



# 音乐机构创新发展路径及对策研究 ——以杭州市 S 音乐机构为例

RESEARCH ON THE INNOVATIVE  
DEVELOPMENT PATH AND  
COUNTERMEASURES OF MUSIC  
INSTITUTION——A CASE STUDY OF  
HANGZHOU S MUSIC INSTITUTION

PANYAPIWAT  
INSTITUTE OF MANAGEMENT

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

徐宁

NING XU

本独立研究报告提交正大管理学院中国研究生院  
属正大管理学院工商管理硕士学位  
工商管理专业（中文体系）课程学习的一部分  
二〇二一年七月



# 音乐机构创新发展路径及对策研究 ——以杭州市 S 音乐机构为例

RESEARCH ON THE INNOVATIVE  
DEVELOPMENT PATH AND  
COUNTERMEASURES OF MUSIC  
INSTITUTION——A CASE STUDY OF  
HANGZHOU S MUSIC INSTITUTION

PANYAPIWAT  
INSTITUTE OF MANAGEMENT

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

徐宁

NING XU

本独立研究报告提交正大管理学院中国研究生院  
属正大管理学院工商管理硕士学位  
工商管理专业（中文体系）课程学习的一部分  
二〇二一年七月  
版权归正大管理学院所有

音乐机构创新发展路径及对策研究——以杭州市S音乐机构为例

徐宁

二〇二一年



本独立研究报告题目：音乐机构创新发展路径及对策研究——以杭州杭州市 S 音乐机构为例，作者：徐宁，已通过独立研究报告答辩委员会审核。本独立研究报告为正大管理学院工商管理硕士学位工商管理专业（中文体系）课程学习的一部分。

独立研究报告答辩委员会签名：

答辩委员会主席.....  
(Prof. Dr. Bin Lin)

导师/答辩委员.....  
(Asst. Prof. Dr. Ao Chen)

答辩委员.....  
(Dr. Renyuan Nong)

中国研究生院院长签名：

.....  
(Dr. Pak Thaldumrong)

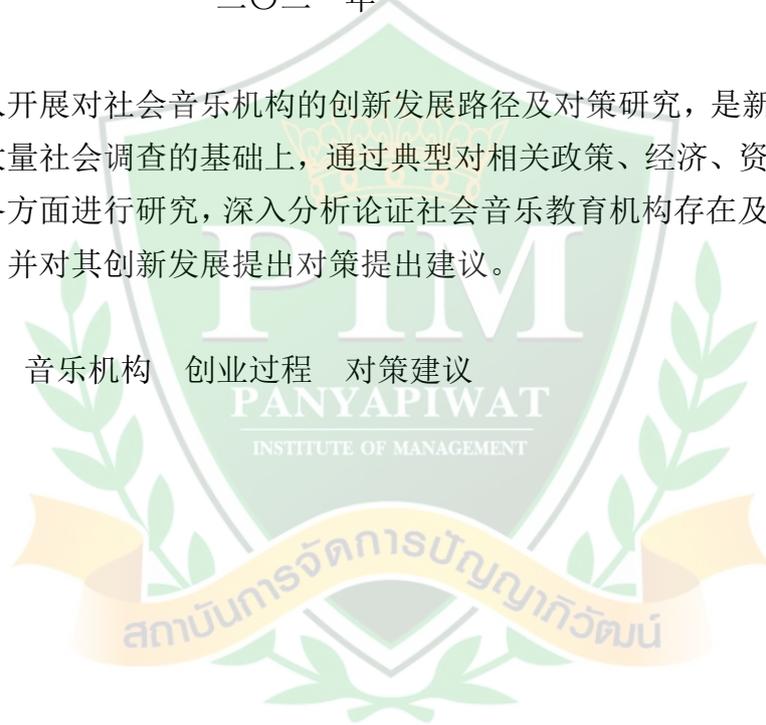
批准日期：二〇二一年 月 日

## 摘要

独立研究报告题目： 音乐机构创新发展路径及对策研究——以杭州市 S 音乐机构为例  
作者： 徐宁  
导师： 陈鼻助理教授  
学位名称： 工商管理硕士学位  
专业名称： 工商管理专业（中文体系）  
学年： 二〇二一年

深入开展对社会音乐机构的创新发展路径及对策研究，是新时代的要求。本研究在大量社会调查的基础上，通过典型对相关政策、经济、资金来源以及盈利模式等各方面进行研究，深入分析论证社会音乐教育机构存在及发展的必要性和可行性，并对其创新发展提出对策提出建议。

**关键词：** 音乐机构 创业过程 对策建议



## ABSTRACT

Title: Research on the Innovative Development Path and Countermeasures of Music Institution—— A Case Study of Hangzhou S Music Institution

Author: Ning Xu

Advisor: Asst. Prof. Dr. Ao Chen

Degree: Master of Business Administration

Major: Business Administration (Chinese Program)

Academic Year: 2021

It is the requirement of the new era to carry out the research on the innovative development path and countermeasures of social music institutions. On the basis of a large number of social investigations, this study conducts a typical study on related policies, economy, sources of funds, profit models and other aspects, deeply analyzes and proves the necessity and feasibility of the existence and development of social music education institutions, and puts forward countermeasures and suggestions for their innovative development.

**Keywords:** Music institutions      Research on entrepreneurial Countermeasures and suggestions

# 目 录

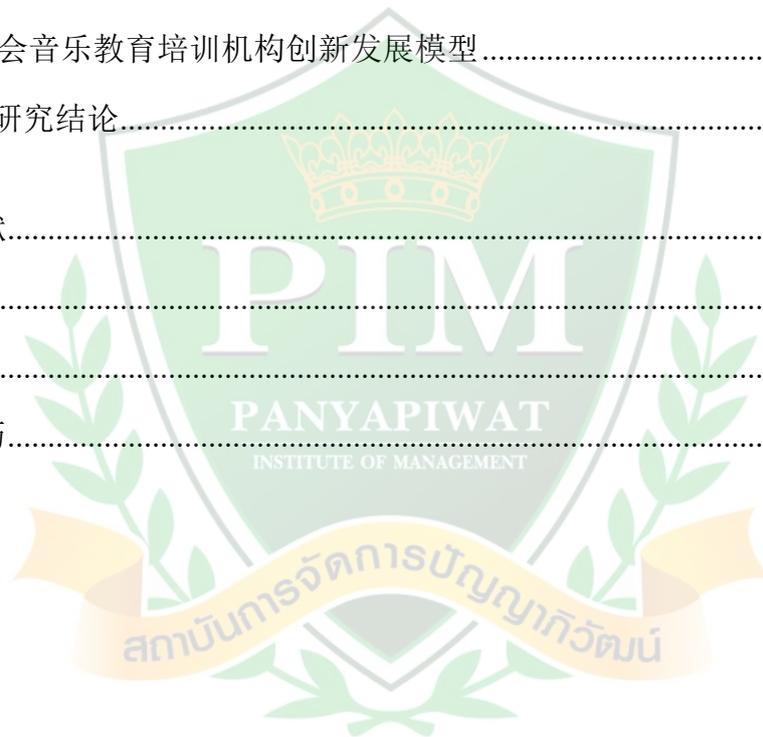
摘要.....	I
ABSTRACT.....	II
目录.....	III
表格目录.....	VI
图片目录.....	VII
第一章 研究背景和意义.....	1
1.1 引言.....	1
1.2 研究背景.....	1
1.2.1 中国目前的音乐教育现状和特点.....	1
1.2.2 杭州市社会音乐教育的市场背景.....	2
1.3 研究的的意义.....	4
第二章 文献综述.....	5
2.1 相关文献.....	5
2.2 文献述评.....	6
2.3 理论基础.....	6
第三章 研究方法.....	8
3.1 研究设计.....	8
3.2 数据收集方法.....	8
3.3 取样方法.....	8
3.3.1 杭州市参加社会音乐教育各阶段成员比例调查.....	8
3.3.2 音乐学习内容比例调查.....	10
3.3.3 学员学习动机调查.....	11
3.4 社会音乐教育与学校音乐教育之间区别和联系.....	12

## 目录 (续)

3.5 论文架构设计 .....	13
第四章 研究发现及分析.....	14
4.1 杭州市 S 音乐机构的市场定位和营销策略分析.....	14
4.1.1 市场定位策略 .....	14
4.1.2 品牌定位策略 .....	14
4.1.3 定价策略 .....	15
4.1.4 营销策略 .....	15
4.2 杭州市 S 音乐机构创业过程的要素分析.....	16
4.2.1 教学情况分析 .....	16
4.2.2 发展艺术培训业的内在合理性分析 .....	17
4.2.3 资金来源分析 .....	18
4.2.4 盈利模式分析 .....	19
4.2.5 杭州市 S 音乐机构 " 实践 " 特性功能分析.....	19
4.2.6 利用现代多媒体技术进行音乐教学与教学评价 .....	19
4.3 杭州市 S 音乐机构发展模式分析.....	20
4.4 S 音乐教育机构音乐教育发展的局限性分析.....	20
4.4.1 S 音乐教育机构外部管理过程中的局限.....	21
4.4.2 S 音乐教育机构内部发展过程中的局限.....	22
第五章 对策研究.....	24
5.1 完善 S 机构社会音乐教育体系主体的建设.....	24
5.1.1 加强对 S 机构的宣传与推广 .....	24
5.1.2 提高师资队伍的建设 .....	24
5.1.3 加强教学研究 .....	25

## 目录（续）

5.1.4 优化 S 机构的社会音乐教育评价体系.....	25
5.2 立足杭州音乐文化，发展社会音乐教育.....	25
5.3 利用现代多媒体技术进行音乐教学与教学评价.....	26
5.3.1 利用网络进行音乐资源收集.....	26
5.3.2 在传统音乐课堂中加入现代化教学技术手段.....	26
5.4 社会音乐教育培训机构创新发展模型.....	26
第六章 研究结论.....	27
参考文献.....	28
致谢.....	32
声明.....	33
个人简历.....	34



