

# 安徽省文化创意产业发展的困境与出路

## ——基于高校专业建设的视角<sup>\*1</sup>

袁梦

（安徽农业大学轻纺工程与艺术学院，安徽合肥 230036）

**【摘要】：**文化创意产业作为知识经济时代的朝阳产业，具有高知识性、高增值性和低耗能、低污染的特性，是国民和地方经济的战略性资产，不仅可以促进地方文化的深入挖掘与传播，还可以创造就业岗位、增添城市魅力、提高居民生活质量。而高校尤其是高校艺术专业，作为文化创意产业的重要人才培养基地，其建设方向必须对接文化创意产业发展。文章从高校艺术专业建设的角度分析了安徽省文化创意产业的发展现状和困境，探讨了高校艺术专业建设在文化创意产业发展中的重要作用，结合实例进一步探索了促进文化创意产业发展的途径和方法。

**【关键词】：**文化创意产业；高校艺术专业建设；安徽省

**【中图分类号】：**F423.3 **【文献标识码】：**A **【文章编号】：**1007-5097（2017）06-0180-05

### 一、引言

文化创意产业具有高知识性、高增值性和低耗能、低污染的特性。加快发展文化创意产业是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措，是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求<sup>[1]</sup>。2015年，联合国教科文组织、国际作家与作曲家联合会等组织联合发布了文化与创意产业报告。该报告指出：文化创意产业是世界经济的主要贡献者和数字经济的主要驱动者，是国民和地区经济的战略性资产，能够创造就业岗位、增强城市魅力、提高居民生活质量<sup>[2]</sup>。近年来，我国文化创意产业迅猛发展，催生了一批艺术院校或高校艺术专业，并为高校建设发展带来了良好的机遇和极大空间。同时，高校艺术专业作为文化创意产业人才的重要培养基地，其建设在文化创意产业发展中起着至关重要的作用。肩负着传承创新文化、服务经济社会发展这一历史使命的高等院校如何进行艺术类专业建设和人才培养模式改革，从而更好地服务、促进文化创意产业发展是当前急需解决的课题。

### 二、安徽省文化创意产业的发展现状

安徽地处长江、淮河中下游，长江三角洲腹地，文化底蕴深厚，旅游资源丰富。安徽大地上孕育出建安文学、桐城派、徽文化、北宋理学等深厚文化；涌现了老子、庄子、管子、曹操、华佗、包拯、朱元璋、李鸿章、胡适等一批著名历史人物；有徽剧、黄梅戏、傩戏、花鼓灯、泗州戏等艺术瑰宝，展现了徽风皖韵。同时，安徽有黄山、九华山、天柱山等10处国家级重点风景名胜区，5座国家级历史文化名城，6个国家级自然保护区，29个国家级森林公园，还有包公祠、垓下古战场、禹墟遗址、

<sup>1</sup> 收稿日期：2017-04-15

**基金项目：**安徽农业大学繁荣发展哲学社会科学基金重点项目（2015zs013）；安徽省社会科学普及规划项目（LF2015001）

**作者简介：**袁梦（1986-），女，安徽巢湖人，讲师，博士研究生，研究方向：信息与交互设计。

皖南事变遗址等名胜遗迹。其中，黄山、西递和宏村古民居群等被联合国教科文组织列入世界文化遗产名录。“天下道源”、“包公故里”、“中华药都”、“歌舞之乡”、“山水城市”等赞誉中，都蕴含着值得挖掘的文化创意资源。

安徽省重视文化创意产业发展。2014 年，《安徽省推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展行动计划》出台，提出通过落实 8 个方面的保障措施，实施 7 项重点工程建设，切实提高文化创意与设计服务水平和核心竞争力，进一步凸显文化创意和设计服务的先导产业作用，努力实现到 2020 年文化创意和设计服务增加值占文化产业增加值的比重明显提高<sup>[3]</sup>。

