

# 基于胜任力模型的文化创意产业人才培养研究

## THE TALENT TRAINING FOR CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRY BASED ON COMPETENCY MODEL

倪珺冉<sup>1\*</sup>, 谢顺丞<sup>2</sup>

Junran Ni<sup>1\*</sup>, Yung-Cheng Hsieh<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>泰国正大管理学院中国研究生院

<sup>1,2</sup>Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Received: May 20, 2022 / Revised: August 17, 2022 / Accepted: August 22, 2022

### 摘要

通过查阅学者们的研究和产业数据发现,中国文化创意产业人才的“质”与“量”存在供需失调的问题。为了促进文化创意产业人才健康有序发展,提升文化创意产业人才质量,本研究通过文件分析法初步构建了文化创意产业人才胜任力五个维度及各维度构成要素。本次问卷调查共收集了 437 份有效问卷,有效回收率为 88.2%。问卷针对不同职业身份的受访者,调查了他们对文化创意产业人才胜任力各维度构成要素的重要性看法,并运用单因素方差分析法研究不同身份的人,对胜任力各维度构成要素重要程度之显著差异性。最后根据其差异性,建议学校加强专业知识维度以外的其他胜任能力的培养,建议政府引导企业参与学校的人才培养,建议企业加强与学校的用人协议制定。

**关键词:** 文化创意产业 胜任力模型 人才培养

### Abstract

By consulting the academic research and industrial data, it was found that, regarding the “quality” and “quantity” of talents in China’s cultural and creative industries, there is a problem of imbalance between supply and demand. In order to promote the healthy and orderly development of talents in the cultural and creative industries and improve the quality of talents in these industries, this study preliminarily constructed five dimensions and each of their constituent elements of talent competency in the cultural and creative industries through document analysis. Subsequently, 437 valid questionnaires

\*Corresponding Author: Junran Ni  
E-mail: 980441285@qq.com

were collected from people with different professional identities through a questionnaire survey, with a recovery rate of 88.2%. The views of people with different professional identities on the importance of the constituent elements of each dimension of talent competency in the cultural and creative industries were collected, and one-way analysis of variance was used to study the significant differences of people with various identities regarding the importance of the constituent elements of each dimension of competency. Finally, according to their differences, it is suggested that schools should strengthen the training of other competencies beyond the dimension of professional knowledge, the government should guide enterprises to participate in the talent training in schools, and enterprises should strengthen the formulation of employment agreements with schools.

**Keywords:** Cultural and Creative Industries, Competency Model, Personnel Training

## 引言

文化创意产业 (Cultural and Creative Industries) 作为全球的热门产业, 是发达国家与发展中国家都在大力推动并积极发展的产业。中国文化创意产业发展较晚且收到中国体制与政策的原因产业发展受到了严重的制约, 随着改革开放和文化创意产业的经济价值逐渐凸显, 中国的文化创意产业也逐渐开始走上了正轨。由于长期的政策、法规、资金、师资、人才等不健全不充足, 导致中国文化创意人才供给与市场需求之间存在“学用落差” (Du, 2017)。一些高校培养的文化创意人才成材率低, 使得企业不得不花更多的精力进行二次培养, 加重了企业的培育成本, 人才市场的巨大缺口与高校盲目培养的大批毕业生形成鲜明对比 (Zhao, 2015)。中国每年从各类高校毕业的文化创意专业毕业生达几十万至多, 但市场紧缺的复合型、原创型创新人才很少, 造成培养的人才不能胜任其相关工作, 大量的教育资源白白浪费 (Zhou, 2015)。

通过对文化创意产业人才胜任力相关文献整理发现, 学者们对文化创意人才胜任力的相关维度与要素研究, 存在缺乏细致的分类, 没有完整的学科体系, 所涵盖的要素杂乱无章, 一些维度和要素也没有明确的范围 (Zhang, 2020)。这些问题导致无法有效的聚焦出文化创意产业人才胜任力要素。文化创意人才是推动文化创意产业发展的根本动力和核心要素 (Hu, 2019)。当前开展关于创意人才素质模型的构建与应用研究不仅能为各教育机构对创意人才的识别、甄选、培育、开发, 提供依据, 还为相关企业基于能力素质模型的人力资源管理开辟了路径, 对于帮助创意产业提升人力资源水平、改善和加强企业核心竞争力、获取更好发展等都具有较大的实践意义。

## 研究目的

本研究旨在探索中国文化创意产业人才胜任力各维度的构成要素，深入了解教学与学习方（即文化创意产业方向的讲师、教授、大学生和研究生）以及聘用与应用方（包括文化创意企业高管、自主创业的业主和文化创意员工）对各胜任力维度要素重要性的看法差异。

1. 了解文化创意产业人才胜任力各维度具体构成要素。
2. 了解不同职业身份在文化创意产业人才胜任力五维度各及维度要素重要程度评估上的显著差异性。
3. 根据其差异性，提出解决中国文化创意产业人才供需矛盾的相关建议。

## 文献综述

### 胜任力结构模型

真正明确提出胜任力概念并在学术界与管理领域引起广泛关注的，还是在美国心理学家 McClelland (1973) 在《美国心理学家》(American Psychologist) 杂志上发表论文《测量胜任力而非智力》(“Testing for Competence rather than for Intelligence”) 之后。他通过对绩效卓越者的相关研究，重塑了以往的智力概念，认为智力并不是工作绩效高低的决定因素，而态度、认知和个人特质等因素才是卓越绩效背后的真正原因。麦克里兰把这些因素称为胜任力 (Competency)。这标志着胜任力理论的真正诞生。本研究所界定的“胜任力”采用了被全世界广泛接受的麦克里兰的定义，即胜任力是指与工作或工作绩效或生活中其他重要成果直接相似或相联系的知识、技能，能力、特质或动机等能够可靠测量并可以把高绩效与一般绩效员工区分开来的任何个体特征。

