

文化创意产业人才的开发与培育研究

王飞鹏

(山东工商学院 公共管理学院, 山东 烟台 264005)

摘要: 本文在分析文化创意产业和创意人才特征的基础上, 指出创意人才短缺是制约我国创意产业发展的瓶颈。为此, 在短期内, 企业应创新人才管理制度, 加强创意人才的引进和开发力度, 争取更多的创意人才投身于文化创意事业, 实现创意产业人才的结构平衡; 当然, 从长期发展角度来讲, 还必须依靠改革现行的教育体制和人才培养机制, 加强人才的创新教育, 为创意产业提供更多、更高质量的创意人才, 确保创意产业的健康、快速发展。

关键词: 创意经济; 文化创意产业; 创意性人才; 创新

中图分类号: F243 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000—4149 (2009) 05—0041—05

On Development and Cultivation of Qualified Personnel in Cultural Creative Industry

WANG Fei-peng

(School of Public Management, Shandong Institute of Business and Technology, Yantai 264005, China)

Abstract: Based on an analysis of the characteristics of China's cultural creative industry and qualified personnel for it, it is pointed out that the lack of qualified creative personnel is the bottleneck constraining the development of China's cultural creative industry. Therefore, in the short run, enterprises should innovate their human resource management system making greater effort to enroll and cultivate more qualified people, and encouraging more to embark on the business, thus realizing constitutional balance of qualified personnel in this industry. Of course, the long-run development depends on reforming current education system and qualified people cultivation mechanism, strengthening education of creative people, proving the industry with more qualified people of higher quality, ensuring sound and fast development of creative industry.

Keywords: creative economy; cultural creative industry; qualified creative personnel; innovation

“创意”一词堪称近两年来曝光率最高、最触动人们感官的词汇。创意热在2006年末达到了极致。2006年12月初, 深圳开启创意之月; 12月8日至9日, 安徽创意产业高峰论坛在合肥开坛; 12月10日全国首届文化创意产业博览会在北京的27个会议活动场所同时

拉开帷幕; 12月13日北京发布了我国首个文化创意产业分类标准; 由国家知识产权局和中央电视台联合主办的历时数月的“CCTV2006创新盛典”也选择在12月举行大型颁奖典礼, 每个周六吸引着亿万观众, 无论是业内人士还是普通百姓, 都在寒冷的冬季真切感受到创意

收稿日期: 2008—11—23; 修订日期: 2009—07—08

作者简介: 王飞鹏 (1976—), 湖南祁阳人, 山东工商学院公共管理学院讲师, 首都经济贸易大学劳动经济学院博士生, 研究方向: 人力资源开发与管理。

经济迎面扑来的热浪。仿佛一夜之间, 我们已闯进了创意经济的时代。

一、文化创意产业引领创意经济浪潮

文化创意产业, 又称创意产业 (Creative Industries), 最早由英国创意产业工作组在 1998 年《创意产业专题报告》中提出。是指源于个人创造性、技能与才干, 通过开发和运用知识产权, 具有创造财富和增加就业潜力的产业, 包括广告、建筑、艺术、动漫、设计、出版、软件、影视等行业, 该产业属新兴的现代服务业^{①②}。此后, 美国、日本、韩国、澳大利亚、新西兰以及中国的台湾和香港地区也相继倡导大力发展创意产业, 并掀起了巨大的创意经济浪潮。据资料显示, 全世界创意经济每天创造的价值高达 220 亿美元, 并以 5% 的速度递增。在一些发达国家, 创意产业增长的速度更快, 美国达 14%, 英国为 12%^③。在发达国家的国际大都市里, 文化创意产业更是展现出蓬勃发展的繁荣景象。如美国的纽约每年就有上百亿美元的资金在文化创意产业中流通, 其所产生的经济效益仅次于华尔街^④。目前, 美国、英国、日本、德国、法国、意大利、奥地利、西班牙等国家的文化创意产业在国民经济中占据着举足轻重的地位。

