

价值共创视角下企业参与产教融合共同体个案研究

木严羚

(云南农业职业技术学院 云农文旅产业学院, 云南安宁, 650300)

版权说明: 本文是根据知识共享署名 - 非商业性使用 4.0 国际许可协议进行发布的开放获取文章。允许以任何方式分享与复制, 只需要注明原作者和文章来源, 并禁止将其用于商业目的。

摘要: 本研究基于价值共创视角, 探讨企业参与产教融合共同体的动力机制。采用质性研究与扎根理论方法, 通过访谈收集与分析数据。研究发现, 企业参与的动力主要体现在三个层面: 其一, 现实需求层面, 企业通过合作育人获得稳定、标准化的人才供给; 其二, 深层机制层面, 依托院校科研与智力资源, 实现技术创新并提升绩效; 其三, 长久机制层面, 共同体需以结果为导向, 保障合作关系的稳定与可持续。研究认为, 推进产教融合共同体有效运营应以价值共创为核心, 激发企业积极性, 推动院校改革, 以实现共同体持续发展。

关键词: 价值共创; 产教融合共同体; 动力机制; 产教融合

DOI: <https://doi.org/10.62177/aper.v1i4.689>

一、引言

2022 年 12 月,《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》提出“打造市域产教联合体、行业产教融合共同体”等战略任务,确立通过建设产教融合共同体,深化产教融合,提升职业院校关键办学能力,促进产业经济高质量发展的重大举措,标志着职业教育产教融合领域进入新的发展阶段^[1]。2023 年 1 月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》提出:“支持龙头企业和高水平高等学校、职业学校牵头,组建学校、科研机构、上下游企业等共同参与的跨区域产教融合共同体”;同年 6 月,国家发展改革委员会等部门印《职业教育产教融合赋能提升行动实施方案(2023—2025 年)》,要求在重点行业和领域打造行业产教融合共同体,通过打造产教融合新型载体,提升人才培养质量,促进高质量就业;同年 7 月,教育部办公厅印发《关于加快推进现代职业教育体系建设改革重点任务的通知》及《行业产教融合共同体建设指南》(以下简称《指南》)。《指南》指出,行业产教融合共同体是深化产教融合、校企合作的一种新型组织系统。该定义表明,共同体成员单位有组织人才培养、科技创新、社会服务的合作化特点,需进一步强化企业的人才培养责任,发挥企业的重要办学主体作用,推动企业深度参与职业教育^[2]。

一直以来,产教融合、校企合作都普遍面临“校热企冷”的问题,即企业参与合作的动力不高,其根本原因是职业院校与企业对于产教融合的价值需求不同。企业参与产教融合不是必然行为,一旦企业

在产教融合中无法实现价值目标,将直接影响其参与的积极性,这也成为了限制职业教育产教融合发展的关键要素。打造行业产教融合共同体,要推动行业企业等多元主体真正参与职业院校的办学管理,参与重大决策部署^[3]。产教融合共同体的诞生,使企业在产教融合中所扮演的角色进一步发生变化。实际上企业在参与产教融合中本就是和职业院校有着共同的价值目标,但在二元主体的合作过程中没有对价值共创目标进行细化处理,最终导致在合作过程中出现各种问题。突破产教融合发展困境的关键,是要让双方能够在价值层面取得共同利益,才能让企业参与的动力机制发生变化。价值共创理论是当前研究企业行为的一种重要视角,它重点关注了企业在合作中的边界问题和价值创造问题。本研究立足价值共创理论,试图从这一视角探索企业参与产教融合共同体的内在动机,以及这些动力机制在企业参与产教融合共同体中发挥的具体作用。

