

浙江创意城市评价、定位及建设

陈汉轮 倪蔚颖 励宇辉

摘要:运用 5 个一级、12 个二级创意指数指标对浙江的 11 个城市进行创意城市评价,得出目前创意城市的指数,根据这一指数浙江可在创意城市建设上有所作为,并给各个创意城市作出了相应的定位,再根据浙江创意城市建设的限制性因素,提出了构建创意城市的三条路径。

关键词:创意城市;创意产业;区域经济;浙江经济;长三角

中图分类号:F127. 55 文献标识码:A 文章编号:1008-6781 (2013)05-0027 - 08

发展文化创意产业对于经济从资源、投资驱动的增长方式向内生性的效益、创新型的增长方式转变,优化产业结构,促进居民消费结构升级,具有强大的后发优势。近年来,从中央到地方相继出台了相应政策,鼓励创意产业的发展。创意产业的发展,带动了建设创意城市的口号也不断高涨。然而,创意城市并不是口号式的城市建设理念,它是新型城市建设融合创意产业发展,以反哺城市综合竞争力提升的发展新趋向。构建和发展创意城市是实现城市可持续发展、改善城市环境和提升城市形象的有效途径。英国经济学家坎农指出,建设创意型城市,不仅可以吸引文化创意人才和组织团体进驻城市,更能够以创意的方法解决当代都市发展遇到的种种实质性矛盾与难题(如都市传统经济产业衰退、缺乏集体归属感、生活品质恶化等)。^[1]

伴随着创意产业的发展,创意城市建设的兴起在西方发达国家轰轰烈烈,而且也取得了可观的经济效益和社会效益,不但是现代城市可持续发展的新模式,也是未来城市最具竞争优势的新定位。在国内,北京、上海、深圳、成都、杭州和哈尔滨 6 个城市已经入选全球创意城市网络联盟;北京、上海等一线城市在创意城市建设方面已经创造了一系列的成绩。可见,创意城市是城市可持续发展的一种新模式及趋势。

发达国家的发展经验证明:当人均 GDP 在 1000~5000 美元时,拉动城市经济增长的主要动力在于制造、加工和传统服务业;当人均 GDP 达到 5000~10000 美元时,城市经济增长的主要动力在于科技创新、创意产业、高科技产业和服务产业的发展。^[2]2012 年,杭州、宁波、舟山、绍兴、嘉兴等城市的人均 GDP 均超过 10000 美元,除丽水外,其他地市均超过全国平均水平。以此看来,浙江各个城市具有建设创意城市的经济基础,当下经济转型、创新驱动的发展趋势日益明显,更多发展高科技产业、创意产业和服务业的城市在未来极有可能成为创意城市。

一、浙江创意城市研究及评价的欠缺

浙江文化产业“十二五”发展规划提出,重点培育杭州、宁波和温州三大创意能力突出、辐射能力较强的综合性创意城市,以及嘉兴、台州、义乌三大专业化水平较高并具有地域经济文化特点的特色化创意城市。^[3]创意城市构建涉及创意产业基础、创意人才资源、城市文化环境、创意消费需求等多个因素,需经过漫长的建设和发展过程。然而,对浙江而言,创意城市发展的产业基础、产业竞争力以及人才资源处于怎样的状态,笔者以“创意城市”+“浙江”两个主题在知网上进行检索,发现只有针对省内少数的几个城市进行的研究,呈现出一种散落的研究状态。^[4-7]

对创意城市的研究少不了创意城市评价指标体系的构建以及数据的计算,利用运行相对成熟、可靠的指标体系进行评价,是现有创意城市研究的一大热点。创意城市评价是基于相应指标和模型,结合统计数据,对创意城市的竞争力进行量化。现有的评价指标体系多样,国外的有全球创意指数、美国创意指数和欧洲创意指数,国内的有香港创意指数、北京文化创意指数和

