

# 高校轻量化校园服务创业模式研究

## ——以“锐SHOW”宿舍移动造型站为例

陈怡君, 陈星羽, 徐海霞\*

上海建桥学院外语与国际教育学院, 上海

收稿日期: 2026年4月14日; 录用日期: 2026年5月19日; 发布日期: 2026年5月28日

### 摘要

在“外观经济”兴起以及高校创新创业教育不断深化改革的背景下, 大学生创业面临着资金不足、高昂的运营成本以及缺乏运营经验等实际挑战。许多创业想法在规划阶段就被搁置了。以学生宿舍为移动服务场景、以“轻量化”为核心理念的“锐SHOW”宿舍移动造型站项目, 为大学生提供个性化且门槛低的造型设计服务。本文以“锐SHOW”项目为研究对象, 系统地分析了“轻量化”校园服务创业模式的运作逻辑和创新机制。研究表明, “轻型”模式的核心特征体现在三个方面: 资产轻量化、人力资源轻量化和模式轻量化。其创新机制主要集中在三个方面: 空间、关系和流程。同时, 本文还分析了该模式所面临的结构性挑战, 旨在提炼出一种可复制且门槛较低的校园创业运作模式, 为面临类似资源限制的大学生创业者提供实证参考, 并为将大学创新创业教育从竞争导向转变为实际运作导向提供实际案例支持。

### 关键词

创新创业教育, 高校, 人才培养, 大学生创业

# Research on the Lightweight Campus Service Entrepreneurship Model in Universities

## —Taking the “Rui SHOW” Dormitory Mobile Styling Station as an Example

Yijun Chen, Xingyu Chen, Haixia Xu\*

College of Foreign Languages and International Education, Shanghai Jianqiao University, Shanghai

Received: April 14, 2026; accepted: May 19, 2026; published: May 28, 2026

\*通讯作者。

## Abstract

In the context of the rise of “appearance economy” and the continuous deepening of reform in university innovation and entrepreneurship education, college students’ entrepreneurship is facing practical challenges such as insufficient funds, high operating costs, and lack of operational experience. Many entrepreneurial ideas have been put on hold at the planning stage. The “Rui SHOW” dormitory mobile styling station project, which takes student dormitories as the mobile service scenario and “lightweight” as the core concept, provides personalized and low-barrier styling design services for college students. This paper takes the “Rui SHOW” project as the research object and systematically analyzes the operational logic and innovation mechanism of the “lightweight” campus service entrepreneurship model. The research results show that the core characteristics of the “lightweight” model are reflected in three aspects: asset lightweighting, human resource lightweighting, and model lightweighting. Its innovation mechanism mainly focuses on three aspects: space, relationship, and process. At the same time, this paper also analyzes the structural challenges faced by this model, aiming to extract a replicable and low-barrier campus entrepreneurship operation model, providing empirical reference for college entrepreneurs facing similar resource limitations, and providing practical case support for transforming university innovation and entrepreneurship education from competition-oriented to practical operation-oriented.

## Keywords

Innovation and Entrepreneurship Education, Universities, Talent Cultivation, College Students’ Entrepreneurship

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

人才是第一资源，培养造就大批德才兼备的高素质人才是国家和民族长远发展的重要基础。高校作为人才培养的第一线[1]，是创新人才成长的摇篮，肩负着育人的重要使命。在这一背景下，深化高校创新创业教育、鼓励学生投身真实创业，已成为加快培育创新型人才、提升自主创新能力的重要路径。然而，目前大学生创业普遍面临启动资金匮乏、实体店面成本高昂、运营经验不足等诸多现实困境，致使许多创业构想止步于计划书阶段，难以真正走向市场[2]。

