

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.2018.07.004

创意产业创新生态系统:知识演进与发展趋势

沈 蕾, 张 悦, 赵袁军

(东华大学 旭日工商管理学院, 上海 200051)

摘 要: 创意的无边界性使得学者对创意产业的研究从产业链视角转入创新生态系统视角。本文根据创意产业及创意产业创新生态系统的研究内容,明确给出了创意产业创新生态系统的定义,并采用知识图谱分析的方法对相关文献进行科学计量分析,构建了创意产业创新生态系统的整体性知识演进体系。根据该研究体系,本文从知识管理、开放式创新,创新动因及价值创造四个方面对创意产业创新生态系统的相关文献进行了全面回顾,并结合创意产业创新生态系统对理论和实践的重要意义,针对性地提出了创意产业创新生态系统未来研究的方向。本文的研究有助于系统性梳理创意产业创新生态系统的知识脉络,对国内创意产业创新生态系统的构建及发展具有重要意义。

关键词: 创意产业创新生态系统;知识管理;开放式创新;创新动因;价值创造

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2018)07-0044-15

一、引 言

为深入贯彻落实党的十九大精神,落实《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》,各地市自上而下形成了席卷全国的“文创”热潮。文化创意产业作为“创新驱动发展、经济转型升级”的重要动力,在各方力量的推动下,呈现全国范围内的井喷式发展。以北京798艺术区、上海张江国家级文化和科技融合示范基地及深圳盐田国际创意港等文化创意集聚区为例,国内不少创意产业集聚区争相朝着“文化+电商”、“学院+园区”的创意生态模式发展,以期通过加快品牌建设和衍生品市场的开发,打造完整的创意产业创新生态系统。然而,各创意产业集聚区及创意企业在打造其创意产业创新生态系统的过程中,普遍存在创意产业创新主体不突出、各主体协同功能不明显、开放性及自主性机制不健全以及同质化竞争现象普遍等问题(Lazzeretti, 2012; Chapain和Comunian, 2010),最终导致不少创意产业集聚区及创意企业在打造创意生态及转型发

收稿日期: 2017-08-14

基金项目: 国家社会科学基金(11BGL067);中央高校基本科研业务费专项资金资助项目(CUSF-DH-D-2015065, CUSF-DH-D-2018052);国家留学基金委资助项目(201506630047)

作者简介: 沈 蕾(1967—),女,东华大学旭日工商管理学院教授;

张 悦(1990—),女,东华大学旭日工商管理学院博士研究生(通讯作者);

赵袁军(1988—),男,东华大学旭日工商管理学院博士研究生。

展过程中陷入困境。因而,加强社会资源整合,深入剖析创意产业创新生态系统的核心特征及发展机理显得尤为必要和迫切(曹如中等,2015)。

创意的无边界性使得学者对创意产业的研究从产业链视角转入创新生态系统视角。Howkins(2009)的《创意生态——思考在这里是真正的职业》一书从“多样、改变、学习、适应”四要素相互促进提升的角度诠释了“创意生态”的概念内涵,并主张通过营造自由开放的创意生态环境以提升系统内部的创新活力。此外,创意产业的知识溢出(Scott,2006,2007)、消费者参与(Florida,2005)、产业集聚及创意产业相关政策支持(Pratt,2006)也在一定程度上丰富了创意产业创新生态系统的理论基础。然而有关创意产业创新生态系统的研究存在诸多不足:首先,Florida早在2002年就提出了创意生态系统概念,直到2009年前后才有学者陆续对“创意生态”进行理论解释及质性分析(Howkins,2009;Kačerauskas和Zavadskas,2015)。而有关创意产业创新生态系统的研究仍处于概念探讨及探索性分析阶段,缺乏系统性的理论框架。其次,现有的创意产业创新生态系统由于研究出发点的不同,其文献研究内容呈现碎片化特征,且多个理论热点的存在,降低了文献互通及理论对话的可能性,进而限制了创意产业创新生态系统理论价值及实践意义的延伸。

基于此,本研究通过科学计量工具对WOS数据库中有关创意产业创新生态系统的相关文献进行可视化分析及解读,试图从知识演进及发展趋势的角度全面梳理创意产业创新生态系统的相关研究内容,为创意产业创新生态系统的研究搭建系统性的研究框架及知识演进体系,并指出了未来可行的研究方向。鉴于创意产业创新生态系统研究的碎片化特征,本研究对于明确创意产业创新生态系统的特征及发展机理具有重要的意义。首先,探索性指出了创意产业创新生态系统的概念内涵及核心特征,为创意产业创新生态系统的构建及发展提供参考;其次,系统性整合了创意产业创新生态系统的理论研究链条,不仅为后续研究提供理论指导,同时对创意企业提升发展空间、强化其创意设计的引领和支撑作用具有重要意义;再次,通过借鉴国外创意产业创新生态系统发展的经验,为本土化创意产业创新生态系统的培育与发展提供指导,也为政府管理部门制定相关扶持政策提供借鉴,以实现本研究的“顶天立地”的价值取向。

二、创意产业创新生态系统内涵及特征

创意产业作为城市社会经济发展的新动力,众多学者从不同角度对其进行了相关界定(如表1所示)。在此基础上,创意产业表现出以文化知识创意及高新技术创新为双核,以创造性破坏为驱动力的特征,有效地推动了原有产业结构的优化升级,成为新时代下培育新供给、促进新消费的动力源,为新经济发展注入新的生机与活力。

过去20年,“生态系统”研究成为战略讨论、学界研究及企业应用的普遍现象(Adner,2017)。创新生态系统以商业生态系统为载体,以技术创新为动力,重点关注平台技术协同、系统开放式创新及组织价值共创等方面的内容(Adner,2006)。此外,该系统具有成员复杂性、系统开放性、自组织性等典型特征(孙洪昌,2007),主要通过持续性创新实现研究、开发和应用三大群落间的平衡发展(Estrin,2008)。

基于此,Howkins(2009)明确提出了“创意生态”的概念,指出“创意生态”就是适合创意生活与创意生产的小的生存环境,其在遵循“创意认知的普遍性、实践创意的自由性及市场环境的宽松性”三原则基础上,关注多样化创意个体的自主性、持续性学习及对新事物的开放性等方面的内容;并指出在创意生态构建过程中,通过发挥创意经济的“文化个性、自性和空间特性”,以提升创意生态的“多样、变化、学习和适应”四重特征能力。学者有关创意生态的概念界定及特征描述重点强调了创意个体的主导作用,同时,创意主体在产业集聚发展及商业模式创

新等过程中的价值捕获及价值创造活动(Benghozi和Salvador,2016),也进一步为创意产业创新生态系统的研究奠定了相关理论基础。不仅如此,商业生态系统视域下的创意经济研究(如表2所示)在深化该系统灵活性、创意性及连续性特征的基础上,优化了创意产业商业生态系统的发展战略(Shaughnessy,2014)。

