

城市创意竞争力概念模型、构成要素及影响机制研究

丛海彬^{1 2} 拓 中¹

(1. 东华大学管理学院, 上海 200051; 2. 浙江万里学院商学院, 浙江 宁波 315100)

【摘要】城市创意已经成为近年来国内外学术界关注的焦点,但对于城市创意竞争力的研究却少见。界定了城市创意竞争力的内涵,在充分借鉴世界先进创意型城市的发展经验基础上,分析城市创意竞争力的构成要素,并探讨了城市创意竞争力构成要素的影响机制。

【关键词】创意; 竞争力; 构成要素

【中图分类号】F293 **【文献标识码】**A

正如芒福德所言,城市是“人类文明的保管者和积攒者”,近20年来,创意城市已经成为我国城市规划和城市建设领域的热点问题。作为当代创意城市研究的代表人物,Charles Landry在界定城市活力的基础上指出城市创意的基石主要包括人力的多样性与各种人才的发展机会、意志与领导素质、地方认同、组织文化、都市空间与设施、网络动力关系,并以此为标准区分城市创意发展水平经历停滞、萌芽、起飞等几个阶段^[1]。坎农在“首届世界大城市带高层论坛”上说“城市创意就是大城市发展中必须注重人的创造力,依靠人的力量提高城市竞争力”。“城市不仅仅是砖块,更应该是人们释放创造力的舞台——这是城市发展中的软因素,塑造城市的生命和未来”。香港大学文化政策研究中心认为香港城市创意的发展是人力资本、文化资本、创意成果等五个子体系的相互作用,并认为这五种资本形态是影响城市创意竞争力增长的决定性因素^[2]。

1 城市创意竞争力的内涵与基本特征

1.1 城市创意竞争力内涵的界定

在经济社会的发展中,竞争力一词被广泛的应用在各个领域。但实际上,理论上并没有一个对竞争力的明确定义。在研究城市竞争力的文献中,通

常有大量的学者直接将国家竞争力的概念进行微缩,直接用来界定城市竞争力。而涉及到城市创意竞争力内涵的界定更是少之又少。要想界定城市创意竞争力,必须先要说明何谓创意城市。

我们认为,所谓创意型城市,即是以城市行为主体(主要是人)的创造力作为推动其城市不断进步的源动力的城市。在这种类型的城市发展过程中,往往其在某一方面或者某几个方面长期不断的创新积淀为城市树立了品牌,加快了其城市化的进程,并不断的创造经济效益。事实上,创意型城市的发展并不是一蹴而就的,需要在长期的创新实践中不断的进行积累,这一不断进化的最终结果便是形成了一个城市较为完善的创意体系。具有完善的创意体系的城市与传统的城市相比,更能够充分发挥集聚创意资源、改善创意环境、扩大创意产出、为创意主体提供互相交流的机会等巨大优势,这种巨大的优势为城市的可持续发展提供了强劲的推动力,促进城市经济发展水平的提高,并且在各个不同方面提高了居民生活的便利程度和生活水平。实际上,以上提到的各个方面都是一个城市创意体系综合竞争力的表现。因此,参照相关领域专家学者著述,借鉴世界先进创意城市经验,本文对城市创意竞争力概念进行了探索性的界定:城市的创意竞争力即是一个城市在创意扩大化的过程中,利用其既得资源,充分发挥城市的品牌效应以及由此产生的集聚效应,不断优化创意资源的有效配置,扩大创意的收益率(为城市发展提供持久的发展动力以及改善城市居民的生活水平等),逐步形成系统内部的自我调节机制,不断的推动城市发展的创意资源

基金项目:国家自然科学基金资助项目(70873018);浙江省自然科学基金资助项目(Y6110223);浙江省社会科学界联合会重点资助项目(10JDLG02Z);上海市教委创新资助项目(12Y173)。

整合力、创意网络运行力、创意产品供应力、创意绩效表现力和可持续发展力的系统合力。

城市创意竞争力间接表现为城市顾客(居民、旅游者、投资者)数量的增多和满意度的上升;直接表现为城市经济的持续、快速、和谐发展。创意要素资源的整合力、创意网络运行力、转化力是基础和前提,而创意产品供应力是对所整合要素的转化成果,最后通过市场化运作转换为城市的价值财富,实现其价值或财富创造。这些都是为城市创意竞争力的最高目标服务的:更强的可持续发展能力和改善其居民福利水平的能力。而城市的可持续发展力是为了保证满足未来城市顾客的需求,由此可以得出城市创意竞争力理论模型(图1)。

