

---

# 城市文化创意产业竞争力研究

## ——广州与上海、深圳的比较

**【摘要】**：广州文化创意产业发展已初具规模，产业集中度也在不断提高，民营创意企业不断发展壮大，多种所有制共同发展格局基本形成。通过建立城市创意产业竞争力指标体系，对广州、上海、深圳三个城市的文化创意产业竞争力横向比较，发现广州创意产业发展中还存在生产效率和创新能力较差、现有资源未得到最有效的利用等不足。以迈克尔·波特的竞争力“钻石”模型为分析工具，提出要通过强化政府调控，优化文化创意产业各生产要素，刺激文化市场需求，构建文化创意产业集群等措施来提高广州文化创意产业的竞争力。

**【关键词】**：文化创意产业，竞争力，广州

根据国际经验，当一国的人均 GDP 达到 800~1000 美元时，该国的文化消费将呈现明显的增长过程。而人均 GDP 达到 3000 美元时，文化消费的比例可上升到 GDP 的 10%左右，第三产业特别是知识型、智能型现代服务业将会快速发展。2011 年广州人均 GDP 已经超过 7000 美元，雄厚的经济实力和巨大的文化消费市场以及丰厚的历史底蕴使得广州完全可以将文化创意产业打造成为其支柱产业之一。然而不同的城市发展创意产业的基础是不一样的。对于广州来说，可能需要系统地反思一下：需要在何种程度上发展“文化创意产业”？有何优势与不足？有没有发展“创意产业”的核心竞争力？产业突破口与产业重点是什么？政府应当做些什么？

目前，关于文化创意产业的针对性研究更多的是定性研究，不同城市间的定量比较研究还不多见，研究的成果和政策建议可移植性不强。由于政策制定缺乏定量分析的支撑，政策的效果难免打折扣。因此，基于城市间横向比较的文化创意产业竞争力的评价研究具有重要的理论意义和现实意义。本文通过构建一种比较适合区域文化创意产业发展的、具有一定实用性的产业评价指标体系，并通过这一量化的评价指标体系的应用，分析广州与上海、深圳文化创意产业发展水平的总体差别和具体优劣，并依据迈克尔·波特<sup>[1]</sup>的钻石模型提出相对应的提升广州文化创意产业竞争力的对策和建议。

### 一 文献综述

#### (一) 文化创意产业竞争力

现有的对文化创意产业竞争力的研究多是依据竞争力的定义界定文化创意产业竞争力。花建(2005)<sup>[2]</sup>将竞争力分为微观、中观和宏观竞争力三个层次，文化产业属于中观层次的竞争力，他把文化产业竞争力定义为：在一定市场环境下，文化企业通过对生产要素和文化资源高效配置和转换，不断地对文化产品进行创新，提升其价值的的能力；在国际或国内开拓、占据文化市场并以此来获取利润的能力；也是文化企业保持竞争优势的一种能力。徐萍(2006)<sup>[3]</sup>将文化产业竞争力定义为：文化产品的生产企业在一定的市场环境下，掌握文化资源、开发核心产品、迅速占据市场以获得经济效益和社会效益的能力。顾乃华、夏杰长(2007)<sup>[4]</sup>将文化产业竞争力分为现实的和潜在的竞争力。现实竞争力指的是文化产业所表现出来的经营效率和占据市场的能力，潜在竞争力指的是文化产业未来的可持续发展能力。王颖(2007)<sup>[5]</sup>将产业竞争力与文化竞争力两个概念结合起来理解文化产业竞争力，认为一国文化企业通过生产和销售文化产品，提供各种文化服务，占有市场和持续获取利润的能力就是文化产业竞争力。赵彦云等人(2006)<sup>[6]</sup>认为文化产业竞争力包括文化内容的竞争力和文化产业活动的竞争力。由于区域的文化创意产业具有自身的文化内涵和创意，具有独特性。

由以上文献可见，由于文化创意产业具有特殊的产业性质，学者的研究视角不同，得到的结论也有所差异，但基本都认为文化创意产业竞争力是区域所特有的，其发展模式是由众多文化创意企业、相关机构和社会资源融合而形成的，难以被模仿，并且具有持续地创新能力。

