

# 高考改革背景下地方本科高校招生宣传方式创新性探究 ——以武夷学院为例

柯鑫宇 夏洁莹

武夷学院

**摘要:**在高考改革背景下,高校招生宣传工作将迎来全新洗牌,宣传方式的改革与创新迫在眉睫。招生宣传是高校对外展示学校办学实力、增强核心竞争力和影响力的重要方面,更是提高学校生源质量及美誉度、响应度不可或缺的一环。地方本科高校相较于“老本科”高校,在社会认同度、师资力量、软硬件设施上有着“先天”的短板。同时,对于招生宣传的意识也相对薄弱,这就造成了地方本科高校在高考改革背景下,招生宣传模式依旧过于单一保守的问题。因此,只有创新招生宣传方式才能在生源争夺战中具有核心竞争力。

**关键词:**高考改革;生源质量;招生宣传

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6288.2022.10.017

## 引言

近年来,许多省份都进行了高考改革,取消了文理分科,打破了传统的学习框架,让学生可以根据自己的兴趣和特长,自主选择更适合自己的科目组合,拓宽了学习领域和专业选择范围。高考改革将进一步与社会需求相适应,将高考作为人才选拔的重要手段之一,而不是唯一手段,增加对社会实践能力和创新能力的培养和选拔。经过近十年的发展,新高考改革,强调“位次优先,遵循志愿”的平行志愿的投档录取模式已成为一个科学成熟的体系。传统的录取模式则是“志愿优先,依照分数”的原则,这种模式下考生的报考压力会更大,报考的高校也会相对保守,不同批次的高校也就会得到相应的优质生源。而如今的平行志愿模式,使得高校及专业录取的考生分数区间会缩小,甚至出现分数扁平化现象,这就意味着高校录取位次趋于稳定,其生源质量也很难出现波动,这对地方本科高校来说是面临着危机和挑战的。因此,各方面的人才竞争将会日益突出,只有不断创新宣传方式,才能在生源争夺战中占优势。

以武夷学院为例,对学校在校生进行有关招生宣传方式的调查并分析,对招生宣传方式进行创新性研究。

## 一、武夷学院招生宣传的劣势

首先,武夷学院地处的武夷山市,虽然是拥有世界文化与自然遗产的旅游城市,但它仅是南平市下属的县级市,地理位置偏僻,经济实力较弱。地处于这样的地方城市,与同类型但地处省会或沿海经济发达地区的其他高校相比,对于考生的吸引力相对较弱。这就需要更大的招生宣传力度和更精准、更具特色的宣传方式。但就目前武夷学院的宣传手段看,还是集中在网络平台、报考指南、线下咨询会等相对传统的宣传方式上。

其次,随着科学技术的不断发展,高校招生宣传方式单凭线下宣讲是毫无竞争力的。武夷学院是福建省省

属高校,其生源大部分是来自福建省考生。临近高考以及高考后志愿填报期间,招生组将会去福建省各地市的一些高中或者有关招生的一些会场进行宣讲,让大家对武夷学院有个初步的了解。但是,这种招生宣传方式保守单一,线下的受众人数不多且范围小,得到优质生源比较困难。

最后,我们以武夷学院在校生作为调查对象,以电子问卷的形式对在在校生进行招生宣传方面的调查,委托学生处将问卷以抽样的形式下发至各个学院。最终发送了1500份,回收到有效问卷1224份。数据表明,2019、2020、2021、2022级的学生主要了解武夷学院的途径依次是志愿报考指南书、百度搜索、省考试院官网。然而,另一所普通本科院校对在在校生的问卷调查结果与武夷学院截然不同。他们对2019、2020、2021级在校生进行问卷调查,数据表明:学生在高中阶段通过新媒体平台获取高校信息的比例依次为11.91%、13.59%、15.13%,比例逐年上升;通过报纸、宣传页、书刊等纸质版宣传材料获取信息的比例仅为7%。具体数据如图1所示。这一对比明显可以看出,武夷学院的招生宣传方式过于传统,运用新媒体平台展开宣传的力度还不够大,也标志着武夷学院对招生宣传方式的创新也迫在眉睫。

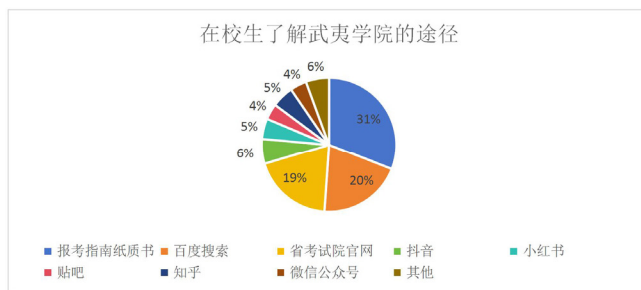


图1 在校生了解武夷学院的途径

## 二、招生宣传方式的创新

结合武夷学院招生宣传方式存在的短板，计划通过以下方面进行招生宣传方式的创新。

### （一）创新高校宣传片的制作以及宣传方式

顺应时代的发展潮流，针对“00后”考生的特点，制作更具有针对性的宣传片。“00后”的审美标准不断提升，传播生态发生了很大的变化。近年来，短视频逐渐火热，短视频平台已成为重要的传播媒介，在人们的日常生活中也时常刷视频，通过该媒介记录自己的生活。许多高校通过短视频平台进行宣传，给人留下了或浅或深的印象，提升了高校的知名度。

