



2025 年艺术学院 “一院一品” 项目交流汇报

艺术市集综合育人平台

汇报人：艺术学院 周维维

2024年5月，第一届创意文化节暨艺术市集在平度校区举办
思政教育+专业学习+实践创新



项目目标：以“艺术市集”为核心载体，构建“思政引领、专业实践、文化浸润、社会服务”四位一体的综合育人平台

坚持“学生主体、实践育人”，激活内生动力

01

学院仅搭建框架、提供支持，所有活动均由学生**以班级为单位自主设计和实施**。这种全流程自主参与的模式，极大激发了学生的主观能动性和创新创造力，让学生在实践中实现了自我教育的深化、自我管理的强化和自我服务的优化，真正成为育人过程的主角。

推进“常态运行、氛围育人”，突破传统样貌

02

从“一年一度”的文化节，升级为**“年度文化节 + 节点性活动”**的常态化运行模式。证明了艺术市集已不再是单一活动，而是成为一种可随时响应需求、持续营造校园艺术氛围的常态化育人形态。

深化“校地协同、开放育人”，丰富育人场景

03

项目打破校园边界，构建了开放的育人共同体。这种协同模式将**育人场景从校园延伸至社会**，让学生在更广阔的舞台上检验专业所学、服务社会所需。

聚焦“农艺融合、文化育人”，彰显校本特色

04

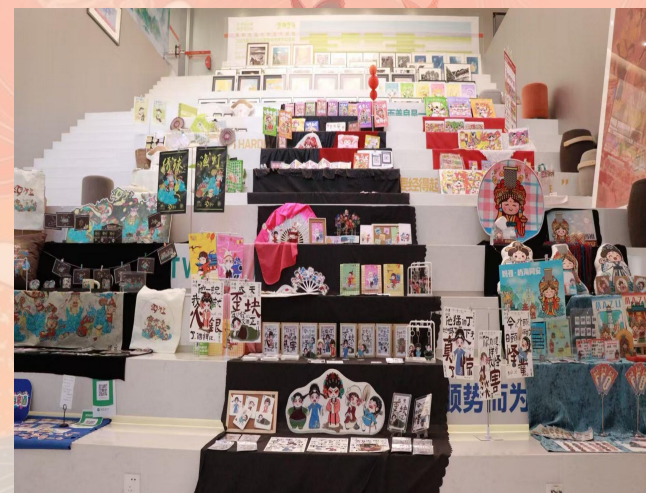
紧扣农业院校特点，**将中华农耕文化为创作核心，以艺术为载体传承文化根脉**，落实耕读教育要求。引导学生围绕二十四节气、乡村风貌等主题创作。



变化一：从校内走向校外 2025年5月第二届创意文化节暨艺术市集走出校门举办



来自四个年级近百位“文创主”在城阳区蔚蓝天地参加第二届艺术市集，实现了白天市集+夜晚走秀的全天候、沉浸式文化育人模式。



变化二：从年节走向常态

1.2025年6月，艺术学院以5组市集摊位参加毕业游园会，是现场最大学院摊位组合，活跃了毕业文化氛围。



变化二：从年节走向常态

2025年平度之夜：提升校园文化生活品质

2.2025年6月，学院在平度校区第二届草坪音乐会现场开设6组市集摊位，提升校园文化品质，陶冶师生艺术情操。



变化二：从年节走向常态

亮相2025级迎新现场：不一样的艺术体验

3.2025年9月，学院在迎新现场设置8组市集摊位，以传统书画创作、版画体验、面部彩绘、非遗展示等形式，让新生、家长体验创艺术人的用心迎新。



变化三：从孵化培育走向品牌生成

巴学院毕业典礼：展东方青年创意

2025年6月，学院根据学校有关安排，在巴瑟斯学院毕业典礼场外，临时设置4组艺术市集摊位，受到中英双方领导嘉宾赞赏。并为英方嘉宾提供了由学生创作、代表学校情谊的精美作品。