## (二) 文化创意产业竞争力评价方法

祁述裕(2004)<sup>[7]</sup>依据波特的钻石模型，提出以企业战略为核心，包括生产要素、消费者需求、政府调控和产业集聚5个要素组成的文化创意产业竞争力“钻石模型”，并将5大要素具体分解为17个竞争面、67个竞争力评价指标。李宜春(2006)<sup>[8]</sup>也做了类似的分析。波特的“钻石模型”是从宏观角度研究国家竞争力问题的，对产业竞争力的研究产生广泛的影响，但它缺乏文化特征，在对不同区域的文化创意产业竞争力研究还需改进以增强其客观性。花建(2005)<sup>[2]</sup>基于对竞争力的分层处理，结合不同层面竞争力的内容和特点，引入两个维度，建立了以文化创意产业市场拓展能力、成本控制能力、整体创新能力和可持续发展能力四大核心能力为一级指标；以产业实力、效益、关联、资源、能力、结构和环境七大竞争力板块为二级指标；涵盖30个具体指标的文化产业竞争力综合指标体系。徐萍(2006)<sup>[3]</sup>的文化创意产业评价指标体系包括文化产业规模、市场占有率、创新能力、成长能力、文化需求、产业投入等一级指标，在此基础上分别19项二级指标。赵彦云等人(2006)<sup>[6]</sup>在测度中国36个省(市)文化创意产业竞争力的水平中，设计了由文化实力竞争力、市场收益竞争力、文化产出竞争力、公共文化消费竞争力、人才和研创竞争力、政府文化竞争力以及文化资源和基础设施竞争力7个要素的一级指标和27个二级指标。顾乃华、夏杰长(2007)<sup>[4]</sup>对我国9个主要城市进行了文化产业竞争力比较研究，并建立了由3个模块、12个竞争面、14个竞争力评价点共同组成的综合评价指标体系。叶丽君、李琳(2009)<sup>[9]</sup>将文化创意产业竞争力分为现实竞争力和潜在竞争力，并以此为一二级指标，以反映文化创意产业现实竞争力的市场占有率、产业规模、生产效率及经济贡献，以及反映文化创意产业潜在竞争力的成长能力、创新能力、文化需求基础和产业投入作为二级指标构建区域文化产业竞争力评价指标体系。还有卢一先等的研究。<sup>[10]</sup>

## 二 城市创意产业竞争力评价指标体系

### (一) 评价指标的选取原则

文化创意产业竞争力的评价指标体系构建应遵循如下几方面的原则：

#### 1. 系统性原则

每一个指标要素都是评价文化创意产业竞争力这个巨系统的重要因素，任何有效信息的缺失或遗漏都会导致评价结果失真。因此，评价指标体系应全方位、多角度、宽领域反映文化创意产业竞争力，既包括定量指标，如市场占有率、产业规模、产业需求等；也包括定性指标，如生产要素水平等。评价过程中，将定量指标和定性指标相结合，以定量指标为主、定性指标为辅，全面、客观地刻画地区的文化创意产业竞争力现状。

#### 2. 目标一致性原则

评价指标体系设计的最终目的就在于客观反映文化创意产业竞争力发展状况，各指标要素在设计时应能反映文化创意产业竞争力这一巨系统的某个侧面，而且，每个指标要素应该各有侧重，不能出现重复或包含的情况。因此，指标体系要素在设计时应与系统目标保持一致性。

#### 3. 独立性原则

各指标要素都从不同侧面反映了文化创意产业竞争力的发展状况，要素之间存在着复杂的非线性耦合关系，因此，指标体系在具体要素设置时应互相独立、层次分明。同时，这些要素在设置时，既要考虑到同一类型企业在不同地区(如广州、上海和深圳三地)之间的横向比较，也要便于同一企业在不同时期的纵向比较。

#### 4. 可行性原则

评价指标体系在设置具体要素时要从实际出发，充分考虑数据获取时的便捷性。对于部分无法采集的定量指标数据，可以考虑用其他类似的指标来替代，或者从原始数据中推导得出结果。

#### (二) 评价指标的解释与说明

根据文化创意产业竞争力指标体系的选取原则，本文建立了由两大模块(现实竞争力和潜在竞争力)、7个二级指标和15个三级指标构成的，能比较全面反映文化创意产业竞争力的评价指标体系(见表1)。

表1 文化创意产业竞争力的评价指标体系

二级指标	三级指标	计算公式
市场占有率	文化产业增加值占全国比重	
	文化产业增加值占当地生产总值比重	
产业规模	文化产业增加值	
	文化产业从业人数占就业总人数比重	
生产效率	地区文化产业全员劳动生产率	产业增加值/从业人员总数
	文化产业经济贡献	文化产业增加值增量/地区生产总值增量
创新能力	研发投入(R&D)占文化产业增加值的比重	
	城市创新能力指数	
	获省级以上科技奖励数量	
产业需求	人均可支配收入	
	人均文化消费支出占总支出的比重	
成长能力	文化产业发展系数	文化产业发展速度/地区生产总值发展速度

