

上海文化产业的影响因素与竞争力研究

张佑林¹, 易 紫², 陈朝霞³, 徐乐瑶²

(1.上海对外经贸大学 文化创意产业研究院,上海 201620;

2.上海对外经贸大学 国际经贸学院,上海 201620;3.浙江财经大学 人文学院,浙江 杭州 310018)

摘 要:文化产业是知识经济时代迅速崛起的新兴产业,在我国经济社会发展中发挥着日益重要的带动作用。通过分析上海文化产业的现状,发现上海文化产业的发展速度平稳且迅速,并且对上海市经济增长的拉动作用越来越大;以“钻石模型”来分析上海文化产业的竞争力状况,上海文化产业的发展竞争力较强,但也需要从完善文化产业运作机制、确立产业发展重点、吸引人力资源以及增强开放意识等方面来保障上海文化产业的稳定持续发展,从而将上海构建成为国际文化大都市。

关键词:文化产业;钻石模型;影响因素;竞争力

中图分类号:F269.27 **文献标识码:**A **文章编号:**2095-929X(2017)02-0027-09

0 引 言

文化产业竞争力是文化产品的生产经营者在一定的市场环境下,通过掌控文化资源、开发文化产品、占据文化市场而拥有市场和获取利润的能力。在上海文化产业大发展的背景下,关于上海文化产业的研究层出不穷。但从整体来看,目前关于上海文化产业的研究大都停留在宏观层面的描述性研究,没有形成成熟的框架,缺少理论支撑,缺少深度^[1]。

基于钻石模型的理论体系认可度较高,加上其完整性以及实践运用的广泛性,本文将以钻石模型为主要理论依据进行竞争力影响因素分析,对上海文化产业现状展开深入探讨,并结合上海文化产业的发展现状对如何提升上海文化产业竞争力提出一些建议。

美国哈佛商学院的迈克尔·波特教授在《国家竞争优势》一书中以钻石模型来分析一国特定产业是否具有竞争力。波特^[2]认为,在影响国家产业国际竞争优势理论中,最关键的因素有四项,分别是:(1)要素条件,国家中产业的生产要素状况,包括人力资源、天然资源、知识资源、资本资源、基础设施等生产力方面的表现,这些要素条件,有的是自然因素,而有的是人文因素;(2)需求条件,指对某个行业产品或服务的国内需求市场是否足够大,大部分产业的定位在国内市场,满足于国内市场需求,如果国内市场不大,公司则很难开发新产品;(3)相关

修回日期:2016-10-08

基金项目:2014 年度国家社会科学基金项目“文化资源产业化开发路径与机制研究”(14BJY007);国家文化贸易学术研究平台研究成果(BRICT201601)。

作者简介:张佑林,男,湖南永顺人,上海对外经贸大学文化创意产业研究院院长,国家文化贸易学术研究平台上海研究中心主任、教授,研究方向:文化经济学,区域经济学,发展经济学,Email:youlinzhang1964@163.com;易紫,女,湖南长沙人,上海对外经贸大学国际经贸学院硕士生,研究方向:区域经济学;陈朝霞,女,湖南永顺人,浙江财经大学人文学院副教授,研究方向:文化传媒学、文化经济学;徐乐瑶,女,安徽安庆人,上海对外经贸大学国际经贸学院硕士生,研究方向:区域经济学。

产业及支撑产业,是指国内是否存在具有国际竞争力的供应商和关联辅助行业,波特聚类自然形成,产业及相关上游产业是否具有国际竞争力;(4)企业的战略、结构和竞争,指国内支配企业创建、组织和管理的条件,以及国内竞争的本质,包括该如何创立、组织、管理公司以及竞争对手的条件如何等。这四个因素之间相互促进、相互制约,使得竞争优势得以形成和维持。同时,在四大内生要素之外还存在着两大外生变数:政府行为和机会,机会是无法控制的,政府的力量也不可轻视,对产业竞争机制起着重要的作用,与以上六个因素一起构成完整的钻石模型体系,具体如图 1 所示。

