

区域视角下江苏省文化产业竞争力评价研究

张 敏

(南京财经大学 营销与物流管理学院,江苏 南京 210046)

摘 要 文化产业的发展具有较强的地域性特征和产业集群特征,区域性文化产业竞争力评价的影响因素包括生产条件、基础条件、支撑产业条件和制度条件。在2009年人均GDP超过5000美元的10个省市的区域比较中,江苏省文化产业的发展存在着总体水平不高、缺乏亮点等问题,因此,应从培育新型生产主体、创新文化产业链等方面提升江苏文化产业的竞争力。

关键词 江苏文化产业 竞争力 区域经济

中图分类号 G124

文献标识码 A

文章编号 1671-4970(2011)04-0075-03

近年来,江苏省文化产业发展呈现出速度加快、主体壮大、集聚发展的态势,2009年,江苏省文化产业增加值突破1000亿元,江苏省文化建设已在全国形成率先发展的势头。但与江苏省经济总量相比,江苏省文化产业所占比重较小,对国民经济的贡献水平偏低。2009年,在人均GDP超过5000美元的10个省市中,江苏省文化产业增加值占GDP的比重为3.1%,位于北京(12.6%)、广东(6.4%)、上海(5.6%)、福建(3.6%)、浙江(3.5%)等省市之后,与山东省并列第8,文化产业尚未成为江苏省的支柱产业。因此,从江苏省建设文化强省的总体要求和区域经济发展目标出发,江苏省文化产业发展要实现高于全省GDP增长速度、高于服务业增长速度,成为江苏省国民经济的支柱产业的要求,必须对江苏省文化产业竞争力的现状及其影响因素进行研究。

一、区域视角下文化产业竞争力的影响因素分析

文化,就其本质而言是人的实践活动的对象化及其结果^[1]。“文化经济中的企业间交往和地方劳动力市场的形成过程,促使了生产制度与地理环境的聚合,经常出现的高回报效应也大大提高了这种势头。这种聚合倾向和相关的高回报效应,不仅提高了生产制度的效率,而且提高了其创造性。这在其他任何生产场合都没有这样明显的表现”^[2]。因此,文化产业具有地理分布上的聚合倾向性,即产业集群化发展的特征。同时,文化产业依托的文化资

源具有较强的地域性特征,文化产业的发展不仅要求地理区位上的相对集中,而且在生产和创作上要求实现区域性的相互匹配和协调。因此,与其他物质生产领域的产业相比,文化产业具有更强的区域性特征。

文化产业作为“一种以地点为基础的市场”和“融合城市和区域更新战略的关键因素”,对经济发展方式转变、产业结构优化、自主创新能力培育和区域经济发展具有重要意义。从文化产业的价值含量和组织结构来看,文化产业是一组逐渐扩大的“同心圆”,核心层是文化内容的创造活动,内圈是文化产品的制造,外圈是文化产品的发行零售和服务业,延伸圈是“亚文化产业”或者说是文化产业与其他产业融合以后产生的混合型产业^[3]。因此,文化产业是由众多独立又相互关联的文化企业以及相关支撑机构,依据专业化分工和协作关系建立起来的,并在一定区域集聚而形成的产业集群组织。一般意义上的文化产业集群包括了文化产业链上所有上下游的企业,即文化产业的五大主体:创意主体、制作主体、传播主体、服务主体和延伸主体^[4]。结合波特产业竞争力的钻石模型和相关文化产业集群研究理论,笔者认为,文化产业竞争力的影响因素主要包括以下4个方面,即4个一级指标:

①文化生产要素条件,包括文化资源、人力资源、资本资源和基础设施4个二级指标以及13个三级指标。

②文化产业的微观基础,包括文化产业的生产

收稿日期 2011-04-05

基金项目 江苏省高校哲学社会科学研究重点项目(2010ZDXXM009) 2008年度江苏省教育厅“青蓝工程”资助项目

作者简介 张敏(1970—),男,上海人,副教授,博士,从事企业战略管理研究。

环节和消费环节 2 个二级指标以及 7 个三级指标。

③相关支撑产业条件,包括信息产业、教育产业、旅游产业和高新技术产业等 4 个二级指标以及 4 个三级指标。

④制度条件。在文化产业集群化发展过程中,政府起着不可或缺的作用,一个良好的、促进文化产业发展的制度环境的形成,将在吸引资金、聚集文化人才和促进相关产业等方面产生深远的影响,主要包括政府投入和政府法律支持 2 个二级指标以及 4 个三级指标。

因此,在区域性文化产业竞争力影响因素分析的基础上,结合产业评价指标体系构建的相关原则,本文设计了江苏省文化产业竞争力评价指标体系,包括 4 个一级指标、12 个二级指标以及 28 个三级指标。

二、江苏省文化产业竞争力评价实证研究： 基于区域的比较分析

根据国际经济社会发展经验,一个地区的人均 GDP 超过 3 000 美元,人民生活水平越过温饱线走向小康阶段后,社会对文化产品和服务的需求就会产生一个明显的凸起现象,文化产业在强有力需求的带动下迅速成长,并成为国民经济的重要经济增长

点和支柱产业。因此,本文选取 2009 年人均 GDP 超过 5 000 美元的 10 个省市作为样本,数据来源于 2010 年各省市国民经济和社会发展统计公报、统计年鉴和《2010 年中国统计年鉴》。本文运用 SPSS 统计软件中的因子分析,对区域文化产业竞争力影响因素进行综合分析和评价,通过区域间的比较研究,确定江苏文化产业竞争力的影响因素及其重要程度,从而为进一步的对策研究和发展战略构建提供依据。通过对原始数据资料进行标准化处理,求出指标间的相关系数矩阵之后,利用极大因子旋转求出该矩阵特征根的大小、贡献率及累积贡献率。经过极大因子旋转求出因子的载荷矩阵,见表 1。通过各省市各项指标因子载荷乘以因子权重,最终得到 10 个省市文化产业竞争力的综合评价指数及其排名,见表 2。

通过计算结果可以看出：

一是江苏省文化产业竞争力评价指标最主要的特征根有 5 个,其贡献率分别是 35.830%, 20.091%, 12.735%、12.545% 和 11.329%,累积贡献率达到 92.531%。说明通过数据变换之后,这 5 个特征根所反映出来的信息占全部信息量的 90% 以上,因此,完全可以用前 5 个公因子的变化代表整个

表 1 区域视角下江苏省文化产业竞争力评价指标因子载荷矩阵(经极大因子旋转)

