

省域文化产业竞争力评价与提升

——福建与部分省市的比较

林孔团, 翁木英

(福建师范大学经济学院, 福建 福州 350108)

摘 要: 本文构建了由 5 个方面 20 个指标组成的文化产业竞争力评价指标体系, 以 2011 年全国 31 个省市的数据为基础, 用因子分析法对我国省域文化产业竞争力进行综合评价。结果显示, 省域文化产业竞争力排名前五的为: 广东、上海、浙江、北京、江苏。进一步将福建省与全国其他部分省市比较分析, 发现城乡居民的文化消费滞后于总体消费, 文化产业发展实力较弱, 文艺演出业落后等是福建文化产业竞争力不足的主要原因, 进而提出了相应的政策建议。

关键词: 文化产业; 竞争力; 因子分析

中图分类号: G124

文献标识码: A

文章编号: 1000-5285(2014)01-0039-06

近年来, 我国文化产业发展迅速。2009 年国务院颁布了《文化产业振兴规划》, “十二五”规划提出“推动文化产业成为国民经济支柱性产业”。2011 年, 北京、上海、云南、湖南、山东等 5 个省市文化产业增加值占到 GDP 的 5% 以上, 已成为支柱产业。但文化产业增加值占 GDP 比重只是衡量省域文化产业竞争力的一个方面, 如何衡量省域文化产业竞争力? 省域文化产业竞争力与省域经济综合竞争力排名是否一致?

本文通过构建文化产业竞争力评价指标体系, 对 2011 年全国 31 个省市文化产业竞争力进行评价, 并将福建与部分省市的文化产业竞争力进行比较分析, 探索影响文化产业竞争力的重要因素, 提出福建文化产业竞争力提升的建议。

一、相关文献回顾

随着文化产业的发展, 有关文化产业竞争力的研究日益增多, 如文化产业国际竞争力、文化产业核心竞争力、地区文化产业竞争力等, 国内一些学者也建立了不同的文化产业竞争力评价指标体系。目前, 对文化产业竞争力评价模型主要有:

(一) 钻石模型

哈佛大学教授迈克尔·波特认为, 一国特定产业的竞争力由四个要素决定: 生产要素、需求条件、相关支持产业以及企业战略、结构、竞争对手^①, 加上政府和机会这两大变数, 形成决定国家竞争力的“钻石体系”。国内学者多以钻石模型为基础构建文化产业竞争力指标体系。殷国俊、祁述裕

收稿日期: 2013-09-10

基金项目: 福建省软科学项目《福建省创意产业集群模块化发展战略与实现路径》(编号: 2012R0037); 福建省教育厅 A 类社科研究项目《提升海峡西岸创意产业集群竞争力研究》(编号: JA12093S); 福建师范大学产业经济学校级重点学科建设项目。

作者简介: 林孔团(1969—), 男, 福建永泰人, 福建师范大学经济学院副教授、博士、硕士生导师, 福建师范大学闽台区域研究中心研究员。主要研究方向: 产业经济学。

翁木英(1990—), 女, 福建莆田人, 福建师范大学经济学院硕士研究生。主要研究方向: 产业经济学。

^① 迈克尔·波特《国家竞争优势》, 北京: 华夏出版社, 2002 年, 第 65 页。

以钻石模型的四个因素（生产要素、需求状况、相关产业集群、文化企业战略）加政府行为，构建了一个由 17 个竞争面、67 个指标组成的文化产业竞争力评价指标体系^①。宋彦麟（2005）、李宜春（2006）、吴应芳（2008）、毕小青（2009）、张敏（2011）等也是基于钻石模型进行研究。钻石模型从宏观上研究国家竞争力问题，被广泛引用。但是我们在不同地区的文化竞争力模型构建中，要根据本地区文化特征进行改进。

（二）层次分析模型

花建将竞争力分成微观、中观、宏观三个层次，结合文化产业的基本特征，构建了由 30 个具体指标组成的文化产业竞争力评价指标体系^②。他的指标体系较全面反应了文化产业竞争力的特征，但是没有具体方法进行度量，而且指标权重也没有确定。王岚、赵国杰进一步应用 ANP 方法确定了指标的权重，但还未用相关数据进行实证处理。顾江、高莉莉以花建的框架为基础，构建 7 个方面 21 个指标的评价体系对 2010 年 31 省市数据进行实证分析^③。

（三）其他模型

在钻石模型和层次分析模型的基础上，国内学者针对地区的文化背景，提出了一些值得借鉴的模型。赵彦云等人从文化实力、文化产出、市场收益、公共文化消费、人才和研创、政府文化、文化资源与基础设施这 7 个方面出发，构建 106 个指标的评价体系，利用正态标准化法测度了 2005 年中国 36 个省市的文化产业竞争力水平^④。