## 表格目录

表 3.1 杭州市社会音乐机构成员比例.....	9
--------------------------	---



## 图片目录

图 3.1 杭州市社会音乐教育学习内容覆盖率.....	10
图 3.2 学习动机调查数据汇总图.....	11



# 第一章 研究背景和意义

## 1.1 引言

当前，以互联网、物联网、大数据、云计算等新技术为基础的应用日益进入普通人的生活，出现了许多新产品、新行业、新业态，互联网正在改变人类的生产和生活方式。而青年学生所接触的世界丰富多彩，获取知识的渠道更加多元化，怎样使音乐培训变得有意思，把音乐培训课程讲出味道，让大家爱听爱学、这是社会音乐教育面临的重大课题。紧贴学生群体的真实需求和习惯，循序渐进、精准滴灌是解决这一问题的关键。

近些年中国掀起一股社会音乐教育热潮，各地的社会音乐教育机构纷纷涌出，对于国民音乐教育产生很大的推进作用。由于教学方式的灵活与多样，教育对象的普遍与广泛，使其在丰富社会音乐生活、提高群众音乐素养、促进精神文明建设、培养专口音乐人才等方面产生了重大影响。

杭州市作为中国民营经济发达的省会城市，随着 G20 峰会的召开以及亚运会的即将举行，杭州在大力加快城市国际化，并努力建设独特韵味别样精彩的世界名城。面对杭州发展的新方位、新使命、新目标的前提下，杭州市社会音乐教育事业近年得到了蓬勃发展，并已形成了一定规模。与其它教育培训行业不同的是，音乐教育的课外培训往往以社会培训机构为主，也是目前最常见的一种教育形式。

音乐教育对于国民素质的提升、促进社会文明和谐，特别是对于青少年的全面发展具有重要作用，但音乐教育仅仅依靠正规学校教育是远远不够的。为此，社会各式教育机构承载了相应的校外二次培育职能。同时，作为艺术类学生的就业创业重要领域，社会音乐教育机构为高校艺术类毕业生提供了充分的就业市场。本文以杭州市 S 音乐机构的创业过程为调研考察主线，对社会音乐机构的创业和创新发展进行了较为深入的研究。

## 1.2 研究背景

### 1.2.1 中国目前的音乐教育现状和特点

中国加入 WTO 以后，经济长期处于高速发展的轨道上。目前，中国已经成为世界上第二大经济体。随着物质生活的改善，社会文明也得到了很大的进步。对人的综合素质的要求，也进一步提高。教育改革的不断落实，素质教育的要求，

更注重学生的全面发展。而音乐作为提升综合素质的重要手段之一，得到了越来越多家长的重视。

伴随着社会的发展和人类知识体系的不断进步，音乐教育工作同样面临着不进则退的两难局面。但由于社会竞争的日益加剧以及社会上用人制度相对的不完善，客观上造成了各学校之间的竞争十分激烈：学校要创牌子，确保升学率，主课成绩就必须提高。于是出现了学校教师和家长都去抓学生主课的学习，而忽视了学生综合素质的培养。学生很少有时间和精力去丰富自己的音乐素养。音乐课成了其它主课的“附属品”，甚至于在某些特殊阶段的学生，取消了音乐课。所以中国目前音乐教育的现状具有以下几个特点：

1、家长和学生的需求很大，很多孩子从很小的时候，就开始参加音乐培训，并且已经取得了不错的成绩，放弃确实非常可惜，但现实确实让这部分学生被迫割舍。

2、目前参加音乐教育培训的学员，除社会成员以外，主要以幼儿园及小学生为主，初中高年级以及高中生，在其中所占比例较低。

3、中国的音乐教育体制，每周的一到两节音乐课，根本无法满足学生们对于的音乐的需求。同时，学校教育，要顾全每一个孩子的要求，无法达到个性化教学的目的。而音乐教育，恰恰是一个非常重视个性化教学的学科。

4、学员的现实需求以及学校教育的相对滞后之间，给社会音乐教育培训机构，留下了非常大的空间。

### 1.2.2 杭州市社会音乐教育的市场背景

杭州市作为浙江省省会，是杭州都市圈核心城市，浙江省经济、文化、科教中心、长江三角洲中心城市之一。杭州正努力打造与世界名城相媲美的“生活品质之城”。为此，市委、市政府提出了“经济生活品质、文化生活品质、政治生活品质、社会生活品质、环境生活品质”五大品质目标。同时，杭州作为中国七大古都之一，曾是南宋及吴越国的都城，风景秀丽、人文和自然景观众多、文化积淀深厚，自古就享有“人间天堂”的美誉。杭州市正在积极努力成为享誉世界文化名城。去年，杭州颁布实施了《杭州市文化发展规划》，指出“以文兴市”的战略方针。绘制出杭州文化产业未来的美好蓝图。

社会音乐教育机构，对于每一个希望提升自身音乐素养的学子，开辟了一条新航路，在满足市民音乐教育需求的同时，还具有以下的社会价值和意义。

1、社会音乐教育机构的培训方向，契合了政府“以文兴市”的发展战略目标。提高精神文明建设、提高全民族的综合素质，培养高层次的人才，绝对不是一句

空话。而音乐，作为一种国际流行的文化符号，美学载体，音乐教育的发展是民族全面素质提高的重要一环。

2、满足了广大市民对于提高自身艺术修养的需求。音乐的重要性在于音乐不仅可以陶冶情操、丰富生活，更重要的是音乐渗透在生活的各个角落，是很多知识的载体。它可以潜移默化的活跃思维开发智力，促进人们潜能的开发和身心健康的发展。

3、为艺术类学生的就业、创业的提供了重要的平台。由于中国经济高速发展的需求，以及社会经济现实规律，从而导致很多艺术类学生的就业渠道狭窄。大批量的艺术类学生，真正能成为艺术家的毕竟是少数，但如果没有相当规模的艺术类学生基础，谈何培养中国自己的高素质艺术家？因此，社会音乐培训机构的出现，为高校艺术类毕业生提供了充分的就业岗位，他们在这个平台上，将充分发挥自己的专业知识、专业特长，培养和教育一批批的学子，步入艺术的殿堂。

4、对传承中华优秀传统文化，起到了积极的作用。5000年中华文明，源远流长，薪火相传，内涵丰富，中国的古典音乐，是世界音乐史的一块瑰宝。美国巴德音乐学院的院长罗伯特·马丁说过：“中国民乐在世界上越来越有影响力，我个人也深深的被中国民乐的魅力折服”。但由于目前学校音乐教育的相对滞后，在学校内教授中国传统乐器的老师非常少，很多小学生甚至无法区分古筝、古琴、扬琴，无法理解琴、瑟、笛、箫的韵味。但社会教育培训机构，根据不同学员的需求，系统的开展了包括二胡、笛子、箫、古筝、古琴、扬琴等传统民族乐器的教学，极大地促进了传统民族乐器的普及和传承工作。

5、填补了教育体制和家庭教育的漏洞。由于学生个体性差异，师资不同，地区不同等因素，学校教育不可能照顾到每一个学生，满足每一个学生的需求，难道因为一个孩子就要牺牲掉其他孩子的时间或者学习兴趣吗？很显然也是不科学的。艺术类教育，现在越来越受到家长和社会的重视，但中国大部分家庭，无法给予孩子科学、规范、全面的音乐教育。社会音乐培训机构，弥补了教育体制和家庭教育的漏洞。

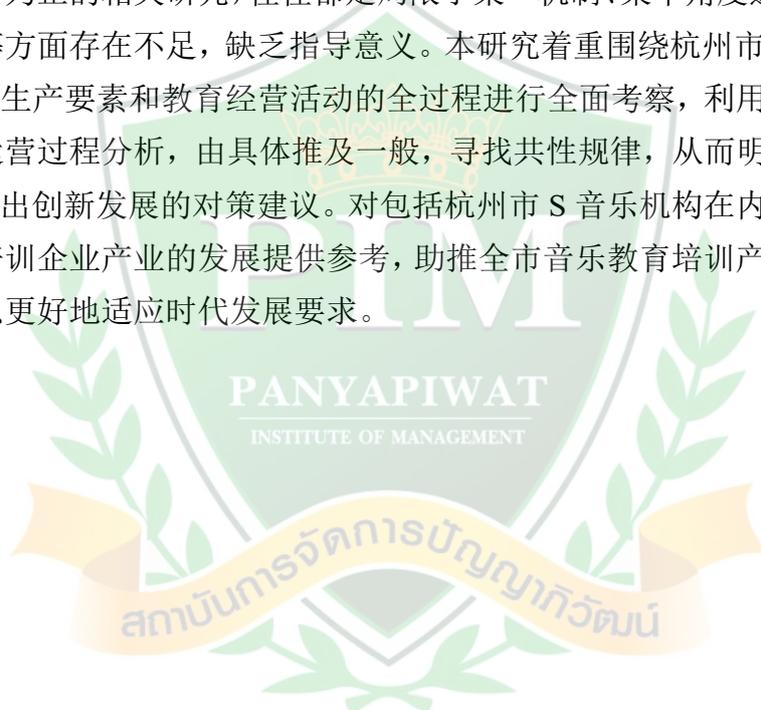
经过我们对杭州市音乐机构的简要合理分析，可清楚得知，不论是从宏观层面还是微观层面来看，社会音乐机构对于杭州社会发展和市民素质提升以及音乐事业发展具有重要的社会价值和意义。

### 1.3 研究的目的是和意义

客观现实表明，社会对社会成员素质提升的要求越来越强烈，音乐教学的市场空间在迅速扩大，音教事业方兴未艾。当前杭州社会音乐教育事业由于受外部市场环境和内部管理水平两方面的约束，总体上还处于小、散、乱的低水平、低层次之中，还远远不能适应时代的发展要求。

如何寻找一条音乐机构的办学之路，在不断做强做大的同时，更好地满足时代进步和人民的发展需求，实现消费者、机构和政府的“三赢”，这是新时代摆在我们面前的新要求。

迄今为止的相关研究，往往都是局限于某一机制、某个角度进行，在系统性、典型性等方面存在不足，缺乏指导意义。本研究着重围绕杭州市 S 音乐机构的社会环境、生产要素和教育经营活动的全过程进行全面考察，利用调研所得数据的解析和运营过程分析，由具体推及一般，寻找共性规律，从而明确其社会的职能定位，提出创新发展的对策建议。对包括杭州市 S 音乐机构在内的杭州市社会音乐教育培训企业产业的发展提供参考，助推全市音乐教育培训产业实现快速健康发展，以更好地适应时代发展要求。



## 第二章 文献综述

### 2.1 相关文献

为了更全面的了解社会音乐教育机构，除了对实际市场的调研外，笔者还进行了文献的研读和统计。通过在“中国知网”中检索主题“音乐教育机构”，获得文献 353 篇，其中学位论文 83 篇。通过对文献的阅读和整理，将检索出的文献分为以下几类：