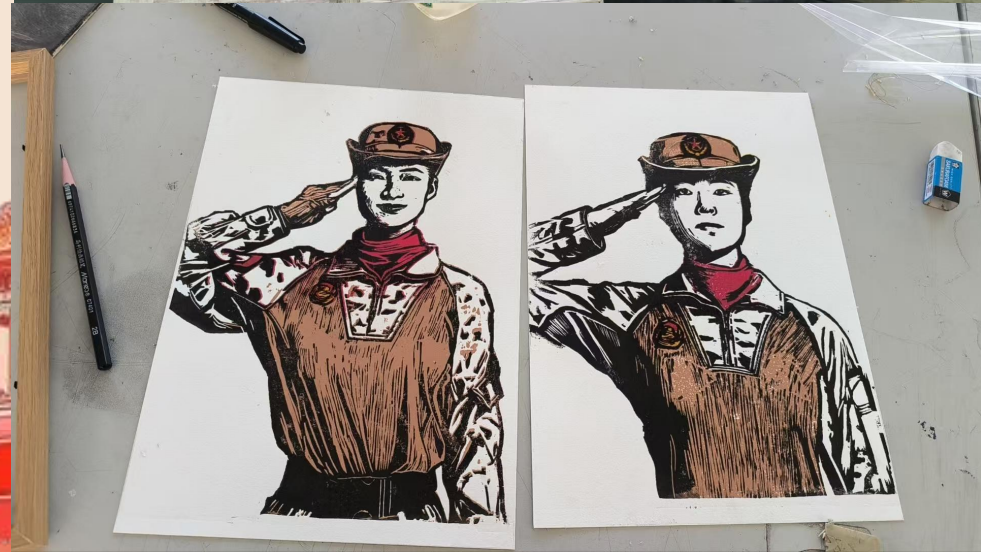


变化三：从孵化培育走向品牌生成

为九三阅兵学生代表创作
个人肖像木刻版画《青农荣光》



2025年9月，经联合精心策划，组织学生为参加“九三阅兵”学生创作专属肖像版画，作为学校纪念礼物。



成效一：学生思想政治素质显著提高

与全国样板支部建设相结合，汇编形成两本思政育人成果；

延伸市集创作育人理念，将创作课堂开进“一站式”学生社区、融入“七一”艺术党课、纳入心理健康教育；



成效二：学生文化创新能力显著增强

1. 学生创新能力显著提高

贯彻落实习近平文化思想，以艺术市集为载体强化学生文化创新创造能力培养，为“培育造就规模宏大的优秀文艺人才队伍”做贡献。



截止2025年11月，学院2025年累计在**二类竞赛**中获**国家级奖项50项**，其中**一等奖14项**，**二等奖10项**，**三等奖26项**；学生大创项目获**省级立项、国家级推荐数量**，位居全校**第五位**，**文科学院第一位**。

2025年各学院大创项目省级获批数量、国家级推荐数量一览表

序号	学院	推荐数量	省级 获批数量	国家级 推荐数量
1	理学与信息科学学院	25	24	8
2	化学与药学院	23	22	8
3	食品科学与工程学院	14	14	7
4	机电工程学院	13	12	8
5	艺术学院	13	12	6
6	园艺学院	12	10	0
7	动物医学院	10	9	5
8	农学院	8	8	3
9	资源与环境学院	7	7	6
10	植物医学学院	8	7	2
11	生命科学学院	7	7	1
12	建筑工程学院	6	6	2
13	园林与林学院	8	6	2
14	巴恩斯未来农业科技学院	5	5	2
15	经济管理学院（合作社学院）	5	4	3
16	草业学院	5	4	2
17	人文社会科学学院	5	4	2
18	外国语学院	5	4	1
19	海洋科学与工程学院	3	3	3
20	动漫与传媒学院	4	3	2
21	动物科技学院	5	3	1

成效三：学生积极投身文化创意创业实践

2. 创业积极性显著提高



殷其博，珠宝设计师，已自主创业

艺术市集活动促进学院内部跨专业、年级和班级的交流，加强了与社会相关单位的交流，具有鲜明的实践育人特色。目前，已通过艺术市集，培养了多名版画创作师、珠宝设计师和插图创业者。