高校宣传片的受众群体主要为高考生、考生家长，提高招生宣传片的质量是我们在生源争夺战中取得优势的重要一环。高质量宣传片抓住了高考生对大学生活的美好向往以及对未来的憧憬，唤起他们内心的积极情绪从而对该高校产生兴趣。传统招生宣传片的方式一般来说即“校友祝福+领导讲话+解说词”，现如今主要以第一人称“我”的视角展开叙述。以武夷学院为例，学校举办了“武夷学院首届招生宣传短视频大赛”，以学长学姐们的角度对武夷学院的生态环境、学习环境以及其所在的专业等方面多角度进行讲解，让他们为校园宣传发声。“00后”与“00后”之间存在着较大的共鸣，相比传统的宣传片更具有说服力，传播力。每个高校都有一些学生是博主，她们的受众群体更多的是青少年，利用她们的粉丝基础更大程度地提升了传播效果。武夷学院也有一些学生在短视频平台坐拥几万粉丝，让他们参与到短视频大赛当中，让他们为高考生们传递武夷学院的风采。据数据表明，考生最希望在宣传片中看到的内容排在前五的分别为：学校的专业介绍、校园风光/建筑特色、师资力量、饮食/住宿条件、特色创新/办学理念/发展前景。在这快节奏的时代，短视频之所以“短”是因为正巧满足人们的需要，叙述完整且抓住了人们的兴趣。学生群体所能接受的宣传片的程度是不多于三分钟。根据这些数据情况，我们对招生宣传短视频大赛制定了策划书并明确拍摄要求。投稿人数之多，其中艺术类、编导类的学生所创作的作品更加突出，画面音质流畅，场景镜头衔接顺畅且布局精心合理。其作品内容主要以青春为主题，青春是高校宣传片的重点核心概念。过了初审的作品将在作者本人的抖音号中播出，并将优质作品在武夷学院官方抖音号以及微信公众号进行展播。新媒体与传统媒体的融合使传播效果大大提升。

### （二）服务式宣传

服务式宣传就是指高校为考生提供全方位的服务，来增强考生的满意度和忠诚度。考生进行志愿填报考虑

的是综合因素，不仅是高校的师资力量，学习环境，还有其即将生活四年的校园环境。

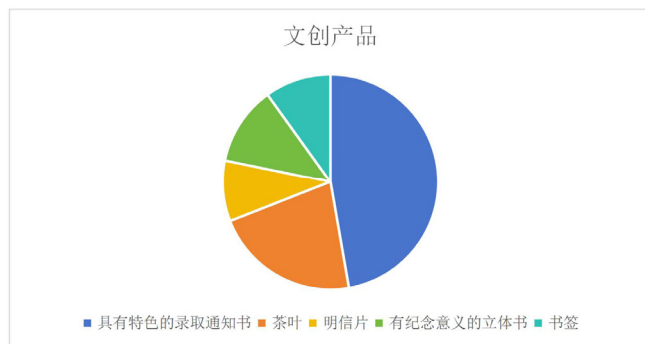
武夷学院招生办官网的版面进行创新，通过精美的设计和生动的画面，展示学校的实力和特色。其中包括学校介绍、师资力量、教学设施、校园环境、课程设置等方面的内容，内容简洁明了，突出了学校的优势和实力。

在高考结束后，举办校园参观活动。将此活动在微信公众号进行发布，扩大其宣传力，考生与考生家长可提前在访客系统进行预约。由学长学姐带领考生进行参观，并介绍学校的标志性建筑以及学校硬件设施、宿舍条件等方面。针对考生所提出的问题进行答疑，让考生感受到学校的关怀和温暖，增强考生的满意度和忠诚度。针对距离较远的考生，运用VR技术，让学生线上参观全景校园，在各个建筑物上做好批注，使学生身临其境，感受武夷学院的文化底蕴。

### （三）文创产品的设计

近年来，在国家有关文件和政策的支持和推动下，高校文化创意产品越来越受到人们的关注。文创产品之所以受人们的喜爱是因为其具有纪念价值以及情感体验。校园的建筑特色和校园生活的细节，都是文创产品的情感记忆点。例如：清华大学采用了清华大学校门的元素，将录取通知书做成立体；大连理工大学利用校内地标建筑的元素，将录取通知书做成了立体纸雕；深大盒子年年冲上热搜。国外大学的文创产品更是各式各样，纽约大学拥有自己的文创商店，出售系列完善的校园文化创意产品，除了常规的产品还涵盖着带有学校特色的玩具和潮流服装。从国内外的对比可以看出，国内校园文创产品的设计还处于初步阶段，具有很大的发展空间。