#### 当前研究现状

为了更全面的了解社会音乐教育机构，除了对实际市场的调研外，笔者还进行了文献的研读和统计。通过在“中国知网”中检索主题“音乐教育机构”，获得文献 353 篇，其中学位论文 83 篇。通过对文献的阅读和整理，将检索出的文献分为以下几类：

1、对音乐教育机构教学质量、教学现状、教学内容、教学策略等教学过程的研究。这类文献主要以某一个音乐教育机构为例，作者通过实习或教学根据其开设教学班级的类型，使用的教学理念、教学方法，对学生培养的方向等方面，总结尚存在的问题，并依据音乐教育相关理论和知识提出解决措施和改进建议。

2、探析音乐教育机构的创新发展。这类文献主要探究，在当前大多数音乐教育机构类似的运营模式下，如何更新观念、更新运营模式以及未来如何发展，在了解现状的基础上提出可供参考的创新建议。如，在赵雅《论群艺机构推进音乐教育、培训实现创新发展之对策》<sup>①</sup>一文中，提出从转变运营理念、强化同高等音乐教育及科研机构的联系、加强同文艺院团和文化生产企业的业务往来三个角度切入，已提出相关对策，为当前大规模的音乐教育机构提供新的发展方向。

3、不同国家的校外音乐教育机构的对比研究。这类文献通过与其他国家教学模式、教学方法的对比，取其精华，提升自身的教学模式与观念。例如，在查越嘉《浅析英国校外音乐教育——探索我国校外音乐教育新模式》<sup>②</sup>一文中，以英国颁布《国家音乐教育计划》并采取相应措施为依据，提出我国在对比之下尚存在的音乐教育问题，参照其已有的教学经验，发展我国校外音乐教育。

4、探析利用学校教育理念（如，核心素养）、国外音乐教学法发展校外音乐教育机构。这类文献主要从“核心素养”“音乐学科核心素养”“达尔克罗兹音乐教学法”“奥尔夫音乐教学法”等中小学中常用的教学理念和方法，以发展校外音乐教

① 赵雅.论群艺机构推进音乐教育、培训实现创新发展之对策[J].戏剧之家,2020(16):168.

② 查越嘉.浅析英国校外音乐教育——探索我国校外音乐教育新模式[J].教育探索,2020(04):87-90.

育机构，实现教学理念、教学方法校内外同步与结合。例如，在邓爱琴《基于核心素养视域的少年宫音乐教育分析》<sup>③</sup>一文中，以少年宫音乐教育为研究对象，围绕学生音乐学科核心素养，就少年宫音乐教育有效提升策略进行简要分析。再如再殷如一《基于奥尔夫教学本土化的儿童节奏教学研究——以台湾美育音乐教育机构大陆分校为个案》<sup>④</sup>一文中，将奥尔夫教学法本土化后融入音乐教育机构的教学中。

5、历史研究。这类文献主要探究我国古代设立的音乐机构。

## 2.2 文献述评

在上述五大类的相关文献研究中，第一类尽管也是从音乐机构的微观层面开展考察研究，但仅仅是侧重从教学的改革创新的一个方面进行，因而不能全面指导机构整体的成长。而第四类研究只是从教育新理念的引用分析，对提升机构教学质量的贡献与第一类研究存在同样的问题。第三类的比较研究着重从不同国家、不同地区以及不同主体之间在教学模式、教学方法以及政策环境、政府管理的差异性上进行分析，给机构的成长通过取长补短获得裨益。而第五类关于古代音乐机构的研究，只是侧重于历史的考证。与本文相近的是第二类研究，都是研究机构的创新发展问题。但其更多的是以经验的方式进行，经过调研考察总结归纳后，提出一家之言，缺乏经济相关理论的指导和科学的分析，因而其结论和建议往往是粗浅的、尝试性或随意性的。

## 2.3 理论基础

本课题以企业成长理论为理论基础，始终在其指导下开展研究分析工作，企业成长理论认为，企业成长是一个从量变到质变的过程，是一种成长“基因”推动企业系统内部的组织与功能不断地分化，从而促进企业更好地适应环境，并为之形成良好的协调发展。本文对杭州市 S 音乐机构进行考察，着重围绕企业结构与功能的完善和对环境的适应这个关键问题进行。根据马歇尔内部和外部经济决定企业成长的观念以及需求理论对杭州市对于音乐教育需求情况、消费能力以及政策环境、行政管理等外部因素进行考察分析。然后根据企业核心能力理论，考察分析了杭州市 S 音乐机构与内部经济性和核心竞争能力的情况，通过考察企业内部的市场定位营销策略、生产要素、优势资源、发展模式等方面的情况，并梳

③ 邓爱琴.基于核心素养视域的少年宫音乐教育分析[J].北方音乐,2020(02):142+144.

④ 殷如一.基于奥尔夫教学法本土化的儿童节奏教学研究[D].东北师范大学,2018.

理出该机构有关的问题和短板。依据生命周期理论，对杭州市 S 音乐机构的成长阶段作出判断，依据熊彼特创新理论所揭示的有关原理，找出企业成长壮大、实现良性可持续发展的对策建议。



## 第三章 研究方法

### 3.1 研究设计

本文着重运用典型案例分析法，并辅之以调查观察、文献研究、功能分析等其他研究方法。首先在搜集并检阅和杭州音乐教育机构发展相关的文献，并对杭州市音乐教育机构现状进行调查分析和经营活动表报查看等工作的基础上，考察了杭州音乐机构的市场环境以及杭州市 S 音乐机构内部市场定位、营销策略、教学体系和发展模式等各个方面，重点对杭州市 S 音乐教育机构的创业过程进行深入地分析研究，从中梳理归纳出在杭州社会教育机构在其发生发展中带有共性的特点和问题，就杭州市 S 音乐机构的教育体系、教材体系、课程体系、教师队伍建设以及现代数字化科技成果应用等方面，对其创新发展路径提出对策建议。

### 3.2 数据收集方法

本研究对数据的收集，主要采用资料查阅和现场调查两种方式。通过对杭州市教育局的有关数据查询，获得杭州市音乐培训机构的数量和机构规模等方面的相关数据，通过典型性音乐机构的现场问卷调查，了解到受教人员结构，音乐学习内容，以及学员学习动机等方面的数据，并通过对杭州市 S 音乐机构的教学经营活动，表报账册查阅，掌握该机构资本构成，课程设置，教学特色，市场营销和经营模式等大量的数据资料。

根据 2018 年杭州市教育局统计数据，杭州各类校外培训机构有 4300 多家，其中主城区（不含临安、富阳、建德）音乐培训机构有 500 余家，各培训机构的学员人数从几十人到数千人不等，其中以学员人数在 500 人以下的中、小培训机构居多。据此推算，全市主城区中小学生中，曾在社会机构中参加过音乐教育培训的中小学生及幼儿人数，约占总人数的 20% 左右。由此可见，音乐教育市场需求巨大，音乐机构因此也受到资本市场的关注和青睐。

### 3.3 取样方法

#### 3.3.1 杭州市参加社会音乐教育各阶段成员比例调查

社会音乐教育机构最显著的特征在于随到随学，也正因为如此，学员随时可以更换地方、停止学习，也就相对不够稳定，所以在调查时笔者将培训机构按照

学员人数划分成大、中、小型三类，其中笔者选取了分别处在杭州市不同位置的六家具有代表性的培训机构进行调查。统计出各年龄阶段的成员在全部学员中的比重，如下表：

表 3.1 杭州市社会音乐机构成员比例

项目	选项	人数	百分比
性别	男	1368	27.36%
	女	3632	72.64%
学段	学前儿童	950	19%
	小学生	2250	45%
	初中生	750	15%
	高中生	300	6%
	大学生	250	5%
	其他社会成员	500	10%
学龄	1年及以下	1896	37.92%
	1-3年	2047	40.94%
	3-5年	583	11.66%
	5-10年	378	7.56%
	10年及以上	96	1.92%
学区	西湖区	1453	29.06%
	上城区	1064	21.28%
	拱墅区	987	19.74%
	滨江区	675	13.50%
	萧山区	355	7.10%
	余杭区	229	4.58%
	钱塘区	102	2.04%
	临平区	135	2.70%

从表 3.1 的数据解析中我们可知，杭州市参与社会音乐教育的学员大多是小  
学生，以下逐次是学前儿童和初中生，这三个年龄阶段的学员，在所有参与社会

音乐教育的学员总数中，占了约 80%的比例。

### 3.3.2 音乐学习内容比例调查

在笔者针对社会音乐培训机构进行调研中，学员参加培训的主要乐器为以下几种：钢琴、吉他、爵士鼓、小提琴、西方管乐器、竹笛、葫芦丝、古筝、其他民乐乐器等，在学习乐器技能之外，还有声乐等相关方面的理论知识。

基于杭州市 S 社会音乐教育之培训机构的调查实例如图所示（本息参与调查的社会人员涵盖中小學生、高中以及大学生以及社会青年人员）本次共计大约抽取了 5000 名杭州市相关人员参与调查问卷，其中有 2600 人以上表示自己接触过以下的相关音乐教育培训，具体如下表所示：

