

音乐表演人才培养与演艺市场需求适配路径的探索

王 强

四川文化艺术学院 四川 绵阳 621000

【摘要】：摘要：在文化产业如火如荼发展的背景下，演艺行业呈现出多样化、生活化的趋势，对于音乐表演人才的要求也由单一技能型向全面素质型发展。但是目前我国音乐表演人才培养存在“重技艺、轻市场”、“重理论、轻实践”的现象，造成培养出来的学生与演艺行业的实际要求不符，“就业难”和市场的“用工荒”同时存在。本文基于演艺行业的需求进行分析，针对音乐表演人才培养中存在的主要问题展开论述，在培养理念、课程设置、实训方式以及校企合作等方面提出切实可行的具体措施，使音乐表演人才更好地契合市场需求，促进人才培养和演艺行业的共同发展。

【关键词】：音乐表演；人才培养；演艺市场；适配路径；综合素养

DOI:10.12417/2705-1358.26.08.069

引言

音乐表演是演艺市场的重要一环，在传播文化和丰富人民生活精神生活方面发挥着重要作用。近年来，随着人民群众文化消费水平不断提高，演艺市场的形式也越来越多样化，从传统的音乐会、歌剧院演出发展到商业庆典、文旅演出、短视频直播、线下驻唱等不同场景，对于音乐表演人才的要求也越来越高。但是目前大多数音乐表演人才培养仍然采用传统方式，过分强调专业知识和技能的培养而忽略市场对人才的需求，造成很多学生毕业之后无法适应市场节奏、胜任工作，不仅浪费教育资源而且阻碍了演艺行业的健康发展。因此，研究如何使音乐表演人才培养更好地契合演艺市场需求并消除两者间的隔阂，使人才培养更加贴近市场、服务于市场，是当下亟待解决的问题。

1 音乐表演人才培养与演艺市场需求的脱节现状

1.1 培养目标偏离市场实际

大多数音乐表演人才培育单位的目标还是集中在“培养技艺高超的专业型演员”，过分注重演唱、演奏技术的纯熟程度，把考级、参赛的成绩作为主要考核指标，忽略了演艺市场的多元化需求^[1]。很多培训机构一味地给学生灌输“高精尖”的技艺观念，使学生们沉溺在对专业技术的学习上，不懂得市场需要怎样的演出、观众喜爱怎样的形式、不同的场合适合怎样的风格等。例如一些学生钢琴弹奏技艺娴熟，可以顺畅地完成复杂的古典作品的演奏，但是在商业性演出中简单的伴奏却不能胜任；一些学生美声唱法功底深厚，但是面对文旅项目中的通俗歌曲、民族歌曲却难以驾驭，造成毕业之后很难融入社会岗位只能从事小众化的演出或者改行。

1.2 能力培养存在单一化短板

演艺市场对于音乐表演人才需求已不单是“会唱、会演”，而是需要人才拥有“一专多能”，但是目前的人才培养却存在严重的单一化问题。一方面缺少对市场适应性的培养，许多学生不懂得如何进行一场演出的组织安排，不懂如何掌控一个舞台，不懂如何与观众交流沟通，甚至最基本的商业演出礼节都不知道，在遇到突发状况时不能妥善处理；另一方面缺乏个性化的、差异化的培养，教学方式千篇一律，不论学生的天赋、爱好怎样，都使用相同的课程设置以及授课方式，造成学生没有自己独有的艺术特色，在竞争激烈的市场上很难立足^[2]。同时伴随着数字信息技术广泛应用于演艺行业当中，网络直播、虚拟演出等形式层出不穷，但是不少培养单位却没有跟上时代步伐加入这方面的技能培训，使得学生们不具备线上演出、直播运营等方面的能力，难以满足社会发展的新要求。

1.3 实践环节与市场脱节

音乐表演是一门实践性很强的专业，需要在真实市场环境中历练才能提高人才的市场适应能力，但是目前大多数培养单位的实习实训环节都存在着“形式化、脱离市场”的现象。学校的实习实训大多是以校内汇报演出、模拟演出的形式开展，环境单一、程序简单，缺少商业演出的重要组成部分如售票、招商、观众互动等环节；而培训机构的实习实训则主要是以竞赛、考级等方式来进行，缺少对真正演艺市场的接触机会，学生不了解市场运行机制以及岗位的具体需求。而且很多培养单位缺少与演艺公司、剧场、文旅企业的合作，学生很难有参与真实演出的机会，在学校或者培训机构里只能进行训练，造成学生的实操能力和市场需求之间有很大差距，毕业之后还需要很长时间去磨合市场的节奏^[3]。

2 音乐表演人才培养与演艺市场需求的核心适配点

2.1 能力适配：从“单一技艺”到“综合素养”

