

区域视角下的包装文化创意产业竞争力初探

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2018.05.014

李轶芳¹ 李莎莎^{1,2}

1. 湖南工业大学
商学院

湖南 株洲 412007

2. 东莞市汇林包装有限公司
广东 东莞 523000

摘要: 利用 Porter 的钻石理论模型作为分析包装文化创意产业竞争力的理论基础,并以云南发展现状为例,分析了包装文化创意产业对区域经济增长、相关产业成长和城市竞争力水平提升的重大影响;依据国内外文化创意产业竞争力的研究成果,提出从推动创意产业同传统产业融合互动协同发展、完善产业链条、优化产业发展环境、拓宽投融资渠道、加快园区集聚发展、构筑人才高地等方面推动该产业做大做强,打造具有核心竞争力的包装文化创意产业集群。

关键词: 区域经济; 包装文化创意产业; 竞争力

中图分类号: F26

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2018)05-0085-06

1 研究背景

随着全球化进程的加速,各国经济增长方式和发展模式均发生了转变,这种转变以国家或区域文化为核心,旨在突出文化资本的价值,并由此衍生出许多新产业模式。其中文化创意产业凭借其显著的经济推动力和产业带动力,引起了世界各国的关注。文化创意产业是一种在经济全球化背景下产生的以文化创造力为核心的新兴产业,强调一种主体文化或文化因素需依靠个人(团队)通过技术、创意、产业化的方式开发和营销知识产权的行业^[1],它通常具有高知识性、高附加值、强融合性和高风险性的特点^[2]。

我国是包装大国,现代包装工艺不仅通过包装设计赋予产品简单的保护、整合、美化和方便运输等功能,而且以文化创意产业为依托,在注重产品外在观感同时,还加入了区域文化所赋予产品的特色元素,以达到既能继承传统又能最大限度展现产业自身创意理念和人文内涵的目的。随着我国制造业规模的不断扩大和创新体系的日益完善,包装产业要想保持中

高速发展,迈向中高端水平,使我国由包装大国向包装强国转变^[3],就必须不断创新并探索新的发展模式。包装产业与文化创意产业融合形成的新产业——包装文化创意产业,是一种集包装、文化、科技、创意和经济等领域于一体的产业,其以自身独有的产业价值、广泛的产业融合能力和快速的发展势头在全球蓬勃兴起。

包装文化创意产业是一种新兴的产业形态,对该产业竞争力的研究将成为一个热点问题。当前,国内外对该产业的研究尚处于起步阶段,相关文献较少。国外研究主要把包装文化创意产业竞争力的构成要素作为分析要点。J. H. Dunning^[4]考虑经济全球化和国际化的影响,把跨国公司商务活动作为一个因素引入产业竞争力分析模型中,对 Porter 的钻石理论模型进行完善,该理论被称为“Porter-Dunning”模型。C. Landry^[5]认为可以通过人才素质、人才多样性、领导素质、城市基础配套、地方认同感这7个要素判断文化创意产业的竞争力。R. Florida^[6]首次提出创意指数的概念,并用其分析文化创意产业发展和增长情况;

收稿日期: 2018-07-07

基金项目: 中国包装联合会“绿色包装与安全”专项基金资助项目(2017ZBLY10)

作者简介: 李轶芳(1972-),女,湖南株洲人,湖南工业大学教授,博士,硕士生导师,主要从事组织发展战略方面的教学与研究, E-mail: 379607759@qq.com

他提出了以技术 (technology)、人才 (talent) 及宽松愉悦环境 (tolerance) 为研究对象的 3T 理论, 并指出 3T 理论应该成为衡量国家或地区文化创意产业竞争力强弱的一种指标, 其为后来的学者们研究文化创意产业竞争力提供了理论依据。随后, R. Florida 通过调查美国文化创意产业发展情况, 发现该产业之所以得到强势发展并保持较强的竞争力, 主要是因为技术在、人才和宽松环境方面得到了特别关注, 从而验证了 3T 理论是衡量文化创意产业竞争力的重要指标。