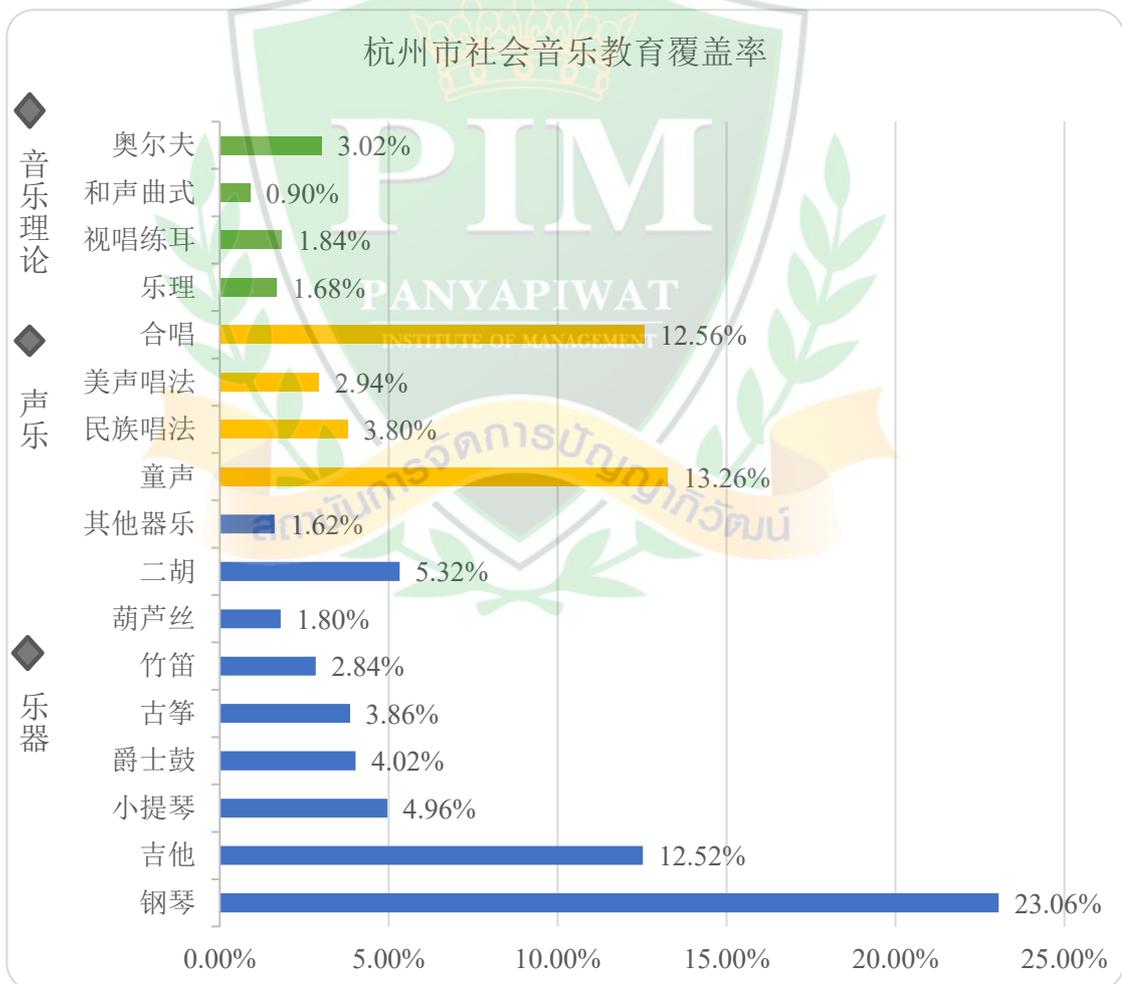


图 3.1 杭州市社会音乐教育学习内容覆盖率

根据图 3.1 数据我们可知，杭州市社会音乐教育覆盖率方面，主要以钢琴和

吉他培训为主，但小提琴、古筝、西方管弦乐等方面所占的比例还是保持在相对较高的水平，且杭州市的音乐教育种类丰富，且呈现多元化，国际化的态势。同时，根据调查问卷反馈的结果，超过有一半以上人群都或多或少尝试过音乐培训机构的教育。由此可见，杭州市的音乐教育培训未来仍具有较大的发展潜力和空间。

### 3.3.3 学员学习动机调查

学习动机指的是引导并维持学生的学习行为并让其朝着一定学业目标发展的行为倾向。对于社会音乐教育机构而言，它的显著特征是非强制性，在实施音乐培训的时候均会有一些原因驱动学员及其父母。笔者利用问卷进行调研，结合巧谈的方式对六个音乐教育培训机构展开调研，分析他们的学员参加社会音乐教育的目的。其中，调查问卷内都是单项选择题，共涉及六个方面的内容：专业培养，考试加分，改变性格，开发智力，增添才艺，跟随潮流。参与调查的对象共 200 人，投放了 100 个问卷，其中有效问卷 82 份，参与调研的学员有 100 个，97 个给出了有效答案。具体如下表数据所示：

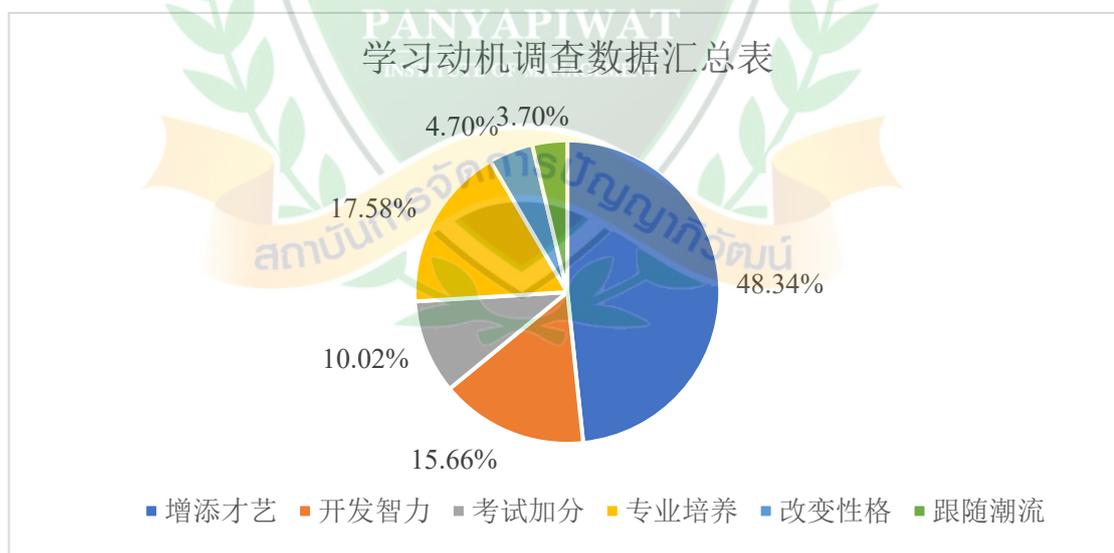


图 3.2 学习动机调查数据汇总图

根据图 3.2 数据汇总的调查分析得出：尽管大家的学习动机不尽相同，但仍可看出，接近一半的人接受音乐教育机构的学习更多也是为了发展自身的才艺，这在现代化的人才社会中，社会对现代人的素质更是要求更高，大部分人也对自己的个人发展提出了更高的要求，除了基本的生活要求外，越来越多的人们着手

致力于发展自身的才艺。

音乐教育的根本在于提升中国国民的整体音乐素养，以及未来中国音乐教育事业的发展与繁荣。学习音乐的目的，是让学员能从音乐中学到知识，体会到快乐。更深层次的是帮助他们理解音乐、感悟音乐的灵魂，进而感悟社会感悟人生。同时以音乐这个特殊载体，充分揭示音乐作品中的丰富内涵和音乐艺术形象，尽善尽美的再现作品的思想内容，从心灵深处感染和教育学生，在音乐中了解知识陶冶情操。

### 3.4 社会音乐教育与学校音乐教育之间区别和联系

#### 社会音乐教育与学校音乐教育比较优势分析

第一，教学环境的不同。前者是在学校之外的环境中展开的，后者则是在学校内完成的。学校音乐教育来自于学校，它的特征系统性、强制性、组织性。社会音乐教育通常包含三种类型，政府主导的少年宫、民间组织的音乐培训机构、个人组织的私人教学。这些机构不管是组织形式还是教育策略方面均有一定区别，但目的大致一致，均是利用乐器表演或者演唱能力的提升，让学生有更高的音乐素质。授课形式方面，本机构的社会音乐教育大多运用一对一的形式，教学内容方面更偏重于演奏技巧的锻炼。

第二，教学方式的不同。社会音乐教育并没有设计严格的时间限制，学生可以和教师商量上课的时间，且学习进度相对灵活，可以从不同阶段开始学习。此种教学方式能够充分发挥社会音乐教育机构在教学方面的优势，杜绝了学校音乐教育过程中的教、学脱离的问题出现，教师可依据学生的具体情形优化调整教学进度，提升其教学效率。

第三，教学对象的不同。音乐属于社会文化现象之一，自身本就有着一定的教育价值，而且此教育要素的影响更甚。学校所开展的音乐教育虽然系统完善、目的明确，但难以满足所有社会成员对音乐学习的需要，且难以提供启蒙以及终身类教育。而从中小学生的层面看，学校以外的社会音乐教育对他们的影响更为深远。

第四，教学内容的不同。学校音乐教育教学内容一般以教材为主。社会音乐教育根据不同的学习人员可以满足不同的学习需求，教学内容变得更为多元化。教学所选的曲目可依据个人的喜好来进行选择，也可由教师依据学员的具体情况做出选择，教学的内容目的性更突出，可以彰显出因材施教的特征。

社会音乐教育与学校音乐教育的联系：

首先，二者都是音乐教育的实现形式，教学目标有着一定相似性，即通过音乐课程的学习和音乐活动的参与，引导学生的兴趣，让其产生更加多样的情感体验；学习音乐理论知识，让其技能更加娴熟，提升学生的音乐鉴赏、表现和创造能力等；培育他们的审美趣味，推动其身心健康成长。

其次，两者具有是能够相辅相成的互补关系。前者更为侧重对学生的个性化培育，教学方式相对灵活，内容也更加多样化，能够为后者提供一定的补充，让其教育向纵深延展。

### 3.5 论文架构设计

社会音乐教育是一个庞大的开放系统。只有通过典型案例分析，通过“解剖麻雀”的方法，才能“管中窥豹”，提出一般性、共性的问题。因此，本研究选择以杭州市 S 音乐机构的创业过程为研究题目，以企业成长理论为理论基础，运用资料查阅和问卷调查的案例分析方法，开展全过程分析研究。为此进行了如下的架构设计：

第一章研究背景和意义。简要介绍了课题的研究背景，对杭州音乐机构存在的价值意义进行了考察评价，并阐明了本课题研究的目的是和意义。

第二章文献综述和理论基础。通过文献搜寻，归纳了前人有关社会音乐机构方面的主要研究成果，并对此作了简要评述。阐述了本研究所依据的指导理论，并运用有关理论对杭州市 S 音乐机构的创业过程进行全面的考察分析，提出对策建议。