2017 年，安徽省文化厅出台《“十三五”时期文化改革发展规划》，提出了“十三五”期间文化产业的 9 个大项、38 个小项的发展任务和 30 个重点建设工程，明确指出要大力发展文博创意产业，调动企事业单位的积极性，开发原创文化产品和衍生产品，促进文化创意与相关产业的融合发展，打造文化创意品牌，拓展产业发展空间<sup>[4]</sup>。

安徽省文化创意产业快速发展<sup>[5]</sup>。调查表明，截至 2014 年底，全国共建成文化创意产业园区 1 858 个，其中安徽建成或在建 74 个，位居全国第七，保持在第一梯队，优于安徽省 GDP 总量发展，这充分表明安徽省文化创意产业的发展成果丰硕，发展速度较快<sup>[6]</sup>。有学者研究显示，2014 年安徽省文化创意产业产值增长率达 14.8%，而全省 GDP 增长仅为 8.42%，随后通过区位熵值的计算发现文化创意产业在地区经济发展中所占比例高于全国平均水平，这些都表明近年来安徽文化创意产业发展势头强劲<sup>[7]</sup>。2014 年第三次全国经济普查和个案调查结果显示：安徽文化创意产业呈现经营主体成长迅速、民营创意产业日趋繁荣和区域集中趋势显著等三个特点<sup>[8]</sup>。根据安徽省委宣传部、省文化厅、省新闻出版广电局发布的消息，2015 年通过省级平台对外推出文化产业重点招商项目 330 个，投资总额 3 308.09 亿元，计划引进资金 2 809.63 亿元。2016 年，安徽正式推出文化产业重点招商项目（单个项目投资亿元以上的）323 个，投资总额 3 574.54 亿元。但就区域而言，文化创意产业发展不均衡。皖江示范区、合芜蚌试验区、皖南示范区和皖北地区等区域文化创意和设计服务业法人单位数量及主营业务收入占比依次降低。其中，合肥的集聚度最高，尤其合肥市政府认真贯彻落实《关于合肥市扶持产业发展“1+3+5”政策体系》，本着统筹指导、简化程序、提高效能和公正廉明的原则，加强文化产业发展专项资金管理，制定文化产业发展政策的实施细则，将“借转补”项目的投资主体不限于文化企业，还将互联网上网服务场所升级改造的申报主体放宽至个人独资企业，为文化创意产业的发展拓展了空间。同时，还有学者从安徽实情出发将文化创意产业分为四类，并经调查分析得出：新闻出版产业发展较为成熟且具有良好的基础，文化艺术产业发展具有一定基础，旅游及相关发展较为活跃，艺术品制造与交易产业较为薄弱<sup>[9]</sup>。

安徽文化创意产业发展不均衡。2015 年，安徽省创意经济研究会在调研中发现：首先，文化创意企业点多面广且规模小。在近 4 年内新成立的 8 069 家文化创意和设计服务业法人单位中，仅有 23 家为骨干单位。规模以上企业数量过少，使整个产业缺乏龙头带动。其次，相关企业收入水平较低。全省文化创意和设计服务业户均主营业务收入仅相当于非文化创意和设计服务业的 25.9%，其中骨干单位仅相当于 54.7%。全省仅有 18 家文化创意和设计服务业骨干单位主营业务收入过亿元。第三，创新能力偏弱。文化产业法人单位专利授权量占全省专利授权总量的比重较低且呈逐年下降趋势。例如文化软件业虽然发展迅速，但软件开发领域中仅四成左右的法人单位从事多媒体和动漫游戏软件开发，数字内容服务领域中从事数字动漫和游戏设计等制作的法人单位不到六成<sup>[8]</sup>。有研究认为，安徽文化创意产业发展面临着产业聚集能力薄弱、区域结果分布不均衡、文化特色不明显、投资渠道单一、高校参与度不高、人才队伍不健全以及来自其他省份的竞争压力等问题。