与国外相比, 我国前期对文化创意产业认识不足, 不重视该产业的研究和发展。随着文化创意产业在全球迅速崛起, 并对经济产生重大影响, 国内学者也开始关注并研究文化创意产业竞争力, 并围绕着文化创意产业竞争力的基本要素着手进行研究。芮明杰^[7]对 Porter 的钻石理论模型进行了调整, 在其 4 个主要因素和 2 个辅助要素的基础上, 增加了知识吸收和创新能力 2 个因素, 从而构建了产业竞争力的新钻石模型。杨秀云等^[8]在钻石理论模型的基础上, 从产业内部和外部环境对该模型进行了调整和完善, 构建了新的产业竞争力理论评价模型, 试图从产业内外两方面着手对文化创意产业竞争力进行剖析。曾涛等^[9]借鉴钻石模型和产业竞争力分析理论, 结合 DEA-DA (data envelopment analysis discriminate analysis) 判别模型与 PLS-SEM (partial least squares structural equation modeling) 模型构建了文化创意产业竞争力形成结构方程模型, 研究不同区域文化创意产业竞争力的差异, 为促进各地区文化创意产业发展和缩小竞争力差距提供理论参考。

包装文化创意产业正成为提升国家或区域发展的创新动力源, 促使区域经济的发展由量变到质变的转化。本研究运用钻石理论模型, 以云南省包装文化创意产业为例, 分析该地区包装文化产业对城市发展现状的影响。通过理论分析和个案研究相结合, 对区域视角下的包装文化创意产业竞争力进行综合研究。

2 包装文化创意产业的竞争力分析

2.1 钻石模型理论

关于产业竞争力的理论研究较多, 具有一定的参考价值, 其中 Porter 的钻石理论模型具有较强解释力。该理论是在对多个国家和产业进行深入调查分析的基础上, 结合产业竞争力研究理论而提出的一种理论模型, 并在产业竞争力评价中得到了广泛运用并获得

了国内外学者的高度认可。因此, 本课题组把这一理论模型作为区域视角下的包装文化创意产业竞争力研究的理论基础。

Porter 认为产业竞争力是由生产要素, 需求条件, 相关及支持性产业, 企业战略、结构和竞争 4 个主要因素, 以及政府和机遇 2 个辅助因素共同构成的框架, 这些因素间的相互关系如图 1 所示。

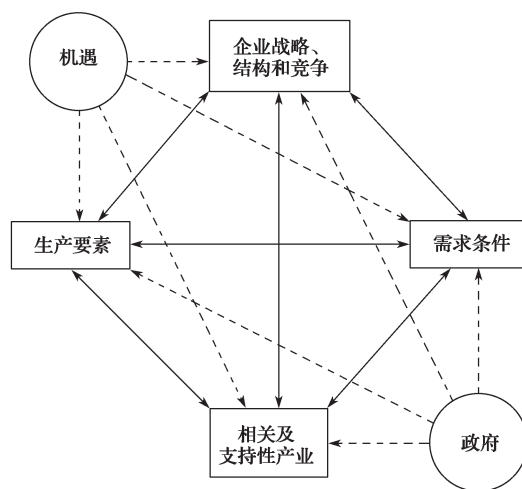


图 1 产业竞争优势的影响因素
Fig. 1 Factors influencing industrial competitive advantage

本研究应用钻石模型对包装文化创意产业的竞争力进行分析具体如下。

1) 生产要素。Porter 将生产要素划分为初级生产要素和高级生产要素。初级生产要素是指一个区域内所拥有的自然要素、资本要素、基础设施等; 高级生产要素则是指文化要素、人力要素、科技要素和研发要素等。这些初级要素和高级要素构成了包装文化创意产业发展的必要元素, 而文化的优势是其中最根本的、最难以替代和模仿的、最持久的和核心的竞争优势^[10]。

2) 需求条件。需求条件主要指本国或区域市场对包装文化创意产业所提供的产品和服务的需求。人类的需求是多层次的, 马斯洛的需求层次理论对人类的需求进行了具体阐述。随着经济水平的迅速提高, 人们的基本需求得到满足后, 他们会越来越关注和重视文化消费, 这无疑为包装文化创意产业的发展提供了更大的市场空间。而区域经济的快速发展、消费需求的增加、收入水平的提升等都会刺激市场需求, 促进该产业的良性发展。

