

论台湾新兴战略性文化创意产业发展的竞争优势

李红梅, 齐 旭

(中央民族大学经济学院, 北京 100081)

摘 要: 产业结构的优化与升级是世界产业结构演变的必然趋势。向高新技术产业、现代服务业、都市型现代农业以及文化创意产业方向发展, 已成为世界各地产业结构调整的亮点。台湾地区自进入 21 世纪以来, 本着“要赚钱, 也要顾及生活”的理念, 于 2009 年再次提出了今后将重点推动的、涵盖文化创意产业在内的六大战略性新兴产业。结合台湾产业布局调整的背景, 运用迈克尔·波特的“钻石模型”理论, 以文化创意产业为例, 可以深入剖析台湾地区本轮战略性新兴产业布局的总体竞争优势及其对岛内产业升级的影响。

关键词: 钻石模型; 战略性新兴产业; 文化创意产业

中图分类号: G124(258) **文献标识码:** A **DOI:** 10.3772/j.issn.1009-8623.2013.02.008

1 “钻石模型”内涵及其在产业升级中的应用

迈克尔·波特教授^[1]在其《国家竞争优势》一书中提出了国家竞争优势理论, 并指出, 影响一国产业竞争优势的关键就在于 4 项基本要素和 2 个辅助要素的整合作用, 这些要素之间相互影响, 双向强化, 构成了相互作用的系统, 即“钻石模型”(如图 1 所示)。钻石模型中, 4 项基本要素为生产要素、需求条件、相关与支撑产业以及企业战略、企业结构与同业竞争; 2 个辅助要素为政府行为和机会。

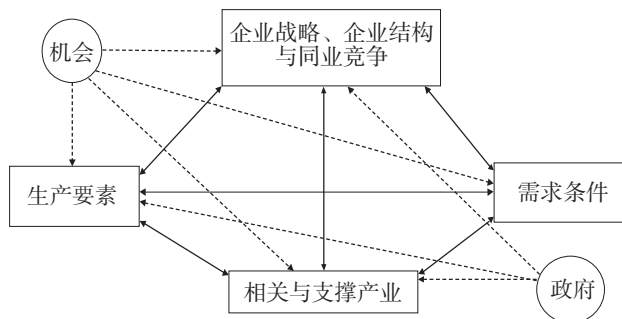


图1 波特的钻石模型

生产要素是一个国家或地区在特定产业竞争中有关生产方面的表现。生产要素包括：人力资源、天然资源、知识资源、资本资源和基础设施。生产要素包括：初级生产要素和高级生产要素、一般性生产要素和专业型生产要素。生产要素对产业的国际竞争力的决定会产生重要的影响, 要想建立起产业强大又持久的竞争优势, 必须发展高级生产要素和专业性生产要素。

需求条件是本国或地区市场对该项产业所提供产品或服务的基本状况。由于母国市场对每一种产业都具有影响力, 因此, 内需市场借着它对规模经济的影响力而提高了效率。同时, 本国或地区的预期需求可能催生产业的国家竞争力, 而市场规模和成长规模则有强化竞争力的效果。

相关与支持产业的存在, 为国家竞争优势提供了一个优势网络。该网络通过由上而下的扩散流程和相关产业内的提升效应而形成。因此, 特定产业的相关和支持性产业是否具有国际竞争力, 对促进和增强产业的国际竞争优势, 具有重要意义。企业怎样创立、组织和管理, 国内竞争程度如何, 是决定其竞争力的重要因素。

第一作者简介: 李红梅(1963—), 女, 硕士, 教授, 主要研究方向为国际经济关系与产业结构。

收稿日期: 2012-11-19

机会则一般与产业所处的国家环境无关,也并非企业内部的能力,甚至不是政府所能影响的。但引发机会的时间一旦出现,产业能否借助这些事件的影响,形成和提升产业的竞争优势就非常重要。尤其是发明创造活动的突破、重大的技术非连续性的进展(如微电子技术、生物技术等新技术的出现)、生产成本突然提高(如能源危机)、自然灾害等突发事件等这些机会形成了产业的不连续性,能够解散或重塑产业结构,为一国企业代替另一国企业获得竞争优势提供了可能。

政府与其他关键要素之间具有互动关系。一方面,政府的补贴、教育和资金等政策会影响到生产要素;政府也能对上游和相关产业环境产生影响。另一方面,政府的政策也受到环境中其他关键要素的影响。

波特的钻石体系是一个动态的、双向强化的系统。它强调产业的要素创造能力对于竞争力的作用比简单拥有要素更为重要。作为双向强化的系统,模型本身内部各要素之间在产业竞争优势的提升过程中具有相互影响的互动关系,即其中任何一项因素的效果必然影响到另一项的状态。以上6个因素一起构成了完整的钻石体系。^[2]