### 三、基于高校专业建设视角的安徽省文化创意产业发展困境

#### （一）专业布局不合理导致文化创意产业发展结构不平衡

安徽省普通高校本科专业布局情况分析报告（2016）指出：目前安徽省高校中共设置艺术类基本专业 25 个，特设专业 3 个，未布点的 4 个基本专业为艺术史论、舞蹈编导、电影学、录音艺术，特设专业为中国画<sup>[10]</sup>。据调查，安徽省目前共有 70 多所高校开设艺术类专业，其中本科 20 所，高职专科 50 余所，专业设置大致分为美术设计类、音乐舞蹈类和影视传媒类等三大类。其中布点最多的三个专业分别是艺术设计（65 个）、美术学（21 个）、音乐学（19 个）<sup>[11]</sup>。由此看出，目前艺术类专业布点

并不合理，存在着重复建设和无序竞争的现象，这不利于区域文化创意产业的发展。

## （二）人才培养模式不完善导致文化创意产业发展队伍不健全

1. 专业展览与区域文化创意实践创作脱节 高校艺术专业的展览多为课程展与主题展，由于目前高校在教学活动过程中对地域性实践创作重视不够，导致原有本土文化的创作平台得不到良好的展示方式，课程展的学习过程谈不上总结和进步，主题展的主题对本土文化的挖掘又寥寥无几、浅尝辄止，缺乏调研和试行。

2. 课程体系与区域文化创意产业需求不匹配 当前，部分院校艺术专业课程设置缺乏区域历史文化支撑，地方文化创意产业缺乏政府、企业的共建系统。学生在学习艺术专业课程的过程中，缺乏对地方文化、政府政策、企业需求的了解途径。另外，由于专业理论课与实践课程的课时不足且设置比例有待于进一步提高，又受限于学科设置的形式要求，不敢大胆涉足专业方向之外的内容，导致课堂教学中理论知识空泛、实践方向偏差等问题，艺术专业的各学科各课程在这类活动中，孤立分离、缺少联系，难以将内容融会贯通，更无法与本土文化做到无缝对接。这种欠缺直接引发学生只关注课程中的软件培训内容，不关心其他相关专业，对课程信息与社会需求的了解都存在滞后性。而且，很多学生把学习重心单纯放在软件学习上，摒弃人文素养的提高，致使部分学生对专业训练的活动目的存在误解与认知偏差。

3. 专业教师对区域文化创意产业认识不全面 当下高校艺术专业的教师过于重视大赛和企业对接的项目，盲目求新求变，看不上本土文化。而部分学生报考艺术专业的原因之一就是高考的文化课成绩就相对较弱，从进入高校开始，就缺乏基本的知识积淀。这就导致师生都对地域文化和历史传统知之甚少，繁杂的赛事又会让师生人心浮躁，精力分散。由于高校艺术类教师群体对本土文化认识不够，做不到深入了解，不可能对地方文化创意求新求变，即使参加重量级的地域性主题大赛，也只会浪费教师自身的专业能力与创造力，甚至埋没学生关于地方文化创意的优质作品。

## 四、基于高校专业建设视角的安徽省文化创意产业发展对策

### （一）加强统筹规划，促进专业布点符合区域文化创意产业发展需求

一方面，文化创意产业在制定产业发展规划时要将高校艺术专业建设纳入其中，实行同步规划、同步实施，并建立定期向社会公开发布产业布局规划和发展成果的机制。其次，教育行政部门要建立专业调控制度，根据区域内文化创意产业发展需求合理设置专业，对专业布点多、重复设置率高、规模大、就业率低的专业要严格控制或减少招生指标。同时，对文化创意产业发展急需专业予以经费保障，支持紧贴产业发展、校企深度合作、社会认可度高的专业建设，从而更好地服务文化创意产业发展。

### （二）落实“展训赛创”，推动文化创意产业人才培养模式改革

#### 1. 以展促评

文化创意产业的发展日益迅猛，只有充分发挥高校的主导作用，调动自身及各种社会团体的积极性，建立稳固的组织机构，优化管理机制和评价体系，才能够提高人才培养质量以满足文化创意产业的需求。因此，在安徽文化创意产业发展背景下，科学有序地改革课程评价体系至关重要。