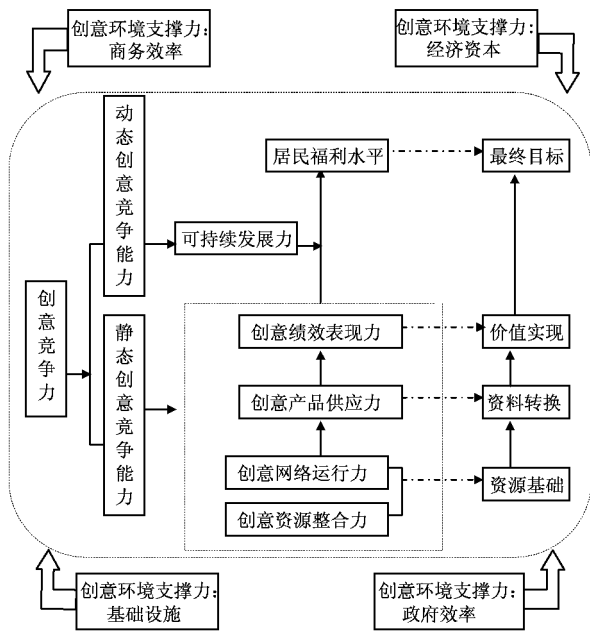


图1 城市创意竞争力概念模型

资料来源:借鉴自李永强^[3]

这一概念可以从以下几个方面来理解:首先,从动静结合角度看,仅有创意要素的整合力、创意网络运行力、创意环境支撑力、创意产品供应力、创意绩效表现力只能保证城市能够在某一时点上的竞争力,即静态竞争力,但还不能保证城市能够应对时代变迁和竞争环境变化带来的挑战,所以必须加上城市的可持续发展力以保证其动态的竞争力。其次,从城市发展的驱动力角度看,创意型城市是以科技、人力资本为核心创意要素驱动的一种城市发展模式,这里的创意包含经济资本、技术资本、人力资本、社会资本、文化资本、制度资本等综合创意

要素。最后,从竞争力评价角度看,城市创意竞争力是一个复杂的系统,是内部因素和外部因素共同作用的结果。内部因素包括创意资源整合力、创意网络运行力、创意产品供应力、创意绩效表现力和可持续发展力,这些能力决定了城市竞争的过程。外部因素为创意环境支撑力,即基础设施、商务效率、政府效率、经济资本决定了城市竞争的环境,内外部因素共同决定了城市的创意竞争力。创意资源整合力、创意网络运行力、创意产品供应力、创意绩效表现力、可持续发展力和创意环境支撑力共同作用,协调互动,有机配合,形成自我平衡发展机制,推动城市形成持续创意能力。因此,完整的城市创意竞争力评价研究应该从“竞争环境——竞争过程——竞争结果”三个层面来进行。该模型框内的各种能力决定了竞争的过程,而框架外的基础设施、商务效率、政府效率、经济资本决定了竞争的环境。

城市创意竞争力的核心内涵应该是以城市内部创意要素(创意资源整合力、创意网络运行力、创意产品供应力、创意绩效表现力和可持续发展力)为核心,外部要素(创意环境支撑力)为支撑,在内外部因素的共同作用下,形成不断推动城市发展的持续的创造能力,进而建立经济发展方式转变基础之上的城市可持续发展能力。因此,城市创意竞争力的概念模型也可以概括地用函数表示为:

$$C = f(R, N, P, A, S, E)$$

C表示城市创意竞争力的水平,R、N、P、A、S、E分别代表创意资源整合力、创意网络运行力、创意产品供应力、创意绩效表现力、可持续发展力、创意环境支撑力等六个方面的构成要素。城市的持续创意能力由这六个合力共同支撑,是城市创意竞争力的核心要素。同时也应该看到,创意能力对城市发展的作用往往并不是立竿见影的,只能说,目前的城市发展水平为城市主体的创意行为提供了一定的资源和条件,而目前的城市发展水平其实是长期以来创意行为以及其他社会经济发展的一个共同产出。一个城市的经济发展水平越高,能够为创意行为主体提供的资源也就越丰富,越能够调动行为主体的创意积极性,使创意层出不穷,大量的创意不断的丰富提高城市的创意体系,不断的增强城市的创意综合竞争力,这一竞争力的提高又反作用于城市的经济发展,二者之间形成了一个有效的良性循环,彼此相长。

