

行业特色院校核心竞争力的内涵、特征及其构成 ——以传媒类院校为例

赵 渊

摘 要：以传媒类院校为例，阐述了行业特色院校核心竞争力的内涵，提出行业特色院校核心竞争力建构要立足行业、区域社会政治经济文化发展、行业高等教育及区域高等教育竞合关系构成、行业特色院校自身发展状况等四重维度。行业特色院校核心竞争力具有协同性、渗透性、稳定性、整合性、发散性等特征。文章提出行业特色院校核心竞争力由人才培养质量提升能力、学术创新能力、产业融合及贡献能力、文化传承及浸润力、管理模式及治理结构优化能力等要素组成。

关键词：传媒类；行业特色院校；核心竞争力；特征；构成要素

作者简介：赵 渊，男，助理研究员。（浙江传媒学院 党委院长办公室，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G64 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552(2013)02-0110-05

行业特色院校的前身为行业院校。1998年，国家在多年改革试点的基础上，按照“共建、调整、合作、合并”等多种方式，将原国家部委管理的400余所高等院校多数改为中央和地方共建、以地方管理为主的管理方式，部分高校由教育部或相关部委主管。原行业高校纷纷告别部门办学，划转到所在省或教育部管理，虽然它们解除了与行业的行政隶属关系，但长期的行业办学历史使其无论在发展定位与服务面向、学科与专业设置、人才培养模式、产学研合作机制等方面都留下了深刻的行业印痕，成为具有鲜明办学特点的行业特色院校。

一、行业特色院校核心竞争力的内涵

核心竞争力概念最早来源于美国密西根大学商学院教授普拉哈拉德和伦敦商学院教授加里·哈默尔合著的《公司核心竞争力》一文，该文发表在1990年的5月到6月的《哈佛商业评论》上。他们认为，核心竞争力是“在一个组织内部经过整合了的知识和技能，尤其是关于怎样协调多种生产技能和整合不同技术的知识和技能”。从与产品或服务的关系角度来看，核心竞争力实际上是隐含在公司核心产品或服务里面的知识和技能，或者知识和技能的集合体。^[1]他们强调核心竞争力作为一个企业能够长期获得竞争优势的能力，是企业所特有的、能够经得起时间考验的、具有延展性，并且是竞争对手难以模仿的技术或能力。^[1]核心竞争力概念产生之后在各个国家广泛传播并迅速引入中国，并由企业迁延覆盖到各个行业。提升高校核心竞争力也成为学术界的热门话语，迅速进入党委政府、高等院校及社会研究机构的视野，成为新时期我国高等教育发展的重要命题。

行业特色院校核心竞争力是指行业特色院校与行业、区域之间形成的紧密型合作关系，并使这种紧密型合作全面渗透到人才培养、科学研究、服务经济社会发展、文化传承创新等各个方面，形成具有鲜明特色的办学模式。它建立在行业特色院校长期行业办学与行业所形成的唇齿相依的合作关系之上。行业特色院校核心竞争力是一种传承高校办学特征的基因内核，在激烈竞争的高等教育版图中清

晰勾画出行业特色院校的板块特征，集中彰显新时期高等院校走差异化发展路径、推动特色办学、满足社会多样化需求的办学指导思想。

二、行业特色院校核心竞争力建构的四重维度

一是行业的维度。行业是行业特色院校最重要的依托平台，它不仅为行业特色院校发展提供资源要素、创新平台、市场空间等，甚至直接赋予行业特色院校改革动能与创新激情。新时期行业特色院校办学必须高度关注行业的最新发展趋势，把握行业发展机遇，回答好“行业发展能为我带来什么”、“我在行业大发展浪潮中能做什么”等命题，适时调整与优化专业及学科布局、人才培养模式改革方向、产学研合作机制的创新路径乃至学校文化的内涵等。尤其在当前国际经济危机的影响持续深入，许多关系国计民生的重大产业面临新的发展转向，不确定因素增多、局面更加复杂的背景下，行业特色院校如何应对，趋利避害，实现与产业创新、产业变革同步发展，既有效获得行业发展的机遇，又化解行业转型的潜在风险考验着行业特色院校的智慧。比如传媒艺术类行业特色院校，在当前全面推进文化强国建设，推动社会主义文化大发展大繁荣的浪潮中有着难得的办学机遇，同时也存在着严峻的挑战。三网融合的全面推进，全媒体的迅速引入，对传统广播电视、报刊、网络等门类界限明显的传媒人才培养模式带来挑战；文化会展、文化金融、动漫创意、影视创作等新兴文化产业门类与文化形态的兴起必将对传媒艺术类行业特色院校的学科与专业结构完善带来重要启示，对学科生长机制的建立带来新的要求；传统行政主导下校企合作的模式日渐式微，在高度发达的媒介市场化背景下，传媒企业与学校的合作机制如何实现新的突破等也考验着校企双方的智慧。这些最新的行业发展的潮流与特征，是新时期传媒艺术类行业特色院校进一步明确办学定位、办学目标、办学路径，优化人才培养、科学研究、社会服务、文化传承等具体举措，不断提升综合竞争力的重要依据。

