以真实项目教学破局企业绩效管理难题

谭巍 王玟 万晓洁

阅读提示 本文以中小企业绩效管理“落地难”与高校商科教育“悬浮化”的双重困境为切入点,系统阐述了“企业真实项目进课堂”的教学闭环设计、实施路径与初步成效,并就产教融合的可持续深化提出了审慎反思,对地方应用型高校推进产教融合课程建设具有一定参考价值。

中小企业绩效管理“落地难”与高校商科教育“悬浮化”,构成了当前产教融合进程中亟待破解的双重困境。温州商学院管理学院将企业真实项目引入《绩效管理》课堂,构建“真题真做、双师协同、企业评分”的教学闭环,为地方应用型高校推进产教融合提供了可操作的实践路径。

问题症结:管理知识的适用性困境

浙江温州作为中国民营经济的重要发祥地之一,区域内数以万计的中小企业在从“家族作坊”向现代企业转型的过程中,普遍面临一个共同的治理难题:绩效管理何以落地?

这一困境首先源于管理工具的适用性偏差。以产值亿元以下的中小制造企业为例,员工规模多在数十人至百余人之间,管理模式长期停留在“业主决策、车间执行”的传统阶段。若强行引入战略解码、平衡计分卡等复杂工具,往往因组织基础薄弱而难以推行;反之,简化操作又极易流于形式,月度填表、年度打分成为常态,绩效考核难以真正发挥激励与决策支撑功能。这种“高不成、低不就”的夹心层状态,在中小民营企业中十分具有普遍性。

问题的另一面在于高校管理教育的结构性失位。通行的《绩效管理》教材,案例多取材于大型企业,讲授重点集中于成熟管理工具的理论推演,与中小企业的管理现实存在显著的认知距离。学生虽在课堂上熟稔各类模型,一旦置身于中小企业管理情境,既有的分析框架往往难以有效回应实际问题。由此形成的“企业有真问题、课堂教假把式”的错位格局,构成了教学改革的直接动因。

破局之道:“真实项目进课堂”的教学闭环设计

基于上述问题,温州商学院管理学院于2024年启动《绩效管理》产教融合课程改革。其核心思路在于:以企业真实管理问题替代虚拟案例,以实战训练补充理论讲授,实现从“黑板上的管理”向“车间里的管理”的转变。经过近两个学期的实践探索,逐步形成了“企业命题、双师指导、实战检验”三位一体的教学闭环。

一是以企业命题取代虚构案例。课程改革的第一步,是打破以通用教材案例为主导的教学惯性。课程团队主动对接本土企业,将其实际管理难题转化为课程项目。其中一项核心任务即为本土制造企业设计“生产车间一线员工量化考核方案”。该企业长期实行单一计件工资制度,产品质量合格率、设备稼动率、原材料损耗率等关键指标长期游离于考核体系之外,企业虽有改革意愿,但缺乏明确的路径与方法。学生接手这一题目后,需深入车间观察生产流程,与一线管理人员交流了解管理堵点,与企业人事部门核对数据口径。在这一过程中,绩效管理知识不再是书本上的抽象符号,而是回应真实情境的分析工具。

二是以双师协同替代单向讲授。企业出题之后,指导方式亦需同步转型。传统的“校内教师讲理论、企业专家做分享”模式,难以有效打通从知识到能力的转化通道。为此,温州商学院管理学院组建“1+1”双师团队:校内讲师负责理论框架构建与指标设计方法讲授,企业专家提供原始数据、界定业务痛点,并对学生方案的可行性进行“压力测试”。企业管理者深度参与指导过程,以其特有的实务视角,逐一检验学生方案中的指标可采集性、数据可验证性与操作可落地性。这种双轨指导模式,使学生在掌握分析工具的同时,逐步习得在真实约束条件下进行管理决策的能力。

三是以企业评价补充课程考核。考核方式的变革是本次改革中最为关键的环节。课程总成绩中,期末试卷权重由60%降至45%,企业项目模块占比达30%。答辩评审委员会不仅包括校内教师,还须邀请企业高管参与评分。学生面对的是来自一线的实务检验,这种评价机制的教育效力显著优于单纯的书面批注,它要求学生提交的方案不仅逻辑自洽,更须在生产现场具备可操作性。

