

# 我国创意指数理论模型与测度指标体系研究

郭 永<sup>1,2</sup>, 郝渊晓<sup>1</sup>, 杨秀云<sup>1</sup>

(1.西安交通大学 经济与金融学院,陕西 西安 710061;2.西安理工大学 工商管理学院,陕西 西安 710054)

**摘 要:**在对国内外创意指数相关研究进行综述分析的基础上,构建了我国创意指数的理论模型。通过指标初选和修正两个阶段,设计了我国创意指数测度指标体系,分为3个层次、五大类、共23个指标。最后利用该体系对我国七大城市的创意指数进行了测度。

**关键词:**创意产业;创意指数;理论模型;指标体系

中图分类号:F276.44

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2009)19-0119-06

## 0 引言

创意产业(creative industry)的概念最早是由英国政府提出的。1998年,英国政府的创意产业工作小组在《英国创意产业报告》中将创意产业定义为:源于个人创造性、技能与才干,通过开发和运用知识产权,具有创造财富和增加就业潜力的产业<sup>[1]</sup>。

目前,全世界创意产业每天创造约220亿美元的经济价值,并以5%的速度逐年递增<sup>[2]</sup>,成为发达国家的“第四增长极”和软实力的体现<sup>[3]</sup>。作为具有知识密集性、强辐射性、强渗透性、高整合性和高附加值等特点的产业形态,创意

产业在实现我国经济增长方式的转变和可持续发展方面具有的重要意义,可与科技创新相提并论<sup>[4]</sup>,对于我国建设创新型国家也具有重大的战略意义。

创意产业的发展已经引起我国各地政府与学术界的高度重视。如何衡量创意产业的发展成为政府、专家学者要面对的首要问题。要定量评估创意产业的发展,就需要建立专门的指数来衡量。因此,构建创意指数是研究创意产业和创意经济的基础。

关于创意指数,目前学术界还没有一个公认的定义。本文界定的创意指数是指:基于城市的层面,以一定的理论模型为基础,通过构建影响创意产业发展的指标体系,运用统计学方

法材料;③评价材料由各学科专业评价小组评价;④学科专业评价小组对大学和科研机构所参评学科和专门研究领域的科研质量及科研影响分别给出评分;⑤科研评价的结果向所有大学和科研机构公布;⑥依据各大学和科研机构的科研质量及科研影响评分进行科研经费分配改革。

当然,基于国家主导的科研评价制度设计是一个庞大的体系,除了组织机构的健全、工作程序的设计之外,还涉及到一些具体内容,如各组织机构成员资格的确定、科研成果参评要求、科研评价结果等级的划分等。另外,还需要相关配套机构和制度,如建立国家科技发展信息中心,建立分学科的科研评价专家库,建立科研评价回避制度,科研评价公示制度等。

参考文献:

[1] DEPARTMENT OF EDUCATION, SCIENCE, TRAINING. Re-

search quality framework: Issues Paper [EB/OL]. [2007-05-06]. [http://www.dest.gov.au/NR/rdonlyres/E32ECC65-05CD-4041-A2B8-75ADEC69E159/4467/rqf\\_issuespaper.pdf](http://www.dest.gov.au/NR/rdonlyres/E32ECC65-05CD-4041-A2B8-75ADEC69E159/4467/rqf_issuespaper.pdf).

[2] TERTIARY EDUCATION COMMISSION. PBRF guidelines 2006 [EB/OL]. [2007-07-23]. [http://www.tec.govt.nz/upload/download/pbrf\\_2006\\_guidelines.pdf](http://www.tec.govt.nz/upload/download/pbrf_2006_guidelines.pdf).

[3] HIGHER EDUCATION AUTHORITY. The programme for re-research in third level institution: transforming the irish research landscape [EB/OL]. [2007-07-23]. <http://www.heai.ie/uploads/pdf/prtli.pdf>.