McClelland (1973) 提出了一个著名的素质冰山模型，所谓“冰山模型”，就是将人员个体素质的不同表现表式切分为表面的“冰山以上部分”和“冰山以下的部分”其中，“冰山以上部分”包括基本知识、基本技能，是外在表现，是容易了解与测量的部分，相对而言也更容易通过培训来改变和发展。而“冰山以下部分”包括社会角色、自我形象、个性特质和动机等，是人内在的、难以测量的部分。它们不太容易通过外界的影响而得到改变，但却对人员的行为与表现起着关键性的作用。

### 文化创意产业人才胜任力五维度及构成要素

通过文献梳理本研究把文化创意产业人才胜任力维度划分成 5 个部分，包括专业知识、专业技能、综合能力、行为动机、个性态度，并对各个维度进行了定义。其中“专业知识维度”来源参考学者们对专业知识维度的定义 (Lu & Wen, 2017)， “专业知识维度要素”来源参考学者们对专业知识维度要素的研究 (Guo, 2017)。其中“专业技能维度”来源参考学者们对专业技能维度的定义

(Hu & Zhao, 2015), “专业技能维度要素”来源参考学者们对专业技能维度要素的研究 (Wang et al., 2014)。其中“综合能力维度”来源参考学者们对综合能力维度的定义 (Lin & An, 2017), “综合能力维度要素”来源参考学者们对综合能力维度要素的研究 (Qiao, 2019)。其中“行为动机维度”来源参考学者们对行为动机维度的定义 (Chen, 2020), “行为动机维度要素”来源参考学者们对行为动机维度要素的研究 (Wu, 2019)。其中“个性态度维度”来源参考学者们对个性态度维度的定义 (Luo et al., 2019), “个性态度维度要素”来源参考学者们对个性态度维度要素的研究 (Li, 2014)。并以文化创意产业人才胜任力五维度, 及五维度要素作为本研究的假设来源和问卷题项。

### 研究假设

基于本研究之研究目的与研究问题, 本研究提出“学用双方”即“学”的部分是在高等院校 (包括本科院校和专科院校) 中进行教授、学习、研究文化创意产业相关的讲师、教授、大学生和研究生; “用”的部分是在市场进行聘用与应用的相关文化创意企业高管、文化创意自主创业业主和文化创意员工, 不同职业身份在文化创意产业人才胜任力五维度及维度要素重要程度评估上的显著差异性假设如下:

- H1: 不同职业身份在胜任力“专业知识维度及维度要素”重要程度评估上具有显著差异。  
 H2: 不同职业身份在胜任力“专业技能维度及维度要素”重要程度评估上具有显著差异。  
 H3: 不同职业身份在胜任力“综合能力维度及维度要素”重要程度评估上具有显著差异。  
 H4: 不同职业身份在胜任力“行为动机维度及维度要素”重要程度评估上具有显著差异。  
 H5: 不同职业身份在胜任力“个性态度维度及维度要素”重要程度评估上具有显著差异。

在以上分析的基础上, 提出本研究的理论模型如 (图 1) 所示。

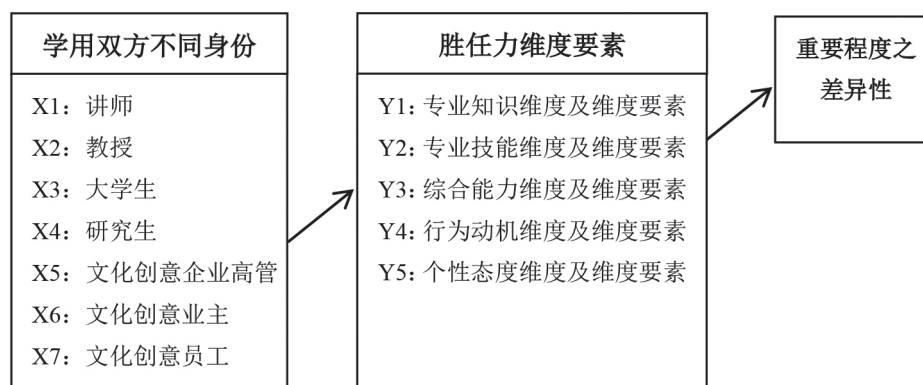


图 1 学用双方之文化创意产业人才胜任力各维度要素差异性假设模型

## 研究方法

### 问卷设计

本研究五维度要素构成,从相关文献资料,共提取出文化创意产业人才专业知识要素 373 项、综合能力要素 440 项、行为动机要素 210 项、个性态度要素共 367,通过在如前程无忧、智联招聘、英才网、BOSS 直聘、中华英才网等综合招聘网站,对文化创意产业人才相关职业任职要求进行调查,共收集与文化创意产业人才专业技能要素相关 277 项,然后进行词频统计,去除频率不足 2% 的胜任力各维度要素,去除涵盖范围过大的胜任力各维度要素,合并意思相近的胜任力各维度要素,本研究最终归纳整理出文化创意产业人才胜任力五个维度,及各维度构成要素共 68 项。并依据这些胜任力要素,作为本研究调查问卷题项构成的主要内容。各维度胜任力构成要素重要程度评估,采用李克特 5 点量表,选项从“非常不重要”给 1 分、“不重要”给 2 分、“一般”给 3 分、“重要”给 4 分、“非常重要”给 5 分,每个选项依次序递增 1 分。

### 样本和数据来源

依据“学用双方”的特征,随机选择一些被访者并对其实施访问,再用滚雪球的方式请他们提供另外一些属于所研究目标总体的调查对象,以此相继传递下去。共计收回问卷 495 份,由文化创意产业相关受试者进行填答,经筛选有效问卷为 437 份,有效问卷回收率为 88.2%。

## 研究结果

### 问卷信度和效度分析

本问卷前测问卷使用 SPSS 26 版统计软件,采用 Cronbach Alpha 进行内部一致性信度分析检验其信度。针对“文化创意产业人才胜任力重要程度评估”共 68 题,分析结果显示 Cronbach Alpha 内部一致性系数为 0.947,大于 0.9,因而说明研究数据信度质量较高。针对“修正后的项与总计相关性 (Corrected Item-Total Correlation)”值皆达到 0.5 以上没有必要再删除题项。综上所述,研究数据信度系数值高于 0.9,综合说明数据信度质量高,可以用于进一步分析。