与此同时，个人形象消费市场正逐渐成为中国消费市场中最具成长性板块之一。数据显示，青年消费群体消费能力逐年上升，正逐步成长为消费市场的重要力量。同时，该人群在服装鞋帽、美妆护肤等外形相关领域的消费占比高达 45.7%和 31.9%，形象塑造成为其核心消费方向之一[3]。但目前，相关市场存在明显的供需错位现象，传统形象设计机构价格高昂、流程固化，无法满足青年消费群体对多元审美的不同诉求。

在这一市场空白与个人创业实践的交叉点上，“锐 SHOW”项目应运而生。该项目以学生宿舍为移动服务场景，以“轻量化”为核心理念，面向在校大学生提供个性化、低门槛、高性价比的私人定制化形象设计服务，致力于打造“有温度、有态度、被信赖”的校园时尚品牌。项目自启动以来，累计服务 120 余人次，客户满意度达 85%以上，30 余人产生复购意向，初步验证了“轻量化”校园服务创业模式的商

业可行性与用户认可度。

本研究以笔者运营的“锐 SHOW”项目为研究对象,采用个案研究法与实证分析法,系统剖析其“轻量化”校园服务创业模式的运行逻辑、创新机制与实践成效,旨在提炼一套可复制、低门槛的校园创业操作范式,为面临相似资源约束的大学生创业者提供实证参考,同时为高校双创教育从竞赛导向向真实运营导向转变提供实践案例支撑。

## 2. 研究设计

本研究旨在通过对“锐 SHOW”宿舍移动造型站的深入剖析,探究“轻量化”校园服务创业模式的运作逻辑与创新机制。为达成此目的,本文采用个案研究法与实证分析法,具体研究设计如下。

### 2.1. 案例选择依据

本研究选择“锐 SHOW”项目作为单案例研究对象,遵循理论抽样的典型性原则。首先,该项目具备“轻量化”模式的全部核心特征,即资产轻、人力轻、模式轻,能够完整呈现该模式在校园环境中的具体运作形态。其次,项目自 2025 年 9 月启动至 2026 年 3 月,已稳定运营超过半年,完成了从筹备、内测到商业运营的全周期探索,具备研究所需的完整性与持续性。最后,笔者作为该项目的核心运营者,能够获得全面、深入的一手资料,为进行深度、动态的纵向案例分析提供了便利条件。

### 2.2. 数据收集方法

为保障研究的深度与资料的丰富性,本研究采用了多来源的数据收集策略,主要包括以下四种渠道:

(1) 参与式观察:研究者以核心成员身份深度嵌入“锐 SHOW”项目日常运营,进行了为期六个月的持续观察(2025 年 10 月至 2026 年 3 月)。观察内容涵盖服务现场、团队会议、客户沟通及品牌推广活动等,并以撰写项目日志和工作复盘纪要的形式记录观察所得,形成基础文本资料。

(2) 深度访谈:本研究采用半结构化访谈法,围绕项目战略、运营瓶颈、服务体验、复购动机等核心问题,对 7 位核心团队成员及 15 位接受过服务的客户进行了深度访谈。访谈以现场笔记的方式记录关键信息和典型引语,访谈结束后即时整理为访谈纪要,作为后续分析的基础资料。

(3) 文档分析:系统收集并分析了项目运营过程中产生的各类文档,包括《大学生造型服务操作手册》、30 套标准化造型模板库、财务收支记录、线上预约后台数据、客户反馈问卷数据、团队会议纪要及品牌宣传材料等。

(4) 非正式交流:利用校园熟人网络,在非正式场合与潜在用户、学校创业指导中心教师及后勤管理人员进行开放式交流,获取对项目外部环境及合法性问题的多维度认知。

### 2.3. 研究局限性及应对策略

本研究存在的局限性在于研究者与项目运营者的身份高度重叠。这一身份的重叠虽有利于获取深度洞察,但亦可能引发主观性偏差的。为最大限度降低此影响,本研究采取了以下措施:第一,在论文撰写过程中,有意识地运用角色分离的视角,在分析项目困境与挑战时,刻意引入未参与项目运营的合作者从旁观者立场进行审视与追问。第二,在资料分析过程中采用三角验证法,将参与式观察的发现与客户访谈反馈、后台运营数据进行交叉比对。例如,对“客户满意度达 85% 以上”这一判断,是综合了匿名问卷的评分统计和明确的复购意向记录后得出的结论。第三,在论文成稿后,邀请了该项目的指导教师通读全文,并对其中可能存在的过度诠释或选择性描述提出一系列批评性意见,并据此进行了多轮修改。