我国文化创意产业起步较晚, 但是发展迅速、潜力巨大。有专家认为, 文化创意产业正在成为我国经济和城市发展的支柱产业。仅以北京市为例, 该市于 2005 年 12 月首次将“文化创意产业”列为首都经济未来发展的支柱产业, 并出台了一系列扶持措施。目前, 该产业展现出了良好的发展基础和巨大的发展潜力, 并已成为首都经济新的经济增长点。据统计, 仅 2007 年北京市文化创意产业资产总计 7260.8 亿元, 比 2004 年增加 2624.1 亿元, 增长了 56.6%, 2005~2007 年资产平均增长率为 16.1%; 全年实现收入 4601.6 亿元, 比 2004

年增加 2133.6 亿元, 增长 86.5%, 2005~2007 年收入平均增长率为 23.1%; 2004~2007 年, 文化创意产业分别实现增加值 613.6 亿元、700.4 亿元、812 亿元和 992.6 亿元, 分别占全市地区生产总值的 10.1%、10.2%、10.3% 和 10.6%, 比重逐年提高, 3 年增加值平均增长率为 17.4%, 比 3 年全市地区生产总值平均增长率高 1.8 个百分点, 2007 年文化创意产业增加值全年增速达到 22.2%, 增幅比 2006 年提高 6.3 个百分点, 比 2005 年提高 8.1 个百分点^⑤。另据预测, 到 2010 年北京市文化创意产业实现增加值将超过 1000 亿元, 占生产总值的比重进一步提高, 从而成为经济的重要支柱产业^⑥。

由此可见, 21 世纪的文化创意产业正成为一个国家和城市的支柱产业, 成为衡量其综合竞争力的关键因素之一, 并开启了创意经济时代的大门。

二、创意人才是文化创意产业发展的核心要素

1. 文化创意产业的特征

文化创意产业是源自个人创意、技巧及才华的行业, 是文化、知识和技术高度关联的产业。由此决定, 创意产业所涉及的每一个环节 (生产、交换、分配及消费) 都与人才密不可分。试想, 如果没有人才的参与, 机器、设备、网络等都只能是一堆冰冷的躯壳, 只有把它们合理地利用起来, 把文化与科技、文化与经济有机而完美地结合起来, 并且创造出适合市场需求的内容, 才是文化创意产业立身的根本。由此可见, 文化创意产业实质上是一种基于人的创意的内生型经济增长模式, 在某种程度上可以说文化创意产业就是一个人才产业。因此, 人才资本是创意产业最核心的生产要素, 能否拥有大量的各类创意人才, 将成为夺

① Department for culture, media and sport. Creative industries mapping document 1998 [M]. <http://www.culture.gov.uk>.

② 关于文化创意产业的定义目前没有统一的认识。我国目前一直沿用由北京市统计局、国家统计局北京调查总队于 2006 年 12 月发布的定义。《北京市文化创意产业分类标准》将文化创意产业定义为: 以创作、创造、创新为根本手段, 以文化内容和创意成果为核心价值, 以知识产权实现或消费为交易特征, 为社会公众提供文化体验的具有内在联系的行业集群。

③ 张勇顺. 稳步推进的北京文化创意产业 [R]. 2008-10-28. <http://www.bjstats.gov.cn/tjsk/sjzz/wzxd/200810/t20081031-127498.htm>.

④ 方美珍, 吴久久. 创意北京: 乱花渐欲迷人眼 [R]. 2006-08-23. <http://finance.sina.com.cn/g/20060823/10592848282.shtml>.

