

学校冰雪课程服务外包问题研究

毛 爽

(江苏理工学院 体育部, 江苏 常州 213001)

摘 要: 2022年北京冬奥会激活了学校冰雪课程服务外包市场, 冰雪运动课程服务外包是政府、学校、企业各自利益需求的产物, 是冰雪运动强国建设的时代选择, 是学校提升课程质量的战略选择, 是企业市场竞争转移的生存选择。但当前的课程服务外包还存在实施性政策工具缺失、学校释放课程外包信息的主动性差、有资质的企业不足、外包操作流程不规范及校企双方教学行为不统一等诸多问题。未来政府、学校、企业应形成工作合力, 从加强政策保障功能, 严格操作流程, 健全考核评价体系 and 统一教学理念行为等方面着手, 整体解决现存问题, 推动学校冰雪课程服务外包可持续发展。

关键词: 冰雪运动课程; 服务外包; 政策; 流程; 评价考核; 学校; 企业

中图分类号: G86/G807

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2021) 03-0091-06

在2015年7月31日冬奥申办成功之后, 我国出台了多项政策措施推动冰雪运动普及, 校园冰雪计划是其中的重点工作。各级各类学校从实际出发, 借助社会资本, 开设冰雪课程、成立冰雪俱乐部、参加冰雪竞赛, 共推青少年冰雪运动发展, 如北京市滑雪协会利用冰雪企业的资源优势走进学校开展冰雪运动进校园活动^[1]。可见, 校企合作开设冰雪课程已经从政策层面发展到实践层面。

校企合作开设冰雪课程属于典型的服务外包。现阶段, 学校冰雪课程服务外包存在不同的形式。从课程服务外包的购买主体来看, 分为学校购买和政府购买两种形式。学校购买是指政府不参与课程服务外包过程, 全权由学校决策、遴选合作方, 签署合同, 进行监督, 在此过程中学校是服务购买方, 承包方是服务提供者, 学生是服务对象, 学校与承包方职责清晰、程序简易。政府购买是指政府出资购买冰雪课程服务后, 学校与承包方对接完成实施过程。在此过程中政府是服务购买方, 承包方是服务提供方, 学校是服

务接收方, 学生是服务对象, 学校更多的是负责课程服务实施过程, 较少参与校外机构遴选、合同签订等事务。从两种形式来看, 政府购买在实践中已经形成了比较规范的运行机制^[2], 学校购买只是学校根据冰雪课程需求而产生的内部行为, 运作经验不足, 运行机制不畅, 法律保障欠缺, 实践中不可避免地面临着诸多问题, 迫切需要认真研究和解决。

1 学校冰雪课程服务外包的理论基础

冰雪课程服务外包是指学校管理者根据学校资源配置、体育理念及冰雪运动普及要求, 有目的、有计划地将冰雪课程教学这一生产服务过程以商业形式外包给学校以外的专业机构的经济活动, 外包内容主要是冰雪运动项目教学, 如冰壶、滑冰、冰球、滑雪等。其理论基础来源于比较优势理论、交易成本理论等, 本质上是一种以高端劳动力为基础的生产要素贸易^[3]。从比较优势理论出发, 学校缺乏场地、师资、器材等开展冰雪课程的条件, 通过课程外包可以获得专业化

收稿日期: 2020-08-18

作者简介: 毛 爽 (1995—), 男, 四川达州人, 助教, 硕士, 研究方向为体育经济与管理、学校体育学。

文本信息: 毛爽. 学校冰雪课程服务外包问题研究[J]. 河北体育学院学报, 2021, 35 (3): 91-96.

服务,实现资源整合效应及经济、社会效益。从交易成本理论出发,学校与承包方都愿意建立一个可以节约交易成本的机制以减少每次交易的费用,即通过建立长期合作关系,减少冰雪课程服务外包实施过程以外的招标、选择、谈判等环节的成本,同时承包方还可以借助自身资源开展校内其他课程的合作,降低交易费用。

2 学校冰雪课程服务外包的缘起

由上文分析可知,政府、学校、承包方各自的利益需求促成了冰雪课程服务外包。政府希望通过协调校企双方推动冰雪课程服务外包,进一步推广冰雪运动、发展体育产业,服务于北京冬奥会和冰雪运动强国建设;学校希望培养学生的冰雪运动兴趣和技能,塑造性格,完成校园冰雪计划任务,获得政府认可和家长信任,并借助企业资源实现长期效益;承包方则希望通过承包冰雪课程,获得学校庞大的生源,提高自身的社会认可度,培育核心竞争力。