在打造以展促评的创新考核评价体系中，安徽省高校艺术专业已专门设置以安徽文化为创作背景的作品展演形式，另外与省市级政府赛事、本土企业项目结合开展各类展演活动，并将此类活动作为课程作业进行评分。在这类活动中，企业与政府成为第三方考核机构，打破了单一的由授课教师评价自己所带课程学生成绩的模式，引入了“师生互评、生生互评”

---

的考核体系，由此，也要求师生共同对安徽本土文化进行深入研究。安徽农业大学艺术专业的各类课程作业展已举办 20 余次，服装专业毕业时装秀、艺术设计专业毕业设计作品展也与地域文化联系愈发紧密，部分展出作品参加各类学科竞赛，还屡获大奖。为进一步扩大影响，该院艺术专业还将轻纺艺术节和毕业设计展安排在每年的五四后同时进行，并持续近半个月。目前，该校艺术专业还通过举办各项主题活动，建立安徽文化创意产业发展背景下的“学风抓落实，直通到班级”等活动，并将其中涌现的先进学生、先进班级进行展示。

以笔者 2016 年举办的课程展为例，《“图说合肥”设计思维课程展》便是指导学生将设计思维的课程内容，与合肥地域的著名景点、人文风情、历史文化等紧密结合进行创作，此举受到院校领导的一致支持，并在“安徽农业大学宣传部”公众号、“轻纺艺术学院团委”公众号、“合肥在线”、“江淮晨报”等多家媒体上广为传播。《“巢·居时代——线的搭建可能”装置展》则是与笔者研究的巢文化紧密相关，通过对巢文化的充分挖掘与思维发散，以立体装置的形态探索线的搭建可能，成为该次展览的研究重心。线条的粗细软硬、材料的选择余地等，一方面成为展览评判标准，另一方面成为学生学以致用和对巢文化深入思考的载体。《“安农逛吃记”综合材料展》则是将立体构成的课程内容和校园的特色美食与美景相结合的产物。该作品不仅通过安徽农业大学宣传部、轻纺艺术学院团委在校内传播，还受到“合肥电视台晚间播报”、“今日头条”等节目的关注与采访。另外，笔者指导的毕业设计中，环艺作品《有巢氏餐饮空间设计》、绘本作品《妹喜传》、《大禹与九尾狐》等，也都紧扣安徽文化中的有巢氏文化、放王岗文化、涂山文化。

改革考核方式后的可视化课程展，不仅使教风、学风和考风得以较大改善和提升，还有效激发了教师的指导热情和学生的创作激情，并在此过程中使师生明确对安徽本土资源的探索目标，增加其对课程考核标准的重新审视与重视。

## 2. 以训促能

文化创意产业的发展，需要高质量的综合性人才。高校艺术专业应该培养综合能力，而不是孤立地学习某门理论课程、某种设计软件，让学生淹没在“大众教育”、“普及教育”中。真正的精英教育应该建立在学以致用基础上，正确应对拥有广阔前景的文化创意产业，掌握并合理运用地域文化的优势，打破理论与实践脱节状况。因此，以训促能，将本土文化的系列性艺术设计创作作为系统化学习的指导思想，是提高综合能力的重要手段。

为提高安徽文化创意产业发展背景下以训促能的综合能力，实现安徽高校艺术专业的角色定位，应采取三个方面的对策：一是加大与课程相关的软件培训力度，二是增进校企合作机会，邀请优秀培训公司开展软件培训讲座，三是组织学生分赴省内外考察实习。这三点都以促进安徽文化创意产业发展为目标。

