

# 文创之桥：打造高校一站式服务新“境”界

曾元瑞 李昱霖 周思铭  
(上海立信会计金融学院 上海市 201620)

**摘要：**在教育改革持续推进的背景下，高校一站式服务的优化与创新成为关键课题，本研究聚焦文创理念融入高校一站式服务的探索。通过线上问卷对上海立信会计金融学院学生的调查，剖析一站式服务现状，发现存在建设目标不明、功能内容单一、思维与精神供给不足、反馈机制不完善等问题。鉴于文创产业的蓬勃发展，研究挖掘校园文化与传统文化内涵，设计融合文化元素的文创产品，如特色书签、笔记本等，并构建线上线下结合的服务模式。本研究创新地提出以文创驱动的一站式服务新模式，为高校提升服务质量、传承与创新文化、培养高素质人才提供思路，对高校发展提出加大资金与政策支持、加强人才队伍建设、强化品牌建设等建议，以期推动高校一站式服务的转型升级与文化繁荣。

**关键词：**一站式;文创;传统文化

## 一、绪论

### 1.1 研究背景

在当今教育改革持续深化的大背景下，高校教育面临着全方位的转型与升级挑战，一站式服务模式的构建成为高校教育管理现代化进程中的关键环节。这一模式旨在打破传统管理服务中部门林立、信息分散、流程繁琐的壁垒，通过整合各类资源，为学生提供集教育、管理、服务于一体的综合性平台，实现学生事务办理的便捷化、高效化，全面提升学生的校园体验与满意度。

同时，文创产业作为经济与文化深度融合的新兴产业形态，正以其独特的创意和丰富的文化内涵在全球范围内蓬勃发展。文创产业所蕴含的创新思维、文化表达以及对市场需求的敏锐洞察，为高校一站式服务的发展提供了新的思路与方向。将文创理念融入高校一站式服务体系，不仅能够为学生提供更加个性化、富有创意的服务体验，更能在潜移默化中实现校园文化的传承与创新，激发学生的创新意识与文化认同感。

### 1.2 研究目的与意义

本研究旨在深入剖析将文创理念融入高校一站式服务的可行性与实践路径，通过打造一站式服务新“境”界，实现高校服务质量与校园文化建设的双重提升。具体而言，本研究期望达成以下目标：一是构建一套融合文创元素的高校一站式服务创新模式，优化服务流程，提高服务效率，为学生提供更加便捷、高效、个性化的服务体验；二是深入挖掘校园文化内涵，通过文创手段将校园文化元素巧妙融入一站式服务的各个环节，实现校园文化的创新性传播与传承，增强学生对校园文化的认同感与归属感；三是通过一站式服务平台，整合校内外资源，为学生提供更多的实践机会与创新平台，培养具有创新能力和文化素养的高素质人才。

本研究具有重要的理论与实践意义。从理论层面来看，本研究将文创产业与高校一站式服务相结合，拓展了高校教育管

理研究的视野，丰富了相关领域的理论体系。从实践层面而言，本研究成果将为高校一站式服务的建设与优化提供切实可行的指导方案，助力高校提升服务质量与管理水平，满足学生日益多样化的需求。

### 1.3 国内外研究现状和发展动态

#### 1.3.1 国外研究现状

在国外，高校一站式服务模式发展地相对成熟。以美国为例，许多高校构建了集教学、科研、生活服务于一体的综合性服务平台，借助先进的信息技术，实现了服务的高效化与智能化。学生可通过在线平台便捷地办理各类事务，如选课、缴费、申请奖学金等，很大程度地提高了服务效率。同时，国外高校也注重将校园文化融入服务中，通过校园建筑、文化活动等形式展现学校特色。

国外对文创产品的研究与开发也较为深入。英国在文创产业领域处于世界领先地位，其文创产品注重创意与品质的结合，涵盖了艺术、设计、时尚等多个领域。在文创产品的设计上，国外强调跨学科融合，将艺术、科技、商业等多学科知识运用到产品开发中，以满足不同消费者的需求。

#### 1.3.2 国内研究现状

在国内，高校一站式服务模式近年来得到了广泛推广。众多高校纷纷建立一站式服务中心，整合校内资源，优化服务流程。从2019年到2022年，有10所高校率先试点，31所高校集成探索，到2024年，实现了“一站式”学生社区建设全覆盖的达到了2720所。从发展趋势来看，未来高校一站式服务与文创的融合将更加紧密。随着科技的不断进步，一站式服务将更加智能化、个性化，借助大数据、人工智能等技术，为学生提供精准的服务推荐和定制化服务。在文创产品的开发上，将更加注重文化内涵与科技创新的结合，运用虚拟现实、增强现实等技术，提升文创产品的体验感和吸引力。

