

文创中国周报

China Cultural & Creative Weekly

我们的目标——持续打造中国出版传媒业

金媒体传媒(群)

中国出版传媒商报

年价: 298.80元 半年价: 149.40元
可随时到当地邮局邮季订阅、可月订

观察 Focus

高端人才缺乏是文创木桶的短板

中国出版传媒商报记者 邹昱琴 实习记者 王双双

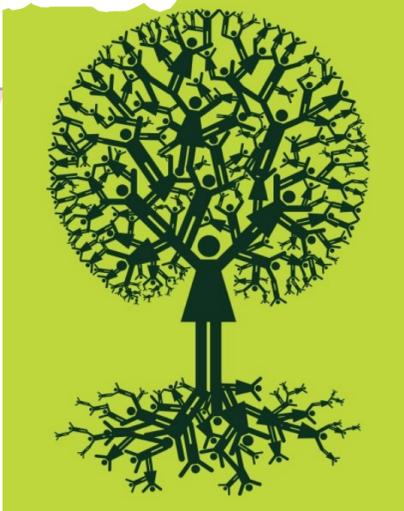
一只木桶想盛满水,必须每块木板都一样平齐且无破损,如果这只桶的木板中有一块不齐或者某块木板下面有破洞,这只桶就无法盛满水。在文化创意产业发展中,人才缺乏就如木桶效应的那根短板,在一定程度上,制约着文创进一步发展。

“文化园最好能建在大学校区周边,否则没有大学人才资源的支撑,建起来也得不到有效的发展。”北京文化创意产业促进中心主任梅松谈到人才对于文化创意产业发展的重要性。但我国现阶段面临一个问题,文化创意人才短缺无法满足文化产业发展需求。以北京为例,文化产业从业者在总就业人口中所占的比例不过千分之一,相比之下,在纽约,文化产业的从业人员占该市全部工作人口总数的12%;在伦敦占14%;而在东京,这一比例高达15%。

“其实,文创的一般人才并不缺,就教育部直属211高校来说,大多都在培养文化以及相关产业人才,可以说文创人才目前是饱和甚至是有富余的。”中国传媒大学文化产业研究院院长范周说到。就动漫产业而言,每年毕业的

3月14日,国务院印发《关于推进文化创意和设计服务相关产业融合发展的若干意见》,就加快推进文化创意和设计服务与实体经济深度融合作出明确要求。其中,推动人才扶持计划,打破体制壁垒,扫除身份障碍,营造有利于创新型人才健康成长、脱颖而出的制度环境等政策的出台,让文化创意人才感受到动力。

人才是文化创意产业的创造者、经营者与发展繁荣的第一推动力。随着我国文化创意产业的快速发展,创意人才虽逐渐增多,但创意人才总量不足、结构不合理、分布不均衡等问题依然存在。



学生不计其数,而真正投身到动漫产业中的也就一半左右。根据相关统计,不少院校动漫系的学生毕业后就面临失业,或者转业的问题。

文化创意产业真正缺的是一些高端人才。中国人民大学文化产业研究所所长金元浦指出,创意产业集聚区对人才构成也有很高要求,对于三种类型人才需求量较大:一是复合型人才,受过三级以上复合教育,如文化艺术的理论创作,网络设计或相关专业,工商管理或金融经贸教育;二是在企业内、行业内、创意产业集聚区内配置不同的专业人才,形成多种创意人才的互补聚合优势。三是管理人、广告人、媒介工作者等中介人。

此外,复合型管理人才及文化创意人才也是企业招聘的热门,再次验证了文创人才缺乏的事实。通过对于企业招聘情况的调查,记者发现,很多企业都苦于招不到合适的文

化创意人才。中国唱片总公司副总经理侯钧谈到:“今年单位招聘的主要是音乐产业的复合型人才。但因为国内学科设置的关系,相对应的专业较少,这类人才还是很缺乏的。而海归对国内文化产业、音乐产业发展情况了解不深,致使很难招到合适的文创人才。”作为《禅宗少林·音乐大典》的营销中心总经理,毛荣军也遇到了同样的问题,他指出:“我们企业的产品是以佛禅文化为底蕴的文化旅游产品,企业要求市场推广和创意策划人员既要具备市场营销的知识与经验,又要对佛禅文化有一定的理解,这样才能充分挖掘产品中传统文化的当代价值,才能更好的为产品定位、为市场定向”。同时,侯钧还指出,“待遇不高,成长空间不大也是招人的一大问题”。(更多详细内容见第19版《3方发力:弥补文创人才短板》)