钻石体系可以反映出一个国家或者一个地区各条件的状况,也可以评估该国或该地区如何创造并转化这些力量,成为企业的竞争优势。四大关键要素构成了产业竞争优势的支撑体系,加上机会、政府角色,彼此互动,从而引导企业创造并保持自身的竞争优势。

波特的钻石模型理论立足于产业,通过连接微观的生产要素和需求要素以及宏观层面上的政府要素,把微观经济学和宏观经济学连接起来。J.Dunning^[3]于1993年对这一理论进行了补充,提出FDI对产业竞争力具有重要作用,并在“钻石模型”中加入了“跨国公司商业活动”因素,还将其放在与政府、机会同等重要的地位;简·法格伯格(J.Fagerberg)^[4]通过对16个OECD国家1965—1987年的统计数据进行分析,对波特“钻石模型”中的“需求条件”,特别是国内成熟的消费者对于产业竞争力的决定作用进行了实证分析,得出需求条件对于产业竞争力具有很强的正向影响。

国内学者张金昌^[5]在其《国际竞争力评价的理论和方法》一书中也指出了“钻石模型”的一些不足,并提出了根据产业发展不同阶段研究产业竞争力的三维分析法;芮明杰^[6]则给“钻石模型”加了一个核心即知识吸收和创新能力,认为“有了这个核心才能真正体现出自己产业的持续竞争力”,经过一系列修改和补充,该理论已成为一个比较完善的产业竞争力评级体系。

“钻石模型”最早多是被应用于工业产业的竞争力分析评价中。但是近年来,也逐渐被用于文化产业、商业、旅游业、建筑业、生物技术产业、农业等领域的竞争力分析评价体系并取得成功。

夏华丽等^[7]利用“钻石模型”对湖南省动漫产业发展进行了分析,并提出了通过构建动漫产业集群来发展湖南动漫业;杨秀云^[8]也将“钻石模型”用于我国创意产业竞争优势分析中,结合创意产业的特点对波特的钻石模型进行调整,构建了创意产业国际竞争力理论模型和评价指标体系,指出了提升我国创意产业竞争力的路径和建议。

“钻石模型”在各种产业中得到广泛运用,但是对于台湾地区战略性新兴产业的分析方面,还没有相关文献涉及。本文主要是利用“钻石模型”,以台湾文化创意产业为例,对台湾地区战略性新兴产业(包括:绿色能源、生物科技、观光旅游、医疗照护、精致农业、文化创意等六大产业)特别是文化创意产业的竞争优势进行分析。

2 台湾文化创意产业发展的现状及特点

台湾地区将“源自创意或文化积累,透过智能财产的形成与运用,具有创造财富与就业机会潜力,并促进整体生活环境提升的行业”称为文化创意产业。目前,台湾地区的文化创意产业由台湾“文建会”、“经济部”、“新闻局”和“内政部”等4个“部会”共管。在“挑战2008:台湾发展重点计划”中,对于“文化创意产业”的范畴说明包括3个方面:

(1) 文化艺术核心产业。即以精致艺术的创作与发表为主,如表演(音乐、戏剧、舞蹈)、视觉艺术(绘画、雕塑、装置等)、传统民俗艺术等。

(2) 设计产业。即建立在文化艺术核心基础上的应用艺术类型,如,流行音乐、服装设计、广告

与平面设计、影像与广播制作、游戏软件设计等。

(3) 创意支持与周边创意产业。支持上述产业之相关部门,如展览设施经营、策展专业、展演经纪、活动规划、出版行销、广告企划、流行文化包装等。“挑战 2008:台湾发展重点计划”对台

湾岛内经济转型和人民生活形态的改变产生了关键影响。为保持良好成长态势,台湾“经济部”、“新闻局”、“文建会”及“教育部”自 2002 年至 2009 年投入文化创意产业的总经费合计已逾 98 亿元(新台币,下同),详见表 1。