2.1 冰雪运动强国建设的时代选择

在2022年北京冬奥会的时代背景下,在建设冰雪运动强国和实现“三亿人参与冰雪运动”的宏伟目标的过程中,学校冰雪课程服务外包应运而生。整体来看,2014年以后,我国冰雪运动的发展经历了两个阶段,冰雪课程服务外包主要是第二阶段的发展结果。

2014年国务院发布《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(以下简称“46号”文件)指出:“支持中西部地区充分利用江河湖海、山地、沙漠、草原、冰雪等独特的自然资源优势,发展区域特色体育产业。”开启了新时代冰雪运动发展的第一阶段。全民健身上升为国家战略,催动了冰雪运动和冰雪产业的发展,具备冰雪资源的地区在原有基础上借助政策红利加快了发展速度,冰雪运动进入局部、小规模发展阶段。但是,该阶段人民群众对冰雪运动的认知水平和参与意识还较低,校园冰雪计划尚未制定为政策工具,学校冰雪课程也较为沉寂。随之在2015年,北京冬奥会申办成功,全社会立即掀起了宣传、普及、推广冰雪运动的热潮,冰雪运动也越来越频繁地进入全国甚至是南方人民的视野。特别是在《冰雪运动发展规划(2016—2025年)》(下文称《规划》)、《群众冬季运动推广普及计划(2016—2025年)》和《全国冰

雪场地设施建设规划(2016—2022年)》等利好政策的推动下,冰雪运动迅速进入第二个发展阶段。该阶段,校园冰雪计划作为政策工具,直接推动学校冰雪课程发展。与此同时,《青少年体育活动促进计划》《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》《关于加快推进全国青少年冰雪运动进校园的指导意见》等一系列政策文件也都对校园冰雪计划提供了指导,如提出推动全国中小学校将冰雪运动知识教育纳入学校体育课教学内容,积极鼓励支持学校与滑雪场、滑冰馆、冰雪运动俱乐部、冰雪培训机构及其他相关社会机构合作开设冬季运动技能课程,等等。

据不完全统计,2014年至今国家及各地制定的有关冰雪运动政策超过了50项,数量多、涉及广、目标明确,为冰雪课程服务外包提供了强有力的制度保障。校园冰雪计划区别于传统的校内开设冰雪课程的发展思路,希望通过“学校—市场—社会”的联动效应,从根本上推动我国青少年冰雪运动持续发展。

2.2 学校提升课程质量的战略选择

学校冰雪课程服务外包是学校提升冰雪课程质量的战略选择,是解决学校资源不足和课程专业化缺失、更好落实校园冰雪计划的根本措施。

首先,学校资源不足阻碍了冰雪课程开设和建设。数据显示,目前仅有3.9%的中学生在学校接受过冰雪运动教育^[4]。反映冰雪课程在学校推广还面临种种阻力和困难,其中主要是场地设施和师资等关键资源不足。场地设施是冰雪课程开展的物质基础,教师是课程的主要设计者、组织者、参与者^[5],也是冰雪课程高质量发展的规划者。对于全国大多数的学校来讲,这两类资源都极为缺乏。以北京市为例,大部分中小学校内活动的场地都比较缺乏,甚至很多学校只有200米跑道的操场,根本没有场地开展冰雪运动;同时,全市9000多名体育教师只有5%左右的人接触过冰雪运动。学校资源供给不足的现状迫切需要借助社会资源来推动校园冰雪计划,高质量完成冰雪课程。

其次,学校冰雪课程的专业化程度达不到校园冰雪计划的期望。这种专业化程度需要冰雪场地、冰雪教师、冰雪器材、冰雪教材等一系列物质基础作为保障,需要把学生的运动需求作为价值目标,即希望学生通过参与冰雪课程,掌握冰

雪技能，提升参与运动的意识，塑造性格及正确的“三观”，实现全面发展。对于大多数学校而言，冰雪课程从毫无经验的零基础起步，在短期内很难达到专业化水准并满足学生需求和政府要求，同时学校自建冰雪课程也面临着巨大的资金压力。面对数量不足和质量不高两方面的困境，多数学校将冰雪课程外包作为一种利益最优的课程运行模式。

