

# AI + 产教融合：时尚跨学科金课建设路径研究

杨舒敏

浙江纺织服装职业技术学院，浙江 宁波 315000

DOI: 10.61369/VDE.2025210031

**摘 要：**随着人工智能技术在时尚行业的深度渗透，从虚拟试衣、AI 视觉设计到消费数据精准分析，行业对人才的需求已经从单一的技能型向跨学科复合型的方向变化，既需要掌握时尚设计与营销逻辑，又需要具备 AI 工具应用与数据解读能力。《时尚视觉营销与策划》作为时尚类专业的核心课程，承担着培养学生视觉表达、营销策划与市场落地能力的重要职能。然而，现阶段传统的教学模式存在局限，面临懂理论不懂技术、会策划不会实践的问题，难以适配行业对跨学科人才的需求。

**关 键 词：**产教融合；时尚跨学科；金科建设

## AI + Industry-Education Integration: Research on the Construction Path of Fashion Interdisciplinary "Golden Course"

Yang Shumin

Zhejiang Fashion Institute of Technology, Ningbo, Zhejiang 315000

**Abstract：**With the in-depth penetration of artificial intelligence (AI) technology in the fashion industry — ranging from virtual fitting, AI visual design to precise consumer data analysis — the industry's demand for talents has shifted from single-skill-oriented to interdisciplinary and compound-oriented. Talents are now required to not only master fashion design and marketing logic but also possess the ability to apply AI tools and interpret data. As a core course for fashion-related majors, Fashion Visual Marketing and Planning undertakes the important function of cultivating students' abilities in visual expression, marketing planning and market implementation. However, the traditional teaching model at this stage has limitations, facing problems such as "understanding theory but not technology" and "being able to plan but not practice", which makes it difficult to meet the industry's demand for interdisciplinary talents.

**Keywords：**industry-education integration; fashion interdisciplinary; golden course construction

### 前言

在人工智能技术引领的全球化产业变革的背景下，时尚产业作为与科技创新、文化表达衔接的重要领域，历经前所未有的变革。从大数据趋势预测、AI 辅助的设计生成，再到虚拟试衣、智慧门店的视觉陈列，AI 技术应用于时尚价值链的各个环节，这也对行业人才的综合素质提出更高的要求。《时尚视觉营销与策划》这门课程具有较强的实践性、创意性与商业性，它是连接品牌、产品和消费者的重要环节。而构建跨学科金课有助于保障教学成效，确保学生的高效学习和发展。

### 一、《时尚视觉营销与策划》课程教学的现存问题

#### （一）跨学科融合浅层化，知识体系单一

现阶段，传统的课程主要以时尚设计 + 市场营销为核心框架，没能融入 AI 技术、数据分析、视觉编程等跨学科的内容。例如，在视觉方案设计模块中，只要求学生用 PS、AI 完成静态海报，没能应用 python 等 AI 数据分析工具。这种单一模式的教学导致学生无法应用 AI 技术解决实际营销中的视觉创新问题，从而使其的跨学科能力无法得到提升<sup>[1]</sup>。

#### （二）产教融合脱节，实践场景虚拟化

课程与时尚企业的合作主要停留在企业专家讲座、案例分享

等浅层层面，缺乏深度系统的教学设计。一方面，教学案例主要是 3-5 年前的经典案例，没能同步行业的最新 AI 应用场景。另一方面，实践环节以模拟项目为主，学生无需对接真实客户的需求，不用考虑到商业落地成本，这也导致实践成果与企业的实际要求差距相对较大<sup>[2]</sup>。例如，学生设计的视觉方案经常会由于忽略 AI 投放的视觉适配性的因素被企业否定，实战能力无法得到提升。

#### （三）AI 技术应用不足，教学方法传统

现阶段，多数教师仍然采用理论 + 案例 + 作业点评的教学模式，AI 技术只是作为辅助工具进行教学，没能深度融入教学全过程。具体表现在：课前缺乏 AI 个性化的预习推送；课中缺乏 AI 互动实践；课后缺乏 AI 反馈评价。因此，这种模式不利于学生学

课题项目信息：AI+ 产教融合：时尚跨学科金课教学模式创新研究 —— 以《时尚视觉营销与策划》为例

习兴趣的提升，也不利于学生的思维能力发展。

## 二、AI 时代下时尚视觉营销的教学需求

在 AI 技术的应用下，时尚视觉营销已经从以传统的视觉美学为主导转变为数据驱动的体验。

从经验直觉到数据智能。传统的视觉营销策划更加依赖于策划者的审美直觉以及行业的经验。而目前，AI 可以利用巨量的社交媒体图片、销量数据、搜索热搜，精准了解到当前服装的色彩、款式和风格，从而为视觉主题定位、产品组合策略提供相应的数据作为支持，进而实现创意与精准的有效联系<sup>[3]</sup>。