	文化产业增加值增长率	报告期文化产业增加值/基期文化产业增加值
产业投入	文化事业基建投资占总投资的比重	文化事业基建投资/全社会基建总投资
	文化事业费占财政支出的比重	文化事业费/财政支出

第一部分为文化创意产业的现实竞争力，反映现实竞争力指标的要素主要有市场占有率、产业规模和生产效率 3 个二级指标。

1. 市场占有率指标。市场占有率主要包括了文化产业增加值占全国比重、文化产业增加值占当地生产总值比重这 2 个三级指标。

文化产业增加值占全国比重，是指一定时期内文化产业部门生产、创造的增加值在全国增加值中所占的比率。该指标能够反映文化创意产业在全国各产业中的市场占有率水平。

文化产业增加值占当地生产总值比重，是指一定时期内文化产业部门生产、创造的增加值在当地全区增加值中所占的比率。这个指标可反映文化创意产业在当地所有产业中的比重，能反映出某一地区文化创意产业的竞争力水平。

2. 产业规模指标。产业规模主要用文化产业增加值，文化产业从业人员总数占就业人口比重这两个指标来表征。

文化产业增加值，是指在一定时期内某地区(国家)文化产业部门所生产、创造的产业增加值。它是反映文化创意产业经济效益的重要指标。

文化产业从业人员总数占就业人口比重，是指一定时期内从事文化产业的人员占全国总就业人口数的比重。该指标能从人力资源的角度反映某地区(国家)文化创意产业的发展水平。

3. 生产效率指标。生产效率主要选取了地区文化产业全员劳动生产率和文化产业经济贡献这两个指标。

地区文化产业全员劳动生产率，是指每个文化产业从业人员在单位时间内所生产的产品量。这个指标综合考核了文化创意产业单位的人员、生产、经营和管理等各方面的因素。

文化产业经济贡献，是指文化产业部门在一定时期内创造的经济效益，集中反映了文化创意产业的主要经营成果。

第二部分为文化创意产业的潜在竞争力，反映潜在竞争力的指标要素有创新能力、产业需求、成长能力、产业投入这 4 个二级竞争指标。

1. 创新能力指标。创新能力主要包括了研发投入(R&D)占文化产业 GDP 的比重、城市创新能力指数、获省级以上科技奖励数量这 3 个指标。

研发投入(R&D)占文化产业 GDP 的比重，是指某地区(国家)文化产业的研发经费投入占文化产业 GDP 的比重。该指标可从产业经费支出的角度反映文化创意产业的创新能力。

城市创新能力指数，是指某城市在创新资源、公关能力、技术实现、人才实现、网络能力等综合辐射能力。该指标主要是从创新直接成果的角度考察城市的创新能力。

---

获省级以上科技奖励数量，是指某地区的科技创新成果占省级以上科技成果的数量。该指标反映了文化创意产业在研发实力和产业技术竞争力的水平程度。

2. 产业需求指标。产业需求主要选取了人均可支配收入、人均文化消费支出占总支出的比重这两个指标。

人均可支配收入，是指个人收入在扣除了向政府缴纳的各种税费后的余额，常被用来衡量一国生活水平的变化情况。该指标反映了人们在消费开支上最重要的决定性因素。

人均文化消费支出占总支出的比重，是指在一定时期内平均每人在文化产品或服务上的消费占总支出消费的比重。

3. 成长能力指标。其竞争指标主要有文化产业发展系数和文化产业增加值增长率这两个指标。

文化产业发展系数，是指一定时期内，文化产业发展速度在当地产业生产总值发展速度的比重。该指标反映了文化创意产业在运转速度和发展水平的程度高低。

文化产业增加值增长率，是指某地区文化产业部门在一定时期内的增加值占同期文化产业总增加值的比重，也是反映文化创意产业经济效益的重要指标之一。

4. 产业投入指标。产业投入主要有文化事业基建投资占总投资的比重和文化事业费占财政支出的比重这两个指标。

文化事业基建投资占总投资的比重，是指一定时期内文化事业基础设施建设的投资在总的基础设施建设投资上的比重。该指标从支出的角度反映了文化创意产业的投入发展能力。

文化事业费占财政支出的比重，是指在一定时期内文化事业费用的投资支出占总的财政支出的比例情况。该指标反映了当地政府在文化创意产业发展的重视程度以及文化创意产业的融资能力状况。

