

新旧动能转换背景下我国人才发展的新趋势

□山东社科院人才支撑新旧动能转换课题组

当前,全球新一轮科技革命和产业变革蓄势待发,我国正深入推进供给侧结构性改革,各省市也积极部署推动产业转型升级,对发挥人才支撑作用形成前所未有的强烈需求。这不仅凸显了人才作为第一资源的极端重要性,也促使我国人才发展呈现出一些新趋势。

一、我国新动能领域人才竞争形势严峻

当前,国际国内新旧动能转换正在围绕着产业转型升级开展激烈竞争。2008年国际金融危机后,欧美发达国家为寻求经济增长新动能,纷纷调整产业发展战略。一方面积极培育以新能源、新材料、新技术等为代表的战略性新兴产业;另一方面通过实施新工业化战略,比如美国“再工业化”战略、德国“工业4.0”等,推动制造业向高附加值、高竞争力、智能化转型。我国也积极发展战略性新兴产业、推动传统产业转型升级。国家出台了《中国制造2025》《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》等国家规划,各省按照中央要求积极推动新旧动能转换,有所侧重地部署高端制造、高端化工、信息产业、能源原材料、海洋经济、现代农业、文化产业、医疗健康、旅游休闲、现代金融等重点产业。这形成了从国际到国内多层次、多领域的产业竞争格局。

更深一层看,产业竞争背后其实是人才竞争,而新动能领域人才竞争形势更为严峻。从新兴经济体层面人才流动情况看,虽然人才多向流动趋势显著,但新兴经济体高新技术产业人才竞争力仍相对较弱。《2016年全球人才流动报告》显示,2014年以来,新兴经济体与发达经济体的人才流动日趋平衡,年均50万人左右,能源、金融、建筑等传统行业已表现出被“拉平”的人才流动趋势,但以IT/互联网为代表的高科技产业,从新兴经济体流入发

达经济体的比例为其反向流入的两倍(约10万人:20万人)。从我国人才竞争力情况看,虽然伴随经济实力的跃升,我国对世界人才的吸引力越来越大,全球人才向中国流动及海外华人回流趋势增强,但我国人才竞争力,特别是新动能领域人才竞争力仍相对较弱。《2017全球人才竞争力指数》显示,我国在2017年全球人才竞争力指数排行榜中处于第54位,远远落后于瑞士(1位)、英国(3位)、美国(4位)、瑞典(5位)等欧美发达国家,不及新加坡(2位)、日本(22位)、马来西亚(28位)、韩国(29位),甚至居于菲律宾(52位)之后。《2016年全球人力资本报告》也显示,我国在高精尖产业领域,创新型人才、应用型人才、高技能人才、复合型人才供给跟不上变革步伐的现象会越来越突出。可以说,我国新动能领域人才竞争形势十分严峻。

二、高端激励将成新动能领域引才留才新趋向

面对新动能领域人才竞争的严峻形势,要想赢得先机、掌握主动,必须积极回应人才发展需求的变化。与动能从旧向新转换,产业从低端向中高端迈进相联系,人才的需求和关注因素也向高端延伸。虽然高薪和福利仍是高端人才最关注的因素之一,但“有前景的职业发展道路”和“良好的员工发展环境”也是高端人才更为看重的因素。《2016中国人才趋势报告》显示,中国高端人才更重视职业发展,他们当中75%的人首先想了解雇主的文化和价值观,65%的人首先想了解薪酬福利,只有57%的人首先了解产品或服务。与此同时,新兴产业、高新技术产业中的中高端人才和青年人才大多具有“目标驱动”的特征,他们更倾向于把兴趣与职业发展融入到创新创业的过程中,更加注重成就感和能够支撑其取得成功的人才团队、平台载体建设。

值得注意的是,在新一轮的人才

政策竞争中,各省市在总体上加强资金、福利和住房等方面政策导向的同时,一些省市还把激励内容向高端拓展。京沪两地适当放宽了股权激励政策,江苏、四川等省市赋予高校、科研院所等企事业单位科研成果使用、处置和收益管理的自主权。此外,一些省市不只注重特殊待遇的提供,也注重培育适合创新创业的良好环境,比如京沪粤苏浙的产学研协同创新平台、苏浙粤的产业链条培育政策等等。其实,在各省市不惜重金争夺人才的背景下,这种依靠资金、福利、住房等进行激励的长期效果将不断减弱,人才的稳定性和忠诚度将不断降低。与资金、福利、住房待遇激励相比,诸如成果转化收益、平台和团队建设、人才服务等高端激励能够促进人才与团队、平台、产业深度融合,在实现人才自我价值和行业价值的过程中,增强人才的归属感和忠诚度。可以预料,谁能在高端激励方面抢占先机,谁就能在新动能领域人才竞争中赢得主动。高端激励将成为新动能领域人才争夺的关键筹码。