二、研究设计

(一) 研究步骤与方法

本研究采用单案例研究的策略,以探索性研究的方式深入分析案例企业在产教融合共同体中价值共创的机制和过程。选择单案例研究方法的原因包括以下几个方面:1. 案例的典型性与代表性。本研究选取的研究对象云安投资集团是一个在产教融合领域具有深厚实践经验和显著成效的企业。其参与的产教融合项目不仅在行业内具有代表性,而且为其他企业与职业院校提供了可借鉴的经验。因此,通过对这一典型企业的深入研究,可以揭示出产教融合共同体中的关键机制和价值共创过程,为理论发展和实践提供宝贵的见解;2. 研究问题的复杂性与深度。价值共创与产教融合的过程涉及多方利益相关者的互动、资源整合以及共同目标的实现,这一过程复杂且动态。单案例研究可以通过详细的、持续的观察和分析,捕捉到这些复杂互动背后的逻辑与机制,深入理解企业如何在多主体协作中发挥作用;3. 质性研究的需求。本研究聚焦于“如何(How)”与“为什么(Why)”两个核心问题,即企业如何在参与产教融合共同体中实现价值共创,为什么这种合作模式能够成功。质性研究能够通过详细的描述与解释,揭示这些问题背后的原因与机制,而单案例研究能够为这种分析提供具体的情境和数据支持。

(二) 研究对象选取

本研究将案例选择范围限定在区域内行业龙头企业,因为这类企业会通过官网、新闻稿和领导讲话等渠道定期发布企业信息,同时它们也能吸引媒体的重点关注,有助于获取第三方视角对企业的认知。其次,因为本文研究的主要研究问题是企业参与产教融合共同体的动机,因此被选企业需要属于已加入产教融合共同体的企业,并且在一段时间之前就已经开始与相关职业院校开展产教融合、校企合作的相关实践,企业相关部门的负责人员对企业开展产教融合、校企合作的相关工作有一定了解。

基于以上原则,本研究最终选定云南酒店行业产教融合共同体成员单位之一的云南云安投资集团旗下昆明云安会都酒店作为案例研究对象。云南云安投资集团始建于1979年,目前已发展成为拥有建筑、房地产、酒店(云安会都)等六个独资企业和两个合资企业的综合型集团。2022年,云安投资集团与云南农业职业技术学院、云南南方教育投资集团三方合作,共同建立了云南农业职业技术学院云安产业学院。昆明云安会都是云安投资集团下属的独自企业之一,是目前云南省规模较大,集会议接待、酒店餐饮、温泉度假为一体的园林式酒店。云安会都是中国会议酒店联盟的副会长单位,曾获得中国最佳会议酒店、中国绿色饭店、中华餐饮名店等荣誉称号。自云安产业学院创办以来,云安会都作为主要合作方之一,深度参与云安产业学院酒店管理与数字化运营专业、烹饪工艺与营养专业两个特色专业专业建设的各个环节。2022-2023年与学院合作开展云南省现代学徒制项目,并成功验收;2023年6月,在云南农业职业技术学院、云南旅游饭店行业协会作为牵头组织下,云安会都与云南省内30多家知名酒店联合组

建云南省酒店行业产教融合共同体，作为共同体主要成员单位与云安产业学院合作启动“云安班”项目试点，全面参与学院专业建设。作为区域内酒店行业龙头企业，云安会都在产教融合、校企合作的实践方面已走在前列，因此本研究选择云安会都作为研究对象进行深入探索。

（三）数据收集

为了提高研究的信度和效度，根据案例研究数据收集的“证据三角”原则，本研究尽可能采用多种方法从不同来源收集信息和资料，针对不同渠道的数据进行分析和相互验证，形成完整的证据链^[8,9]。本研究的数据收集主要分为前期资料收集和后期深度访谈两个阶段。二手资料收集的主要来源有以下几个方面：（1）昆明云安会都公众号平台；（2）昆明云安会都酒店相关负责人在公开场合接受的访谈及演讲等；（3）各大地方媒体平台对昆明云安会都酒店参与校企合作、产教融合项目的相关报道等。基于对二手数据的梳理获得对昆明云安会都酒店参与校企合作、产教融合情况的初步认知，并据此制定了半结构化访谈提纲，对相关部门负责人进行一对一深度访谈。访谈提纲主要包括三大问题：会都参与酒店行业产教融合共同体的动机是什么？会都参与产教融合共同体建设的具体模式是什么？如何评估参与产教融合共同体建设的效果？通过笔记和录音记录访谈内容，并在访谈结束后 2 小时内将访谈录音及时转为文字，以确保访谈信息准确、完整。在与相关部门负责人访谈过程中，还能够获取到部分企业内部相关材料。