本研究根 SPSS 26 进行了数据的探索性因素分析 (Exploratory Factor Analysis),分别通过 Kaiser-Meyer-Olkin 值 (以下简称 KMO),共同度,方差解释率值,因子载荷系数值等指标进行综合分析,以验证出数据的效度水平情况。首先,根据 (表 1) 显示,进行因素分析得到 KMO 值 = 0.852,大于 0.8,意味着变量间的相关性较强,适合进行因子分析。

表 1 KMO 和巴特利特检验

KMO 和巴特利特检验		
巴特利特球形度检验	KMO 取样适切性量数	.852
	近似卡方	7083.597
	自由度	2278
	显著性	.000

其次，由（表 2）所示因子分析的总方差解释 (Total Variance Explained) 可以看出给了个因子，从大到小排列，成分 1、2、3、4、5 的初始特征根 (Initial Eigenvalues) 大于 1，并且 5 个因子的方差解释率值分别是 17.197%、16.622%、12.822%、12.631%、12.503%，旋转后累积方差解释率为 71.776% > 50%。意味着研究项的信息量可以有效的提取出累计百分比达到 71.776%，可以提取 1 到 5 作为主要成分。

表 2 效度总方差解释

成分	总方差解释								
	初始特征值			提取载荷平方和			旋转载荷平方和		
	总计	方差百分比	累计%	总计	方差百分比	累积%	总计	方差百分比	累计%
1	12.228	17.982	17.982	12.228	17.982	17.982	11.694	17.197	17.197
2	10.972	16.136	34.118	10.972	16.136	34.118	11.303	16.622	33.820
3	8.772	12.899	47.017	8.772	12.899	47.017	8.719	12.822	46.642
4	8.637	12.701	59.719	8.637	12.701	59.719	8.589	12.631	59.272
5	8.199	12.057	71.776	8.199	12.057	71.776	8.502	12.503	71.776

经验证这 5 个维度下的题项，均在本研究原来所设维度之下，信度效度均大于 0.8 问卷质量较高，且旋转后累积方差结实率为 71.776% > 50%。意味着研究项的信息量可以有效的提取出来。

描述性统计分析

本次调查样本情况，描述统计分析见（表 3）所示，具有较好的代表性。



表 3 样本描述统计

统计变量	水平	样本量 (N)	比例 (%)
性别	男	210	48.1%
	女	227	51.9%
年龄段	20 岁及以下	31	7.3%
	21-30 岁	110	25.2%
	31-40 岁	151	34.2%
	41-50 岁	88	20.2%
	51-60 岁	43	10.0%
	60 岁以上	14	3.2%
受教育程度	初中及以下	14	3.2%
	高中（中专）	86	19.7%
	专科（大专）	85	19.5%
	本科	158	35.8%
	研究生	70	16.1%
	博士及以上	24	5.7%
职业身份	文化创意讲师	42	9.5%
	文化创意教授	50	11.3%
	文化创意大学生	66	15.3%
	文化创意研究生	33	7.5%
	文化创意企业高管	43	9.9%
	文化创意企业业主	42	9.8%
	文化创意员工	161	36.7%
从业时间	少于 1 年	115	26.5%
	1-2 年	124	28.1%
	3-5 年	84	19.3%
	6-10 年	87	20.0%
	超过 10 年	27	6.1%

差异性分析及假设检验

单因素方差分析 (One-Way ANOVA) 结果如（表 4），发现“学用双方”不同身份所理解文化创意产业人才胜任力“各维度”重要程度显著值p全部小于 0.05，即由此可认为学用双方不同身份在理解文化创意产业人才胜任力“各维度”重要程度上均具有显著差异。

表 4 单因素方差 ANOVA 检验

维度	F 值	显著性
专业知识	5.357	0.000
专业技能	4.321	0.000
综合能力	6.191	0.000
行为动机	6.368	0.000
个性和态度	3.576	0.001

虽然虽然学用双方在胜任力各维度之间的重要程度看法均存在显著差异，但是在单个维度中哪些题项的重要程度是大家都认为重要的，哪些题项的重要程度是存在分歧和差异的，这仍然需要做进一步的分析研究。结合事后检验中的齐性子集检验 REGWQ 的两两比较，其中 1 与 2 代表的意思是，在 0.05 的显著性水平下，1 下面出现的数字可以归为组 1，2 下面出现的数字可以归为组 2，n 下面出现的数字可以归为组 n。在 1、2、n 中均出现过的数字之间没有显著差异，在 1、2、n 中只出现过 1 次的数字之间存在显著差异。本研究各维度要素齐性子集如下（表 5、6、7、8、9）所示。

表 5 专业知识要素的齐性子集

生产与经营管理				财务与成本管理				营销与战略管理				创意与创业管理			
身份	个	1	2	身份	个	1		身份	个	1	身份	个	1	2	3
业主	42	3.81		高管	43	3.70		业主	42	3.95	业主	42	3.74		
高管	43	3.93		业主	42	3.83		高管	43	3.95	高管	43	3.79	3.79	
研究生	33	4.03	4.03	员工	161	3.91		员工	161	4.01	员工	161	3.92	3.92	3.92
员工	161	4.11	4.11	其他	4	4		大学生	66	4.02	大学生	66	4.12	4.12	4.12
大学生	66	4.29	4.29	大学生	66	4.06		教授	50	4.40	研究生	33	4.30	4.30	4.30
讲师	42	4.33	4.33	讲师	42	4.29		研究生	33	4.45	讲师	42		4.43	4.43
其他	4	4.50	4.50	教授	50	4.30		讲师	42	4.50	教授	50			4.46
教授	50		4.52	研究生	33	4.30		其他	4	4.50	其他	4			4.50