上海创意指数等，而对国内具体创意城市进行评价及其评价指数的构建研究只局限于少数：李博婵借鉴欧洲创意指数和上海创意指数，构建中国创意城市评价指标体系。[8] 段学芬、马晨晨借鉴欧洲创意指数、上海创意指数、香港创意指数，构建了一套指标体系对北京、上海、天津、重庆和广州创意城市发展程度进行了评价。[9] 吕庆华、芦红根据海西七大中心城市温州、赣州、福州、泉州、厦门、漳州、汕头的社会经济发展历史面板数据，对创意城市评价指标体系进行实证研究。[10] 以上研究针对全国几个具有代表性的城市或区域的创意能力进行了分析，但目前还缺乏针对浙江创意城市的系统分析研究。

因此，结合可行的创意城市评价指数对浙江创意城市进行系统研究，既能丰富国内创意城市理论研究成果，又可为浙江创意城市建设提供理论依据。

二、浙江创意城市评价

根据数据的可得性，笔者参考段学芬、马晨晨的创意指数指标对浙江的 11 个城市进行数据分析。其中城市文化环境指标中的二级指标艺术演出场次，因某些城市没有相关数据而无法获得，而艺术表演完全可以通过互联网获得，故艺术演出场次的指标替换为国际互联网用户；另外，电话拥有数替换为移动电话用户数，对应的权重不变（见表 1）。

表 1 城市评价指标及其权重

一级指标	二级指标	权重
经济及产业 (E)	人均 GDP (E_1)	0.07
	文化创意产业增加值占 GDP 比重 (E_2)	0.15
科教水平 (S)	专利申请数 (S_1)	0.01
	社会劳动生产率 (S_2)	0.06
	每万人中科技人员数 (S_3)	0.03
	每万人在校大学生数 (S_4)	0.02
文化环境 (C)	国际互联网用户 (C_1)	0.06
	群众文化活动机构每百万人拥有数 (C_2)	0.16
	公共图书馆每百万人拥有数 (C_3)	0.09
	博物馆每百万人拥有数 (C_4)	0.09
开放性 (O)	入境旅游人次 (O_1)	0.05
	直接利用外资额占 GDP 的比重 (O_2)	0.11
便利性 (A)	人均道路面积/ m^2 (A_1)	0.05
	移动电话用户数 (万户) (A_2)	0.05

通过对《中国城市统计年鉴（2011）》《浙江统计年鉴（2011）》《浙江省文化文物统计年鉴 2011》以及各地市 2011 年统计年鉴的查阅，获得浙江省 11 个城市 2010 年的相应数据。并运用 SPSS19.0 对这些指标数据进行标准化处理，得到如表 2 的结果。

表 2 标准化后的数据

项目	杭州	宁波	温州	嘉兴	湖州	绍兴
人均 GDP (元/人)	0.9737	1.6368	1.2026	-0.5225	-0.7152	0.6398
文化创意产业增加值占 GDP 比重	2.6793	0.0888	-0.3921	-0.3921	-0.8915	-0.5262
专利申请数	2.5934	1.1389	-0.0781	-0.4338	-0.2274	-0.4739
社会劳动生产率 (元/人)	0.6514	-0.5764	-1.3087	-1.0499	0.5178	-0.5144
科技人员数/万人	2.4283	0.9555	0.4702	-0.2617	-0.6287	0.1073
在校大学生数/万人	1.3916	0.3232	-0.0715	0.3053	-1.0123	0.9785
国际互联网用户	2.5371	1.0530	0.4735	-0.4083	-0.4045	-0.5705
群众文化活动机构数/百万人	-1.3612	-0.1317	0.8119	0.3067	1.2598	-0.1889
公共图书馆数/百万人	-0.0572	1.0330	0.8758	-1.4723	-0.8014	-1.1159
博物馆数/百万人	2.4366	-0.6282	-0.6820	0.4423	0.0745	-0.3800
入境旅游人次	2.9401	0.2437	-0.2778	-0.0961	-0.2701	-0.3219
直接利用外资额占 GDP 比重	1.4616	0.4787	-0.9606	1.2560	1.4265	-0.1381
人均道路面积/m ²	-0.5662	-0.6444	0.8637	-0.3707	1.2073	1.5647
移动电话用户数 (万户)	2.6220	0.63495	0.6115	-0.4072	-0.4661	-0.4602

