

京冀文创产业与高职教育契合度研究

白地动 吴峰 黎兵

(北京财贸职业学院, 北京 101101)

摘要:近年来,文化创意产业自下而上地在全国逐步迅猛发展,但同时也存在产品原创性不足、同质化严重,经营规范性差,从业人员整体素质亟待提高等诸多问题。本文以京冀旅游文化创意产品为例,通过实践研究,阐述并总结如何将文创产业的人才需求与高职教育的专业建设与改革相结合,充分利用学院的区位优势,结合当地文化,搞好校地、校企结合,将文创产业融入进校园,将校园文化创意推向地方,积极探索高职教育改革的模式下,适应当今学院高职教育发展的新的方向。

关键词:文创产业;旅游文创产品;高等职业教育;契合度

一、国内及京冀两地文创产业现状

在国家政策的指引和大力支持下,我国文创产业近年来得到了快速地发展。文创产业的产值由2006年的4.14%,到2017年,我国文化产业增加值占国内生产总值的比重达到5%,所占GDP比例逐年提高。部分省市的文创产业所占GDP已逐步超越甚至取代了传统行业,成为支柱产业。在全国范围内,文创产业从业人员也呈现出快速上升势头。

纵观全国,发展较为突出的几个文化创意产业聚集地已呈现:以北京为中心,涵盖津、冀的首都文化创意产业区;以广州、深圳为代表的珠三角文化创意产业区;以上海为主,包括杭州、苏州、南京的长三角文化创意产业区;

北京文创产业处于领先,河北后劲十足,相较而言,北京市的文创产业在全国处在领跑地位,据统计,2006至2015年,北京市文化创意产业的增加值从823.2亿元增长到3179.3亿元,从业人员从89.5万人增长到202.3万人,分别增长了2.9倍和1.3倍。

由于北京市得天独厚的历史、文化、经济资源,北京的文创产业发展始终处于全国领跑地位,现有众多相对成熟的文创产业园区,诸如798艺术区、宋庄艺术小镇、大望京公园等艺术时尚创意功能区;以中关村石景山园、中国动漫游戏城和三间房国家动漫产业基地为依托的动漫网游及数字内容功能区;天坛-天桥核心演艺功能区等等,北京市计划在2020年前后建成20个文创功能区,形成特色化、差异化、集群化的发展态势,从而构建出“一个核心、一个带领、多个核心”的空间格局和“两条主线带动、七大板块支撑”的产业支撑体系。到16年,20个文创产业功能区共收入超过8900亿元,规模以上文创产业法人单位8033个,资产总计24919.2亿元,收入合计15224.8亿元,从业人员125.7万人。

相对于北京较成熟的文创产业布局与发展,河北省在这方面的质量、人才、投入与产出上还有相当的不足。2016年,在《河北省文化产业发展“十三五”规划》报告中,预计2020年,河北省文化产业GDP占比将达到5%,这个数字与北京的15%,还有

相当大的差距。

站在地区的角度来看,较为集中这一特点是河北产业发展的主要现状。省会位列河北发展的首位,占全省文化产业单位增加值的26.2%,保定市与唐山市分列二、三位,唐山、秦皇岛、廊坊发展相对较快,邯郸、沧州、衡水以及张家口、承德地区等发展相对缓慢,区域发展不平衡。与北京相比较而言,河北省的文化产业活力相对较弱,但随着2017年雄安新区的建设推进、2019年北京大兴新机场的投入运营,通州环球影城运营,以及“2022年北京-张家口冬奥会”举办,或将为河北文化产业的发展注入新的生机与活力。

二、文创产业与高职教育契合的必要

(一)京冀两地旅游文创市场现状调查

随着国内经济的日益增长,人民群众收入不断提高,有力带动了大众消费层次的提高,全国性的旅游经济也为文创产业的发展提供了强大的动力。

2017年,北京市旅游总收入达5469亿元、同比增长8.9%,总流动人数在3亿人左右,旅游购物和餐饮消费额占社会消费品零售总额24.7%。2017年,河北省旅游总人数达5.72亿人次,实现旅游总收入6410.9亿元,同比分别增长22.61%和31.93%。保定地区以9647.31万人次的成绩领跑全省,石家庄、张家口紧随其后。

旅游消费的快速增长,势必带动旅游商品消费的增长。但是由于对旅游商品的狭隘理解,阻滞了其快速发展。很长的一段时间,我们把印有旅游地文字、LOGO的纪念品、工艺品甚至是农副产品当成了旅游商品的全部。各地景区的旅游商品基本被各种式样、各种材质的手串、质量参差不齐的T恤衫或质量低下的文物复制品所占领,游客对“华而不实”的工艺品的兴趣是逐渐降低,造成了比较严重的旅游商品同质化。

北京的旅游商品市场在近几年的政策鼓励下,尤其在2017年旅游文创超10亿元的文创龙头—故宫的领军下,渐渐脱离了工艺+LOGO的模式,向生活、文化方向逐步转化,取得了斐然的成绩。河北省的旅游文创产品的起步则显得相对迟滞,发展较为缓慢。通过实地走访河北省的清西陵、直隶总督署、白石山、狼牙山、野三坡等景区,多数旅游纪念品,仍旧沿着土特农副产品、工艺品+logo的模式,具有当地文化特色旅游文创产品的开发还远远不够。

(二)当前京、冀高职文创产业专业现状

从2004年起,全国部分高校开设了文化产业管理本科专业,据不完全统计,截至2017年11月,全国开设文化产业的高校将近150所,其中不乏知名高校,甚至部分院校还设立了硕士点、