艺术设计				美术与工艺美术				艺术心理学				中外文化发展与交流			
身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1	身份	个	1		
高管	43	3.70		其他	4	3.25		业主	42	3.76	业主	42	3.74		
业主	42	3.93	3.93	业主	42	3.83		高管	43	3.81	高管	43	3.74		
员工	161	3.93	3.93	高管	43	3.93	3.93	员工	161	3.85	员工	161	3.92		
大学生	66	4.03	4.03	员工	161	4.16	4.16	大学生	66	4.06	大学生	66	4.05		
研究生	33	4.12	4.12	大学生	66	4.17	4.17	研究生	33	4.12	讲师	42	4.26		
教授	50	4.34	4.34	教授	50	4.26	4.26	教授	50	4.34	研究生	33	4.27		
讲师	42		4.43	研究生	33	4.27	4.27	讲师	42	4.40	教授	50	4.32		
其他	4		4.50	讲师	42		4.43	其他	4	4.75	其他	4	4.50		



表 5 专业知识要素的齐性子集（继续）

文化心理学				金融学与国际贸易			新媒介与跨文化传播				消费心理学			
身份	个	1	2	身份	个	1	身份	个	1	身份	个	1	2	
业主	42	3.64		其他	4	3.50	业主	42	3.74	员工	161	3.28		
高管	43	3.86	3.86	高管	43	3.84	高管	43	3.74	业主	42	3.29		
员工	161	3.96	3.96	员工	161	3.84	员工	161	3.94	高管	43	3.53		
大学生	66	4.03	4.03	业主	42	3.86	研究生	33	4.00	其他	4	3.75	3.75	
研究生	33	4.15	4.15	大学生	66	4.03	大学生	66	4.03	讲师	42		4.33	
讲师	42		4.33	研究生	33	4.30	讲师	42	4.29	大学生	66		4.36	
教授	50		4.36	讲师	42	4.38	教授	50	4.40	研究生	33		4.45	
其他	4		4.50	教授	50	4.40	其他	4	4.75	教授	50		4.48	

美学知识				社会文化人类学			国内与国际知识产权法律				计算机辅助设计			
身份	个	1	身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1	2
高管	43	3.81	员工	161	3.06		大学生	66	3.73		业主	42	3.71	
业主	42	3.83	高管	43	3.09		研究生	33	3.85	3.85	高管	43	3.88	3.88
员工	161	3.87	业主	42	3.21		业主	42	3.88	3.88	员工	161	3.89	3.89
大学生	66	4.00	大学生	66		3.94	员工	161	3.91	3.91	大学生	66	3.89	3.89
教授	50	4.18	讲师	42		4.12	其他	4	4.00	4.00	其他	4	4.00	4.00
研究生	33	4.30	其他	4		4.25	高管	43	4.02	4.02	研究生	33	4.27	4.27
讲师	42	4.43	研究生	33		4.36	教授	50	4.30	4.30	教授	50	4.34	4.34
其他	4	4.75	教授	50		4.38	讲师	42		4.48	讲师	42		4.55

显示齐性子集中各个组的平均值

表 6 专业技能要素的齐性子集

office 办公软件					Auto CAD 软件				3D Studio Max 软件				
身份	个	1	2	3	4	身份	个	1	2	身份	个	1	2
教授	50	3.06				教授	50	3.62		教授	50	3.52	
讲师	42	3.43	3.43			大学生	66	3.70	3.70	大学生	66	3.89	3.89
其他	4	3.50	3.50	3.50		研究生	33	3.82	3.82	员工	161	3.89	3.89
研究生	33	3.58	3.58	3.58		员工	161	3.88	3.88	研究生	33	4.03	4.03
大学生	66	3.64	3.64	3.64		讲师	42	4.10	4.10	业主	42	4.21	4.21
员工	161		3.89	3.89	3.89	其他	4	4.25	4.25	其他	4	4.25	4.25
业主	42			4.24	4.24	业主	42	4.31	4.31	讲师	42		4.26
高管	43				4.44	高管	43		4.40	高管	43		4.37

Photoshopt 软件				Adobe Illustrator 软件			Adobe InDesign 软件			After Effects 软件					
身份	个	1		身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1	2
教授	50	3.66		教授	50	3.74		教授	50	3.56		教授	50	3.54	
大学生	66	3.77		其他	4	3.75	3.75	研究生	33	3.82	3.82	研究生	33	3.76	3.76
员工	161	3.94		讲师	42	3.90	3.90	员工	161	3.85	3.85	大学生	66	3.88	3.88
研究生	33	4.00		研究生	33	3.94	3.94	讲师	42	4.10	4.10	员工	161	3.89	3.89
讲师	42	4.12		大学生	66	3.95	3.95	大学生	66	4.11	4.11	讲师	42	4.21	4.21
其他	4	4.25		员工	161	4.09	4.09	其他	4	4.25	4.25	其他	4	4.25	4.25
高管	43	4.35		业主	42	4.33	4.33	高管	43		4.28	业主	42		4.38
业主	42	4.36		高管	43		4.37	业主	42		4.45	高管	43		4.42

表 6 专业技能要素的齐性子集（继续）

Adobe Premiere Pro 软件				Lumion 软件				SketchUp 软件				美术技能		
身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1
教授	50	3.38		教授	50	3.48		教授	50	3.60		教授	50	3.60
研究生	33	3.73	3.73	研究生	33	3.79	3.79	研究生	33	3.73	3.73	大学生	66	3.71
员工	161	3.83	3.83	大学生	66	3.82	3.82	员工	161	3.84	3.84	研究生	33	3.73
大学生	66	3.85	3.85	员工	161	3.96	3.96	大学生	66	3.91	3.91	员工	161	3.84
讲师	42	4.12	4.12	讲师	42	4.02	4.02	讲师	42	4.17	4.17	讲师	42	3.86
其他	4	4.25	4.25	高管	43		4.28	高管	43		4.42	业主	42	4.24
高管	43		4.44	业主	42		4.36	业主	42		4.45	其他	4	4.25
业主	42		4.48	其他	4		4.50	其他	4		4.50	高管	43	4.26

摄影摄像技能			
身份	个	1	2
教授	50	3.40	
研究生	33	3.70	3.70
大学生	66	3.74	3.74
其他	4	3.75	3.75
员工	161	3.94	3.94
讲师	42	3.98	3.98
高管	43		4.28
业主	42		4.33