[4] 中华人民共和国信息产业部. 行政问责制 [EB/OL]. [2008-04-29]. [http://www.mii.gov.cn/art/2008/04/29/art\\_2441\\_37193.html](http://www.mii.gov.cn/art/2008/04/29/art_2441_37193.html).

[5] 连燕华, 马晓光. 试论科学研究评价的标准[J]. 研究与发展管理, 2002(1).

(责任编辑:王尚勇)

收稿日期:2008-08-21

基金项目:西安理工大学校级B类基金项目(107-210707)

作者简介:郭永(1978-),男,陕西三原人,助教,西安交通大学经济与金融学院博士研究生,西安理工大学工商管理学院助教,研究方向为产业经济;郝渊晓(1960-),男,陕西大荔人,西安交通大学教授,研究方向为产业经济;杨秀云(1968-),女,陕西澄城人,博士,西安交通大学经济与金融学院副教授,博士生导师,研究方向为产业经济。

法对相应的数据进行处理,得出用于度量城市创意产业的发展状况,并能与其它城市进行横向比较的定量结果。

### 1 创意指数研究综述

关于创意指数的研究可以追溯到对文化指数的研究。1997年,联合国社会发展研究所和教科文组织的《针对文化和发展的全球性报告:建立文化数据和指数》和 Beaker 的《地区文化发展的衡量和指数》是关于文化指数研究的代表。随着创意产业从文化产业中逐渐剥离出来,国内外政府和学者基于不同的指标体系对创意指数进行了研究,其代表性成果如下:

#### 1.1 欧洲创意指数

2002年,美国卡耐基梅隆大学教授理查德·佛罗里达(Richard Florida)提出了一套完整的、用以评估创意经济的新构架。在这一先驱性的研究中,理查德·佛罗里达<sup>[5]</sup>指出创意经济的增长是建立在“3Ts”的基础之上,即技术(Technology)、人才(Talent)以及包容(Tolerance)。之后,理查德·佛罗里达和泰内格莉<sup>[6]</sup>将“3Ts”构架应用于欧洲地区,提出了“欧洲创意指数”(ECI),见表1。

作为一项开创性的研究,欧洲创意指数对研究创意产业、经济增长和区域竞争力之间的动态关系贡献巨大,对全球创意比较研究也有着指导作用和深远意义。然而,由于欧洲创意指数是在欧洲社会发展现状的基础上构建的,将其应用于世界其它国家和地区,尤其是与欧洲经济社会发展水平差距较大的发展中国家和地区时,会出现指数适用性方面的问题。

#### 1.2 香港创意指数

2004年,香港特区政府委托香港大学文化政策研究中心,为香港创意指数设计一个框架,发表了《香港创意指数研究》。香港创意指数参考了国际上具有前沿性的创意衡量基准,尤其创造性地吸纳了理查德·佛罗里达创立的“3Ts”模型及其应用成果“欧洲创意指数”的精华,结合本地状况建立了“5C”模型,主要内容包括创意成果/产出

(Outputs/Outcomes of Creativity)和决定其增长因素的4种资本,分别是:结构/制度资本(Structural/Institutional Capital)、人力资本(Human Capital)、社会资本(Social Capital)和文化资本(Cultural Capital)<sup>[7]</sup>,这些决定性因素相互作用的累积效应是以创意成果或产出为表现形式的,见图1。