表 1 创意产业概念界定

| 创意产业的本质 | 界定视角 | 学 者 | 产业细分 |
|--|--------|---|---|
| 重视创新及个人创造,旨在通过整合与探索知识产权以发挥个体创新、技术及专利在财富及知识创造方面的潜能,以保证版权、商标设计等原创经济体系(如书籍、影视艺术、时装、电竞游戏等)的发展。 | 知识管理视角 | Howkins(2001); Caves(2004); 金元浦(2005); | 版权业:广告、软件、电视广播等以著作权为主要产品的产业。 专利业:制药、电子、信息技术、研发、工业设计、工程等创造或买卖专利的产业。 商标业:保护自身商标或品牌的各式各样的创意企业。 设计业:服装、建筑娱乐软件等依赖个人设计的创意企业。 |
| 创意产业以创意为产品内容,通过符号意义创造产品价值,以消费导向为核心,并通过多元化目标,注重知识产权保护,最终实现行业内价值链对生产链的替代。 | 价值创造视角 | 厉无畏和王慧敏(2006); Florida(2005); Landry(2002); | |
| 该领域的经济活动不仅涉及具有象征意义的文化产品如艺术、影视游戏等,还包括诸如建筑、广告和服装设计等时尚领域,更涉及网络及多媒体软件开发等高精尖科技领域。 | 行业协同视角 | Moran和Keane(2006); Stam等(2008) | |

资料来源:根据相关文献整理。

表 2 商业生态视角下创意经济特征要素

| 传统产业经济 | 服务经济 | 创意经济 |
|--------|---------|---------|
| 以产品为核心 | 以服务为核心 | 自适应性 |
| 程序员依赖 | 设计主导 | 以开发者为中心 |
| 交易系统 | 知识管理 | 概念经济 |
| 封闭的R&D | 开放式创新 | 突破式邻接 |
| 广播广告 | 客户关系管理 | 社交 |
| 层级关系 | 平面组织 | 生态系统 |
| 市场保护 | 全球化市场 | 个性化群体 |
| 传统角色 | 受教育员工更多 | 创意个体 |
| 五年计划 | 灵活性战略 | 持续化战略 |
| 产品推动 | 市场推动 | 多样化选择管理 |

资料来源:根据Shaughnessy(2014)文献整理。

国内外学者有关创意产业创新生态系统的研究要么突出创意产业创新生态系统的构成要素(曹如中,2015;Collins,2015),要么从商业生态视域下分析创意产业创新生态系统的战略发展(Shaughnessy,2014;Benghozi和Salvador,2016),鲜有对创意产业创新生态系统的明确定义。为此,我们结合国内外学者对于创新生态系统以及创意生态研究的特点,将其定义为:创意产业创新生态系统是以多样化创意个体的创意活动为中心,以创意企业创造性破坏为核心动力,通过发挥系统的“多样性、开放性、自主性及协同性”等方面的特征,协调行业内核心企业、供应商、消费者、互补商等多重利益相关者的产学研相结合的动态系统,其竞争能力得益于系统的开放式创新、价值创造及知识协同。这一概念在继承了创意生态研究的基础上,进一步明确了创意产业创新生态系统的核心内容。具体地,创意产业创新生态系统是一个系统的有机体,多

表现为其完备的动态交互能力及个体行动的响应能力(Howkins, 2009),在Howkins有关创意生态“多样、变化、学习和适应”四重特征的基础上,本研究将创意产业创新生态系统的特征归纳为:多样性、开放性、自主性、协同性。

(1)多样性。创意产业创新生态系统内部以多样化个体及中小型创意企业为核心,关注个性化群体的多样化知识结构及知识体系,其丰富的知识结构体系提升了创意产业创新生态系统的资源整合能力及抗风险能力(Shipilov等, 2017)。

(2)开放性。创意的精髓在于寻求新意。创意过程的开放性及其“低门槛”催生了创意发展的指数级变化(Howkins, 2009),并通过提升参与者(actor)的互动灵活性(Chen, 2015)实现各参与主体的价值共创。

(3)自主性。创意产业创新生态系统作为一个动态性有机商业体,其创意特性激发了其系统内部创意个体及创意种群间的持续学习行为(Florida, 2002),并通过自发性的交流合作,以构建引借、跨界培育与内部研发并重的生态系统发展模式。

(4)协同性。创意产业创新生态系统内部创意企业对外部资源的依赖性使得企业合作方式由纵向整合向协同联盟转变(Kapoor, 2013)。该系统内部创意集群的演化与发展在强化创新及提升竞争优势的同时,为各创意主体的协同合作提供了地理临近性及集聚经济效应的便利。

三、研究工具

(一)研究样本数据池

为更清晰的展示该领域的研究热点及研究趋势,本文使用了CiteSpace科学计量工具对研究内容进行可视化图谱分析,其中数据来源为“Web of Science核心集合”,时间跨度为“1997—2017年”^①,检索条件为“主题=creative industry innovation ecosystem、R&D innovation ecosystem、creative innovation ecosystem”,共检索“109”篇文献^②,包含4 129条引文。

(二)研究方法

管理学中运用CiteSpace对文献进行科学计量分析的研究日趋成熟(谭力文和丁靖宇, 2014;李维安和齐鲁骏, 2017)。本研究采用CiteSpace5.0R5对引文数据池进行科学计量分析,在文献共被引分析(co-citation analysis)、关键词共现分析(keyword co-occurrence)及聚类分析(cluster)的基础上,总结归纳创意产业创新生态系统的知识演进及共演趋势。在可视化聚类分析下,构建了关键词分析的聚类知识图谱,其中各个聚类展示了有关创意产业创新生态系统研究的不同的热点板块,节点表示研究内容的位势,聚类板块内部也呈现了交叉融合的特征。本文根据“创意产业创新生态系统(CIIE)”主题的知识图谱输出结果及研究热点分析,从文献综述的角度对创意产业创新生态系统的碎片化研究进行整合,并通过综合性的、动态性的视角归纳创意产业创新生态系统研究的知识体系及演化路径。

四、聚类及知识图谱分析

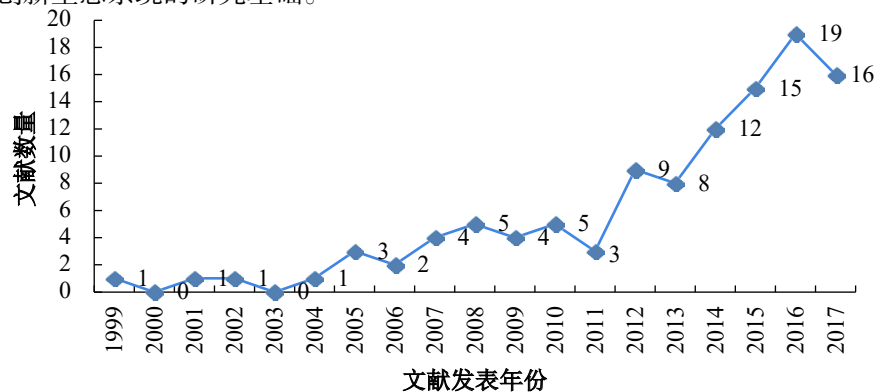
(一)描述性结果分析

由图1可知创意产业创新生态系统的研究文献研究数量较少,但近几年的文献发表量呈上升趋势,以2012年为节点,文献数量明显增多。具体地,从核心被引期刊(cited-journal)列表(见表3)中可知,“Regional Studies”“Environment and Planning A”“Journal of Economic Geography”“Geografiska Annaler: Series B, Human Geography”“European Planning Studies”位居被引期刊的

