

中国珠宝首饰教育现状分析

许钦环

(中钢集团天津地质研究院有限公司 天津 300061)

【摘要】 这篇文章描述了珠宝教育的情况,指出了与之相关的问题,重理论、重鉴定、重培养数量,轻实践、轻经营管理、轻培养质量。人才培养目标定位不明确,素质教育没有跟上,学生知识面太窄。

【关键词】 珠宝首饰;教育;人才

1 前言

我国黄金珠宝产业起步于上世纪80年代,乘着改革开放的东风,走过了快速发展的40年,取得了令世界瞩目和国人自豪的辉煌成就。年约6000亿元的珠宝零售市场,成功让我国珠宝消费成为仅次于美国的第二消费大国。我国珠宝消费已经在国际上占据重要地位,市场的走向直接影响国际市场的动向和价格,国际化趋势日益明显。随着生产和消费的扩大,中国珠宝首饰消费日臻成熟,中国的珠宝行业也是我们经济和国际商业世界的亮点。一大批珠宝首饰鉴定人才、经营管理人才、加工人才在我国珠宝首饰业的大发展中应运而生,而比较系统的珠宝学历教育开始于中国地质大学(武汉)和桂林冶金工学院在1988年开始的本、专科招生。在经历了20年的持续发展之后,我国的珠宝和珠宝教育取得了成果。

2 现状

可以肯定的是,我们的珠宝教育在珠宝领域发展了一定数量的专业人才,也促进了珠宝店业务的快速发展。从珠宝鉴定员、设计师、高级技工到加工人员,与最先进的珠宝和珠宝相比,我们在生产技术上落后,而珠宝专家和珠宝专业人员占中学和中学毕业生总数的不到15%,还有少数获得资格参加这方面的专业培训的硕士学位。例如:上海已经超过50家典当企业和70多家拍卖行,由于珠宝首饰的监测、评估、拍卖、典当、上保险、抵押贷款、结算、税收、养老的重要环节和过程,因此对于人才和高层次需求的增长,珠宝评估专业人员严重匮乏、国际水平最古老的珠宝是对“高工资很难要求的人才的评估”。上海国际珠宝展也有报道称,上海也缺乏普通的珠宝和珠宝专家,而市场需要数万人。

随着我国珠宝产业发展,香港和澳大利亚珠宝店投资钱在珠江三角、未来人才需求和珠宝首饰产业将进一步成长,人们很多珠宝商店和缺乏相关专业人才成为发展的最大障碍。珠宝首饰生意而这些自相矛盾的各种培训机构培养一些专业深度、首饰等,很难找到合适的地方,大部分毕业生在珠宝销售出现两个学员学习做导购、专业、中专毕业生做导购,三年的优化做导购,甚至四年或更本做导购情况。许多业内人士分析说,珠宝的教育肯定有问题,尤其是珠宝的教育。

3 分析

首先,艰难的理论,重新评估,重新栽培,轻松的实践,轻松的管理,轻松的文化。最近我国教育开始在珠宝和首饰,从更高和更少到实际过程,目前绝大多数教师教育“珠宝首饰和一半的地质专业和举行较难改变,依然是主要的教学提出教学体系。客观地说,教育的院校,因为这种原因无法提供复杂多变市场样品和更全面的树种,生产加工设备及仪器、珠宝专业也属于“窄口”专家,不像有些职业可能大规模培训学习、使用硬件不高,教育机构在投资方面通常更谨慎。例如,在研究珠宝时,学生只在蓝图上设计,而不知道它们的生产;也许他的想法很好;他的想法和风格是独一无二的,但他不知道如何创造技术,根据学生的蓝图,不可能用现有的技术;我们的教师在不了解珠宝市场的情况下对珠宝没有经验,而珠宝管理课程与实际情况无关;该国教育工业的巨大背景使“沉重的数量,轻的质量”自然。教育代表和客观情况使我们有可能培养没有实际操作能力的人才,这与

珠宝制造商的实际需求不相符。专门从事珠宝的珠宝毕业生离开实验室,进入真正的珠宝市场,在那里似曾相识的感觉充满了不了解所有价格的珠宝;去炼油厂看一辆我从没见过的车;只有在矿井里,你才能看到玉珠宝的样子。

第二,培训人才的目的尚不清楚。各级的人才几乎相同,水平和水平没有区别,中央和中央学校的大学由于“位置不确定”而处于市场地位。几乎所有的一切都在“特定的理论知识,特定的技能,特定的能力,特定的管理能力,特定的英语水平,”事实证明,没有一种高水平的珠宝才能与普通工人相比,或者几乎不了解他们。我们必须以市场需求为导向,珠宝首饰,形成新的文化人才、博士生和硕士生研究高新技术应该使他们扩大高新技术解决了目前珠宝,宝石合成技术与优化、珍珠养殖及加工工艺研究、新技术开发新技术处理石头,为研究生摘除几乎是宝石的论文并不是很直接的联系,而是使矿物或地质学成为一种现象;毕业生应被分配到珠宝加工和珠宝营销,尤其是珠宝;高中学生必须专注于鉴定和加工珠宝,以便将我国的珠宝教育水平提高到一个新的水平。

第三,高质量的教育跟不上他的步伐,学生的知识太狭隘了。美丽的珠宝作为耐用品,必须与相应的个人品德合格(知识、沟通能力、应变能力等)、加工、设计或管理人才、珠宝实践是建立在美国或在美国传播美的使者,他们需要知道所有风土人情,不同的传统文化,理解现代文化的时尚,有一定的社会学和心理学,诚实和法律虽然我们的珠宝和珠宝教育专门针对特殊知识的学生,但我们正在尽一切努力让他们能够识别、加工或制作精美的艺术品。五年来,在我的学校招聘校友的小组不太可能询问我们的学生的专业课程是如何进行的,他们对学生的质量和沟通非常感兴趣,也就是说,这些机构也根据这两种选择高估了学生的资格。学校的情况相对混乱,人才教育与市场需求严重脱节。

4 结束语

因此,为了让学生进入市场,教师必须能够通过市场测试,我们现有的教师必须继续学习,特别是加强实际培训周期,促进珠宝和珠宝行业的发展,就像我们一样。机会就在珠宝界精英搭建平台类”校企结合“应该在未来教育的发展方向,为了减少珠宝学院为学生和企业之间的距离内扭转重装饰轻实践教育理论、重量轻工艺现象,经销商销售重装饰轻文化的的经营理念,提高文化内涵珠宝市场。

参考文献

- [1] 邓蕾. T珠宝公司高端珠宝首饰自主品牌发展策略研究[D]. 广西师范大学, 2016.
- [2] 蒋亮智. 我国珠宝评估及珠宝产业发展的经济学研究[D]. 中国地质大学(北京), 2015.
- [3] 郭秋生. 中职珠宝专业“双元三段”校企合作人才培养模式研究[D]. 贵州师范大学, 2014.
- [4] 杜炜. 中国珠宝产业集群形成影响因素及演化机理研究[D]. 中国地质大学, 2016.
- [5] 董茜. 西方首饰教育模式及理念[D]. 中国地质大学(北京), 2015.