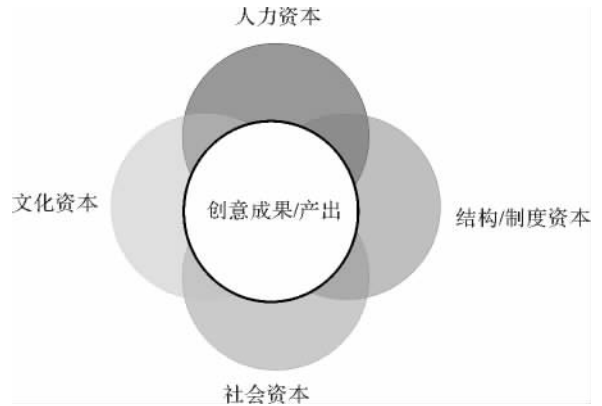


图1 香港创意指数“5C”模型

香港创意指数为香港的创意活力提供了评价基准,形成了一个可衡量香港经济中创意部门持续增长的综合指数,为香港创意部门的深度发展建立了一个数据库,并可为政府职能部门提供有关数据和建议,促进对策性方案的评估和制定,同时也成为对政府在创意方面支持度的评估或检测。但是,香港创意指数虽然涵盖了创意产业的相关环节,在创意供给、创意需求、创意分配方面都附有具体指标,却忽视了各要素之间的关系,而且有的指数难以量化,可操作性值得商榷<sup>[8]</sup>。

#### 1.3 上海创意指数

上海创意产业的发展在我国内地处于前列。2007年,上海创意产业中心发布了《上海创意产业发展报告》,介绍了上海创意指数的研究情况。上海创意指数是上海创意产业中心根据统计局公布的数据,组织国内外专家学者集思广益历时一年编制而成的。它既参考了欧美、香港等发达国家和地区的创意指数体系,又结合了中国国情和上海特点,是内地首个综合性的创意产业指标体系,填补了内地创意指数研究与应用的空白。它确定了5项与创意效益相关的指标,分别为产业规模、科技研发、文化环境、人力资源以及社会环境<sup>[9]</sup>。该研究不足之处主要有以下3个方面:第一,5项指标的选择缺乏相应的理论模型的支持;第二,直接对5项指标赋予相同的权重,缺乏理论根据且主观性过强;第三,该研究只能对上海市的创意产业发展进行测度,无法与其它城市进行横向比较。

综上所述,我们可以发现,通过创意指数可以直观地了解 and 观测创意产业的发展,以此为依据来制定相关政策,能更好地指导和促进创意产业的发展。此外,要构建适合我国实际情况的创意指数,首先需要构建用于支撑该指数的指标体系。以研究“创意城市”著名的英国学者 Charles Landry 强调,创意产业的推动少不了评价指标,因为指标让人必须正视问题,要求反思与不断思考,激发创意<sup>[10]</sup>。创意指数的测度指标体系是构建和计算创意指数的

表1 欧洲创意指数

欧洲创意指数	附属指标
人才指数	(1)创新阶层:统计创意职业(数据来源于国际劳工组织欧洲国家数据库) (2)人力资源指数:统计年龄在24~64岁并拥有学士或以上学位的人口比重 (3)科学人才指数:统计每1000名工人中研究人员和工程师的数量
技术指数	(1)创新指数:统计每百万人口中拥有专利的数量 (2)高科技创新指数:统计每百万人口中拥有高科技专利的数量 (3)研究与发展指数:统计在研究与发展上的投入占GDP的百分比
宽容指数	(1)态度指数:调查对少数人群的态度(基于“欧洲晴雨表调查”结果) (2)价值指数:调查一个国家的人民对如宗教、民族、执政当局、家庭、女权、离婚以及人工流产等问题的态度和价值取向 (3)自我表达指数:调查人们对自我表达、生活品质、民主、信任、休闲、娱乐和文化的态度

前提和基础,离开了指标体系,创意指数不但无法得到,而且也失去了其经济内涵。关于这一点从本文界定的创意指数的定义中也可看出。但是,从目前的研究现状来看,具有坚实的理论基础,并且具有与全国其它城市横向可比性的创意指数及其测度指标体系,在我国内地尚未建立。