### 三 上海、深圳、广州创意产业竞争力的比较

#### (一) 研究方法

本文采用 AHP 层次分析法确定指标权重，基本步骤为：先确定研究问题的总目标，根据一定的逻辑程序和构建原则建立评价结构体系，然后再由上往下建立判断矩阵，通过两两比较同一层级的指标元素，确定每一层指标对于上一层次相关指标的相对权重，最终求出综合权重。

决策者对每一层次各元素之间的相对重要性作出判断，这些判断用数值表示出来，写成矩阵形式就是判断矩阵。设判断矩阵为  $A, A=(a_{ij}), i, j=1, 2, \dots, n, a_{ij}$  表示元素与元素相对重要度之比，且满足  $a_{ij}=1/a_{ji}, a_{ii}=1, i, j=1, 2, \dots, n$ 。在实际判断时，为了检验判断矩阵的一致性，检验  $\lambda_{\max-n}$  的大小，定义计算一致性指标  $CI=(\lambda_{\max-n})/(n-1)$ ，其中  $\lambda_{\max}$  为判断矩阵  $A$  的最大特征值， $n$  为判断矩阵的维数。

$$CR = \frac{\sum_{j=1}^n a_j CI}{\sum_{j=1}^n a_j RI_j}$$

为了在判断一致性时加入  $n$  的影响，用随机一致性比值  $CR$  来判断一致性，若  $CR \leq 0.1$ ，则判断矩阵具有一致性，权重合理。 $RI$  为平均随机一致性指标，可以查取。

## (二) 数据采集

我国文化创意产业属新兴产业，有关文化创意产业统计系统还很不完善，各地统计口径也不统一。根据评估文化创意产业竞争力的需要，本文选取了 2009 年《中国文化文物统计年鉴》中文化产业的相关统计数据，再利用 2008 年与 2009 年《中国统计年鉴》、《中国城市年鉴》、《广州统计年鉴》、《上海统计年鉴》、《深圳统计年鉴》、《长江和珠江三角洲及港澳台统计年鉴》中有关数据进行计算和分析。

## (三) 评价指标体系权重的确定

采用德尔菲法，通过发放评价指标权重的调查问卷，征询了 8 位专家的意见，收集到各位专家对于文化创意产业竞争力评价指标体系的看法，通过 AHP 层次分析法软件的计算，得出赋予权重值之后的评价指标体系，如表 2 所示。

表 2 赋予权重值的评价指标体系

一级指标	二级指标	权重	三级指标	权重
现实竞争力 0.5237	市场占有	0.4302	文化产业增加值占全国比重	0.5087
			文化产业增加值占当地生产总值比重	0.4913
	产业规模	0.2755	文化产业增加值	0.6733
			文化产业从业人员总数占就业人口比重	0.3267
	生产效率	0.2943	地区文化产业全员劳动生产率	0.3332
			文化产业经济贡献	0.6668
潜在竞争力 0.4763	创新能力	0.2739	研发投入(R&D)占文化产业 GDP 的比重	0.4135
			城市创新能力指数	0.4019
			获省级以上科技奖励数量	0.1846
	产业需求	0.2804	人均可支配收入	0.4838

			人均文化消费支出占总支出的比重	0.5162
	成长能力	0.2082	文化产业发展系数	0.4753
			文化产业增加值增长率	0.5247
	产业投入	0.2374	文化事业基建投资总投资的比重	0.4786
			文化事业费占财政支出的比重	0.5214

#### (四) 截面数据比较分析

在细化各指标权重的基础上，以表 2 计算出的权重为标准，根据数据的完整性和精确性，将广州市与上海、深圳进行截面比较，分析如表 3:

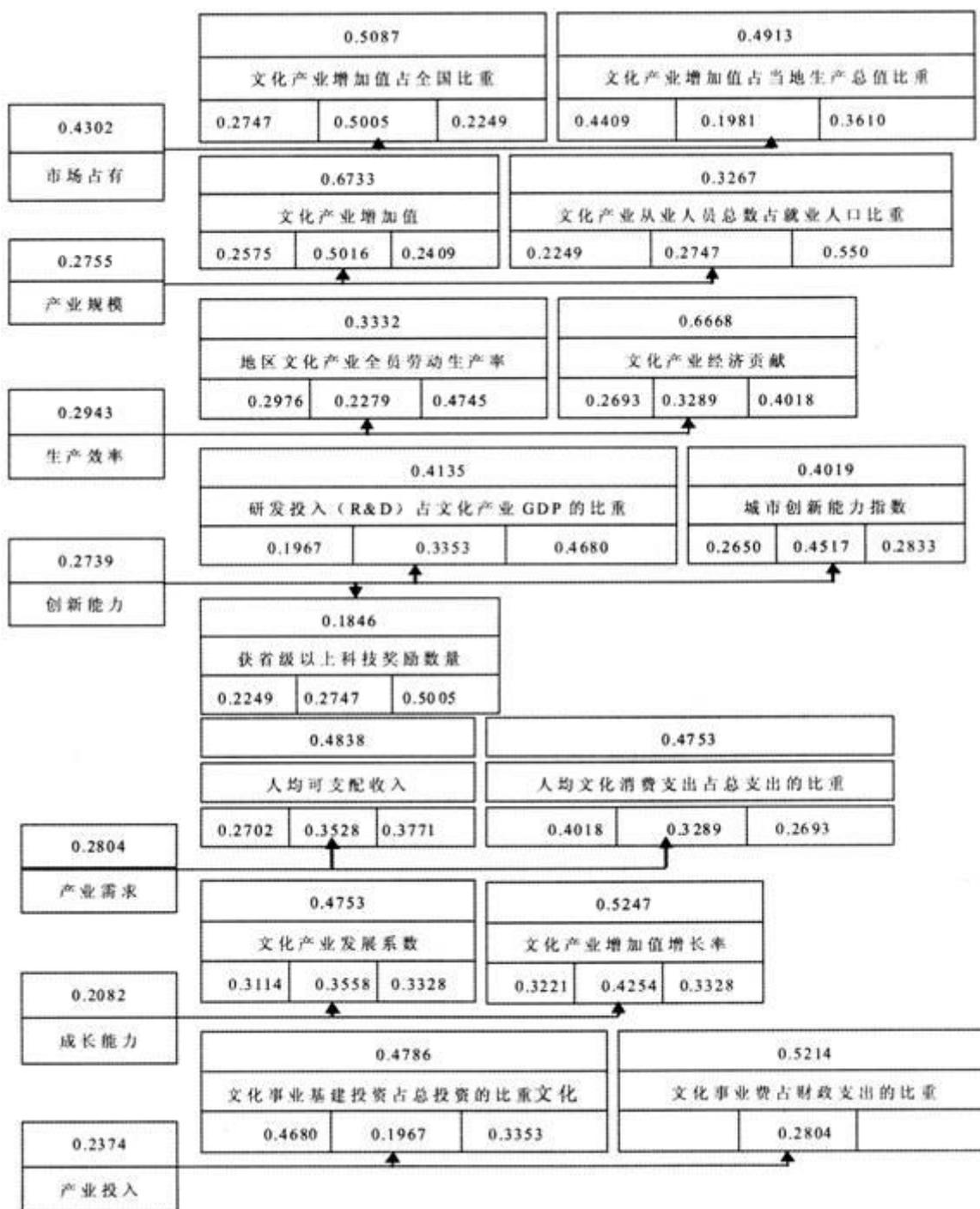
表 3 2008 年广州、深圳、上海三地各项指标横截面比较

指标	广州	上海	深圳
文化产业增加值占全国比重 (%)	7.80	10.23	7.18
文化产业增加值占当地生产总值比重 (%)	7.24	5.70	7.01
文化产业增加值 (亿元)	594.80	780.11	547.50
文化产业从业人员总数占就业人口比重 (%)	5.33	6.03	12.60
地区文化产业全员劳动生产率 (元/人)	163147.79	136909.44	201800.00
文化产业经济贡献	6.18	6.42	6.58
研发投入 (R&D) 占文化产业 GDP 的比重 (%)	27.61	46.44	51.61
城市创新能力指数	80.0519	95.5591	81.2998
获省级以上科技奖励数量 (项)	216	356	595
人均可支配收入 (元)	25316.72	26675.00	26729.31
人均文化消费支出占总支出的比重 (%)	16.90	14.82	12.50

文化产业发展系数	0.96979	1.0003	0.9857
文化产业增加值增长率	1.130	1.142	1.137
文化事业基建投资占总投资的比重(%)	5.52	0.94	3.74
文化事业费占财政支出的比重(%)	0.80	0.51	0.62

根据以上数据，分别进行求最大特征值、一致性判断、求权值等运算，再经过组合权重的计算和组合一致性的判断，计算广州、上海、深圳三地各指标分配的权重，如表 4:

表 4 广州、上海、深圳三地文化创意产业指标体系个指标分配权重



根据前面对三个地区的打分以及计算出的权重情况，结合评价指标体系的结构可为以上三个地区进行综合性打分。

各城市综合得分情况如表 5:

表 5 各城市综合得分

	广州	上海	深圳	一级指标	广州	上海	深圳	二级指标	广州	上海	深圳

总得分	0.3138	0.3445	0.3416	现实竞争力	0.1588	0.1865	0.1784	市场占有率	0.1533	0.1514	0.1255
				产业规模	0.0680	0.1178	0.0897				
				生产效率	0.0820	0.0869	0.1254				
				创新能力	0.0628	0.1016	0.1095				
				产业需求	0.0948	0.0955	0.0901				
				成长能力	0.0648	0.0741	0.0693				
				产业投入	0.1030	0.0605	0.0738				
				潜在竞争力	0.1550	0.1580	0.1632				

经过总排序一致性检验，各层指标的CR值经计算均小于0.1，满足一致性检验。

#### 四 评价结果比较分析

基于上述数据，三个城市的文化创意产业综合竞争力上海排名第一，深圳居其次，广州排名最后。

具体到各项指标中，广州在潜在竞争力方面的一些指标中相对于其他两个城市差距相对较小，甚至在有些指标处于领先的位置。比如，在产业投入指标下文化事业基建投资占总投资的比重和文化事业费占财政支出的比重上都体现出了一些优势。但在现实竞争力方面，广州相对于其他两个城市却呈现出较为明显的劣势。在创新能力方面落后的幅度更大。

第一，市场占有率方面，排名为广州、上海、深圳。从文化产业增加值占当地生产总值的比重来看，广州处于领先的优势，比重达7%以上，文化产业已经成为了广州经济的支柱产业之一。广州文化产业增加值占全国的比重仅微微领先于深圳，与上海相比还有较大的差距。其原因主要在于相对于上海，广州地区生产总值较低，所以虽然成为广州的支柱产业，但产业增加值却仍大幅度落后于上海。

第二，产业规模方面，排名为上海、深圳、广州。从此指标的评分来看，上海的文化创意产业已经形成了较大的规模，广州与其他两个城市存在着一定的距离。结合文化产业从业人员总数占就业总人口的比重广州得分相对较低，这说明广州文化创意产业尚未得到充分地发展，从事该产业的人员还占较小的比例。

第三，生产效率方面，排名为深圳、广州、上海。广州全员劳动生产率虽然高于上海，但这一指标的数值距离排名第一的深圳还有一定的差距。加以产业经济贡献这一指标更能反映出广州文化创意产业发展的不完善，生产力未得到充分的发展，现有资源未得到最有效的利用。

第四，创新能力方面，排名为上海、深圳、广州。此指标可以反映出广州创新能力与上海、深圳之间的差距较大。创新能力可以支持文化创意产业竞争力的长期持续发展并直接提供竞争动力，起着至关重要的作用。从研发投入(R&D)占文化产业GDP的比重可以看出广州创意研发投入不足，结合获省级以上科技奖励数量这一指标可以得知广州尚未形成很好的创意研发能力。原因有两点：第一是相当数量的创意企业执迷于短期利益的追求，倾向于产品或服务形式上的“模仿”，第二是多数企业处于

---

产业链的低端，更多地停留在产品制造层面，在核心创意中对外部的依赖性较高。所以，广州市目前来看，虽然市场占有率较高，但生产效率和创新能力却比较落后。

第五，产业需求方面，排名为上海、广州、深圳。在这点上，广州与上海水平相当，但广州居民的文化消费水平高于其他两个城市，这说明广州居民对文化产品与服务的需求比较大，购买力也比较强，是广州文化创意产业发展中的优势和有利条件，能为文化创意产业的发展提供强有力的支撑，只要能不断丰富文化创意产品和服务就能更好地满足和挖掘居民这方面的需求，以进一步开发文化创意产业更广阔的市场。

第六，成长能力方面，排名为上海、深圳、广州。从这个指标可以看出，过去几年来，上海一直保持着高速增长，广州并没有达到如此快的步伐，成长能力稍差于上海和深圳。但广州市的文化资源十分丰富，如果可以将现有资源得到充分的利用，生产力得到充分的发展，在可预见的未来，广州的文化创意产业还是会取得比较快的发展的。