取创意产业发展制高点的决胜因素。

2. 创意人才的特征

所谓创意人才,是指以自主知识产权为核心,以“头脑”服务为特征、以专业或特殊技能(如设计)为手段的精英人才,他们对文化产业有通透的了解,能够结合中国实际并不断创新;他们不仅拥有对专业本身的掌握能力,而且拥有对社会文化的较深理解的专门性人才。一般来讲,创意人才具有以下基本特征。

一是富有创新精神。文化创意产业贵在“创意”。调查显示,53.61%的被调查者认为,这个行业的从业者最重要的能力就是要有创新精神^①。对于创意人才来讲,虽然他们的创新思想可能常常不易被大众所接受,但是他们的“脸皮厚”,这使得他们特立独行、享受突破,愿意也敢于尝试新的事物。如某游戏类企业负责人表示:“我们追求的就是‘新’,如果员工的思维总是一成不变,那就只好‘换血’了。”这表示文化创意产业是在求新之中求得发展,对创新能力的迫切追求也充分体现了这个行业的特色。

二是高超的洞察力和悟性。创新是创意人才的生命力所在,而保持创新的重要源泉,就是不断接受新信息。因此,创意人才必须对新事物和变化保持高度的敏感,并能在第一时间接受、理解和举一反三。不少业内人士指出,相比其他行业,创意行业对员工的洞察力、自学能力和领悟能力的要求可能会更高。大部分公司人员并不多,每个员工的工作量都近乎饱和,新人只有靠自学不断提升自己。因此企业在招聘员工时,倾向于悟性高、洞察力敏锐的应聘者。

三是良好的沟通能力。调查显示,43.3%的被调查者认为沟通能力是创意性人才必备的能力和素质^②。沟通能力的重要性不仅体现在企业内部,还包括在产品推广的整个过程中。由于许多项目都是需要团队合作完成的,因此良好的沟通和表达决定了团队的成果,也影响着企业的效益。另外,在市场推广的过程中,对沟通能力的要求更为严格。如何同客户保持

良好的沟通,最终实现合作,这些都需要良好的技巧。比如手机游戏策划人员,必须能够清晰地描述客户的需求,沟通时会考虑到对方的思维方式和习惯;在作品不理想时,注意力能放在如何改进而不是指责对方;会采用多种方式方法去说服对方与自己合作并完成策划方案等等,这些都离不开创意人才良好的沟通技巧。

四是较强的抗压能力。创意产业的工作强度普遍偏大,尤其是以脑力劳动为主,因此对创意人才来说,自身要有良好的抗压能力,懂得如何释放压力,减缓工作压力带来的困扰。这不仅是为了提高企业的团队效率,也是提高创意性人才自身幸福指数的必备素质。

此外,扎实的专业知识、良好的职业素养、责任心、灵活性、适应能力、协调能力和分析判断能力也是文化创意人才应有的特质。

三、创意人才匮乏是我国文化创意产业发展的瓶颈

1. 我国文化创意产业发展面临的问题

近年来,我国文化创意产业虽然取得了长足发展,但与发达国家相比,我国文化创意产业发展还存在很多不足之处:一是该产业单位规模偏小,原创性作品和企业竞争力不足;二是该产业人均创造利润额偏低,在国民经济中所占的比重仍然较低;三是文化创意资源优势尚未有效转化为产业优势;四是产品的国际竞争力不足。据统计,目前在世界文化产品市场交易额中,美国占有43%的份额,欧洲34%,日本10%,韩国5%,除日本、韩国外的亚洲和南太平洋国家仅占4%^[3]。

2 创意人才匮乏是制约我国文化创意产业发展的核心因素

导致我国文化创意产业发展滞后和动力不足的原因,除了我国文化体制改革相对滞后、文化政策和法规体系不完善以及产业发展缺乏依据和保障等因素之外,其中一个致命因素就是我国文化创意人才的严重短缺。

目前,由于创意人才的严重缺失,我国文

① 刘扬.近两成从业者年薪10万元以上[R].2006-12-18. <http://news.sohu.com/20061218/n247099506.shtml>.

② 刘扬.近两成从业者年薪10万元以上[R].2006-12-18. <http://news.sohu.com/20061218/n247099506.shtml>.