序号		具体指标	1	2	3	4	5
VAR001	1.1.1	历史文化资源	0.286	0.386	0.827	- 0.193	- 0.035
VAR002	1.1.2	自然文化资源	- 0.015	0.114	0.869	- 0.271	- 0.160
VAR003	1.2.1	人口教育程度(本、专科在校学生)	0.576	- 0.266	0.216	0.065	0.701
VAR004	1.2.2	年末第三产业就业人数	0.302	0.535	0.776	- 0.085	- 0.067
VAR005	1.2.3	公有经济企事业单位专业技术人员数	0.589	- 0.383	0.115	- 0.078	0.661
VAR006	1.2.4	R & D 人员全时当量	- 0.186	0.334	0.234	0.158	0.859
VAR007	1.3.1	第三产业增加值	0.875	0.397	0.167	0.180	0.102
VAR008	1.3.2	金融机构年末贷款金额	0.378	0.642	0.326	0.365	0.400
VAR009	1.3.3	实际外商直接投资	0.115	- 0.262	- 0.099	0.900	0.062
VAR010	1.3.4	人均 GDP	0.655	- 0.242	- 0.382	0.588	- 0.107
VAR011	1.4.1	艺术表演团体、场馆及博物馆数	0.459	0.166	0.813	0.029	- 0.214
VAR012	1.4.2	公共图书馆藏书量	0.478	0.142	0.800	0.117	- 0.032
VAR013	1.4.3	城市园林绿地面积	0.047	0.132	0.976	0.096	- 0.121
VAR014	2.1.1	文化体育及娱乐业固定资产投资	0.386	- 0.092	- 0.157	0.769	- 0.319
VAR015	2.1.2	2009 年文化产业增加值	0.878	0.224	0.031	- 0.006	0.402
VAR016	2.1.3	文化产业增加值占 GDP 比重	0.929	0.016	- 0.133	- 0.068	0.266
VAR017	2.1.4	全年广播电视节目套数	0.644	0.482	- 0.247	- 0.293	0.374
VAR018	2.1.5	报刊期发数	0.389	0.559	0.488	0.495	0.198
VAR019	2.2.1	第三产业从业人员人均产值	0.632	- 0.445	- 0.505	- 0.150	0.216
VAR020	2.2.2	城镇居民人均文教娱乐消费性支出	0.224	0.687	0.006	0.630	- 0.185
VAR021	3.1.1	高等院校数	0.583	0.009	0.377	0.612	- 0.100
VAR022	3.2.1	旅游产业外汇收入	- 0.150	0.919	0.134	0.133	0.289
VAR023	3.3.1	互联网宽带接入端口	0.336	0.885	0.267	0.105	- 0.036
VAR024	3.4.1	2009 年高新技术产业产值	- 0.036	0.026	0.105	0.189	0.950
VAR025	4.1.1	地方财政文化体育传媒支出	- 0.071	0.384	- 0.014	0.818	0.127
VAR026	4.1.2	文体及娱乐业新增固定资产投资	0.032	0.095	- 0.213	- 0.215	0.930
VAR027	4.2.1	近 5 年地方政府出台相关政策	0.150	- 0.113	0.071	0.677	0.000
VAR028	4.2.2	各项专利申请受理量	0.360	0.392	0.383	0.646	0.050

表 2 全国 10 省市文化产业竞争力综合评价指数

地区	产业生产力因子	产业消费力因子	产业资源力因子	政府执行力因子	产业创新力因子	综合评价指数	排名
广东	2.705333	2.879716	2.175178	3.186097	1.94016	12.88648	1
江苏	0.374067	2.506022	2.109419	2.618178	2.338075	9.945761	6
山东	0.326533	2.120183	2.865611	3.26645	3.996598	12.57538	2
浙江	0.399	2.942453	1.89868	1.762654	1.760409	8.763196	7
上海	2.0416	3.244037	2.079821	1.282237	2.094044	10.741739	3
北京	2.3478	2.155797	0.879383	1.696819	2.904103	9.983902	5
天津	0.2754	1.576301	0.564358	1.702971	1.430489	5.549519	10
福建	0.3108	2.480001	0.859153	1.159634	1.904459	6.714047	9
辽宁	0.2838	2.046693	1.432076	2.242139	4.402623	10.40733	4
内蒙古	0.05544	2.043574	0.495829	1.187659	4.911409	8.693911	8

样本的相关变量的变化。而从旋转后的因子载荷矩阵表可以看出,公因子 1 包含了江苏省文化产业竞争力评价指标体系中的 6 个三级指标,这些指标与江苏省文化产业竞争力评价影响因素的文化生产能力条件密切相关,所以,笔者定义公因子 1 为江苏省文化产业竞争力评价的产业生产力因子;公因子 2 包含了 5 个三级指标,这些指标与文化产业消费能力条件密切相关,故定义为产业消费力因子;公因子 3 包含了 6 个三级指标,这些指标与文化产业资源能力条件密切相关,故称为产业文化资源力因子;公因子 4 包含了 6 个三级指标,这些指标与文化产业发展的政府政策执行能力条件密切相关,故称为政府执行力因子;公因子 5 包含了 5 个三级指标,这些指标与文化产业发展的产业创新能力条件密切相关,故称为产业创新力因子^[5]。也就是说,江苏省文化产业竞争力发展的关键实现路径在于文化产业生产力条件、消费力条件、资源力条件、政府执行力条件和产业创新力条件,同时也在于这 5 个方面的均衡发展^[6]。