在构建我国城市创意指数的测度指标体系时,一定要紧贴我国的实际情况,不能盲目照搬国外经验,必须考虑以下因素:第一,指标应体现创意经济的特征;第二,指标应建立在我国现行的行业分类及统计口径之基础上,确保数据的可获取性和客观性<sup>[11]</sup>;最后,也是最重要的,指标体系的设计必须建立在一定的理论模型的基础上。具有科学逻辑性的评价体系的建立,必须有一个具体指标所依赖的基本框架。如果说基本框架是评价指标体系的骨骼,理论模型就是基本框架的灵魂,只有理论模型才能把众多的评价指标组建成一个有机整体,形成真正意义上的指标体系<sup>[12]</sup>。

## 2 我国创意指数构建的理论模型

本文在分析国内外相关研究的基础上,结合我国的实际情况加以整合和调整,建立我国创意指数评价指标体系的理论模型。从系统论的观点来看,该模型由若干独立的组分构成,各组分共同组成一个整体,组分与组分之间以及组分与整体之间相互作用,共同形成一个有机的理论模型<sup>[13]</sup>。该模型的形成思路如下:

### 2.1 结合我国创意产业发展的现状

目前,创意产业在我国城市取得了一定的发展,国内

的大城市如北京、上海、青岛、杭州、深圳等都围绕着各具特色的创意产业制定了相应的发展规划,并就建设创意园区形成了政策驱动的产业集聚发展的态势<sup>[14]</sup>。我们有必要选取相应的指标对创意产业的发展现状作出反映,因此,“创意经济基础”构成理论模型的一个组分。

### 2.2 修正国外的研究成果

由于我国城市与欧洲城市的发展水平差距较大,“欧洲创意指数”中的宽容指数在我国没有相关统计口径,所以在构建我国创意指数时应去掉这一指标,而采用其它更切合我国具体情况的指标加以替代。在王志成、谢佩红和陈继祥的研究中提到了创意氛围和商务环境这两个指标<sup>[3]</sup>,结合对包容指数内涵的理解。我们认为,一个城市对创意产业的吸引力在很大程度上反映了城市的包容度,所以我们决定采用“城市吸引力”作为模型的一个组分。

### 2.3 综合国内外的共同研究成果

综合国内外学者的研究,我们可以看出,在影响创意产业发展的众多因素中,出现了很多的重叠和相似之处,在一定程度上可以相互转化、替换。例如,国内外研究中都强调人力资本对创意产业发展的重要性,尽管具体的名称存在差异,但还是从不同角度说明了人力资本在影响创意产业发展中的重要作用,所以本文采用“人力资本基础”作为模型的一个组分;又如,国内外学者都注意到了知识产权保护对于创意产业发展的重要性,所以该模型将“知识产权保护”作为另一个组分。

### 2.4 借鉴香港的研究成果

在香港创意指数中,结构/制度、人力、社会和文化资

表 2 我国城市创意指数测度指标体系(初选)

目标层	组分层	指标层	指标意义
创意指数	创意经济基础	人均 GDP	反映城市经济发展水平
		创意资本数额	反映创意产业发展基础
		创意产业部门数量	反映创意产业集聚
		创意产业消费占总消费的比重	反映创意产业消费水平
		创意产业园区数量	反映创意经济投资环境
		创意产品进出口额	反映创意产业外贸优势
	城市吸引力	政府对创意产业的投资金额	反映政府对创意产业重视程度
		创意产业政策	反映政府对创意产业重视程度
		城市开放程度	反映城市经济活力
		科技投入占 GDP 的比重	反映创新投入水平
	人力资本基础	高校在校人数	反映市民教育水平
		每万人科学家和工程师人数	反映创新和研发能力
		创意产业从业人数	反映创意产业发展规模
	知识产权保护	年专利申请数	反映知识开发能力及受保护程度
		年科技成果获得数	反映创新水平及成果受保护程度
		年外观设计申请数	反映设计水平及成果受保护程度
	创意成果/产出	创意产业总产值	反映创意产业产出水平
		创意产业总产值占 GDP 的比重	反映创意产业产出水平
创意产业年增长率		反映创意产业发展速度	
咨询策划类资产总额		反映创意产业内部行业发展情况	
电信软件类资产总额		反映创意产业内部行业发展情况	
设计服务类资产总额		反映创意产业内部行业发展情况	
科研教育类资产总额		反映创意产业内部行业发展情况	
休闲娱乐类资产总额		反映创意产业内部行业发展情况	
影视文化类资产总额		反映创意产业内部行业发展情况	
工艺时尚类资产总额		反映创意产业内部行业发展情况	
展演出版类资产总额		反映创意产业内部行业发展情况	