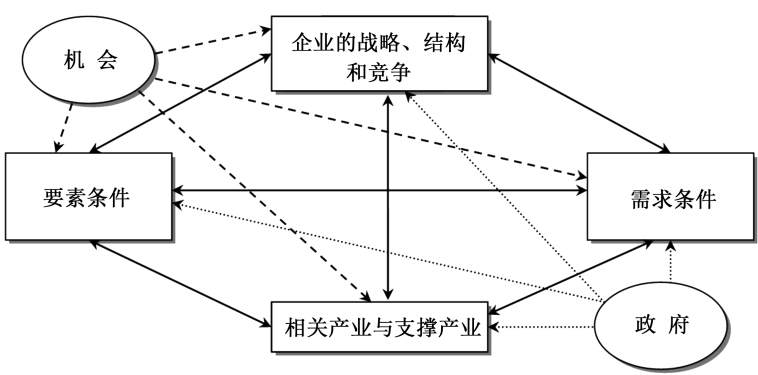


图 1 钻石模型

1 上海文化产业现状的影响因素及竞争力分析

1.1 要素条件分析

1.1.1 自然与文化资源方面

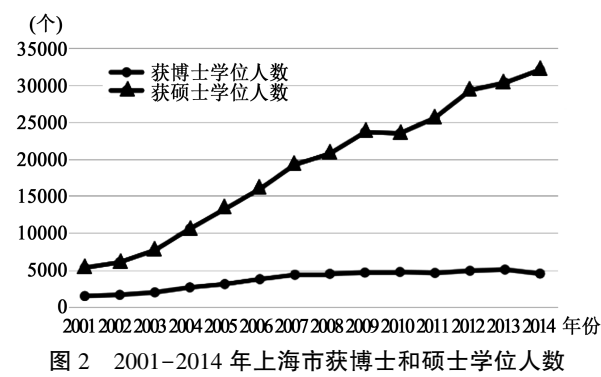
根据 2015 年上海统计年鉴数据,上海市 A 级旅游景区 2010 年有 61 个,而到 2014 年增加至 89 个。此外,2014 年上海市红色旅游基地为 34 个。而上海博物馆、东方明珠广播电视塔、上海大剧院、上海外滩风景区等设立为上海市国际文化交流基地 2010 年,上海举办国际会展的次数有 232 次,展出面积仅有 577.5 万平方米,到 2014 年举办国际会展的次数达到 258 次,展出面积达到 930.20 万平方米。这些自然和文化资源吸引了国内外众多的游客来上海旅游,上海市 2005 年旅游产业的增加值仅为 584.26 亿元,占上海市生产总值(GDP)比重为 6.4%;而到 2013 年上海市旅游产业的增加值上升至 1 400.80 亿元,占上海市 GDP 比重 6.5%。由此看来,上海市拥有较好的自然和文化资源来发展上海的旅游产业,推动上海文化产业的增值。

1.1.2 资本要素

2015 年上海统计年鉴显示,2013 年,上海市 GDP 达到 21 602.12 亿,人均 GDP 89 444.22 元,第三产业增加值 13 445.07 亿元,上海全年第三产业增加值占 GDP 的比重达到 62.2%;而 2014 年,上海市 GDP 达到 23 567.70 亿,人均 GDP 97 370 元,第三产业增加值 15 275.73 亿元,比 2012 年增长 8.8%,上海全年第三产业增加值占 GDP 的比重达到 64.8%,比 2012 年提高 1.6 个百分点。从上海的经济增长情况来看,第三产业所占比重越来越大,增加值也达到万亿元,而文化产业属于第三产业,因此上海的良好经济状况为上海文化产业发展提供了良好的经济基础。此外,上海市政府进一步推动金融业和文化产业对接,加大对文化产业的信贷投入、积极推动文化产业直接融资、积极培育文化产业保险市场、加强和改进对文化产业的综合金融服务、建立健全金融支持文化产业发展的配套措施等,为上海文化产业的发展提供资金支持。

1.1.3 人力资源要素

上海市 2014 年有 68 所普通高校,为上海文化产业的发展培养了大批知识人才,尤其是高端知识人才。图 2 显示上海获博士硕士学位的人数逐年增加。此外,上海市政府还引进了一批国内外知名人才,这些都为上海的文化产业升级发展提供了良好条件。



数据来源:2002-2015 年上海统计年鉴。

表 1 上海市 2008-2014 年科技成果表

单位:件

年份	科技成果	国际领先	国际先进	国内领先	国内先进
2008	1866	125	664	663	226
2009	2166	260	651	831	247
2010	2318	188	698	724	202
2011	2388	211	598	568	158
2012	2415	177	572	596	142
2013	2490	125	462	548	164
2014	2384	108	423	531	149

