

# 创意产业的创造力模型及其实证研究

——以山东省为例

殷永萍<sup>1,2</sup>

(1. 东华大学 旭日工商管理学院, 上海 200051; 2. 山东师范大学 政法学院, 山东 济南 250014)

**摘要:** 创造力是影响创意产业发展的一个关键因素。在综述了创造力理论文献的基础上, 结合创意产业的新特点, 提出了一个整合个体创造力、团队创造力、园区合作创造力的创造力模型框架, 并以山东省多家创意企业为调研对象, 通过专家访谈法和问卷调查法, 对模型及创造力影响因素进行了实证分析, 为创意产业快速提升创造力提供了理论和实践参考。

**关键词:** 创意产业; 个体; 创造力; 团队创造力; 园区合作创造力

**DOI:** 10.3969/j.issn.1001-7348.2011.07.033

**中图分类号:** G124

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1001-7348(2011)07-0148-04

## 0 引言

文化创意产业界有一个非常形象的比喻, 称“文化将是资本市场的最后一个富矿”。2009年, 北京市的文化创意产业增加值为1497亿元, 占GDP比重12.6%, 增速达11.2%, 提前实现了“十一五”规划中确定的“文化创意产业增加值占GDP比重超12%”的目标; 上海市的创意产业总值为3900亿, 占全市GDP的7%以上。虽然我国创意产业发展势头迅猛, 但与美国、韩国、日本等国家仍然存在着巨大的差距。如动漫产业, 据2008年底的统计数据, 我国年动漫节目的需求量为180万分钟, 而目前国内播出的动漫作品每年只有2万分钟, 不足实际播出量的1/10, 且大量依赖进口。而文化产业人才的匮乏、创造力低下和人才培养的混乱是其重要的制约因素。向勇(2008)、何颖(2008)、吴莹

(2007)、姜文学(2008)、董城(2008)等综述了人力资源中存在的问题, 研究表明我国创意人才缺乏、高端创意人才缺失、原创力不够。如何提高创意人才的创造力, 是困扰我国创意产业发展的一大难题。本研究首先回顾了创造力的影响因素, 然后归纳出影响创意产业创造力发挥的主要因素, 并选取山东省多家创意产业园区的创意人才为调查对象, 对影响创造力的因素进行了归纳总结, 构建了创意产业的创造力模型, 从而为创意产业培养人、加速创意产业发展提供理论指导。

## 1 创造力文献回顾

自Guilford在1950年的演讲报告中明确提醒人们关注创造力这个重要的品质后, 众多的心理学家或组织行为学家随后开始了对创造这个特殊心理过程的研究。

- [13] ADKINS LEE C, RONALD L MOOMAW, ANDREAS SAVVIDES. Institutions, freedom and technical efficiency[J]. Southern Economic Journal, 2002, 69(1): 92-108.
- [14] WANG YAN, YAO YUDONG. Sources of China's economic growth 1952—1999: incorporating human capital accumulation[J]. China Economic Review, 2003, 14: 32-52.
- [15] 岳书敬, 刘朝明. 人力资本与区域全要素生产率分析[J]. 经济研究, 2006(4): 90-96, 127.
- [16] 薛敏. 技术转移效率的评价指标体系[J]. 科技进步与对策, 2007(3): 126-128.
- [17] LOVELL C A K, P VANDEN ECKAUT. Frontier tales: DEA and FDH[A]//Mathematical modelling in economics essays in honor of wolfgang eichhorn, Berlin, 1993.
- [18] 赵自芳, 史晋川. 中国要素市场扭曲的产业效率损失——基于DEA方法的实证分析[J]. 中国工业经济, 2006(10): 40-48.
- [19] 张军, 吴桂英, 张吉鹏. 中国省际物质资本存量估算: 1952-2000[J]. 经济研究, 2004(10): 35-44.

(责任编辑: 万贤贤)

收稿日期: 2010-07-26

基金项目: 教育部人文社会科学研究基金项目(09YJC60031)

作者简介: 殷永萍(1979—), 女, 山东潍坊人, 东华大学旭日工商管理学院博士研究生, 山东师范大学政法学院讲师, 研究方向为创意产业、人力资源。

### 1.1 创造力的界定

早期,研究者将创造力当作一种个性特质,或者一般能力。Wallas认为创造是一种心理思考过程(Wallas,1926)。随后,学者从不同的角度对创造力进行定义:有些从“个人特质”出发,认为“创造力涉及需要个体自己计划和架构的活动”(Gullford,1950)<sup>[1]</sup>;有些从“历程”的角度界定,认为创造力是一连串的思考历程(Torrance,1974)<sup>[2]</sup>;有些从“产品”的方向思考;还有些从“交互作用”的角度进行阐释(Gardner,1988;Sternberg,1988;Sternberg & Lubart,1996)。被广大学者接受的定义来自于Amabile的解释,即“创造力是一种个人特质、认知能力与社会环境的特定组合”<sup>[3]</sup>。