化创意产业陷入了“巧妇难为无米之炊”的尴尬境地。一方面,文化产业缺乏原创核心价值,大量抄袭模仿,甚至沦为“文化加工业”;另一方面,好的创意又缺乏成熟的市场进行推广运作,难以实现其经济价值,最终导致国内文化创意产业大量流失。据中国《第一财经日报》报道,我国内地动漫市场,有80%以上的利润流向了日本、韩国、美国的动漫厂商。每年光是史努比、米老鼠、吉蒂猫、皮卡丘和小叮当5个卡通人物,就能带走6亿元人民币的收益^①。

据调查,目前我国文化创意产业人才面临严重的数量短缺和人才质量的结构性问题。具体来讲:一是创意人才数量严重不足。据调查,目前我国从事创意产业的人才还不到10万,预计“十二五”期间创意产业人才缺口将达到5000万^②。而日本的创意、创造学校已达5000余所,创意人才达到5000万;美国创意人才也有3900万。尤其是文化创意中心城市人才更为密集,如纽约文化创意人才占总就业人数的12%,伦敦、东京则分别高达14%和15%^③。二是高端原创人才短缺。据了解,目前文化创意企业的多数创意人才属于复制型或模仿型,真正能够创新的还很少。这种人才结构导致原创产品很少,企业核心竞争力不足。三是经营人才短缺。将创意产业化,需要能将创意内容产业化和市场化的经营人才。实践证明,创意人才往往不具备市场经营才能,缺乏能将创意作品“产业化”、“市场化”的经营管理人才。

3. 我国创意人才匮乏的原因分析

造成我国文化创意产业人才短缺的原因是多方面的,但主要可归结为两个方面。

一是人才培养和开发机制不健全。目前我国文化创意产业还没有形成产业独立的人才自我培养机制和开发系统,人才来源还需要从传统产业转移过来,缺少体系内的自我造血功能。据调查,当前大量的文化创意人才并不是在从事文化创意的专业机构中,很多专业人才

还在一些传统产业的创意岗位上,要发展文化创意产业就需要有效吸引这些专业人才从传统产业中流动到专业的文化创意企业。

二是人才管理模式不配套。首先,从政策环境看,由于传统观念的影响,人才往往被固定在某个地区和单位,限制了人才的合理流动及才能的发挥。近年来,随着文化创意产业蓬勃发展,许多创意型人才虽已打破各种封锁开始涌向北京、上海等文化产业集聚的城市(被调查者中,非京户籍人员高达47.6%),但这种趋势尚处于自发阶段,政府积极主动的引导政策尚显不足。其次,从管理理念看,社会对创意人才的特质缺乏认识。据调查,目前我国大部分文化创意企业仍然沿用传统的管理模式,影响了创意人才能力的发挥。

综上所述,创意人才的极度匮乏成为制约我国文化创意产业发展的瓶颈。有专家预计,文化创意产业未来在我国将保持15%的增长速度^④。但要保持这一速度,当务之急是培养文化创意人才。

四、开发和培养我国文化创意产业人才 的措施建议

面临创意经济和文化创意产业的快速发展,我国要解决创意人才的短缺问题,应该从两条途径入手。

1. 加强人才的短期开发

短期内应注重创意人才的开发,激发创意人才的潜能。这需要在创意人才的选聘、录用及使用等方面进行机制创新,吸收和开发大量的创意人才,以解燃眉之急。在这方面,一些国家和地区的做法很值得我们借鉴。如我国香港特区为培养并激励专业人才投身创意产业,各级政府部门都提出了各自关于人力资源和人口政策的策略。香港特区政府一方面坚持对教育的投资,积极开发本地人才资源,通过学士、副学士学位和证书课程教育,多渠道多种类培养专门技术和职业从业人员。同时,特区政府还制定了一系列优厚的人才政策,着力吸

① 吴新慧. 三毛的新朋友——中国原创动画片进军好莱坞 [R]. 2006-07-16. <http://gs.zsu.edu.cn/dkblbs>.

② 梦君. 创业风向标 [R]. 2008-01-25. <http://jshkb.jhxxw.gov.cn/html/2008-01-25/content-3445.htm>.

③ 朱秀亮. 我国文化创意产业大有可为 [R]. 2006-05-29. <http://www.laifeng.net/wmb/view.php?id=197>.