### 3. 高校校园创业的困境与“轻量化”校园服务创业模式

当前高校校园创业模式主要面临资金短缺、人力不足、气氛薄弱三重困境。“轻量化”校园服务创业模式以“资产轻、人力轻、模式轻”为典型特征，通过充分利用校园资源、灵活调配人力、设计标准化工作流程，有效降低创业准入门槛。“锐 SHOW”项目基本符合上述特征，具备个案研究的典型代表性。

#### 3.1. 高校校园创业的主要困境

传统校园创业模式多以实体店面为载体，主要有三重困境因素：缺少创业资金、缺少创业团队、缺少创业氛围[4]。其中，最核心的困境是缺少创业资金。实体店面租金通常高昂，加上装修、设备、人工等投入，使得初期启动资金远超普通学生承受能力。其次，缺少完整的创业团队也是困境因素之一，学生创业团队多为单打独斗或因兴趣临时组队，形成能力互补、长期稳定的创业团队较为困难。最后，学生普遍存在重学业、轻实践观念，缺少良好的创业氛围，致使许多创业项目难以稳定运营。

#### 3.2. “轻量化”创业模式的理论内涵

“轻量化”创业模式源于“轻创业”轻松、轻快、轻盈、轻巧的创业理念[5]，是在其基础上进一步集中资源、快速试错、敏捷迭代的创业模式。在校园模式下，“轻量化”创业模式具有以下三个典型特征：其一，资产轻，不依赖实体店面，充分利用校园空间资源，如宿舍、共享空间、多功能教室等区域开展服务，减少租金、装修成本[6]。其二，人力轻，以团队中的主要成员为核心，灵活调配人力资源，通过跨专业组队、短期合作等方式，在关键节点快速补足能力短板。其三，模式轻，通过形成标准化服务流程，降低对特定个人技能的依赖，便于产业复制和规模化。

#### 3.3. “锐 SHOW”作为研究样本的代表性

“锐 SHOW”项目符合“轻量化”校园创业模式的核心特征。资产上，项目以学生宿舍为核心场景，规避店面租金费用，初期投入成本约 2500 元。人力上，核心成员 7 人均均为在校学生，其中有五名核心成员、两名临时兼职人员，采用灵活分工与项目分红机制；模式上，构建了“标准化基础模板 + 精细化定制”双层服务体系，并基于实际营业情况形成造型服务手册，兼顾效率与个性。目前项目累计服务 120 余人次，客户满意度达 85% 以上，30 余人产生复购意向，初步验证了模式的可行性。因此，该个案具备作为研究样本的代表性。

## 4. “锐 SHOW”项目运营现状与模式解构

### 4.1. 项目定位与产品服务体系

“锐 SHOW”项目是面向大学生的私人定制化形象设计服务，以大学生为核心客群。锐 SHOW 致力于打造有温度、有态度、被信赖的时尚品牌，解决大学生在形象管理上面临的需求错位、引导缺失核心痛点。项目初期以学生宿舍为主要服务场景，由学生团队为同学们提供日常妆造、形象设计、演出妆造、穿搭建议等服务，帮助同龄人发掘自身特点、提升自信。