### 1.2 创造力影响因素的分析

自Amabile对创造力的定义得到公认后,陆续很多学者对创造力展开了全方位的研究。综合前人研究,影响个体创造力的因素有个体特征、思维模式、心理因素。Woodman认为个体创造力是受人格因素、认知风格与能力、相关任务领域技能、动机和社会情境影响的一种功能<sup>[4]</sup>;Oldham和Cumings发现除个人因素(与创造力有关的个体特征)和情境因素(任务复杂性、支持性与非约束性)两个因素,创造性的思考还可能受到许多因素的影响<sup>[5]</sup>;1999年,Mcfadzean从思维模式出发,提出一个群体的创造性生产力受到以下变量的影响,即判断、惯性、联想、激励和表达;Zhou和George指出领导者在培育和唤醒组织成员的创造力方面发挥了至关重要的角色<sup>[6]</sup>;Amabile认为内在动机是驱使人们进行创造力思维的源泉,它可能以好奇心、自我表现潜能、矛盾解决和有助于他人等为基础,但内在动机的这些方面是如何影响创造行为则有待进一步的研究<sup>[7]</sup>;2003年,Zhou jing用实证的方法,证明了内在动机对创造力的中介作用<sup>[8]</sup>。还有部分学者从领导者的角度诸如支持,进行了相关研究。Mumford在对主管支持进行的研究中,将其划分为3个方面,即想法上的支持、工作上的支持和社会关系的支持,并且认为上级主管想法上的支持会影响员工的创造力<sup>[9]</sup>;而Amabile则认为知觉领导支持会在一定程度上影响员工的创造力<sup>[10]</sup>。

### 1.3 创造力模型的研究

目前,研究者认识到创造力是复杂的心理现象,应将创造力看作是一种认知、人格和社会多层面因素的集合体。Amabile在1987年提出了创造力的三成分模型,认为创造力是工作动机、相关领域的技能、相关创造力的技能相互作用的结果<sup>[11]</sup>;Sternberg在其“智力三元理论”的基础上,提出了包括智力、智力风格、人格三位一体的“三侧面模型”<sup>[12]</sup>;Feldnhusen提出,创造力包括3个方面——知识基础、元认知技能和人格元素,即获得创造力应具备一个广泛的知识基础及特定领域

的技能、一套加工新信息和使用原有知识基础的元认知技能,以及一系列态度、禀赋、动机等人格因素<sup>[13]</sup>。

### 1.4 创造力研究的新领域:合作创造力

20世纪80年代后,有些学者开始了对团队创造力的研究,具体表现在对团队创造力理论的探索和测评工具的开发等(邓雪梅,2005)<sup>[14]</sup>。既有的研究表明,承诺是影响团队创造力的重要因素之一,但是承诺的不同维度对创造力所起的作用也不一样。王端旭等以IT行业为调研对象、以知识共享作为中间变量,分析了团队承诺对研发人员创造力的影响,所作出的假设全部得到了支持。他们认为,企业可以通过与员工分享团队目标与价值观、员工的知识共享行为提升其创造力<sup>[15]</sup>。

团队创造力扭转了个体研究的局限,为合作创造力的研究提供了基础。张景涣等对团队创造力、合作创造力进行了详细的对比研究,指出两者的研究对象不同、研究重点不同,合作创造力的研究领域和范围更加丰富,并提出了合作创造力研究的几个核心问题:个体及群体的同一性、个体动机与联合动机、影响合作创造成效的个人因素等<sup>[16]</sup>。

## 2 创意产业的创造力模型

日前一项针对中小企业的调查报告显示,我国注册的中小企业约4000万家,平均寿命仅为2.9年。创意产业属于知识密集型产业,从业企业多为中小企业。为提高从业企业的竞争力,创意企业必须联合起来。而创意产业园区作为创意企业的平台,发挥了较好的集聚优势。创意产业集聚区能提升创新能力,增强创意产业的竞争压力或动力,形成激励机制,积累创意产业的知识资本与人力资本等<sup>[17]</sup>。至此,北京市文化创意产业集聚区已达23个,上海共成立了81个。创意产业园区内创意企业集团作战、提高竞争创新的能力已得到了实践的证明。

### 2.1 影响因素界定

综合前人的研究,结合创意产业的特点,我们对影响人力资源创造力的因素进行了归纳,分为3个层面:个体、团队、园区企业合作。影响个体创造力的因素包括动机、激励、相关领域内的技能、任务的复杂性等;影响团队创造力的因素为团队分工、承诺、知识共享、团队成员的技能;影响产业园区内创造力的因素为合作技能、知识共享、价值观。