表 1 访谈对象基本信息表

编码	性别	行政职务
Y1	男	云安会都总经理
Y2	男	云安会都副总经理（产业学院企业导师）
Y3	女	产教融合项目负责人
Y4	女	人事部经理
Y5	女	会议服务经理
Y6	男	餐饮总监（产业学院企业导师）

（四）数据分析

本研究将采用扎根理论分析方法对所收集的案例材料进行整理和编码。为了确保编码工作的科学性和准确性，本研究主要采用手动编码的方式对所收集的材料进行分析，在编码过程中持续对所获得的资料进行整理和比对。具体编码过程如下：首先，将访谈录音文件整理成访谈文字稿，结合调研过程中收集的各种二手资料，按照文本内容出现的关键词次梳理得到会都参与产教融合共同体的“前因”与“后果”。其次，对相关文本资料进行多级编码。在编码过程中，用表格形式总结主要概念范畴，完成整个编码工作。（1）根据资料来源对案例数据进行一级编码，并对相同来源的重复信息进行归一化处理，形成初始概念；（2）通过文献指引并按照企业参与产教融合共同体的过程对初始概念进行关联标记，形成初始范畴（附范畴）；（3）参照价值共创的核心属性（价值共创主体关系、价值共创过程、价值共创结果）对二级编码进一步分类，形成主范畴。

表 2-1 数据来源和分类

数据分类	数据来源	编码
一手资料	深度访谈	K1
	内部非公开资料	K2
	云安会都公众号	E1
二手资料	公开访谈及讲座	E2
	地方媒体报道	E3

表 2-3 案例数据编码结构示例

主范畴	附范畴	初始概念（部分原始资料语句）
合作育人：企业参与产教融合共同体的现实诉求	人才需求	Y1：“人才需求是我们最为迫切的动因”
	人才培养	Y2：“促进了企业与高校在人才培养上的深度融合”
	技术创新	Y3：“与高校的合作可以加快新技术的研发和应用”
科教融汇：企业参与产教融合共同体的模式特征	企业文化	Y3：“与高校的长期合作为企业文化注入了创新和学习的元素”
	管理理念	Y4：“通过与职业院校的深入合作，企业的管理理念更加开放”
	社会责任	Y6：“为社会培养更多符合新时代需求的复合型人才”
成果导向：企业参与产教融合共同体的保障机制	长期发展	Y2：“我们认识到只有通过合作才能实现更大的共赢”
	品牌形象	Y1：“持续参与产教融合项目，能够大大提升企业的社会责任形象和品牌影响力”

三、研究发现

（一）企业参与产教融合共同体的现实诉求：合作育人

“合作育人”是企业参与产教融合共同体的现实诉求。企业希望通过产教融合共同体这一平台，缓解“招工难、用工难、留人难”的结构性矛盾，同时推动人力资源的价值共创。具体而言，在实习阶段，企业往往投入大量资源，包括实训场地、生产设备、企业导师指导、企业文化体验等。这些投入一方面帮助学生获得真实的岗位体验，增强实践技能与职业素养；另一方面，企业通过学生的参与能够在一定程度上分担生产辅助环节的人力需求，甚至在部分领域实现直接的生产效益。更为关键的是，企业期待通过这种“准员工”的培养，实现从“实习生—见习生—正式员工”的顺利衔接，从而降低招聘风险，确保人才供给的稳定性。

对于院校而言，借助企业的实习资源，可以让学生在真实的工作环境中锻炼能力，提升其就业竞争力和职业适应性。通过校企合作，院校能够显著提升毕业生就业率和就业质量，也能够增强自身在社会评价与人才培养体系中的声誉。在就业阶段，企业通过与院校的合作，可以降低招聘成本、提高招聘质量。一方面，院校能够对学生进行定向培养，满足企业的专业化用工需求；另一方面，企业通过参与课程开发与人才培养环节，能够确保毕业生在知识、技能和价值观上与企业文化高度契合。院校则通过企业渠道，推动学生就业落地，形成“双向赋能、双赢格局”。这一过程体现了“价值共创”的理念，企业与企业并不是简单的“供需关系”，而是通过合作实现了人才供给与价值创造的双重目标。只有当企业在合作过程中看到了实际价值，尤其是经济效益与人才储备的长期回报，产教融合共同体才能实现可持续发展。