第三章研究方法和论文设计。介绍了本研究所采用的有关研究方法，对论文整体架构进行系统谋划设计。

第四章研究发现及分析。通过对杭州市 S 音乐机构的营销策略、生产要素、发展模式和局限因素等方面的考察分析，弄清机构发生发展的内外部运行机理和成因。

第五章对策研究。针对杭州市 S 音乐机构存在的问题，对标企业发展要求，提出相关对策建议。

第六章结论与展望及不足。对前述的分析研究进行总结和概况，并对杭州市 S 音乐机构以及社会音乐机构的前景进行展望，同时也提出本研究中存在的不足。

## 第四章 研究发现及分析

### 4.1 杭州市 S 音乐机构的市场定位和营销策略分析

杭州市 S 音乐机构,自成立之初,就以提升杭州地区音乐培训教育整体水平为目标,以市场需求为中心,通过提供适当的培训产品和服务,为丰富社会音乐生活、提高群众音乐素养、培养专门音乐人才、促进精神文明建设作出自己的努力。打造杭州地区音乐培训的行业标杆。因此,杭州市 S 音乐机构在创业过程中,确定了市场定位及发展策略。

#### 4.1.1 市场定位策略

杭州市 S 音乐机构结合自身规模大、设施完善高档的优势,采用高价形象策略,提高自身市场定位,与杭州音乐培训市场上的其他机构拉开层次,准确地表达差异性。同时,也结合市场行情实际,采取搭配折扣定价策略,在保证一定市场份额的同时,既努力维持自己的品牌形象。

#### 4.1.2 品牌定位策略

##### ①塑造良好品牌形象

品牌是质量的保障,强大的品牌能够确保市场的份额,强化客户的粘性。杭州市 S 音乐机构十分重视自己的品牌打造,培养高忠诚度、高粘性的客户。

##### ②利用品牌形象识别深化品牌印象

通过 AR、VR 的形式给予重新设置自身品牌,在招生简章、宣传图册等用品,学生校服、书包、水杯等各种学生用品上印刷品牌标识。在学校礼品定制和学校装饰风格等方面做好品牌设计、色彩搭配,利用对品牌形象所做的设计,让消费者得到理想的视觉享受,深化消费者对学校的印象,使其对学校品牌产生有效的强化联系。

##### ③核心产品策略

杭州市 S 音乐机构的产品可分为三个层级,分别是核心、形式和延伸产品。其产品策略包含品牌、核心产品和教辅产品等多个方面。

S 音乐培训机构的核产品是音乐技能的培训辅导,其主打产品是面向青少年的表演、琴、现代舞等课程。结合消费者意向调查情况,不断拓宽并加深核心产品链条,在课程、班型、课时设置等环节不断完善核心产品的打造。

##### ④教辅产品

随着各种音乐技能培训市场竞争的日趋激烈，仅仅依靠核心产品教学还不足与支撑机构的发展。从客户的需求出发，开设作业辅导和乐器陪练班型，作为教学辅助产品，让目标客户更加满意，助力机构长远发展。

#### 4.1.3 定价策略

在定价策略上，杭州市 S 音乐机构采用高开低走的定价模式，即以成本加合理利润为基础，加以高于社会平均利润的加价定价，再通过折扣或服务补偿等方式满足消费者对于价格的心理预期。

为了维护杭州市 S 音乐机构的整体形象，对其中表演和舞蹈类班型采用统一定价策略，通过调整上课时间及人数，使得不同年龄段都支付统一的价格。同时兼顾消费者学习诉求的差异性，通过增设班型，对不同的产品形式给予差别定价，又利用一定的折扣给消费者优惠，以期能够提升市场竞争力，确保生源和市场份额。

#### 4.1.4 营销策略

##### 1.构建社会音乐艺术培训市场的社会营销体系。

杭州市 S 音乐机构对团体培训市场的运营靠的是输出师资、品牌和管理，建立合作伙伴关系，其销售形式是利用和幼儿园、小学、中学等各种教育机构和琴行、社区、老干部活动中心等休闲场所以及电视台电台文艺栏目等各种媒体形式建立合作关系。

##### 2.依据培训项目的样式和培训对象特征挑选合适的招生宣传手段

通常情况下，招生的方式包含“散招”和“团队招生”。其中，散招通常是利用各种宣传方式来进行招生，其中很多运用的是平面媒体、设置独立的宣传网站、定向发送电子邮件、电话和宣传会等。针对团体招生，一般运用直接和培训需要方商讨的方式推举培训项目或者依据培训需要设置培训项目。对于社会业余艺术培训机构，实施市场拓展方式：

A 传统的宣传模式：纸质宣传单、报纸、网络等各种媒体形式。

B、理念模式的宣传：以“传销”为理念的口碑式宣传。

##### 3.实施招生代理拓展市场策略

杭州市 S 音乐机构利用增加招生代理的方式来拓展市场规模。对于代理合作的排他特征而言，包括独家和多家代理两种模式。依据合作的周期长短可分为长期的合作和短期的合作。

##### 4.整合社会艺术培训的力量，推动供给的有效性

为满足日益扩大的市场需求，杭州市 S 音乐机构致力于激励满足标准的艺术人员和高校毕业生，主动参与社会艺术培训事业，充分展示其作为市场领军机构的示范作用。通过建立与政府在利用高等艺术院校的专业和行业优势，共同建立行业标准和从业人员考核标准，积极引导市场的规范化发展。

#### 5.联合音乐学院进行 S 机构的社会艺术培训品牌推广工程

杭州师范大学音乐学院作为专业音乐教育机构，在承担培养专业艺术人才与面向大众艺术素质提升中一直发挥着积极的作用，杭州市 S 音乐机构为了针对一些高水平艺术教育需求，提升社会教育的专业化程度，与杭师大音乐学院合作创办了自身品牌下的音乐培训学院，本着社会化、大众化、平民化宗旨，积极拓展艺术教育的思维模式，秉持管理和教学形式的统一，规范教材和师资的投入和运用，形成有一定经济规模的艺术培训品牌，在社会上形成一定的反响。到目前为止，共开设了 11 个培训基地，设置三个教学点，成为一个地域化、社区化的服务机构，实现了对杭州市域的全覆盖，为开展社会艺术培训建立了样板，竖起了标杆。

可以说杭州市 S 音乐机构的品牌建设是它走向市场运作较为成功的核心竞争力。随之进步的还有 S 音乐教育机构对其教师采用了星级化管理，针对教师的级别给予酬劳。对管理人员的上岗也提出了新的要求。这些都有效地保证了音乐课程教学和经营管理质量的大幅提升。

## 4.2 杭州市 S 音乐机构创业过程的要素分析

### 4.2.1 教学情况分析

#### 4.2.1.1 课程设置合理性分析

杭州市 S 音乐机构设置的课程比较全面，其中，早教类的包含有启蒙、音乐素质、歌唱等；键盘类乐器包含：钢琴、电子琴、手风琴；民乐类乐器包含：二胡、古琴、扬琴、葫芦丝等；管弦乐乐器包含：萨克斯、小提琴、中提琴、大提琴；电声类乐器包含：电吉他、电鼓；音乐基础理论；西洋弹拨类包括民谣吉他、古典吉他；西洋打击类有爵士鼓、架子鼓；还有美术方面有童画、稚绘美术、书法；舞蹈类有芭蕾舞、拉下舞和街舞。

在课程设置方面，杭州市 S 音乐机构课程开设远比学校音乐教育课程开设丰富多彩。每种乐器，都有专业的授课老师，每个学员，都有相对固定的指导老师。同时还开设一对一提高教学、大班统一教学等多种灵活授课方式。课程开设呈现

四个特点：①多元化的课程体系，多种课程的开设满足了学生多样性的需求，让学生们的选择性更广，接触的音乐门类更全面。②灵活多变的课程体系设置，杭州市 S 音乐机构课程开设并不是一成不变的，伴随学员需求的变动，学校所设置的课程也会相应随之做出调整。③更有针对性的专业课程设置，设置的课程是针对所有学员的不同特点，可满足不同年龄段对不同课程的需要。④课程设置的大众化，杭州市 S 音乐机构的课程设置，考虑到不同层次学员的个体差异、需求差异，进行了不同的调整，更加大众化、满足了学员的学习需求。

#### 4.2.1.2 师资力量的分析

一家音乐培训机构的教师，专职教师所占比例，对于该机构的教学质量是至关重要的，同时，也有利于机构对教师的管理和再培训，借鉴其他学者针对教育培训机构教师组成情况的分析报告得知，相对于一般的培训机构，音乐教育培训机构普遍的专职教师比例仅为 10%左右，教师的学历中，本科以上学历的教师，占比超过 85%。

杭州市 S 音乐机构目前教师总数约 200 人左右，其中大学本科以上的教师占比约为 90%，大多数教师均来自各高校音乐专业毕业生，也有极少的优秀在校大学生参与教学工作。这样的教师构成，在杭州地区，师资力量是比较雄厚的。

S 机构为保证学员学习的连续性、稳定性，笑死确保教学质量的前提下，超过 50%的老师为专职教师，这在音乐教育培训领域是不多见的。

#### 4.2.1.3 生源来源分析

杭州市 S 音乐机构的主要学员来源为四至六岁的学龄前儿童和小学、初中生，也包括应试教育的高考艺术联考学生、对音乐有兴趣的成年人。当前，杭州市区内，每年有约 1 万名左右的新生报名，其中除本教育机构招收的学生以外，80%的新生，均是通过同学、朋友、亲属等途径慕名而来。经过几年的发展，杭州市 S 音乐机构在杭州地区所占领的市场比重还是比较大的。

### 4.2.2 发展艺术培训业的内在合理性分析

#### 4.2.2.1 市场潜力巨大

最近几年，伴随国民经济发展速度不断提升，杭州文化产业变得更加丰富，彰显出了本地在发展社会艺术培训行业方面所具备的优势：

一、文化产业有着雄厚的根基。独特的山水景观，丰厚的历史积累，巨大的

艺术市场潜力,富有的文化人才资源,为文化产业发展奠定了良好的根基;

二、文化企业发展迅速。涌现一批具有一定实力的文化企业和企业集团,其中产值过千万元的企业 95 家,过五千万元的企业 15 家,过亿元的企业 12 家;

三、杭州文化消费市场活跃。随着我市经济社会的持续发展和城乡居民收入的稳步提高,文化消费市场也日趋活跃,截止到 2020 年,杭州市城市居民人均文化消费开支为 1036.5 元,在所有消费性支出中占比 15.02%,而居于食品和住房消费之后,排名第 3 名,艺术培养、文化服务中介等都有着非常光明的发展远景。