二、指标体系的构建

本文以赵彦云等人的框架为基础，根据系统性、综合性、针对性以及数据可得性原则，选取了 5 个要素体系、20 个指标构建了区域文化产业竞争力指标体系。

表 1 文化产业竞争力评价指标体系

文化实力	地区生产总值	X_1
	文化产业增加值	X_2
	固定资产投资	X_3
需求条件	居民消费水平	X_4
	人均可支配收入	X_5
	人均文化消费	X_6
	人均消费性支出	X_7
	人均文化消费占消费性支出的比重	X_8
文化产出	地区广播电视节目制作及播出时间	X_9
	图书、报纸、期刊出版总印数	X_{10}
	艺术表演场馆演出场次	X_{11}
生产要素	地区有线广播电视传输干线网络	X_{12}
	艺术表演团体、艺术表演场馆、群众艺术馆、文化馆、文化站	X_{13}
	公共图书馆	X_{14}
	博物馆	X_{15}
	文物藏品数	X_{16}
	地区文化产业固定资产投资	X_{17}
	文化事业实际完成基建投资	X_{18}
政府投入	文化事业财政拨款额	X_{19}
	文化事业费占财政支出比重	X_{20}

① 祁述裕 《中国文化产业国际竞争力报告》，北京：社会科学文献出版社，2004 年，第 20 - 21 页。
② 花建、巫志南 《文化产业竞争力》，广州：广东人民出版社，2005 年，第 20 - 27 页。
③ 顾江、高莉莉 《我国省际文化产业竞争力评价与提升》，《福建论坛（人文社会科学版）》2012 年第 8 期。
④ 赵彦云、余毅、马文涛 《中国文化产业竞争力评价与分析》，《中国人民大学学报》2006 年第 4 期。

三、因子分析模型

(一) 数据来源

本文运用 SPSS18.0 软件进行实证分析,数据主要来源于《中国统计年鉴 2012》和《中国文化文物统计年鉴 2012》,部分数据来源于各省的统计年鉴、中国文化创意产业网。

(二) 原有变量相关性检验

因子分析的前提要求原有变量之间应具有较强的相关关系^①,因此需要对原有变量是否相关进行研究。根据巴特利特球度检验和 KMO 检验的原理,如表 2 所示,巴特利特球度检验的检验统计量较大,伴随概率为 0.000,小于显著水平 0.05, $KMO = 0.707 > 0.7$,说明变量之间的相关性较强,可以作因子分析。

表 2 MO 和 Bartlett 的检验

KMO 和 Bartlett 的检验			
取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量			.707
Bartlett 的球形度检验		近似卡方	906.552
		df	190
		Sig.	.000

(三) 因子提取和因子命名

因子提取是为了将原有变量综合成少数几个因子,本文采用基于主成分模型的主成分分析法提取因子,选取特征值大于 1 的特征根,如表 3 所示,提取出 4 个公因子,特征值分别为 10.071、5.151、1.204 和 1.033,这四个公因子的方差占原有变量总方差的 87.293%,反应了绝大部分指标的信息。

表 3 差解释

成份	提取平方和载入			旋转平方和载入		
	合计	方差的%	累积 %	合计	方差的 %	累积 %
1	10.071	50.353	50.353	6.784	33.920	33.920
2	5.151	25.754	76.107	5.407	27.034	60.954
3	1.204	6.020	82.127	3.070	15.349	76.303
4	1.033	5.166	87.293	2.198	10.990	87.293

为了确定因子的实际内容,用方差极大化正交旋转法进一步旋转因子,使每一个变量尽量只负荷于一个因子之上,如表 4 所示,从旋转后的因子载荷矩阵可以看出:

第一主因子 F_1 在 X_4 居民消费水平、 X_5 人均可支配收入、 X_6 人均文化消费、 X_7 人均消费性支出、 X_8 人均文化消费占消费性支出的比重、 X_{16} 文物藏品数、 X_{19} 文化事业财政拨款额、 X_{20} 文化事业费占财政支出比重等八个指标上有较大的载荷,这些指标主要反应文化产业的需求基础,因此,可解释为文化消费需求因子。

第二主因子 F_2 在 X_1 地区生产总值、 X_2 文化产业增加值、 X_3 固定资产投资、 X_9 全国广播电视节目制作及播出时间、 X_{10} 图书、报纸、期刊出版总印数、 X_{12} 地区有线广播电视传输干线网络、 X_{13} 艺术表演团体、艺术表演场馆、群众艺术馆、文化馆、文化站、 X_{14} 公共图书馆、 X_{15} 博物馆这九个指标上有较大载荷,这些指标主要反应了文化产业规模和资源设施,可解释为产业实力因子。