（二）企业参与产教融合共同体的模式特征：科教融汇

企业参与产教融合共同体的动力机制不仅限于“育人”，更包括科研与技术创新的迫切需求。企业不仅需要技能型人才，还需要与科研机构、院校形成创新联合体，实现“科教融汇”。这种模式的核心特征体现在以下两个方面。一是科研与教育的双重价值共创。较企业而言，院校往往拥有较为系统的科研团队和双师型师资力量，企业通过与院校合作，可以借助其科研平台和实训条件，解决在生产环节中遇到的技术瓶颈。同时，企业能够通过校企联合研发平台，推动新技术、新工艺、新产品的应用与转化。这不仅为企业提供了创新支持，也提升了院校科研水平与社会服务能力。例如，一些高职院校与本地制造企业共建“校企联合生产型实训室（基地）”，既能承担企业研发项目，又能为学生提供实训实践的场

域；二是科研项目的经费与效益共创。校企共建科研项目常常体现为横向科研合作，这类项目不仅能为学校带来科研经费支持，改善实训条件，还能帮助企业转化科研成果、提升市场竞争力。在成果转化环节，企业可以通过产学研结合实现经济效益，院校则通过科研成果的应用与推广提升社会影响力。这种双向收益机制进一步强化了校企合作的粘性。

（三）企业参与产教融合共同体的保障机制：成果导向

为了保障产教融合共同体的长久稳定运行，必须构建以“成果导向”为核心的保障机制。这种机制不仅强调合作过程中的资源共享，更强调合作结果能够为双方带来切实的利益与发展空间。

产教融合的可持续性依赖于稳定的人才供需关系。企业需要持续的人才输入，学校则需要稳定的就业出口。通过建立招生与就业的联动机制，校企双方形成长期的利益绑定。例如，企业可通过提前介入招生环节，实现订单式培养；学校则通过保障企业的人才需求，提升毕业生就业率。如此一来，双方在招生与就业环节形成了“命运共同体”，增强了合作的持续性与互信。此外，企业深度参与专业建设，是产教融合由“浅层合作”走向“深度融合”的关键。通过参与专业标准制定与课程体系设计，企业不仅能够提升在行业内的话语权，还能推动教育内容与行业需求无缝衔接。对于学校而言，借助企业力量，可以不断优化专业设置，确保专业方向与市场需求保持一致，从而提高人才培养的针对性和有效性。在这一过程中，形成了“人才培养—技术研发—利益共享”的闭环生态，推动产教融合合作常态化与制度化，使产教融合从最初的协议合作逐步上升为价值共创与生态共建。

四、研究结论与展望

随着产业转型升级与职业教育改革的不断深化，企业在产教融合共同体中的作用将进一步增强。校企双方应在合作中不断优化利益分配机制，提升合作的稳定性与创新性，推动产教融合从“合作”走向“共生”，从“利益共享”走向“价值共创”，最终实现教育链、产业链、人才链与创新链的有机融合。

（一）构建低耦合高协同的人才培养体系

院校在共同体中承担着人才培养的核心任务，需要通过制度与模式创新确保供给的稳定与高质量。一是要推动人才链、课程链和岗位链的三链并轨，采用“岗课赛证创”一体化推进方式，保障课程内容与行业岗位紧密对接；二是应借助“反向订单”和“微证书”模式，将企业的岗位需求分解为可积累的学习模块，并纳入学分体系，帮助学生实现跨界学习与能力堆叠。同时，建立“双导师制”，以项目驱动和真实任务促进学生实践能力成长；三是进一步完善实践考核机制，建立基于学习证据、企业评价和项目产出的综合考核体系，从而推动成果导向落地。此外，应积极推行应用导向的考核与奖励制度，鼓励教师将科研成果转化为企业可用的技术与方案。