在产品服务体系设计上，锐 SHOW 构建了“标准化基础模板 + 精细化定制模板”的双层架构。标准化基础模板聚焦于日常生活、面试职场等大学生高频生活场景，用户通过简短的需求问卷即可快速选择通用穿搭方案，有效降低初次尝试的心理门槛。精细化定制模板则面向毕业典礼、重要约会等更具仪式感场景，由专业造型师进行深度诊断，涵盖色彩、体型、风格偏好、场景搭配等维度，帮助用户确定喜好造型形象，再由造型师上门为用户定制造型。

在服务流程上，项目建立了“线上预约与需求沟通、1 对 1 深度诊断、方案共创与确认、落地执行支

持、售后跟踪”的五步标准化流程，并定期修订《大学生造型服务操作手册》，为后续规模化复制奠定基础。

## 4.2. 团队结构与职责分工

锐 SHOW 采用扁平化组织架构，核心团队由 7 名在校学生构成，形成了职能完善、分工明确的协作体系。团队初期设团队负责人 1 名，负责把握项目战略方向，统筹团队执行与关键决策；运营经理 1 名，全面负责市场推广与日常运营，涵盖快闪活动策划、社群管理、渠道拓展及客户预约排期等相关工作；首席造型师 1 名，主导造型服务体系的研发与标准化，承担核心客户的深度诊断与方案输出，同时负责新造型师的培训与带教；财务总监 1 名，负责项目全面财务管理，精准控制预算、成本与资金流，并定期输出财务报表；设计总监 1 名，负责品牌视觉设计、宣传物料制作及线上内容视觉优化。此外，团队后期发现现有团队存在人力不足、工作量不平衡等问题，又额外招募了兼职造型师 1 名、兼职运营 1 名，确保项目日常服务的基本运转。

从团队构成来看，锐 SHOW 呈现出两个显著特征。首先，跨学科协作。团队成员来自新闻学、机械设计和数字媒体艺术专业，他们在内容规划、视觉呈现、逻辑思维和流程设计方面具备互补的能力，为从市场调研、产品开发到品牌推广的全链条运营提供了多元化的视角。其次，灵活用工。除了核心成员外，该项目采用按需共享的模式引入兼职造型师，灵活在服务高峰期分配人力资源，避免了固定工资带来的成本压力，体现了轻量级创业模式在人力资源配置方面的典型特征。

## 4.3. 运营成效与阶段性成果

在项目运营周期内，团队完成了从筹备、验证到优化的全流程工作，取得了一系列阶段性成果。项目初期完成了 10 套基础造型模板的设计与标准化工作，后续结合客户反馈持续迭代，累计新增 20 套，共形成 30 套造型模板，全面覆盖日常情形、面试职场、社团舞台等大学生高频生活场景，初步建立起可复用的造型模板库。在服务落地的过程中，团队采用了“免费体验 - 有偿服务”的渐进式验证策略，先行为 15 位种子客户提供免费深度体验，系统收集反馈意见并据此优化服务流程，随后顺利转化 35 位付费新客户，累计服务达 120 余人次，成功实现了从免费内测到商业付费的平稳过渡。

品牌建设层面，团队完成了 Logo 与视觉识别系统的设计，确立了“有温度、有态度、被信赖”的品牌调性，初步建立起校园范围内的品牌认知度。团队还制定了覆盖预约咨询、需求沟通、诊断设计、服务执行到售后回访全环节的标准化服务流程，并在初期服务基础上编制《大学生造型服务操作手册》，定期进行修订，将个体经验转化为可传递的组织知识，为后续服务质量的一致性保障与规模化复制奠定基础。从客户端的反馈来看，整体满意度达到 85% 以上，30 余位客户已明确表达复购意向，从市场接受度的角度初步印证了该服务模式在高校场景下的可行性与持续运营潜力。