数据来源:2009-2015 年上海统计年鉴。

1.1.4 技术与创意资源

根据中华人民共和国知识产权局发布的数据,上海专利授权量 2013 年为 48 680 件,2014 年达到 50 488 件,其中 PCT 国际专利受理有 1 038 件,上海市 2015 年发明授权量为 17 601 件,位居全国各省市排名榜的第 5 位。上海的科技成果数量也呈递增趋势(见表 1)。从这些数据来看,上海市技术与创意方面在全国乃至国际趋于较为先进的水平,为上海文化创意产业的发展打下了良好的基础^[3]。

1.1.5 文化基础设施方面

上海市文化设施比较完善。根据 2015 年上海统计年鉴,截至 2014 年,上海市包括上海图书馆在内的 25 个公共图书馆,图书共有 7 362.61 万册,该年度新购图书 221.48 万册;238 个群众文化活动机构以及 114 个文物机构;有 93 个艺术表演馆,其中 81 个剧院、4 个书场;189 个电影放映单位,吸引 4 678 万人次观影;158 个艺术表演团体,国内表演演出场次 27 970 场,吸引观众 1 017 万人次;博物馆、纪念馆共有 103 个,馆内的藏品实际数量为 235.91 万件,本年度开展展览活动 486 次,吸引 1 967 万人次参观。综合看来,上海的文化基础设施比较完善,也为上海居民休闲娱乐创造了基础条件,满足人民日益增长的文化需求,促进上海文化产业升级,为创造上海市文化产业的竞争优势奠定了良好的基础。

1.1.6 文化产业园区建设方面

上海创意产业中心已经建立了多个创意产业园区,充分发挥全社会创意产业资源优势,积极配合政府制定上海创意产业发展规划及策略,构筑平台、推动集聚、形成体系,发挥中心的综合性平台作用,调动各创意产业企业和机构与创意人才的积极性,整体推进上海创意产业发展。截至目前,上海市已发展了三批创意产业园区。第一批创意产业集聚区包括:田子坊、文化科技创意产业基地等 18 个园区;第二批创意产业集聚区包括:海上海、创意联盟、建筑设计工场等 17 个园区;第三批创意产业集聚区包括:数娱大厦、西岸创意园等 13 个园区。

1.2 需求条件分析

1.2.1 文化需求状况方面

根据世界各国的经验,当人均 GDP 超过 3 000 美元时,社会居民生活结构、社会发展状况都会发生改变,对文化消费的需求会快速增长。从人均 GDP 超过 3 000 美元的时间来看,早在 1998 年,上海人均 GDP 便达到这一指标,到 2004 年上海人均 GDP 更是超过 5 000 美元。根据 2015 年上海统计年鉴,截至 2014 年,按常住人口计算,上海人均 GDP 为 15 851 美元,而上海城市居民家庭人均消费支出达到 30 520 元,达到国际中上等富裕国家地区水平。由此看来,上海市居民对于文化产业方面的需求状况是逐渐扩大的。

1.2.2 文化需求规模方面

从国家层面看,按照国际标准估算,我国只达到发达国家文化消费水平的 1/3,实际文化消费仅 1 万多亿

元,造成目前我国文化消费缺口达 3 万亿元左右,文化消费市场非常巨大。而上海地处的长江三角洲地区是中国经济最发达的地区之一,经济发展水平高,文化需求旺盛,蕴涵明显的市场需求规模优势。从上海市自身来看,上海是中国的经济中心、金融中心,经济发展水平一直处于全国前列,2014 年上海城镇居民人均可支配收入达到 52 962 元,居于全国 32 个省市首位(见图 3),上海人民对于文化产业的需求规模是很大的。

1.2.3 市场需求结构方面

总体来说,产业生产的增加值反映了产业的市场需求情况,从近几年上海文化产业的生产值来看,2011 年上海文化产业增加值为 1 155.4 亿元;到 2014 年,上海文化产业增加值达 1 400 亿元,占国民生产总值近 6%,成为上海国民经济的支柱性产业。表 2 为 2012-2013 年上海文化产业分行业增加值情况,从图中可以看出:消费者对于文化信息传输服务的需求量增幅最大,为 15.9%;其次,文化创意和设计服务业,为 11.6%。从而可以看出,上海文化产业的需求内容主要是创意、设计以及信息传输服务业,鉴于全球信息化时代到来的趋势,上海文化产业的需求结构发展趋势是合理的并且具有良好增长态势,在创意产业需求方面也有一定的竞争力。