### 1.4 研究方法与创新点

本研究运用调查研究法,通过设计对于高校一站式服务发展现状的调查,分析其发展趋势以及存在的问题,并分析已有研究在服务模式、文创产品设计、文化传播等方面的成果与不足,从而明确本研究的切入点与创新方向。

本研究的创新点在于对一站式服务新模式的创新探讨。通过一种全新的、以文创为特色的高校一站式服务模式,不仅能够提升服务效率,还能为学生带来独特的文化体验,增强学生对学校的认同感与归属感。本研究不仅仅将文创产品作为一种宣传品或纪念品,而是深入探索其在服务过程中的功能性与教育性。

## 二、高校内学生一站式服务校内现状及问题分析

### 2.1 学生一站式服务运行现状

学生一站式服务中心作为高校教育信息化发展的重要平台,近年来在高校中得到了广泛推广和应用。该中心集学业咨

询、心理辅导、就业指导等多功能于一体,旨在为学生提供全面、便捷的服务。通过研究调查,我们了解到一站式服务中心在学生中已具有一定的知名度和使用率,成为学生学习和生活中不可或缺的一部分。

### 2.2 研究调查

#### 2.2.1 研究调查设计

本次调查采用线上问卷的形式进行,主要调查对象为上海立信会计金融学院的在校学生,样本总量为83,问卷设计的内容涵盖了学生的基本信息、对一站式服务中心的认知度、使用频率、满意度等多个方面。问卷设计注重简洁明了,易于理解和填写,以确保数据的准确性和可靠性

#### 2.2.2 调查结果及分析

类别	数据	百分比	人数
年级分布	大一	93.42%	71
	大二	5.26%	4
	大三	1.32%	1
	研究生	0%	0
性别比例	男	43.42%	33
	女	56.58%	43
社区认知度	是	67.11%	51
	否	32.89%	25
信息获取途径	学校公告	67.11%	51
	社交媒体	48.68%	37
	朋友推荐	56.58%	43
	其他	25%	19
主要渠道	学术交流平台	65.79%	50
	社区活动列表与报名	57.89%	44
	校园新闻推送	59.21%	45
满意度评价	非常满意	39.47%	30
	比较满意	35.53%	27
	一般	22.37%	17
	不太满意	2.63%	2
	非常不满意	0%	0

调查对象主要集中在大一学生,在性别分布上相对均衡。在知名度上,超过半数的学生(67.11%)对一站式服务中心有一定的了解。在满意度评价方面,“非常满意”和“比较满意”的学生占比总和超74%,整体满意度较高。但仍有一部分学生表示“一般”或“不太满意”,说明一站式服务中心在服务和功能上仍有提升空间。学生主要通过学校公告(67.11%)、社交媒体(48.68%)和朋友推荐(56.58%)等方式了解一站式服务中心。其中,学校公告占比最高,说明学校公告是宣传推广一站式服务中心的有效途径。社交媒体和朋友推荐也起到了重要作用,表明一站式服务中心在社交媒体上的传播效果良好,且学生之间的口碑传播具有一定影响力。

使用频率	每天至少一次	7.89%	6
	每周至少一次	19.74%	15
	每月至少一次	27.63%	21
	从未使用过	44.74%	34

大部分学生对一站式服务中心的使用频率较高。其中,每天至少使用一次的学生占比7.89%,每周至少使用一次的学生占比19.74%,每月至少使用一次的学生占比27.63%。这表明一站式服务中心在学生中具有较高的使用率,成为学生学习和生活的重要辅助工具。

### 2.3 问题分析

尽管一站式服务中心在学生中获得了一定的认可和使用率,但在调查过程中也发现了一些问题:

1. “一站式”学生社区建设目标不明:

在当前“一站式”学生社区建设快速发展的阶段,部分高校由于其建设目标的不清晰,理解不透彻,导致只是顺应社会发展而建设一站式,并非根据实际情况进行适合的发展。继而导致从学生角度看,仍有32.89%的学生表示对一站式服务中心不了解,不仅说明高校在明确“一站式”学生社区建设目标上有欠缺,还说明该在宣传推广方面还需加强。学校应明确建设目标的同时,进一步拓宽宣传渠道,提高一站式服务中心的知名度和影响力。

#### 2. “一站式”学生社区功能较弱、服务内容较单一

导致高校“一站式”学生社区建设部分服务和教育功能较弱,是由于在高校与学生双向影响的基础下,其发展要素影响较多并相对复杂。部分学生在满意度评价中还表示,一站式服务中心的服务内容不够丰富,无法满足他们的多样化需求。因此,一站式服务中心应不断优化服务内容,增加更多实用的功能模块,以满足学生的不同需求,增强自身社区功能