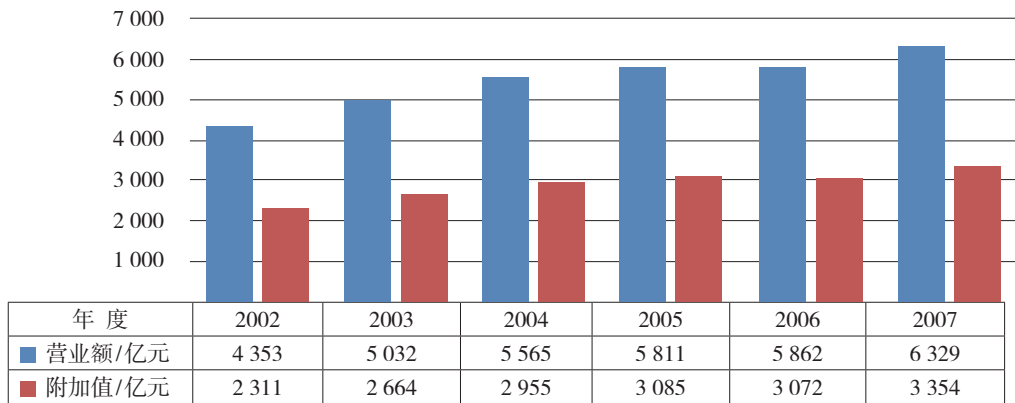
表 1 2002—2009 年台湾当局对文化创意产业的投入

部门	投入经费/亿元								合计
	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	
“经济部”	0.46	4.10	4.66	5.62	4.31	4.47	4.05	2.85	30.52
“新闻局”	0	2.93	2.76	3.00	2.85	0.17	4.60	4.80	21.65
“教育部”	0	0.65	0.62	0.77	0.85	1.05	0.35	0.55	4.84
“文建会”	0	6.00	5.00	3.22	5.40	5.70	7.85	8.30	41.48
合计	0.46	13.68	13.04	12.61	13.42	11.93	16.85	16.50	98.49

数据来源:台湾“文建会”“创意台湾——文化创意产业发展方案行动计划2009—2013”。

文化创意产业是许多国家或地区推动经济复兴及产业转型的引擎。根据创意产业权威专家约翰·霍金斯的估计,全球创意经济目前正以每年 5%~7% 的比率增长。文化创意产业也是台湾地区六大战略性新兴产业之一,进入 21 世纪以来,台湾地区文化创意产业的发展取得了显著成绩,其 2002—2007 年的发展情况见图 2 所示。可见,2002 年,

台湾地区文化创意产业的年度营业总额为 4 353 亿元,2007 年则攀升到了 6 329 亿元,同比增加 1 976 亿元,6 年间的年平均增长率为 7.78%,较同期 GDP 的年平均增长率 3.7% 高出一倍多。附加值方面,2002 年台湾地区文化创意产业创造的附加价值为 2 311 亿元,2007 年为 3 354 亿元,年度增长达 1 043 亿元,6 年平均增长率也高达 7.73%。



数据来源:综合整理自台湾“财政部”资料中心资料、台湾“行政院主计处”人力资源调查统计、台湾“行政院劳工委员会”台湾地区职类别薪资调查报告及“创意台湾——文化创意产业发展方案行动计划2009—2013”。

图2 2002—2007 年台湾地区文化创意产业营业额和附加值表

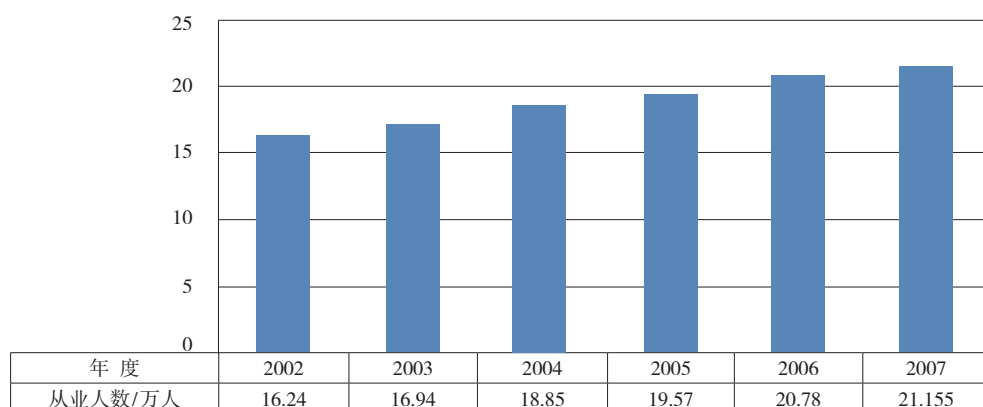
图 3 所示为 2002—2007 年台湾地区文化创意产业从业人数的变化情况。2002 年从事文化创意产业工作人员总数为 16.24 万人,2007 年则增加为 21.16 万人,累计增加 4.92 万人,6 年平均增长率为 5.43%。

