

大学生创意设计成果转化的优化对策研究

宗利永^{1,2}, 周珊²

1. 上海出版印刷高等专科学校文化管理系, 上海, 200093;
2. 上海理工大学出版印刷与艺术设计学院, 上海, 200093)

[摘要] 在“互联网+”时代, 国家大力支持文化创意产业的发展, 这不仅促进了文化产业活力的增长, 还创造了更多教学与实践机会, 为大学生通过技术、作品、专利等成果转化实现自主创业提供契机。围绕大学生创意设计成果的转化现状展开分析, 系统综述了国内创意设计成果转化的研究现状, 探讨了成果转化的模式、存在的问题及优化对策, 为推进艺术设计教育教学实践的发展, 培养知识型、高技能、创新型的创意设计人才, 发挥一定的指导作用。

[关键词] 文化创意; 转化机制; 成果转化; 产品思维; 营销推广

[中图分类号] G640 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2020)02-0066-05

近年来, 国家相继出台一系列与文化产业相关的政策, 持续支持并推进文化产业各领域的发展。2019年6月, 文化和旅游部对《文化产业促进法》公开征求意见, 这表明我国文化产业领域的立法工作也取得了重大进展。为响应国家文化建设的号召, 国内一些艺术类高校积极投入到创意设计类产品的生产和成果转化中, 通过建设各类孵化平台或实践基地, 助力大学生的优秀文化作品、专利和技术等投放市场。目前, 大学生创意设计类成果的转化正处于发展初期, 发展势头良好, 成果丰富, 但也存在一些理论或实践层面的问题, 需要在后续的学术研究和实践中加以重视。

一、研究综述

在艺术设计教育的转型探索中, 一些高校采取了面向市场、注重实践的教学模式, 这种教学模式催生了大量有创意的设计成果, 包括艺术作品、创新技术、特色专利等, 统称为“创意设计类成果”, 其中一批优秀的创意设计类成果经过市场评估后可以投入生产, 实现了产业化增值。不过, 目前创意设计类成果的转化还处于发展初期, 存在相关理论缺乏、转化机制不成熟等问题, 加之受各种因素

的影响, 许多可投放市场的创意设计类成果被搁置, 不能有效帮助高校学生通过艺术成果转化实现自主创业, 繁荣文化市场。

目前, 部分学者已经对高校创意设计类成果的转化展开了研究, 这些研究多围绕特定院校的创意设计类学科的教学转型进行探讨, 或者是对创意设计类成果转化的发展现状、方式进行概述, 成果或有重复, 大致有以下几个方面。

(一) 相关高校的案例研究

当下的艺术设计学科的教学不能是一成不变的照本宣科, 而是需要因时而变, 创新教学的内容、手段, 以做到与时俱进^[1]。国内一些艺术类高校正在通过革新教学方法来提高学生的实践能力, 推动创意设计类成果的转化。康建华以所在艺术学院的教学实践为例, 通过引入课题、严把质量、打造实践平台等措施广开艺术教学的实践渠道, 推动艺术教学成果的转化^[2]。当下, 艺术类高校也肩负着文化输出的使命, 朱伟岸以四川美术学院的《南京1937》动画电影项目为分析案例, 提出了通过立项驱动、建立专人机构、收集相关信息、实战演习(输出)来推动国内艺术高校的教学成果的国际化发展

[收稿日期] 2019-06-09; **[修回日期]** 2020-02-20

[基金项目] 教育部人文社会科学研究青年基金项目“创意产业众包社区智力资源的配置效率测度及优化对策研究”(16YJCZH165)

[作者简介] 宗利永(1981—), 男, 上海人, 博士, 上海出版印刷高等专科学校副教授, 上海理工大学出版印刷与艺术设计学院硕士生导师, 主要研究方向: 互联网开放式创新; 联系邮箱: 13162491398@126.com; 周珊(1994—), 女, 上海人, 海理工大学出版印刷与艺术设计学院2018级硕士研究生, 主要研究方向: 互联网开放式创新, 联系邮箱: Sarahaii@163.com

路径^[3]。此外, 还有学者通过对比分析国内外艺术院校的创意设计案例来指导国内高校的艺术教育及创意成果转化。

(二) 现状与对策研究

在创意设计类成果的转化初期, 国内学者多侧重于对其现状和对策的研究。钟立生揭示了高校的创意设计类成果转化方面存在“实践较多、理论研究较少”的现象, 并从不同角度指出研究高校创意设计类成果的转化机制具有很大价值^[4]。为了提高艺术类学生参与成果转化的积极性, 高校开展对学生艺术作品知识产权的保护是转化科研成果的重要工作之一。戴保中以 31 所独立设置的艺术类院校为分析样本, 发现高校在科技创新上对知识产权保护不足的现状, 提醒艺术类院校要提高对知识产权的保护意识, 以推动科研成果转化工作的健康持续开展^[5]。