三、人才生态圈将成为新动能领域聚才育才新方式

过去是人才投资优先,现在是人才聚合优先。对于新动能领域的创新创业而言,更是先有人才聚合,才有产业链和价值链的延伸。在互联网时代和共享经济时代,人才聚合的核心理念不再是大家如何共同做一个饼,然后确定怎么分,而是在产业生态之中,人才会参与到整个产业的价值创造过程,参与做不同的饼,并参与价值的分享。以中关村3W咖啡馆为例,它集创业咖啡馆、孵化器、创业基金、品牌推广、人才招聘等于一体,是一个完整的创业生态体系和创业服务生态圈,其中双创人才是其核心要素。同时中关村3W咖啡馆也是一个开放共享的空间,其中有来自各行各业的创新创业

者,他们能够分享各自的奇思妙想,进行思想碰撞,甚至能为解决创新创业中的难题提供新思路。这正是人才聚合效应的体现。

在新动能领域实现人才聚合,关键在打造优质的人才生态圈。尤其在人才生态圈不断凸显为产业生态圈驱动力的背景下,开展产业竞争和人才竞争,更需注重人才生态圈建设。打造优质的人才生态圈,其实就是要为人才成长、发展、发挥作用创造良好的文化环境、社会环境、工作环境和研修环境,通过打造平台形成人才聚集的规模效应。京沪等省市十分重视人才生态圈建设,纷纷打造各类成果转化中心,扶持产业人才聚集基地、创业基地、梦想小镇等一系列创新创业平台和事业发展平台,举办高端产业峰会、人才联谊会等,推动信息和资源共享,吸引各类高层次人才和创新型人才,积极打造开放共享的创新创业人才生态圈和命运共同体。与那些容易复制、效应短期的物质条件相比,创业环境、发展空间、服务保障等软环境,越来越受到高层次人才和创新型人才的重视。可以预见,在新一轮产业竞争和人才竞争中,人才生态圈将成为影响新动能领域人才竞争成败的关键因素。

四、品牌后端竞争力将成为新动能领域人才争夺重点

我国人才工作十分重视品牌建设,形成了从中央到地方一系列各具特色的人才品牌,比如“千人计划”“万人计划”等等。与此同时,为打造具有地方特色的人才品牌,各省市也加快推进“人才特区”建设,着力打造“人才综合管理改革的试验区”“人才创新创业的示范区”和“人才科研成果转化的先行区”,有力促进了人才与产业、平台的有效对接。但随着人才工作的深入推进,特别是在新旧动能转换背景下,各方面对人才品牌建设又形成许多新期待,对人才品牌效应的需求呈

现向后端延伸态势。主要表现在如下四个方面:第一,从注重数量向注重质量转变,更加注重人才品牌的内涵建设;第二,从注重科技研发延伸到注重产业化效果,更加注重发挥人才品牌在促进产业化方面的作用;第三,从注重人才使用扩展到注重人才示范效应,更加注重以才引才在人才品牌建设中的作用;第四,从注重评选向注重实用和评估转变,更加注重人才品牌建设的整体性、可持续性。

毋庸置疑,品牌是一面旗帜,品牌竞争力越强,就越能聚集更多高层次人才、创新型人才和高技能人才。当前全国人才品牌建设方兴未艾、形式多样,人才的争夺越来越表现为人才品牌的竞争。京沪等先进省市在注重发挥政府作用的同时,也更加注重运用社会力量、市场力量开展人才品牌竞争。一方面,通过搭建各类人才交流平台,宣传推介人才品牌,提高人才品牌的知名度、美誉度;另一方面,通过购买人才中介服务,开展精准引才引智,提升人才品牌建设的针对性、实效性。更为重要的是,更加注重加强人才品牌后端竞争力建设,尤其是人才品牌在促进产业化方面的作用。可以预见,人才品牌后端竞争力,特别是促进产业化的能力,将成为新动能领域人才竞争的焦点之一。

总而言之,新旧动能转换背景下,我国新动能领域人才竞争面临十分严峻的形势。要想在新一轮产业竞争和人才竞争中抢占先机、赢得主动,必须正视新动能领域人才发展的新趋势,积极开展高端激励,构建人才生态圈,增强人才品牌后端竞争力,切实为新旧动能转换提供强劲、可持续的人才支撑力。