二是综合全国 10 省市文化产业竞争力综合评价指数,广东省和山东省居于第一集团,优势较为明显,广东省的优势来源于其全部 5 个因子的均衡发展,山东省的优势则来源于其中 4 个因子的均衡发展。江苏省文化产业竞争力综合评价指数排在第 6 位,这与江苏省 2009 年 GDP 位居全国第二的排名不相称,与江苏省建设文化强省的宏伟目标也存在较大差距。

三是具体到 5 个因子,广东省、上海市和北京市在文化产业生产力方面的优势十分明显,其综合评价指数超出其他省份 10 倍左右,这也从另一个角度印证了这 3 个省、市文化产业增加值占 GDP 的比重超过 5% 而成为国民经济支柱产业的事实。江苏省除了在文化产业生产力方面与上述 3 省市存在明显差距外,在另外 4 个因子方面的总体水平也不高,不过发展较为均衡,不存在明显的“短板”,但也鲜有“亮点”,比如,内蒙古和辽宁等省区在文化产业创新

方面、山东省在政府执行力方面、上海市在文化产业消费力方面所具有的特点和优势。

三、江苏省文化产业竞争力提升的战略路径分析

1. 着力培育新型文化市场主体,锻造新的文化产业链

一是积极推进经营性文化事业单位转制,努力形成一批具有较强自主创新能力和市场竞争能力的文化企业与企业集团;二是加快国有文化企业公司制改造,使文化企业真正成为自主经营、自我约束、自我发展的市场主体;三是大力培育文化产业战略投资者,运用市场机制,以资本为纽带,重点培育和发展一批跨地区、跨媒体、跨所有制的大型文化企业和企业集团,使之成为江苏省文化市场的主导力量和文化产业的战略投资者。在此基础上,不断开辟江苏省文化产业高附加值、高创意、高流通的新领域,并形成一个延伸的产业链条,高创意(新闻内容、精品书籍、精彩节目)是产业链的上游,高流通(商业拓展)是文化产业链的下游,获得高附加值是文化产业链的归宿。

2. 实施江苏省文化产业“五大板块”圈层推进战略

江苏省文化产业“五大板块”圈层推进战略包括 5 个方面:一是分布在太湖周围的苏、锡、常 3 市共同打造的“吴文化”产业板块,充分利用太湖的水上人文和自然资源,大力推进环太湖文化产业圈的建设;二是大运河沿岸的扬州、泰州共同打造的“淮扬文化”产业板块,以旅游业和漆器等民间工艺品为龙头,带动淮扬美食业和相关休闲产业的发展;三是江苏省沿海的南通、盐城、连云港共同打造的“山海”文化产业板块,推动文化旅游业及相关演艺和文化艺术品制造业的发展;四是“沿江”数字文化产业板块,主要依托宁、苏、锡、常动漫产业基地打造区域性的影视、动漫制作、时尚设计和工业设计等文化创意产业带;五是苏北地区的淮安、宿迁和(下转第 85 页)

国民经济的带动作用明显增强,国际竞争力显著提高,并且高新技术产品的出口也高速增长,我国科技兴贸战略有力地促进了我国高新技术的发展,使其成为跨国公司在华投资的一个新目标^[5]。

3. 亚非拉各发展中国家的跨国投资发展势头迅猛

亚非拉地区的许多发展中国家在 20 世纪之前基本上是与对外经济贸易绝缘的,在 2005 年之前,在中国进行投资的跨国公司主要是以美国为主的发达国家,如英、日、法、德等。而通过对近五年的分析发现这些发达国家在我国的投资规模增加不大,某些甚至呈下降趋势,亚洲、非洲及拉丁美洲的发展中国家开始成为在华投资的主要组成力量。这与经济全球化的大趋势及发展中国家经济力量的强大密切相关。