第三主因子 F_3 在 X_{17} 地区文化产业固定资产投资、 X_{18} 文化事业实际完成基建投资这两个指标上有较大载荷,这两个指标变量主要反应资金投入情况,可解释为资本资源因子。

第四主因子 F_4 在 X_{11} 艺术表演场馆演出场次这个指标上具有较大的载荷,可解释为艺术表演因子。

根据上述分析可以看出 F_1 的方差贡献率为 50.353%,能够解释原有变量的信息较多,说明文化消费需求是影响文化产业竞争力的最重要因素, F_2 的方差贡献率为 25.754%,说明产业实力在提高文化产业竞争力中发挥重要作用。

① 薛薇 《基于 SPSS 的数据分析》,北京:中国人民大学出版社,2011 年,第 318-328 页。

表 4 因子载荷矩阵

指标	旋转前因子载荷				旋转后因子载荷			
	F_1	F_2	F_3	F_4	F_1	F_2	F_3	F_4
X_1	.941	.158	.011	-.212	.451	.522	.637	.274
X_2	.905	-.109	.161	.285	.706	.621	.126	.195
X_3	.813	.415	-.134	.291	.139	.529	.715	.354
X_4	.521	-.802	.160	-.113	.946	-.213	.110	.014
X_5	.623	-.737	.124	-.130	.951	-.133	.186	.078
X_6	.647	-.744	.070	.070	.976	-.041	.022	.165
X_7	.594	-.748	.222	-.071	.970	-.101	.122	-.014
X_8	.646	-.516	-.188	.265	.762	.123	-.091	.432
X_9	.695	.597	.077	-.041	.003	.755	.505	.153
X_{10}	.916	.098	.088	-.114	.506	.539	.527	.209
X_{11}	.547	-.147	-.717	-.016	.275	.012	.195	.849
X_{12}	.810	.281	-.343	-.116	.202	.474	.522	.573
X_{13}	.442	.694	.123	.326	-.183	.865	.107	.077
X_{14}	.403	.810	.143	.178	-.301	.847	.249	.023
X_{15}	.678	.482	-.289	.288	.018	.736	.175	.535
X_{16}	.667	-.393	-.252	.102	.654	.113	.091	.474
X_{17}	.613	.379	.046	-.623	.056	.283	.906	.072
X_{18}	.522	.480	.387	-.016	.060	.683	.383	-.190
X_{19}	.915	-.106	.168	.240	.707	.609	.170	.185
X_{20}	.913	.014	.152	.079	.599	.598	.339	.176

(四) 因子得分与结果分析

以表 3 各因子的方差占总方差贡献率的比重为权重进行加权平均, 就可以得出各省级地区的综合得分与排名。

$$F = 0.50353 * F_1 + 0.25753 * F_2 + 0.06020 * F_3 + 0.05166 * F_4$$

F 表示综合得分, F 值越高文化产业竞争力就越强, 各因子得分、综合得分以及得分排名如表 5 所示。另外, 根据《中国省域经济综合竞争力发展报告》^①, 将 2011 年全国省域经济综合竞争力排名也列入见表 5 中, 通过对比, 可以发现省域文化产业竞争力与省域经济综合竞争力排名并不完全一致。

表 5 部分省份主因子得分及排名表

	F_1 得分	F_2 得分	F_3 得分	F_4 得分	综合得分	排名	省域经济综合竞争力排名
广东	1.88214	1.99739	0.72772	-1.08392	1.4499352	1	1
上海	3.01056	-1.09994	-0.69197	-0.70184	1.1547150	2	3
浙江	1.76279	0.90156	0.10975	-0.10347	1.1210671	3	5
北京	2.41309	-1.0936	-0.86528	0.81624	0.9234945	4	4
江苏	0.56857	0.26246	1.0106	4.41144	0.6426191	5	2
四川	-0.2468	2.36439	-0.54049	-0.20051	0.4417428	6	11
河南	-0.3388	1.46519	-0.15738	0.1639	0.2056965	7	12
陕西	0.08576	0.6879	-1.34878	0.33657	0.1565351	8	19
山东	-0.2662	0.0342	4.14329	-0.49116	0.0988209	9	6
内蒙古	0.17199	0.28945	-0.01428	-1.2524	0.0955884	10	10
福建	0.19922	-0.14558	0.50312	-0.67093	0.0584481	11	9
安徽	-0.2632	0.64845	-0.44948	-0.06999	0.0037832	12	16
湖南	-0.3520	0.59135	-0.03222	-0.28141	-0.041453	13	17
辽宁	-0.1645	-0.15236	1.28994	-0.58788	-0.074784	14	8
山西	-0.3162	0.38424	-0.85632	0.65131	-0.078167	15	22

