

中国时尚产业背景下的国际商务本科教育课程改革研究

王晨烨*

(北京服装学院时尚管理学院, 北京 朝阳 110105)

摘要: 本文聚焦中国时尚产业全球化转型对国际商务人才的新需求, 构建以“产业引领、跨界融合、实践驱动”为核心理念的模块化课程体系。通过四大课程模块的系统设计, 融合国际先进教育经验与本土实践案例, 培养具备全球视野、文化智力与创新能力的复合型国际商务人才, 为中国时尚品牌出海提供人才支撑, 推动国际商务本科教育的创新发展。

关键词: 国际商务; 时尚产业; 课程改革

引言

在中国时尚产业从“制造出口”向“品牌出海”战略转型的背景下, 传统国际商务教育模式面临严峻挑战。本文基于产业需求分析, 提出以时尚产业为场景的课程改革路径, 通过重构课程体系、创新教学模式, 解决人才培养与产业需求的错位问题, 为中国时尚产业全球化发展提供人才保障。

1 中国时尚产业的战略地位与教育需求重构

时尚产业作为全球化程度最高、创新活力最强的产业之一, 已成为衡量一个国家经济文化影响力的重要标志。从历史演进来看, 中国时尚产业经历了从代工生产(OEM)向原创设计(ODM)与自主品牌(OMB)的战略转变。这一转型不仅是产业结构的升级, 更是整个产业链条的重构。特别在“一带一路”倡议背景下, 中国时尚企业从早期的“加工制造”逐步转向“品牌出海”, 对国际商务人才的需求发生了根本性变化。传统贸易人才已无法满足时尚产业全球化发展的需要, 亟需既懂国际商务规则, 又熟悉时尚产业特性, 兼具文化理解与创意表达能力的复合型人才。

中国时尚产业的全球化进程具有明显阶段性特征。21世纪初期, 中国主要承接全球服装制造业转移, 成为“世界工厂”; 2010年后, 随着人力成本上升和土地资源紧缺, 产业开始向中西部转移并同步升级; 当前阶段, 在数字经济与可持续发展浪潮下, 中国时尚产业正通过原创设计、品牌建设与绿色发展重塑全球竞争力。这一转型对国际商务人才的能力结构提出了全新要求, 从传统的贸易执行向品牌全球化运营、跨文化营销、可持续供应链管理等方向拓展。

作者简介: 王晨烨(2003-), 男, 研究生, 研究方向为中国服装企业国际化、时尚产业分析、跨国纺织企业投资与经营国际商务。

通讯作者: 王晨烨

发展阶段	主导模式	核心能力需求	国际商务活动重点
2000-2010 年	OEM 代工制造	订单处理、质量控制、生产管理	加工贸易、代工出口
2010-2020 年	ODM 自主设计	设计管理、供应链协调、成本控制	设计服务输出、供应链优化
2020 年至今	OBM 品牌运营	品牌管理、跨文化营销、数字化转型	品牌出海、数字营销、可持续贸易

表 1：中国时尚产业发展阶段与人才能力需求变化

中国时尚产业的全球化发展不仅体现在商业层面，更承载着文化输出的重要使命。纵观现代时装设计的演进，其驱动力的重大转变清晰可辨：从 20 世纪初保罗·布瓦列特通过摒弃紧身胸衣，开启了解放身体、呼应社会变革的现代主义序幕；到 20 世纪 60 年代伊夫·圣·洛朗通过“蒙德里安裙”等设计，确立了从艺术与异文化中汲取灵感，进行创造性转化的“文化炼金”模式；再到 21 世纪，特别是在过去十余年间，可持续时尚从边缘倡议崛起为重塑整个产业价值体系的核心力量，标志着时尚业从对风格与文化的关注，深化为对生态伦理、社会责任和商业文明的整体性反思。中国时尚品牌要在全球市场确立地位，必须将中国文化元素与现代设计理念相结合，这也要求国际商务人才具备将文化资源转化为商业价值的能力。