## 5. “轻量化”校园服务模式的创新机制分析

“锐 SHOW”项目的“轻量化”创新主要集中体现在空间、关系与流程三个维度。空间上，以宿舍场景替代实体店面，实现零租金运营与零距离触达，减少大额的房租成本。关系上，以学生服务学生的同辈身份代替商业品牌背书，将同辈身份转化为信任资产，在校园中实现信任的低成本建立与高密度传播。流程上，以标准化操作手册与模块化造型模板替代对核心技师的个人依赖，将隐性经验显性化、服务流程产品化，为模式从单点运营走向多点复制提供了制度基础。

### 5.1. 空间创新：宿舍场景替代实体店面的轻量化成本重构

传统的校园创业高度依赖实体店铺。租金、装修和设备等固定投资构成了主要的进入壁垒，而初始

启动资金通常也较高。“锐 SHOW”的创新之处在于将学生宿舍重新定义为“移动造型站”，用场景借取代空间占用，从根本上重构了服务成本结构，并体现了“轻量化”的核心逻辑。

该项目的空间轻量化首先体现在店铺运营方面。以学生宿舍为核心服务场景，周边店铺的固定租金支出得以消除，而初始投资只需考虑设施和人力成本。这种成本优势使得项目在初始阶段能够轻装上阵，即便服务量有限、现金流紧张，也能降低项目的试错成本和生存压力。同时，宿舍作为学生的重要生活节点之一，自然具有零距离可达的优势，且服务无需额外的营销成本。客户分布在“楼上楼下”区域，客户获取半径从校园外数公里压缩至宿舍楼内数百米，服务交付的运输成本和时间成本基本为零。此外，宿舍场景符合大学生便捷、私密、无压力的消费心理，消除了传统商业场所的销售压力和陌生环境带来的焦虑。客户在熟悉的环境中接受服务，心理障碍更低，体验更自然，信任建立也更顺畅。空间轻量化创新的本质在于将现有的校园空间转化为服务载体，而非承担长期租赁费用，为资金有限的学生开辟了一条零租金创业的可行路径。

## 5.2. 关系创新：同辈身份消解商业壁垒的轻量化信任重构

传统服务行业的品牌运营与发展往往依赖于品牌知名度、广告投入以及建立客户信任，这导致了高昂的获取成本和漫长的信任建立周期。而“锐 SHOW”项目在品牌与用户关系方面的创新点在于利用学生服务学生的特点，试图用同龄人的身份来取代品牌代言，从而实现低成本、高效率的信任关系建立，并展示了“轻量化”在客户关系管理中的独特价值。

该项目关系的“轻量化”主要体现在沟通成本的显著降低上。学生造型师和客户都是大学生，有着相似的年龄和爱好，共享校园生活背景和审美语言。他们对同龄人的消费心理、风格偏好和预算价值有着天然的共鸣和理解，需求沟通无需翻译或教育成本。沟通效率更高，服务计划也更有可能会获得客户的接受[7]。这种低成本的顺畅沟通为迅速建立信任关系奠定了基础。在校园里，由同学推荐是最直接且强有力的信任证明。在该项目服务的超过 120 位客户中，大多数来自口碑推荐，而超过 30 名重复购买意向客户的形成几乎无需额外的营销费用。信任在熟人网络中自发传播，获取的边际成本极低。

同时，与校外机构的卡销售促销、隐性消费和推销策略相比，“由自己人经营的店铺”自然消除了商业对抗感。客户感受到被帮助和互助的关系。这种去商业化的关系定位使品牌能够以“温暖”的方式嵌入校园社交网络，并不自觉地构建起信任壁垒。将同伴身份转化为信任资产，并以人际关系网络取代商业信用体系，能够实现校园熟人社会中信任的低成本建立和高密度传播。

## 5.3. 流程创新：标准化沉淀替代个人依赖的轻量化复制重构

传统的服务业高度依赖核心技术人员个人技能和经验判断。当人才离职时，会导致客户流失，并且难以保持一致的服务质量[8]。“锐 SHOW”流程的创新之处在于将个人经验系统性地转化为标准化且可转移的组织流程，减少对特定个人技能的依赖，为大规模复制奠定基础，并在运营管理中彰显“轻量化”的核心价值。