从静态呈现到动态交互。AI 技术的应用有助于赋能动态化、个性化的视觉体验。利用 AR 技术实现虚拟试衣，并通过智能镜面推荐搭配，运用 AIGC 生成各种风格的宣传海报和短视频资源。视觉营销策划并不是一次性的空间布置，它能够贯穿于消费者的整个消费过程，具有实时性、交互性和动态性的特点。

从单向传播到沉浸式叙事。根据 VR/AR 和元宇宙技术，视觉营销能够建设更加完整的品牌故事架构，从而让消费者进入到广告大片的场景之中。AI 能够根据用户的真实行为调整叙事的方法和思路，并提供更加沉浸式的学习体验，尽可能地增强品牌之间的情感联系。

这一变化对于课程教学提出更高的要求，教学应超越传统的色彩、构图和陈列技巧，让学生掌握如何进行数据分析，以及怎样利用 AI 工具，理解用户的体验设计和感受，并能够以项目化的方式，整合技术、商业与艺术，共同解决当前品牌出现的问题<sup>[4]</sup>。

## 三、AI + 产教融合：时尚跨学科金课建设路径

在 AI 技术与时尚产业深度融合的背景下，高等教育应顺应时代的发展做出改革。以《时尚视觉营销与策划》为课程试验，构建 AI+ 产教融合的跨学科金课教学模式，是对传统教学模式的一次创新。这一模式能够利用真实的项目和前沿的技术进行教学，有助于解决教学工作中存在的问题，更重要的是，它培养了学生面向未来的核心竞争力，有助于学生利用智能化工具解决问题。为此，AI+ 产教融合的时尚跨学科金课建设路径如下：

### （一）强化课程建设，明确教育内容

打破传统学科教学的限制，以岗位能力需求为基础，构建模块化、可组合的跨学科课程框架，并将 AI 技术与行业需求融合，确保提高教学的成效。为此，这就需要做好前期的教学目标制定。深入调研当前的头部时尚企业，明确时尚视觉营销岗位的核心能力，包括时尚视觉创新能力、AI 工具应用能力、营销数据解读能力、项目落地执行能力这几方面，以此作为课程体系建设的关键。在课程设计中，明确课程的几个模块，分别是基础理论模块、AI 应用模块、产教实践模块<sup>[5]</sup>。其中，基础理论模块则是设置基础的专业课程，包括时尚美学、营销心理学、AI 技术基础，让学生掌握跨学科的有关理论。AI 应用模块包括 AI 视觉设计、AI 数据分析、AI 营销落地这三个模块，具体包括视觉方案生成、

消费数据抓取、营销效果可视化、虚拟试衣间场景搭建等实操内容。产教实践模块应充分对接企业的真实项目，让学生参与到实践之中，学会运用跨学科的知识解决问题，形成良好职业素养。除此之外，学校还应制定弹性学分制，允许学生根据自己的职业规划选择不同模块的学分。例如，视觉设计师可以侧重 AI 视觉设计模块，数据分析师可以侧重 AI 数据分析模块，使其形成个性化的品质<sup>[6]</sup>。

### （二）创新教学方法，赋能 AI 技术

将 AI 技术深度融入课前一课中一课后的教学整体流程之中，并以企业真实的项目作为驱动，构建预习—实践—反馈—迭代的闭环式的教学模式，使学生更好地进行学习，形成跨学科应用能力。

在课前引导学生利用 AI 进行预习，搭建 AI 预习平台，根据学生的前期作业成绩和职业倾向，为他们推送个性化的预习资源。例如，对 AI 基础薄弱的学生推送 MidJourney 入门教程和实操训练题，对营销基础薄弱的学生推送 618 营销案例拆解 + 数据解读视频。为学生布置 AI 预习任务，让学生用 MidJourney 生成视觉方案，并通过平台提交，教师通过 AI 系统快速筛选出典型的问题，在课中并进行针对性地讲解；在课中教学实践中，教师采用项目式教学 + AI 实时操作的模式，以企业项目为载体，让学生通过分组的方式完成 AI 视觉方案设计—数据支撑—方案汇报的流程<sup>[7]</sup>。例如，在某品牌虚拟展厅策划的课程中，学生需要运用 MidJourney 生成展厅视觉初稿，并利用 Python 抓取目标客群的浏览习惯数据，调整展厅的布置，最后用 PPT 汇报方案，企业导师做好有效的点评。不仅如此，在教学中教师可以引入 AI 协同工具，包括用腾讯文档实时共享小组的方案，利用 Figma 协同修改视觉设计，用 AI 语音转文字工具记录讨论的要点，进一步提高学生的团队协作能力；在课后利用 AI 反馈迭代，构建 AI+ 企业导师双评价体系，确保 AI 系统从视觉吸引力、数据支撑度、技术应用度三个层面进行自动评价。企业导师从商业落地性的维度做好评分，两者结合形成综合的反馈体系。在任务布置的过程中，让学生根据评价反馈的内容优化自己的方案，针对性地改进问题，利用 AI 工具进行调整，并确保任务完成的质量<sup>[8]</sup>。