1.2.4 出口需求方面

在全球化经济竞争中,我国主要城市的文化制造业多数集中在核心价值低、创意设计水平较低、附加值低的产业行列中,或只能在小规模、小范围内输出一些蕴涵地方特色的文化产品,仍然面临着制造业不发达的尴尬局面。这对于我国要在全球文化产业竞争中取得有利地位是亟待改善的问题。从商务部公布的我国各省市文化出口重点企业和重点项目个数来看,2015-2016 年度上海对外文化贸易企业和重点项目数目处于全国省市排名第 2 位(见图 4)。虽然与世界范围内其他城市相比,上海在国际文化市场中还是一支微不足道的力量,但是上海市出口市场需求仍在不断扩大。

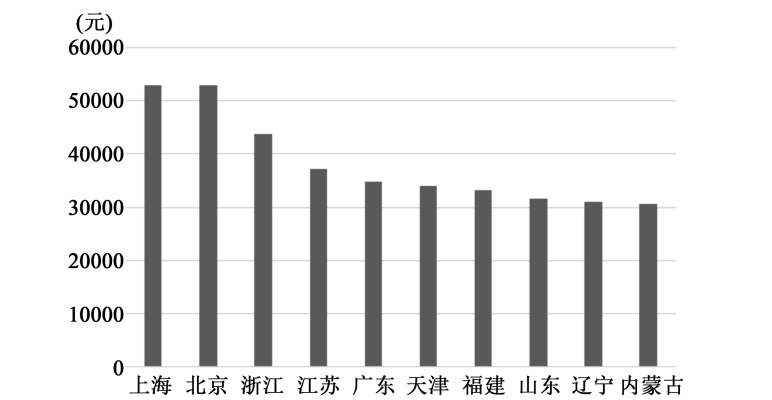


图 3 2015 年我国城镇居民可支配收入排名前十位的省、市区
数据来源:根据 2016 年国家统计局公布数据。

表 2 上海文化产业分行业增加值(2012-2013)			
	2012 增加值调整 (亿元)	2013 年增加值 (亿元)	不变价增长 (%)
总计	1283.86	1387.99	8.0
第一部分 文化产品的生产	919.06	999.93	8.5
一、新闻出版发行服务	34.52	36.41	5.0
二、广播电视电影服务	56.13	44.81	-20.6
三、文化艺术服务	33.88	36.92	8.4
四、文化信息传输服务	103.59	120.63	15.9
五、文化创意和设计服务	465.20	521.48	11.6
六、文化休闲娱乐服务	26.97	28.20	4.1
七、工艺美术品的生产	198.76	211.48	6.9

数据来源:2014 年上海文化产业发展报告。

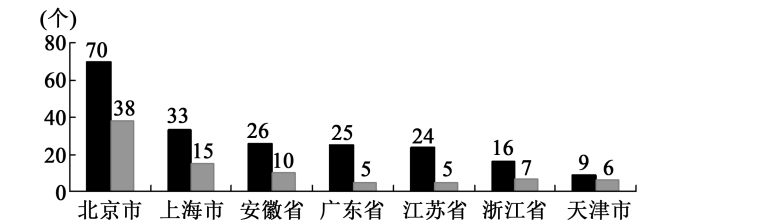


图 4 2015-2016 年度国内城市文化出口重点企业和重点项目个数总和排名
数据来源:根据 2015-2016 年度国家文化出口重点企业和重点项目名单信息整理。

1.3 相关产业与支撑产业分析

产业的发展状况离不开主导产业以及相关产业与支撑产业的发展和影响。上海文化产业发展与旅游产业结合起来形成巨大的商业价值,拉动上海经济增长;上海金融产业的发展,为上海文化产业的发展和壮大提供很好的资金基础,推动文化产业的市场化,实现文化产业的升级优化;而上海信息行业的发展则更是为文化产业的发展提供了信息技术支持,推动文化产业朝着高科技化、信息化发展,实现文化产业的可持续发展。

1.3.1 旅游产业

2011 年 2 月上海市旅游产业发展大会的召开布局了构筑“一圈四区三带一岛”的上海市全新都市旅游空间,使之与世界著名旅游城市相匹配。“一圈”——都市旅游中心圈,依托本市中心城区各类优质旅游资源的整合和开发,打造集都市观光、美食购物、娱乐休憩、商务会展等于一体的都市旅游服务功能区。“四区”——市郊四大旅游区,东部商务会展与主题游乐旅游区包括浦东新区(外环外)的区域范围,重点打造三大板块:以迪士尼为核心的国际旅游度假区板块、临港新城商务会展旅游板块、滨海生态休闲度假板块。“三带”——三条黄金旅游集聚带,在黄浦江建成“三沿十景”旅游带、苏州河建成风貌区旅游带、杭州湾北岸滨海旅游带构建三条水上旅游带。“一岛”——崇明国际生态旅游岛,将崇明三岛建设成为以休闲度假旅游主导的世界著名生态岛和乡村旅游观光岛。