3) 相关及支持性产业。一个具有发展前景的产

业不是孤立存在的,它在经济活动中需要与其他产业协同发展,发挥产业间的关联效应,形成一条完整的产业链,从而实现产业集聚发展。各关联产业间明确发展目标,深入挖掘区域特色元素,构建一条具有区域特色的产业链条,可以有效提升各产业的市场竞争力。协调好产业链上相关及支持性产业的关系,能有效促进包装文化创意产业竞争力的提升。

4) 企业战略、结构和竞争。企业战略是包装文化创意产业竞争力的核心,能够对提升企业竞争力并带动该产业发展发挥重要的作用。各企业根据自身发展状况制定不同的战略规划,目的都是为了保持长期发展优势。只有企业所采取的管理方法和措施能适应国家环境且又适于培育产业竞争优势时^[11],才有可能保障该企业良性发展并凸显竞争优势。企业结构和同业竞争也是保证该产业竞争优势的关键因素,对提升包装文化创意产业竞争力同样重要。

5) 政府。虽然政府作为竞争力模型中的一个辅助因素,但它能够影响其他4个主要因素。政府对某个主要因素产生积极或消极作用时,可以造成产业竞争力的提升或下降,如当政府运用其职能对某产业采取引导政策和鼓励措施时,就会对该产业发展及竞争力水平提升产生重大影响,反之亦然。因此,政府作为推动产业发展的主要外部力量,是促进区域经济发展和提升产业竞争力的保障。

6) 机遇。机遇作为产业发展的外部因素,具有很大的不确定性,但它对产业竞争力的增强或减弱能起到决定性的作用。比如,国家环境突变、市场环境动荡、需求的波动、政治的变革和战争的发生等都是机遇因素。由于机遇不能精确量化,很多学者都没有对其进行详细的说明和阐述,但它对产业竞争力影响作用不可忽视。

2.2 云南包装文化创意产业竞争力分析

包装文化创意产业对区域经济发展意义重大。以包装文化创意产业带动区域经济发展,将文化资本转化为真实生产力,为包装文化创意产业带来了商机和经济效益。由于各区域发展基础不尽相同,因而各区域包装文化创意产业发展情况千差万别、产业竞争力水平高低不同,同时也衍生出许多产业发展新模式。

本研究从钻石理论模型的角度,以云南省包装文化创意产业发展为例,分析包装文化创意产业竞争力现状。

1) 生产要素。云南位于我国西南部边陲,虽然

是一个地理位置比较偏僻、交通不方便、经济发展相对滞后的区域,但它有着丰富的民族文化资源和悠久的历史底蕴,这为云南包装文化创意产业的发展奠定了文化基础。

2) 政府和机遇。近年来,云南响应国家大力倡导的发展文化产业的理念,抓住创意产业发展机遇,大力挖掘文化资源,保护、传播、传承民族文化,带动了区域经济的快速发展。经过数年的努力,云南呈现出文化创新和体制改革不断深入、包装文化创意产业迅速崛起的良好局面。

3) 需求条件和相关及支持性产业。目前,云南包装文化创意产业的发展对该区域各方面的发展起到了很好的推动作用,有力促进了当地精神文明的建设,提升人们的精神文化素养,加快了和谐社会的构建。文化和艺术的前沿地带,音乐舞蹈的海洋,美术摄影的殿堂,影视拍摄的基地,这些都成为云南的代名词^[12],极大地提升了该区域的知名度。

4) 产业战略、结构和竞争。云南包装文化创意产业近几年的发展效果显著,但和国外一些发达国家相比,也还存在文化和创意结合不够紧密、产业模式不完整、产业布局不合理、创意人才匮乏等一些问题,其竞争力水平还有待提升。

由于我国历史悠久,不同区域的文化积累、经济发展、产业布局等不尽相同,会有较多因素制约着我国包装文化创意产业整体快速发展。因此,各区域都应该找到自身文化资源优势,了解本地区整体发展水平,认清国家的政策导向,结合科技、政治、经济、人文因素促进包装文化创意产业发展,提升区域竞争力水平,从而推动区域经济整体发展。