2.3 企业市场竞争转移的生存选择

学校冰雪课程服务外包是企业市场竞争转移的生存选择，是市场化、社会化背景下企业开辟新市场、提升竞争力、获得社会荣誉的市场推广手段。

冰雪课程服务的承包方主要包括民间企业和体育场馆运营商两类。虽然两类主体面对市场的态度有所不同，但是他们均具有强烈的开辟新市场、获得庞大消费群体的生存发展需求。“46号”文件拉开了体育产业高速发展的序幕，并提出培育多元产业主体，推动体育市场繁荣发展。随后，体育产业的巨大潜能吸引着不同类型的市场主体纷纷介入，健身休闲、体育培训、体育中介、体育传媒等行业机构大量涌现。数据显示，2016年体育产业机构数量增长率达21.7%^[6]，一些知名企业也纷纷布局体育产业，产生了阿里体育、万达体育、腾讯体育、新浪体育、京东体育等强有力的市场主体。体育企业数量的快速增长，开启了激烈的竞争格局，大量企业必须去开辟新市场，提升核心竞争力。在这种情况下，学校冰雪课程外包作为一个全新的、受政策支持和保护的市场领域，必将受到相关体育企业的关注与追逐，他们积极与学校建立合作关系，如沈阳华润冰纷万象滑冰场在2019年3—4月为和平区文化路小学等学校免费开放冰上课堂，提供滑冰场所和专业师资，并与文化路小学共建“冰雪运动合作单位”。

体育场馆运营单位与民间企业对待市场有着共同的态度，但开辟市场的意愿不如民间企业强烈。从实际情况来看，体育场馆似乎已经成为冰雪课程服务外包的主要供给主体，主要原因在于其拥有功能完善、符合冰雪课程标准的场地设施，这是大多民间企业难以比拟的。同时，绝大多数大型体育场馆由国家相关部门管理，学校也更为信任。据了解，体育场馆从2013年运营改革开始，逐步推动企业化、市场化改革，运营模

式也从“守株待兔”向“主动出击”转变，逐步开拓外部市场，如徐州奥体中心就承包了周边学校的游泳课、攀岩课、冰雪课。即便如此，受传统体制及运营管理理念的制约，多数体育场馆对冰雪课程服务外包的积极性不及民间企业。

3 学校冰雪课程服务外包的现实问题

3.1 政府大力支持与实施工具缺失并存

我国学校体育服务外包的政策出台较晚，最早为2012年时任教育部部长袁贵仁提出的“健全国家学生体质健康监测评价制度，加强人员培训和过程管理，委托第三方机构开展测试质量监控，保证测试质量，公布测试总体结果，并向学生和家长通报。”^[7]随后，第三方机构介入学校体育一直进展缓慢，期间少数学校将体育兴趣课外包给社会机构。直到2016年《规划》颁布，正式拉开了冰雪课程服务外包的序幕，围绕“三亿人参与冰雪运动”，各项有利于冰雪运动普及与开展的政策相继颁布^[8]。其中针对校园冰雪运动与第三方机构合作的政策工具力度空前加大，表明政府希望借助社会力量，在短期内实现青少年学生掌握一项冰雪运动技能，提高冰雪运动参与热情，扩大冰雪运动参与人口的目标，落实“三亿人参与冰雪运动”任务。几年来，冰雪课程服务外包不断探索运行机制、丰富实践经验。但是我们也发现，冰雪课程服务外包还缺乏针对性的实施工具，各种保障、监管、风险评估、奖励措施等还不健全，易导致冰雪课程服务外包市场的无序和混乱，不利于供需双方的利益实现。

3.2 学校释放课程外包信息的主动性差

学校有冰雪课程外包的需求，然而承包方却难以知晓。一般而言，信息透明度和流通性越高，市场行为越规范，交易双方将面临的市场风险就越低、市场机遇就越多。具体来看，学校释放课程外包信息主动性差的原因有以下几点：①经费不足。长期以来，学校在场馆修建、器材购买、教师补贴、活动开展等方面都面临着经费不足问题，影响了学校冰雪课程外包的积极性。②对象特殊。学生安全是学校一切工作的基础，也是学校重点关注的内容。课程外包过程中，出现学生安全事故，无论承包方如何处理，学校都要承受巨大的社会压力。此外，课程服务外包毕竟是新鲜事物，一旦教育失败，学校名誉受损，这也是学校所担心的问题。③性质特殊。课程服务