显示齐性子集中各个组的平均值

表 7 综合能力要素的齐性子集

分析判断能力					项目管理能力					信息整合能力				
身份	个	1	2	3	身份	个	1	2	3	身份	个	1	2	3
讲师	42	3.31			讲师	42	3.02			教授	50	3.42		
教授	50	3.62	3.62		教授	50	3.50	3.50		讲师	42	3.55	3.55	
大学生	66		3.98	3.98	大学生	66		3.83	3.83	高管	43	3.79	3.79	3.79
研究生	33		4.12	4.12	业主	42			4.10	大学生	66	3.85	3.85	3.85
员工	161			4.20	研究生	33			4.12	研究生	33	3.88	3.88	3.88
高管	43			4.23	员工	161			4.20	员工	161		4.02	4.02
业主	42			4.38	高管	43			4.26	业主	42			4.21
其他	4			4.50	其他	4			4.50	其他	4			4.50

资源整合能力				表达沟通能力				市场营销能力				观察学习能力		
身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1
教授	50	3.72		讲师	42	2.86		大学生	66	3.44		大学生	66	3.73
讲师	42	3.88	3.88	教授	50	2.94		研究生	33	3.52	3.52	教授	50	3.88
大学生	66	4.02	4.02	大学生	66		3.91	高管	43	3.81	3.81	员工	161	3.95
高管	43	4.16	4.16	研究生	33		4.06	教授	50	3.88	3.88	讲师	42	4.14
业主	42	4.21	4.21	员工	161		4.12	讲师	42	4.00	4.00	业主	42	4.14
员工	161		4.27	高管	43		4.19	员工	161		4.16	研究生	33	4.24
研究生	33		4.39	其他	4		4.25	业主	42		4.26	高管	43	4.49
其他	4		4.50	业主	42		4.33	其他	4		4.50	其他	4	4.75

表 7 综合能力要素的齐性子集（继续）

组织协调能力				创业实践能力				个人影响力				团队协作能力		
身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1
讲师	42	3.55		讲师	42	3.45		讲师	42	3.40		其他	4	3.50
教授	50	3.72	3.72	教授	50	3.58	3.58	教授	50	3.44		员工	161	3.80
大学生	66	3.97	3.97	大学生	66	3.97	3.97	大学生	66		3.98	讲师	42	4.05
研究生	33	4.09	4.09	员工	161	4.09	4.09	高管	43		4.05	大学生	66	4.06
员工	161	4.09	4.09	研究生	33	4.09	4.09	员工	161		4.18	教授	50	4.10
业主	42	4.17	4.17	高管	43	4.14	4.14	研究生	33		4.36	高管	43	4.12
其他	4	4.25	4.25	业主	42		4.17	业主	42		4.38	研究生	33	4.27
高管	43		4.26	其他	4		4.25	其他	4		4.50	业主	42	4.36
创新能力														
身份	个	1												
讲师	42	3.45												
教授	50	3.68												
大学生	66	3.86												
业主	42	4.02												
高管	43	4.05												
员工	161	4.09												
研究生	33	4.15												
其他	4	5.00												

显示齐性子集中各个组的平均值

表 8 行为动机要素的齐性子集

系统思维				开拓进取精神				艺术思维			创业精神			
身份	个	1	2	3	身份	个	1	2	身份	个	1	身份	个	1
讲师	42	3.31			讲师	42	3.60		教授	50	3.38	讲师	42	3.48
教授	50	3.48	3.48		教授	50	3.64		讲师	42	3.52	教授	50	3.52
大学生	66		3.98	3.98	员工	161	3.95	3.95	员工	161	3.88	员工	161	4.01
员工	161		4.04	4.04	业主	42	3.98	3.98	大学生	66	3.88	业主	42	4.10
研究生	33			4.21	大学生	66	3.98	3.98	业主	42	3.88	大学生	66	4.11
业主	42			4.24	研究生	33	4.06	4.06	高管	43	4.09	高管	43	4.19
高管	43			4.28	高管	43		4.42	研究生	33	4.15	研究生	33	4.24
其他	4			4.50	其他	4		4.75	其他	4	4.50	其他	4	4.75

表 8 行为动机要素的齐性子集（继续）

创意创新思维				团队合作精神				敬业精神				服务意识			
身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1	身份	个	1	2	
讲师	42	3.05		讲师	42	3.17		讲师	42	3.43	教授	50	3.50		
教授	50	3.22		教授	50	3.36		教授	50	3.66	讲师	42	3.76	3.76	
研究生	33		3.91	大学生	66		3.97	员工	161	3.97	业主	42	3.98	3.98	
大学生	66		3.95	研究生	33		4.03	大学生	66	4.05	大学生	66	4.03	4.03	
员工	161		4.06	业主	42		4.05	高管	43	4.05	员工	161	4.08	4.08	
高管	43		4.09	员工	161		4.12	业主	42	4.05	研究生	33	4.09	4.09	
业主	42		4.10	高管	43		4.16	研究生	33	4.15	其他	4	4.25	4.25	
其他	4		4.75	其他	4		4.50	其他	4	4.75	高管	43		4.26	
逻辑分析思维				市场导向意识				战略思维							
身份	个	1	2	3	身份	个	1	2	身份	个	1	2			
讲师	42	3.36			讲师	42	3.38		教授	50	3.38				
教授	50	3.62	3.62		教授	50	3.58	3.58	讲师	42	3.48	3.48			
员工	161	3.96	3.96	3.96	大学生	66	4.00	4.00	大学生	66	3.95	3.95			
大学生	66		4.09	4.09	研究生	33	4.00	4.00	员工	161	3.98	3.98			
业主	42		4.17	4.17	员工	161	4.01	4.01	高管	43	4.05	4.05			
研究生	33		4.18	4.18	业主	42	4.07	4.07	业主	42	4.12	4.12			
高管	43			4.37	高管	43		4.16	研究生	33			4.27		
其他	4			4.50	其他	4		4.25	其他	4			4.75		
设计思维															
身份	个	1	2												
教授	50	3.22													
讲师	42	3.24													
员工	161		4.01												
研究生	33		4.06												
业主	42		4.12												
高管	43		4.14												
大学生	66		4.17												
其他	4		4.25												