1.2 城市创意竞争力的基本特征

从上文对城市创意竞争力的定义可以挖掘其具有以下基本特征:

(1) 综合性。城市创意竞争力是由不同的能力要素组成的有机体,作为一个系统,其竞争力的强弱实际上是各个不同子要素的相互作用效果的具体表现。对于一个城市而言,要想提高其城市创意的竞争能力,就要从系统的角度出发,对不同的子要素进行有效的协调配置,使其充分发挥 $1 + 1 > 2$ 的效应。而不能只注重其中某一个方面,影响创意系统效果的发挥。

(2) 动态性。城市的发展是一个连续不断的动态的过程,这使得城市的竞争力以及作为城市竞争力重要组成部分的创意竞争力也处在不断的变化之中。也就是说,城市的动态演变特性同时决定了竞争力的动态演变特征。对于创意型城市而言,由于经济的发展处在不同的时期,行为主体的创意活动频繁程度是不同的,这就使得在城市发展的不同阶段,城市的创意竞争力也是有差异的。一般而言,随着创意型城市特征的不断突出,城市的创意竞争力会随之提高。

(3) 相对性。对于城市创意竞争力的相对性特征,主要体现在纵向和横向两个方面。从纵向角度来说,由于城市处于不同的发展阶段时,城市的创意程度不同,创意竞争力的水平也不同。所谓“衣食足而知礼仪”,在经济发展水平较高的环境中,行为主体有更高的积极性开展创造活动,形成创意集聚效应,扩大创意产出,城市的创意竞争力水平自然会处于较高水平。相反,在城市经济发展处于较低水平时,城市的创意竞争力水平就会较低。从横向角度来说,城市创意竞争力主要是在不同城市之间的比较,这种相对性在“竞争”一词中也可得到很好的体现。对于不同的城市而言,即使处于同一时期,由于城市发展的基础条件、自然禀赋、后天优势创造等存在的差异使得城市之间具有不同的竞争力,同时使得不同城市的创意竞争力也存在着一定的差异。因此,城市的创意竞争力只能说是在比较范围内的相对高低。

2 城市创意竞争力的构成要素

创意竞争力作为竞争力的一个分支,具有竞争力的一切共性。但是作为影响城市乃至国家创新力的一个重要指标,在长期的发展实践中,又逐步

形成了自身的特殊性、因此,依据城市创意竞争力概念模型和创意竞争力决定因素理论,把影响城市创意竞争力的因素概括为五个方面:

2.1 创意资源整合力

创意资源整合力,即城市对创意资源进行整合的能力。创意资源的整合力对实现创意经济的可持续发展起着至关重要的作用。城市根据自身所掌握的资源特点以及经济发展的宏观环境,将社会发展的诸多要素进行合理的配置,能够有效的解决要素稀缺等问题对城市发展的制约,从而为城市的长远发展提供动力。创意经济要想得到持久的发展,必须将其创意思维与市场进行有机的结合,促进创意思维向现实生产力的转化,扩大创意产出,反过来为创意经济的发展提供资本支持。在资源整合的过程中,人作为创意行为主体,是促进创意经济发展的主导资源。人充分发挥自身的聪明才智,将各种社会资源通过一定的生产及创造活动转化为促进经济发展的资本,实现了创意资本的积累。在这一生产创造的过程中,需要各种社会资源(比如技术、人力、文化、制度等)之间的相互参与、协调融合发展。

简言之,决定城市的创意竞争优势的最主要因素是创意源,而创意源的产生则是创意行为主体的智力资源与社会资源(技术水平、人文气息、自然环境等)相互作用的结果,这种相互作用促进了创意资本的转化,创意资本又通过创意产品的市场运作转化成社会生产力,实现价值增值(图2)。

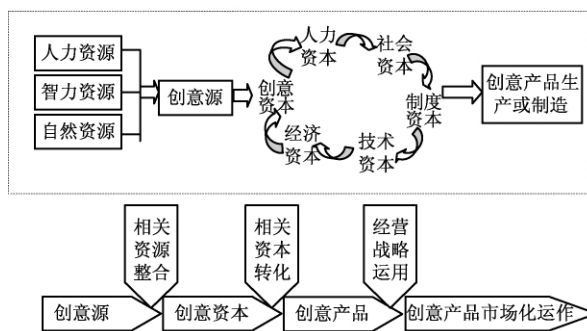


图2 创意资源整合力模型

资料来源:借鉴自方忠^[4]