该项目流程的轻量化首先体现在服务流程的可复制性上。基于种子客户的服务，团队编制了《学生造型服务操作手册》，将预约咨询、需求沟通、诊断设计、服务执行以及售后跟进等所有阶段都固化为操作规范。新成员可以根据手册快速上手，大大缩短了培训周期和指导成本，从而为服务质量的一致性提供了制度保障。在此基础上，该项目进一步将风格方案细化为 30 个标准化模板，涵盖了日常优雅、求职面试和俱乐部活动等常见场景。核心的审美判断和匹配逻辑被产品化和模块化，即便发型师人员发生变动，服务输出仍能保持基准水平，有效地避免了对首席发型师的过度依赖，也避免了特定个人过大的工作压力。该项目根据用户反馈不断优化模板库和服务流程，实现了标准化的动态进化。这种“积累 -

重复-迭代”的循环使得组织知识在服务过程中不断积累并增值。流程创新的轻量化本质在于将隐性经验显性化,组织个人能力,并将服务流程产品化,用标准化工具取代师徒传承和个人表现,为“轻量化”模式从单点操作向多点复制的转变提供了制度基础[9]。

## 6. “轻量化”校园服务创业模式的挑战与优化路径

“锐 SHOW”项目在半年运营周期内初步验证了“轻量化”校园服务创业模式的可行性,但这一模式同样存在一系列隐患、问题。本章尝试剖析“轻量化”模式面临的结构性挑战,并尝试提出优化路径。

### 6.1. “轻量化”校园服务创业模式的挑战

“轻量化”校园服务创业模式等同于利用学生身份,以创业地点的灵活性换取生存空间,但这种模糊性亦存在一定风险[10]。以“锐 SHOW”为例,项目在宿舍楼内提供造型服务,无法完全界定其性质究竟属于个体经营还是校园文化活动。若定性为经营活动,则涉及工商登记、税务申报、卫生许可等一系列合规要求;若定性为校园文化活动,则其收费行为与商业属性又难以自洽。同时,这样的创业模式也存在一定的责任归属问题:一旦发生化妆过敏、工具损坏等纠纷,责任主体难以明确——是提供服务的造型师个人、项目运营团队,还是默许此类活动存在的学校管理部门?“轻量化”降低了创业门槛,但当服务规模扩大、客户基数增长后,风险发生的概率随之上升,亟需制定相关的应急预案去尝试规避相关风险。

### 6.2. 优化路径与对策建议

基于可能存在的风险与挑战,相关项目应当主动拥抱规范而非被动规避监管。项目负责人应积极与学校创业指导中心、后勤管理部门、学生工作部门沟通,明确宿舍场景下商业服务活动的边界与规范。在短期内,可申请纳入学校大学生创新创业训练计划或创业孵化器的正式项目体系,获取学校的许可。项目运营一定时间后,团队可参照校内勤工助学、学生创业工作室等成熟模式,制定相关服务守则,明确服务范围、收费规范、安全责任、纠纷处理等关键条款,规避相关责任归属问题。若项目能够长期运营,可以尝试推动学校层面出台针对学生创业项目的分类管理制度,为不同风险等级的校园创业活动匹配差异化的监管要求,在鼓励在创新创业与风险防控之间寻求制度平衡。

## 7. 结语

“锐 SHOW”宿舍移动塑形站的实际应用表明,轻量化的校园服务创业模式在大学环境中具有独特的适应性和活力。通过“轻量化”的空间来重新构建成本结构,通过轻量化的关系来降低信任门槛,通过轻量化的流程来巩固组织能力,该项目实现了从0到1的模式验证,并在资源有限的约束下实现了可持续运营,为面临资金不足和缺乏经验等困难的大学生创业者提供了一条可行路径。