课题组成员:唐洲雁(组长)、杨金卫(副组长)、彭宗峰(执笔者)、祝晓书(执笔者)、张凤莲、黄晋鸿、崔凤祥、罗涛、李兰永、毕伟玉、孙亚男、刘晴

国内文化产业发展的现状与趋势

□汪霏霏

党的十八大以来,我国文化产业始终保持两位数增速,呈现出“千帆竞发、百舸争流”的良好态势。2016年是“十三五”规划的良好开局之年,也是供给侧结构性改革的深化之年。在宏观经济下行压力加大的背景下,中国文化产业的发展逆势而上。据国家统计局的统计数据,2016年,全国文化及相关产业增加值从2012年的18071亿元增加到30254亿元,首次突破3万亿元,占GDP的比重从2012年的3.48%提高到4.07%。其中,京沪苏粤浙五省市文化产业增加值占地区生产总值的比重已超过5%,成为当地的支柱产业。

从区域发展格局来看,在2016年10月发布的《中国省市文化产业发展指数》综合指数排名中,北京位列第一,上海、江苏、浙江、广东、山东分列第二至第六位,连续3年占据全国六强。作为文化产业发展的第一梯队,六省市充分利用改革“窗口期”,推动文化产业融合发展,创新发展、特色发展和开放发展,取得显著成绩。与此同时,各省市在文化产业竞争增强效应显现,在新形势下文化产业层面的区域竞争加剧,梯队差距扩大。

改革释放活力 文化产业势头强劲

党的十八大以来,党中央、国务院进一步加强顶层设计,制定实施《深化文化体制改革实施方案》《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》等文件,全面推进文化体制机制改革创新,文化产业增速始终高于GDP增速,保持强劲发展势头。

“十二五”期间,伴随着文化产业的持续发展,文化企业的整体格局发生了巨大变化,我国文化企业的上市数量继续保持增长。截至2016年8月底,上市文化企业数量达215家,其中北京有66家,占比30.84%,位居第一;广东36家位居第二名。北京、广东、上海、浙江四大省市作为上市文化企业主要分布地,依托众多的上市文化企业,吸引资金实力明显强于其他省市。

实施创新驱动 重点行业“全面开花”

经济进入新常态的背景下,文化

领域实施创新驱动发展战略,各重点行业全面协调发展,在稳增长、调结构中发挥了积极作用。

在产业体量增大的同时,文化产业质量效益也持续提升,初步构建起结构合理、门类齐全、富有创意、竞争力强的现代文化产业体系。全国“文化企业30强”已推荐认定九届,一批文化“航母”破冰起航。与往届相比,本次评选标准强调企业的规模实力以及是否具有核心竞争力,并要求入选企业主营业务收入和净资产双双过十亿、净利润过亿为标准。“要打造一批具有核心竞争力的大型文化和企业集团”,成为本届“文化企业30强”的最大亮点。

立足文化自信 “走出去”步伐加快

党的十八大以来,立足于民族文化自信,搭载文化产业发展快车,我国文化“走出去”的步伐不断加快,国际传播能力大幅提高。

2016年,全国文化产品进出口总额885.2亿美元,其中出口786.6亿美元;文化体育和娱乐业对外直接投资39.2亿美元,较2012年增长18.6倍。

在历届文博会上,中华文化渐受外商青睐。2017年5月举行的第十三届文博会吸引了40个国家的117家海外机构参展,来自美国等99个国家和地区约2万名海外客商前来参会,成交额逾2240亿元。一批龙头企业、数字文化创意精品和“文化+”新业态集中亮相,成为观察和研究我国文化改革发展趋势的重要窗口。

耕植文化基因 吹响创意园区集结号

自2004年以来,为促进文化产业集约化、专业化发展,在借鉴工业园区和科技园区发展经验的基础上,我国扶持发展了一批文化产业示范基地和示范园区。以羊城创意产业园为例,该产业园是羊城晚报报业集团于2007年创建的大型文化创意产业园,在“2015中国文化产业园区TOP20”中排名第1。目前,创意园入驻企业100余家,初步建立了以羊城晚报报业集团旗下各系列报及数字媒体公司为核心,辐射视频直播、音乐移动播放、在线

电台、在线游戏制作、实体演艺剧院、偶像专属剧场线上线下一体的多元传播生态。

在“改革窗口期”把握文化产业发展趋势顺势而为

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》中重申,到2020年要将“文化产业成为国民经济支柱性产业”,表明中央在“十三五”时期大力推进文化产业发展、实现文化产业发展目标的决心和信心。“十三五”是文化产业发展新的历史机遇期,呈现出六大发展趋势。

趋势一:多元共振——文化与科技、旅游、资本的融合

在新旧动能转换的“十三五”时期,文化与科技、旅游、资本等深度融合成风向标,新业态不断拓展,形成多元化、市场化、社会化的文化投融资格局,文化产业对经济发展的溢出效应、共振效应愈发凸显。

随着产业发展的相互融合和渗透,文化企业必将实现经营业态的多元化。第九届全国“文化企业30强”入选的诸多骨干文化企业,不断创新商业模式,实现从传统的单一文化产品到多元、现代的文化产业转型升级,建立全产业链的大文化产业格局。