^①由于创意产业的研究起始于1997年,且创意产业创新生态系统在创意生态基础上演化发展,因而研究热点也是在1997年提出创意产业之后,故研究创意产业创新生态系统时间设置为“1997—2017年”。

^②检索时间2017年10月20日。

前五名,在本主题的研究范围内,这几种期刊相较于其他期刊居于更为核心的地位,共同构建了创意产业创新生态系统研究基础。



资料来源:根据文献检索情况整理。

图1 创意产业创新生态系统文献发表数量^①

表3 高引用率期刊(前五位)

| 期刊 | 共引中心度 | 共被引频次 | 影响因子 | 综合影响因子 |
|--|-------|-------|-------|--------|
| Regional Studies | 0.42 | 15 | 2.870 | 3.304 |
| Environment and Planning A | 0.58 | 10 | 1.389 | 2.180 |
| Journal of Economic Geography | 0.08 | 10 | 3.648 | 4.177 |
| Geografiska Annaler Series B-Human Geography | 0.03 | 7 | 0.811 | 1.078 |
| European Planning Studies | 0.15 | 5 | 1.332 | 1.754 |

资料来源:根据CiteSpace输出结果整理。

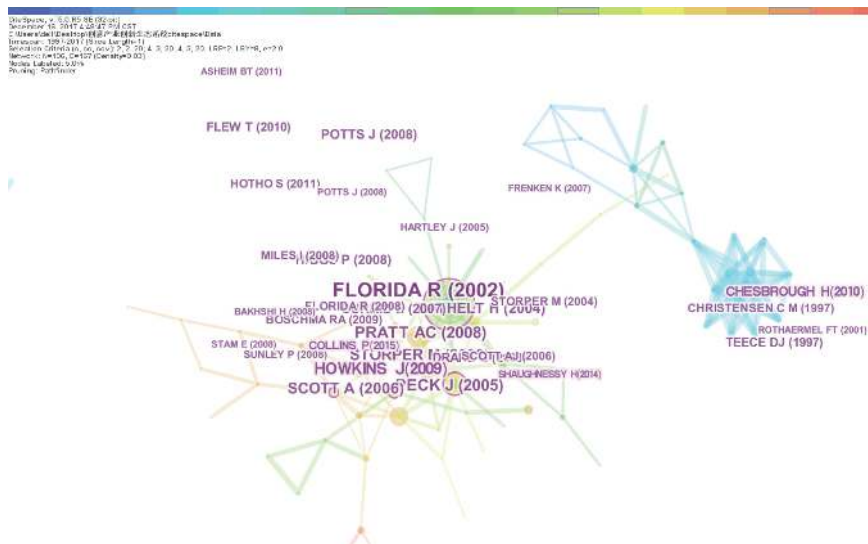
(二)文献共被引分析

有关创意产业创新生态系统研究的共被引作者分析中(如图2所示),节点颜色的变化层次表示相应的被引年份的变化,节点越大表示被引频率越高;引文网络中,灰色深浅表示被引文献的时间分布,引文网络灰色越浅表示被引时间距现在越近。文献的共被引分析的知识图谱可以更清晰的构建该研究主题的知识演进过程,通过知识图谱的解读能够更好地展现该领域的知识基础及其研究脉络。

根据图2所构建的知识图谱以及相关的文献综合性分析,研究发现,创意产业创新生态系统研究的奠基性文献是Florida的《创意阶层的崛起》,创意阶层这一群体构建了该创新生态系统的基础生态位,为其发展提供源动力。Howkins(2009)指出创意产业创新生态系统概念的直接来源,其为明确创意产业创新生态系统的特征要素提供了理论基础。Sunley等(2008)指出创意产业商业生态系统内部企业结构及文化知识管理对创新驱动的重要作用,从知识管理角度分析了创意产业商业生态系统的发展。Chesbrough(2010)以iTunes开源型音乐创新生态系统也通过对传统CD业的商业模式的颠覆,在重构企业竞争战略的基础上实现了多主体间的价值创造,该研究为创意产业创新生态系统基于商业模式创新的价值创造提供研究范式。Shaughnessy(2014)分析了从传统产业经济到服务经济再到创意经济转变的连续带模型,构建了商业生态系统下的创意经济有关创意性、灵活性及连接性创新生态系统特征要素,重点关注创意产业创新生态系统的特征构建及开放式创新研究等方面的内容。Collins(2015)从参与主体的多样性、相关政策的灵活性角度,分析设计与创业生态系统内部企业的风险感知能力及资源整合能力,

^①资料来源:根据文献检索内容整理(源于WOS数据库);折线图显示的数据为“主题=creative industry innovation ecosystem、R&D innovation ecosystem、creative innovation ecosystem”。

并以此丰富了创意产业创新生态系统的创新动因及开放式创新研究等方面的研究基础。以上文献均为创意产业创新生态系统研究的重要节点文献,进一步推动了创意产业创新生态系统的研究与发展。



资料来源:由CiteSpace直接生成。

图2 创意产业创新生态系统研究被引作者文献分析

表4 重要节点文献一览表

| 作者 | 文献名称 | 年份 | 被引频次 | 中心度 |
|---------------|--|------|------|------|
| Florida R | The Rise of the Creative Class | 2002 | 48 | 0.08 |
| Howkins J | Creative Ecologies: Where thinking is a proper job | 2009 | 55 | 0.05 |
| Sunley P等 | Innovation in a creative production system: the case of design | 2008 | 34 | 0.02 |
| Chesbrough H | Business Model Innovation: Opportunities and Barriers | 2010 | 18 | 0.03 |
| Shaughnessy H | Recognizing the ecosystem phase-change: a guide to four types | 2014 | 4 | 0.02 |
| Collins P K | Building a Local Design and Entrepreneurship Ecosystem | 2015 | 2 | 0.01 |

资料来源:根据CiteSpace文献共被引分析文献资料整理。

(三)关键词文献分析

与研究主题相关的核心文献中的高频关键词在知识图谱中通过节点的形式展示,其凸显了该领域的前沿热点(谭力文和丁靖宇,2014)。如表5所示,该主题研究的热点关键词相对集