（二）以“价值共创”指标实现教育投入的经营转化

企业作为共同体的核心实践主体，应将产教融合纳入战略规划，并通过价值共创指标实现教育投入与经营收益的对接。一是可将到岗率、转正率、留任率和替换成本节约等指标纳入价值共创指标，定期复盘人才培养成效，并与用工成本直接挂钩；二是要推动“共设课程—共定项目—共评成果”机制，企业在人才培养全过程中实现深度参与，确保培养成果符合实际需求。同时，应积极共建联合研发平台，探索“应用分账”模式，将成果收益按照贡献比例合理分配，形成合作再投入的正循环。

（三）从校企合作走向生态共建

未来，产教融合共同体的建设需要在机制、动力与治理三个方面不断深化。首先，要推动从项目驱动到规则共创的转型。不再局限于零散的项目合作，而是通过制度化设计和行业化规则，将成果标准化、可复制化与可推广化，逐步形成具有稳定性和外部效度的“制度资产”，为共同体的长远运行提供规则保

障;其次,应实现从外部动员到内生驱动的跃升。将合作收益通过价值共创指标、应用分账与岗位—课程对接机制嵌入校企的日常运营,使各方在循环反馈中不断强化合作动能,从而形成真正的利益共同体和价值共同体。最后,应推进从单点实践到生态共生的拓展,以数据要素和新技术赋能为抓手,建立学习账户、能力画像等工具体系,实现教育链、人才链、产业链与创新链的实时耦合,确保共同体在制度化、数据化与生态化的路径上持续优化与升级。

利益冲突

作者声明,在发表本文方面不存在任何利益冲突。

参考文献

- [1] 李玉倩.新质生产力视角下行业产教融合共同体建设逻辑与路径[J].南京社会科学,2023(12):122-129.
- [2] 汤慧芹,周斌.产教融合共同体建设:形态演进、现实审视与路径优化[J].中国职业技术教育,2024(03):21-27.
- [3] 胡新岗,黄银云,李莹.行业产教融合共同体实体化运行的具象表征、实践逻辑与推进策略[J].教育与职业,2024(07):78-84.
- [4] 陈志杰.职业教育产教融合的内涵、本质与实践路径[J].教育与职业,2018(5):35-41.
- [5] 杨善江.产教融合:产业深度转型下现代职业教育发展的必由之路[J].教育与职业,2014(33):8-10.
- [6] 欧阳河,戴春桃.产教融合的内涵、动因与推进策略[J].教育与职业,2019(7):51-56.
- [7] 崔发周.行业产教融合共同体:基本功能、制度设计与推进策略[J].职业技术教育,2023,44(28):6-12.
- [8] 赵建峰,陈凯,戎成.“双高计划”视域下高职院校产教融合共同体的建设路径[J].中国职业技术教育,2023(15):61-67.
- [9] 毛基业,张霞.案例研究方法的规范性及现状评估——中国企业管理案例论坛(2007)综述[J].管理世界,2008(04):115-121.
- [10] 许本洲,温贻芳,张慧波,张启鸿.产教融合联合体与共同体建设:路径选择与院校作为[J].中国职业技术教育,2023(08):5-11.
- [11] 许世杰,崔发周,张帅.构建行业产教融合共同体 服务中国式现代化建设——全国产教融合共同体建设工作研讨推进会综述[J].中国职业技术教育,2023(30):58-63.
- [12] 方益权,黄云碧,郭丽莹.基于命运共同体的我国高职院校产教融合新探索[J].职教论坛,2020(1):128-132.
- [13] 石伟平,郝天聪.从校企合作到产教融合——我国职业教育办学模式改革的思维转向[J].教育发展研究,2019,39(01):1-9.DOI:10.14121/j.cnki.1008-3855.2019.01.003.
- [14] 庄西真.产教融合的内在矛盾与解决策略[J].中国高教研究,2018(09):81-86.
- [15] 马树超,郭文富.高职教育深化产教融合的经验、问题与对策[J].中国高教研究,2018(04):58-61.
- [16] 杨运鑫,罗频频,陈鹏.职业教育产教深度融合机制创新研究[J].职业技术教育,2014,35(04):39-43.
- [17] 段文忠.行业产教融合共同体打造:现实困境、实践路径与发展路向[J].教育与职业,2023(13):50-54.
- [18] 王强,赵岚.职业教育产教融合共同体中利益相关者话语权的逻辑、困境与进路[J].黑龙江高教研究,2023,41(01):138-143.
- [19] 钟贞山,王磊.高职产教融合协同育人共同体建设的影响因素分析——基于扎根理论的研究[J].职教论坛,2022,38(04):120-128.