台湾地区文化创意产业发展的各项数据都呈现

较好的发展趋势。

3 台湾战略性文化创意产业竞争优势

根据迈克尔·波特的钻石模型 对台湾文化创意产业的竞争优势进行分析,其基于 4 项基本要素和 2 个辅助要素的台湾文化创意产业竞争力钻石模



数据来源：整理自“创意台湾——文化创意产业发展方案行动计划2009—2013”和2007年台湾文化创意产业发展报告。

图3 2002—2007年台湾地区文化创意产业从业人数统计

型见图4所示。台湾地区文化创意产业的六大要素相互联系，相互影响，共同推动台湾文化创意产业

竞争优势的提升。以下将分别对台湾文化创意产业的各个要素进行分析。

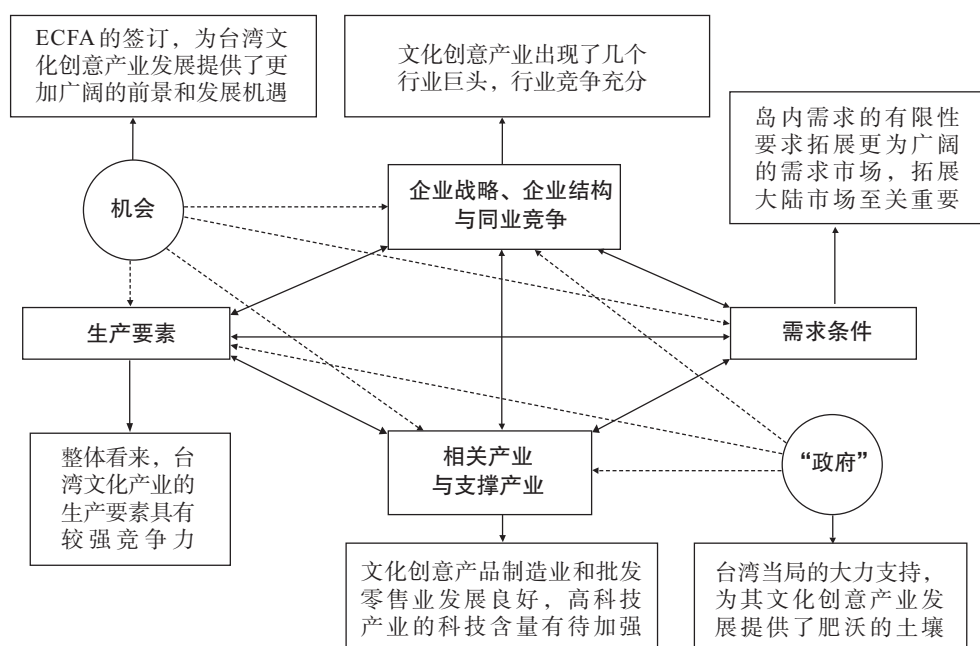


图4 台湾文化创意产业竞争力钻石模型

3.1 生产要素

迈克尔·波特在其“钻石模型”中将生产要素细分为人力资源、天然资源、知识资源、资本资源和基础设施等5个方面。结合文化创意产业区别于传统产业以生产为主导的特点，文化创意产业的生产要素可调整为文化创意阶层、文化资源和创意资源、资本资源和基础设施等3个方面。

3.1.1 文化创意阶层

台湾当局早在2002年出台的“挑战2008：在

台湾地区发展计划”中，已将人才培养问题放在了极其重要的位置上。在“投资人才”、“投资研发创新”、“投资全球运筹通路”和“投资生活环境”四大投资主轴中，台湾当局将其中的“投资人才”作为发展规划的首要计划。在文化创意产业发展规划中，台湾当局则提出了五大发展策略：成立推动小组，培育艺术，设计和创意人才，整备文化创意产业发展环境，促进创意设计重点发展产业，促进文化创意产业发展。其中，创意人才培养同样占据了

重要位置，也是文化创意产业发展策略的核心之一，其具体实施措施有4项。

(1) 从基础教育入手将文化创意产业教育理念导入基础教育体系。提高了学生创造性思考能力和人格特质，带给学生创新、转化、融合环境的能力，通过历史与文化创意的关联来启发根植于传统、本土的文化再现与创新。

(2) 把文化创意教育纳入大学通识教育之中。大学通识教育成为培养艺术创新和文化创意人才的重要平台。许多院校不约而同地把文化创意纳入通识教育的体系之中，纷纷开设文化创意通识课程或学程。文化创意理念已全面而深刻地渗透通识教育的体系之中。

(3) 文化产业学科逐步走向建制化轨道。许多高校以文化创意产业学科为核心，相继成立系、所、研究中心，如：成功大学的“创意设计研究所”、政治大学的“创新与创造力研究中心”、南华大学的“文化艺术与创意产业研究中心”、中国文化大学的“观光事业学系”等等。文化创意产业学科建制化为社会提供了更为专业化的创意阶层。

(4) 管理部门和民间机构的培养对创意阶层的形成也起着至关重要的补充作用。学制外民间营利教育机构和非营利性的民间社团组织，在台湾文化创意产业人才培养方面作用不容小觑。各种文化创意演习课程和文化创意产业工作研习营都为台湾地区文化创意产业的发展提供了源源不断的人才，形成稳定坚实且具有较高素质技能的创意阶层。

3.1.2 文化资源和创意资源

(1) 台湾地区拥有独具特色的文化资源。台湾具有鲜明的海洋文化特征，同时具有移民社会的多元包容、开放自由、开拓创新的特质。同样，台湾岛拥有深厚的中华传统文化底蕴，有着深厚的人文基础。台湾岛特殊的地理位置和历史文化是其形成本土特色的前提条件。台湾地处岛屿，四面环海，历史上受交通的限制，一直处于相对闭塞的环境中，所以较少受到外来文化的冲击，岛内特色的原住民文化保存较好。