本这些决定性因素相互作用的累积效应是以创意成果或产出为表现形式的,这是香港创意指数的一个特色。本文认为,创意成果是创意产业的产出形式,可直接反映创意产业的发展,该因素不但重要而且必不可少,本文吸收了香港创意指数的这一优点,以“创意成果/产出”作为模型的组分之一,并且将其作为衡量城市创意产业发展的核心组分。其它的4个组分通过对创意成果这一核心组分的影响,来直接或间接地影响创意产业的发展。在创意成果这一核心组分的作用下,该模型各独立组分相互联系、相互影响,共同组成我国创意指数评价指标体系的理论模型,如图2所示。

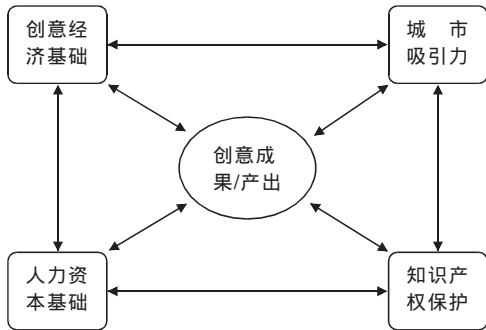


图2 我国创意指数理论模型

### 3 我国创意指数测度指标初选

根据上述我国创意指数理论模型,在对国内外创意指数测度指标体系进行广泛调研和深入分析的基础上,考虑到影响创意产业发展的关键要素和现实水平,按照创意产业所包含的层次结构,本文构建的我国创意指数支撑指标体系如表2所示。

(1)创意经济基础:作为一种高端产业形态,只有当城市的经济发展到较高水平时方能孕育出创意产业。该类指标主要反映城市创意产业的发展环境和基础,以及创意产业集聚状况。此外,创意产品的消费是创意产业发展的主要带动因素,创意产品的对外贸易则从国际竞争力角度反映了城市创意产业的发展。

(2)人力资本基础:该类指标主要反映创意阶层的综合素质与能力。在创意经济时代,创意阶层已成长为经济发展的关键要素和主要推动力。城市发展的关键在于城市社会环境的多样性、宽容性和创造性所吸引而来的创意阶层<sup>[15]</sup>,创意产业发展的优劣直接取决于创意阶层的创造力,人力资本基础的重要性由此可见一斑。

(3)城市吸引力:创意产业的发展与政府相关政策的支持密切相关,如果说城市创意经济基础是创意产业发展的硬环境,政府相关政策则是创意产业发展的软环境。事实证明,在创意产业发展初期,政府对创意产业的重视程度越高、引导方向越明确、创造的环境越优越、相关政策保障越到位,创意产业的发展就具有更大的优势,就能吸引更多的创意阶层,从而形成良性循环发展态势。

(4)知识产权保护:知识产权保护状况是一个城市文

明水平和精神内涵的重要组成部分,保护知识产权就是保护创新能力。创意产业的核心是知识产权的保护、利用与开发<sup>[16]</sup>,创意成果很大程度上要依靠对知识产权的保护才能得以发展,通过保护创意劳动者的权益,可以促进创意转化为产品。因此,知识产权制度是激励创新、保护原创的重要手段,在创意产业发展中起到决定性作用。