(三) 转化路径研究

为了推动艺术教育成果的转化, 许多艺术类学校在转化路径上不断创新。单文霞等人提出, 大学生要转变观念, 以废弃物资源再生的艺术创新成果为创业的载体, 不仅符合可持续发展理念, 而且可以创造出低成本、高附加值的产品, 是大学生自主创业的重要路径^[6]。在教学模式上, 马磊所在的正德职业技术学院在环境艺术设计专业教育上, 采用空间创意工作坊的创新教学模式, 调动了学生实践的积极性, 推动了艺术教学成果的转化^[7]。

通过文献梳理与回顾可以发现, 由于我国文化创意产业起步晚, 在创意设计类成果转化的研究上, 学者们对其相关理论和机制的研究还处于观望摸索的阶段, 高校和企业则主要聚焦于实践探索, 仍需要多方面的研究成果为创意设计成果的转化提供指导借鉴。本文在对创意设计类成果的文献资料和实践案例的研究基础上, 对其转化模式和问题进行分析, 并提出有现实意义的优化对策, 为创意设计类成果的转化提出相关建议。

二、大学生创意设计类成果的转化模式

大学生创意设计类成果的转化是一种以创意设计为前提, 以成果产出为支撑, 兼具教学价值和经济价值的活动。创意设计类成果的转化模式是一种将个人的创意作品转化为生产力的运行方式。以

行为主体为划分标准, 将创意设计类成果的转化可划分为以下三种模式。

(一) 学生个人主导模式

在国家对大学生创新创业的支持下, 许多艺术类院校或设置创意孵化基地, 或与其他院校机构合办创业产业园区, 为学生的自主创业提供支持, 使得一些学生可以通过创意设计作品的转化实现创业, 如绥化学院成立了寒地黑土民间剪纸工作室、墙体彩绘工作室等学生自主创业的社团来孵化创意作品; 中国戏曲学院的学生通过创意孵化成立了大学生创业公司, 共同打造了《故事城堡历险记》; 宁波大学科技学院设计艺术学院的两位毕业生成立了设计创意公司, 促成艺术设计成果的成功转化。由于不能准确把控市场走向、缺乏实践经验等现实原因, 大学生自主创业的失败率很高。这提醒大学生在怀抱艺术创业热情和梦想的同时, 要正确认识自身能力和社会发展的关系, 密切关注国家政策和创意市场的走向, 以更好地将创意设计成果转化为符合消费者需求的产品。

(二) 高校及专业机构主导模式

目前, 国内一些高校在校内开办了创意商店以售卖学生的创意作品, 如中国美术学院, 以学校为单位进行独立品牌开发, 为大学生创意设计作品的转化提供转化渠道^[8]。中国美术学院于 2013 年成立创意品牌“敦品”, 设计一系列集创意与质量于一体的产品, 深受消费者欢迎。此外, “敦品”还与相关设计师和设计品牌合作, 一方面提高了自身的专业度和知名度, 另一方面还为学生了解设计市场, 学习创意产品运营提供平台。除了学校自办创意品牌外, 向技术市场转让科技成果的技术转移模式也是高校创意设计类成果的转化方式之一, 这一模式通过中间机构的牵线搭桥将高校的科技成果转移给有创新需求的企业, 从而将优秀成果投放市场。2019 年 2 月 22 日, 教育部科技司发布《教育部科技司关于首批高等学校科技成果转化和技术转移基地认定结果公示的函》, 这表明了国家对高校技术成果转移的支持, 几十所中央和地方高校也响应此政策号召成为首批高等学校科技成果转化和技术转移基地。

(三) 平台主导模式

随着“互联网+”的发展, 一些“众包”与“众

筹”网络平台日渐崛起，成为推动文化创意产业发展的重要力量，也为大学生创意设计类成果的转化提供了平台。“众筹”平台具有准入门槛较低、项目类型丰富、发布即时、设计内容具有创意等特征；而“众包”平台则是公司或机构自主将应由内部人员完成的项目交由外部社会大众平台。目前，市面上声誉较好的“众筹”和“众包”网站分别有众筹网、京东众筹、淘宝众筹和阿里众包、一品威客网、猪八戒、极客众包等，这些都是大学生获取创意设计项目，实现创意设计成果转化的良好平台。例如，异想创意平台作为国内首个面向高校学生进行创意众筹的平台，通过收集高校学生的创意作品，配套线下资源开发的方式促成创意成果孵化；蚂蚁公社是一个让高校学生众包企业任务的平台，在众包过程中，学生根据兴趣在生产、营销、公益三个方面做出选择并组成兴趣小组，最终完成众包任务，这有助于大学生通过艺术设计或技术开发实现创意成果转化。

