

“热干面学院”、“土豆学院”，“马科专业”、“奢侈品管理专业”……

# 这些“冷专业”背后都有“热逻辑”

近日，“小龙虾学院”准毕业生被“预定”一空的消息引发全民关注。小龙虾可以说是美食界“网红”，但是把小龙虾作为一门学科专业却不是闹着玩儿的。

除了小龙虾学院，近年来，国内外还涌现出一批个性化的职业教育学院和专业：热干面研究院、马铃薯研究院、奢侈品管理专业、马科专业……奇葩？冷门？接地气？背后大有学问。

## A “热干面学院”传承传统小吃

作为中国的传统小吃，武汉热干面人气极高。如何带动热干面小吃发展，提高档次，走上世界舞台，

“热干面学院”应运而生。

2015年，中国武汉商学院成立了“武汉热干面”研究院，通过专业

研究，挖掘热干面文化内涵，创新制作工艺、规范食品标准，以此传承传统饮食文化、开展品牌保护。

## B “土豆学院”发展特色产业

2016年，中国云南专门开设了马铃薯科学研究院，解决当地马铃薯产业面临的繁殖系数低、储运成本高、易携带病虫害等问题。

从设立之初，研究院就备受关注。一些网友打趣道，“马铃薯

都有自己的学院了，红薯和芋头怎么想？”“进入这个学院大学4年就要和土豆较劲了。”

事实上，设立马铃薯科学研究院颇费一番思量。云南师范大学薯类作物研究所所长李灿辉

说：“马铃薯产业发展，也是云南省高原粮仓建设和高原特色现代农业产业发展的主要内容。”成立马铃薯学院契合当地特色农业产业发展，从这个意义上看，研究土豆一点都不“土”。

## C “马科专业”对接市场需求

穿上帅气的骑马服，骑着高大强壮的名马，挥动马鞭旋转跳跃……这不是在拍电影，也不是在马术俱乐部娱乐，而是爱尔兰大学的一项专业课——马科研究专业的场景。

爱尔兰人的生活与马息息相关，除了每年举办马术比赛外，

赛马俱乐部、会员教学、马匹饲养、骑师培训、马具生产等都在爱尔兰发展得如火如荼。

马科学在爱尔兰一直是重要专业。看似学着“玩”的一个专业，

治学的严谨程度丝毫不逊色于其他“正经”专业，涉及马匹生产管理、马营养与饲料、马育种和繁殖、马调教与护理、马术基础等方面，栽培能够满足市场需求与职场需求的人才。

## D 奢侈品管理专业与市场良性循环

法国在服装、香水、葡萄酒等产品中拥有众多的奢侈品品牌，使它成为消费者眼中的“奢侈品朝圣地”。由于奢侈品行业发展需要和专业人才需求，奢侈品管理专业应运而生。

千万别以为这个学科只是学穿搭，学生需要学习奢侈品概论，奢侈品历史和发展、产业分析、消费心理学等，涉及品牌理念、创意设计、市场营销、公关宣传等各个环节。各类与奢侈品行业相关的学校也如雨后春笋般冒出，包括家具、餐具设计、水晶制品加工、皮革处理等技术培训学院。

在法国，相关的职业教育为市场开拓了发展空间，其培养出的人才满足了市场需求，市场也予以正面回应，共同构建了一个良好的生态系统。

龙虾专业、土豆研究、马科专业这些“小众专业”，相对于数学、经济学、法律等“大众专业”，可谓异军突起。契合市场需求的职业教育培养出市场接纳的“能工巧匠”，形成良性循环。巨大的市场需求支持正是这些“冷专业”建立的“热逻辑”。

(据新华网)