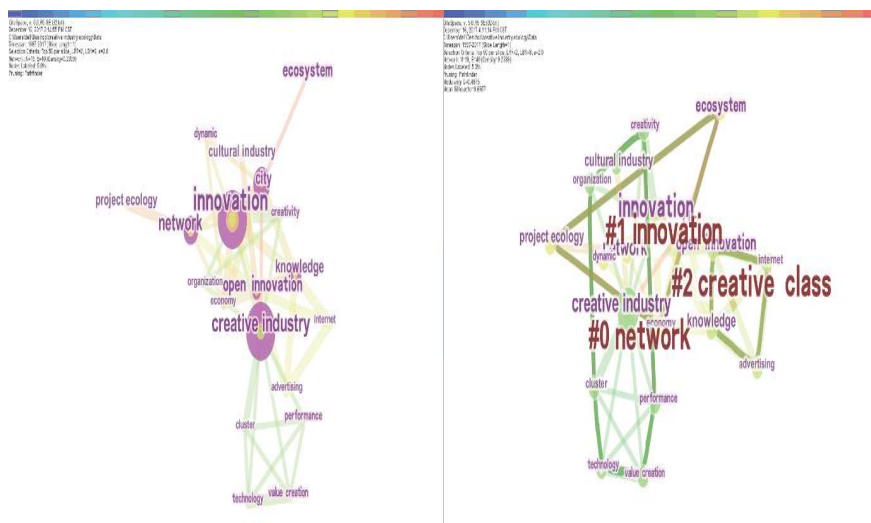
表5 创意产业创新生态系统核心关键词及聚类一览表

| 聚类(TFIDF-LLR) | 关键词 | 被引频次 | 中心度 | 年份 | 主要信息(MI) |
|---------------|-------|------|------|------|----------------------------------|
| 创意阶层—知识管理 | 知识 | 220 | 0.04 | 2004 | 创新行为;吸收能力;协同学习;知识产权;创意协同;创新设计 |
| | 创意 | 214 | 0.02 | 2005 | |
| 创新生态系统—开放式创新 | 开放式创新 | 42 | 0.05 | 2012 | 软件生态系统;商业生态系统;生态系统构念;吸收能力;价值创造 |
| | 动态能力 | 68 | 0.02 | 2013 | |
| 创新—创造性破坏 | 创新 | 742 | 0.11 | 2000 | 知识创新;政策多样性; R&D创新;设计创新;产品创新;绩效测量 |
| | 绩效 | 357 | 0.03 | 2001 | |
| | 技术 | 202 | 0.02 | 2000 | |
| 网络—价值创造 | 网络 | 217 | 0.05 | 2000 | 社会网络;价值网络;生产网络;协同学习;产业集聚;价值创造 |
| | 集聚 | 67 | 0.02 | 2012 | |

资料来源:根据CiteSpace的网络化分析文本资料整理。

中,其中“创新”的频次及中心度均为最高值。此外,活跃于21世纪头十年的“绩效”“知识”“创意”“网络”“技术”依然是该领域学术研究的热点,这些关键词出现的频次均高于200。而2011—2017年研究中新出现热点关键词“开放式创新”“动态能力”“集聚”受到学者的广泛关注。对比两个时间段的高频关键词,可以发现,有关“创新绩效”“研发创新”“设计创新”“协同学习”核心关键词研究丰富了创意产业创新生态系统创新动因研究及知识管理方面的内容;“行业集聚”“价值创造”“吸收能力”等主题在传统网络创新研究的基础上,深化了本研究主题开放式创新及价值创造方面的研究内容。

通过对关键词进行聚类分析如图3所示,根据“Label(TFIDF)”及“Label(LLR)”算法聚类内容整理了其中4大聚类:第一大聚类为“创意阶层(员工创意)—知识管理”,其核心要点多表现为创意产业创新生态系统的多样性特征。该研究热点突出了创意个体的丰富的知识体系构建了创意产业创新生态系统的基础生态位。第二大聚类为“创新生态系统—开放式创新”,其研究的核心要点突出了创意产业创新生态系统的开放性特征。该研究热点表明在明确创意产业创新生态系统生态位的基础上,通过系统内部的开放性进一步提升该系统内企业的动态能力,进而提高该系统的创新产出及创新绩效。第三大聚类为“创新—创造性破坏”,其核心议题体现了创意产业创新生态系统的自主性特征。该聚类研究热点表明为更好地构建创意产业创新生态系统,在系统内部的知识结构及开放性特征的基础上,仍需发挥系统结构内部的自主性优势,并在此基础上寻求外部创新支持,以更好地提升系统的可持续创新动力。第四大聚类为“网络—价值创造”,该研究聚类的核心内容体现了创意产业创新生态系统的协同性特征。研究表明,创意产业创新生态系统在明确内部知识结构、开放式创新及发挥自主性的系统优势的基础上,通过各主体的协同机制最终以构建完备的创意产业创新生态系统,使具有完备产业链的创意产业创新生态系统在区域发展中更具竞争优势。



资料来源:由CiteSpace直接生成。

图3 创意产业创新生态系统高频关键词知识图谱

五、创意产业创新生态系统的理论热点及知识演进

(一)创意产业创新生态系统知识演进概述

本研究在关键词研究聚类分析及文献资料整理分析的基础上,将创意产业创新生态系统

研究划分为四大板块。其中,各板块间存在内容交叉及热点协同现象:第一板块在创意产业创新生态系统多样性的基础上关注该领域的知识管理研究,通过创意阶层及多样化知识管理,深化其基础生态位建设。第二板块在创意产业创新生态系统开放性的基础上关注该领域的开放式创新研究,探索内外部知识协同、动态能力及多主体参与的发展机制。第三板块在创意产业创新生态系统自主性研究的基础上关注该领域的创新动因研究,关注研发投入、知识产权保护等促进“创造性破坏”及提升创新绩效等方面的内容。第四板块在创意产业创新生态系统协同性特征的基础上关注该领域的价值创造机制,探索其多主体自主学习与适应机制,并依托价值网络及产业集聚实现多主体协同基础上的价值共创。

(二)创意产业创新生态系统的研究热点

“创意生态”提出之后,不少企业及地区纷纷探索其创新发展模式,以期通过加快品牌建设和衍生品市场开发,打造完整的创意产业创新生态系统,这也促使学者对该领域展开相关研究与探索。本研究在对该领域研究的知识图谱分析的基础上,重点结合创意产业创新生态系统特征及该领域的关键词聚类分析,将这些研究分为四大板块:“知识管理、开放式创新、创新动因及价值创造”。这四大板块的研究热点呈现层层递进的关系,由最初的关注创意产业创新生态系统的知识管理的基础生态位(Shaughnessy, 2014)到通过开放式创新发挥动态能力(Teece, 2007)及多主体参与(Cunningham, 2010),最终关注该领域的创新绩效及价值创造问题。以下将对创意产业创新生态系统的四大板块进行具体阐释及深入探讨,从而进一步明确创意产业创新生态系统研究的热点及发展趋势。

1. 创意产业创新生态系统知识管理研究

创意产业创新生态系统的知识管理研究属于“创意阶层—知识管理”的关键词聚类内容。知识管理以人为研究主体,以提高创新能力为目标,关注组织内部的显性知识与隐性知识,同时通过识别、整合、协调组织的个体知识、社会知识、程序性知识等集体知识,以提高竞争优势。