笔者 2016 年训练的作品无论针对自己或学生，都以安徽文化创意产业发展为背景，并在提高综合能力基础上，更新教材和实训内容。如笔者创作的作品“巢湖形象标识 LOGO 设计”便是直接落地的设计，目前已运用于巢湖市的所有出租车上。笔者承接的横向课题“半岛 LOGO 设计方案”也是直接投入使用的地域性实践案例。而笔者在课程训练中也格外注重将每次作业的课程指导直接与地域文化融合：如立体构成课程的训练内容便多次与安徽农业大学的标志、字母、含义、学院文化等衔接；设计思维课程则通过《姥山岛的传说新解》、《巢的头脑地图》、《合肥变形记》、《合肥的城市宣传片创作》等训练内容，将地方文化带入专业课程学习中。笔者还与艺术专业的多位教师共同组织学生分赴省内外考察实习，在毕业前引导学生进行地方文化创业的横向比较，并邀请有实践经验的企业人员来校授课。

以上目的都是为了提升学生在安徽文化创意产业发展背景下的综合能力，只有与“订单式”培养的安徽文化创意产业合理对接，才能充分发挥协同育人的功能，不断提升学生就业能力。

## 3. 以赛促创

以赛促创，可以在促进安徽文化创意产业发展背景下，以学科竞赛和各类大赛为抓手，形成“比赛建团队、团队做项目、项目服务比赛”的模式，引导学生理性地参加一些高质量赛事，同时营造人人参赛的良好氛围。目前，安徽农业大学为促进安徽文化创意产业发展，提倡依托文体特长学生，逐步完善各文体代表队建制。通过提供人财物等方面的支持，以达到以赛促创的最终目的，使高校艺术专业的师生迈入正规，实现良性发展。

在笔者 2016 年指导的赛事中，全国大学生计算机设计大赛中的参赛作品微电影《China • china》、动画《苦瓜和尚与巢湖图》，就是针对中国传统文化中的陶瓷文化以及安徽地域文化中的荷塘文化创作的作品。笔者指导的第六届安徽省大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛总决赛作品《焦姥文化创意有限公司》、《优行创意文化有限公司企划书》、《“涂山小狐”试衣网》、《有巢氏旅游文化有限公司》，以及大学生科技创新项目中的《中国印——包装设计项目》、《我爱小农宝——校史文化创意项目》则是在具有丰厚的人文底蕴与地域属性基础上应运而生的双创成果。更加可喜的是，同年，该校艺术专业全院师生参加国家级各类竞赛多达 20 余项，学生在各项比赛中获得骄人成绩，这些赛事大大提高了学生在安徽文化创意产业发展背景下的“双创”能力，27 个国家级大学生创新创业训练计划项目便是最有利的佐证。

#### 4. 以创促业

在文化创意产业发展背景下，故步自封的象牙塔已经无法满足市场的需求，与政府、企业对接，是高校艺术专业发展的必然趋势。

以安徽农业大学的艺术专业为例，师生都格外注重安徽文化创意产业发展背景下的创新创业理论知识学习与培训，以及创新精神和创业意识的培养。该校还加大资金投入，提高指导教师工作量在考评体系中的比重，采取“1+1+工作室”模式，即每个创业工作室配备一名导师和一名管理服务人员，以帮助学生提高创新创业的双创能力与就业竞争力。目前，该校艺术专业已初获成效：拥有 6 家已经在运行的工作室，其中 4 个从事立足本土本校的校园文化创意产品开发设计；2 家注册公司，1 支团队获得科大讯飞大创基金立项，1 支获省大创基金立项，2 支入驻大学生创业孵化中心。此外，对这类项目还进行以创促业的角色定位。这既是对国家政策的积极响应，也是从国家到院校到专业各级层层完善的定位结果，使项目直接转化为就业前景。2015 年在学生申请的 54 项大创项目中，2 项获批为国家级大学生创新创业实训项目，省级立项 5 项。2016 年国家级大创项目评审中 6 项入围，占比 22%。在第六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛的校赛中 12 人获奖，占比 36%。在校首届创客大赛中，学院 21 支团队参加，经学院选拔 5 支参加校赛，4 支团队进入决赛，1 支团队最终被推荐参加省赛。尤其是创业团队中的喽喽影像文化传媒公司，还推出了安徽高校首档脱口秀节目，将青春朝气的校园文化与地域特征紧密结合，一上线便获得数十万的点击率，被各大主流视频媒体转载。涅槃陶艺文化创意公司、笔者的启梦艺术工作室开展的活动在轻纺艺术节、农耕文化节、校园文化节等多场活动现场就广受师生欢迎和关注。该校艺术专业还积极审核、选拔创业团队，帮助了“轻艺文化创意”校园文化产品设计工作室成功入驻校“创客空间”，并积极组织创业公司入驻学校的创业实战区。此外，学生工作方式的创新推进，也体现在将院级传统活动改为由班级承办。这项改革使学生干部组织能力得到进一步提高，班级同学的凝聚力、责任意识明显增强，从而提升了创业就业竞争力。