#### 4.2.2.2 政策环境利好

2010 年 7 月推出了《国家中长期教育改革和发展纲要(2010-2020)》,为私营的社会艺术培训机构办学提供了政策支持,提议开展多样化的艺术培训教学。同时,为这些艺术培训机构确定自身定位、明确办学性质、明确培养目标等给出了一定的参照。

2014 年 10 月 5 日,全国文艺工作座谈会在北京召开,习近平主席强调"文艺是时代前进的号角,最能代表一个时代的风貌,最能引领一个时代的风气",人类生活的一切方面,都可在文艺作品中找到启迪。音乐是文艺不可或缺的一部分,也应担负起对时代的引领,对人民生活的启发。

#### 4.2.2.3 经济环境的推动

随着中国经济的不断快速发展,人们在生活中对文艺活动的需求量增加。改革开放后国家大力发展经济,人们的经济水平提高,越来越重视对艺术教育的投资,培养学生的兴趣爱好,培养全面发展的人。对于杭州市 S 音乐机构而言,它的教育让人们对于专业音乐教学的要求得到了满足,在经济的带动下实现了更好的发展。

#### 4.2.3 资金来源分析

创业之初,尤其是杭州市 S 音乐机构这样市场定位比较高端且具备一定规模的音乐培训机构。需要大量的资金投入。因此,杭州市 S 音乐机构成立之初,走的就是公司化运营的道路,吸引了较多的股东出资,同时吸纳了部分的银行贷款和少部分的民间集资,以此完成了 S 创业之初的资金积累。随着 S 机构的逐渐正常运营,开始大量的向接受教育的学生们提前收取相应等级的培训费,基本是以预收的形式开展。此外类似机构下的但凡需要使用到乐器的音乐项目,都会附带

有相关乐器的销售，例如琴行。琴行所实施的音乐教育是在琴行的基础上开展的教育实践活动，所以，在它的发展进程中，琴行已经认识到琴行音乐教育和乐器营销之前的相互性，加入了琴行音乐教育的部分，以此来满足自身的发展需求，这时机构的非主营收入也相应得到了极大的补充，大大的增加了 S 机构的资金来源。

因此，乐器销售的数量一部分取决于杭州市 S 音乐机构内上学习音乐的人群数量，通过培养大量的乐器使用者可以增加乐器的销售量，两者相互结合能够给 S 机构带来更多的利益。

#### 4.2.4 盈利模式分析

杭州市 S 音乐机构的教育既是商业行为也是教育行为，其属性是包含商业属性和文化属性的双重属性，它有别于基础音乐教育、专业音乐教育和其他的社会音乐教育的教育首位原则，其将教育和经济利益直接挂钩，以通过音乐教育的手段、销售与与音乐相关的产品和组织与音乐或教育相关的各项活动来获取经济利益为目的。

#### 4.2.5 杭州市 S 音乐机构 " 实践 " 特性功能分析

学校音乐教育的职能表现在教学目标之内，而它的实现程度可等同于学校音乐教育职能实现程度。从当前中国音乐教学的现状分析，音乐教育的效果也无法通过学校音乐教育来得以实现，而音乐教育的部分职能可利用社会音乐教育实现，此种任务可通过音乐实践来完成。

依据对杭州市社会音乐教育培训机构的调研分析，音乐教学内容偏重于音乐表演，也就是技术层面的学习提高，由此可知：社会音乐教育所进行的教学是实践性很强的。社会音乐教育更偏重于技能方面的锻炼，教学内容多是乐器或者声乐内容的学习。乐器不一样，所使用的教学方式也有所差异，一般也应该配备专业的音乐教师，满足学生对各种乐器的学习所需。

如果将中小学音乐教学中的歌唱教学也看作一种音乐实践，那么以在学校音乐教育的角度，不管音乐教育是 " 审美 " 的，还是 " 实践 " 的，都脱离不了音乐的实践。而社会音乐教育给出了更为丰富的实践样式，这对学校音乐教育而言就不是提供补充那么简单。

#### 4.2.6 利用现代多媒体技术进行音乐教学与教学评价

目前，科技变得更加发达，人们的生活和网络通信技术关系更加紧密。与音

乐教学有关的乐谱，通过网络就可以直接搜索并予以下载。相比较于传统的或者学校的集体化大规模的授课模式，杭州市 S 音乐机构的教育显得十分耐心与尽责，在传统音乐课堂中加入现代化教学技术手段，尤其是 2020 年以来受全球范围内的新冠疫情影响，传统的教学模式有了极大的变化。杭州市 S 音乐机构强大的在线教育为疫情突发期间的“停课不停学、停课不停教”发挥出不可替代的作用。

杭州市作为中国电子商务最为发达的城市，信息化教育早早走在全国的前列，杭州市 S 音乐机构的相关科目老师利用自身专业知识，采用现代化网络信息手段，在最短时间内相应并实现了信息化的音乐教育手段。

### 4.3 杭州市 S 音乐机构发展模式分析

杭州市 S 音乐机构主要的经营推广发展模式是开展连锁式经营，近年来，无论是大名鼎鼎的新东方还是专攻专业考试的中公教育等机构，都取得了长足的成效。在其进行连锁经营的过程中，除了自身开设的直营机构外，还允许加盟商的存在，也会适时兼并一些小有实力的音乐机构。杭州市 S 音乐机构的规模通过该模式的运营，不断地增加其销售额，极大推广了杭州市 S 音乐机构的品牌，市场规模日益壮大。

另外杭州市 S 音乐机构各品牌培训项目综合化发展的模势下，注重了纵深发展，例如针对机构内表演、琴行培训等特别优势培训项目，在全国设立考级项目，这有利于快速开发市场并进一步为自己招揽全国各地该项目的人才创造一定的条件，且为自身的连锁化经营提供强大的人才基础和创造良好的口碑文化打下一定的基础，同时也利于推动机构内下属的各连锁分部开启 S 机构品牌优势项目教育的发展。此种模式就是中小型市场急速成长的主要形式，也是中国教育培训行业遍及全国各地的一个极为有效的途径。最终成为知名教育品牌，教育机构遍及全国各地。教材的统一化、服务的一体化和教育资源的分享，必将成为新的发展潮流。因此 S 音乐教育机构正在也将坚定的走连锁经营发展之路。

### 4.4 S 音乐教育机构音乐教育发展的局限性分析

在肯定杭州社会音乐教育成果的同时，我们也发现在社会音乐教育发展的过程中，无论是在外部管理还是在内部发展中都存在有一定的局限性，这些问题会阻碍社会音乐教育的进一步发展。这对于 S 音乐教育机构同样也不例外。

#### 4.4.1 S 音乐教育机构外部管理过程中的局限

##### 4.4.1.1 相关管理部门对社会音乐教育缺乏有效监管

社会音乐教育属于民办教育和校外教育的范畴，国家或省内有相关的法律法规涉及到社会音乐教育的有《中国民办教育促进法》、《中国民办教育促进法实施条例》、《河北省民办教育条例》、《关于进一步加强中小学艺术教育的意见》、《校外教育机构工作规程》。然而上述法规的限定过于宏观，它仅是指明了民办教育的大体方向，对于社会音乐教育行业的发展并没有太大的指导意义。同时，社会办学机构缺乏必要的监督管理，甚至有的办学机构根本就没有拿到管理部门的备案。从相关调查得知，杭州市社会音乐办学机构有 153 家，但仅有 47 家有正规的备案手续。大量不正规的社会音乐教育机构的存在，对整个社会音乐教育领域带来的影响是不健康的。进行登记备案的办学机构在年检的时候，也是形式性的审查，而没有真正做到实质性的监管。行政监管缺失也是造成部门教育机构违法存在的症结所在。

##### 4.4.1.2 社会音乐办学机构管理制度的不完善

因为很多社会教育机构办学要满足市场经济的局势变化，所以很多机构都会将盈利放在第一位，而把办学质量放在次要的位置。为了最大限度地挖掘利润，部分办学机构压缩成本支出，减少软硬件方面的投入，导致教育教学环境质量变差。在这些方面相关的管理部门并没有明确的惩罚制度和措施，无法遏制这种不良的势头。受教育者因为其利益受损，也不能确保自己的合法权益。在教师任用和备案方面缺乏严格的规定。杭州市社会音乐教育机构也没有推出明确的聘任标准。大多数院校多通过推荐的方式招录教师。在师资考核方面缺乏规范的程序，多从教学所需的层面出发。录用后的教师也没有到相关管理部门进行登记备案，导致在针对管理部门的调研过程中无法掌握社会音乐办学机构的实际师资数据。

##### 4.4.1.3 社会音乐教育评价体系不完善

对杭州市社会音乐教育进行评价多通过考级、比赛和舞台表演实践三个方面完成。人们在判断一个办学机构实力的时候，多通过其考级通过情况、比赛的获奖率有多少，以及参与舞台表演实践的机会多少。而忽视了教育的本质特征。因为把音乐考级、比赛乃至表演实践等充当评价的重心，而造成了这部分实践活动逐步变得功利化、商业化等，让此评价呈现出明显的功利化色彩，不利于社会音乐教育的健康发展。

## 4.4.2 S 音乐教育机构内部发展过程中的局限

### 4.4.2.1 社会音乐教育师资水平不一

尽管 S 音乐教育机构的教师整体水平较高，但由于教师入职门槛较低。从统计杭州市 S 音乐机构的相关数据可知得知社会音乐机构普遍教师来源复杂、素质不一、流动量大。音乐专业大学生占据大半，有的是在读本科和研究生，多部分是兼职身份，工资偏低，流动性强，不够稳定，容易扰乱音教行业正常社会秩序，导致风评不佳。此外，有的教育机构的专职教师录用门槛较低，在校教师、退休教师、音乐表演人员等都能够简单面试后走上教学岗位，有的教师甚至属于无证状态，教学质量根本没有保障，功利性色彩较浓。