2 国际商务教育现状与改革必要性

当前国际商务本科教育在适应时尚产业需求方面存在明显不足，主要体现在课程结构滞后、实践教学薄弱与师资力量单一三大问题。首先，课程内容更新缓慢，未能及时反映时尚产业全球化发展的最新趋势。多数院校的国际商务课程仍以传统制造业贸易为主，缺乏对时尚产业特有问题如季节性问题、潮流预测、快周转供应链等的针对性教学。

实践教学环节的缺失是另一显著问题。传统的国际商务专业实习多以外贸跟单、报关报检等基础业务为主，而时尚产业所需的品牌跨境运营、多文化市场策略、时尚产品数字化营销等高端技能培养几乎空白。一项调查显示，超过 70% 的时尚企业反映，国际商务毕业生需要至少一年的再培训才能胜任品牌出海相关工作。这种现象的产生与高校实践教学体系的不完善有直接关系。

此外，师资队伍的国际实践经验不足也制约了人才培养质量。国际商务专业的教师多来源于传统商科背景，缺乏时尚产业实际工作经验，尤其缺乏对全球时尚消费趋势、跨国品牌管理和可持续时尚发展的深入理解。同时，高校现有的教师评价体系偏重学术成果，难以激励教师参与产业实践提供有效激励。

从产业需求角度看，时尚产业的国际商务活动具有鲜明特点：一是产品生命周期短，对供应链响应速度要求极高；二是文化附加值高，需要深入理解不同市场的消费文化；三是跨界融合性强，涉及设计、营销、文化、技术等多领域整合。这些特点决定了面向时尚产业的国际商务教育必须打破传统学科界限，构建更加综合、实践导向的课程体系。

在“一带一路”倡议背景下，中国时尚产业的全球化发展呈现出多元化路径。一方面，传统服装品牌通过跨境电商渠道快速拓展国际市场；另一方面，新锐设计师品牌通过国际时装周、海外 showroom 等渠道建立全球影响力。这些变化要求国际商务人才不仅要掌握传统贸易技能，更要具备全球视野、文化智力和创新思维等综合能力。

3 国内外教育经验借鉴与模式比较

3.1 国际先进教育模式分析

法国时装学院(IFM)作为全球时尚教育的典范，其课程体系构建值得深入借鉴。IFM 将设计、技术与管理营销三类课程有机结合，各占约 20 门，形成了均衡的能力培养架构。在跨学科教学方面，IFM 要求来自不同专业背景的学生必须选修三大类课程中的 5 门课，这种制度设计强制性地打破了专业壁垒，培养了学生的跨界思维与团队协作能力。更为重要的是，IFM 的课程内容与行业需求保持同步更新，通过引入行业专家参与教学全过程，确保学生学习内容与行业实际需求的一致性。

英国时尚教育则以其创新性与前瞻性著称，中央圣马丁艺术与设计学院等知名院校不仅培养学生的创新能力，更注重塑造学生的批判性思维与未来视野，鼓励学生挑战传统时尚观念，探索新材料、新技术与新商业模式。这种强调创新与批判的教育理念，正是中国时尚产业从跟随向引领转变过程中最为需要的能力要素。

美国时尚教育则更加注重商业应用，如纽约时装学院(FIT)的课程设置紧密对接成衣市场需求，培养学生将创意设计与商业价值有机结合的能力。日本文化服装学院则坚守“匠人精神”，在时尚工科专业中设立了成衣设计、纸样技术、工业采购等专业方向，体现了对技术细节的极致追求。

韩国 Sungkyunkwan University 与 Patagonia Korea 的合作项目展示了产业-学术合作的新模式。在“Fashion Graphics”课程中，学生不仅学习设计技能，更通过创作传递环境保护理念，将时尚视为社会议题的传播媒介。这种项目不仅培养了学生的专业能力，更强化了其社会责任与可持续发展意识。

3.2 国内院校实践探索

山东工艺美术学院在跨专业融合方面进行了有益探索，通过《时尚摄影》课程将摄影与服装表演两个专业的学生组成创作团队，共同完成从创意构思到成片展示的完整流程。这种跨专业合作实践不仅丰富了学生的知识结构，更培养了团队协作与项目执行能力，模拟了真实时尚产业的工作模式。