2.2 创意环境支撑力

创意环境支撑力,可以理解为创意环境对于创意竞争力提升的支撑力度。即城市开展创意活动、发展创意经济是内外部多方面因素相互联系、相互

作用共同支撑城市发展的过程。创意环境主要是指一个城市能够为行为主体所提供的可以共享的资源和空间系统,在这个大的空间系统中,行为主体可以尽情的开展学习、创造、思想交流等活动^[5]。

创意环境有着文化和经济上的双重含义^[6]。从经济含义角度来说,创意环境主要是指不同企业通过创意行为的连接而成为市场价值链中的节点,众多的节点彼此联系,形成一个巨大的企业网络。在这个网络中,信息高速传播、高度共享,并且由于各个不同企业的功能不同,使得整个网络就像一个大型的实验基地,创意思想可以在这个网络中得到很直接的验证。从文化含义角度来说,创意环境主要是指不同城市的文化氛围。这种氛围为创意行为主体提供了广阔的空间,同时不断积聚本城市外部的有关人员涌入,增加创意行为的主体规模,更容易形成头脑风暴,创造更多的新思维、新产品^[7]。事实上,创意活动要想在城市发展中实现促进城市发展的作用,必须与城市经济发展中的生产活动以及人们的社会生活之间有机的结合起来,城市创意经济的发展不仅需要市场经营环境以及相应经费资本的支持,同时还与城市的教育发展程度以及传媒有关^[8]。这就是创意需要有相应的创意环境来培养的基本思想^[9]。

2.3 创意网络运行力

创意网络运行力,即创意活动的行为主体相互作用,形成了一个创意网络,创意行为主体通过彼此之间的相互作用力,维护创意网络的有效运转。实际上,创意行为主体由于其功能不同,其在创意网络中所扮演的角色以及发挥的作用也是有差异的。也恰恰是这种差异,使得创意网络具有一定的稳定性。一个城市提高创意竞争力、发展创意经济的关键在于培育规模宏大的创意群体。事实上,任何一个城市创意经济的发展都是从极少数人的创新开始的,随着越来越多人的加入,聚集成了较大规模的创意群体,通过充分发挥集体的创造力,形成了城市的创意经济^[10]。我们可以将这一创意群体分为三个方面:创意核心层、创意服务层和创意管理层。创意核心层主要是指创意的生产者,也可以成为创意源,如各行各业的设计师等;创意服务层主要是指为创意经济提供辅助支持的行业,如法律工作者等。而城市的管理者们作为城市创意的管理层,则需为城市创意活动的开展提供一定的政策法规保障和金融支持。这些处于不同创意层面、

具有不同功能、不同知识生活背景的行为主体共同编织了创意网络这一复杂有序的网状经济发展结构,并通过各自职能的发挥维护着创意网络的稳定及发展。

2.4 创意绩效表现力

创意绩效表现力,即市场竞争的显性(经济产出)和非显性(非经济产出)表现力。创意的经济产出(如GDP增值、贸易额、就业人数等)代表了城市创意经济的增长能力及其创造财富和就业的潜力,而非经济产出(如专利申请量等)表现创意活动的一般前景、生命力和活跃性。这两个方面共同描绘了社会创造力所达到的程度。

2.5 可持续发展力

在社会经济发展的大潮中,创意经济的发展并不是独立进行的,其发展水平受到城市自然生态条件、人文气息以及城市创意资源等多种因素的影响。而创意经济的产出又反过来作用于自然环境、社会等方面,二者之间是相互协调、相互促进的关系。因此,在发展创意经济的过程中,必须充分考虑资源的优化配置,实现整个城市经济系统的效益最大化。另外,还要特别注意创意经济的发展与城市居民社会生活相和谐,营造有利于不同文化族群和睦相处、鼓励社会融合的环境,促进城市的可持续较快发展^[11]。

3 城市创意竞争力构成要素影响机制分析

传统的城市经济学和区域经济学认为,城市竞争力的影响因素主要包括两个方面:资源优势和区位优势^[12]。事实上,随着一些传统老牌工业城市的衰落和新兴城市的大量崛起,人们发现,影响一个城市竞争力的因素并不仅仅局限在先天的资源禀赋上。创意经济的增长、资产的关键作用、各种社会因素等都是影响城市竞争力的因素。竞争力是一个耦合的作用力,是各种不同作用力的集合。竞争力既是一种能力,又必须是一种资源,是资源与能力的集合。结合对城市创意竞争力概念模型与基本特征的描述,城市创意竞争力可以简单地表述为一个命题,即:城市创意竞争力=创意资源整合力+创意环境支撑力+创意网络运行力+创意绩效表现力+可持续发展力。