显示齐性子集中各个组的平均值

表 9 个性态度要素的齐性子集

追求成功和卓越					社交场合镇定					喜欢与人相处				
身份	个	1	2	3	身份	个	1	2	3	身份	个	1	2	3
教授	50	3.32			其他	4	2.50			员工	161	3.25		
讲师	42	3.36	3.36		员工	161	3.37			讲师	42	3.50	3.50	
员工	161	3.84	3.84	3.84	教授	50	3.40	3.40		大学生	66	3.85	3.85	3.85
业主	42	3.88	3.88	3.88	讲师	42	3.55	3.55	3.55	研究生	33	3.85	3.85	3.85
大学生	66		3.97	3.97	研究生	33	3.91	3.91	3.91	业主	42	3.98	3.98	3.98
高管	43			4.23	大学生	66		4.02	4.02	教授	50		4.06	4.06
研究生	33			4.27	业主	42		4.02	4.02	高管	43			4.28
其他	4			4.75	高管	43			4.28	其他	4			5.00

表 9 个性态度要素的齐性子集（继续）

压力下能保持清醒				喜欢接触新事物				可信赖做事一丝不苟				做事果断		
身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1
讲师	42	3.33		讲师	42	3.43		讲师	42	3.48		员工	161	3.74
其他	4	3.75	3.75	教授	50	3.68	3.68	教授	50	3.78	3.78	讲师	42	3.76
教授	50	3.76	3.76	大学生	66	3.73	3.73	员工	161	3.86	3.86	研究生	33	3.94
研究生	33	3.82	3.82	员工	161	3.78	3.78	大学生	66	3.89	3.89	教授	50	4.00
大学生	66	3.83	3.83	业主	42	3.81	3.81	其他	4	4.00	4.00	其他	4	4.00
员工	161	3.94	3.94	研究生	33	3.91	3.91	研究生	33	4.03	4.03	大学生	66	4.05
业主	42		4.17	高管	43		4.28	业主	42	4.05	4.05	业主	42	4.14
高管	43		4.19	其他	4		4.75	高管	43		4.42	高管	43	4.44
克服困难专注于任务				喜欢幻想和想象				在工作中充满精力						
身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1	2			
讲师	42	3.55		员工	161	3.43		其他	4	2.25				
教授	50	3.60		教授	50	3.62	3.62	员工	161	3.43				
研究生	33	3.73	3.73	讲师	42	3.67	3.67	讲师	42	3.52	3.52			
员工	161	3.75	3.75	业主	42	4.00	4.00	教授	50	3.70	3.70			
大学生	66	3.85	3.85	大学生	66		4.02	业主	42	3.98	3.98			
业主	42	3.86	3.86	高管	43		4.05	大学生	66		4.12			
高管	43		4.49	研究生	33		4.24	高管	43		4.16			
其他	4		4.50	其他	4		4.75	研究生	33		4.27			
对自己的能力自信				能为美所感动				常感到乐观愉悦						
身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1	2			
员工	161	3.48		讲师	42	3.45		讲师	42	3.52				
教授	50	3.50		研究生	33	3.64	3.64	教授	50	3.90	3.90			
讲师	42	3.69	3.69	教授	50	3.72	3.72	员工	161	3.91	3.91			
大学生	66	3.80	3.80	员工	161	3.75	3.75	大学生	66	3.91	3.91			
业主	42	4.02	4.02	大学生	66	3.83	3.83	研究生	33	3.91	3.91			
研究生	33	4.24	4.24	业主	42	4.17	4.17	业主	42	4.14	4.14			
高管	43		4.26	高管	43		4.28	高管	43		4.40			
其他	4		4.75	其他	4		4.75	其他	4		4.75			
包容信任别人				喜欢冒险寻求强烈刺激				喜欢挑战权威突破常规						
身份	个	1	2	身份	个	1	2	身份	个	1	2			
讲师	42	3.43		讲师	42	3.52		其他	4	2.75				
教授	50	3.74	3.74	员工	161	3.81	3.81	讲师	42	3.48				
员工	161	3.78	3.78	研究生	33	3.94	3.94	员工	161	3.81	3.81			
大学生	66	3.83	3.83	大学生	66	3.98	3.98	业主	42	3.90	3.90			
研究生	33	3.97	3.97	其他	4	4.00	4.00	教授	50	3.94	3.94			
业主	42	4.00	4.00	业主	42	4.02	4.02	大学生	66		4.21			
其他	4	4.00	4.00	教授	50	4.06	4.06	研究生	33		4.21			
高管	43		4.37	高管	43		4.51	高管	43		4.35			