在创新驱动和“互联网+”背景下，文化创意产业正如火如荼地贯穿到安徽省经济社会各领域各行业，呈现多向交互融合态势。高校艺术专业作为文化创意和设计服务行业的造血工厂，只有从根本上突破传统思维，在相关政策的引导与扶持下，合理加速高校艺术专业与政府、产业和企业的对接，转变高校艺术类人才培养模式，合理布局，才能够充分迎合市场与社会的需求，从而充分发挥自身优势，更好地服务文化创意产业发展，创造文化创意、设计服务与科技、经济发展深度融合的全新经济增长点，打造出兼具创新与时代潮流特色的地方名片。

#### 参考文献：

- [1] 中华人民共和国国务院. 国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见 [EB/OL]. (2014-

---

03-14) [2017-04-11] . <http://xxgk.ah.gov.cn/UserData/DocHtml/731/2014/12/8/222823874180.html>.

[2] 疏影. 文化创意产业是世界经济的主要贡献者 [N] . 中国文化报, 2016-01-11 (3) 。

[3] 安徽省人民政府办公厅. 安徽省推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展行动计划 [EB/OL] . (2016-02-03) [2017-04-11] . [http://www.gov.cn/zhuanti/2016-02/03/content\\_5038957.htm](http://www.gov.cn/zhuanti/2016-02/03/content_5038957.htm).

[4] 安徽省文化厅. 安徽省文化厅“十三五”时期文化改革发展规划 [EB/OL] . (2017-03-28) [2017-04-11] . [http://www.ce.cn/culture/gd/201703/28/t20170328\\_21497081.shtml](http://www.ce.cn/culture/gd/201703/28/t20170328_21497081.shtml).

[5] 安徽省人民政府. 2017 年政府工作报告 [EB/OL] . (2017-01-21) [2017-04-11] . <http://xxgk.ah.gov.cn/UserData/DocHtml/731/2017/1/21/652938625522.html>.

[6] 吴衍发. 转型期安徽文化创意产业园发展现状与特点 [J] . 阜阳师范学院学报: 社会科学版, 2015 (6) : 27-32.

[7] 徐斌秀. 基于区域熵指标的文化创意产业集聚水平测度实证研究——以安徽为例 [J] . 长春大学学报, 2016 (9) : 27-30.

[8] 安徽省创意经济研究会课题组. 发展安徽文化创意产业的调查与建议 [N] . 安徽日报, 2015-07-20 (7) .

[9] 吴玉红. 安徽文化创意产业发展问题研究 [J] . 华东经济管理, 2012 (12) : 75-78.

[10] 安徽省教育厅高教处. 安徽省普通高校本科专业布局情况分析报告 (2016) [EB/OL] . (2016-06-29) [2017-04-11]. <http://www.ahgj.gov.cn/72/view/4384>.

[11] 范寿鸣. 对接安徽文化创意产业市场下的安徽艺术院校“创意文化园”中专业设置与实践研究 [J] . 美术教育研究, 2017 (1) : 120-121.