(1)创意阶层的知识转移。创意产业创新生态系统的知识管理关注了创意个体的知识输出、知识转移等方面的内容。Florida(2002)将创意阶层划分为“超级创意核心”“现代社会的思想先锋”及“创新专家”三部分内容。其中第一类群体包括了科学家与工程师、诗人与小说家、大学教授、演员、艺术家、设计师与建筑师;第二类包括非小说家、编辑、智囊机构成员、文化人士、分析家以及其他“舆论制造者”;第三类主要包括高科技行业、法律、工商、卫生及金融行业从业人员(Florida, 2002)。创意个体的多样性及流动性特征也进一步促进了该系统内部知识的分享与转移(Howkins, 2009; Asheim和Hansen, 2009)。创意人才趋向于包容性强、开放度高、基础设施发展完善的地区集聚,而创意人才的集聚加剧了知识溢出,促进了创意个体间知识与智慧的交融,为创意知识在个体间激发、交流、整合与协调提供机会(Florida, 2004; Atkinson和Easthope, 2009)。

(2)创意产业创新生态系统的知识协同。创意领域的知识累积有助于激发行业内的内隐知识。不仅如此,在创意产业创造性破坏的竞争优势下,基于创意知识累积的知识转移加速了技术范式下行业内的知识创新、科技创新及管理创新的协同(Scott, 2006)。创意商业生态系统内部文化知识管理进一步优化了系统内企业知识共享结构,并对行业的创新驱动具有重要的意义(Sunley等, 2008)。创意产业创新生态系统内部的“创作共享”主张以知识为杠杆促进多主体参与及学习。在此基础上,创意员工的移动网络也在某种意义上丰富了企业的多样性知识体系,并通过实现内部员工对新知识的吸收与发展,实现系统内新观念的整合(Shipilov等, 2017)。然而,就知识管理而言,针对“重复经济”的知识产权法已不再适用于“创意生态”(Howkins, 2009),新时代下所兴起的知识共享许可证一定程度上解决了知识产权方面的摩擦

(Shaughnessy, 2014),保障了开放民主环境下知识共享与转移的顺利开展。

创意人才作为创意产业创新生态系统的基础生态位,其对知识的协同及知识转移提供了基础动力,因而,基于人才整合的产学研协同成为构建创意产业创新生态的基础构件(Collins, 2015;曹如中等,2015)。但就创意产业创新生态的知识管理研究的测度指标以及影响因素的研究依然较为匮乏,丰富创意产业创新生态系统知识分享与转移的研究对创意产业创新生态系统的知识协同以及知识管理具有重要的意义。

2. 创意产业创新生态系统开放式创新研究

创意产业创新生态系统的开放式创新研究属于“创新生态系统—开放式创新”的关键词聚类。“开放式创新”不仅强调内外部信息、资源、技术、理念的整合(Chesbrough, 2003),同时还关注企业知识的流入和流出过程(Chesbrough和Crowther, 2006)。可见创意产业创新生态系统的开放式创新研究在进一步整合协同内部知识管理的基础上,以一种兼容并包的态度广泛吸收各方观点,并通过鼓励企业或行业内外成员的广泛参与,以实现内外部知识资源进一步的开发、利用和保持(Chesbrough, 2003; West和Gallagher, 2006; Lichtenthaler, 2011)。

(1)创意产业创新生态系统的开放性。创意的无边界性(Gibson等, 2010)为消费者参与(Potts等, 2008)提供了互动交流的平台。SAS软件商业帝国(Florida, 2005)、R软件生态系统(German等, 2013)及谷歌的Android软件, Python等软件的商业成功得益于其开放式创新系统,各利益相关者均可以参与到软件功能的开发与完善过程中,使研究成果迅速投入市场。此外,消费者参与广告制作研发同属于开放式创新的内容(Potts, 2009),消费者的共创机制使企业产品与服务更好地满足了消费者需求,从而提升了创意企业的竞争优势。这一研究背后的逻辑均来自于创意产业创新生态系统的开放性及参与主体的多样性,且该开放性特征在提高系统内部企业的风险感知能力与资源的整合能力的基础上,加速了对设计、制造及创业关键经济产出的整合(Collins, 2015)。

(2)系统内创意企业的动态能力。该系统内创意企业的动态能力研究也是在开放式创新的基础上进一步展开,主要源于创意企业对新知识的获取、融合、应用和创新(黄海艳和武蓓, 2016)。在此过程中,创意产业创新生态系统为创意企业提升捕获、协调机遇等方面的动态能力提供了更为有益的情境(Teece, 2007; Benghozi和Lyubareva, 2014)。以亚马逊的Kindle系列为例,其在增加研发投入的基础上,通过突破式创新及开放式创新改变了传统图书出版的商业模式,并进一步通过提升组织的感知能力、吸收能力、交互能力以及协调整合能力,实现了该系统商业模式的成功(Benghozi和Salvador, 2016)。有关创意企业动态能力的研究不仅关注动态能力对于企业竞争优势的提升,同时还关注企业间创新、创意的相互影响机理。例如,具有共享价值的“实践社区”在创意产业创新生态系统内能更好的整合、配置协调内外部组员以提升创意企业对外部环境的适应能力。具体而言,其逻辑是该“实践社区”实现了不同创意社群间的经验混合,并通过应对创意过程的易变性和“小生境”的排他性特征,实现系统内新灵感和新创意的激发(Howkins, 2009; Caves, 2004)。创意社群的经验交互也促进了创意产品创新及多样性的“倍增效应”的实现,使得创意企业在多主体竞争中获得战略优势(Parkman等, 2012)。

开放式创新及动态能力理论进一步丰富了创意生态(Howkins, 2009)的研究内容。有关创意产业创新生态系统的开放式创新研究逻辑来源于对多样化创意主体的包容性,以及来源于与消费者及其他利益相关者的互动沟通。其通过增进知识累积、加速研究成果商业化等方式提升了系统内创意企业的战略优势,促进创意产业创新生态系统的繁荣。但有关该系统内部的开放式创新过程以及开放式创新过程中知识产权保护等有待进一步讨论。

3. 创意产业创新生态系统的创新动因研究

创意产业创新生态系统的创新动因研究属于“创新—创造性破坏”关键词聚类的内容。在系统基础生态位及开放式创新研究的基础上,明确系统的创新动因,有助于更好的提升系统内部的创新绩效。创意产业创新生态系统的“创新—创造性破坏”聚类以熊彼特(1942)的“创造性破坏”为理论基础,通过创意产业创新生态系统内部企业组织的创新行为实现该经济体内部旧结构的破坏及新结构的建立的迭代演化。具体地,创意产业创新生态系统的创新动因具体表现为:研发投入;技术变革;消费者参与及政策多样性。

(1)系统的创造性破坏。创意产业创新生态系统以中小企业为核心要素。其中,以初创型创意企业为例,该类型企业的研发融资加剧了初创企业的“创造性破坏”,并以迅猛势头进入成熟市场,通过连续的创新活动及相关技术周期内的知识产权保护,冲击了在位企业的“在位者优势(incumbent advantage)”,并据此开拓其初创企业基于创新活动的发展路径(Gans等,2002;Stam,2008)。而就创意产业创新生态系统内部的在位企业而言,其依靠基础变革的非连续性特征,通过更新原有技术、发展新技术及将新知识融入到优质产品的建设中等手段,实现在位企业的“创意累积”,以应对行业动荡性及创造性破坏带来的挑战,并通过不断的更新服务以增强顾客黏性,最终形成在位者优势(Bergek等,2013)。具体地,共享经济时代下,如何协调创意产业创新生态系统内部在位企业与初创企业的博弈关系,以及如何更好地发挥创造性破坏对该系统的积极作用等内容仍是学界应关注的重点。