目前,上海“一圈四区三带一岛”的全新都市旅游空间的发展越来越迅速,2005 年上海旅游产业的增加值为仅为 584.26 亿元,而到 2015 年,上海旅游产业的增加值上升至 1 535.64 亿元,这十年间上海旅游产业的增加值增加将近三倍,占上海市 GDP 的 6.35%。可以看出旅游产业已然成为上海的支柱产业之一。

1.3.2 金融产业

一个产业的发展脱离不了其他相关产业发展带来的影响。从现有的国内外研究来看,金融业在国民经济中处于非常重要的地位,并且密切联系着国民经济各个部门,作为第三产业,同时也与第一、第二产业有着很密切的关系。而从国外金融中心发展的经验来看,金融中心的建立必然会聚集大量高附加值的行业,金融业的发展必然带动这些产业的发展,特别是新兴产业和高科技产业^[4]。截至 2014 年,上海金融业从业人员 34.42 万人,分布于各类金融市场、金融机构以及金融监管和服务部门,涵盖银行、证券、保险、基金、信托和资产管理等金融业态。

近年来,上海市金融机构存贷款余额呈现逐年递增趋势。到 2014 年,上海金融机构存款余额已经上升至 7 3882.45 亿元,相当于该年上海市 GDP 的 3.135 倍,金融机构的贷款余额达到 47 915.81 亿元,达到该年上海市 GDP 的 2.03 倍(见表 3)。上海作为全国的金融中心,金融业发展较好,上海政府进一步推动金融业和文化产业对接,也逐渐积极推动文化产业直接融资、积极培育文化产业保险市场、加强和改进对文化产业的综合金融服务、建立健全金融支持文化产业发展的配套措施等,加强和提升金融服务,充分发挥金融在支持文化产业发展中的重要作用。

1.3.3 信息产业

21 世纪世界经济发展的重要特征是信息化和经济全球化的同步发展。经济全球化离不开信息的全球化,信息产业的发展为三大产业的相关行业节约了交易成本、运输成本、人力成本等,信息产业是拉动实体经济的重要引擎,促进了全球经济的发展。国际金融危机之后,各国重新认识到了实体经济的重要性,纷纷利用信息技术,来发展高端制造业、高技术产业等实体经济。

我国也日益重视信息产业在经济发展中的引擎作用。过去 16 年来我国信息产业的增速一直保持在国内

表 3 上海市金融机构存贷款年末余额表

指标	单位:亿元		
	2010 年	2012 年	2014 年
金融机构存款余额	52190.04	63555.25	73882.45
金融机构贷款余额	34154.17	40982.48	47915.81

数据来源:2011、2013、2015 年上海统计年鉴。

GDP 增速的 2~3 倍,平均增速超过 26.6%,占国内 GDP 的比重从不足 1%增加到 10%左右^[4]。根据 2015 年上海统计年鉴,截止到 2014 年,上海信息传输、软件和信息技术服务业从业人员有 45.72 万人,2014 年信息产业增加值为 2 460.11 亿元,占到上海市 GDP 的 10.4%。由此看来,上海信息产业的发展为上海文化产业提供了坚实的服务基础,促进上海文化产业与信息产业的结合,拉动上海文化产业快速发展。

1.4 企业的战略、结构和竞争分析

1.4.1 企业战略、规模和品牌

上海企业按照市委市政府关于“坚持科学发展、推进四个率先,把创新驱动、转型发展贯穿落实到经济社会发展各方面和各环节”的总要求,实现了稳步发展。上海文化企业也发展迅速,在 2016 年第八届全国“文化企业 30 强”中,上海占有 2 席,分别是:上海东方明珠新媒体股份有限公司和上海电影(集团)有限公司。

作为上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司统一的产业平台和资本平台公司,上海东方明珠新媒体股份有限公司拥有中国规模最大、门类最齐、特色鲜明的内容版权库;拥有互联网电视、IPTV、有线电视等多种传播渠道,已成为中国最大的多渠道视频集成与分发平台;拥有东方明珠塔、上海国际会议中心、梅赛德斯奔驰文化中心等上海本地标志性文化娱乐旅游资源,业务涉及都市旅游观光、休闲餐饮及商务会展、演出娱乐、商旅代理等。公司正以强大的文化传媒业务为根基,以互联网电视业务为切入点,建设覆盖线上线下的泛文化产业平台,打造中国最具市场价值和传播力、公信力、影响力的生态型互联网媒体集团。由此看来,上海文化企业在全国文化产业发展中是占有领先地位的,也形成了上海的本土文化品牌。