项目	金华	衢州	舟山	台州	丽水	
人均 GDP (元/人)	-1.1043	-1.0745	0.3009	-0.2362	-1.1011	
文化创意产业增加值占 GDP 比重	0.9088	-0.4144	-0.5262	-0.3101	-0.1908	
专利申请数	-0.4773	-0.6322	-0.6447	-0.0897	-0.6752	
社会劳动生产率 (元/人)	-0.1086	1.3840	1.8355	-0.7721	-0.0586	
科技人员数/万人	-0.2937	-0.9019	-0.9495	-0.0993	-0.8265	
在校大学生数/万人	0.2233	-1.3568	-0.7048	-1.3588	1.2824	
国际互联网用户	-0.5007	-0.6734	-0.5282	-0.2517	-0.7264	
群众文化活动机构数/每百万人	-0.0459	-0.8084	-0.3890	-1.2754	1.8221	
公共图书馆数/百万人	0.6556	-0.1830	1.7773	-0.6966	-0.0153	
博物馆数/百万人	-0.9780	-0.5744	-0.0152	-0.7209	1.0253	
入境旅游人次	-0.4775	-0.5026	-0.2457	-0.4895	-0.5026	
直接利用外资额占 GDP 比重	-0.0278	-0.8703	-0.8051	-1.0007	-0.8202	
人均道路面积/m ²	0.5482	-1.0130	-1.5353	0.6012	-0.6556	
移动电话用户数 (万户)	-0.4698	-0.7428	-0.6282	0.0684	-0.7626	

将表 2 的数据参照表 1 二级指标的权重进行综合评价，综合评价的分值等于各指标标准化值与其权值乘积的和。经过计算后的 11 个城市的评价得分如表 3 所示，总得分示意图见图 1。

表 3 浙江省 11 个城市的评价得分

项目	杭州	宁波	温州	嘉兴	湖州	绍兴
城市经济及产业（E）	0.4701	0.1279	0.0254	-0.0954	-0.1838	-0.0341
城市科教水平（S）	0.1657	0.0119	-0.0666	-0.0691	-0.0103	-0.0128
城市文化环境（C）	0.1486	0.0785	0.1758	-0.0681	0.1119	-0.1991
城市开放性（O）	0.3078	0.0648	-0.1196	0.1334	0.1434	-0.0313
城市便利性（A）	0.1028	-0.0005	0.0738	-0.0389	0.0371	0.0552
总分	1.1950	0.2826	0.0888	-0.1381	0.0983	-0.2221

项目	金华	衢州	舟山	台州	丽水	
城市经济及产业（E）	0.0590	-0.1374	-0.0579	-0.0631	-0.1057	
城市科教水平（S）	-0.0156	0.0225	0.0611	-0.0774	-0.0094	
城市文化环境（C）	-0.0664	-0.2379	0.0647	-0.3467	0.3389	
城市开放性（O）	-0.0269	-0.1209	-0.1009	-0.1346	-0.1154	
城市便利性（A）	0.0039	-0.0878	-0.1082	0.0335	-0.0709	
总分	-0.046	-0.5615	-0.1412	-0.5883	0.0375	

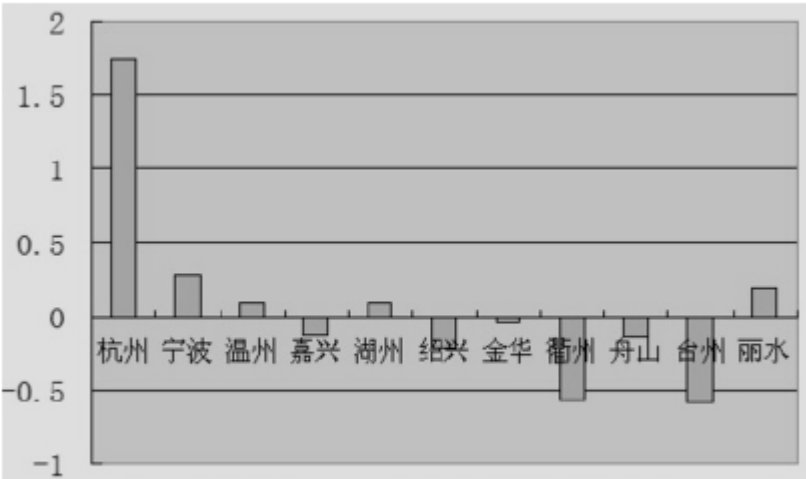


图 1 浙江 11 个城市创意城市评价总得分

由表 3 及图 1 可见，浙江 11 个城市的创意城市建设现状相差悬殊，表现靠前的城市是杭州、宁波、丽水、温州和湖州。由于数据所得的局限以及具体指标选择的局限，该评价结果不能全面反映这 11 个城市创意城市构建的全局，但在一定程度上反映出浙江创意城市的基础。