综上所述,Porter的钻石理论模型同样适用于包装文化创意产业的竞争力分析。钻石理论模型是基于区域经济发展的多种因素对包装文化创意产业的竞争力水平进行分析,它强调理论框架中的4个主要因素和2个辅助因素构成一个动态化有机整体,共同影响着包装文化创意产业竞争力水平,该理论对该产业的发展具有预测、指导、修正作用。

3 提升包装文化创意产业竞争力的对策

随着国家及地方政府对文化创意产业的重视,各区域应该抓住发展机遇,发挥包装文化创意产业的特有优势,抢占发展创意产业先机。为促进包装文化创

意产业稳步发展,探究区域视角下包装文化创意产业竞争力,根据钻石理论模型中的生产要素、需求条件、相关及支持性产业、企业、机遇和政府6个因素,提出6个对策。

1) 推动创意产业同传统产业融合互动协同发展

推动创意产业与传统产业的融合互动协同发展,既符合包装文化创意产业自身发展特征,也适应当前市场经济多元化发展的要求。融合互动协同发展是产业间通过合作彼此发展进化的一个过程,此过程要尽量达到两个目标:一是要促进包装文化创意产业的发展不断优化;二是要全面提升传统产业水平以适应当前市场经济发展氛围。

推动包装文化创意产业与传统产业协同发展的因素较多,它们来自经济、产业、企业、市场、政府等多个层面,可归纳为产业进化力、要素驱动力、企业源动力、市场创新力和政府策动力等^[13],并由此构成了推动包装文化创意产业融合互动协同发展的核心因素。创意产业与传统产业的协同发展是一个长期的、不断尝试的过程,不同区域间由于产业布局、发展阶段、未来发展趋势的不同,将会演化成不同的发展模式,但无论何种发展模式,都将会促进该地区整体经济结构的调整、产业布局的变化、经济发展模式的更新,达到经济集约化发展的效果。

2) 完善产业链条

充实壮大包装文化创意产业链条,有助于发挥产业的聚集效应和联合效应。创意是包装文化创意产业中的显著特性,延伸并拉长创意产业链,重点开发和扶助这一环节,有助于实现高附加值的经济效益。在此过程中,需要全面考虑区域内现有的产业类型、可利用的生产要素、科技文化创新能力,以及本地区经济实力水平等其他因素的影响。

一条完整的产业链是由上游的基础环节或研发环节、中游的生产环节以及下游的营销环节组成^[14]。为完善产业链条,实现产业链上产品的多元化、差异化和价值最大化,丰富和优化产品结构,需发挥包装文化创意产业的联合效应,加强研发、生产、营销、管理之间的关系,促进包装文化创意产业和相关产业的协同发展,以打造一个既适应区域发展又适合产业自身发展的产业链。

3) 优化产业发展环境

产业发展环境的优化是包装文化创意产业发展的基础,也是保持该产业持续竞争力的先决条件。为

保障包装文化创意产业持久稳定的发展,可从政策环境的完善、文化市场环境的优化、公共服务平台的构建等多个层面着手,制定相应的法规和发展策略引导包装文化创意产业健康发展。

在包装文化创意产业的发展过程中,政府起主导作用,应发挥引导、规划、调整、布局等职能,健全相应的法律制度,加强体制创新,构建完善的政策体系并保障其能够有效执行,促进包装文化创意产业可持续发展。同时,包装文化创意产业的发展离不开规范有序的市场文化环境。应规范市场文化秩序,营造宽松、开放、包容的文化创意氛围,加强对知识产权的保护力度,从各方面保障包装文化创意产业发展的环境基础。公共服务平台的构建为政府、企业、个人之间搭建了沟通的桥梁。应以政府为主导,利用网络及其他信息资源,借鉴自由市场模式,在企业的支持与参与下,协同创建一个合理配置、公平利用公共资源的服务性平台,把具有区域特色的产品和创意理念通过平台展现给大众,便于人们咨询、交流和交易等。