我们对武夷学院在校生进行了一个关于“假如你是新生，你希望收到一个怎样的文创产品”的问卷调查，我们对搜集的有效问卷进行了统计，得出了大部分学生心仪的文创产品。



结合数据进行研究，文创产品需具有典型性和审美性以及情感化设计。我们团队以此对武夷学院的文创产

品进行构思设计，规划出以下五个方案。

#### 1. 对录取通知书进行创新

录取通知书是考生联系高校的桥梁，各高校对录取通知书的设计越来越“卷”，高校抢夺优质生源愈发激烈，录取通知书作为本校的门面，其美观程度有利于提高高校的知名度。考生们的“晒”朋友圈、通过短视频平台分享自己所上的大学，以及录取通知书的開箱视频，对高校的宣传都有着重要的影响。

正因如此，我们对录取通知书的创新更应紧跟时代。武夷学院位于福建省武夷山市，武夷山是世界文化与自然双重遗产之地。武夷山以山出名，本团队结合“大王峰”与“玉女峰”两个元素以及武夷学院的标志性建筑——逸夫图书馆和朱子学院，具有浓厚的人文气息，设计一份崭新的录取通知书。该录取通知书具有纪念意义，给学生带来良好的情感体验，也寄托着学校对新生美好的祝福。

#### 2. 结合国家特色专业制作茶饼

一般而言，文创产品的核心竞争力在于它所具有校园特色以及地方特色。武夷山四季分明地处中亚热带，四季气温较均匀、温和湿润，极利于茶叶的生产。武夷山的茶文化举世闻名，茶学是武夷学院的国家特色专业并且武夷学院拥有茶山让学生们进行实践。将茶饼的制作融入茶学专业学生的实践中，实现多元化发展。茶饼上刻有武夷学院的图标并用精致的礼盒包装，作为免费文创随录取通知书一并寄出。当大家收到文创产品时的第一印象则是将茶与武夷山联系在一起，由此联想到武夷学院。该文创产品不仅提升了武夷学院的知名度，而且促进了武夷山当地旅游业的发展。

#### 3. 设计立体盖章书

武夷学院有天心湖、三玄湖、逸夫图书馆、朱子学院等标志性建筑，设计立体书并且留下盖章处，让学生到打卡点进行盖章留念。在每页立体书的背后写上建筑的位置以及它的背景，使师生通过建筑物感受到高校的历史文化并加深对高校的情感体验。该文创所产生的价值则是将学生的视觉刺激转化为内心深处的情绪情感，从而达到一个创新。

#### 4. 种子门票的应用

种子门票相当于进入高校大门的一个“入场券”，本团队将设计一款以武夷学院创业园为封面的种子门票，希望新生在入学之初种下对学校、对未来的期待。

种子纸可以用完埋在土里发芽，也可降解，非常环保。该创意激发着学生的好奇，也促进着生态文明建设。

本团队后续将开展文创设计大赛，筛选出更加优质的产品，符合大众的需求并将其大量生产出现在大众的视野中。并让本校艺术学院的学生将学校招生宣传文创产品的设计融入专业课程的设计当中，提升招生宣传力度。

#### 结束语

以武夷学院为例的高考改革背景下地方本科高校招生宣传方式的创新性研究结果表明，武夷学院最初的招生宣传方式过于单一，很可能在生源争夺战中脱轨。因此要对招生宣传方式进行创新，结合学校实际，利用专业技术提升招生宣传视频的质量，借助短视频平台将招生宣传视频进行传播，提高该高校的知名度。不仅如此，文创产品的设计也是重中之重，录取通知书的设计、茶饼、立体书、种子门票都反映出高校对新生的重视以及使学生对未来产生憧憬。在这快节奏的时代，我们要紧跟时事，与时俱进，根据社会发展状况，对招生宣传方式不断进行创新。

#### 参考文献

- [1]叶鑫.基于新媒体平台的高校本科招生宣传策略研究[J].新媒体研究,2021,7(08):24-26.
- [2]温瑶瑶,李娜丽,黄靖怡.应用型本科高校招生宣传工作优化研究[J].长春工程学院学报(社会科学版),2020,21(03):110-113.
- [3]于漫,王文权,佟昊天等.浅谈“双一流”建设背景下东北高校本科招生宣传策略——以吉林大学为例[J].吉林省教育学院学报,2020,36(08):159-163.
- [4]吴卫元,张铜庆.招生制度改革背景下普通本科高校如何做好招生宣传工作——以北京农学院为例[J].教育现代化,2020,7(15):58-60.
- [5]蒋岩岩,蒋士成.高考改革视野下地方本科高校招生宣传的理性思考[J].黑龙江教育学院学报,2019,38(04):13-15.
- [6]贾彦彬,孟鹏涛.国家招生考试制度改革视域下地方本科高校的应对策略[J].长春理工大学学报(社会科学版),2018,31(05):152-155.
- [7]应旭君.高考招生改革背景下地方本科高校招生宣传策略研究[J].宁波工程学院学报,2017,29(04):90-95.