趋势二:文济世——文化产业与国民经济的融合

随着国内外文化创意产业融合发展的实践,文化创意产业的融合特性已经使得它不再仅仅是一种单纯的产业现象,而是一种与新时代相适应的新生发展范式。“文化+”是以文化为中心的跨界融合,将现有文化产业成果与新兴市场要素相融合,形成以文化为驱动力的新兴产业模式。

未来“文化+”将融合到国民经济更广泛的领域,横跨三个产业,进一步放大文化产业的格局和境界:文化创意与第一产业融合,创意农业将帮助农村换新颜;文化创意与第二产业融合,使工业旅游和工业设计方兴未艾;文化创意与其他相关产业融合,更符合消费者多样化的精神文化需求。文化产业与国民经济的深度融合,将进一步拓宽文化产业新的发展领域,释

放出稳增长、促改革、调结构、惠民生的重要力量。

趋势三:金融为器,文化为魂——文化与金融的融合

文化产业的发展离不开金融的支持,引导文化与金融多层次融合对接,有力的促进了文化资源的优化配置。近年来,中国文化产业最大的进步就是致力于解决“轻资产”文化公司的投融资问题,政策和市场双向发力,让越来越多的文化企业享受到了金融的阳光雨露。

2016年,各级政府出台文化金融相关政策,形成导向性影响,也吸引了社会资本对文化金融的关注度。国家层面,财政部文化司成立,大文化产业和融合性产业的政府财政视角将越来越明朗;文化行业首次纳入国家PPP推广战略,促进了文化领域的投融资创新尝试。省级层面,2016年7月19日,由广东省委宣传部、省财政厅联合发起设立的广东省新媒体产业基金在广州揭牌,这是广东宣传文化领域第一只省级政策性引导基金。通过设立南方媒体融合发展投资基金、全媒体文化产业基金、新媒体产业基金,全力打出创新“文化+金融”亮丽的“组合拳”。

未来文化金融的问题,不再是“有没有”的问题,而是“会不会用”的问题,文化金融将呈现“马太效应”,在资本市场长袖善舞的文化企业将越来越好,筹建分公司、拓展新业务游刃有余,善用金融资本来实现自己的文化梦想。

趋势四:以文惠民 以文润城——文化产业与文化事业的融合

在刚刚过去的一年,《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》发布,相关试点单位积极开发文创产品。2017年“有序推动文化文物单位文化创意产品开发”又写入文化部重点工作。在未来的城镇化建设中,尤其在特色小镇推进中,文化产业和文化事业的边界将更加模糊,“你中有我,我中有你”。与其说是文化事业的投入,实际上也在为文化产业积累资本;与其说是文化产业的经济效益,实际上也有社会效益,为当地文化事

业作贡献。通过文化产业与文化事业的渗透交融,公益性文化事业和经营性文化产业将比翼齐飞、共同发展。

趋势五:风正帆悬 聚力远航——文化产业与“走出去”战略的融合

随着我国文化产业实力渐强,文化“走出去”经历一轮轮实践提升,将焕发出内生新动力。“一带一路”建设为文化产业跨地区融合及走向世界提供了新机遇,文化产业可以在此战略格局下突破行政区划的阻隔和产业门类的分割,以国际化的视野,整合国际资源,开拓国际化市场。近年来通过海外市场成熟渠道“借航出海”,是许多文化企业走出去的主要途径之一。随着实力增强及国际视野拓宽,一些企业开始选择自建渠道“造船出海”,自建平台“海纳百川”。这种战略布局和组合,将为文化走出去带来更大的想象空间。

趋势六:琢玉成器——文化产业与“工匠精神”的融合

“内容”是文化产业的核心和精髓,“创意”是文化产业发展的生命线和原动力。我国文化产业已走过10年的“热运行”,文化产品普遍供给短缺的局面已经大大缓解,文化创意将成为文化产业发展的主导方向。文化企业最核心的任务是要做好自己的产品和服务,否则就是无源之水。2016年,上影集团出品的电视剧《彭德怀元帅》播出后引起强烈反响,收视率一路走高,各大视频网站播放累计突破7亿次。上影集团董事长、总裁任仲伦指出,文化企业的逻辑起点在于提供精神产品、传播思想信息、担负文化传承使命,它的核心竞争力就是讲好故事。

郢人运斤、庖丁解牛,工匠精神在我国历史悠久。文化企业要有工匠精神,在文化领域精耕细作,做精、做深自己的产品和服务,提质增效,这是文化企业成长的立身之本,也是文化企业的人文情怀和社会责任所在,更是成就百年基业、弘扬中华文化的必由之路。

(作者为山东社会科学院文化所助理研究员)