### 4.4.2.2 社会音乐教育从业者的功利性较强

教师具有一定的功利性在于他们缺少工匠精神。因为社会对社会音乐教育所做的评价导致教师的心理产生对应的变动。部分教师为了自己的现有利益，盲目提升学生的能力级别，让学生学完一年就参加四级考试，让学生反复练习考级题目。这样做不仅会给学生造成极大的压力，对学生的长期发展有一定的危害，也会妨碍社会音乐教育的正常发展。很多教师不重视对学生的全方位培育，仅关注其技能的提升来表现自己的教学成果，缺乏对学生鉴赏能力、创造和理论分析能力的培育，会阻碍学生音乐素养的提升。教师在实施教学的时候，仅关注那些成绩优异的学生，而不对所有学生进行教学，让很多学生丧失了学习的兴趣，学习浅尝辄止。这是违背社会音乐教育的本意的。有的教师为了得到更多的利益，更加关注热门科目的教学，让学生改掉其原本的专业而学习热门的专业。还有部分教师不仅要负责教学，而且要教授乐器、推销课程，以此获得更多的利益，对家长和学生都有不好的影响。

### 4.4.2.3 社会音乐教育在教学方法和教材方面存在短板

和社会音乐教育的理论相关的研究较少。目前，并没有任何完整的社会音乐教育专著。仅可在曹理的《普通学校音乐教育学》内找到专门的论述中国社会音乐教育的专章。对中国这一概念的含义、属性、内容、形式乃至状态给予简单分析。大多数社会音乐教育理论探究多是一些硕博文章等，着重探讨这一概念的本质和它的发展历程，明确其类别，针对这一概念的某个方面给予具体的分析。

所使用的教学方法从不结合社会音乐教育的特征进行分析，大多数方式均和音乐教育模式相关，仅关注音乐知识和能力的培育。所以，在开展社会音乐教育

的时候，照搬的结果就是“看重技巧而轻艺术”。社会音乐教育对象涉及不同年龄段，他们的认知和学习情况也会有一定差别。

在教材调整方面缺乏趣味性。对于 S 机构而言，社会音乐教育所运用的多是考级单位推荐的教材，部分教材甚至无法满足目前音乐教育的需要，教师仅能通过教学活动而自主调整其教学进度。



## 第五章 对策研究

### 5.1 完善 S 机构社会音乐教育体系主体的建设

#### 5.1.1 加强对 S 机构的宣传与推广

对于 S 教育机构而言，它应该积极和居委会和工会联合起来，充分调动组织员工完成一定活动，加大对爱好音乐的成年人的吸引力。让学生更多的了解文化传承，在音乐教育教学的时候融合本地文化要素和德育知识内容，体会并学习杭州江南水乡音乐中反映出江浙人民勤劳勇敢，开拓进取等优良品德。

#### 5.1.2 提高师资队伍的建设

杭州市 S 音乐机构的内部建设主要是教学管理方面。首先要聘请合格的教师。尽可能组织专业人员对教师进行评判，评估他们的专业能力、教学技巧乃至和为家长提供咨询的能力等。严格执行教师的激励和奖罚机制。不但要给教师提供一定的物质奖励，还要多给其提供外出学习和充电的机会，让教师有更好地展示自我的平台，构建黑白名单体制，对教师实施更为全面的评估。除了教学成果、专业素质和教学态度等传统的评估指标，引入教师评估、家长和学生评估等内容，对课堂内容给予评估、分析调查问卷、举办音乐会等，以推动教师改善教学品质，通过教研活动不断完善。

其次建立社会音乐教育教师资格认证制度，通过借鉴中国音乐学院和中央音乐学院考级培训学院考级委员会的经验。首先，组建教师资格考核小组。组织经验丰富的教育专业、音乐家乃至行政人员建成权威评估小组。固定时间给予资格审核和注销。应当在部门机关财政支撑的同时提取一定的认证费，保证正常运行乃至活动支出。其次，资格认证程序：递交申请（包含申请科目、级别、学历、教学成果和机构推举）——资格认证（包含专业的素养能力的现场测验、教学情形、第三方评估、分初中高三个等级）——资格认定（认定证书）。秉持凭证教学，禁止无证教学。低级别教师可以在相应年限后递交更高级别的教师资格证。落实社会营业教师的准入体制，让这一行业朝着健康、有活力的方向发展。

最后加强对现任教师再培训，首先 S 机构对教师再培训的扶持和进行了系统的规划，对不同层次级别的教师分别对待，并对培训和评定作详细的诠释。对兼职和全职教师实施不一样的培训，多引导其教学理念的转变，让其掌握更新的教学方法。定期邀请知名教师开展公开课、音乐讲座，让学生多观摩，参与音乐沙

龙等。利用这部分刚性需要推动教师教学主动性，提升其专业水平。其次利用杭州本地优势，并发挥音乐协会的作用。结合本地高校有关专业的设置对教师开展培训，推动其教学理念的转变，拓展他们的眼界。

### 5.1.3 加强教学研究

从科学组建课程系统、教材科学性和趣味性、创新教学等不同层面强化教研工作。首先，科学构建课程系统，当前 S 机构所开设的课程包含：器乐类、声乐类，这些均是技术类课程，比如，音乐素质、鉴赏和二次创作等相关课程。最近几年伴随技术类课程问题的彰显，音乐素质课程成为大多数教育机构的常设课程，中小机构还秉持观望的态度。机构应增加部分辅导课程的设置，让社会音乐课程变得相对完整。此外，依据个体差异来实施分段教学。

### 5.1.4 优化 S 机构的社会音乐教育评价体系

建立杭州市 S 音乐机构的四大教育评价方法。要让杭州市 S 音乐机构的评价发挥其引导性、激励和优化作用，推动机构内的学生获得更为全面的发展，评价主体应当更加丰富，让家长和学生也参与进来。

## 5.2 立足杭州音乐文化，发展社会音乐教育

杭州市 S 音乐机构杭州传统民间音乐文化的深刻认识以及文化价值的肯定，在多元文化的影响下，民族民间音乐的传承与发展势在必行。S 机构通过在杭州本地大学音乐系加强交流并免费推广授课，来加强未来师资对这部分内容的传承。同时，也要利用社会音乐教育来增加传统文化教育的影响范围，加大教材研究力度，遵照本地音乐的旋律风格做好相应作品编排，让民族乐器和声乐可以融入对应的地区元素。在编写优秀课程教案的时候，激励民众多学习音乐文化知识，利用有效的教学模式，让学生体验到传统音乐文化的魅力，提升他们对音乐学习的兴趣。

兼容吸收，勇于创新。S 音乐培训教育机构面对多元文化的影响，认识到传统音乐文化的创新才能带来长远的发展。只有在和别的文化交流的过程中激发传统音乐文化的新奇性发展。同时要从杭州音乐文化出发，继而丰富音乐文化的审美性，尊重传统音乐文化的发展。把西方、传统和通俗音乐等融合在一起，吸收并渗透各种优秀文化。

充分利用杭州市公共城市文化服务体系。加强社会音乐教育机构和教师的培

训与交流，来培养大众的审美力度。比如把公共城市文化融入到高校教学活动之中，组织高校学生和教师在高等院校音乐厅、杭州歌舞剧院等场所开展传统音乐剧目的表演，不仅提升了师生的能力，而且让市民欣赏了国粹剧目。通过各种规模的演出团队，组织相关人群来鉴赏这些文化。通过公共城市文化服务所开创的教学环境，通过器乐锻炼和声乐学习，让民众可掌握更多的传统文化项目。

### **5.3 利用现代多媒体技术进行音乐教学与教学评价**

#### **5.3.1 利用网络进行音乐资源收集**

当前，科技的不断升级，人们的生活和网络关系愈加密切。因为每个学生都有其独特性，每个学生都有自身独特的性格、爱好，对音乐的理解、喜爱与态度都是不一样的，每个学生对乐曲的喜好风格也是各有不同，所以，教师所实施的教学方式不可一概而论。对学生的教学方式也不能一成不变，而是应当有针对性的进行教学。所运用的教材，教师不可全部依据一个套路来实施教学，而是依据学生的发展水平和现实情况给予选择。因为现实中存在一定限制和阻碍，杭州市 S 音乐机构的教师依据需求展开网络调查，在日常检索资料的时候，也应当主动搜集并登记国内外网站资源，搜集乐谱情况，之后将之打印出来，不仅方便而且快捷。

#### **5.3.2 在传统音乐课堂中加入现代化教学技术手段**

对于 S 音乐培训机构而言，它不但设置各种音乐技能类的课程，而且也设计了音乐理论性课程。比如，讲述音乐理论课程的时候也要将现代化教学技术融入其中。编制乐理课程必须的 PPT 视听软件，让课堂变得更为有趣，让教具多元化，提升其现代化水准。

### **5.4 社会音乐教育培训机构创新发展模型**

通过前述有关章节的讨论分析，我们可以初步构建起社会音乐教育培训机构的创业发展模型。其核心是创新，而各创新因素之间又是相辅相成、互相促进的。

## 第六章 研究结论

本文通过对杭州市 S 音乐教育机构的创业过程的研究分析,描述了 S 音乐教育机构的现状,分析了社会音乐教育发展过程中存在的一系列问题及其根源所在。联系学者之前的研究成果,得到属于自己的观点,给出对应的提议。

一、社会音乐教育培训产业将进入大发展的有利时期。随着物质生活的更加丰富,人们对精神生活提出了更高的要求,社会文明建设和人的全面发展离不开人们音乐素养的提高。社会需求为音乐教育产业提供了更加广阔的市场。

二、音乐教育产业的过度商业化,教育培训产品的过度商品化,以及教学体系的不健全,教师队伍整体水平不高,教材和教学理论研究滞后,业内竞争无序等问题严重影响了社会音乐教育事业的健康发展。与社会发展对音乐教育的要求不适应的问题已成为当前亟需解决的主要矛盾。

三、政府加强对社会音乐教育培训产业的指导,建立健全相关法规制度,加强监督,为其创造良好的政策环境和市场条件,应提到重要的议事日程。

四、社会音乐教育机构总体而言正处扩张阶段,应抓住机遇,趁势而上,坚持教书育人“两个效益”一起抓的正确办学方向,面向新时代,运用先进的教育理念和科技手段,在教学体系、教材体系和师资队伍建设上大胆改革创新,加强发展战略和路径研究,优化资本结构,提升管理质量,创新经营模式,迅速把机构做强做大,实现健康可持续发展。

将来还有很多的道路要走。在此进程中必须要不断努力,相信杭州市 S 音乐教育机构能通过自身的努力,苦练内功,实现更好的发展。

因为笔者在教学经验方面有所不足,在日后的工作过程中,我要结合相关调查总结出自己的不足。在日后的学习中,笔者会不断累积更多的经验,逐步深入研究,并希望 S 音乐教育机构逐步变得健全,取得更为长远的发展。