表 4 创意城市的演进特征及省内对应的城市

演进阶段	演进类型	特征及表现	与之相应浙江城市
第一级	创意隐匿阶梯	1) 创意活动未被视为城市发展的重要组成部分 2) 仅有简单的创意活动, 缺少主动意识 3) 创意产业未得到公共部门的鼓励 4) 没有公开讨论创意或革新议题	衢州
第二、三级	创意萌芽阶梯	1) 政府意识到创意产业的重要性, 尚无全面的发展策略, 未意识到去培养创意。城市留不住创意人才 2) 创意者能得到相关企业的帮助, 创意活动开始得到媒体最低限度的承认	舟山 丽水
第四级	创意起飞阶梯	1) 创意在城市发展中的重要性得到政府的认可, 政府重新思考酝酿新的制度 2) 创意活动开始活跃, 创意构想不断产生但很少真正实现 3) 创意者得到各方支持, 留不住创意人才的问题得到化解	台州 金华 嘉兴
第五、六级	创意活跃阶梯	1) 城市促进创意的基础设施不断完善 2) 形成政府、企业、高校和非政府组织共同组成的创意产业支持网络 3) 个别创意者能实践他们的抱负, 吸引他人效仿, 创意人才开始回流	湖州 绍兴
第七、八级	创意普及阶梯	1) 创意的重要性得到全社会的认可, 城市重视创意产业对城市整体转型的积极作用, 并制订产业发展规划, 创意城市雏形已形成 2) 城市不用通过中心城市或相关组织的中介, 有能力直接与国外建立良好的联系, 3) 创意者所创造的价值大多数回馈到所在城市, 该城市能吸引创意人才, 但缺乏一些高级人才资源	宁波 温州
第九级	创意产出阶梯	1) 全国和国际的知名创意中心, 具备各类创意所需的所有设施和条件 2) 聚集了重要研究机构的总部或创新公司 3) 具有自身的优势吸引国内外的创意人才	杭州
第十级	创意辐射阶梯	1) 城市是一个创意策略决策的中心, 可与任何一个同等城市开展竞争 2) 拥有高水平的设施与国际旗舰店及其专业服务 3) 城市具有非常高的吸引力吸引创意人才集聚	—

三、浙江创意城市定位

创意及创意产业集中于城市, 形成创意城市, 这在国外以及先发的国内大城市得到了验证。从浙江 11 个城市的创意城市评价结果看, 杭州的指数遥遥领先, 这与杭州的产业基础尤其是城市发展定位有着密切的关系。而省内其他城市要发展成为创意城市, 应做好产业规划, 对城市进行相应的定位, 以此摆脱创意城市发展的无序性和盲目性。现就浙江创意城市的差异化及阶梯化定位两个角度展开探讨。

(一) 差异化定位

当国外以及国内大城市在构建创意城市获得了巨大的经济效益后, 国内一些城市也跃跃欲试, 但在推动城市向创意

城市的转变时，却导致创意产业布局、发展规划雷同，甚至不管有没有创意城市的基础，在城市的宣传和定位上都冠以创意城市的称谓。然而，从目前国内看，推动创意城市发展的主要支持条件无一例外地均为当地政府的支持。[2]