现场 Scene

中国首个「创意拍卖」现场成交595万元

中国出版传媒商报讯 北京歌华集团总裁助理、文化创意产业中心主任、北京国际设计周组委会副主任曾辉的平湖茶台设计中标,现场50万元成交;“开和”品牌代表Sam提供的传家宝盒以4万元成交;顺风车基金创始人王永的“微微拼车”项目受到现场买家热捧,经过二十几轮的竞价,达晨创业投资有限公司全球合伙人傅仲宏最后以338万元拍得……这是2014卓达“创意拍卖”取得的成果。

3月22日,2014卓达“创意拍卖”·太仓站暨卓达生态产业新城(筹)发展论坛在江苏省太仓市举行,参与本次拍卖的7个项目中5个项目现场成交,总金额达595万元人民币,成交率超过70%。据了解,此次“创意拍卖”项目多集中在拥有自主知识产权的创意设计成品或方案,还有富含创意、创新类创业项目(含团队),以及创新型工业设计领域创意产品。

卓达集团总裁助理谢天表示,卓达集团举办中国首个“创意拍卖”,目的就是为搭建创意转化平台,吸纳更多更全面的创意创新人才,从而促进创意项目孵化,助推新城产业升级。据悉,卓达集团成立20年来,一直积极推动产业工业化、农村城镇化、农业现代化大发展的同时,还以文化产业、养老产业、酒店餐饮、健康产业、教育产业、旅游产业等,吸引高端人才、行业资源和外来就业人口,助推新生产力城市建设,以产业新城推动当地经济快速发展。“创意拍卖”是卓达集团未来战略发展规划的一个重要体现,通过“创意拍卖”的形式,来打造一个文化创意平台,在这个平台上吸收和推介更多具有发展潜力的文化创意项目,聚拢更多优秀的文化创意人才,通过“创意拍卖”的方式来打造一个文化创意产业的孵化器。

与此拍卖同期举行的论坛活动还有“2014中国文化产业创新发展论坛”、“卓达集团2014年第一届产业造城教育专家研讨会”、“中国城镇化发展与服务外包(呼叫中心)高峰论坛”活动。品牌中国产业联盟主席、经济日报原总编辑艾丰,九届全国工商业联合会副主席、中国西部研究与发展促进会理事长程路,北京市人大常委、民盟北京市委专职副主委、中国工业设计协会副秘书长宋慰祖,卓达集团总裁助理谢天等领导、知名企业家、品牌专家等共计300余人出席了此次活动。(倪成)

新闻 News

六大体验城市 结合东西视野 三大学院瞄准高端艺术管理人才市场

中国出版传媒商报记者 王双双

2014年3月12日,“清华大学经济管理学院-清华大学美术学院-苏富比艺术学院高端人才培养合作启动仪式”在清华美院举行。三大学院将汇集各自的顶尖师资及业界资源共同开发面向中国市场的“艺术管理专业硕士课程”以及“艺术管理与投资高端研修课程”,培养具有国际视野的高端艺术管理人才。其中,“艺术管理与投资高端研修课程”将于2014年秋季正式启动。

“随着中国经济的迅猛发展,我国的艺术品市场无论是从市场规模、交易总额还是艺术品价格增长速度,可能达到4200亿元。之前中国艺术品市场很热,但不规范。因此,2014年中国艺术品市场是很不稳定的,因为有很多浮躁的投资会变现或者直接退出。”清华美术学院院长鲁晓波表示,“之前很多人发热,投钱到艺术品市场领域,然而,很多投资人并没有艺术品市场投资的经验,但是他们已经涉入到这个领域,而且涉入的很深。因此,高级艺术管理和经营人才还是比较稀缺的。”业内其他相关专家也指出,中国艺术品市场的商品化进程不完善、不彻底,更多地依靠民间力量发展起来,对于艺术品的真伪、价格和升值潜力的判断,始终困扰着每一位涉足其中或持币观望的企业家。

基于这样的时代发展,清华经管学院院长钱颖一教授认为:“我们急需为中国艺术品市场的持续健康发展培养大量的高端专业人才。而三所国际知名院系的强强联合,将很好的融合清华经管学院的管理理论与实践、清华美术学院的美学知识与艺术沉淀、苏富比艺术学院的全球视野和

对国际艺术品市场的深入理解,使得艺术管理教育领域呈现出更加高端、跨学科及国际化的发展趋势。”

“艺术专才,不仅要有艺术和美学修养,同时要了解艺术史、懂得鉴赏,同时也要了解商业管理以及金融知识,这些不同的学科能够结合起来,应对世界上对于复合型艺术人才的需求。而且,在过去没有这样的艺术学院提供这样的课程,一直到现在我们现在的学院还是独立运作的状态,没有太多的结合实际知识和鉴赏以及艺术教育这样的课程。”苏富比艺术学院院长David C. Levy先生表示。如今,苏富比艺术学院同清华大学的合作将会成为艺术行业发展的里程碑。