1.4.2 企业组织结构

上海作为中国较早开放的城市之一,从文化企业内部组织结构看,受到西方先进企业管理制度的影响较大,商人对现代企业制度接触和接受较早,企业内部组织结构相对较为规范。一批经营性文化单位要转企改制接受市场竞争洗礼也提升了自身素质和实力。作为上海国有文艺院团转企改制的践行者,2009 年 11 月上海文广演艺集团有限公司转企挂牌。上海文广演艺集团及所属院团、剧场、公司等 19 家单位不断深化改革,创新体制机制,增强文化自信,形成文化自觉,文化影响力大幅提升,创作演出和经营业绩“两个效益”同步增长。在 2012 年全国文化体制改革工作表彰大会上,上海文广演艺集团获得“全国文化体制改革先进单位”荣誉称号。从外部企业组织结构来看,上海文化企业以文化产业园区的形式普遍存在,各个企业在产业园区集聚形成规模经济,促进上海文化产业的发展。文化企业积极发展与同行企业、高等院校、科研院所、中介与政府机构等的联系与合作,政府与中介机构致力于营造有利于文化企业发展其网络关系的环境^[6]。

1.4.3 同业竞争

从国内来看,上海与同样地处长三角的江苏、浙江在各方面都有着相似之处,都是中国市场经济发育最早且最为完善的省市之一,这些省市之间的竞争也比较多,但是上海无论在经济发展水平、文化创意方面、文化出口企业和项目上,还是文化创意产业园的国际化程度都要高于长三角的其他省市^[7]。

从国际来看,上海的一些文化产业面临着国际文化产业的竞争,如电影产业,国内电影院排行榜中美国大片总是占据着重要的地位。但是上海正逐渐摆脱低层次的成本和价格竞争,向高层次的创意和品牌竞争转变,加强创意产业的发展,提倡自主原创,产业链也不断完善。此外上海的旅游行业发展良好,特别是 2010 年上海世博会的成功举办,上海的城市旅游形象、旅游综合服务能力、创意策划意识及能力都有了大幅度的提高,2014 年上海接待国际入境游客 791.30 万人次,国际旅游(外汇)收入达到 57.05 亿美元。

1.5 政府要素分析

2009 年国务院通过《文化产业振兴规划》,标志着文化产业已经上升为国家战略性产业。上海政府响应党的号召,在上海文化产业发展方面加大的投入力度。2010 年 7 月上海公布了《上海市金融支持文化产业发展繁荣的实施意见》,加大对文化产业的信贷投入、积极推动文化产业直接融资、加强和改进对文化产业的综

合金融服务、建立健全金融支持文化产业发展的配套措施等,对于进一步推动金融业和文化产业对接,充分发挥金融在支持文化产业发展中的重要作用,加快上海国际金融中心和国际文化大都市建设具有重要意义。

2011 年 4 月,根据《国务院办公厅关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》,上海政府制定《关于促进上海电影产业繁荣发展的实施意见》,为实现推动上海成为电影企业集聚、产业链完整、具有一定国际影响力的电影产业基地的目标提供了政策保障。此外,上海市文化广播影视管理局颁布《上海动漫游戏产业发展扶持奖励办法》,对优秀原创动漫游戏产品予以扶持与鼓励;出台《关于促进上海市数字出版产业发展的若干意见》从财政扶持、政府采购、税收优惠、知识产权保护、投融资等领域全方面扶持数字出版产业的发展;对数字出版企业拥有自主知识产权的数字产品和技术,经有关部门认定纳入《上海自主创新产品目录》和《上海市政府采购自主创新产品目录》给予政府采购优惠政策^[8]。

1.6 机会要素分析

上海文化产业的发展迎来了国际层面、国家层面以及自身发展的机遇。国际层面上,全球化进程不断加快,世界正进入文化经济时代,文化消费在全球范围内增长,发达国家服务业向我国转移为上海文化产业发展提供了新的机会;国家层面,党和政府十分重视文化产业的发展,提出社会主义文化强国的国家战略,并给予全方位的政策支持,制定多个文化产业发展规划,推动文化产业成为国民经济支柱产业以促进经济持续健康发展^[9]。此外,国内首家国家级对外文化贸易基地——国家对外文化贸易基地于 2011 年 11 月在上海揭牌,具有“服务企业、降低成本、吸引人才、促进合作、推动发展”等功能。截止到 2014 年 5 月,基地共聚集了 200 多家文化企业入驻,注册资本累计已超过 35 亿人民币,文化市场会员总数已过百家,年税收贡献已超过亿元,2013 年度基地全年文化贸易新增总量已超过 70 亿元人民币。2013 年 9 月 29 日中国(上海)自由贸易试验区挂牌成立,在自贸区内,交易机会大大增加,更多的优惠政策向自贸区倾斜,也会吸引更多的外资进入,赋予了上海文化产业发展更好的机遇。