学用双方不同身份，在理解文化创意产业人才胜任力各维度要素重要程度上，所具有的差异性总结如下（表 10）所示。

表 10 文化创意产业人才胜任力各维度要素重要程度差异性

序号	各维度胜任力要素	学用双方的重要程度看法	显著差异性
1.1	财务与成本管理知识	学用双方都认为重要	无显著差异
1.2	营销与战略管理知识	学用双方都认为重要	无显著差异
1.3	艺术心理学知识	学用双方都认为重要	无显著差异
1.4	中外文化发展与交流知识	学用双方都认为重要	无显著差异
1.5	金融学与国际贸易知识	学用双方都认为重要	无显著差异
1.6	新媒介与跨文化传播知识	学用双方都认为重要	无显著差异
1.7	美学知识知识	学用双方都认为重要	无显著差异
1.8	生产与经营管理知识	教授认为重要；高管、业主认为没那么重要	有显著差异
1.9	创意与创业管理知识	教授、讲师认为重要；业主认为没那么重要	有显著差异
1.10	艺术设计知识	讲师认为重要；高管认为没那么重要	有显著差异
1.11	美术与工艺美术知识	讲师认为重要；高管认为没那么重要	有显著差异
1.12	文化心理学知识	教授认为重要；业主认为没那么重要	有显著差异
1.13	消费心理学知识	教授、研究生、大学生、讲师认为重要；高管、业主、员工认为没那么重要	有显著差异
1.14	社会文化人类学知识	教授、研究生、讲师、大学生认为重要；业主、高管、员工认为没那么重要	有显著差异
1.15	知识产权法律知识	讲师认为重要；大学生认为没那么重要	有显著差异
1.16	计算机辅助设计知识	讲师认为重要；业主认为没那么重要	有显著差异
2.1	Photoshop 软件技能	学用双方都认为重要	无显著差异
2.2	美术技能	学用双方都认为重要	无显著差异
2.3	Office 办公软件技能	高管、业主、员工认为重要；讲师、教授认为没那么重要	有显著差异
2.4	Auto CAD 软件技能	高管认为重要；教授认为没那么重要	有显著差异
2.5	3D Studio Max 软件技能	高管认为重要；教授认为没那么重要	有显著差异
2.6	Adobe Illustrator 软件技能	高管认为重要；教授认为没那么重要	有显著差异
2.7	Adobe InDesign 软件技能	业主、高管认为重要；教授认为没那么重要	有显著差异
2.8	After Effects 软件技能	高管、业主认为重要；教授认为没那么重要	有显著差异
2.9	Adobe Premiere Pro 软件	业主、高管认为重要；教授认为没那么重要	有显著差异
2.10	Lumion 软件技能	业主、高管认为重要；教授认为没那么重要	有显著差异
2.11	SketchUp 软件技能	业主、高管认为重要；教授认为没那么重要	有显著差异
2.12	摄影摄像技能	业主、高管认为重要；教授认为没那么重要	有显著差异



表 10 文化创意产业人才胜任力各维度要素重要程度差异性（继续）

序号	各维度胜任力要素	学用双方的重要程度看法	显著差异性
3.1	创意创新能力	学用双方都认为重要	无显著差异
3.2	观察学习能力	学用双方都认为重要	无显著差异
3.3	团队协作能力	学用双方都认为重要	无显著差异
3.4	分析判读能力	业主、高管、员工、研究生认为重要；教授、讲师认为没那么重要	有显著差异
3.5	项目管理能力	高管、员工、研究生、业主认为重要；教授、讲师认为没那么重要	有显著差异
3.6	信息整合能力	业主、员工认为重要；教授、讲师认为没那么重要	有显著差异
3.7	资源整合能力	研究生、员工认为重要；教授认为没那么重要	有显著差异
3.8	表达沟通能力	高管、员工、研究生、大学生认为重要；教授、讲师认为没那么重要	有显著差异
3.9	市场营销能力	业主、员工认为重要；大学生认为没那么重要	有显著差异
3.10	组织协调能力	高管认为重要；讲师认为没那么重要	有显著差异
3.11	创业实践能力	业主认为重要；讲师认为没那么重要	有显著差异
3.12	个人影响力	业主、研究生、员工、高管、大学生认为重要；教授、讲师认为没那么重要	有显著差异
4.1	艺术思维	学用双方都认为重要	无显著差异
4.2	创业精神	学用双方都认为重要	无显著差异
4.3	敬业精神	学用双方都认为重要	无显著差异
4.4	系统思维	高管、业主、研究生、员工认为重要；教授、讲师认为没那么重要	有显著差异
4.5	开拓进取精神	高管认为重要；教授、讲师认为没那么重要	有显著差异
4.6	创意创新思维	业主、高管、员工、大学生、研究生认为重要；教授、讲师认为没那么重要	有显著差异
4.7	团队合作精神	高管、员工、业主、研究生、大学生认为重要；教授、讲师认为没那么重要	有显著差异
4.8	服务意识	高管认为重要；教授认为没那么重要	有显著差异
4.9	逻辑分析思维	高管认为重要；教授、讲师认为没那么重要	有显著差异
4.10	市场导向意识	高管认为重要；讲师认为没那么重要	有显著差异
4.11	战略思维	研究生认为重要；教授认为没那么重要	有显著差异
4.12	设计思维	大学生、高管、业主、研究生、员工认为重要；讲师、教授认为没那么重要	有显著差异
5.1	做事果断	学用双方都认为重要	无显著差异
5.2	追求成功和卓越	研究生、高管认为重要；教授、讲师认为没那么重要	有显著差异
5.3	社交场合镇定	高管、业主、大学生认为重要；员工认为没那么重要	有显著差异
5.4	喜欢与人相处	高管、教授认为重要；讲师、员工认为没那么重要	有显著差异
5.5	压力下保持清醒	高管、业主认为重要；讲师认为没那么重要	有显著差异
5.6	喜欢接触新事物	高管认为重要；讲师认为没那么重要	有显著差异
5.7	可信赖做事一丝不苟	高管认为重要；讲师认为没那么重要	有显著差异
5.8	克服困难专注于任务	高管认为重要；教授、讲师认为没那么重要	有显著差异
5.9	喜欢幻想和想象	研究生、高管、大学生认为重要；员工认为没那么重要	有显著差异
5.10	在工作中充满精力	研究生、高管、大学生认为重要；员工认为没那么重要	有显著差异

表 10 文化创意产业人才胜任力各维度要素重要程度差异性（继续）

序号	各维度胜任力要素	学用双方的重要程度看法	显著差异性
5.11	对自己的能力自信	高管认为重要；教授、员工认为没那么重要	有显著差异
5.12	能为美所感动	高管认为重要；讲师认为没那么重要	有显著差异
5.13	常感到乐观愉悦	高管认为重要；讲师认为没那么重要	有显著差异
5.14	包容信任别人	高管认为重要；讲师认为没那么重要	有显著差异
5.15	喜欢冒险寻求强烈刺激	高管认为重要；讲师认为没那么重要	有显著差异
5.16	喜欢挑战权威突破常规	高管、研究生认为重要；讲师认为没那么重要	有显著差异

讨论

从学用双方对文化创意产业人才胜任力五维度构成要素重要程度的差异性上来看，学用双方在“专业知识维度要素”中对（财务与成本管理知识、营销与战略管理知识、艺术心理学知识、中外文化发展与交流知识、金融学与国际贸易知识、新媒介与跨文化传播知识、美学知识知识）这些专业知识重要程度的看法是一致的，都认为这些专业知识维度要素是重要的。