改革成效:多方共赢的初步验证

经过两个学期的持续探索,改革在学生、企业、学校和教师四个维度均呈现出初步成效。

于学生而言,面对企业的真实数据与真实问题,学生无法通过检索标准答案完成作业,唯有通过深入调研、反复论证与团队协作,方能产出有实质价值的方案。这一过程促使学生重新理解绩效管理的本质——不再是概念的机械记忆,而是在复杂现实约束中做出合理决策的实践能力。在求职面试中能够结合具体企业实例分析方案得失,已成为学生差异化竞争的优势所在。

于企业而言,学生方案虽尚不成熟,部分设想带有理想化色彩,但往往能提供企业惯性思维之外的别样视角。例如,有学生针对销售团队“重签单、轻回款”的顽疾,提出“回款账期与提成阶梯挂钩”的思路,被合作企业部分采纳。企业以有限的投入,获取了年轻团队的系统性思考成果,具有一定的智力补充价值。

于学校而言,依托真实项目积累的脱敏数据、考核表单与实施案例,课程团队正着手编写基于本土企业案例的《绩效管理实训讲义》。这一素材库是通用教材难以替代的差异化教学资源,也为申报省级一流课程与教学改革项目奠定了基础。

于教师而言,改革构成了倒逼式的专业成长。带领学生深入企业、与管理者深度互动,促使教师不断更新知识结构,重新审视理论框架与实务操作之间的张力。这种教学相长的良性循环,使课堂始终保持与实务的有机联结。

冷静反思:产教融合的制度瓶颈与深化方向

初具成效的同时,课程团队亦保持审慎的自我检视。产教融合若缺乏可持续的制度支撑,极易陷入新的形式主义。

一是“盆景化”风险。当前的合作较多依赖个别教师的人脉资源与企业家的个体意愿,覆盖面有限。如何从“点对点”的个案合作走向“点对面”的机制化对接,例如通过行业组织建立标准化的校企合作接口,是亟待突破的结构性瓶颈。

二是“浅层化”局限。目前学生的参与主要停留在方案设计阶段,而一套绩效管理方案从构思到落地,尚需经过指标试运行、数据反馈、员工沟通辅导、动态调整等后续环节。只有推动学生从“做方案”延伸至“盯落地”,方能使其真正理解组织变革的系统性与长期性。

三是资源约束的硬门槛。当前课程建设经费主要用于讲义印制、专家劳务与调研交通等基本支出,维持运转尚可,但若要引入虚拟仿真软件、开展大规模师资培训,资金缺口依然显著。产教融合的长效推进,需要学校在制度保障与经费投入上给予更大力度支持。

绩效管理的本质在于以制度激发组织活力,而非以指标遮蔽人的能动性。温州商学院此次课程改革的核心命题在于:地方应用型高校的人才培养如何有效回应区域产业发展的真实需求。将真实问题引入课堂,把学生推到解决问题的前台,让他们在实践中磨砺思维、在交流中锤炼沟通、在方案被否定的挫败中习得反思——这一方向虽尚处起步阶段,但其理论与实践的双重价值已初步显现。

综上所述,产教融合的真正落地,既需要教育理念的根本转变,也有赖于制度环境的持续优化。唯有如此,课堂方能接续实务,学生方能练就真功,产教融合方能实现其应有的教育价值与社会效益。

[作者单位:温州商学院管理学院;本文系温州商学院2024年度教学建设与改革研究项目(产教融合课程建设)《绩效管理》(项目编号:2024cjrh15z)]

企业品牌空间化三维解析与实践链路

张菲

阅读提示 本文以“企业品牌空间化”为视角,从识别统一性、功能适配性、体验协调性三个维度建构理论框架,进而提出系统设计、要素融合、文化升维等实践路径,并结合典型案例加以印证,为品牌管理与空间设计实践提供了参考。

