 本次退出申请为本人自愿行为，无任何外界胁迫与纠纷争  
议；

2. 已全部整理、归还岗位相关工作物料、内部素材、文件资  
料，无私自留存涉密、未公开内部资料；

3. 申请获批后，不再以“校企合作媒体推荐官”身份对外开  
展任何活动、宣传及相关工作；

4. 积极配合团队完成后续各项工作交接，妥善收尾在岗相关  
工作。

恳请项目工作组予以批准！

申请人：-----

联系电话：-----

申请日期：-----年----月----日

学校/企业负责人意见：

☐ 同意退出    ☐ 不同意退出

签字：-----

日期：-----年----月----日

项目工作组审批意见：

签字（盖章）：-----

日期：-----年----月----日

|

附件 3

校企合作媒体推荐官申报表

一、基本信息

|       |                                                                                                                             |       |  |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--|
| 姓 名   |                                                                                                                             | 性 别   |  |
| 出生年月  |                                                                                                                             | 政治面貌  |  |
| 身份类型  | <input type="checkbox"/> 在校学生 <input type="checkbox"/> 在校教师 <input type="checkbox"/> 企业员工 <input type="checkbox"/> 其他：_____ |       |  |
| 学校/单位 |                                                                                                                             |       |  |
| 专业/部门 |                                                                                                                             | 学号/工号 |  |
| 联系电话  |                                                                                                                             | 电子邮箱  |  |
| 微信账号  |                                                                                                                             | 可投入时长 |  |

二、社交媒体账号信息（可附页）

| 平台类型 | 账号名称 | 粉丝数量 | 月均发布量 | 内容方向 | 账号链接 |
|------|------|------|-------|------|------|
|      |      |      |       |      |      |
|      |      |      |       |      |      |
|      |      |      |       |      |      |
|      |      |      |       |      |      |

备注：平台类型包括抖音、小红书、视频号、B站、微博、公众号等；如有多个账号请全部填写。

三、个人能力与专长

具备技能（可多选）：

☐文案写作 ☐摄影摄像 ☐视频剪辑 ☐平面设计 ☐直播运营

☐社群运营 ☐活动策划 ☐数据分析 ☐出镜主持 ☐其他：\_\_\_\_\_

熟练使用软件/工具：

六、审核意见

| 校方初审意见           | 企业初审意见           | 评审小组意见           | 最终聘任意见           |
|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                  |                  |                  |                  |
| 签字：<br>日期： 年 月 日 | 签字：<br>日期： 年 月 日 | 签字：<br>日期： 年 月 日 | 盖章：<br>日期： 年 月 日 |

七、履职承诺

本人自愿申请成为校企合作媒体推荐官，并郑重承诺：

- 1. 遵守国家法律法规、网络信息发布规范及校企双方各项管理制度；
- 2. 所有宣传内容均经审核后发布，不得擅自发布未经审核的校企相关信息；
- 3. 维护校企品牌形象，不发布任何损害学校、合作企业声誉的内容；
- 4. 不以媒体推荐官身份谋取私利、私接商业广告或从事与职责无关的活动；
- 5. 保守校企内部信息，不泄露未公开的活动方案、商业信息等内部资料；
- 6. 保证所填信息真实有效，如有虚假自愿承担相应责任。

申请人签字：\_\_\_\_\_  
日期： 年 月 日

# 贵旅集团餐饮公司校园品牌共创与新媒体营销校企合作方案

## 一、合作背景

“一生陪伴·咖啡家里”是贵旅集团餐饮公司旗下“烘焙+饮品”复合业态自主品牌，坚持零添加、每日现做、纯手工烘焙、低糖低油的产品理念，目前已在贵阳布局 7 家连锁门店。为进一步拓展校园服务场景、深耕年轻消费市场，公司拟携手本地高校，将产品体验、创意研发与新媒体传播有机融合，打造“校园限定”的咖啡烘焙新场景。

## 二、合作目标

（一）品牌服务落地：在合作院校设置品牌体验店或快闪点位，规范供应现制咖啡、面包、甜点等核心产品，服务师生日常需求。

（二）内容共创传播：联合师生团队策划校园专属新媒体传播内容，提升品牌在青年群体中的认知度与美誉度。

（三）产品协同创新：鼓励学生参与新品研发，将课堂理论与市场实践相结合。

## 三、合作内容与形式

### （一）校园体验店合作

依托高校食堂、创新创业空间或指定区域，设置品牌专属服务窗口或移动餐车，销售经典烘焙产品与咖啡果饮。定期推出“校

园特惠套餐”及“季节限定”产品，培养师生消费习惯。

## （二）新媒体营销共创

组建学生内容团队，围绕品牌“新鲜·健康·便捷”核心理念，生产短视频、图文等校园场景化内容。在抖音、小红书、微信社群等平台开展主题互动和产品测评等传播活动，品牌方提供素材支持与流量激励。

## （三）新产品研发课题

开放“校园早餐组合”“联名饮品”等研发课题，由师生团队提交方案并参与试制。经评估认定的优秀方案可落地为门店常规产品，团队享有署名权及成果转化收益。