苏州大学艺术学院则提出了“政、产、学、研、商、用”六位一体的服装人才培养理念，通过建立实训工作室，实施“师带徒”模式，让学生在校期间就能参与真实项目，直面市场和社会需求。这种产学研深度融合的模式有效缩短了学生从校园到职场的适应期。

国家/院校	教育模式特点	课程设计理念	可借鉴价值
法国 IFM	设计-技术-管理三位一体	强制跨学科选修，均衡能力培养	打破专业壁垒，培养跨界思维
英国院校	强调创新与批判	鼓励实验性、前瞻性探索	培养创新意识与未来视野
美国 FIT	注重商业应用	紧密结合市场需求	强化创意与商业的结合
日本文化服装学院	匠人精神，技术专注	细分技术领域，深耕工艺	培养专业技术与精益求精态度
山东工艺美术学院	跨专业融合	重构知识模块，项目制学习	模拟真实工作场景，培养团队协作

表 2：国际时尚教育模式比较与借鉴

4 课程改革方案设计：理念、框架与路径

4.1 课程重构原则与思路

面向时尚产业的国际商务课程改革应遵循“产业引领、跨界融合、实践驱动”的基本原则。产业引领意味着课程内容必须紧跟时尚产业全球化发展的最新趋势，特别是数字化转型、可持续发展和体验经济等重大变革对国际商务活动的影响。跨界融合要求打破传统学科界限，整合设计、文化、商业与技术等多领域知识，培养学生的综合思维能力与创新解决问题能力。实践驱动则强调通过真实项目、模拟实训和企业实践等方式，让学生在解决实际问题中构建知识体系与发展能力。

课程体系设计应充分考虑时尚产业价值链的全球布局特点，围绕产品开发、供应链管理、品牌营销、零售管理等关键环节，构建与之对应的能力培养模块。特别是在“一带一路”背景下，课程应加强学生对不同文化市场特点的理解，培养其在不同商业环境中的适应与创新能力。

4.2 模块化课程体系构建

基于时尚产业对国际商务人才的能力需求，可构建以下四大课程模块：

时尚产业基础模块旨在帮助学生建立对时尚产业的整体认知，包括《时尚史与流行文化》、《时尚产业链与商业模式》、《纺织材料与可持续发展》等课程。该模块的教学应结合大量案例分析，如 NellyRodi 趋势发布会的解读、亚马逊跨境平台运营模式分析等，让学生理解时尚产业的运作规律与全球化特点。

国际商务核心模块聚焦时尚产业国际化的专业能力培养，包括《时尚品牌全球化战略》、《跨境电子商务与数字营销》、《时尚供应链与物流管理》等课程。该模块应引入一线工作案例，如中国时尚品牌出海过程中的本土化挑战、快时尚品牌的全球供应链布局等，培养学生解决实际问题的能力。

跨文化创新模块重点培养学生的文化智力与创新思维，包括《跨文化消费行为》、《时尚买手与全球采购》、《时尚创意与创业》等课程。该模块可借鉴法国时装学院的跨学科教学方法，将设计、营销与管理背景的学生混合编组，共同完成品牌进入新市场的创新方案。

实践整合模块通过项目制学习整合前三个模块的知识与技能，包括《时尚品牌出海实战模拟》、《可持续时尚项目开发》、《行业实习与毕业设计》等课程。该模块可参考山东工艺美术学院的跨专业合作模式，让学生组成团队完成从市场调研、品牌定位到营销推广的全流程项目。

课程模块	核心课程	能力培养重点	教学方法特色
时尚产业基础	时尚史与流行文化、时尚产业链与商业模式	产业认知、趋势洞察、可持续发展意识	案例教学、行业嘉宾讲座
国际商务核心	时尚品牌全球化战略、跨境电子商务	战略规划、跨境运营、数字营销能力	一线工作案例、模拟实训
跨文化创新	跨文化消费行为、时尚买手与全球采购	文化理解、创意表达、资源整合	跨学科团队项目、工作坊
实践整合	时尚品牌出海实战模拟、行业实习	项目执行、团队协作、问题解决	企业真实项目、产学研合作