外包是一种打破学校教育常规的做法,容易降低学校的社会地位,使公众对学校产生不信任感。鉴于以上原因,虽然学校有冰雪课程服务外包的需求和意愿,也大多比较消极,造成市场信息闭塞。

3.3 自然垄断造成有资质的企业不足

虽然国内各类民间体育社会组织、体育公司数量众多,但有能力承接学校冰雪课程的极为有限。开展冰雪运动应当具备标准的场地、专业的人员、充足的器材等,由此形成自然垄断而将多数市场主体排除在外。一方面,市场已被激活但体量太小,只有少数学校能够有资金、有意愿将冰雪课程外包,市场吸引力不够,真正在意学校冰雪课程领域的企业并不多;另一方面,冰雪课程服务外包实则是企业“烧钱”模式,目的在于获取庞大生源,能否打破制度约束获得这块潜在市场,是盈利还是亏损,都需要企业认真权衡。此外,冰雪课程服务对象是学生,企业要承担学校体育的基本功能,即一定程度上要按照学校的教学理念、教学手段授课,如果只以“学习运动技能”为教学目标,可能导致学校、学生、家长不满,这也让一些企业不愿意涉足该领域。整体来看,我国冰雪课程外包服务发展时间较短,市场空间小,供给主体数量少且不成熟,还无法满足国内冰雪课程服务外包的需要。

3.4 外包操作流程不规范

操作流程不规范、不标准、不严格,也是当前冰雪课程服务外包发展过程中的痛点。①承包方选择随意。一般而言,发包方选择承包方要制定相应的技术指标,对市场上潜在的承包方进行综合评价,如评价其从事某项活动的成本状况、服务保障能力和长期发展能力、信誉度、对市场的回应性与灵活性^[9],以及业务开展能力、场地位置、管理模式、人员构成等,并通过实地考察确定最终的承包方,而实际情况往往是校企双方通过熟人引荐和私下交流建立合作关系。②合同签署不严谨。合同书是校企双方合作关系受法律保护和监督的基础,能够明确双方的权利与义务并有效避免矛盾冲突。然而在实践中,校方往往仅要求企业保证学生安全,就通过口头约定或形式化地签署一份缺乏效力的合同书,将冰雪课程服务实施的各项事宜全权交给企业负责。

3.5 校企双方教学行为不统一

学校是国家培养人才的公共教育机构,有专

门的规章制度规范着学校教育各项工作的开展,譬如教育工作者的选择和培养、教学思路和教学内容的确定、课堂教学要求和学生管理等。校外承包方作为企业,主要从自身经营效益和经济利益出发,建立组织机构,制订规章制度,确定业务内容,是一种自组织运作。显然,学校代表的是国家利益,承包方代表的是自身利益。双方虽然具有通过培养学生成才满足自身利益的共同目的,但也存在教育理念和行为上的矛盾。如学校在“健康第一”理念下,重点关注冰雪课程的顺利完成,对学生的技能掌握要求不高,教学方法也较为传统;而承包方更加关注学生兴趣和学生技能的掌握情况,教学手段相对新颖多样。这些差异会造成学生不同的学习感受和评价结果。在教学管理方面也存在不一致的问题,承包方或者对学校管理制度和教学规程不了解,或者因缺乏监管与约束而故意选择不遵守、不执行与自身制度相异的校方要求,导致教学过程缺乏严格的规范,甚至出现教学事故,引起学生、家长与学校的不满。

3.6 监督和评价机制不健全

合理的监督和有效的教学评价是保障冰雪课程高质量可持续发展的关键,但从实践来看,学校对课程外包的监督意识薄弱,与企业合作后,很多学校就放手不管,认为只要学生完成了冰雪课程的学习就算完成任务,对企业的教学计划、教学内容、教学考核等均缺乏了解,导致外包课程教学出现教师迟到早退、辱骂学生、不考勤、不认真教学、学生逃课等现象。另一方面,学校对学生冰雪技能掌握、运动兴趣培养、性格塑造实现缺乏相应的要求,也没有统一的考核标准,导致无法检验企业的教学效果。追究原因,冰雪课程的监督评价要涉及学校经费开支和人员超工作量等问题,考虑到经费不足和体育课边缘化地位等现实情况,多数学校奉行“多一事不如少一事”的原则,不愿开展此项工作,导致冰雪课程“一包了之”。