王楠，婚礼画师，已自主创业



邹雅丽，珠宝设计营销，已自主创业

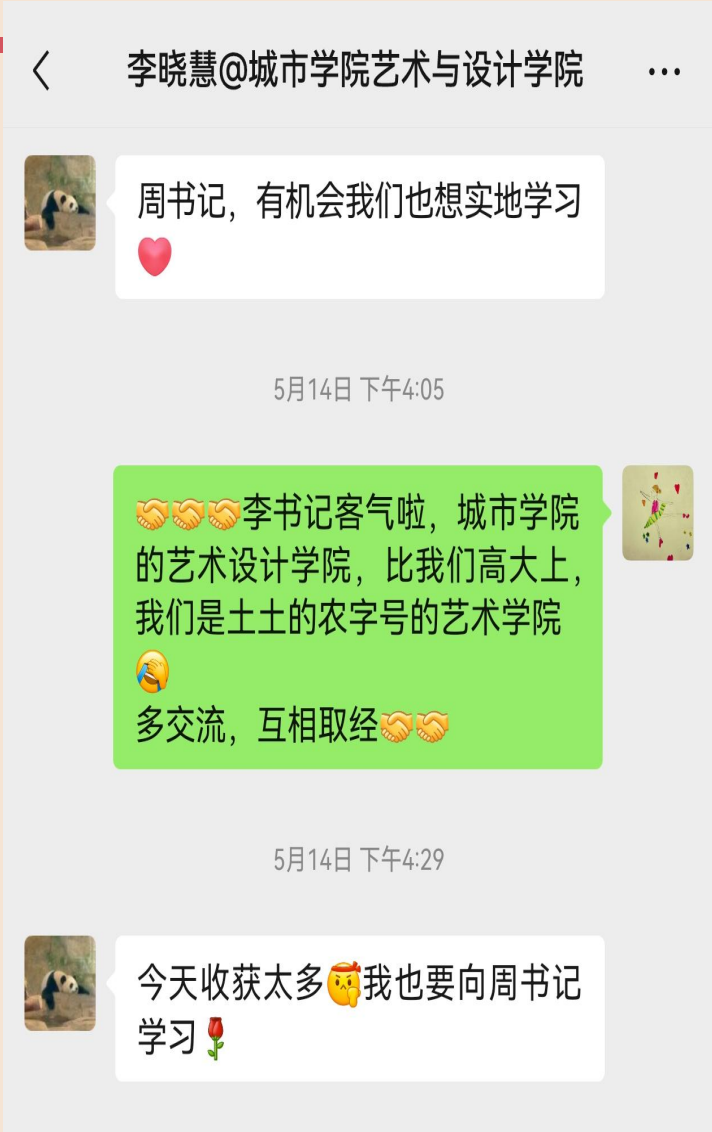


屈高平，版画制作，已自主创业

成效四：文化交流联动更加活跃

辐射联动

自艺术市集模式在校园内外常规运行以来，多个兄弟学校、学院学习参考相关做法，学院及时输出经验做法，同时积极参与兄弟学校、学院的同类文化活动，共建平台、共享成果，实现了辐射联动目标。



成效五：以文化人以美培元的模式基本形成

育人载体创新

01

打造了"思政+实践+专业+审美"的艺术市集模式。将思政教育融入艺术创作和市集运营，从"课堂讲授"转向"实践感知"，提供了可复制的实践育人样本。

学生素质提升

02

为学生提供了从构思到销售的全流程实战平台。学生的专业能力、创新思维、沟通协作能力得到全面锻炼。文化自信更加深化，实现了综合素养全面提升。

品牌形象塑造

03

已成为学院"明星项目"和对外展示"新名片"。通过线上线下联动，吸引了师生广泛参与，获得校外媒体关注报道，有效提升了学院品牌影响力。

社会影响辐射

04

对内丰富了校园文化生态，对外通过"艺术进社区"服务了地方文化建设，推进了"校地协同"的文化遗产创新路径，也彰显了学院的社会责任与品牌担当。



下一步计划



01

形成品牌建设长效机制

挖掘“艺术市集”的育人故事，定期推送创作过程、师生访谈等内容，通过学院公众号发布，并积极向校级平台推送，打造系统品牌理念，形成持续的社会关注度。

02

提高以文育人的成效

围绕乡村振兴、红色文化等主题，邀请思政教师与艺术专业教师共同指导创作，建立“双导师制”。举办思政艺术创作比赛，设置奖项，优秀作品发布学院公众号，强化育人效果。

03

完善资源整合与协同机制

对接“胶州大白菜文化节”“平度崔家集番茄品牌”等地方活动或者品牌，推动市集进驻文旅景区，实现品牌反哺地方经济。



请批评指正！

时间：2025/11/6