另外,这些国家经历了民族解放运动、反殖民浪潮,经济基础较为薄弱,在随着世界经济的发展以及经济全球化趋势,发展中国家纷纷调整经济发展模式,适应国际大趋势,并发展对外贸易及跨国合作,虽然投资额度及经济实力依然远不及发达国家,但

已经呈现出了锐不可当的发展势头。中国作为一个发展中国家,极其注重加强与其他发展中国家的合作,与其建立良好的外交关系,并发展对发展中国家的出口及引进其外资,而这些发展中国家亦有能力在别国建立跨国公司并进行贸易往来。

参考文献:

- [1] 汪建成,邱凌峰.成本变动与跨国公司在华区位选择倾向——基于珠三角、长三角与京津冀地区的实证研究[J].国际经济探索,2010(10):73-78.
- [2] 仲崇高.跨国公司在华地区总部区位分布的特征研究[J].河海大学学报·哲学社会科学版,2010,12(4):61-64.
- [3] 刘琪,易先桥,张丽娟.跨国公司在华非均衡分布的特征分析[J].武汉金融,2009(4):16-18.
- [4] DUNNING J H. Location and the multinational enterprise: a neglected factor? [J]. Journal of International Business Studies,1998(28):45-66.
- [5] ANASTASSOPOULOS G, GEORGIU C, MAROUDAS L. Location attractiveness for foreign direct investment of EU new member-countries in comparison with old ones [J]. International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management,2008(5):506-521.

(上接第 77 页)徐州共同打造“两汉文化”产业板块。充分利用自然资源、民族文化、历史文化和革命文化资源的优势,积极发展文化旅游业,同时,大力培育艺术品市场。

3. 发展文化创意产业,打造特色文化产业群
应充分发挥江苏省工业园区的集聚和孵化功能,以文化创意设计为龙头,聚集各类生产要素。重点发展制造业设计创意、文化传媒创意、文化艺术创作、文化传统与文物保护、数字服务文化创意、建筑文化创意、咨询策划创意和休闲消费创意产业,形成完整的文化创意产业链。同时,应根据不同城市和区域的特点,科学规划以高科技文化产业为主的产业园区和基地,把基地和园区建设作为促进和推动全省文化产业发展的突破口,并形成一批特色鲜明的产业创意集聚区,提升文化产业规模化、集约化水平。

4. 构筑“官产学研”一体化的文化产业创新体系
政府、制造企业、文化企业和研发机构是产业创新主要参与者。制造业技术优势、产能优势和发达市场体系,可为文化产业发展提供物质保障,文化企业和研发机构知识优势与知识创新能力,可为制造业发展注入新的活力。无锡市积极推进制造业、文化产业和江南大学设计学院的嫁接联动,无锡(国家)工业设计园已产生了良好的“官产学研”一体化

示范效应。江苏省应实行政府引导、市场主导、企业运作模式,采取供需方直接对接、项目委托研发和生产等形式,形成文化产品与设备研发、生产、销售一体化体系。同时,以完备的技术基础设施建设、优惠的产业发展政策,鼓励国际知名文化企业将地区总部、高附加值制造环节、研发中心、采购中心和服务外包基地落户江苏省,促进文化产业与制造业产业链的双向延伸,形成相互借势、协同发展的局面。

参考文献:

- [1] 万波,黄守红.论经济全球化情势下的中西文明整合[J].河海大学学报·哲学社会科学版,2009,11(2):43-48.
- [2] 阿伦·斯科特.文化产业地理:分布与创意领域[G]//世界文化产业发展前沿报告 2003-2004,北京:社会科学文献出版社,2004:125-126.
- [3] 向勇.北大文化产业前沿报告[G].北京:群言出版社,2004:15-16.
- [4] MARK J. Culture that works: creative industries development in a working-class city [J]. Capital and Class,2004,28(3):199-210.
- [5] 王毅.文化产业竞争力评价方法与测度分析[J].求索,2007(2):39-41.
- [6] 李宜春.省域文化产业竞争力评价指标体系初探[J].经济社会体制比较,2006(2):99-104.