- [20] 赵晓芳. 职业教育校企命运共同体: 理论逻辑、内涵特征与行动路径 [J]. 职业技术教育, 2021, 42(25): 69-74.
- [21] 张晞, 张根华, 钱斌, 徐惠钢. 行业学院模式的产教融合共同体——以常熟理工学院光伏科技学院为例 [J]. 高等工程教育研究, 2021(05): 128-133.
- [22] 贺书霞, 冀涛. 基于共享发展理念的职业教育产教融合共同体建构 [J]. 职业技术教育, 2021, 42(04): 35-41.
- [23] 詹华山. 新时期职业教育产教融合共同体的构建 [J]. 教育与职业, 2020(05): 5-12.
- [24] 潘海生, 王佳昕. 产教融合命运共同体的时代意蕴、路径选择与行动指南 [J]. 中国职业技术教育, 2019(28): 22-27.
- [25] 王新新, 张佳佳. 价值涌现: 平台生态系统价值创造的新逻辑 [J]. 经济管理, 2021, 43(02): 188-208.
- [26] 张洪, 鲁耀斌, 张凤娇. 价值共创研究述评: 文献计量分析及知识体系构建 [J]. 科研管理, 2021, 42(12): 88-99.
- [27] 王琳, 陈志军. 价值共创如何影响创新型企业的即兴能力? ——基于资源依赖理论的案例研究 [J]. 管理世界, 2020, 36(11): 96-110+131+111.
- [28] 姜尚荣, 乔晗, 张思, 刘颖, 胡毅, 徐艳梅. 价值共创研究前沿: 生态系统和商业模式创新 [J]. 管理评论, 2020, 32(02): 3-17.
- [29] 周文辉, 曹裕, 周依芳. 共识、共生与共赢: 价值共创的过程模型 [J]. 科研管理, 2015, 36(08): 129-135. DOI: 10.19571/j.cnki.1000-2995.2015.08.017.
- [30] Prahalad C.K., Ramaswamy V. Co-creating Unique Value with Customers [J]. Strategy & Leadership, 2004, 32(3): 4-9.
- [31] Gronroos C., Ravald A. Service as business logic: Implications for Value Creation and Marketing [J]. Journal of Service Management, 2011, 22(1): 5-22.
- [32] Gronroos C., Voima P. Critical Service Logic: Making Sense of Value Creation and Co-creation [J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 2013, 41(2): 133-150.
- [33] Ballantyne D., Varey R. J. Creating value-in-use through marketing interaction: The exchange logic of relating, communicating and knowing [J]. Marketing Theory, 2006, 6(3): 335-348.
- [34] Wang X., Wong Y.D., Teo C., et al. A critical review on value co-creation: towards a contingency framework and research agenda [J]. Journal of Service Theory and Practice, 2019, 29(2): 165-188.
- [35] Neghina C., Caniels M.C.J., Bloemer J.M.M., et al. Value cocreation in service interactions [J]. Marketing Theory, 2014, 15(2): 221-242.
- [36] Vargo S.L., Lusch R.F. Service-dominant logic: Continuing the evolution [J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 2008, 36(1): 1-10.
- [37] Vargo S.L., Lusch R.F. It's all b2b...and beyond: Toward a systems perspective of the market [J]. Industrial Marketing Management, 2011, 40(2): 181-187.