2 提升上海文化产业竞争力的政策建议

根据波特的“钻石模型”,上海文化产业要具备全国乃至国际上的竞争力,构建成为国际文化大都市,必须从产业竞争力的四个内生因素和两个外生因素方面出发进行提升。

2.1 完善上海文化产业运作机制

文化产业的迅速崛起和不断壮大在很大程度上要归功于由市场与政府共同作用组成的产业机制,为文化产业发展提供强劲动力和坚实保障。因此,要充分发挥多种市场主体对文化产业发展的积极作用。

首先,需以市场为主导,培育文化产业动力机制。文化产业具有鲜明的时代特点,凭借现代科技和知识智力进行创意和创造,运用高新技术和设备进行大规模复制,通过成熟的市场运作和发达的营销网络才能得以广泛传播。为此,上海文化产业的发展需充分发挥市场的力量,运用市场规则的运作能力逐步完善文化产业发展的动力机制。

其次,需由政府来引导,健全文化产业保障机制。政府对于文化产业发展的主要功能在于提供产业发展所需的保障。在市场机制较为完善的制度条件下,政府对文化产业发展的保障主要集中在法律、政策和资金三个层面、上海文化产业要实现快速健康发展,有必要在政府层面加大支持力度,从而营造有利于文化产业综合发展的健康环境^[10]。

2.2 确立上海文化产业发展重点

纵观全球,国际上具有影响力的大都市无一例外都是创意产业最为发达的地区。对一个地区来说,很难做到全面兼顾、共同发展。上海要向世界级文化大都市迈进,必须有发达的创意产业。结合上海文化产业综

合竞争力,分类聚焦,能有效地推进文化产业迅速发展。正因为如此,近年来上海开始把创意产业作为战略产业和支柱产业,并采取相应的政策措施积极推动和扶持其发展。

随着科技的进步和国际竞争的日趋激烈,技术创新能力对于企业的成功与生存的作用愈加凸显,日益成为一个企业乃至国家赢得竞争力的核心因素。文化产业要想变得具有创新力与创造力,必须将先进的、具有附加值的产品和服务引入市场^[11]。因此,发展创意产业必须与推进产业升级相结合,要将创新意识渗透到企业文化中,将创意成果转化为经营资源,充分实现创意成果的附加价值;将文化创意融入品牌战略,为上海知名老品牌注入现代化的创意时尚元素,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,特别是数字化产业的开发,拓展市场,提高产品的核心竞争力。

2.3 集聚优质人力资源

发展文化产业的关键是人才。一是要大力吸引各地人才,利用上海大都市的吸引力把国内外的创意人才聚集到这里。二是要注重文化产业人才的培养。通过合作办学、教育培训等方式培养出更多文化创意产业界的紧缺人才和综合实用人才。

同时,教育部门应大力支持学生素质教育阶段的创新意识,提供更多的创新发展平台,使创新型人才有施展的空间。高等教育阶段的培养方案也要注重对学生创新与发展意识的培养;企业要善于任用富有冒险精神和开拓意识的人才,并积极帮助他们扬长避短,做到人尽其才,才尽其用;政府和文化产业单位要通过深化制度改革,进一步完善适应社会主义市场经济发展需要、有利于人才公平竞争管理制度,保护合法权益,特别是知识产权的保护,促成公平竞争、鼓励创新的良好社会环境。

2.4 增强文化产业开放意识

与国际化的一些大城市相比,上海的文化软实力还存在一定的差距。上海应该增强文化产业开放意识,加强国内外文化交流,兼容并蓄地发展自身的文化产业。通过开展国际型文化活动,加快推进文化交流中心建设,借此展示城市精神,并打造上海的包容性城市形象。

打造文化产业需注重对于国外文化产品的学习借鉴,更侧重于本民族本地区优秀传统文化的挖掘与继承。在全球化的背景下,既给上海文化产业的发展提供了机遇,又带来了某种危机。因此,上海应在保护好本地区的文化产业基础上,增强文化产业开放意识,在国际文化舞台上汲取外国先进的文化意识形态,开拓本土文化产业的国际市场。在全球化浪潮中抓住机遇、克服危机,不断发展上海的文化产业,增强城市竞争力^[12]。