(5)创意成果/产出:香港创意指数研究中,在对创意成果和产出衡量时提取了许多创意产业代表性行业的发展数据,诸如博物馆的数量,影片的出版数,旅游收入等。但是,这些行业并不能代表整个创意产业的发展,在一定程度上具有局限性和狭隘性,所以我们尝试选取能全面代表创意产业内部发展情况的相关指标。张京成<sup>[17]</sup>通过借鉴发达国家和地区创意产业范围界定的经验,结合我国国情和2002年国家统计局公布的《国民经济行业分类标准》(GB/T4754-2002),确立了以提高我国自主创新能力、促进产业结构调整和经济增长方式转变为主要目标的创意产业范围界定体系,该体系分为8个大类,具体为:影视文化类、电信软件类、工艺时尚类、设计服务类、展演出版类、咨询策划类、休闲娱乐类和科研教育类<sup>[17]</sup>。该类指标深入到创意产业内部,分类别对创意产业的发展作出反映,具有较强的科学性和系统性,并且能实现与我国国内统计口径的直接对接,在我国关于创意产业行业范围的研究中颇具影响,所以本文将这八大类产出全部作为衡量创意成果的具体指标。

综上所述,本文建立了一个由3个层次、五大类、若干个三级支撑指标构成的测度我国城市创意指数的指标体系。第一层(目标层)为创意指数,直接反映创意产业的发展水平;第二层(组分层)从5个方面分别描述了创意经济基础、城市吸引力、人力资本基础、知识产权保护和和创意成果/产出,与理论模型相对接;第三层(指标层)为五大组分的支撑指标,与国内统计口径直接对接。

### 4 我国创意指数测度指标体系修正

上述我国创意指数测度指标体系涵盖的范围较广,较为完备,分类指标设置具有相当的代表性,能够全面反映创意产业的发展水平。但是,实际中存在某些指标的相关性较强、某些指标的统计数据难以获得等问题。考虑到该指标体系的获取性和可操作性,以保证进行具体的利用和测度,本文采用下面的方式进行指标体系的修正。

(1)去除相关性较强的指标。通过分析可以发现,某些指标间的相关性较强,如创意经济基础组分中,创意产业总产值和创意产业产值占GDP的比重具有较强的相关性,因此只保留一项指标即可反映该指标所涵盖的内容和范围。在取舍时,本文保留相对指标而去除绝对指标,从而尽量消除城市经济规模的不同对测度结果的影响。

(2)将无法获得的指标以相近指标替代。在进行实际统计数据的收集时发现,一些指标的统计数据无法获得或难以获得。进一步分析发现,在现有的统计资料中,有着与

表 3 我国城市创意指数测度指标体系(调整后)

目标层	组分层	指 标 层	指 标 意 义	
创意指数	创意经济基础	人均 GDP	反映城市经济发展水平	
		创意产业部门数量	反映创意产业集聚	
		文化产业消费占支出的比重	反映创意产业消费水平	
		创意园区或高新区数量	反映创意经济投资环境	
	城市吸引力	政府对创意产业的投资金额	反映政府对创意产业重视程度	
		城市开放程度	反映城市经济活力	
	人力资本基础	科技投入占 GDP 的比重	反映创新投入水平	
		每万人在校大学生人数	反映市民教育水平	
		每万人科学家和工程师人数	反映创新和研发能力	
	知识产权保护	创意产业从业人数	创意产业从业人数	反映创意产业发展规模
			人均年批准专利数(件/万人)	反映知识开发能力及受保护程度
			年科技成果获得数	反映创新水平及成果受保护程度
		创意成果/产出	年外观设计申请数	反映设计水平及成果受保护程度
			创意产业总产值占 GDP 的比重	反映创意产业产出水平
			创意产业年增长率	反映创意产业发展速度
			咨询策划类资产总额	反映创意产业内部行业发展情况
			电信软件类资产总额	反映创意产业内部行业发展情况
			设计服务类资产总额	反映创意产业内部行业发展情况
			科研教育类资产总额	反映创意产业内部行业发展情况
休闲娱乐类资产总额	反映创意产业内部行业发展情况			
影视文化类资产总额	反映创意产业内部行业发展情况			
工艺时尚类资产总额	反映创意产业内部行业发展情况			
展演出版类资产总额	反映创意产业内部行业发展情况			