另外，台湾岛独具特色的氛围和乡土文化是发展文化创意产业的天然养分。从莺歌小镇的本土陶瓷，到原住民民俗文化村；从高雄眷村文化馆，到桃园两蒋文化园。历经多年的发展，从北到南，台

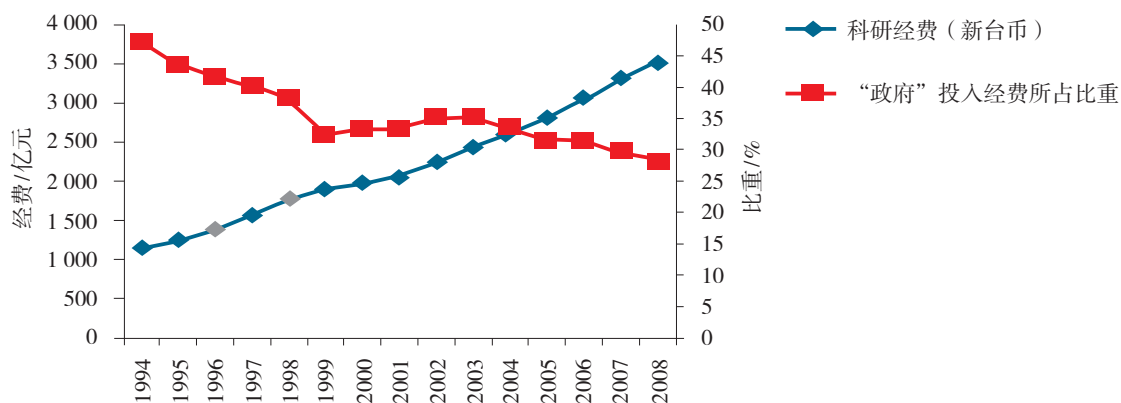
湾地区逐步形成独具本土特色的文化创意产业。近年来，台湾地区成为精致、创新及当代华人文化的孕育地，因此，两岸和亚洲华人所形成的新的大华语市场，对于台湾岛来说，是一个难得的契机。而台湾地区在中小企业、资讯产业发展过程中所积累的资金、人才、创新技术、灵活应变能力以及在全球产业价值链上的操作经验，恰可以转移至文化创意产业。

(2) 台湾拥有丰富的创意资源。创意资源是文化创意产业区别于传统产业的关键。正是拥有了创意资源，文化创意产品才区别于传统工业产品，并拥有了高附加值。近年来，台湾自发性的创意能量不断积累和放射，无论在电影、设计、工艺或流行音乐，台湾地区在国际上都有相当骄人的成绩，例如，本土电影《海角七号》取得的辉煌战绩。设计产业在2002—2007年间，在国际设计四大奖项总获奖数为484项。创意资源不仅仅体现在创意阶层的创新能力，更体现在整个地域内全体民众的创新能力。台湾岛内民众的创新能力突出。

2007年，台湾岛内每百万人在美国专利商标局核准的专利数为269.6个，在日本以外的亚太地区的国家或地区中排名第1；新专利获得他人引述的比例，台湾地区同样名列第1，其后则是韩国、澳洲与新加坡。台湾地区在美国专利商标局所获得的专利，核准总数已连续第7年排名全球第4位，且每百万人的专利核准件数居全球第2，在半导体、液晶及信息技术等领域的专利核准件数均名列前茅，充分展现台湾地区创新发明的能力，以及有意的国际竞争力。

3.1.3 资本资源和基础设施

(1) 台湾地区的资本资源在生产要素中是相对薄弱的一环。文化创意产业的资本资源来自区域内、外两条渠道。台湾区域内“政府”科研投入比重逐年降低，民间资金和企业资金的投入支撑着台湾文化创意产业的发展（见图5所示）。在区域外方面，两岸投资关系呈“单向性”特点。两岸投资关系的“单向性”作为两岸经贸关系非正常化问题导致的两岸经贸关系“非均衡性”及其所衍生一系列负面影响^[9]，限制了陆资入岛，造成台湾发展文化创意产业资本资源的薄弱，制约了两岸经济互利合作、共创双赢局面的形成。



数据来源：整理自2010年中国统计年鉴附录——台湾省主要社会经济指标。

图5 1994—2008年台湾地区科研经费情况

(2) 台湾地区具有较为完善的基础设施。信息的传播对于文化创意产业的良好运作至关重要。文化创意教育、科研的普及和信息传播渠道的畅通都是台湾发展文化创意产业具有优势的基础设施。同时，台湾岛地处在整个东亚占据重要战略地位的台湾海峡，陆、海、空交通运输发达、便利，有环岛铁路；有贯穿全岛南北的高速公路；有通往日本、东南亚以及欧、美各地的海上和空中航线。台湾文化创意产业的发展势必需要便利的交通作为依托，无论是岛内的需求还是出口，闭塞的交通肯定会限制其发展。台湾地区除了拥有得天独厚的地理优势之外，还具有一定的规模效应，岛内五大文化创意园区的建立更为文化创意产业的发展提供了条件。