博士点。

北京市现有高职院校 26 所,河北省 57 所,不少学校,顺应发展,开设了文化创意专业。但整体偏向文化的市场开发、策划、运营管理、传播等方面,关于文创产品开发制作的,则相对较少。究其原因,主要是因为文创产业,作为近些年新兴的方向,其学科归属并无明确划分,这些问题造就成了课程体系构建不合理、指导内容单一等多项空白,在指导过程中仅重视学生基础理论的掌握,而不重视学生专业技能的发展,导致学生缺乏灵活的应变能力与动手能力。在课程设置上,传统理论课程占比较大,对学生学习的积极性无法充分调动。

(三) 文创产业对人才需求度进一步加大

伴随着文化产业的快速发展,高素质、高创意、高营销的文创人才紧缺,成为全国文创发展的一个瓶颈。纵观全国,较大的文创产业园区情况都存在较大的高端文创人才的缺口,在过去 3 年间,高端文创人才需求年均增长率超过 20%。据不完全统计,2016 年,全国共有规模文化企业 5.5 万家,年均增长 10.7%;从业人员大约 872 万人,年均增长 5.7%;至 2020 年,从业人数将突破 1000 万。

(四) 高校与地方产业契合的必要

旅游文创产品的开发,离不开地方特色文化,应当植根于旅游地的独特文化,打上特定的文化烙印,才会使文化创意产品融入独特的地域历史文化元素。而高职教育的人才培养目标就是要面向生产、服务第一线岗位,培养既有一定理论知识、又有一定实践经验的高素质、复合型技术技能人才。地方产业也急需这样的复合型人才,只有这样,高校、企业、政府高度契合,才能保持良性的发展。另外,高校文创教育如果脱离了地方产业,就无法及时掌握市场潮流、人才需求、技术的更新,也势必会变成自说自话的象牙塔里的功夫。

三、构建高职文创专业的实践与策略

(一) 积极发挥市场的导向与定位作用

高等职业教育经过长期的改革,越来越要求高等职业院校强化总体职能,改变现行的人才培养模式,按照市场的用人导向和定位培养人才。文创专业更是如此,市场的培育周期、消费习惯的改变、新材料、新技术的应用,甚至于新的网络用语,都可能引发文创行业市场改变。这一切,也都要求高职文创专业的设立、教学、培养模式,不能脱离市场的导向与定位,相反,还要下大力气,去调研市场的新动向、新发展,才能培养出适应于社会发展、满足岗位需求的人才。

(二) 继续推动教育教学改革

相较于传统的高职教育,文创专业更有其跨界的特殊性,既要有一定的文化基础和审美能力,还要有与之相应的美术基础和设计能力,同时还要具备较强的动手能力和市场调研能力,既有文科的内涵,又有工科的属性。所以在进行教育教学改革的同时,应注意以下几点。

1. 重视校园环境建设, 培育教学软环境

良好的校园人文环境也有利于学生人格的培养,也从侧面影响着学校人才培养质量的高低。文化创意产业人才的培养,对学校所创造出来的文化氛围有更高的要求,徜徉在充满文化气息的环境中,也更加有利于养成学生的创意、创新思维能力。

2. 加强传统文化教学, 提高审美能力

高职文创专业在理论教学中,应加强中国传统文化的课程,渗透传统文化思想、绘画理论、制作工艺、诗词文赋等内容来实现审美教育,以审美诱导的方式,提高学生审美感知力和鉴赏能力,以便为日后的设计营造良好的文化基础。

3. 加强实践教学, 引入工作室制

将课堂逐步引入到实验室,在教师的引导下,适时引入工作室制。学生能够创新学习,激发创意潜能,为培养创意能力。学生可以根据自己的兴趣方向或就业方向自由选择,在工作室教师的指导下,边学习、边实践。

4. 引入灵活用人机制, 开展合作教学

打破原有的僵化用人机制,将社会中有丰富实践经验民间大师引入到教学环节当中。让他们真正走到课堂中来,参与教学、辅导学生,使学生亲身感受制作的过程,甚至可以在指导下,开展市场活动的尝试,为就业或创业做好前期储备。

(三) 积极参与地方文化建设, 发挥高校优势

高校往往是地方文化精英与精英文化的聚集地,其文化也往往是所在地方的先进文化。如何利用高校具有的文化、科研资源优势,并通过相关的辐射功能,直接有针对性地带动地方文化建设,走出单纯的学术空间,才能真正发挥高校的天然属性作用和影响。合作互补,相得益彰,现代高校的发展与地方文化才能促进彼此之间的良性互动与循环,才能保持可持续发展的原动力,才能共同延续着该地区文化发展的未来。

文化创意产业是典型的产、学、研、与地方协同的创新产业,离开地方文化的历史积淀和生长土壤,文创便无从谈起。我们应当积极搭建与地方合作的平台与载体,不断深化优秀传统文化的研究与开发,要多组织校园活动以及开展校园文化展览,以此来不断推进教育教学的改革和发展。

参考文献:

- [1] 白远, 王冠群. 中国文化创意产业研究 [M]. 对外经济贸易大学出版社, 2012.
- [2] 梁贤军, 周国强, 马仁锋. 中国文化创意产业研究热点与趋势分析 [J]. 科技与管理, 2015, 17(2): 1-6.
- [3] 郑斌, 刘家明, 杨兆萍. 基于“一站式体验”的文化旅游创意产业园区研究 [J]. 旅游学刊, 2008, 23(9): 49-53.
- [4] 邵祯. 文化旅游创意产业功能研究——以创意园区为例 [J]. 大观周刊, 2012(48): 96.
- [5] 范周. 深度解读《文化和旅游部“十三五”时期文化产业发展规划》[J]. 人文天下, 2017, 5.