### 2.2 创意产业的创造力概念模型

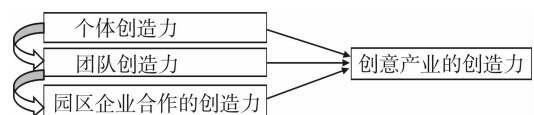


图1 创意产业的创造力模型

### 2.3 研究方法

首先,通过专家访谈法,选取了15位专家对影响创意产业创造力的因素进行了权重打分,淘汰了权重最小的两个因素,即任务的复杂性以及团队成员的技能。其中,任务的复杂性仅占3%,团队成员的技能占4.5%。

#### 2.3.1 假设研究

本研究选取个体创造力、团队创造力、园区企业合作创造力3个维度,考察其对创意人创造力的影响。根据文献,本研究认为,个体创造力、团队创造力、园区企业合作创造力3个方面相互影响,共同构成创意企业创造力的影响因素,并通过如下假设加以验证:

假设1:个体的动机、激励、技能与创造力有显著的相关关系

假设2:上级领导支持程度、知识共享、承诺与团队整体的创造力有显著的相关关系

假设3:园区内创意企业之间的合作技能、知识共享、价值观相似度与创意企业团队的创造力有显著相关关系

#### 2.3.2 研究方法

本研究选取山东省内创意产业发展较快的两大城市青岛、济南为对象,调查样本选青岛市创意100产业园、创意1919产业园以及济南市数娱大厦创意产业基地。采取问卷调查的方法收集样本,共发放问卷120份,回收问卷85份,整体问卷的有效回收率为79%。其中,参与调查的员工中男性占41.2%,女性占58.3%,平均年龄24岁,平均工作时间2.2年。

根据相关研究,本研究选取员工性别、年龄、婚姻状况、学历、公司从业时间5个人口统计变量作为控制变量,选取了影响创造力的动机、激励、支持程度、知识共享、价值观、合作程度等作为自变量,进行分析。

## 3 研究结果

### 3.1 个体创造力的影响因素分析

表1分析了假设1的回归结果,自变量为动机、激励、技能,因变量为个体创造力。表中, $F > 3.84$ ,表明上述因素与创造力之间有显著的相关关系。

### 3.2 团队创造力的影响因素分析

表2分析了假设2的回归结果,自变量为领导者的支持、知识共享、承诺,因变量为团队创造力。团队创造力与3个自变量之间的回归系数分别为0.792,0.910,0.819。假设2得到验证。

### 3.3 园区企业合作创造力的影响因素分析

表3分析了假设3的回归结果,自变量为合作技能、知识共享、价值观的相似程度,因变量为园区企业

合作创造力。表4显示合作技能的概率大于0.1,于是剔除掉该变量,修正假设3,作假设4。

表1

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.351	3	0.784	63.575	0.200(a)
	Residual	47.759	96	0.497		
	Total	50.110	99			
2	Regression	2.254	2	1.127	82.285	0.107(b)
	Residual	47.856	97	0.493		
	Total	50.110	99			
3	Regression	1.340	1	1.340	92.692	0.104(c)
	Residual	48.770	98	0.498		
	Total	50.110	99			
4	Regression	0.000	0	0.000	0.0	0.0(d)
	Residual	50.110	99	0.506		
	Total	50.110	99			

其中,预测因子a包括动机、激励、技能;b包括动机、技能;c包括动机;d包括没有;e为因变量—个体创造力

表2 团队创造力的影响因素

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	知识共享	0.792	1.263
	承诺	0.910	1.099
	领导者的支持	0.819	1.221
2	知识共享	0.922	1.084
	承诺	0.922	1.084
3	知识共享	1.000	1.000

表3

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	知识共享	0.993	1.008
	价值相关性	0.997	1.003
	创造力	0.995	1.005
2	知识共享	0.997	1.003
	价值创造力	0.997	1.003

表4

Model		Beta In VIF	Collinearity Statistics	
			Minimum Tolerance	VIF
2	创造力	-0.069(a)	1.005	0.993

Table4 Excluded Variables(b); a Dependent Variable: creativity; value similarity, knowledge sharing; b Dependent Variable: creativity; Table3 Coefficients(a); a Predictors in the Model; (Constant)

假设4:知识共享和价值观相似程度与园区企业合作创造力紧密相关。剔除该变量后,变量间的相关度改变很少。从图2可以看出,上述自变量与因变量密切相关,假设4得到支持。

## 4 结论与讨论

本研究还就创意企业的报酬形式、创意人才所需要的能力进行了统计,结果如下:绝大部分企业充分注意到了多样化的报酬形式对创意人才的激励作用,且正在探索更有效的激励方式,从而提高创新人才的创造动力;创新人才需具备的能力集中在质疑力、社群力