本研究的理论贡献在于将“轻创业”的概念与校园环境相结合,提取出轻量化校园服务创业模式的核心特征和创新机制,并丰富了大学创新与创业教育的实践案例库。在实践层面,本研究总结了三个关键经验:空间借用、同伴信任和标准整合。这些对于校园创业领域具有一定的参考价值,同时也适用于上门轻型服务。同时,本研究明确指出,“轻”并不意味着“无风险”。由模糊规定带来的合规风险导致品牌脆弱,都是这种模式在扩大规模时必须面对的结构挑战。

尽管“锐 SHOW”初步验证了“轻量化”校园服务创业模式的可行性,但作为一项基于单案例的研究,仍有必要审慎审视该模式的适用边界,以避免过度泛化其经验。从服务品类看,“轻量化”模式更适合技能主导、物料成本低、信任依赖度高的个人服务类创业,如美妆造型、简历修改、摄影跟拍、小型维修等。对于重资产、高库存或需专业资质的品类,如食品配送、餐饮制作、医疗咨询等,该模式的适用性

则较为有限。从高校环境看,在管理灵活、支持创业的高校中,“宿舍即店面”更易获得默许。而在制度严格、门禁管理刚性的高校,则需将服务转移至校内公共空间,或尽早纳入勤工助学、创业孵化器等形式项目体系。简言之,“轻量化”模式并非普适模板,后续创业者需根据所在高校的制度环境和所选品类的风险特征,进行差异化适配,而非简单照搬。

由于案例研究方法的局限性,本文的结论仍缺乏普遍性。未来的研究可以进一步追踪“锐 SHOW”模式在不同高校和不同服务类别中的复制效果,进行多案例比较分析,并探索轻量化校园创业模式的差异化适应策略。我们期待更多的学生团队能够运用“轻量化”思维,将他们的想法拓展到实际生活场景中,以解决学生们的实际需求,从而使大学的创业教育真正实现从纸上讨论到实际训练的质的转变,并为培养具有创新精神和实践能力的综合性人才做出贡献。

## 基金项目

2025 年上海建桥学院大学生创新创业项目(锐 Show——私人定制化形象设计,编号: XSKJXL-25-26)。

## 参考文献

- [1] 赵长禄. 坚持系统观念 突出内涵质量 为强国建设培养一流人才[N]. 光明日报, 2024-05-14(15).
- [2] 胡臻. 高校创新创业教育对学生实践能力的影响研究[J]. 佳木斯职业学院学报, 2026, 42(3): 181-183.
- [3] “颜”值经济新篇章: 2025 年中国美妆市场行业报告[R]. 上海: 毕马威华振会计师事务所, 2025. <https://kpmg.com/cn/zh/insights/2025/11/2025-china-beauty-market-industry-report.html>
- [4] 李晓菲. 高校毕业生自主创业初期困境分析[J]. 黑龙江科学, 2022, 13(20): 129-131.
- [5] 高鑫. 轻创业的轻与重[J]. 中国报道, 2016(6): 52-53.
- [6] 路鹏, 张南, 张新, 等. 互联网+时代的大学生创业模式选择与路径优化研究[J]. 南方农机, 2018, 49(21): 24-25.
- [7] 黑龙江省教育厅关于印发《关于规范引入第三方机构和社会专业人员参与义务教育学校课后服务工作的指导意见》的通知[J]. 黑龙江省人民政府公报, 2026(6): 24-29.
- [8] 弓卓田, 吴丽萍. 我国消费性服务业发展的动态演进、区域差异与收敛性研究[J]. 商业经济研究, 2026(7): 185-188.
- [9] 刘晓慧, 冯岩岩. 产教融合驱动下高职外语教学数字化转型的路径研究[J]. 现代职业教育, 2026(10): 109-112.
- [10] 俞旭, 徐芳芳. 新质生产力视角下高校大学生创业法律风险现状分析[J]. 法制博览, 2024(36): 37-39.