三、大学生创意设计类成果转化中的问题

在创意设计类成果的转化中，相关理论和实践都处于发展初期，不免存在一些问题。

(一) 转化机制上：缺乏成熟的创意设计类成果的转化机制

国内众多高校都开设有艺术设计专业，艺术类的科研项目较多且成果颇丰，但真正能投放市场的创意设计类成果并不多，虽然有一些院校尝试转化艺术成果，但可以推广开来的转化模式较少，缺乏较为统一的转化标准，这就需要构建适合高校创意设计类成果的转化机制来科学指导艺术成果转化，有效助力我国创意产业的发展。在科研成果转化上，从2015年10月1日起正式实施的《促进科技成果转化法》成为构建创意设计类成果转化机制的依据，但是还未有明确针对创意设计成果的转化的政策，这也是在构建转化机制的过程中需要解决的问题。

(二) 教学模式上：存在作品与市场结合不够的问题

由于高校教学的重理论、轻实践的教学惯习，学生设计的作品大都存在重个性、轻技术的问题，很多作品无论是从创意还是技术上都难以与社会

上的成型产品竞争。目前，广泛开展的产学研相结合的教学模式会促进部分艺术教学成果投放市场，但消费者对艺术产品的需求不断变化，未经过广泛深入的市场调查就很难掌握艺术作品的设计方向，这无疑增加了学生的艺术创新的实践难度，增加了创意设计类成果转化的困难。这一问题为高校的艺术教学提出要求，要培养学生的市场意识，增强学校与社会的联系，为创意设计提供现实参照。

(三) 实现路径上：高校缺乏对创意设计类成果的营销推广

我国的部分艺术高校虽在教学模式上积极创新，但存在仅重视教学作品的完成而不重视教学成果的推广的问题，使得教与学形成闭环，不利于创意设计类成果的转化。营销推广是艺术作品进入市场的重要中间环节，好的营销平台或推广方式可以事半功倍。但是，由于高校针对创意设计类成果的营销活动较少，或是创作者自身对营销环节、渠道、工具的不熟悉，而使得很多颇具特色的艺术设计作品胎死腹中，未能实现艺术成果转化，这需要得到学校、学生以及社会的重视。

四、推动大学生创意设计类成果转化的优化对策

结合科技成果转化的发展以及既有研究，在分析文化创意产业发展趋势的基础上，为推动大学生创意设计类成果的转化提出以下三方面的优化策略。

(一) 因地制宜分析创意设计类成果的转化案例，构建高校创意设计类成果的转化机制

机制可以协调各个要素以实现更好的成果转化效果，构建高校创意设计类成果的转化机制能够更有效指导大学生通过创意设计实现自主创业。放眼国外，一些顶尖艺术高校较早开展了创意设计类成果的转化，通过创办设计品牌、与知名设计师合作、与优秀校友合作等模式，将校内学生的艺术作品成功推广，提升了学校在文化创意产业中的声誉，也进一步提升了高校艺术成果的转化率。由于国外高校在创意成果转化上的成功案例较多，加之转化机制较为健全，因此对国外优秀经验的借鉴是构建我国高校创意设计类成果转化机制的重要参考。为符合我国的艺术教育与实践，在构建适合我

国高校创意设计类成果的转化机制时要因地制宜, 不同地区、不同高校或不同项目在创意设计类成果转化上的水平和效果上存在差异, 这些差异都是构建转化机制需要考虑的因素。

(二) 引入产品思维, 提高艺术作品质量

作品在《著作权法》中定义为文学和科学领域内, 具有独创性并能以某种形式复制的智力创作成果。而产品是指基于市场需要而生产出来的为人们所使用和消费的东西。作品主要是个人属性, 产品则是商品属性, 是作品进入到商品流通环节的产物^[9]。将产品思维引入艺术设计作品的创作中, 可以有效帮助高校创意设计类成果具备市场适应性、实践性和经济实用性。目前, 学生创作的艺术成果存在创新性低、技术水平不高、质量不过关等问题, 这与学校和社会脱节有关。在引入产品思维后, 产品的规模性、标准化和固定回报等特征可以培养学生的市场思维, 促使其作品在遵照标准、保证质量、增强用户体验感上有所提升, 提升创意设计类成果的转化率和市场竞争力。