3.2 需求条件

需求条件是影响文化产业发展的重要因素，需求条件既包括客观条件、也包括主观条件。客观条件由人口规模、收入水平等决定；主观条件通常由市场上受众群体的消费倾向及偏好决定。区域内需求是产业竞争优势的根源，它不但决定产业规模，也影响着产业适应产品或服务更新的速度及范围。公众对文化创意产品的需求是创意产业发展的原动力，其中，区域内需求在很大程度上决定台湾文化创意产业的国际竞争力。与此同时，区域外的因素也不能忽视。台湾岛经济属外贸“出口”型，高度依赖海外市场，台湾岛内市场需求量有限，不仅制造端将主要依赖大陆等周边地区提供支持，市场端也将在欧美之外更多地依赖大陆。岛内人口老龄化与生产要素成本升高的两大趋势都已固化，将文化创意产品的制造端不断外移是不可避免的最终选

择。同样，消费市场也只有向岛外推展，其中，大陆不断增长的经济实力与消费潜力更是成为文化创意产业不可忽视的营销对象。新兴产业只有开拓更广阔的需求市场，才能有更光明的发展前途。

3.3 相关产业与支撑产业

文化创意产品价值的实现还需借助发达的销售网络，而销售网络的完善程度要看批发零售业的发达程度。此外，文化创意产品需要借助制造业和高新技术等相关与支撑产业才能完成创意的实现。因此，文化创意产业的发展需要文化创意产品制造业以及高新技术产业和批发零售业的支撑。产业集群中优势产业不是单独存在的，它一定是同区域内相关强势产业一同崛起。由于台湾岛内的制造业和批发零售业相对于高新技术产业较为发达，高新技术产业就成为台湾发展六大支柱产业的瓶颈。新支柱产业在岛内的关联性将会加大，但主要品牌与关键上游技术仍掌握在跨国企业与欧、美、日等国手中。在台湾六大战略性新兴产业规划方案中，有3项提出了具体的产值目标，尤其是文化创意产业以4年达成“兆元产业”为期许。尽管如此，岛内仍有不少学者专家建议：应放弃以产值作为产业发展导向，而改以技术进步为发展重点，加强六大支柱产业的相互关联，建立高新技术产业对六大产业的支撑，夯实新的支柱产业基础。

3.4 企业战略、竞争结构与同业竞争

企业战略是指企业根据环境的变化，设计用来开发核心竞争力、获取竞争优势的一系列综合的、协调的约定和行动。对于文化创意产业而言，差异化战略更有助于企业发挥自身的优势从而提升产业

竞争力。

近年来，台湾文化创意产业市场的竞争越来越激烈。台湾的产业发展有个明显的特点，即规模越大的企业越具有竞争力。但相对地，资本额在1亿元新台币以下的企业，特别是中小型或微型产业，其营业额的状态则不甚稳定。每当台湾当局出台新的政策时总能刺激台湾文化创意企业数快速的增加，但接下来市场现实的考验则导致企业数逐年下降，其原因在于文化创意企业战略与竞争结构的不合理。台湾有很多享誉岛内外的文化创意企业，如点睛点晶、法蓝瓷、多意田、陶作坊、汉声文化出版等，这些企业之间不光是激烈的竞争，更包含密切的合作。对内为争夺一些项目和工程“互相厮杀”，对外的竞争同样存在，但更多的是代表台湾的企业，互相协作的身份就很常见。因此，台湾文化创意企业的战略应该着眼于整个产业的发展，在内部竞争的基础上，要一致对外，同行之间的良性竞争促进产业或者行业的发展和进步，竞争和合作通常是共生的。

3.5 政策支持

台湾文化创意产业的发展得益于台湾当局主导的产业扶植和优惠政策。台湾文化创意产业的成长伴随着台湾当局自下而上的政策扶植。台湾文化创意产业的发展先从社区起步，自下而上逐步形成文化创意产业。

1994年，台湾“文建会”推出的“社区总体营造”政策，意让社区成为一个兼容传统文化美感同时具有良好生活条件和机能的生活环境。于是，具有特色的社区观光产业因而得以发展，社区民众的经济条件可以同时得到改善。之后，“文化产业”概念进入“政府”政策，文化产业是以地方本身作为思考主体，基于地方的特色、条件、人才和福祉来发展的产业。在追求发展的同时，考虑到生活环境的保育和维护，要保护社区的生态和文化遗产，并且期待能够永续经营。在“文化产业”概念之下，“文建会”又以两个相辅相成的“操作型定义”说明“文化产业”运作方式，就是“文化产业化”和“产业文化化”。“文化产业化”意味以文化为核心，经过精炼、再造后发展成为可以带来经济效益的产业。“产业文化化”强调以文化作为传统产业的包装，或将传统产业整合到地方文化特色之