第七，产业投入方面，排名为广州、深圳、上海。从这个指标可以看出广州市政府对文化创意产业的重视程度是非常高的，财政支出比重较大，这也是产业竞争力发展的重要环境和激励因素，将会为广州文化创意产业的未来发展带来强有力的支撑。

从分析中可以得知，上海在现实竞争力方面相对于其他两个城市处于领先的地位。数年来，上海文化创意产业的总量、年增长幅度、贡献值占全市 GDP 的比重在全国均名列前茅。上海市文化产业的总体规模大，创新能力强，这主要因为上海经济、社会、文化开放度比较高，高层次、高级人才密集。上海文化创意产业发展最大的特点是以政府为主导的文化创意产业集群化发展。目前上海已形成了 100 多个创意产业集聚区，涉及动漫、影视、网络、出版等各个文化产业类型，产业集群的发展带动了上海文化创意产业规模的扩大、成长能力的提升和创新能力的提高。

深圳的文化创意产业形成了“文化+旅游”、“文化+科技”以及“文化+金融”三大发展模式。以高新技术创新文化生产方式的“文化+科技”模式，为文化创意产业高端起步、跨越发展奠定了强大的技术保障。以文化产权交易所、文化产业投资基金为主导的“文化+金融”模式，不断创新对文化企业的金融支持方式，构建了文化产权交易、文化产业投融资、文化企业孵化的重要平台。以主题公园、文化创意产业园区和基地为依托的“文化+旅游”模式，有效延伸了文化创意产业链。在与上海、广州的相比较中，她的现实竞争力处于两者之间，但潜在竞争力最高，可见深圳的文化创意产业还有很大的提升空间。

广州已经构建起以动漫制作、软件开发与服务、网络音乐创作、手机游戏设计、时尚设计、数字电视增值等方面具备发展潜力的文化创意产业体系。特别是动漫产业，在产业链上已形成了网络游戏、手机游戏等与游戏相关的产业链。在原创漫画领域，广州拥有国内领先的龙头企业——漫友文化，占漫画书市场 30% 以上的市场份额。网络游戏领域，光通等网络游戏企业的产值占全国市场 30%。国内网络游戏收入和上线产品指标，排名前五的企业中广州占了 3 家，其中电子游戏产品产业的国内市场占有率为 50%。但是，与上海、深圳相比，广州文化创意产业竞争力无论在现实竞争力还是潜在竞争力都处于弱势，主要表现为创新能力和成长能力不足。其中高端人才以及复合性人才缺乏是制约广州文化创意产业发展的关键。虽然广州汇聚来自全国各地的各行各业的人才，但与上海相比，文化创意产业高端人才缺乏，尤其是综合素质较高的复合型人才。人才缺乏导致了创新能力的不足。

## 五 政策建议：基于“钻石模型”的分析

波特认为，产业的竞争力是国家(地区)竞争优势的核心基础，而产业竞争力形成的关键在于能否使主导产业具有优势。分析国家(地区)的竞争力问题应从产业入手，考察一个国家的经济、社会、政治等环境如何影响各个产业的竞争力。波特将决定竞争力大小的因素归纳为“钻石模型”，其基本内涵是，一国特定产业是否具有竞争力取决于四个基本因素：一是生产要素，包括人力资源、自然资源、知识资源、资本资源、基础设施等，波特特别强调的是“要素创造”，而不是一般的要素禀赋；二是需求条件，包括市场需求的量和质(需求结构、消费者的行为特点等)；三是相关与辅助产业的状况；四是企业策略、结构与

---

竞争对手。此外，政府和机遇是两个不可或缺的因素。在钻石体系中，每个点以及体系本身都是影响企业和产业在竞争中获得成功的基本条件。各点的作用要看其他点的表现，任何点出问题，都会限制整个产业进步与升级的潜力。此外，每个点也会自我强化，构筑成一个体系。

波特的“钻石模型”为我们分析提升广州文化创意产业竞争力提供了非常丰富的启迪。具体而言，有以下几点：

#### (一) 优化文化创意产业各生产要素

首先，有效整合文化资源，提升文化创意产业的原创力。在保护的基础上，注重对广州文化资源的综合开发利用，吸收各种优秀创意、思想、知识、技术，广泛运用现代信息技术，整合文化资源，为文化创意产业发展提供源泉。

其次，拓宽投资渠道，扩大文化创意产业资本资源。鼓励非公有资本进入文化创意产业，参与文化事业单位改制。建立健全相关的融资机制，构建以政府资金为引导，企业投入为基础，银行信贷和民间资金为主体，股市融资和境外资金为补充的多渠道文化创意产业投资体系。