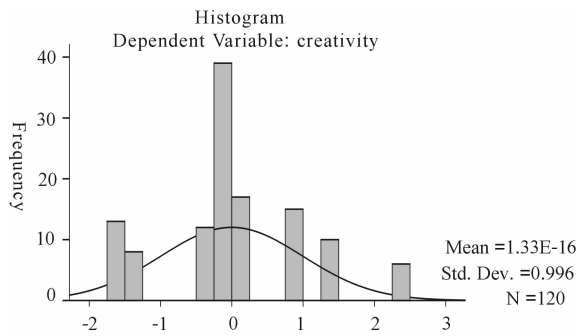


图2 Regression Standardized Residual

和联想力3个方面。

本文通过对影响创意企业创造力的因素进行了研究,概括出了包括个体创造力、团队创造力、园区合作创造力的创造力模型,希望探索出一条适合创意产业人力资源的创新之路。

#### 参考文献:

- [1] GUILFORD J P. Creativity[J]. American Psychologist, 1950 (5): 444-454.
- [2] TORRANCE EP. Torrance tests of creative thinking[M]. Lexington, MA: Personal Press, 1974.
- [3] AMABILE JM. The social psychology of creativity: a componential conceptualization[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1983, 43: 357-377.
- [4] AMABILE. Motivating creativity in organizations[J]. California Management Review, 1987: 80-92.
- [5] OLDHAM G R, CUMMINGS A. Employee creativity: personal and contextual factors at work[J]. Academy of Management Journal, 1996(39): 607-634.
- [6] ZHOU J, GEORGE J M. Awakening employee creativity: the role of leader emotional intelligence[J]. The Leadership Quarterly, 2003, 14: 545-568.
- [7] AMBILE J M. A model of creativity and innovation in organizations, research in organizational behavior[J]. Greenwich, 1988: 123-167.
- [8] SHUNG JAE SHIN, ZHOU J. Transformational leadership, conservation, and creativity: evidence from Korea[J]. Academy of Management Journal, 2003, 46(6): 703-714.
- [9] MICHAEL D MUMFORD, GINAMARIE M SCOTT, BLAINE GDAAOS JILL M. Strange leading creative people: orchestrating expertise and relationships[J]. The Leadership Quarterly, 2002 (13): 705-750.
- [10] TERESA M. AMABILE, ELIZABETH A. SCHATZEL, GIOVANNI B. MONETA, STEVEN J. KRAMER. Leader behaviors and the work environment for creativity: perceived leader support[J]. The Leadership Quarterly, 2004 (15): 5-32.
- [11] TANG H K. An integrative model of innovation in organization [J]. Technovation, 1998, 18(5): 297-309.
- [12] STERNBERG R J. & LUBART T I. The concept of creativity: prospects and paradigms[M]. The Handbook of Creativity, Cambridge University Press, 1998.
- [13] JFFELDNHUSEN, CREATIVITY. A knowledge base, metacognitiv skills and personality factors[J]. Journal of Creative Behavior, 1995, 29(4): 255-268.
- [14] 邓雪梅, 试论团队创造力研究与创造心理学的理论转向[J]. 心理科学, 1998, 28(5): 1277-1278.
- [15] 王端旭, 团队承诺影响研发人员创造力的实证研究: 知识共享为中介变量[J]. 科学学与科学技术管理, 2009(12): 184-187
- [16] 张景涣. 创造力研究的新领域: 合作创造力[J]. 心理科学进展, 2010(18): 84-90.
- [17] 石杰, 司志浩. 文化创意产业概论[M]. 北京: 海洋出版社, 2008.

(责任编辑: 胡俊健)

## Creativity Model of Human Resources in Creative Industries and Empirical Study

—With the Case of Shandong Province

Yin Yongping<sup>1,2</sup>

(1. Glorious Sun School of Business and Management, Donghua University, Shanghai 200051, China;

2. School of Political Science and Law, Shandong Normal University, Jinan 250014, China)

**Abstract:** The creativity of human resources is a key factor determining the development speed of creative industries. Reviewing the theoretical literature of the creativity of human resources, combining with the new characteristics of the creative industries, this paper brings forward a creativity model framework integrating the three aspects of individual creativity, team creativity and park cooperative creativity. Taking a number of creative enterprises in Shandong Province as the research object, through expert interviews and questionnaires, this paper empirically analyses the affecting factors on the proposed model and the creativity, providing the theoretical and practical guidance for the human resources in creative industries to quickly enhance the creativity.

**Key Words:** Creative Industries; Human Resource Management; Creativity; Team Creativity; Cooperation Creativity in Zone