二是区域社会政治经济文化发展的维度。转制后行业特色院校与区域政治经济社会文化之间的发展关系更加密切。新时期行业特色院校核心竞争力的构建，必须高度关注所在地区社会政治经济文化发展的现状，探求行业特色院校自身办学优势与区域社会政治经济文化发展之间有效的嫁接点与结合部，基于可持续发展的目标，明确两者之间互动、结合的力度、程度，建立健全模式与机制，对行业特色院校办学定位、办学目标、办学策略与办学路径等做出科学合理的调适与提升。行业是“本”，行业特色院校要在立足长期形成的行业优势与行业特色的基础上，寻求与地方合作的潜在机遇与平台。浙江传媒学院地处我国政治经济社会文化相对发达的长三角地区，近几年来，浙江文化强省建设全面推进，传媒及文化产业发展如火如荼，综合实力稳居全国前列，这为浙江传媒学院发展省却了诸多“兼容”烦恼，把握浙江传媒及文化产业发展的机遇，围绕《浙江省委关于大力推进文化强省建设的决定》等政策文件，进一步梳理办学优势，探讨全面接轨文化强省建设的战略举措，并将之内化到学校教学改革、科学研究、社会服务、文化传承等各项工作中，将为学校事业的新一轮腾飞添加重要的引擎。

三是行业高等教育及区域高等教育竞合关系构成的维度。行业特色院校在其发展战略的建构中，必须要考虑自身在行业特色院校群体中的竞争位次及竞争态势。比如浙江传媒学院就要明确与中国传媒大学、广播影视干部管理学院（山西传媒学院）等老牌传媒院校之间的竞合关系及优劣所在，要明确在当前高等传媒教育蜂拥而上、群起发展的格局中自身所处的位置及境遇。同时，在区域高等教育的竞争图谱中，要更好地厘清自身的发展基础、兄弟院校的发展态势等，既不盲目陷入同质化竞争、规模扩张、重复建设的误区，也不在激烈竞争面前畏首畏尾，失去发展机遇。要科学预判当前高等教育的存量及未来发展市场空间等，统筹“行业”与“区域”两个市场，在行业高等教育及区域高等教育竞合关系中更好地厘清自我的发展定位、发展目标、发展策略，走差异化发展道路，寻求“弯道超

车”的实施路径。

四是行业特色院校自身发展状况的维度。行业特色院校核心竞争力的形成不可能一蹴而就，更不可能违背高等教育的发展规律，割裂学校的办学历史与办学传统。浙江传媒学院在三十余年的行业办学历程中积累了丰富的办学经验，在传媒教育领域形成了鲜明的办学特色与明显优势。这种特色表现为联盟化、一体化的产学研合作模式；联手行业、深度嵌入、全流程对接的人才培养模式；以行业需求、项目为导向的重大科研成果驱动机制；开放式、实践性的校园文化建设理念等。这些都是新时期学校事业发展的重要基础。在浙江传媒学院核心竞争力建构中，要对学校长期以来形成的办学优势与特色进行梳理与总结，尤其是要在新的历史条件下，深入分析如何对传统办学优势进行升级、优化与改造，进一步凝练办学特色，弥补办学短板，实现可持续发展。

三、行业特色院校核心竞争力的特征

一是协同性。重大传媒技术创新与传媒管理体制变革、地区文化产业发展规划与布局的调整等都会对浙江传媒学院的办学带来直接而深远的影响，这种影响深刻体现在学校的办学理念、办学定位、办学手段与方式、办学策略等的优化提升上，带来人才培养、科学研究、社会服务乃至文化传承之间的协同联动反应，促使各个办学项目间同步调整与升级，实现系统的整体优化，推动办学水平的整体提升。比如媒介融合的快速推进，不仅对学校人才培养的类型、模式提出了新的要求，也迅速改变了传媒专业与学科布局，新媒体、跨媒体传播相关内容进入新闻学的视野，也直接带动产学研合作项目内容、实施方式、绩效评价方式等的系列变革。