演艺市场所需音乐表演人才应有较强的专业技能及较强的市场适应力。主要体现在三个方面：第一是基本功底，即学生需掌握娴熟的演唱、演奏技巧，能准确演绎各类作品，胜任各种类型的演出；第二是市场操作能力，熟悉商业演出的操作流程，拥有初步的演出策划、现场把控、与观众互动的能力，可以迅速进入商业演出的状态；第三是创新能力，能把握时代脉搏，敢于尝试新颖的表现手法，巧妙地融入多种元素，形成自己独特的舞台形象，在线下的各个场合都能游刃有余地进行演出。

2.2 定位适配：从“精英化”到“多元化”

以前，音乐表演人才的培养大多采取“精英化”的模式，旨在为专业院团输送演员，忽略了对大众演艺市场的需要。但是现在，演艺市场的需求越来越多样化，不仅有专业的院团进行高规格的演出，还有商业庆典、文旅演出、社区演出以及网络直播等各种形式的大众化演出，都需要大量的人才来支撑。所以，人才培养的方向也要由原来的“精英化”变为现在的“多元化”，不仅要培养能登上大舞台的专业人才，还要培养能够胜任各种类型的大众化演出场合并且比较接地气的应用型人才，针对学生的不同特点和爱好，明确其培养方向，使人才培养更加契合社会发展的多元化需求^[4]。

2.3 理念适配：从“重技艺”到“重市场”

人才培养的理念应该由原来的“以技艺为中心”转为“以市场为导向”。培养单位不应再一味地追求技艺上的精益求精，而应树立起“市场需要什么人才就培养什么样的人才”的观念，关注演艺市场的变化趋势以及岗位需求的变化，在人才培养的过程中把市场需求结合起来。不仅要注重对专业技能的学习，还要注重对学生进行市场意识和服务意识教育，使学生认识到音乐表演不仅是一种艺术，也是一种服务，要符合观众的需求、适应市场的要求，才能发挥其作用。

3 音乐表演人才培养与演艺市场需求的适配路径

3.1 更新培养理念，树立市场导向思维

培养理念的更新是适应的基础，只有树立“以市场为导向”的培养理念，才能使人才培养更加契合市场需求。一方面，培养单位要改变以往的精英式培养观念，摒弃“重技艺、轻市场”、“重理论、轻实践”的思想，确立人才培养的根本目的是“培养符合社会需求、有良好素质的应用型音乐表演人才”，把满足社会需求作为人才培养的起点和归宿。另一方面，要加强学生的市场意识，在教育教学中，指导学生了解演艺市场的变化趋势，掌握各种场合下演出的需求以及观众的喜好等，使他们

认识到：专业技能是根基，市场适应力才是竞争力，防止出现“只懂练琴而不去登台”、“只会唱歌而不懂得营销”的现象。同时，还要重视学生的个性发展，依据每位学生的专长与爱好来确定其培养方向，培育出各具特色的人才，避免千篇一律式的教育方式。另一方面，培养单位要积极搭建产教融合平台，主动对接演艺机构、文化企业等用人单位，建立常态化的人才输送与反馈机制，根据市场动态及时调整课程设置与教学内容。鼓励学生参与真实演出项目、音乐节策划、社区文化服务等实践活动，在“做中学、演中练”中提升综合素养。同时，构建多元评价体系，将市场表现、观众反馈、团队协作能力等纳入考核指标，引导学生从“被动学习”转向“主动适应”，真正实现人才培养与社会需求的无缝对接。

3.2 优化课程体系，构建“一专多能”培养模式

加强主干学科建设，保留声乐、器乐、乐理等基本课程，重视专业技能训练，保证学生拥有良好的基本功底。针对社会需求变化及时更新教学计划，加入通俗歌曲演唱、民俗音乐表演、伴奏技艺等内容，防止教材老化失时脱离现实。例如，在声乐课上除了教授美声唱法、民族唱法外还加入流行唱法、通俗唱法的教学，以满足商业演出及文化旅游演出的要求；在器乐课中增加对钢琴、吉他的伴奏技巧的学习，提高学生的实操能力。开设市场适应性课程，补足学生的短板。根据市场需要，开展演出营销、舞台控场、客户沟通、商务礼仪、网络直播运营等相关课程，使学生了解商业演出的操作过程并掌握一定的市场营销技能。比如通过演出营销课让学生学会怎样做一份完整的演出策划书以及如何进行现场协调工作；通过网络直播运营课教会学生如何进行线上表演和与观众互动交流的方法来应对线上演出的需求。开发个性化、差异化课程，塑造学生个性亮点。依据每位同学的特点、爱好设置相应的特色课程如民族音乐特色班、流行音乐特色班、伴奏特色班等等，让同学们扬长避短地发展自己独有的艺术风格。同时支持学生们探索多种艺术形式相结合的方式进行音乐创作，比如把音乐跟舞蹈、戏剧、短视频制作结合起来，从而增强自身实力去迎合市场的多样性要求。