#### 3. “一站式”学生社区建设思维单一,精神内容供给娱乐化

“一站式”学生社区建设的目标不应仅仅是满足学生基本学习生活的最低需求,更应关注其实现自我价值的最高需求。

“一站式”服务部分高校呈现重迎合需要、轻思想引领的倾向和“娱乐内容有余、启发性内容不足”的特征。学生社区所举办的活动过于传统和单一化,缺乏顶层设计,缺少思想内涵。

#### 4. 问题反馈机制需完善

在调查过程中,部分学生反映在使用一站式服务中心时遇到了一些问题,但缺乏有效的反馈机制来解决这些问题。因此,一站式服务中心应建立完善的问题反馈机制,及时收集和处理学生的意见和建议,不断改进和优化“一站式”服务质量。

### 三、校园文创产品助力学生一站式服务发展

#### 3.1 校园文创设计概述

校园文创设计是将校园独特的文化元素,如校史、校训、校园精神、特色学科等,与现代创意设计理念相结合,通过对各类产品的设计与开发,创造出具有文化内涵、审美价值和实用功能的产品。这一过程不仅是对校园文化的提炼与呈现,更是对校园文化的创新表达。校园文创设计的核心在于深入挖掘校园文化的精髓,将其巧妙地融入到产品的设计中,使产品成为校园文化的生动载体。

校园文创设计的目的在于多方面地服务于校园文化和师生的需求。一方面,通过文创产品的形式,让校园文化更加贴近师生的日常生活,使师生在使用文创产品的过程中,潜移默化地受到校园文化的熏陶,增强对学校的认同感和归属感。另一方面,校园文创产品作为学校对外交流的独特名片,能够向社会展示学校的特色和文化魅力,提升学校的知名度和影响力。

此外,校园文创设计还能够激发学生的创新思维和创造力,鼓励学生积极参与到校园文化的创作与传播中来,为校园文化的发展注入新的活力。

#### 3.2 校园文创形式

校园文创形式丰富多样,涵盖了多个领域,以满足师生不同的需求和喜好,从不同角度展现校园文化的魅力。在文具类文创产品中,定制笔记本设计独具匠心,封面采用学校标志性颜色渲染,并刊刻校徽,内页纸张选用高品质材质,既实用又充满文化气息。创意书签的设计也别出心裁,在银色鹅颈书签上镌刻校徽。

#### 3.3 校园文创对于一站式服务发展的帮助

在一站式服务社区中,对文创产品进行宣传、展览和售卖,具有多方面的积极意义。这些文创产品以独特的设计和和丰富的文化内涵,生动地体现了学校的特色与文化底蕴。例如,一款以学校标志性建筑为原型设计的金属书签,其精致的工艺和独特的造型,不仅展现了学校建筑的美学价值,更传递出学校深厚的历史文化底蕴,让学生在使用过程中,能够直观地感受到学校的独特魅力。

文创产品对学生的全面发展有着积极的推动作用。通过接触和使用这些产品,学生能够更加深入地了解学校的历史、文化和精神。同时,文创产品所蕴含的创新思维和设计理念,也能够启发学生的创造力和想象力,培养学生的审美能力和艺术素养,促进学生的全面发展。

### 四、传统文化与学生一站式服务融合发展

#### 4.1 传统文化的内涵与价值

##### 4.1.1 传统文化的内涵

传统文化是指一个民族或地区在长期历史发展过程中所形成的具有独特性、稳定性和传承性的文化体系。它涵盖了哲学、文学、艺术、道德、宗教、习俗等诸多方面,是民族精神和价值观的集中体现。[1]例如,中国的传统文化包括儒家思想、诗词歌赋、书法绘画、传统节日等,这些文化元素承载着中华民族的历史记忆和智慧结晶,是中华民族在世界文化之林中独树一帜的重要标志。

##### 4.1.2 传统文化的价值

传统文化的融入对于学生一站式服务的发展具有重要意义:

1.提升教育价值:传统文化里所蕴含的丰富道德观念、人生智慧和行为准则,能够有效地引导学生树立正确的价值观、人生观和世界观。学生可以在学习传统文化中汲取营养,培养良好的品德修养和人文素养,促进其“德智体美劳”全面发展。