表 3：模块化课程结构与能力培养目标

4.3 实践教学体系与师资队伍建设

实践教学体系应构建多层次、全覆盖的能力训练路径，包括课程内实践模块、跨专业合作项目、企业实地实习与毕业设计等多个环节。特别是要加大跨专业合作实践的比重，参考山东工艺美术学院的经验，将国际商务、服装设计、数字媒体等不同专业的学生组织起来，共同完成综合性项目。例如，可以模拟国际时尚品牌的全球化进程，让学生分组负责不同区域市场的拓展计划，包括市场调研、品牌定位、渠道选择、营销策略等全流程工作。

在产教融合方面，可借鉴 Sungkyunkwan University 与 Patagonia Korea 的合作模式，引入企业真实项目作为教学载体。例如，与正在出海的中国时尚品牌合作，让学生参与其国际市场拓展的实际工作，或在企业指导下完成针对特定市场的品牌本土化方案。这种深度产教融合不仅为学生提供了真实学习体验，也为企业提供了创新思路与人才储备。

师资队伍建设是课程改革成功的关键。应建立“双师型”教师队伍，一方面鼓励现有教师通过企业挂职、海外研修等方式积累产业经验；另一方面大量引进具有时尚产业实战经验的专家参与教学。可参考法国时装学院的行业专家参与机制，聘请时尚企业高管、品牌创始人、知名设计师等作为客座教授，定期参与课程设计、教学实施与作品评价。

5 改革意义与实施展望

面向时尚产业的国际商务本科教育课程改革具有多重意义。从人才培养角度看，它解决了传统教育中理论与实际脱节、能力与需求错位的问题，培养了适应时尚产业全球化发展的高素质人才。从产业升级角度看，它为中国特色时尚品牌出海提供了人才支撑，推动了时尚产业从规模扩张向价值提升的战略转型。从教育创新角度看，它探索了跨学科融合、产教结合的新路径，为本科教育改革提供了可复制的经验。

这一课程改革的实施应当分阶段稳步推进。短期内，可选择部分课程进行试点，探索跨专业合作与项目制教学的有效模式；中期来看，应构建完整的课程体系与评价标准，形成可推广的改革成果；长期而言，应建立与时俱进的课程更新机制，确保教育内容与产业发展同步演进。

在“一带一路”倡议与“双循环”发展格局背景下，以时尚产业为先导的国际商务课程改革还具有深远的战略意义。时尚产业作为文化创意产业的重要组成部分，其全球化发展是提升

国家文化软实力的有效途径。通过培养一大批既懂国际商务规则，又理解时尚产业规律，更具备文化自信与创新精神的高素质人才，中国有望从全球时尚的跟随者逐步转变为规则制定者与趋势引领者，在世界时尚舞台发出更强音。

需要注意的是，课程改革的成功不仅取决于高校自身的努力，还需要政府政策的支持与产业界的积极参与。政府应通过资金扶持、政策引导等方式鼓励高校与企业合作；行业组织应协助制定人才标准、提供实习岗位；企业应深度参与课程设计、提供实践机会。只有政、产、学、研多方协同，才能构建良性发展的时尚人才培养生态系统。