第三，加大人才培养、引进力度，提升文化创意人才队伍素质。依托高校开设文化创意产业相关专业，加强经营管理人才和各类专门人才的培养。提升城市文化产业就业吸引力，引进海外文化创意、研发、管理等高端人才，吸引财经、金融、科技等领域的优秀人才进入文化产业领域，为广州文化创意产业发展提供强有力的人才保障。

#### (二) 优化文化消费结构，拉动消费升级

加大对文化品牌的广告宣传力度，重视形象包装，引导大众转变文化消费观念，释放消费活力。同时，发展低成本、低票价、小规模的文化消费活动，扩大总量。政府应要加大对公益性文化设施、人员和经费投入，为群众免费提供文化消费场所与优质的文化产品。

#### (三) 打造有特色的文化创意产业集群

通过“政府引导、企业运作、功能完善、集群发展、品牌经营”的方式，构建创意街、产业基地、专业园区等各具特色、功能的产业载体，使之成为文化企业的集聚地。一是对现有的文化产业园区、基地，要着重于资源整合和优化升级，促进各种文化产业要素在产业园区内有效集中，实现文化企业的专业化集聚。二是对新建的文化产业园区，着力于优化布局，支持以分工协作、本地结网形成产业集群来安排项目。三是对列入规划发展的文化产业园区，要结合产业结构调整、老城区改造、中心城区建设和历史建筑保护等工程建设，以市场为导向、以民营企业为主体、以提供增值服务为主要赢利模式进行建设。

#### (四) 提升文化企业核心竞争力，塑造文化品牌

将创新意识渗透到企业文化中，激发员工的创意；将创意成果转化为经营资源，实现创意成果的价值；将文化创意融入品牌战略，为知名品牌注入时尚元素，提高产品的观念价值；将文化创意融入高新技术产业的开发应用中，特别是数字化内容产业的开发，拓展市场，提高附加值。

#### (五) 强化政府作用

不断制定完善相关法规和管理办法，为创意产业发展创造一个公平有序的竞争环境。完善促进文化创意产业健康发展的行业准则。利用和发挥行业协会的作用，使创意产业各行业大多数企业都能够参与到行业准则和规定的建立中。建立完善的知

---

识产权保护体系。继续在投资上给予倾斜，拓宽资金来源渠道，积极鼓励向私有企业筹资，引导民资、外资投资文化产业项目，加快文化创意产业基地建设步伐。出台相应的税收优惠政策，对于刚刚起步的文化企业采取减征或免征增值税，对新开发的文化产品可以缓征所得税，并允许经济实体在税前从产品经营额中提取一定比例的技术改进费等。在政策上支持和鼓励有能力的文化创意企业充分利用资本市场，在完善内部经营管理后争取进入证券市场，扩大企业的融资途径，形成良性的流动资金循环链，促进创意企业的可持续发展。加强文化市场管理，形成完善、有序的市场体系，为文化产业的发展提供良好的环境和条件。

**作者简介：**张伟，广东商学院国民经济研究中心讲师，博士，研究方向为产业组织，创意经济；谢宇鸿，广东商学院公共管理学院硕士研究生。

#### **[参考文献]**

- [1]迈克尔·波特. 国家竞争优势[M]. 北京：华夏出版社，2002.
- [2]花建. 文化产业竞争力的内涵、结构和战略重点[J]. 北京大学学报(哲学社会科学版)，2005，(2).
- [3]徐萍. 我国区域文化产业竞争力实证分析[J]. 集团经济研究，2006，(11).
- [4]顾乃华，夏杰长. 我国主要城市文化产业竞争力比较研究[J]. 商业经济与管理，2007，(12).
- [5]王颖. 全球化背景下中国文化产业竞争力研究[D]. 吉林：吉林大学博士论文，2007.
- [6]赵彦云，余毅，马文涛. 中国文化产业竞争力评价和分析[J]. 中国人民大学学报(人文社科版)，2006，(4).
- [7]祁述裕. 中国文化产业国际竞争力报告[R]. 北京：社会科学文献出版社，2004.
- [8]李宜春. 省域文化产业竞争力评价指标体系初探——以安徽省为例[J]. 经济社会体制比较，2006，(2).
- [9]叶丽君，李琳. 我国区域文化产业竞争力评价与差异分析[J]. 科技管理研究，2009，(3).
- [10]卢一先等. 中国广州创意产业发展报告(2008) [M]. 北京：社会科学文献出版社，2008.