此次发布会特别宣布,三所院校将汇集各自的顶尖师资及业界资源共同开发面向中国市场的“艺术管理专业硕士课程”以及“艺术管理与投资高端研修课程”。课程将采用国际领先的体验式教学模式,包括课堂授课、案例分析、企业参访、小组讨论,并结合苏富比艺术学院引入的资深业界嘉宾与学员们进行成功经验的分享,帮助学员们全面了解全球艺术品市场的发展现状与未来趋势,并培养其在中国艺术品市场获得成功所必须的全球观、战略思维以及商业技能。

其中值得特别一提的是,课程将在北京、上海、香港、伦敦、纽约、洛杉矶六地展开,以体验式教学为主。“在感受体验艺术上面,我们试图把商务和学习有效结合,尤其是在金融方面的战略措施,也会融入到学习项目当中,将它和学术教育方面结合。”剑桥信息集团教育部首席执行官Michael Chung谈到该项目的特色时说。

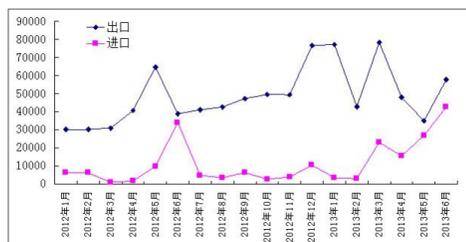
据了解,课程将于2014年秋季正式启动,计划招生人数为30人左右。艺术管理专业硕士课程计划招生人数为25人左右。

数字 Number

据海关信息网和海关统计咨询网的相前资料显示,从2012年1月到2013年6月,我国艺术品进出口总额逐年递增,且增速较大。总体来看,2012年,出口增速远大于进口增速。但2013年2月份以来,艺术品进口额飞速发展,进出口贸易差额逐步缩小。与我国文化贸易总体逆差的状况不同,艺术品的对外贸易总体为顺差,且与发达国家的顺差有逐年扩大的趋势。

艺术品进出口总额虽逐年递增,但波动较大。2012年,艺术品的出口经历了两个飞速发展阶段,一个是3月到5月,另一个则发生在11月至12月。月际出口额在12月达到了顶峰,为7659.7万美元。而2013年,艺术品的出口月际波动较大,且整体出现下滑趋势。2012年,艺术品进口额变化不大,虽在5月至7月经历了较大的波动,但整体发展平稳。3月最低为102.4万美元,6月为峰值3408.6万美元,比2011年各月相比都有所增长,5月增幅最大为144.9%。

图1 2012年1月-2013年6月 中国第97章商品进出口额变化(单位:千美元)



出口市场较集中。我国的艺术品出口目的地主要集中在日本、欧美等发达国家。其中日本是我国最大的出口国,除日本、美国和欧盟各国外,我国香港也是艺术品的主要出口地区。我国艺术品出口目的国家和地区前10位依次是:日本、欧盟、加拿大、美国、荷兰、香港、法国、美国、德国和瑞士。2013年上半年,泰国成为我国艺术品第二大出口目的国家。

图2 2012年中国第97章 商品贸易国(地区)进出口额(单位:千美元)

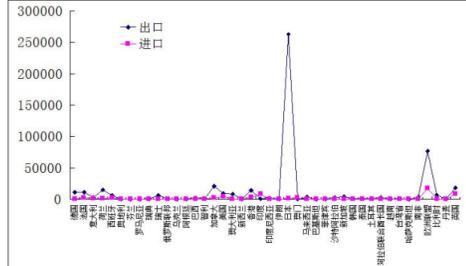
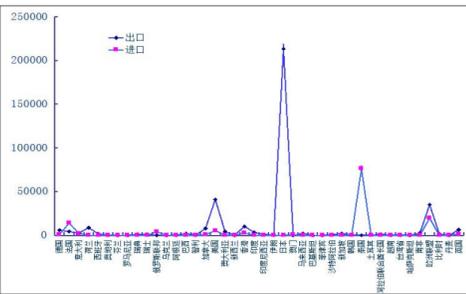


图3 2013年1月-6月中国第97章 商品贸易国(地区)进出口额(单位:千美元)



中国没有单独的艺术品贸易的数据统计,散落在各个相关部门,然而统计口径差异较大,致使研究艺术品进出口贸易不够精确。因此,完善文化贸易统计系统,特别是艺术品贸易统计系统势在必行。

以海关统计中的第97章商品为例分析艺术品进出口贸易情况,发现中国艺术品贸易存在顺差现象。中国艺术品的出口能力具有巨大的优势,将来的艺术品贸易中需要继续保持这种优势,并不断提升科技含量和服务质量,营造品牌产品。

中国艺术品的主要出口市场为美国、日本、欧盟,还有我国香港和台湾地区,因此,需要深度挖掘其他国际市场,减少“文化折扣”的影响,培养文化“走出去”的能力。

2013艺术品进出口额呈顺差