参考文献：

- [1] 王梦,董辉,赵志明,等. 发展新质生产力对国际商务人才培养的影响及创新模式[J]. 四川劳动保障, 2025, (19) :172-173.
- [2] 苏运甲. 高职国际商务管理专业实践教学体系创新研究[J]. 佳木斯职业学院学报, 2025, 41 (10) :209-211.
- [3] 刘妍, 闫文慧, 翟羽佳. 数智时代国际商务专业人才胜任力培养研究[C]//中国高校校办产业协会终身学习专业委员会. 第五届教育技术创新与发展学术研讨会论文集. 天津外国语大学国际商学院;, 2025:423-427. DOI:10.26914/c.cnkihy. 2025. 038593.
- [4] 李涵旭, 梁丽莉. 基于 OBE 和模块化教学理论的高职学生语言教学研究——以广西国际商务职业技术学院为例[J]. 汉字文化, 2025, (14) :43-45. DOI:10.14014/j.cnki.cn11-2597/g2. 2025. 14. 014.
- [5] 邓鹏丽, 李之松. 新质生产力赋能国际商务礼仪教学研究[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2025, (06) :86-89. DOI:10.16227/j.cnki.tycs. 2025. 0320.
- [6] 叶国翔. OBE 理念下任务驱动教学模式在中职《跨境电商实务》课程教学的应用研究[D]. 广东技术师范大学, 2025. DOI:10.27729/d.cnki.ggdjs. 2025. 000384.
- [7] 孙平. 宁波产业升级视角下高校国际商务人才培养模式优化探索[J]. 宁波经济(三江论坛), 2025, (05) :43-45+16.
- [8] 罗祥周. “科研反哺教学”模式在国际商务本科毕业论文指导中的应用研究[J]. 产业创新研究, 2025, (09) :184-186.
- [9] 陶琳. “双高”背景下高职商务英语专业群课程体系建设研究[J]. 湖北开放职业学院学报, 2025, 38 (09) :188-190+193.
- [10] 曾建兰. 中外合作办学国际商务专业“大学英语”课程教学探索与实践[J]. 保险职业学院学报, 2025, 39 (02) :87-91.
- [11] 李彤辉. 中国传统文化融入国际商务谈判课程的探索[C]//河南省民办教育协会. 2025 年高等教育发展论坛暨思政研讨会论文集(上册). 陕西国际商贸学院;, 2025:57-59. DOI:10.26914/c.cnkihy. 2025. 006030.
- [12] 邹思晓, 庞玉珠瑗. 国际商务谈判竞赛促进大学生多元能力提升的践行路径——以国际经济与贸易专业为例[J]. 西部素质教育, 2024, 10 (05) :101-104. DOI:10.16681/j.cnki.wcqe. 202405024.
- [13] 李晓燕. 高职院校国际商务合作交流中口译动态 RDA 模型的构建与应用研究[C]//中国智慧工程研究会. 素质教育创新发展研讨会论文集(三). 广州华商职业学院;, 2024:34-37. DOI:10.26914/c.cnkihy. 2024. 002580.
- [14] 王娜, 王俊英, 侯静. 国际商务函电课程行动导向型教学模式改革与实践[J]. 中国教育技术装备, 2023, (11) :105-107.
- [15] 张憬恬. 《国际商务运作》线上课堂口译实践报告[D]. 西南科技大学, 2023. DOI:10.27415/d.cnki.gxngc. 2023. 001060.

-
- [16] 林川, 彭程. 新文科背景下专业硕士校企育人模式构建探究——以四川外国语大学国际商务专业为例 [J]. 西部素质教育, 2023, 9 (07) : 5-8+30. DOI: 10.16681/j.cnki.wcqe.202307002.
- [17] 李昊, 张巨勇, 董邦国. 国际商务学科高质量发展路径思考——暨国际商务学科建设与学术前沿论坛会议综述 [J]. 大连民族大学学报, 2023, 25 (02) : 113-116. DOI: 10.13744/j.cnki.cn21-1431/g4.2023.02.008.

Research on the Curriculum Reform of International Business Undergraduate Education in the Context of China's Fashion Industry

WANG Chenye*

(School of Fashion Management, Beijing Institute of Fashion Technology, Chaoyang, Beijing 110105,
China)

Abstract: This study addresses the new demands for international business talents arising from the globalization transformation of China's fashion industry. It constructs a modular curriculum system guided by the core principles of "industry leadership, cross-border integration, and practice orientation." Through systematic design of four major curriculum modules and integration of international advanced educational experiences with local practical cases, the reform aims to cultivate versatile international business talents with global perspective, cultural intelligence, and innovative capabilities. This initiative provides talent support for Chinese fashion brands going global and promotes innovative development in international business undergraduate education.

Keywords: International business; Fashion industry; Curriculum reform