在市场竞争日益激烈的背景下,企业品牌形象建设已突破传统意义上的标志、包装、广告等平面视觉范畴,逐步向办公空间、商业空间和展示空间等实体场域延伸。建筑装饰与环境艺术设计作为企业实体空间营造的核心环节,直接关系到品牌形象的呈现方式与公众对企业的感知认同。然而,部分企业在空间设计中仍存在品牌视觉应用流于表面、装饰风格与企业定位不够契合、空间更新缺乏统一管理等现实问题,制约了品牌形象在建筑环境中的持续有效表达。因此,探讨企业品牌视域下建筑装饰与环境艺术设计的内在逻辑与优化路径,具有较强的现实意义。

企业品牌空间化建构的质感维度

企业品牌视觉在建筑装饰与环境艺术设计中的有效落地,需要在品牌识别、空间功能与用户体验三者之间建立起有机统一的设计原则体系,使视觉表达在服务品牌传播目标的同时,充分尊重空间属性与人的感知规律。

一是保持品牌识别统一性。品牌识别统一性要求将品牌视觉系统所规定的色彩、图形、字体及标识等核心元素,以规范化方式贯穿于建筑空间的各个界面与细节,使受众在进入空间后能够形成一致的品牌认知,确保品牌主色调在墙面、地面、天花及软装陈设中的合理配比,确保品牌标识在关键节点的呈现严格遵循企业视觉识别手册的标准规范。与此同时,保持品牌识别统一性并非简单的机械复制,而应在品牌核心视觉基因不变的前提下,根据具体空间的功能属性与尺度特征进行适应性演绎,使办公空间、商业空间、展示空间等不同类型的场所在各具特点的同时,共同归属于同一品牌视觉体系,从而降低受众的品牌认知成本,增强品牌记忆度。

二是强化空间功能适配性。空间功能适配性强调品牌视觉元素的植入必须以空间的功能属性为基本前提,视觉表达需要服务于使用者的实际行为需求。不同类型的场所承载着差异化的活动模式,这些差异决定了品牌视觉在空间中的呈现方式、尺度比例与材质选择需要有所区分。强化空间功能适配性要求设计者在品牌视觉系统与空间功能需求之间建立动态平衡机制,使品牌识别在各类空间中既能清晰传达,又不损害空间的基本使用效能,最终实现品牌传播与功能满足的双重目标。

三是注重用户体验协调性。用户体验协调性关注品牌视觉空间化过程中使用者的心理感受与行为反馈,强调设计决策需要以人的感知规律与空间使用经验为依据。品牌导视系统的信息层级需符合用户的寻路认知习惯,标识的高度、字体大小与安装位置应适应不同人群的视线范围,使品牌信息的获取过程自然融入空间移动轨迹。

企业品牌空间化落地的质感策略

在明确上述应用原则的基础上,企业品牌视觉在建筑装饰与环境艺术设计中的深化落地,还需要从系统设计、功能融合与文化表达等层面探索切实可行的优化路径。

一是构建系统化品牌空间设计方案。应突破传统设计中分阶段、分专业推进的碎片化模式,建立从品牌策略到空间落地的全链条整合机制。一方面,企业需明确品牌视觉在空间语境中的核心定位与传播目标,将品牌识别手册从平面规范拓展为空间应用指南,界定标准色在不同材质表面的呈现标准、图形符号在建筑构件中的尺度模数等,形成可执行的空间视觉规范体系。另一方面,设计方案应涵盖空间类型学的系统梳理,针对企业旗下不同功能属性的空间形态,如总部办公、零售终端、展示中心与服务网点,分别制定品牌视觉的差异化应用策略,在保持核心识别要素一致的前提下,允许各空间类型根据功能特性与受众特征进行适应性表达,避免因“一刀切”的设计思路而导致的适用性缺陷。

二是推动视觉元素与空间功能融合。推动视觉元素与空间功能深度融合,需要建立起品牌视觉要素与空间功能需求之间的有效转换机制,使视觉表达直接服务于空间使用效能的提升。在具体操作层面,可将品牌标识系统分解为可功能化的空间组件——品牌标准色可转化为空间分区标识的色彩编码,不同功能区域通过品牌色系中明度或饱和度的层级变化实现视觉区分,既保持了品牌统一性,又优化了空间导向效率。同时,品牌图形符号可嵌入功能性建筑构件,例如将企业辅助图形转化为穿孔金属板的孔洞排列模式,使其同时承担通风、采光与品牌展示的多重功能;也可将品牌标识的轮廓线条提炼为家具或隔断的结构母题,使品牌视觉成为空间构成的有机逻辑。此外,数字交互技术的引入可使品牌视觉元素转化为交互界面的视觉锚点,用户通过触摸品牌图形即可获取空间信息或相关服务,品牌视觉由此从静态展示升级为功能交互的触发界面。