由于功能定位、产业布局的不同，浙江各个城市的社会经济发展水平、产业基础各不相同，因此，创意城市的发展方向也各不相同。“联合国全球创意城市联盟”从 2004 年起设立了 7 个不同的创意城市类型：设计之城、民间艺术之城、文学之城、音乐之城、媒体艺术之城、电影之城和烹饪之城，联合国教科文组织根据申请城市呈现出的创意产业、文化背景、创意人才等条件的优势而给出认定。可见，创意城市有不同类型之分，即创意城市的差异化发展。省内城市应根据自身的特色产业构建不同类型的创意城市：杭州已经被命名为工艺与民间艺术之都，同时也是动漫之都、天堂硅谷；宁波借助便利的港口和交通网络宜成为会展之城和临海旅游城市；绍兴宜成为文化风景旅游城市；温州应打破原有贴牌代工的产业格局，宜打造鞋服等轻工业产品设计之城；嘉兴依托临近上海的地理优势宜打造电子信息产品设计之城；丽水宜打造成为生态休闲旅游城市；义乌和永康宜结合强势产业打造成为小商品和小家电、小五金工业设计之城。

（二）阶梯状定位

法国经济学家 Perroux 提出增长极理论，针对法国地区经济发展不平衡的状况，他认为应选择一些主导部门、行业和地区率先发展，通过他们的发展带动其他地区经济的发展。[11] 这一理论也适用于创意城市的构建和发展，但不是所有城市都能成为创意城市。可以在创意产业基础较好、创意人才充裕、文化资源丰富的城市内打造创意城市的增长极，然后通过产业、技术、环境、城市建设经验的溢出或扩散，带动其他城市向创意城市靠拢，形成不同层次、不同定位、不同发展水平的创意城市，即创意城市的阶梯化发展。在浙江省内，杭州、宁波和温州无疑成为带动其他创意城市形成和发展的增长极。在周边城市亦可形成一些创意产业集聚区，虽然不是创意城市，但是可以形成诸多有特色的创意产业园区或创意产业带。

根据对浙江省 11 个城市的创意城市评价并参照丛海彬、谢子远等对浙江省 11 个城市的创意产业竞争力的评价结果，[12] 106—109 对浙江 11 个城市的创意城市演进阶段进行了区分（见表 4）。

四、浙江创意城市建设的限制性因素

一个城市之所以能向创意型城市方向发展，需要多方面的支撑条件：

1) 高水平的硬件支撑条件、成熟的城市公共设施建设以及便利的城市公共生活环境；

2) 人力资本的自由流动聚集以及适应人才聚集的氛围，特别是人群对于各种创意具有极大包容和宽容的态度（Richard Florida 的 3T 理论，人才、技术和社会包容性）；

3) 市民的创意消费理念的形成及其消费水平。[2]

创意城市具有共同的特征：具有发达的创意产业、良好的经济和技术基础支持创意产业的发展、具有适宜创意人才生存发展的优良生态、具有良好的文化氛围。[13] 这些条件是国外创意城市以及国内一些走在前列的创意城市的建设经验，对比这些条件和特征，浙江构建创意城市还有较多局限。

（一）创意产业发展的局限

创意产业规模、竞争力和发展前景是构建创意城市的基础，没有成熟和完善的创意产业发展体系，创意城市构建无从谈起。虽然近年来浙江的创意产业发展取得了一些成绩，但也存在着诸多问题：产业总量偏小，企业规模不大，产业集群没有很好形

成，产业链难以有效整合。[14] 许多创意产业园区，局限于地理空间上的集聚，企业之间关联度低，制约了产业的规模效应。创意园区建设盲目跟风现象严重，个别地区没有客观分析自身条件，盲目仿效大型城市的发展模式，划拨资金、改造旧厂房、发展创意园区，最终只能是拔苗助长，浪费财政资源。[15] 可见，创意产业发展还存在较大的壁垒，当然这是一种新兴产业产生和发展需要破除的障碍。

此外，浙江是民营经济强省，民营经济贡献了浙江省 60% 以上的税收、70% 以上的生产总值、80% 以上的外贸出口和 90% 以上的就业岗位。改革开放以来，民营企业主要依靠廉价劳动力、廉价资源、廉价环境成本实现长足发展。随着劳动力、资源及融资成本的快速上升，民营企业转型升级、自主创新的呼声不断高涨，但是这种转型是一种被迫的转型，并不是一种主动选择。目前，民营企业中劳动密集型企业、技术密集型企业 and 资本密集型企业分别占 73.6%、19.5%、6.9%。大量企业主要依靠模仿和改进产品进行销售以求发展，普遍技术研发能力薄弱，创新能力不强，创新能力不足。[16] 再加上创意设计效益回收时间长，面临较大的风险，企业不敢轻易投入资金、人员与时间，导致创意产业的发展受到了阻碍。