学用双方在“专业技能维度要素”中对（Photoshop 软件技能、美术技能）这些专业技能重要程度的看法是一致的，都认为这些专业技能维度要素是重要的。

学用双方在“综合能力维度要素”中对（创意创新能力、观察学习能力、团队协作能力）这些综合能力重要程度的看法是一致的，都认为这些综合能力维度要素是重要的。

学用双方在“行为动机维度要素”中对（艺术思维、创业精神、敬业精神）这些行为动机重要程度的看法是一致的，都认为这些行为动机维度要素是重要的。

学用双方在“个性态度维度要素”中对（做事果断）这一个行为动机重要程度的看法是一致的，都认为这一个个性态度维度要素是重要的。

讲师和教授认为重要的胜任力维度要素主要集中在“专业知识维度”，高管和业主认为重要的胜任力维度要素主要集中在“专业技能维度”、“综合能力维度”、“行为动机维度”和“个性态度维度”。

通过以上调查研究与结论发现，对与文化创意产业人才胜任力维度要素中，学的一方主要重视的是理论化较强的专业知识维度，而忽视了文化创意人才胜任力结构里的其他如专业技能、综合能力、行为动机、个性态度。可能的原因是高校对教师教学能力的考评，与学生学习情况的考评主要是依靠试卷填答的情况来体现的。而试卷填答只能考察专业知识的学习情况，而相应的专业软件的应用情况是较少被考察到的，这可能导致教学者为完成考评而把精力和重点放在了专业知识的教学上，而忽视了其它文化创意人才胜任能力的培养。

而那些较难习得或较难考察的文化创意人才胜任力维度，如综合能力、行为动机和个性态度，学校也没有太多有效的方法去考察，这导致教授者也没有足够的动力去做出改变，进而影响力文化创意产业人才的培育。

## 总结与建议

针对以上分析结论本研究尝试给出以下建议, 第一, 学校方面加强专业技能考核, 和其它胜任力方面的培养和考核。改善教学者的工作压力和考评标准, 让教学者有更多的精力投入到文化创意人才的培育中去。第二, 政府作为学用双方沟通的桥梁, 改革现阶段高校的教育模式, 让当地有实力的文化创意企业, 参与制定学校文化创意人才发展战略提高学业就业力, 提高文化创意企业人员在学校担任讲课老师的比例, 让文化创意产业顶尖的人才参与到学校课程的设计 (Xu, 2020)。第三, 对于企业应加强与高校的人才合作, 与本地文化创意高校达成用人协议, 让学生的学习课业与现实的文化创意工作相结合, 学生学习和工作的内容都是现实的工作场景。本研究提出以上的建议以期望达到弥补学用落差的目的。

## References

- Chen, N. (2020). *Research on the value evaluation and incentive of innovative technical talents in IT enterprises* [Master's thesis]. Dalian Maritime University.
- Du, Y. (2017). *Research on the financing of cultural and creative industries from the perspective of law* [Doctoral dissertation]. Shanghai University.
- Guo, Q. (2017). Comparison and enlightenment: From the rise of British creative class to see the talent training mode of cultural industry in colleges and universities in China. *Heilongjiang Higher Education Research*, (7), 16-21.
- Hu, J. J. (2019). The logical evolution and high-quality transformation development of talent training in the cultural industry. *Journal of Shanxi Normal University (Social Science Edition)*, (4), 107-112. [in Chinese]
- Hu, L. M., & Zhao, R. X. (2015). The college training mode of cultural and creative talents from the perspective of Yuansheng Renli. *Contemporary Educational Theory and Practice*, (11), 162-165.
- Li, X. X. (2014). *Research on talent training of cultural and creative industries in colleges and universities* [Doctoral dissertation]. Shanghai University.
- Lin, X. J., & An, N. (2017). Construction of talent competency model in cultural and creative industries. *Journal of Putian University*, (6), 48-53.
- Lu, H., & Wen, L. Z. (2017). Research on talent training of enterprise culture and creative industry-Taking Wanda as an example. *Journal of Changsha University*, (4), 44-47. [in Chinese]
- Luo, L., Yang, Y., Wei, Y., & Yu, Y. Y. (2019). Research on the competency model of innovative master of computer technology for enterprise needs. *Computer Age*, (8), 74-77.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for intelligence. *American Psychologist*, 28, 1-14.
- Qiao, Y. (2019). *Research on the competency training system of scientific and technological innovation talents of enterprises undertaking industrial transfer in Hebei* [Master's thesis]. Hebei University of Engineering. [in Chinese]

- Wang, Y., Su, Y., & Cheng, J. J. (2014). Research on the construction of the competency model of creative talents-Taking the media creative industry as an example. *Management Modernization*, (6), 78-80.
- Wu, C. (2019). *Research on the optimization of innovative talent recruitment system of F company in the transition period based on competency model* [Master's thesis]. Jilin University. [in Chinese]
- Xu, Y. Z. (2020). Research on the teaching system of cultural and creative industries in British universities. *Journal of Dongguan Institute of Technology*, (2), 119-124.
- Zhang, H. (2020). A summary of the research on talent training of cultural industry in colleges and universities in China. *Journal of Sichuan Cadre Correspondence College*, (3), 5-15. [in Chinese]
- Zhao, R. X. (2015). Research on the development of small, medium and micro cultural enterprises in China. *Oriental Corporate Culture*, 12, 18-19.
- Zhou, G. Y. (2015). Research on the development status and problems of China's cultural and creative industry. *Hundred Schools in Arts*, 3, 84-92.



**Name and Surname:** Junran Ni

**Highest Education:** Doctoral Candidate

**Affiliation:** Panyapiwat Institute of Management, Thailand

**Field of Expertise:** Business Administration



**Name and Surname:** Yung-Cheng Hsieh

**Highest Education:** Doctoral Degree

**Affiliation:** Panyapiwat Institute of Management, Thailand

**Field of Expertise:** Cultural and Creative Industries, Educational Management