4) 拓宽投融资渠道

拓宽投融资渠道能为包装文化创意产业的发展提供长效的资金保障。包装文化创意产业发展的资金来源首先依靠政府的支持,政府作为产业发展的重要主体,可以从减免相关企业税收,补贴财政支出,鼓励银行及相关金融机构加大贷款额度,健全投融资体系及完善优惠政策等途径实现对包装文化创意产业的资金支持。但政府能够提供的资金毕竟有限,企业还应该主动调整和寻找有利于产业发展的其他资金来源,如通过发行股票和债券或上市融资,创新投融资方式,革新企业财务管理制度,加强与同行业的合作等途径,以此加速资金的聚集和流转。市场是产业发展的另一个主体,可以通过优化市场资源配置、完善市场资金投融资体系、鼓励和吸引民间资本和外来资本等多种方式提供资金保障。

5) 加快园区集聚发展

加快园区集聚发展对处于初创阶段的包装文化创意产业而言意义重大。产业园区是依托区域特色促使相关产业或企业不断聚集发展而形成的一个平台,其有助于创新经营理念,增强产业生产力,加快产业集约化发展,促进高端要素集聚,形成产业发展高地,更好地发挥规模效应、聚集效应和辐射效应,在区域竞争中赢得主动。

园区建设应针对我国包装文化创意产业发展现状,从健全园区管理体制出发,营造公平、公正、良好的外部环境。园区聚集发展的关键不在于规模,而在于经营理念。园区内应采用集约化管理,充分调动区域内的各种资源,形成良好的园区管理模式;园区的聚集化发展还要考虑所在区域的各种因素,结合当地文化特色和经营特点,对园区发展合理规划、科学定位。对于发展成熟的包装文化创意产业园区,还应该加强服务、技术、通信、交通、融资等各方面的建设,保障各个环节都能紧密合作和协调发展,以使园区集聚性更强,发展前景更加乐观,从而吸引更多有实力的企业入驻园区。

6) 构筑人才高地

为促使区域经济的快速发展,必须构筑人才高地,夯实人力资本。人才是包装文化创意产业发展的关键要素,也是提升产业竞争力的重要载体。人才高地的构筑不仅需要提高从业人员的素质,还要完善人才培养模式,只有这样才能为产业的持续发展提供人力资本保障。

对学校教育而言,可以通过创新教育方式,创新人才培养方式和教育教学方法,联合校政企联合制定人才培养等方式,培养高素质人才。企业则可以从改变人才的管理模式入手。企业不应只关注学历和职称,要全面考查员工的综合素质;要改善僵化的管理方式,营造人性化的工作环境;要制定合理的工资薪金制度和人员晋升制度,使每位员工在工作中找到自己的定位并能高效工作。

参考文献:

- [1] 邹艳春. 文化创意产业竞争力的三维结构研究[J]. 学术研究, 2014(6): 85-89.
ZOU Yanchun. Research on the Three-Dimensional Structure of Competitiveness of Cultural and Creative Industry[J]. Academic Research, 2014(6): 85-89.
- [2] 朱玉晶. 天津市西青区文化创意旅游商品开发策略研究[D]. 天津: 天津大学, 2016.
ZHU Yujing. Research on the Strategy of Tourism Commodity in Cultural and Creative Industry at Tianjin Xiqing District[D]. Tianjin: Tianjin University, 2016.
- [3] 佚名. 《中国包装工业发展规划(2016—2020年)》明晰“十三五”方向[J]. 绿色包装, 2017(1): 61-65.
[Anon]. China Packaging Industry Development Plan (2016—2020) Specifying the Direction of the 13th Five-Year Plan[J]. Green Packaging, 2017(1): 61-65.
- [4] DUNNING J H. Internationalizing Porter's Diamond[J]. Management International Review, 1993, 33(2): 7-15.
- [5] LANDRY C. Creative Industries[M]. Hartley: Blackwell Publishing, 2007: 233-243.
- [6] FLORIDA R. The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent[M]. New York: Harper Collins, 2005: 43-46.
- [7] 芮明杰. 产业竞争力的“新钻石模型”[J]. 社会科学, 2006(4): 68-73.
RUI Mingjie. “New Diamond Model” of Industry Competitiveness[J]. Journal of Social Sciences, 2006(4): 68-73.
- [8] 杨秀云, 郭永. 基于钻石模型的我国创意产业国际竞争力研究[J]. 当代经济科学, 2010, 32(1): 90-97.
YANG Xiuyun, GUO Yong. Study on International Competitiveness of China's Creative Industry Based on Diamond Model[J]. Modern Economic Science, 2010, 32(1): 90-97.
- [9] 曾涛, 王秉琦, 占绍文. 区域文化创意产业竞争力形成机理差异化研究[J]. 统计与决策, 2015(21): 96-100.
ZENG Tao, WANG Bingqi, ZHAN Shaowen. Research on Formation Mechanism Differentiation of Regional Cultural and Creative Industry Competitiveness[J]. Statistics and Decision, 2015(21): 96-100.
- [10] 高莉莉. 江苏区域文化产业竞争力动态分析及思考[J]. 南京社会科学, 2013(4): 151.
GAO Lili. Dynamic Analysis and Thinking on the Competitiveness of Jiangsu Regional Cultural Industry[J]. Nanjing Social Sciences, 2013(4): 151.
- [11] 肖军. 重庆市创意产业竞争力现状及发展路径研究[D]. 重庆: 重庆大学, 2008.
XIAO Jun. Research on Competitive Power Present Situation and Development Way of Creativity Industry in Chongqing[D]. Chongqing: Chongqing University, 2008.
- [12] 石杰, 司志浩. 文化创意产业概论[M]. 北京: 海洋出版社, 2008: 122.
SHI Jie, SI Zhihao. Introduction to Cultural and Creative Industries[M]. Beijing: China Ocean Press, 2008: 122.
- [13] 洪振挺. 文化创意产业与相关产业融合发展的机理研究[J]. 中国市场, 2016(26): 98-106.
HONG Zhenting. Research on the Mechanism of the Integration of Cultural and Creative Industry and Related Industries[J]. Chinese Market, 2016(26): 98-106.
- [14] 丁轶群. 西安文化创意产业集聚区竞争力研究[D]. 西安: 西安电子科技大学, 2013.
DING Yiqun. Studies of the Competitiveness of Xi'an Cluster of Cultural and Creative Industries[D]. Xi'an: Xidian University, 2013.

Research on the Competitiveness of Packaging Cultural and Creative Industry from a Regional Perspective

LI Yifang¹, LI Shasha^{1,2}

(1. School of Business, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China;

2. Hui Lin Packaging Dongguan Co., Ltd., Dongguan Guangdong 523000, China)

Abstract: Porter's theory of "diamond model" was taken as the theoretical basis to analyze the competitiveness of packaging cultural and creative industry. By taking the development status of Yunnan packaging cultural and creative industry as an example, the significant influences of packaging cultural and creative industry on regional economic growth, related industrial growth and urban competitiveness were analyzed. According to the research status of cultural and creative industry competitiveness domestic and overseas, the following proposals could be considered to motivate and build packaging cultural and creative industry cluster with core competitiveness by promoting industry integration and interaction between creative industry and traditional industry, improving the industrial chain, optimizing the industrial development environment, expanding the investment and financing channels, accelerating the industry park development, building talents highland and so on.

Keywords: regional economy; packaging cultural and creative industry; competitiveness

.....

(上接第 84 页)

Study on Innovation and Development of Packaging Industry in China Under the Background of Supply-Side Reform

LI Zhengjun, ZHANG Zhen

(Institute of Logistics Engineering, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

Abstract: By conducting innovative surveys on packaging companies in China, based upon the survey data, the basic innovation characteristics of innovation type, innovation influence, innovation cooperation and innovation cost of China's packaging industry were analyzed, with the main problems and unfavorable factors facing the innovation and development of China's packaging industry summarized. In order to promote the innovation and development of China's packaging industry in the context of supply-side reform, the proposal was put forward as breaking the policy and capital bottlenecks, innovating management concepts, optimizing the industrial space pattern, and strengthening the green development concept to comprehensively enhance the innovation and development level of China's packaging industry.

Keywords: packaging industry; supply-side reform; innovation and development