它们相近的指标和统计数据,虽然不能直接反映创意产业的发展情况,却是现实条件下的最佳替代。在这种情况下,本文用这些指标来替代原有指标体系中的相应指标。如创意产业消费占支出的比重可以替换为文化产业消费占支出的比重;另外,虽然目前国内有些城市建立了专门的创意产业园区,但尚有部分城市将创意产业直接引入高新技术产业开发区来发展,鉴于此种现状,创意产业园区的数量可以用创意园区或高新区的数量来替代。

(3)将无法获得且无法替代的指标除去。比如在创意经济基础组分中,无法得到创意资本数额具体的数据,创意产品进出口额也因我国海关尚未建立创意产品的统计口径,数据无法获取,所以除去该指标;在城市吸引力组分中,相关法律政策的支持无法测度,所以去掉该指标。

经过以上调整,本文得到了调整后的我国创意指数测度指标体系,如表 3 所示。

## 5 实例分析

本文选取北京、上海、天津、重庆、广州、杭州和西安 7 个城市作为研究样本,这七大城市均为我国创意产业发展基础较好的城市,且在经济发展程度和地域分布上具有代表性。利用《2007 中国城市统计年鉴》,以上各城市 2007 年的统计年鉴及《2007 中国创意产业发展报告》中的数据,本文基于上述创意指数测度指标体系对七大城市的创意指数进行计算。

创意指数的计算可采用指数法、熵值法、综合评价法、模糊评价法、因子分析法、层次分析法等方法。本文用 SPSS16.0 对原始数据进行 KMO 检验,检验值为 0.776,表明适合进行因子分析;同时,巴特里特球形检验测度值中

Approx. Chi-Square 为 679.325,伴随概率约为 0,小于显著性水平,相关系数矩阵不可能是单位矩阵,也表明适合进行因子分析。因此,本文利用因子分析法对七大城市的创意指数进行测度。

在对原始数据进行标准化处理后,根据特征值大于 1 的标准,从 23 个指标中提取 4 个主因子,这 4 个主因子累计方差贡献率大于 95%,代表了原始变量的绝大部分信息。对初始因子载荷矩阵进行方差最大旋转,采用回归法求出因子得分函数并分别计算 4 个主因子的得分,最后以每个主因子的方差贡献率为权重,计算出七大城市的因子综合得分如表 4 所示。

表 4 各主因子得分及综合得分

	第一主因子	第二主因子	第三主因子	第四主因子	综合得分
北京	1.70851	1.36041	-0.45757	0.27905	1.375224
上海	0.99297	-1.79935	-0.4837	-0.68251	0.363176
天津	-0.56427	-0.08606	-0.25861	1.74293	-0.33694
重庆	-0.96953	-0.18148	-1.24636	0.15764	-0.7924
广州	0.0613	-0.23213	1.85935	0.2449	0.162951
杭州	-0.41742	0.0352	0.68522	-0.2321	-0.24779
西安	-0.81156	0.90342	-0.09833	-1.50991	-0.52422

由于综合得分数值有正有负,不利于对各个城市进行对比分析。我们利用式(1)对综合得分进行极差变换:

$$CI = \frac{X_i - \min X_i}{\max X_i - \min X_i} \quad (1)$$

CI 表示创意指数 (Creative Index),  $X_i$  表示综合得分,  $\min X_i$  表示综合得分中的最小值,  $\max X_i$  表示综合得分中的最大值。极差变换的特点是:变换后的数据为相对指数,在样本总体中,创意产业发展程度最高的城市指数值为 1,发展程度最低的城市指数值为 0,其它城市的指数值在