2.提升审美价值:我们将传统文化融入学生一站式服务,可以更好地为学生营造良好的校园环境,营造传统文化氛围,

同时也有助于在潜移默化中提升学生的审美能力和艺术鉴赏力,更好激发学生的创造力和想象力。

3.提升凝聚价值:传统文化是民族共同的精神家园,具有强大的凝聚力和向心力。在学生一站式服务中融入传统文化,

文创产品偏好	数量	占比	人数
书签	48	63.16%	48
U盘	36	47.37%	36
笔记本	41	53.95%	41
立体明信片	38	50%	38
小夜灯	44	57.89%	44
飞盘	13	17.11%	13
冰箱贴	21	27.63%	21
其他	3	3.95%	3

#### 4.2.1 传统文化文创产品设计

文创产品作为当前传统文化与现代创意相结合的高热度新产物,所具有一定的独特的文化内涵和实用价值。在学生一站式服务中,我们根据之前的问卷调查数据设计了一系列以传统文化为主题的文创产品,如带有传统图案的书签、印有诗词句和校园 logo 的笔记本、融合传统工艺的校园沙漏小夜灯纪念品等。这些文创产品不仅能够满足生活需求,还能让同学在使用过程中接受来自传统文化的熏陶,不断增强对传统文化的兴趣。

#### 4.2.2 线上线下结合的服务模式

线上线下结合的服务模式在信息技术的飞速发展下,已经成为学生一站式服务的新趋势。在传统文化与学生一站式服务的融合中,我们可以充分利用线上平台的优势,打造传统文化学习与交流的线上社区,由一站式服务中心牵头,同学们自由发布传统文化知识、视频、音频等资源,邀请手艺人开展线上分享会等活动,让学生能跨越时空限制,随时随地都能学习和了解传统文化。同时,线下我们在服务中心以及校园布置文化长廊等场所,为展示传统文化实物、艺术品和学生作品提供场地支持。我们提出举办线下文化活动和线上互动体验项目,更好地将线上线下的资源和服务有机整合,形成全方位、多层次的传统文化“一站式”服务模式,为学生提供更加高效、多元的传统文化学习体验。

### 五、结论与展望

#### 5.1 研究总结

本研究深入探讨了高校文创一站式服务这一创新模式,通过“文创”这一桥梁将传统文化和校园文化连接在一起,助力高校一站式发展。在高校一站式服务与文创融合的理论基础方面,明确了一站式服务以学生为中心,整合多种服务功能,满足学生多样化需求的内涵与特征。同时,揭示了文创在高校服务中作为传统文化传承与创新载体、提升校园文化氛围、增强学生归属感与认同感的重要价值。

能够增强学生对本民族文化的认同感和归属感,促进学生之间的交流与合作,形成积极向上的校园文化氛围,凝聚起学生共同成长、共同进步的力量。

#### 4.2 传统文化融入在学生一站式服务中的应用

在校园文创产品助力学生一站式服务发展的研究中,详细阐述了校园文创设计的理念,强调将校园文化元素与现代创意相结合,通过丰富多样的文创形式,如文具、生活类产品等,展现校园文化特色。这些文创产品不仅为学生提供了具有实用价值和传统文化内涵的物品,还在一站式服务中发挥了积极作用,促进了学生对传统文化及学校文化的了解与认同,推动了学生的全面发展。

#### 5.2 对高校发展的建议

基于上述研究,对高校发展提出以下建议:1.高校应加大对文创一站式服务的资金投入与政策支持,设立专项发展基金,用于资源整合、服务设施建设、文创产品开发等方面;制定鼓励师生参与的政策,如将学生参与文创项目纳入实践学分体系,对在文创服务中表现突出的教师给予教学成果奖励等,激发师生的积极性和创造力。

2.加强专业队伍建设至关重要。高校可引进具有文创设计、服务管理、信息技术等专业背景的人才,充实一站式服务团队。同时,定期组织现有工作人员参加专业培训,提升其业务能力和服务水平。例如,开展文创产品设计培训、数字化服务平台操作培训等,打造一支高素质、专业化的服务团队。

3.持续强化品牌建设 with 推广力度。高校应明确文创一站式服务的品牌定位,突出学校特色和文化内涵,打造具有辨识度和影响力的品牌形象。利用学校官网、社交媒体、校园广播等多种渠道,广泛宣传文创一站式服务的内容、特色和成果,提高师生和社会的知晓度与认可度。积极参与各类文化交流活动和文创赛事,展示学校的文创成果,提升学校的文化品牌形象。

#### 参考文献:

[1]颜成宇,王安琦,孙博.基于中华优秀传统文化的吉林文旅产品设计[J].丝网印刷,2024(7):77-79.

基金项目:上海立信会计金融学院大学生创新创新计划资助(项目编号:S202411047121)

项目指导老师:刘婷