内，为产业附加文化价值。通过开展自下而上的政策扶植，台湾的文化创意产业逐渐成熟起来。

3.6 机会要素

台湾文化创意产业的发展面临诸多机会。台湾民间人才较充足，自主性与参与性高；台湾文化开放的特点，可成为华人世界品牌，可带动华人文化创意产业的经济的发展；另外，华人经济的崛起使得大中华区域经济形成。最为重要的是两岸开放的大趋势使得台湾文化创意产业有广阔的开拓空间。目前，台湾正在进行第三次产业转型，即从传统产业转向高科技和高增加值产业。《两岸经济合作框架协议》（ECFA），对于推动两岸经贸合作，带动台湾产业升级来说是难得的机会。EDFA的基本内容涵盖两岸间主要的经济活动，包括：货物贸易及服务贸易的市场开放、原产地规则、早期收获清单、贸易救济、争端解决、投资和经济合作等。EDFA为台湾产业结构转型创造动力与机遇。

（1）ECFA促进台湾“出口”的增加。大陆是台湾最大的贸易伙伴，两岸的贸易依存度非常高。签订ECFA后，部分“进出口”货物的关税迅速减低，直至零关税。

（2）ECFA有助于优化台湾岛内产业结构。

一是促进高科技产业的发展。大陆有广阔的需求市场，基础研究实力优于台湾岛内，生产研究成本低于台湾，科技人才储备丰富，工资水平较低，政府对高科技的重视程度高等。这些优势伴随着ECFA的落实，可以成为台湾高科技产业发展的助推器，为台湾高科技产业发展提供更为广阔的空间。

二是缓解岛内服务业发展问题。近年来，服务业作为主导性产业对经济增长的带动作用降低、服务业的就业创造效果较低、服务业水平较低竞争力较弱。随着ECFA的签订和深化，台湾服务业快速进入大陆市场，会为台湾的服务业带来无限商机，解决台湾岛内服务业对内需的高度依赖性。同时，也极大地刺激岛内消费者的消费信心，从而带动岛内需求的增长，拉动服务业发展。

（3）ECFA有助于两岸双向投资，促进岛内相关产业发展。两岸双向投资，让资金、技术、管理、人员等要素在两岸之间自由流动，对拉动台湾岛内产业结构升级非常有益。一方面鼓励大陆优势

产业投资台湾岛内，另一方面也吸引台资投资大陆。通过互相投资，实现优势互补，互利双赢。六大战略性新兴产业的规划预示着这6个领域将是两岸经济合作的新方向。

4 启迪与建议

4.1 积极调整中国大陆的战略性新兴产业

中国大陆现存的增长模式面临着严峻挑战。

(1) 能源、资源和生态环境的约束趋于强化。主要资源性产品消费占全球总消费的比重明显的大于国内生产总值占全球经济的比重，单位产品的能源、资源消耗水平也明显高于发达国家的水平。

(2) 产业结构矛盾和问题十分突出。一般加工工业和资源密集型的产业比重过大，工业增加值率的水平远远低于发达国家；但是，工业增加值占国内生产总值的比重已经超出了发达国家工业化时期的最高值。

(3) 自主创新能力不强。2010年，中国大陆的专利公约条约、国际专利的申请量仅居世界第4。

(4) 文化软实力的挖掘和利用不到位。文化软实力是指依靠文化和理念等因素获得影响力、提升产品附加价值的能力。文化软实力是一种可感知、潜在的、隐性的力量，是核心竞争力的重要构成要素，具有显著的弥漫扩散性，文化软实力资源不可模仿、不可替代。中国大陆近些年来虽然也在多个层面对文化软实力及文化产业给予了相当程度的重视，国务院还于2009年制定了专门的《文化产业发展规划》，但目前依然尚未将文化产业作为战略性新兴产业界定下来。

这些问题如果不能得到有效的改变，势必会影响到中国经济的可持续发展。

金融危机发生以来，各国纷纷把发展新能源、信息网络、低碳经济等新兴产业作为新的突破方向和增长的引擎，在全球范围内重新构建新兴的产业体系。大陆决定把新一代的信息技术、节能环保、新能源、生物、高端装备制造业、新材料、新能源汽车等7个方面作为战略性新兴产业，^[10]文化产业未列入其中。台湾六大战略性新兴产业是相互关联的整体规划，有很强的关联性。因此，大陆建立战略性新兴产业不仅应借鉴台湾地区注重整体产业规划

的做法，还应特别注重科技含量和技术创新能力的提升，特别是文化软实力的培育和文化底蕴的深层挖掘，把文化产业作为今后相当长时期的重点产业发展方向，进一步推进中国大陆产业升级的实现。