三是加强企业文化在环境艺术中的表达。应开展企业文化资源的系统梳理与设计编码工作,对企业历史文本、价值理念、工艺传统等进行内容提取,识别其中具有空间叙事潜力的文化母题,并在此基础上依据空间的功能定位与人流特征,选择适宜的文化表达策略与载体形式。在具体实施中,还需注重艺术形式与企业文化气质的匹配——科技创新型企业宜采用简洁几何形态与金属、玻璃等现代材料,以呼应其前沿、高效的企业特质;传统制造型企业可融入具有工艺温度的木质、石材或手工质感元素,以彰显其历史积淀与工匠精神;服务型企业则可强调亲和温暖的色彩氛围与灵活互动的空间布局,以传递其以人为本的服务理念。通过文化资源的空间转译,企业品牌视觉从表层的形式识别升华为深层的价值共鸣。

企业品牌空间化实践的质感样本

在MAYO鼎恒数位科技办公室设计中,设计团队选取品牌蓝色作为空间主色调,并将其运用于梯厅、玄关和入口形象区。梯厅中的蓝色折角向内部空间延伸,在强化入口识别的同时,也使空间在视觉上更显开阔。除色彩应用外,团队从品牌标识中提取交叠关系、圆弧轮廓和字母“M”等特征元素,并将其融入玻璃隔断、墙体造型和平面布局之中——空间内的三片弧形玻璃构成主要分隔,办公隔墙采用圆弧处理,主管室的平面形态与字母“M”形成对应关系。墙面转角延续了品牌字体的圆角特征,企业标识以克制的姿态设置在玻璃界面上。该案例表明,品牌视觉进入办公空间时,需要将色彩、图形和细部构造进行整体性转化,使企业形象自然融入日常办公环境。

在星巴克臻选烘焙工坊的品牌空间设计上,上海星巴克臻选烘焙工坊以木材、铜材等为主要材料,通过温暖的色彩关系延续星巴克品牌所强调的自然感与手工制作特征。位于空间中央的铜质烘焙罐承担咖啡豆储存和输送功能,其表面融入中国传统印章图案,实现了全球品牌视觉与本土文化内容的有机联结。木质咖啡吧台依据咖啡豆的烘焙曲线进行造型处理,顶部采用六边形木质构件,整体装饰形式均围绕咖啡加工和饮用文化展开。同时,增强现实技术被用于介绍咖啡生产流程,用户在移动过程中可便捷获取与设备、原料及冲煮方式相关的信息。

企业品牌视觉介入建筑装饰与环境艺术设计,能够推动空间形象从单纯的功能性呈现转向品牌价值的系统性表达。在这一过程中,设计实践应在坚持品牌识别统一性的基础上,兼顾空间功能适配与用户体验协调,使视觉元素与空间环境形成稳定而有机的联结,确保企业空间形象在使用过程中保持完整性、延续性与生命力,真正实现品牌价值在建筑环境中的深度落地。

(作者系南京交通职业技术学院建筑工程学院副教授)

多维发力 赋能职业大学文化育人

阅读提示 本文围绕校企协同赋能职业大学精神文化建设展开论述,循着内在逻辑、现实困境、实践路径逐层剖析,提出依托人工智能整合育人资源、共建产业学院等实施对策,为产教融合背景下高校文化育人工作提供思路参考。

王铁军

作为培养应用型、技能型人才的核心阵地,职业大学的精神文化建设至关重要。它不仅塑造着师生的价值取向与职业素养,更直接决定了所培养人才能否适配产业发展的实际需求。依托校企协同推进精神文化建设,职业大学既可以将产业一线的工匠精神内核引入校园,又能借助丰富的产业资源拓展文化建设的载体与场景,为持续输出符合产业要求的高素质技术技能人才提供深层精神支撑,最终实现精神文化与产业生态的同频共振。