参考文献:

[1] 沈露莹.上海文化大都市战略与文化产业发展[J].上海经济研究,2008(9):58-63.
[2] PORTER M E. The Competitive Advantage of Nations[M].New York:Free Press,1990.
[3] 刘琦岩.推进科技与文化深度融合支撑引领文化产业发展[J].甘肃科技 2012(1):1-2.
[4] 汪炜.上海金融业与其相关产业灰色关联度研究[J].中国外资,2012(8):1-2.
[5] 周子学.上海自由贸易区对我国信息产业的影响[J].现代产业经济,2013(11):7-10.
[6] 胡元木,赵缙.如何评价企业技术创新能力?——国内外文献评述[J].山东财经大学学报,2015,27(1):100-106.
[7] 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,2006(4):72-81.
[8] 叶朗.中国文化产业年度发展报告(2012)[M].北京:北京大学出版社,2012:306-315.
[9] 陈德金,李本乾.文化建设与上海城市文化软实力研究[J].科技管理研究,2011(24):225-228.
[10] 李本乾,陈晓云,陈德金.上海文化产业发展与文化体制改革协同推进研究[J].科学发展,2010(6):92-102.
[11] 顾江,郭新茹.科技创新背景下我国文化产业升级路径选择[J].东岳论丛,2010(7):72-75.
[12] 王战,潘世伟.上海文化发展报告(2014)[M].北京:社会科学文献出版社,2014.

A Study on Shanghai Cultural Industry Influencing Factors and Competitiveness

ZHANG Youlin¹, YI Zi¹, CHEN Zhaoxia², XU Leyao²

(1.Creative Cultural Industry Research Institute, Shanghai University of International Business and Economics, Shanghai 201620, China;2.School of International Trade, Shanghai University of International Business and Economics, Shanghai 201620, China)

Abstract: Cultural industry is a new industry emerging rapidly in knowledge economy era and plays an increasingly important leading role in China economic and social development. Through analyzing its status quo, Shanghai cultural industry is found to be developing smoothly and rapidly and playing an increasing pulling effect on Shanghai economic growth. Based on an analysis of Shanghai cultural industry competitiveness via "Diamond Model", it is found that Shanghai cultural industry has a stronger development competitiveness, but it is also necessary to ensure its steady and sustainable development by perfecting cultural industry operation mechanism, determining industrial development focus, attracting human resources and enhancing open-up consciousness so as to build Shanghai into an international cultural metropolis.

Keywords: cultural industry; diamond model; influencing factor; competitiveness

(责任编辑 高 琮)



(上接第 26 页)

[24] MAS-TUR A, SORIANO D R. The Level of Innovation Among Young Innovative Companies: The Impacts of Knowledge-Intensive Services Use, Firm Characteristics and the Entrepreneur Attributes[J]. Service Business, 2014, 8(1): 51-63.

[25] 吕民乐, 金妍. 知识密集型服务业对中国制造业创新的影响——基于高技术制造业的实证分析[J]. 工业技术经济, 2016(4): 17-24.

[26] GUERRIERI P, MELICIANI V. Technology and International Competitiveness: The Interdependence Between Manufacturing and Producer Services[J]. Structural Change and Economic Dynamics, 2005, 16(4): 489-502.

[27] MACPHERSON A. Producer Service Linkages and Industrial Innovation: Results of a Twelve-Year Tracking Study of New York State Manufacturers [J]. Growth and Change, 2008, 39(1): 1-23.

China KIBS Impact on Manufacturing Industry Upgrading

FANG Hui¹, ZHAO Tian^{1,2}

(1.School of International Economics and Trade, Shandong University of Finance and Economics, Jinan 250014, China; 2.School of Humanities, Shandong Agriculture and Engineering University, Jinan 250100, China)

Abstract: As an advanced production factor under the background of global value chain, knowledge-intensive business service (KIBS) can promote the added value and productivity of manufacturing industry through industry association. This paper firstly tests the dynamic relationship between KIBS and manufacturing industry via VAR model, and then investigates whether and how KIBS can promote manufacturing industry upgrading via extended C-D function. The results show that there exist long-term balanced dynamic relationship and causal relationship between KIBS and manufacturing industry, and that the former has a long-lasting significant promoting effect on the latter.

Keywords: KIBS; manufacturing industry upgrading; global value chain

(责任编辑 时明芝)