### （三）深化产教融合，协同多方力量

产教融合是跨学科金课落地的关键，这就需要构建校企深度协同、资源双向流动的保障机制，打破学校和企业之间的限制，实现教学与行业之间的有效联系。

一是搭建校企协同育人平台，与时尚企业签订协同育人协议，企业可以为学校提供资源，包括真实的项目、行业导师以及 AI 工具。学校则需要提供教学场地和师资，确保教学工作的顺利开展，协助企业完成项目，共同解决营销策划的问题，形成企业提需求、学校出方案、师生做执行、企业评效果的闭环。

二是构建双师型的师资队伍，实施教师企业实践计划，要求专业教师每年至少在企业实践 2 个月，参与真实的项目之中，提升教师的 AI 应用能力与行业的实战经验。积极邀请企业专家担任兼职教师，参与授课、课程设计和考核标准制定的工作，这样才能保障课程教学与行业发展同步<sup>[9]</sup>。

三是建立资源共享数据库。整合学校与企业双方的资源，搭建线上的数据库，包括企业案例库、AI 工具库、学生成果库这三大板块，确保案例资源的有效性。数据库应做好定期的维护和更新，并由企业和学校双方做好维护工作，保障资源使用的成效，为学生的自主学习和教师的教学工作提供更多的支持与保障。

**（四）评价体系建设，完善调整教学**

改变传统的以考试为主的评价方式，建立多元、过程的综合评价体系。过程性评价应包括团队协作日志、阶段性方案汇报、AI 工具应用反思报告、学生的参与度、学生的协作能力发展。综合性成果评价应包括完成视觉营销策划案的情况、AIGC 视觉作品、可交互的体验原型等。由校内导师和企业导师从策略合理性、创意创新性、技术整合度、商业可行性等多方面进行评价。

行业影响力的评价则包括鼓励学生将优秀作品参与行业竞赛或社交媒体平台发布，根据行业认可度和真实用户反馈给予评分，并将评价的场景从课堂延伸到社会<sup>[10]</sup>。

**四、结语**

综上所述，AI+ 产教融合作为时尚类跨学科金课建设的重要趋势。在此背景下，学校应注重教育改革，加强与企业之间的联系，并打破学科之间的壁垒，以技术赋能教学，构建新时代的跨学科金课，从而培养出适应当前时代发展需求的高素质时尚人才，为行业的发展提供更加坚实的力量。

**参考文献**

[1] 买发元. 服装设计教育中跨学科合作的挑战与策略 [J]. 西部皮革, 2024, 46 (21): 66-68.  
[2] 汪薇. 基于产教融合的跨学科课程创新模式探索与实践 [J]. 大学, 2024, (S1): 194-196.  
[3] 任若安, 杨方超, 孙捷. 设计学视角下的数字时尚发展与逻辑 [J]. 服装学报, 2024, 9 (02): 127-136.  
[4] 徐迎晓. 基于设计思维和 AI 的跨学科、跨企业产教融合模式 [J]. 计算机教育, 2023, (S1): 84-87.  
[5] 马骏宇. 时尚创意视觉设计课程搭建 [J]. 天工, 2023, (30): 78-80.  
[6] 唐雪梅, 陈宇潇. 跨学科视角下的服装文化与研学课程融合探析 [J]. 西部皮革, 2023, 45 (19): 65-67.  
[7] 黄远庆, 彭梅, 邹岚. 跨学科理念下传统染织工艺与时尚设计教学改革实践研究 [J]. 广东蚕业, 2023, 57 (02): 9-11+19.  
[8] 何芳. 基于视觉营销的电商推广图吸睛设计探究 [J]. 广东职业技术教育与研究, 2021, (03): 28-30.  
[9] 杨蕊瑾. 技术联结时尚: 跨学科视角下的赛博朋克服饰文化研究 [D]. 深圳大学, 2020.  
[10] 夏焘. 基于电子商务视觉营销岗位产教融合应用型课程开发的思考 [J]. 现代职业教育, 2018, (20): 157.