校企协同背景下职业大学精神文化建设的内在逻辑与现实困境

立德树人是我国高等院校精神文化建设的根本要义。校企协同中的资源整合与活动设计,必须始终锚定培育先进、和谐、健康、积极的校园文化精神这一目标。在校企合作过程中,无论是产业专家进校园开展文化宣讲,还是组织学生进入企业实践观摩,都应当将产业发展历程中凝练的工匠精神、劳模精神等先进职业文化融入校园精神文化的各个环节,使学生在校园文化浸润中提前形成符合产业要求的职业认知与文化认同,从而在毕业进入职场后更快适应产业文化环境,实现校园成长与职业发展的顺畅衔接。

尽管校企协同为职业大学精神文化建设开辟了新空间,但在实践中仍面临三重现实困境。

一是部分学校仍以传统思政教育为主,行业动态更新未能在育人阶段得到及时体现。职业精神、产业文化的相关内容往往只是零散穿插在思政课程中,未能与产业最新发展要求形成动态衔接,并难以将符合行业当前要求的职业价值取向自然融入日常育人过程。

二是产教融合、校企合作的实践中,行业、企业和学校三者之间缺乏有效的沟通协调机制。多数校企合作聚焦于场地供给保障、实训岗位安排等硬件层面的对接,在精神文化共建层面缺乏清晰的目标定位、权责划分与长效保障机制,导致文化共建流于形式。

三是部分职业大学开展的校园精神文化宣传活动多以一次性讲座、图片展览为主,学生多为被动观看,缺乏深度体验与情感共鸣。同时,现有载体资源未能有效打通校园学习与产业实践之间的文化衔接,最终制约了精神文化育人的实际效果。

四维度协同发力,推进职业大学精神文化建设走深走实

针对上述困境,职业大学应从资源整合、主体培育、平台搭建与特色开发四个维度协同发力,系统推进精神文化建设走深走实。

一是人工智能助力资源整合,筑牢精神文化建设根基。职业大学可借助人工智能工具,系统梳理校训精神、杰出校友案例等历史文化传统,使其与企业文化相互补充、有机融合,提炼出契合职业教育发展方向、满足产业人才培养需求的核心精神内涵。同时,依托现有校企合作平台,打通校内文化资源与企业产业文化资源的共享通道,推动企业文化要素有序嵌入校园育人环节,构建起资源互通、优势互补的文化建设格局。

二是聚焦师生主体培育,构建文化共育双循环机制。校企双方应联合制定教师培养计划。一方面,企业导师深度参与课程开发,协助职业大学剖析企业文化的转化路径与应用方式,推动校园精神文化向纵深发展;另一方面,学校每年安排专业教师到合作企业实践锻炼两个月以上,使其掌握企业最新的工艺标准与技能需求,切身感知企业培育工匠精神的具体做法。及时调整校园精神文化培育的具体内容与表现形式,使校企文化融合真正落到实处,形成“教师提升—文化优化—学生受益”的良性循环。

三是共建产业学院推动文化互嵌,搭建产教融合育人平台。通过校企共建实体化产业学院,将工匠精神、行业统一标准与校园学术文化深度融合,搭建兼具产业属性与育人属性的文化浸润场景,让学生在专业学习中持续接触产业一线的文化要求,深化对职业精神的理解与认同。同时,产业学院也是校企双方文化建设团队深度协作的固定平台,使文化互嵌贯穿人才培养全流程,实现职业品格塑造与专业能力培养的同频推进。

四是融入地域特色文化资源,开发本土化特色“金课程”。以海南省内职业大学为例,可结合自贸港政策优势,与相关企业协同合作,开发融入地域文化特色的精品课程。在会计学院开设跨境电商诚信文化特色课程,在旅游学院开发涵盖海南本土红色文化、非遗民俗文化以及自贸港开放包容精神的特色实践课程,使学生在课程学习中体悟地域发展的文化核心与时代诉求。课程实施上,将企业特色课程纳入学校教学方案,进一步夯实特色“金课程”的文化育人效果,真正实现以文化人、以文育人。

[作者单位:海南科技职业大学;本文系中共海南科技职业大学委员会2024年党建和思想政治教育综合改革与精品建设项目“海南科技职业大学精神文化的内涵表征与育人途径研究”(项目编号:HKDS2024ZD02)]