二是渗透性。行业特色院校核心竞争力的形成依托学校长期行业办学的历史，以及新时期学校与行业、区域之间形成紧密型的合作关系，并使这种合作全面渗透到人才培养、科学研究、社会服务、文化传承等各个方面，形成具有鲜明特色的办学模式。强渗透性决定了行业特色院校人才培养模式、科学研究、社会服务等变革不仅仅是操作层面或个别领域的优化调整，而是办学理念与办学机制层面共识的形成与制度的确立，通过文化涵化与机制保障为行业特色院校事业的可持续发展奠定良好的文化土壤与制度基础。强渗透性使得这种创新与变革具有较强的内在逻辑规制性，能够更好地遵循高等教育事业发展的规律和产业规律，更好地形成发展的合力。

三是稳定性。强稳定性是指行业特色院校核心竞争力的建构依附于一个相对稳定和完善的机制，即通过行业与区域要素的传导实现办学相关内容的调适、优化与升级。虽然行业或区域要素有大小强弱之分，也有正面作用与反面影响等的区隔，办学相关内容的调适与变革也有力度、强度、进度等的差异，但竞争力生成架构具有较强的稳定性，它是学校长期办学传统与办学经验的总结，不会因为办学环境的改变、办学内容及要素供给方式的变化等产生连带影响。这种架构的确立，也为行业特色院校的又好又快发展提供了可持续发展的动力保障。

四是整合性。强整合性是指行业特色院校核心竞争力的形成与表征不是人才培养、科学研究、社会服务效能的简单相加，它是一种聚合与裂变反应过程，是办学各个环节、各个门类、各种资源高度整合的过程，是一个体现制度张力的过程，是办学内在关系理顺、办学资源优化配置、办学效能集中彰显最终转化为办学水平与质量提升的过程。行业特色院校的核心竞争力最终表现为一种综合竞争优势。

五是发散性。行业特色院校的核心竞争力具有较强的发散性与辐射性特征。核心竞争力涵盖了从办学理念到办学策略、办学文化内涵到文化标志等的各个方面。行业特色院校身上承载与散发着独特的文化使命感、文化责任感、文化创新激情与文化创意动能。从某种程度上，这种文化基因也深深反哺到与学校事业发展唇齿相依的传媒行业中，促进产业及区域经济文化的发展。从文化发散到文化交互与融合，学校与行业、区域会形成更加契合的合作关系，双方在互助中更好地实现双赢。

四、行业特色院校核心竞争力的构成要素

行业特色院校核心竞争力由人才培养质量提升能力、学术创新能力、产业融合及贡献能力、文化传承及浸润力、管理模式及治理结构优化能力等要素组成。

学校人才培养质量是其办学质量的最重要体现之一。学校人才培养质量的考察指标主要分布在人才培养过程及人才培养绩效两个方面。前者考察人才培养方案的科学性、教学质量运行及监控体系的完备性等指标，后者则关注学生课业成绩的整体分布、在各级各类比赛中的获奖率、学生就业状况以及社会评价系统等组成。在传媒艺术类行业特色院校的人才培养质量考察中，在上述指标以外，同时要关注一些特色性指标。其一是生源质量。传媒艺术类行业特色院校的艺术类生源都要经历省考三试，部分专业考生还要增加校考三试，经历多轮、多层次选拔后的生源状况是学校人才培养质量提升的重要基础，而且学校作为艺术类考试的主试单位，对艺术类考试的标准、方法、模式设计等具有较大的自主权，具备通过优化制度设计、科学完善指标体系、提升生源质量的条件。同时生源质量不仅仅体现在招生批次上，同样其招生的区域范围也将为其生源质量的提升提供重要的基础。其二是人才规格。在传媒艺术类行业特色院校人才规格的设计与考察中，在考察人才培养的类型、层次的同时，要把人才规格与行业发展的匹配度作统筹考量，尤其是在当前行业转型升级的大背景下，新技术、新发明、新理念深刻推动着行业新一轮发展，如何实现人才培养与行业进步同步升级乃至适度超前是其核心竞争力建构的重要内容。人才培养质量是对人才培养绩效的整体考核，既体现在其课业评价标准的直接呈现上，也体现在对其对应的就业岗位胜任度、对行业发展的有效贡献率等有效信息的反馈收集上。浙江传媒学院就增加了毕业生行业贡献率的相关考察内容，包括毕业生在中国新闻奖、长江韬奋奖、中国金话筒奖、中国金鹰奖等各类赛事中的获奖状况，将毕业生成长为行业领军人物和行业骨干人物等的状况作为人才培养质量的有效反馈与衡量尺度之一。