(2)创意产业创新生态系统的创新绩效。创意产业创新很大程度上依赖于外部资源,外部政策环境、区位空间环境等均影响创意产业创新生态的创新绩效(Scott,2006;Cunningham,2010;Gibson,2012)。具体表现为,创意产业的政策多样性得益于政府对城市文化及城市发展动态关系的关注,并通过建立高质量信息管理体系进一步提升创意政策对创意企业的集聚及知识发展的重要作用(Russo和Van,2010)。不仅如此,有关创意产业发展的政策连续性及多样性不仅能为创意产业发展提供宽松的政策环境、资金支持以及税收优惠,且对激发企业家的投资热情也具有显著的效果(Pratt,2006;Landry,2011)。在创意政策的支持作用之下,创意企业进一步发展了消费者共创方面的内容,并通过建立生产与消费活动的动态反馈机制,通过一系列的消费者参与措施,一定程度上提升了产品的创意度,继而提高创意企业的创新绩效(Hartley,2005;Potts等,2008)。此外,实证研究发现,位于大学城的创意企业具有更高的创新绩效(Müller等,2009),其利用R&D机构及大学城知识的整合共同作用于创意产业的知识创新,从而提高企业的创新绩效。可见创意产业创新生态系统创新绩效研究有诸多影响因素,明确各因素对创新绩效的影响权重对政策完善及企业发展具有至关重要的作用。

创意产业创新生态系统的创新动因研究内容,以创造性破坏为理论依据,突出创意产业的创新投入及创意产出方面的内容。学者从研发投入、知识产权保护、消费者参与、政策多样性等不同维度研究创意企业的创新绩效问题,明确了该生态系统内部的激发行业创新的投入要素,为创意产业的创新实践提供了理论指导。同时知识产权保护对企业创新行为的正向关系丰富了创意产业创新生态系统知识管理方面的内容,也呼应了Shaughnessy(2014)有关创意生态系统研究阶段的IP发展与IP保护方面的内容。

4. 创意产业创新生态系统价值创造研究

创意产业创新生态系统的价值创造研究属于“网络—价值创造”关键词聚类的内容,该部分主要从价值网络及产业集聚的角度分析创意产业创新生态系统的价值创造,重点关注该系统内部各主体之间的协同以及基于行动者契合(Storbacka等,2016)的多主体价值共创研究。

(1) 创意产业创新生态系统的价值网络。价值网络的利益主体涉及了供应商、消费者、竞争者及中介组织等多样化主体特征(Brandenburger, 1997), 基于价值网络的价值创造的研究由顾客主导逻辑转向服务主导逻辑, 并向着服务生态系统研究前进(Vargo和Lusch, 2004, 2008, 2016)。不仅如此, 价值网络理论还关注企业的竞合关系及利益相关者关系方面的内容(项国鹏等, 2014), 在协调各主体关系的同时, 实现创意产业创新生态系统内部文化价值、艺术价值、体验价值和符号价值的协同(Caves, 2004)。进一步地, 创意企业发展过程中重在突破原有价值链条(Pratt, 2006), 通过系统内部主体间的“双赢”以实现新一轮的创意产业价值网络的培育及发展。例如, iTunes开源型音乐系统, 其商业模式的成功得益于多主体参与的价值网络的构建以及商业模式的创新(Chesbrough, 2010)。社会发展过程中, 众多的创意项目亦是如此, 其创新发展和价值创造很大程度上依赖于项目的利益相关者和周围生态环境的参与者(Gillier等, 2015)。该类型的价值创造研究多以企业的商业模式为分析单元(Zott等, 2011), 重点关注消费者与企业互动过程中的资源整合(Pott等, 2008)。创意产业创新生态系统的价值网络研究与商业模式作为生态系统视角研究的关键要素(Adner, 2017), 其通过系统内部的融合及协同机制, 丰富了创意产业创新生态系统价值创造体系的内涵与外延, 为生态系统内部创意企业有关价值创造的路径选择提供指导。

(2) 创意产业创新生态系统的产业集聚。创意产业的空间集聚为更好的构建创意产业创新生态系统提供了空间聚合优势, 其中产业集聚的演化基本依照地理上的集中、建立企业间关系网继而形成整体稳定系统的过程(Ottaviano等, 2002; 金祥荣等, 2002)。创意产业集群发展得益于协同定位、集聚经济、衍生形式以及政府政策的发展(Gong和Hassink, 2017)。不仅如此, 人才、技术与支持性基础设施的汇集在实现创意产业集聚创意氛围培育及城市创意生态圈的打造中, 同样起着至关重要的作用(Landry, 2011)。创意产业集聚所带来的经济发展动力推动了大波士顿地区、西雅图地区、丹佛地区等“创意中心”的发展(Florida, 2004)。且该产业的创意集群一方面促进了创意产业创新生态系统内部创新活动的集成化及关联化发展, 另一方面也对创意企业创新效率的提升具有显著影响(胡彬, 2007)。此外, 企业的集群发展有助于构建一个完整的生态支持系统, 在该生态系统内部创意产业间的竞合关系对于产业价值创造具有导向作用(Yusuf和Nabeshima, 2005)。而且, 优越的地理位置、完备的基础设施及丰富的创意人才资源, 均有助于构建区域创意生态系统(Lazzeretti, 2012)。

创意产业创新生态系统内部的价值网络、商业模式、产业集聚构成了该系统内部各主体价值创造的基础, 其通过发挥各要素的指引及辅助功能, 更好的实现多主体参与的价值创造。该部分的研究基础, 从微观层面为企业寻求价值创造路径提供了理论指导; 从宏观层面, 指明了创意城市及“创意中心”吸引创意产业集聚的核心要素, 为创意城市政策制定及城市建设提供思路。但如何丰富创意产业创新生态系统内部的价值定位、价值传递、价值构建及价值获取, 仍是学者需要重点关注的内容。

(三) 共生演化理论对创意产业创新生态系统适用性研究

共生演化是共生单元由于共生关系的存在而带来的演化, 其作为创新生态系统的核心特征, 对于创意产业创新生态系统的研究同样具有适用性。具体而言, 是指独立的组织之间因同类资源的共享或一类资源的互补所形成的共生体导致的内部或外部直接或间接地资源配置效率的改进, 这种改进既带来组织绩效的增加, 又带来社会福利的增长(Saviotti, 2013)。

共生演化过程中的特异性(Specificity)、互惠性(Reciprocity)及同时性(Simultaneity)三方面的特征, 使得该理论显著区别于一般演化理论(曹云, 2013)。且创新技术及经济制度的共生演化得益于技术及制度的协同(Saviotti和Pyka, 2009); 在创意生态内部, 各创意种群间关系已