3.3 创新实践模式，强化市场场景化锻炼

丰富校内实践活动，摒弃形式化汇报演出，“模拟市场”。在校内设置小型演出场地，模仿商业演出、文旅演出、网络直播等多种情形，在整个过程中让同学们参与到演出筹备、舞台布置、演出呈现以及观众交流等方面内容，体验市场演出氛围及要求。此外还会定期开展校园演出活动并邀请当地演艺公司、演出场所负责人前来观摩指导，给学生们一个展示自己同时也能够接触社会的机会。拓宽校外实践途径，使学生进入真实的演艺市场当中去。培养单位要积极联系当地的演艺公司、演出场所、文旅企业、婚庆公司等，形成稳定的合作关系，给

学生提供真实演出机会。例如让学生参加到商业庆典、文旅演出、社区演出等活动当中来,在实际环境中锻炼他们的表演能力和市场营销能力,了解市场运行规则以及岗位需求。同时也要引导学生利用课余时间参与线下驻唱或者线上直播等形式的实践活动,积累一些市场经验提高自身竞争力。“以演代练”,把实践融入教学当中^[5]。在授课时采用真实演出项目作为依托,让学生从头至尾地经历项目的计划、排练、演出直至最后总结的过程,把课堂上学到的知识应用到实践中,做到“学以致用”。比如承接本地的小型演出项目,让学生们结成小组完成该项目的策划、编舞、演出等一系列工作,在此期间老师在一旁给予帮助和支持,协助他们克服遇到困难,增强学生的整体素质。

3.4 深化校企合作,构建协同育人机制

校企合作是培养人才与市场对接的有效方式,可以消除学校与社会间的隔阂,使人才培养更加符合市场需求。所以要加强校企合作,“校企联动、共育人才”。

一是构建校企协同育人机制,使企业参与到人才培养当中来。聘请演艺公司、演出场所等行业人士参与到课程开发以及授课等工作中去,在课程中加入最新的市场需求和岗位需求的内容,保证课程内容的应用性和针对性。例如:邀请演出策划人员参与到演出策划课的教学当中,在课堂上讲述自己从事该行业的经历与感悟,并向同学们介绍如何进行一场成功的商业性演出;邀请一线演员参与到专业能力培养课程当中,传授他们在舞台上表演的经验和技巧。

二是实行“双导师”制度,提高学生的综合素质。给每位

学生安排一名校内专业老师和一名企业行业老师作为指导教师,其中校内老师主要进行专业技术方面的教学与辅导工作,而企业老师则主要负责对市场实践以及岗位技能等进行指导,使学生不但能够熟练掌握专业技术还能够了解市场需求并增强自身适应市场的能力。企业老师还可以不定期地到培养单位来进行一些讲座或者上课等活动,也可以带学生们参与到真实的表演当中来,在实践中一步步地帮助他们提高动手操作水平。

第三是建立人才输送渠道,实现校企共赢。培养单位与合作企业签订人才输送协议,向企业输送符合社会需求的音乐表演人才;而企业也为学生提供工作岗位以及实习机会,使学生尽快适应社会。同时,校企可以共同开发演出项目,在此过程中让同学们参与到项目的策划、排练、演出当中去,一方面锻炼了学生的动手能力另一方面也为公司储备人才,做到了人才培养和社会需求相结合。

4 结论

音乐表演人才培养与演艺市场需求的有效对接,是实现音乐表演教育优质发展以及促进演艺行业兴盛的重要一环。目前两者之间所存在的培养目标偏差、能力培养单薄、实践环节脱离等现象严重阻碍人才潜能发挥及行业发展进程。为此应从以下几方面着手改进:转变办学思路,树立市场意识;改革课程设置,推行“一专多能”教学方式;革新实训方法,加强市场环境训练;推进产教融合,建立联合培养制度,使人才培养更加贴近实际需求。

参考文献:

- [1] 芦奕文.人工智能驱动下海南音乐表演人才培养模式创新与教育改革探索[J].艺术教育,2026,(01):73-76.
- [2] 刘丹航,刘明.新疆职业教育音乐表演人才培养目标内涵探析——基于 NVivo 软件的质性分析[J].新疆职业大学学报,2025,33(04):36-41.
- [3] 金萌.课程思政视域下音乐表演专业应用型人才培养的实践探索——以《器乐排练与实践》课程为例[J].黄河之声,2025,(20):150-153.
- [4] 李丹萍.乡村振兴背景下流行音乐表演专业人才培养的新路径[J].艺术教育,2025,(20):91-94.
- [5] 韩沙霖,郑阳宇.基于创新型人才培养的普通高校音乐表演精品课程建设探索[J].艺术教育,2025,(10):45-48.