（二）创意人才的缺乏及其结构不完整

坎农认为，创意城市就是人的城市，是技术员、工程师、教师等人才以及他们的创意。[17] 创意城市最根本的竞争是创意人才的竞争。浙江创意产业人才储备缺少，特别是高端的原型人才和产业经营管理人才匮乏。沈法、雷达等对浙江样本企业设计人员结构的调查结果显示，研究生及以上人员仅占总设计人员的 3.2%，本科学历占 36.4%，专科学历占 41.9%，高中学历人员占 18.5%。对企业在产品创新工作中最缺的条件调查中，人才居第一位（83.8%），其次是技术或产品来源、资金和信息。可见，设计人员结构不合理，高端设计人才奇缺；设计人才的缺乏，已经成为企业创新能力不足的重要因素。[18] 因为创意产业发展的程度不同，各个城市创意人才的缺乏与结构不完整，以杭州、宁波和绍兴三市为例，带有不同的特征。

1. 杭州。高端人才比较缺乏，复合经营型人才最为紧缺。据《杭州蓝皮书·文化卷》公布的调查数据看，54.8% 的人认为高端创意人才非常缺乏，其中认为复合经营型人才最为紧缺的占了 38.7%，其次是研发设计人才，占 27.4%，而对文化投融资人才的需求占到了 21%。[19] 以杭州的动漫产业为例，产业发展较快，动漫人才相对集中，但是高端人才比较缺乏。

2. 宁波。创意产业人才队伍建设整体水平较低，人才总量规模不足。在宁波 30 个重点行业的人才紧缺度排比中，文体行业排名首位，后备人才不足、活力不强，专业化程度不高，尤其是缺少既有较高的专业素养，又谙熟市场经济规律、具有丰富的文化创意产业运作及经营管理经验的高层次高素质的经营管理人才。[20] 以工业设计为例，宁波本地工业设计企业仅 10 余家，工业设计师不超过 1000 人，加上宁波一些工业企业里每个企业仅有 3~6 名设计师，导致每年至少有 60 亿左右的设计产值外流到上海、杭州等地。[12]。

3. 绍兴。创意人才总量相对缺乏，在层次和结构上差距更加明显。缺乏针对创意产业从业者的培训及信息交流平台，因此，严重影响了创意产业发展的活力和后劲。

可见，创意人才结构不合理、高端人才严重不足已经成为制约浙江创意城市形成和发展的重要原因。

（三）文化环境设施建设比较薄弱

创意源自大脑，源自人们积累的文化知识与技术，来自于可供人们汲取的精神文化营养。城市文化是创意产业的沃土，是城市发展的不竭动力。健全和完善的文化设施建设，是提高人们创意能力的必要条件。随着城市建设的发展，浙江省各个城市文化设施建设有了较大水平的提高，然而文化设施的发展仍赶不上群众日益增长的精神文化生活需求。以公共图书馆为例，全国平均 45.9 万人拥有一个公共图书馆，而浙江省平均 56.2 万人拥有一个，还不到全国平均数，仅相当于国际标准①的 1/28；2003 年浙江省人均拥有图书馆藏书册数也仅居全国第 7，人均购书费为全国第 5。因此，对浙江省公共图书馆来说，群众文化活

动场所有限，藏书量、软硬件环境、网络化进程、数据库建设等方面还有很大的发展空间。〔21〕由于地区社会经济发展的差异性等因素，浙江省文化设施建设还很不平衡，特别是欠发达地区的文化设施，无论从数量上还是从建设规模、功能上都还有较大的差距，同时，整体文化设施建设与发展先进文化、构建和谐社会、满足人民需要的要求相比还不完全适应。

五、构建浙江创意城市的对策

创意及创意产业集中于城市，形成创意城市，在丰富的文化资源、创意阶层、宽容的环境和良好的政策体系下，创意产业集聚，在群众日益增长的文化需求和较高消费能力的带动下，反哺创意产业和创意城市的发展，形成创意城市发展的良性循环。在做好浙江创意城市相应定位的基础上，应从发展创意产业、培育创意人才梯队、营造良好的创意文化环境等角度进行建设。