学术创新能力包括师资数量与结构、学科专业建设情况及竞争能力、科研成果产出率及质量等三项指标。在学术创新能力的各项指标中，传媒艺术类行业特色院校在强调传统的师资队伍的数量、职称结构、学历结构、年龄结构等要素的基础上，要重点关注具有行业背景与行业实践经历、具备行业成果的双师型师资队伍在师资整体数量中的比重，注重现有师资行业培训、挂职等实践经历的覆盖面等特色指标的考察。在学科专业建设情况及竞争能力建设这一条目中，既要考察整体的学科建设的综合实力，同时更要厘清行业特色院校在长期行业办学中所积淀的特色学科、优势学科与专业的整体素质及其在国内同类学科及专业中的竞争实力对比，要注重在传媒技术飞速发展背景下，媒介生态学、媒介地理学、媒介管理学、媒体融合等新兴学科与专业的培育与成长状况，关注新学科与专业的生长机制的建设与完善情况等，关注学科协同、学科整合所带来的倍增效应等。科研成果产出率及质量是衡量学校学术创新能力的基本指标之一。其一要关注科研项目产出的数量与质量，并根据学校办学层次的不断提升动态调整其权重比例，其二要关注科研成果的传媒领域关联度与贴合度，关注科研成果的前沿性，与传媒最新发展态势的契合度，其三是关注科研成果的应用型特征，推动科技成果转化的现实基础及其对行业及区域发展的潜在贡献率等。

产业融合及贡献能力是行业特色院校特别注重的指标体系之一。它主要包括产学研合作体制机制的建设状况、产学研合作及产业融合的现状、产业融合对行业进步及区域经济文化的贡献力等几个层面的问题。对传媒艺术类行业特色院校产业融合及贡献能力的考察，需要重点关注基于可持续发展的产学研合作的制度建设。一是制度的健全性，既要完善促进合作的相关制度建设，也要关注防范与化解风险的制度建设；既要注重形式层面合作制度的建设，也要注重内在合作动力激发与促进机制完善的制度建设。二是制度的适应性，考察产学研合作是否真正适合传媒产业的发展要求，符合传媒学院

的发展定位,是否具有可操作性。三是制度的伸展性,也就是制度的张力,考察制度能否适应产业动态变化的考验。要关注具有传媒艺术类行业特色院校特色的产学研合作模式的探索与培育状况。

传媒艺术类行业特色院校有着自身鲜明的文化特色,这种文化特色源于长期行业办学及转制后与行业区域共融所形成的文化传统。对于文化传承及浸润力的考察,第一要考察是否形成明确的办学理念、文化精神等核心价值,是否有代表学校办学特色、传递办学精神的校训、校标等,学校的CI形象系统建设的水平与质量,校园建筑、小品等的设计风格是否体现了学校的文化内涵。二是对教风、学风、校风的综合评价,包括对学术道德风气、廉政文化建设水平的考察等,对三风等的评价,主要不涉及到文化特质层面的问题,而更多是对文化规范、文化操守、文化底线等的关注与思考。这个项目的考察,可以依赖学校业已成熟、常态进行的三风建设评价标准。三是学校文化感召力、影响力的评价。包括师生员工对学校文化的感知、理解、认同以及转化为实际行为的状况,对浙江传媒学院外在文化形象、文化影响的综合评判等,它具有标的物不可测以及难直观量化等特征,可以尝试通过专题问卷调查等方式进行评价。

管理模式及治理结构优化能力。在长期的行业办学历程中,行业特色院校形成了具有自身鲜明特色的管理模式,在某些方面还带有传媒企业运行的痕迹。比如对一些办学行为的即时反应性,对教学或其他工作失误的直观呈现与及时纠偏机制等,管理体系中同类项合并、职能整合、流水作业等方式。甚至在转制后的相当一段时间内,学校仍然没有简单沿袭其他高校的学院制、分权二级管理模式,而是仍然采用相对集权的整合式管理模式,便于最大限度地汇集学校优势办学资源,集中开展项目攻关。在新的发展形势下,需要对原有的做法进行系统评估,不断予以完善。当前对行业特色院校管理模式及治理结构优化能力的考察,第一项指标是是否建立与完善现代大学制度,遵循大学内部治理的通行规则,同时又恰当地保留与发扬了长期行业办学所积淀的组织优势等;其二是现行的大学管理模式是否真正激发了体制机制活力,对促进资源的优化流动,缩减行政壁垒成本,激发工作主体的创造性与主动性发挥了重要的作用;其三是考察学校管理模式及治理结构的自我优化调适能力。大学管理是一个复杂体系,既具有知识管理的特征,又兼有行政管理的痕迹,处于一个动态变化过程中。

行业特色院校的可持续发展是一项系统工程,有赖于其自身更好地开拓发展思路、厘清发展定位、明确发展目标、创新发展战略、夯实发展举措,同时需要政府相关职能部门配套政策措施的进一步完善。行业特色院校核心竞争力内涵、特征及其构成的厘清为策略选择提供了重要的逻辑路径与现实指向。

参考文献:

- [1] Prahalad C K, Hamel G. The Core Competence of the Corporation [J]. *Harvard Business Review*, 1990, 68 (3): 79-91.