4.2 推进文化创意产业专业化人才的培养

针对六大战略性新兴产业综合性、多领域的特点，台湾地区把创意人才培养放在重中之重的战略地位，创造良好环境，从创意设计、制造及运营管理等建立人才培养体系和激励机制，在实践中建设一支高素质的专业技术队伍。大陆应借鉴台湾将发展新兴产业的理念纳入基础教育和大学教育的体系，为经济发展和产业结构优化升级提供坚实的后备力量。同时，利用高等院校、职业学院、各类培训机构的优势，确立一批培训基地。要把发展新兴产业所需高端人才引进工作列入企业引进高层次人才相关计划，与国内外高等院校、科研机构 and 科技园区订立产业人才培养协议，借助外力强化专门人才培养。

4.3 加大对文化创意产业的政策和资金扶植力度

大陆产业结构调整要借鉴台湾六大战略性新兴产业的政策，也要结合自己的实际国情确定发展规划。目前，中国大陆的战略性新兴产业发展还面临着诸多体制、机制的制约，既有原有的计划经济体制和政策弊端积累的效应，也有新技术给大陆现有的管理体制、机制带来的挑战。培育发展战略性文化创意产业必须要深化相关文化体制改革，积极探索适合市场经济和中國大陸特点的文化产业发展的新体制和新模式。

(1) 要尊重市场规律和产业规律，放宽准入的门槛，简化审批的程序，推进文化产业体制的改革，为各种资本有序的进入和文化产业的健康发展提供制度保障。

(2) 要综合运用产业、税收、财政、金融等手段，促进资金、技术、人才等生产要素向文化产业领域转移、集聚，同时充分发挥价格机制、竞争机制的激励功能，有效促进技术创新和文化资源的优化配置。

(3) 更为值得关注的是，加大资金支持力度是促进大陆地区文化产业发展的重要内容。要把文化产业的产业化经营提到重要议程上来，积极推进各级财政增加文化产业化发展的专项扶持资金，金

融机构放宽贷款担保条件、增加贷款额度、改善金融服务，多方面优化文化产业的发展环境。一是继续加大政府拨款；二是成立专门的文化创意基金会；三是采取其他形式筹集资金，如彩票、奖励、个人捐助等。

4.4 加强文化产业发展的制度保障机制建设

文化产业的发展离不开相关的制度保障机制建设。文化产业发展中的问题与制度保障机制缺失存在必然联系，如政策储备体系与扶持机制的缺位、法律法规方面的缺位等。因此，从战略层面上看，中国大陆文化产业的发展首先要在明确政府角色及职能定位的基础上推进法律法规体系建立与完善，对一些特定地区、特定文化内涵的文化产品实施特定的地理标示等知识产权保护措施，以便从根本上保证文化产业的长期可持续发展。■

参考文献：

- [1] (美) 迈克尔·波特. 国家竞争优势[M]. 李明轩, 邱如美, 译. 北京: 华夏出版社, 2002.
- [2] 刘颖琦, 吕文东, 李海升. 钻石理论的演变及其应用[J]. 中国软件学, 2003 (10): 139-145.
- [3] Dunning J H. Multinational Enterprises and the Global Economy[M]. Wokingham, UK: Addison Wesley, 1993.
- [4] Fagerberg J. Technology and International Differences in Growth Rates[J]. Journal of Economic Literature, 1994, 32(3): 1147-1175.
- [5] 张金昌. 国际竞争力评价的理论和方法[M]. 北京: 经济科学出版社, 2002.
- [6] 芮明杰. 中国产业发展的战略选择[M]. 上海: 上海人民出版社, 2010.
- [7] 夏华丽, 黎计辉. 基于“钻石模型”对湖南动漫产业集群国际竞争力的研究[J]. 企业活力, 2010(4): 5-9.
- [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.
- [9] 李宪建. 现阶段大陆资本入台投资问题初探[J]. 台湾研究, 2010 (05): 25-30.
- [10] 苗圩. 培育发展战略性新兴产业, 加快推进中国产业结构调整[EB/OL]. (2011-04-21). <http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293877/n13702866/n13702898/13719791.html>.

Competitive Advantage and Development of Taiwan's Cultural and Creative Industry

LI Hong-mei, QI Xu

(College of Economy, Minzu University of China, Beijing 100081)

Abstract: The optimization and upgrading of the industrial structure is an inevitable trend of evolution of worldwide industrial structure. Development of high- and new-tech industries, modern services, urban-type modern agriculture as well as the cultural and creative industry has become the highlight of world industrial structure adjustment. In 2009, Taiwan, in the light of idea of “to make money, also want a better life”, put forward a development strategy for six strategic emerging industries which will be highly promoted in the future. This article, taking the cultural and creative industry as an example, explores the overall competitive advantage of Taiwan's strategic emerging industries and its influence on the island's industrial upgrading, based on the theory of Michael porter's “diamond model” and the background of Taiwan's industrial adjustment.

Key words: diamond model; strategic emerging industry; cultural and creative industries