（一）引导民营资本进入创意产业

按《中国创意产业发展 2011》的数据，从创意企业的资产规模看，资产总额在 100 万元及以下的创意企业数量最多，占有创意企业的 64.28%，〔22〕可见创意产业的经营主体是中小型企业。这也与浙江的经济成分非常吻合。中小创意企业融资难已成为创意产业发展的瓶颈，因此，出台相应的扶持政策支持中小创意企业发展非常必要，如杭州出台《关于鼓励为文化创意企业提供融资服务的实施意见》（2010），后续推出了第一、二期“满陇桂雨”“宝石流霞”等金融产品，集合政府财政、银行、信托、担保以及风险投资等各方资金力量，向符合条件的文化创意产业的中小企业提供帮助。而省内的其他城市未见相应举措，虽有些中小创意企业民间融资的举动，但是力度是不够的。

此外，浙江九成以上民营企业都是家族企业，未来的 5~10 年将是浙江民营企业交接班的高峰期，交接班问题是这些企业发展的关键。而接班人大都受过优良的教育，对未来的企业走向和经济发展趋势有足够的认识，地方政府和相关协会组织可牵线搭桥，引导有投资眼光和意向的民营企业接班人，参与政府及融资机构面向中小创意企业的融资平台或享受相应政策成立、组建小贷公司，为急需贷款且具有发展前景的中小创意企业提供融资，此举既解决了中小创意企业融资难问题，又为民营资本找到了投资项目。

（二）创意人才梯队的形成和培育

创意城市发展的源动力在于人力资本的积累，针对浙江创意产业人才储备缺少、特别是高端的原创新型人才和产业经营管理人才匮乏的现状，人才产出部门（高校）、人才转化部门（政府）和人才使用部门（企业）应共同努力，政府应制定相应文件从长远上解决创意产业发展的人才瓶颈，高校应结合市场展开调研，完善创意人才培养的规模和层次，企业加强和政府、高校的合作，及时给他们相关的人才使用信息和反馈信息，确保创意人才培养和使用的科学性。

《浙江省文化产业发展规划（2010—2015）》指出，文化产业高端复合型人才较为缺乏，文化人才政策仍需健全。全省文化产业从业人员主要集中于制造流通领域，文化资本运营、文化经纪代理、媒体产业经营管理等高端复合型人才较为缺乏，对文化人才的引进、培养、激励与保障等机制仍需进一步健全。杭州市政府于 2011 年 10 月公布了《关于加快文化创意产业人才队伍建设的实施意见》，明确了发展目标和任务，并落实责任单位，分 10 个文化创意行业提出人才培养和引进的举措。这对促进创意产业发展以及构建创意城市构筑了强大的人才保障。建议浙江省意在创建创意城市及发展创意产业的城市，在《浙江省文化产业发展规划（2010—2015）》的框架下，借鉴杭州市的这一做法，发布各个城市层面的文化创意人才队伍建设的实施意见和措施。

高校是人才的产地，人才培养的规模和层次主要由高校决定。笔者在网上查找了中国美术学院、浙江大学、浙江理工大学、浙江传媒学院、宁波大学等省内高校的专业设置状况，艺术设计、多媒体设计、工业设计及软件设计等设计类专业齐全，但还没有艺术品经济与管理、艺术品投资与经营、创意产业管理、文化产业管理等创意设计专业，创意产业是一个跨学科的产

业形式，创意产品不仅需要精心的设计，还需要文化的包装和商业的运作。因此，各高校应适应人才市场上文化资本运营、文化经纪代理、媒体产业经营管理等高端复合型人才较为缺乏的现状，可开设设计专业和经济、金融交叉学科的专业。或者在现有设计类专业课程的设置上，增加涉及专业面向的产业运作课程，如《文化产业项目管理》《文化产品创意与营销》和《文化经纪实务》等，邀请相关企业的设计师和营销经理对产品的设计和营销进行授课或举办讲座，增强学生的设计能力和相应的商业运作理念。