## 参考文献

- 贝内特·雷默.(2011). *音乐教育的哲学:推进愿景*. 人民音乐出版社.
- 蔡梦云. *苏州市区社会音乐教育现状调查与对策研究*. (Doctoral dissertation, 苏州大学).
- 查越嘉. (2020). 浅析英国校外音乐教育——探索中国校外音乐教育新模式. *教育探索*, (04), 87-90.
- 邓爱琴. (2020). 基于核心素养视域的少年宫音乐教育分析. *北方音乐*, (2), 142-142.
- 冯雷. (2010). *陪都重庆三个音乐教育机构之研究*. (Doctoral dissertation, 上海音乐学院).
- 庚强斌. (2011). *教育公益性的坚守*. 北京:电子工业出版社.
- 耿天琪. (2017). 浅析师资对社会音乐教育的影响. *艺术科技*, 30(06), 370,373.
- 胡叶. *少儿教育培训学校的营销策略研究*. (Doctoral dissertation, 东南大学).
- 冀晓朋. (2019). 反思社会音乐教育中的少儿声乐教学——以少儿音乐节目《音乐大师课》为例. *北方音乐*, v.39;No.362(02), 114-116.
- 李秉德. (2001). *教育科学研究方法* 第2版. 人民教育出版社.
- 李晶. (2020). 基于翻转课堂理念的社会音乐培训机构课堂教学研究. 扬州大学.
- 李军锋. *发展社会艺术培训推动精神文明建设*. (Doctoral dissertation, 武汉音乐学院).
- 李琳, & 田耀农. (2008). 音乐教育的外在功利和内在审美的二律背反. *艺术教育*, (06), 40-41.
- 李虻. (2011). *音乐研究的方法与论文写作知识问答*. 人民音乐出版社.

李巧. (2011). *趣味教育丛书: 音乐研究的方法与论文写作知识问答*. 北京: 人民音乐出版社, [引(英)刘易斯·科恩, 劳伦斯马尼恩, 基思·莫里森著, 程亮, 宋崔, 沈丽萍等译. 教育研究方法. 上海: 华东师范大学出版社, 2015年03月. [村马达. 音乐教育科学研究方法. 上海: 上海音乐出版社, 2005年.

李睿豪. *北宋官方音乐教育研究*. (Doctoral dissertation, 河南大学).

刘莎. (2020). *天籁世纪音乐教育机构教学质量研究*. 北京化工论群艺机构推进音乐教育、培训实现创新发展之对策大学.

马春晓. (2011). *中国社会音乐教育现状调查与对策研究*. (Doctoral dissertation, 曲阜师范大学).

缪进鸿.(2008). *兴趣是最好的老师: 中外杰出人物的兴趣爱好比较*.杭州:浙江大学出版.

裴姊娜. (2015). *教育研究方法导论*. 合肥: 安徽教育出版社.

钱从群. (2018). *唐代音乐教育相关问题研究*. (Doctoral dissertation, 西北大学).

邱石河. (2020). *当代城市语境下的青少年宫社会音乐教育发展研究*. 江西师范大学.

任琳. (2019). 金课建设视角下的中国古代音乐史——宫廷音乐机构的创建. *中国多媒体与网络教学学报(上旬刊)*, (12):235-236.

斯雯. (2007). *乌鲁木齐社会音乐教育调查与研究*. (Doctoral dissertation, 新疆师范大学).

孙菁菁. *大学城成人社会音乐教育研究——以日照大学城为例*. (Doctoral dissertation, 曲阜师范大学).

陶馨. (2011). *武汉城区儿童社会音乐教育调查研究*. (Doctoral dissertation, 华中师范大学).

滕文妍. (2021). 上海市音乐类毕业生服务社会音乐教育的现状研究(上). *中国音乐教育*, (01),44-47. doi:CNKI:SUN:ZYJA.0.2021-01-008.

涂蓓. (2017). "三位一体"社区艺术实践模式研究——以音乐教育课程实践为例. *艺术教育*, (05), 287-288.

- 王安国. (2005). *从实践到决策——中国学校音乐教育的改革与发展*. 花城出版社.
- 王兵. (2012). *大连音乐文化生态研究*. (Doctoral dissertation, 福建师范大学.)
- 王姝懿. (2020). *大连市社会音乐教育机构中少儿基本乐科教育的现状及对策研究*. 辽宁师范大学.
- 王阳. (2020). 传统礼乐文化与礼乐复兴实践对幼儿音乐教育改革的启示. *北极光*(01), 23-24.
- 王玥. (2018). 核心素养视域下的音乐教育探究——以赤峰市青少年宫为例. *赤峰学院学报(汉文哲学社会科学版)*, 39(11); 163-165.
- 王玥. (2020). 唐代音乐教育机构对人才培养的分析与研究. *戏剧之家*(03), 52-52.
- 王仲才. (2016). *社会音乐教育的功能与定位研究*. (Doctoral dissertation, 杭州师范大学.)
- 威廉·维尔斯马, 斯蒂芬·G.于尔斯, & 袁振国. (2010). *教育研究方法导论:AN INTRODUCTION*. 教育科学出版社.
- 伍顶. (2017). 探究中国音乐教育的发展现状及对策分析. *北方音乐*, 37(23), 196-196.
- 伍国栋. (2014). *民族音乐学概论*. 人民音乐出版社.
- 夏凡. (2017). 社会音乐教育的功能与定位研究. *艺术科技*, 30(02), 407.
- 谢明霞. (2020). *鹰潭市社会音乐教育现状调查及问题对策*. 江西师范大学.
- 徐科锐. (2012). *贺绿汀与中国现当代音乐教育*. (Doctoral dissertation, 东北师范大学.)
- 薛永武. (2010). *《礼记·乐记》研究*. 光明日报出版社.
- 杨晨. (2012). *儿童"乐器学习热"现象的社会成因及教育误区*. (Doctoral dissertation, 南京师范大学.)

杨丽珠. (1995). *教育科学研究方法*. 辽宁师范大学出版社.

叶澗. (1990). *教育研究及其方法*. 北京: 中国科学技术出版社.

殷如一. *基于奥尔夫教学法本土化的儿童节奏教学研究*. (Doctoral dissertation, 东北师范大学).

张爱君. 中国基础音乐教育改革现状与对策分析. *科技资讯*(8期), 105-106.

赵前. (2020). *社会音乐教育机构电子鼓教学策略探讨*. 上海音乐学院.

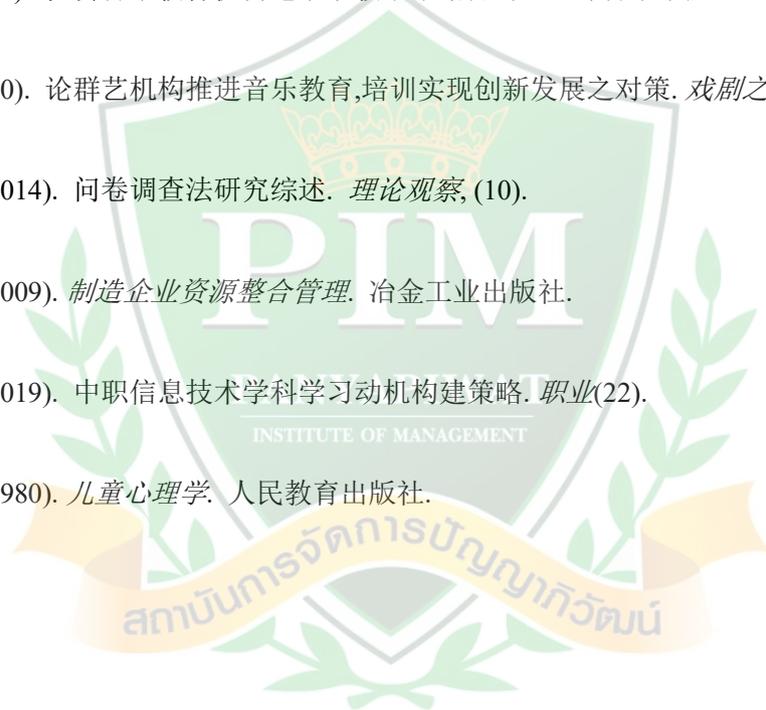
赵雅. (2020). 论群艺机构推进音乐教育, 培训实现创新发展之对策. *戏剧之家*, (06), 168.

郑晶晶. (2014). 问卷调查法研究综述. *理论观察*, (10).

周晓晔. (2009). *制造企业资源整合管理*. 冶金工业出版社.

朱永涛. (2019). 中职信息技术学科学习动机构建策略. *职业*(22).

朱智贤. (1980). *儿童心理学*. 人民教育出版社.



## 致谢

感谢学校的所有领导和老师，尤其是我的陈冕教师。他们严谨的学风、渊博的知识、诲人不倦的品格一直感染和激励着我不断上进，使我在过去的大学时光充实而有意义。“海纳百川，取则行远”，在这所美丽的校园里，我不断成长，在这里我所学到的，必将使我受益终生。在本论文的写作中，我也参照了大量的著作和文章，许多学者的科研成果及写作思路给我很大启发，在此向这些学者们表示由衷的感谢。感谢我的家人、同学、朋友对我的大力支持，他们的无私奉献、关爱和支持使我能够继续去追求自己的人生理想和目标。感谢所有关心、帮助和支持我的人。

徐宁

二〇二一年九月二日



## 声明

作者郑重声明：所提交的学位论文，是本人在导师的指导下进行研究工作所取得的成果。尽我所知，除文中已经注明引用和致谢的地方外，本论文不包含其他个人或集体已经发表的研究成果，也不包含其他已申请学位或其他用途使用过的成果。与我一同工作的同志对本研究所做的贡献均已在论文中做了明确的说明并表示了谢意。

若有不实之处，本人愿意承担相关法律责任。

独立研究报告题目：音乐机构创新发展路径及对策研究——以杭州市 S 音乐机构为例

作者签名：\_\_\_\_\_

日期：2021 年 9 月 2 日



## 个人简历

姓名：徐宁

学历：

2021 年 工商管理硕士 Business Administration  
Panyapiwat Institute of Management

2002 年 学士学位 音乐学专业  
浙江大学人文学院

职业：国家一级演员

工作地点：杭师大音乐学院  
杭师大仓前校区

E-mail: 248454166@qq.com

专业能力/特长：声乐及教学