4 学校冰雪课程服务外包可持续发展的路径选择

4.1 强化政策保障功能

国外体育课程服务外包得以普及,得益于国家和地方政府全方位的政策支持。时下,我国校园冰雪计划的相关政策支持度较高,冰雪课程服

务外包得以“落地生根”，未来需要进一步加大政策支持保障和落实力度。一是，政府和教育部门应充分认识社会化是世界学校体育发展的大方向^[10]，积极把握社会资源融入学校体育教育的发展趋势^[11]，引导各级教育行政部门和各级各类学校充分认识体育课程服务外包的意义，打破社会对“学校的事情自己做”的传统认识，为冰雪课程服务外包提供良好的社会环境。二是，在政策制定时增添组织领导、制度保障、经费、监督、奖惩等具体性、规范性的政策工具，并适当调整政策工具结构，增加需求型和供给型政策工具，减少环境型政策工具，从而有利于政策落地。赋予冰雪课程服务外包战略性地位，获得学校、社会、家庭及社会各界的认可与支持。同时，积极落实政府购买冰雪课程的政策文件，政府要主动为校企双方牵线搭桥，妥善协调处理双方合作中的各类问题，如学校经费、学生上下课交通、承包方扶持资金、企业业务招生等，为冰雪课程服务外包可持续发展保驾护航。

4.2 严格操作流程

规范的操作流程是冰雪课程服务外包合作双方利益实现及冰雪课程高质量发展的前提和基础。一是，根据学校冰雪课程实施需要严格编制标书并公开发布，推动信息透明化，保证更多的企业能够获取到招标信息。二是，建立选择标准，严格审查承包方资质，包括业务开展内容、机构人员、业务熟悉程度、社会信誉、地理位置、场地设施安全状况、事故处理机制等，确保冰雪课程服务外包顺利实施。在此过程中，学校应思考并规划学校体育的长远发展，尽可能选择本地的大型体育场馆和实力雄厚的体育企业，提供冰雪运动课程服务的同时，还可以借助他们的资源优势和专业优势协助学校完成其他活动，如运动会、兴趣课、文艺活动等，实现学校节约运营成本、企业获得经济收益的双赢。三是，完善合同书的结构和内容，明确约定校企双方的权利与义务、课程内容、授课时间、授课地点、费用、安全预算、相关保险等内容^[12]。有条件的学校，还可以邀请家委会代表与学校、承包方共同就学生体育伤害事故、课后接送、课余补课等相关内容进行协商，进而保证冰雪课程服务外包受学校、企业、学生家长的共同支持和维护。

4.3 建立健全考核评价体系

考核不是为了证明，而是为了改进^[13]。对

于冰雪课程服务外包而言，考核是保证课程质量和降低潜在风险的重要手段。首先，学校应建立专门的课程服务外包工作小组，全权负责外包实施过程中的各项事宜，并承担监管职责，督促承包方严格按照合同要求提供课程服务，保证课程质量。其次，制定具有针对性的考核评价指标体系，对冰雪课程的教学质量进行科学、客观的评价^[10]。考核与评价指标尽量避免由校方独立制定，应当广泛征求家长、学生、社会、政府相关管理部门的意见，以满足学生成才、课程建设、项目普及等多元需求。在考核与评价初期，可以通过过渡期的试用来逐渐完善标准。在考核方式上，可以采用教学抽查、定期考核、学期考核、学生考核等方式。其中学生考核是重点，通过建立学生课程服务满意度体系，考核承包方的教学态度、师德师风、课程管理、服务质量等。要加强对考核结果的使用，学校对于考核不合格的承包方要责令限期改正，否则将终止合同，并禁止其参加学校今后的各种招标。