（三）营造良好的创意文化环境

良好的文化环境是激发创意的基础，因此，健全和完善文化设施建设势在必行。笔者在搜集各地的公共图书馆、博物馆和群众文化馆数据时发现文化设施人均拥有量较小，比如浙江公共图书馆的人均拥有量还不及全国的平均数。现今人们物质生活水平不断提高，对精神文化需求非常迫切，各地应结合当地实际增加或改善群众的文化设施建设，开创条件共享学校、企业、社区和乡村的文化设施，为群众提供良好的文化环境；在加强非物质文化遗产保护的倡导下，保护当地的历史文化资源，为有效开发和利用优秀的传统文化奠定基础。营造良好的文化环境，既能满足群众的精神文化需求、增强幸福指数，又能为大众提供创意资源、形成创意消费理念，一举多得。

总之，创意城市是未来城市发展的有效形式，是推动经济转型、创新驱动的城市发展范式，已经得到先行先试的发达国家和国内大中型城市的验证。浙江经济发达，文化底蕴深厚，群众消费能力较高，具有创意城市发展的良好基础，但各个市域经济基础、产业格局发展不同，唯有在准确定位、强产业、积人才和创环境的基础上发展创意城市，才能实现创意驱动、科技创新共同发展。

参考文献：

- [1] 盛垒，杜德斌. 创意城市：创意经济时代城市发展的新取向 [J]. 未来与发展，2006（9）：21—25.
- [2] 王晖. 创意城市与城市品牌 [M]. 北京：中国物资出版社，2011.
- [3] 浙江省人民政府. 浙江省文化产业发展规划（2010—2015）[M] // 浙江文化年鉴 2011. 北京：中华书局，2012：20
- [4] 康保苓. 长三角构建国际文化创意城市群的策略研究 [J]. 经济论坛，2011（4）：120—123.
- [5] 蒋玲玲，张丽彬，孙欢. 创意城市与产业互动发展研究——以绍兴市为例 [J]. 经济研究导刊，2012（3）：216—218.
- [6] 赵丽锋. 由审美文化而消费文化：宁波创意城市建设的理性思考 [J]. 三江论坛，2010（5）：33—36.
- [7] 华晨，马倩，周轶男. 高校依托型创意城市的要素分析和实现途径——以杭州城西为例 [J]. 规划师，2011（1）：100—105.
- [8] 李博婵. 中国创意城市评价指标体系研究 [J]. 城市问题，2008（8）：95—99.

-
- [9] 段学芬, 马晨晨. 创意城市评价研究 [J]. 学术界, 2011 (12): 206—217.
- [10] 吕庆华, 芦红. 创意城市评价指标体系与实证研究 [J]. 经济地理, 2011 (9): 1476—1481.
- [11] 史晋川, 钱陈. 空间转型: 浙江的城市化进程 [M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2008: 101.
- [12] 丛海彬, 谢子远, 闫国庆. 创意产业发展战略与路径研究 [M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2011.
- [13] 厉无畏. 迈向创意城市 [J]. 理论前沿, 2009 (4): 5—7.
- [14] 朱海兵, 金毅. 加快文创产业发展 [N]. 浙江日报, 2010—01—12 (2).
- [15] 冯根尧. 浙江文化创意产业园区建设现状与对策 [J]. 绍兴文理学院学报, 2010 (1): 42—44.
- [16] 正泰集团企业发展研究室. 浙江民营企业国际化策略启示 [J]. 进出口经理人, 2011 (12): 22—24.
- [17] 向勇, 周城雄. 中国创意城市: 创意城市发展研究 [M]. 北京: 新世界出版社, 2008: 12.
- [18] 沈法, 雷达. 浙江省工业设计产业发展的问题与对策研究 [J]. 西北大学学报: 自然科学版, 2012 (3): 509—514.
- [19] 国外文化创意产业人才队伍建设的经验及对杭州的启示 [EB / OL]. (2010—05—20) [2013—05—13].
- [20] 宁波创意产业与创意人才开发现状 [EB / OL]. [2013—05—13].
- [21] 冯雨峰, 黄扬飞. 省域城乡文化设施建设的调查与分析——以浙江省为例 [J]. 城市规划, 2006 (12): 40—44.
- [22] 张京成. 中国创意产业发展 2011 [M]. 北京: 中国经济出版社, 2011: 421—422.