不再是传统意义上的竞合关系,而是协同学习及互利共生关系(Howkins,2009)。系统内部的互利共生为创意企业及创意个体的知识共享及价值共创提供必要的情景。此外,随着多元共生的“生命原理”时代的到来,黑川纪章的“共生城市”理论体现了有关城市规划及网络城市的“生命原理”的创意生态观,为创意产业创新生态培育过程中建设可持续的城市环境提供理论指导。

在此基础上,许多学者多对创意产业创新生态系统的共生演化机制做了探索性研究:创新集群知识、组织及制度的共生演化,有利于激发知识员工的主动性(丁魁礼和钟书华,2013)。进而,在创意人才知识主动性的基础上,系统内部的互利共生关系进一步促进了创意产业的创新发展,并提升了系统效应。就技术生命周期的发展而言,高科技产业上下游技术种群的共生演化耦合强度得益于技术的互动性及技术的重要程度(张利飞,2015),创意产业创新生态系统的开放性特征,促进了创意互联及技术共享,有利于该系统各创意主体间的共生耦合,以实现各利益主体间的共赢。不仅如此,创意城市及创意生态圈的包容性与多样性特征联合完备的基础设施,为创意产业创新生态系统提供了开放的共生环境;同时创意氛围的培育,也为系统内部创意人才、创意经济体、各主体间的网络关系的共生耦合提供了支持(Landry,2011)。

综上所述,伴随着知识专业化、全球技术研发不断分散化和网络化的发展趋势,创意产业创新生态系统的共生演化机制实现了其创新生态系统松散结构的耦合,为更好地实现产业内的价值创造与价值获取提供了创新动力。同时共生演化的协同机制更好地实现了创意产业创新生态系统内的共同目标与愿景。

六、结论与展望

随着国内创意产业创新环境的培育与发展的深入,对于创意产业创新生态系统的研究日益迫切。然而,创意产业创新生态系统的要素构成、协同过程以及演进趋势仍是该领域研究的“黑箱”。创意产业创新生态系统在实践过程中,由于其适应了复杂的社会、政治、经济环境的需求,因而取得了不少成效,但也存在着同质化竞争、创新动力不足等问题。本研究基于科学计量工具,对该领域的研究进行聚类及知识图谱分析,系统性梳理了创意产业创新生态系统研究的知识演进结构及其研究热点,构建了较为全面的创意产业创新生态系统知识演进体系。并结合创新生态系统以及创意生态研究的特点,探索性给出了创意产业创新生态系统的定义,在此基础上,概括总结了该系统的特征要素。然而通过相关文献的梳理及研究脉络的把握,研究发现目前对创意产业创新生态系统的研究仍处于初始阶段,诸如议题仍需进一步探讨及研究,总结如下:

第一,创意产业创新生态系统的构成要素及其内涵仍有待进一步界定。在共享经济时代特征下,市场的动态性与技术环境的不确定性要求创意产业创新生态系统协同互联网技术及智能制造等方面的内容。因而理清创意产业创新生态系统的概念内涵对实践发展具有重大意义。本研究在该系统理论内涵的界定上做出了相应的贡献,探索性的给出了创意产业创新生态系统的定义,并在该定义的基础上提出创意产业创新生态系统的“多样性、开放性、自主性及协同性”等方面的特征。但考虑到创意产业创新生态系统的不断演进,后续的研究应在实地考察的基础上,将创意产业创新生态系统的显著特征纳入其内涵界定中。此外,创意产业创新生态系统的战略选择及运营方式也缺乏相应的研究,未来研究可致力于明晰创意产业创新生态系统的内涵、特征及构成要素方面的内容。

第二,现有关于创意产业创新生态系统的研究呈现碎片化、分散化研究的现状。学界尚未对创意产业创新生态系统展开系统性研究,本研究在该领域研究的知识图谱分析的基础上,将这些研究热点系统性梳理后,分为“知识管理、开放式创新、创新动因及价值创造”四大板块,

各板块间存在内容交叉及热点协同现象,并呈现层层递进的关系。基于整合性视角分析了创意产业创新生态系统的基础生态位—创意个体,具体地,系统内创意个体及企业间的知识流动方式表征了开放式创新内在机理,同时这一流动方式在“研发投入;技术变革;消费者参与及政策多样性”等创新动因的促进作用下,一定程度上提高了系统的创新绩效及基于多主体协同的价值创造机理等方面的创新产出。然而,本研究虽然剖析了复杂的创意产业创新生态系统的微观机理,但有关创意产业创新生态系统循序渐进发展过程中其差异化发展路径探索尚不明晰,成功的创意产业创新生态系统研究的可复制性亟待考量。且随着价值创造机制的研究深入(Pott等,2008;Yusuf,2005),创意产业创新生态系统的网络协同、产业生态位研究、价值分解与重构及其共生演化机制与价值创造间的关系研究亟待深入。

第三,开展中国情境下的创意产业创新生态系统的研究十分必要。国内创意产业生态园区的建设如火如荼,发展适合我国国情的创意产业创新生态研究对国内创意园区的创新实践具有更好的指导意义。本研究指出“政策多样性、技术先进性、人才丰富性及系统开放性”对于激发系统内部创意企业的创新动力和推进我国创意产业创新生态系统相关政策的完善具有至关重要的作用,同时也为中国情境下的产学研协同的创意产业创新生态系统的培育和发展提供了参考。然而政策多样性及系统开放性在助推该系统发展的同时,是否会引发个别企业的投机及寻租行为,如何更好地协调政策多样性及系统开放性,及创意市场的良性发展仍是学界需关注的重点。

第四,拓展创意产业创新生态系统的研究方法。目前对创意产业创新生态系统的检验指标主要是创新绩效及竞争优势,而创意产业的多样化特征及其社会意义不仅局限于这两方面的测量,应加强创意产业创新生态系统的创意扩散、创新扩散等评估指标的构建。此外研究发现有关创新生态研究以及创意产业研究多以案例研究为主,未来研究可加强该生态系统的实证检验,提供科学的数据支持,以减少案例研究的特殊性及非理性的缺陷。

构建健康有序的创意产业创新生态系统,对提升区域竞争优势及实现经济转型升级具有重要的意义。创意产业创新生态系统的构建不单单得益于创意个体及创意企业的努力,同时还离不开政府、中介机构、金融机构、大学及科研机构等多主体的协同。本研究在关注系统内部的“多样化、开放性及自主性”特征的基础上,提出“协同性”的重要作用,为进一步推进该系统的完善及政策体系的健全提供了理论指导,同时也为产学研协同作用下的创意产业创新生态系统的构建提供了参考。本研究通过有关创意产业创新生态系统“知识管理、开放式创新、创新动因及价值创造”方面研究热点的梳理,以期为我国创意产业创新生态系统的构建提供理论指导和支持的基础上,引起政界、学界及业界对中国情景下该创新生态系统构建的足够重视。