0~1 之间变动,便于横向比较。变换后得到的七大城市创意指数见表 5。

表 5 七大城市创意指数及排名

	创意指数	排名情况
北京	1	1
上海	0.533	2
天津	0.210	5
重庆	0	7
广州	0.441	3
杭州	0.251	4
西安	0.124	6

## 6 结语

本文构建的我国创意指数测度指标体系具有相关理论基础,突出体现了不同城市的发展水平、基础设施、人才储备、创意成果等反映创意产业发展水平的最重要的因素,而且指标可直接与我国统计口径对接,使得创意指数的计算便于操作。由于该指标体系是基于我国国情和城市发展的现状而专门构建的,所以对于测度我国城市创意产业的发展水平具有更大的适用性。利用该指标体系对我国城市创意指数进行测度,对于评估我国城市创意产业发展水平,明确自身优劣势和所处的位置,进一步提出促进创意产业发展的相关对策建议具有指导和借鉴意义。

### 参考文献:

- [1] UK.The Creative Industries Task Force[R].Creative Industries Mapping Document,1998.
- [2] HOWKINS JOHN. The Creative Economy:How People Make Money from Ideas [M]. London:Allen Lane,The Penguin Press,2001.
- [3] 王志成,谢佩洪,陈继祥. 城市发展创意产业的影响因素分析及实证研究[J].中国工业经济,2007(8).

- [4] 厉无畏,王慧敏.创意产业促进经济增长方式转变——机理模式路径[J].中国工业经济,2006(11).
- [5] RICHARD FLORIDA. The Rise of Creative Class:And How It's Transforming Work,Leisure,Community and Everyday Life[M]. New York:Basic Books,2002.
- [6] RICHARD FLORIDA. And Irene Tinagli, Europe in the Creative Age[M]. New York:Basic,2004.
- [7] HK. Baseline Study on Hong Kong's Creative Industries——A Study On Hong Kong Creativity Index[R].2004.
- [8] 隋新,张永庆.创意产业研究理论述评[J].经济问题探索,2008(2).
- [9] 上海创意产业中心.上海创意产业发展报告[M].上海:上海科学文献技术出版社,2006.
- [10] LANDRY,CHARLES,COMEDIA(FIRM). The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators[M]. Earthscan Publications, 2000.
- [11] 柴越尊. 我国创意产业评估统计指标体系研究[EB/OL]. (2007-11-13) <http://info.feno.cn/2007/110315/c000096085.shtml>.
- [12] 祁述裕.中国文化产业国际竞争力报告[M].北京:社会科学文献出版社,2004.
- [13] 冯·贝塔朗菲. 一般系统论:基础、发展和应用[M].北京:清华大学出版社,1987.
- [14] 胡彬.创意产业价值创造的内在机理与政策导向[J].中国工业经济,2007(5).
- [15] R FLORIDA. Cities and the Creative Class [M]. New York: Routledge,2005.3-9.
- [16] 潘谨,陈媛.创意产业知识产权中介服务质量满意度评价指标体系的构建 [J]. 科学学与科学技术管理,2007(6): 171-173.
- [17] 张京成.2007 中国创意产业发展报告[R].北京:中国经济出版社,2007.

(责任编辑:陈晓峰)

## Study on the Theory Model and Measurement System of China's Creative Index

Guo Yong<sup>1,2</sup>, Hao Yuanxiao<sup>1</sup>, Yang Xiuyan<sup>1</sup>

(1.School of Economics and Finance, Xi'an Jiaotong University, Xi'an 710061, China;  
2.School of Business Administration, Xi'an University of Technology, Xi'an 710054, China)

**Abstract:**On the basis of reviewing and analyzing of the domestic and foreign study of creative index, the paper constructs the theory model of our nation's creative index. Through two stages of primary selection and modification, designs a framework of measurement system of creative index, which is arranged in three levels, five categories and has twenty-three indexes altogether. Using this measurement system, the paper measures the creative index of seven big city in our nation.

**Key Words:**Creative Industry; Creative Index; Theory Model; Measurement System