(三) 打通营销渠道, 推动创意设计类成果转化

学生在教学实践中创作出众多艺术作品, 对于优秀作品的营销推广需要开辟更多的创意成果转化渠道。在营销推广中, 除了通过较为常见的作品展、艺术比赛等, 学校还可采用与社会机构合作, 定期举办创意作品展示活动, 如艺术节或艺术设计项目交流会, 为艺术资源共享、艺术人才交流、艺术作品展示提供平台。此外, 为更好推动创意设计类成果的转化, 高校还可以设定奖励机制以调动老师和学生的积极性, 激励其主动寻找、开展营销推广, 还可以借鉴国外顶尖艺术类高校的优秀校友合作方式, 这不仅为大学生提供更有意义的实践指导, 而且还可以保证一定的转化率, 从而催生更多优秀创意设计作品产出, 为文化创意产业的发展注入新鲜活力。

参考文献:

- [1] 张绮曼. 环境艺术设计与理论[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 1996.
ZHANG Qiman. Environmental art design and theory[M]. China Architecture & Building Press, 1996.
- [2] 康建华. 转化教学成果强化学生实践能力——以内蒙古师范大学国际现代设计艺术学院实践教学为例[J]. 内蒙古师范大学学报(教育科学版), 2013, 26(7): 64-66.
KANG Jianhua. Transforming teaching achievements and strengthening students' practical ability: Taking the practical teaching of the international institute of modern design and art in Inner Mongolia Normal University as an example[J]. Journal of Inner Mongolia Normal University (Educational Science), 2013, 26(7): 64-66.
- [3] 朱伟岸. 构建艺术高校教学科研成果对外转化通道的探析[J]. 亚太教育, 2016, (22): 102-103.
ZHU Weian. Analysis on constructing the channel for external transformation of teaching and scientific research achievements in art universities[J]. Asia-Pacific Education, 2016, (22): 102-103.
- [4] 钟立生. 论高校创意设计类成果转化机制研究的理论和现实意义[J]. 大众文艺, 2017(3): 241-243.
ZHONG Lisheng. On the theoretical and practical significance of research on the transformation mechanism of creative design achievements in colleges and universities[J]. Public Art, 2017(3): 241-243.
- [5] 戴中保. 知识产权保护视野下艺术学门类学科科研成果转化研究[J]. 文教资料, 2014, (25): 41-43.
DAI Zhongbao. Research on the transformation of scientific research achievements of the arts subjects from the perspective of intellectual property protection[J]. Data of Culture and Education, 2014, (25): 41-43.
- [6] 单文霞, 汤洪泉, 田美玲. 以项目成果转化为主导, 促进大学生自主创业——以废弃物资源再生的艺术创新为例[J]. 美与时代(上), 2013(5): 124-125.
SHAN Wenxia, TANG Hongquan, TIAN Meiling. Taking project results as the guide to promote university students' self-employment: Taking the artistic innovation of waste resource regeneration as an example[J]. Data of Culture and Education, 2013(5): 124-125.
- [7] 马磊. 基于工作坊的环境艺术设计课程教学成果转化研究[J]. 创新创业理论与实践, 2018, 1(10): 36-37.
MA Lei. Research on the transformation of teaching achievements in environmental art design course based on workshop[J]. The Theory and Practice of Innovation

- and Entrepreneurship, 2018, 1(10): 36-37.
- [8] 蒋丰. 艺术院校创意产品设计策划研究[D]. 南京: 南京艺术学院, 2018.
- JIANG Feng. Research on creative product design planning in art colleges[D]. Nanjing: Nanjing University of the Arts, 2018.
- [9] 王贤波. 数字媒体艺术专业教学成果转化方式的探索[J]. 美术教育研究, 2018(12): 64-66.
- WANG Xianbo. Exploration on the transformation of teaching achievements of digital media art major[J]. Art Education Research, 2018(12): 64-66.

On the optimization countermeasures of transforming college students' creative design achievements

ZONG Liyong^{1,2}, ZHOU Shan²

- (1. Department of Cultural Management, Shanghai Publishing and Printing College, Shanghai 200093, China;
2. College of Communication and Art Design, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai 200093, China)

Abstract: In the "Internet +" era, the state has been vigorously supporting the development of cultural and creative industries, which has not only enhanced the vitality of the cultural industry, but also created more teaching and practice opportunities, providing opportunities for college students to achieve self-employment through technology, works, patents and other achievements. This study focuses on the analysis of the transformation status of college students' creative design achievements, offers a systematic literature review on the research status of the transformation of domestic creative designs, explores the transformation mode, existing problems and optimizing strategy, and plays certain guiding role in promoting the development of art design education and teaching practice and cultivating knowledge-based, high-skilled and innovative creative design talents.

Key Words: culture creativity; transfer mechanism; achievement transformation; product thinking; marketing promotion

[编辑: 游玉佩]