城市创意竞争力是这五种能力要素有机结合构成的综合能力。在这五个能力要素中,创意资源整合力是基础、前提,否则“巧妇难为无米之炊”。而创意

环境支撑力是保障,创意网络运行力是核心。而前文城市创意竞争力概念模型中的创意产品供应力(图1),它是对所聚集创意资源的转化成果,可以衡量一个城市对创意要素资源的转换力,最后通过市场“惊险一跳”转换为城市的价值,实现价值的创造。由于创意产品/服务提供力只能测评一个城市的转换效率,但其转换的效能并无保证,因为很有可能其生产和服务不能有效地满足消费者的需求,这样的话就会造成资源的巨大浪费,而创意绩效表现力既是基于创意资源的转换效率,又能反映创意资源的转换效能,所以本文直接用创意绩效表现力来评价创意产品/服务供应力。创意绩效表现力是市场竞争的显性表现。而可持续发展力则是为了城市能够在尽可能长的时间里保持竞争优势,上述能力都是为城市竞争的最高目标服务的:提高和改善城市居民福利水平,这是竞争的结果。

具体说来,五种能力要素之间的内在逻辑关系是:创意主体在一定的创意环境支撑下,以创意网络的有效运行为保障,通过对创意资源的有效配置整合,将创意思想转化为创意成果(或称创意绩效)等现实生产力,并最终成为促进城市可持续发展的

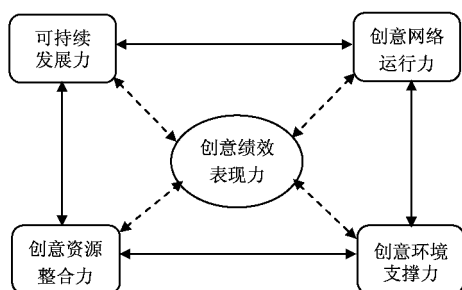


图3 创意竞争力构成要素理论模型

推动力。因此,本文在此基础上系统构建了城市创意竞争力决定因素理论模型(图3)。△

【参考文献】

- [1] Charles Landry. The Creative city: A toolkit for urban innovators. London: Earthscan publications 2000.
- [2] 香港特别行政区政府中英政策组. 香港创意产业基线报告[R/OL]. <http://sc.info.gov.hk> 2003.
- [3] 李永强. 城市竞争力评价的结构方程模型研究[M]. 成都: 西南财经大学出版社 2006.
- [4] 方忠, 张华荣. 城市创意指数评价体系研究[J]. 经济与管理, 2011(4).
- [5] Leadbeater C, Oakley K. The Independents: Britain's New Cultural Entrepreneurs [M]. London: Demos, 1999.
- [6] 黄琳, 张京成, 刘利永. 中国创意城市发展的困境与出路[J]. 中国软科学 2009(2).
- [7] Gertler M S. Creative Cities: What Are They For? How Do They Work, and How Do We Build Them? [R]. Ottawa: Canadian Policy Research Networks 2004.
- [8] 王志成, 陈继祥, 姜晖. 基于特征分析的城市创意经济发展支点研究[J]. 财经研究 2008(6).
- [9] Scott A J. Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions [J]. *Journal of Urban Affairs* 2006(1): 1-17.
- [10] Jayne Belnap, et al. The visitor Experience and Resource Protection Framework A handbook for planners and managers [A]. In: U. S Department of the Interior National Park Service Vol [C]. Denver Service Center, 1997.
- [11] Mario Polese, Richard Stern. The Social Sustainability of Cities: Diversity and the Management of Change. Toronto. University of Toronto Press 2000.
- [12] K. J. 巴顿. 城市经济学理论与政策[M]. 北京: 商务印书馆, 1984.

作者简介: 丛海彬(1978-), 男, 吉林洮南人, 浙江万里学院讲师, 在读博士, 研究方向: 创意产业, 创意城市。

收稿日期: 2011-12-20

The Research of the Conceptual Model of Cities Creative Competitiveness and Component Factors and Its Influence Mechanism

CONG Haibin, TUO Zhong

【Abstract】Cities creative have become the focus of attention in the academic community during recent years, but the research of competitiveness of cities creative is still rare. This paper defines the connotation of competitiveness of cities creative, Based on the experience of the advanced world of creative city, the paper analyses the component factors of competitiveness of cities creative and discusses the mechanism of the component factors of competitiveness of creative.

【Keywords】Creative; Competitiveness; Component Factors