纳各方面的外来人才,为香港文化创意产业提供人力保障。为此,建议我国政府应在创意产业优秀人才引进方面采用各种奖励和优惠政策。如北京、上海等大城市可以适当放宽进京、驻沪的户籍限制,积极引进京外、沪外的优秀创意人才;同时,政府还可设立文化创意奖,对突出贡献的集体和个人给予表彰和奖励;教育部门可对文化创意型人才的海外培训、海外专家和大学生回国研习予以资助;人事部门可对文化创意企业引进国外专家、留学人员或建立博士后科研工作站给予立项、经费资助等方面的支持等等。对于企业来讲,应在工作环境、薪酬待遇、福利保障及管理模式等方面进行完善和创新,以利于尽快引进和开发更多的优秀创意性人才。同时,企业也可采取人力资源外包方式,积极开拓和利用企业外部创意人才资源。

2. 注重人才的长期培育

由于创意人才具有某种性格特质,因此需从培养机制入手,进行长期的教育投资。为此,应在教育体制和培养机制方面进行创新,以培养出更多高层次的创意人才,这是我国文化创意产业可持续快速发展的必然要求。为此建议:一要开展创新教育,创意需要有创新意识和创新本领。二要推行个性教育,创意是个性的、求异求新的。三要推行复合式人才教育,文化创意型人才的知识思维结构要跨越艺术、文学、经济学、哲学等多个学科。四要实施实务性教育,文化产业教育一定要强调实务教学,突出教学内容的可操作性和现实针对性,切忌理论空谈。要深入剖析文化产业的各

个层面,致力于向学生传授文化生产的特殊规律、运作过程、生产技艺,讲解文化产品经营、管理及文化组织的具体操作方式与规则等。同时,还要大量采用案例教学、活动模拟教学以及加大课外实践。总之,发展文化产业需要建立“人才第一”的理念,构建一种新的人才培养、吸纳和使用机制,从而在根本上保障文化创意产业的大发展。

当然,要解决我国创意产业人才缺口问题,还需要对以下领域作进一步深入的研究:一是中国文化创意产业的概念界定,包括范畴表述、关键领域、目标定位,以及近期、中长期蓝图规划。二是不同类型的文化创意产业对人才的能力和素质要求。三是文化创意产业人才核心竞争力的评估方法与指标体系的设计;四是我国文化创意产业人才状况,包括数量、质量、分布及发展趋势;五是国内外对文化创意产业人才开发、管理及培养手段;六是我国高校文化创意产业专业人才的培养机制及专业设计情况;等等。

参考文献:

- [1] 孙福良,张乃英.中国创意经济比较研究[M].北京:学林出版社,2008.5.
- [2] 郭辉勤.创意经济学[M].重庆:重庆出版社,2007.29.
- [3] 赵弘.北京市文化创意产业国际化战略研究.张耘,施昌奎.2007北京行业分析报告[M].北京:中国经济出版社,2007.61.
- [4] 丁向阳.2006首都经济社会发展研究与探索[M].北京:中国人口出版社,2006.59.

[责任编辑 崔凤垣]

(上接第40页)

参考文献:

- [1] 金玉国,宋廷山.所有制垄断因素对转型时期行业劳动力价格的影响[J].价格理论与实践,2003(4):46-48.
- [2] 金玉国.工资行业差异的制度诠释[J].统计研究,2005(4):10-15.
- [3] 罗楚亮.垄断企业内部的工资收入分配[J].中国人口科学,2006(1):69-77.
- [4] 李晓宁,邱长溶.工资差异的国内研究综述[J].首都经济贸易大学学报,2007(3):111-112.

- [5] 邢春冰.不同所有制企业的工资决定机制考察[J].经济研究,2005(6):16-25.
- [6] Alan B. Krueger, Lawrence H. Summers. Efficiency Wages and the Inter-industry Wage Structure [J]. Econometrica 1988, 56(2): 259-293.
- [7] 李晓宁,邱长溶.转轨时期中国行业工资差距的实证研究[J].山西财经大学学报,2007(6):51.
- [8] 金玉国.工资行业差异的制度诠释[J].统计研究,2005(4):11.

[责任编辑 童玉芬]