主要参考文献

- [1]曹如中,史健勇,郭华,等.区域创意产业创新生态系统演进研究:动因、模型与功能划分[J].经济地理,2015,(2):107-113.
- [2]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):22-29.
- [3]李维安,齐鲁骏.公司治理中的社会网络研究——基于科学计量学的中外文献比较[J].外国经济与管理,2017,(1):68-83.
- [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):5-13.
- [5]谭力文,丁靖坤.21世纪以来战略管理理论的前沿与演进——基于SMJ(2001—2012)文献的科学计量分析[J].南开管理评论,2014,(2):84-94,106.
- [6]项国鹏,杨卓,罗兴武.价值创造视角下的商业模式研究回顾与理论框架构建——基于扎根思想的编码与提炼[J].外国经济与管理,2014,(6):32-41.
- [7]Adner R. Ecosystem as structure: An actionable construct for strategy[J]. Journal of Management,2017,43(1):39-58.
- [8]Benghozi P. J., Lyubareva I. When Organizations in the Cultural Industries Seek New Business Models: A Case Study of the

- French Online Press[J]. *International Journal of Arts Management*, 2014, 16(3): 147-54.
- [9]Benghozi P J, Salvador E. How and where the R&D takes place in creative industries? Digital investment strategies of the book publishing sector[J]. *Technology Analysis & Strategic Management*, 2016, 28(5): 568-582.
- [10]Bergek A, Berggren C, Magnusson T, et al. Technological discontinuities and the challenge for incumbent firms: Destruction, disruption or creative accumulation[J]. *Research Policy*, 2013, 42(6-7): 1210-1224.
- [11]Chen M H, Chang Y Y, Lee C Y. Creative entrepreneurs' guanxi networks and success: Information and resource[J]. *Journal of Business Research*, 2015, 68(4): 900-905.
- [12]Chesbrough H. Business model innovation: Opportunities and barriers[J]. *Long Range Planning*, 2010, 43(2-3): 354-363.
- [13]Collins P K. Building a local design and entrepreneurship ecosystem[J]. *Procedia Technology*, 2015, 20(1): 258-262.
- [14]Florida R, Goodnight J. Managing for creativity[J]. *Harvard Business Review*, 2005, 83(7): 124-131.
- [15]Gibson C, Luckman S, Willoughby-Smith J. Creativity without borders? Rethinking remoteness and proximity[J]. *Australian Geographer*, 2010, 41(1): 25-38.
- [16]Gillier T, Hooge S, Piat G. Framing value management for creative projects: An expansive perspective[J]. *International Journal of Project Management*, 2015, 33(4): 947-960.
- [17]Kačerauskas T, Zavadskas E K. Creative ecology in academic environment[J]. *Filosofija Sociologija*, 2015, 26(3): 239-248.
- [18]Kapoor R, Lee J M. Coordinating and competing in ecosystems: How organizational forms shape new technology investments[J]. *Strategic Management Journal*, 2013, 34(3): 274-296.
- [19]Landry C. The creativity city index[J]. *City, Culture and Society*, 2011, 2(3): 173-176.
- [20]Müller K, Rammer C, Trüby J. The role of creative industries in industrial innovation[J]. *Innovation*, 2009, 11(2): 148-168.
- [21]Pratt A C. Advertising and creativity, a governance approach: A case study of creative agencies in London[J]. *Environment and Planning A*, 2006, 38(10): 1883-1899.
- [22]Shaughnessy H. Recognizing the ecosystem phase-change: a guide to four types[J]. *Strategy & Leadership*, 2014, 42(1): 17-23.
- [23]Shipilov A, Godart F C, Clement J. Which boundaries? How mobility networks across countries and status groups affect the creative performance of organizations[J]. *Strategic Management Journal*, 2017, 38(6): 1232-1252.
- [24]Stam E, De Jong J P J, Marlet G. Creative industries in the Netherlands: Structure, development, innovativeness and effects on urban growth[J]. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 2008, 90(2): 119-132.
- [25]Storbacka K, Brodie R J, Böhmman T, et al. Actor engagement as a microfoundation for value co-creation[J]. *Journal of Business Research*, 2016, 69(8): 3008-3017.
- [26]Sunley P, Pinch S, Reimer S, et al. Innovation in a creative production system: The case of design[J]. *Journal of Economic Geography*, 2008, 8(5): 675-698.
- [27]Taylor C. Between culture, policy and industry: Modalities of intermediation in the creative economy[J]. *Regional Studies*, 2015, 49(3): 362-373.
- [28]Teece D J. Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance[J]. *Strategic Management Journal*, 2007, 28(13): 1319-1350.
- [29]Vargo S L, Lusch R F. Institutions and axioms: an extension and update of service-dominant logic[J]. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2016, 44(1): 5-23.
- [30]Yusuf S, Nabeshima K. Creative industries in East Asia[J]. *Cities*, 2005, 22(2): 109-12.

Creative Industry Innovation Ecosystem: Intellectual Evolution and Development Trends

Shen Lei, Zhang Yue, Zhao Yuanjun

(Glorious Sun School of Business and Management, Donghua University, Shanghai 200051, China)

Summary: Nowadays, many creative industry clusters in China are rushing toward the development of a creative ecological model of “culture+e-commerce” and “academy+parks”, with the aim of accelerating the development of brand building and derivative markets, creating a complete creative industry innovation ecosystem. At the same time, the boundless nature of creativity has enabled scholars’ research on creative industries to change from the perspective of an industrial chain to innovation ecosystem. However, the research on creative industry innovation ecosystem is fragmented and lacks a clear definition of systematic combing and related conceptual features, thereby hindering the development of creative industry innovation ecosystem as a promising research area.

Thus, we use scientific measurement tools of CiteSpace to do the visualization analysis and interpret the “109 articles” and 4129 citations related to creative industry innovation ecosystem of the WOS database, and comprehensively review the related research content of creative industry innovation ecosystem from the perspective of knowledge evolution and development trends. Based on the analysis of the knowledge atlas of this field, the hotspots are systematically combed and categorized into four major sections: knowledge management, open innovation, innovation motivation, and value creation. There is content crossover and hotspot synergy between each section, and they present a progressive relationship. This paper also identifies the basic ecological niche of creative industry innovation ecosystem-creative individuals. Specifically, the knowledge flow patterns among creative individuals and enterprises in the system represent the internal mechanism of open innovation. At the same time, under the promotion of innovation drivers such as “R&D inputs, technological changes, consumer participation, and policy diversities”, this way of flow has, to a certain extent, increased the innovative output of the system and the value creation mechanism based on multi-agent collaboration.

This study believes that “policy diversities, technological advancement, talent enrichment, and system openness” play a crucial role in stimulating the innovative power of the creative companies within the system. And it is important to promote the improvement of the related policies about Chinese creative industry innovation ecosystem. It also provides a reference for the fostering and development of creative industry innovation ecosystem based on the synergy of production, education and research in the context of China. The diversity of policies and the openness of the system will stimulate speculative and rent-seeking behaviors of individual companies while boosting the development of the system. Practically, it provides theoretical implications and solutions to collaborate development in terms of social networks for the management of creative enterprises, implying the importance of building favorable relationships with them.

Key words: creative industry innovation ecosystem; knowledge management; open innovation; impetuses of innovation; value creation

(责任编辑:墨 茶)