4.4 统一教育理念和教学行为

校企双方应加强沟通，统一教育理念和教学行为，形成教育合力。首先，服务外包实施初期，校方应组织承包方的教师、教练及相关管理工作人员进行统一培训，宣传本校的教育理念、教育传统，并就师德师风、教学目标、学生管理、体育伤害事故处理等内容提出要求。在此过程中，校企双方可围绕课程开展问题广泛交流意见，直至达成共识。培训结束后，校企双方要联合组织培训人员考核，考核合格者才允许参与到冰雪课程服务过程中。其次，校企双方共同编写冰雪运动校本教材、制订教学计划、组建冰雪运动队等工作，建立双方认可的、完善的“教、学、研、训”冰雪课程服务体系，保证课程合规有序开展。

5 结语

冰雪课程服务外包是学校借助社会资源开展冰雪课程教学的一种教育活动，是国家、学校、企业基于各自利益需求的最终选择。冰雪课程服务外包的实施，有助于减轻学校工作负担、降低办学成本、提升课程质量、提升社会信任，也有助于企业获得生存空间、建立社会认同、实现规模化效益。但政策、信息、垄断、流程、理念等方面的问题，一直困扰着各方的工作开展。坚持

“以学生为中心”的发展理念,充分发挥政府、学校、企业各自优势,形成工作合力,才能整体解决以上种种问题,为我国冰雪课程服务外包提供强有力的政策保证和发展动力,为我国冰雪运动的普及发展贡献力量。

参考文献:

- [1] “万丈高楼平地起”以冰雪特色学校为龙头带动学校和孩子上冰雪[EB/OL]. [2017-11-14] (2020-08-04). https://www.sohu.com/a/204250320_559185.
- [2] 江涛,王玉侠.政府购买公共体育服务研究回顾与效益分析[J].河北体育学院学报,2019,33(4):18.
- [3] 袁欣.服务外包:概念、本质、效应[J].国际经贸探索,2010,26(9):10.
- [4] 做冰雪大国,还有多远的路要走[EB/OL]. [2018-11-21] (2020-08-04). http://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2018-11/21/nw.D110000gmrb_20181121_1-07.htm.
- [5] 戴国斌,冯芸,韩红雨,等.上海市中小学体育“三化”课程改革专业师资现状与聘任资源研究[J].河北体育学院学报,2017,31(5):49.
- [6] 2016年体育产业总产出1.9万亿从业人数达440余万人[EB/OL]. [2018-01-15] (2020-08-04). http://www.sohu.com/a/216835952_610081.
- [7] 全国推进学校体育工作电视电话会议召开[EB/OL]. [2012-12-25] (2020-08-04). http://www.gov.cn/gzdt/2012-12/25/content_2298127.htm.
- [8] 毛爽,朱菊芳.基于内容分析法的我国冰雪运动政策研究[J].哈尔滨体育学院学报,2020,38(2):29.
- [9] 朱力量.业务外包风险与控制研究[D].武汉:华中科技大学,2005.
- [10] 鲁长芬,罗小兵,王健.西方体育课程社会化研究的启示[J].北京体育大学学报,2013,36(2):93.
- [11] 赵相周.中美两国高校课余体育比较研究[D].扬州:扬州大学,2009.
- [12] 李岩,赵兴花.中小学如何与第三方机构合作开展研学旅行[J].中小学管理,2019(7):24-26.
- [13] 瞿葆奎,陈玉坤,赵永年.教育学文集·教育评价[M].北京:人民教育出版社,1989:297.

A Study on Service Outsourcing of Winter Sports Curriculum of Schools

MAO Shuang

(Sports Department, Jiangsu University of Technology, Changzhou 213001, China)

Abstract: The approaching of 2022 Beijing Winter Olympic Games has activated the service outsourcing market of winter sports curriculum of schools that is a product of the respective interests of government, schools and enterprises. It is a choice for the construction of winter sports power, a strategic choice for schools to improve their curriculum quality, and a survival choice for enterprises to transfer their market competition. However, there are still many problems in the current curriculum service outsourcing, such as the lack of implementary policy tools, the poor initiative of schools to release curriculum outsourcing information, the lack of qualified enterprises, the non-standard outsourcing operation process and the inconsistency of teaching behavior between schools and enterprises. In the future, the government, schools and enterprises should form a joint force to solve the existing problems and promote the sustainable development of school winter sports curriculum service outsourcing from the aspects of strengthening the policy guarantee function, strictly following operation process, improving the evaluation system and unifying the teaching concept and behavior.

Key words: winter sports curriculum; service outsourcing; policy; process; evaluation; school; enterprise