① 李建平, 李闽榕, 高燕京 《中国省域经济综合竞争力发展报告》, 北京: 社会科学文献出版社, 2013 年, 第 4 页。

表6 福建省主因子得分排名表

	F_1	排名	F_2	排名	F_3	排名	F_4	排名
福建	0.19922	7	-0.14558	20	0.50312	6	-0.67093	27

由表6,福建省的文化产业需求和资本资源排名全国前列,这说明福建在文化消费需求以及资金投入上具有优势。文化产业实力属于中下水平,说明福建文化产业规模和资源设施竞争力不足,而艺术表演居于各个省市倒数几名,竞争力十分薄弱。

1. 文化消费需求因子 F_1 分析,福建省文化消费需求因子得分0.19922,而广东、上海、浙江和北京分别为1.88214、3.01056、1.76279和2.41309,可见福建省的文化消费需求与这些省市相差甚远。从原始数据来看,居民消费水平全国平均水平为12272元,福建为14958.3元;城镇居民人均可支配收入全国平均水平为21809.78元,福建为24907.4元;城镇居民人均文教娱乐支出全国平均水平为1851.74元,福建为1879.02元;城镇居民人均消费性支出全国平均水平为15160.89元,福建为16661.05元;文化事业费占财政支出比重全国平均水平为0.36%,福建为0.49%;以上指标,福建均高于全国平均水平,表现较好。人均文教娱乐支出占消费性支出比重全国平均水平12.21%,福建为11.28%;文物藏品数全国平均水平973721册,福建为496246册;文化事业财政拨款额全国平均水平185718.7万元,福建为151017.9万元;这三项指标,福建均低于全国平均水平。综上,福建省城乡居民的文化消费滞后于总体消费。

2. 文化实力因子 F_2 分析,福建省文化实力因子得分为-0.14558,排名第20位,地区生产总值全国平均水平为15254.24亿元,福建为17560.18亿元;文化产业增加值全国平均水平为434.81亿元,福建为802.32亿元;固定资产投资全国平均水平为10047.91亿元,福建为10119.47亿元;广播电视节目制作及播出时间全国平均水平为644982.448小时,福建为770371小时;有线广播电视传输干线网络全国平均水平为11.93万公里,福建为15.19万公里;博物馆全国平均水平为85个,福建为95个;以上指标,福建均高于全国平均水平;广播电视节目制作及播出时间全国平均水平为1280579.8小时,福建为1171772小时,图书、期刊、报纸出版总印数全国平均水平为18.63亿册,福建为11.4亿册;艺术表演团体、艺术表演场馆、群众艺术馆、文化馆、文化站全国平均水平为1712个,福建为1712个;公共图书馆全国平均水平为95个,福建为86个;以上指标,福建低于或者等于全国平均水平。

3. 资本资源因子 F_3 分析,地区文化产业固定资产投资全国平均水平为101.8亿元,福建为128.8亿元;文化事业实际完成基建投资全国平均水平为25070.6万元,福建为54635万元;这两项指标,福建均高于全国平均水平。

4. 艺术表演因子 F_4 分析,艺术表演场馆演出场次全国平均水平为3.36万场次,福建为2.78万场次,该指标福建低于全国平均水平。

四、对策与建议

通过评价与比较,发现省域文化产业竞争力与省域经济综合竞争力排名不完全一致,有的差别还比较大,如四川、河南省域经济综合竞争力排名第11、12,而省域文化产业竞争力排名第6、7,说明文化产业可以优先发展。福建文化产业竞争力总体排名位于全国第11名,属于中上水平,但与省域经济综合竞争力排名第9相比,相对落后了2名。与其他省级地区相比,福建文化产业竞争力不足的主要原因在于城乡居民的文化消费滞后于总体消费,文化产业发展实力较弱,文艺演出业落后等。因此,要健全科学合理制定文化产品价格,增加公共财政在文化消费上的支出,加强文化资源投入和公共文化基础设施建设,发展一批面向市场的新兴演艺文化企业等措施,以提高福建省的文化产业竞争力。

(一) 文化消费需求是文化产业发展的内生动力^①,根据以上对 F_1 (文化消费需求因子) 的分析

^① 徐萍 《西文化产业竞争力评价与分析》,《统计与信息论坛》2006年第3期。

结果,福建要提高人民群众的文化消费能力。第一,要深化教育、医疗、住房养老、社会保障等体制改革,解决好城乡居民的民生问题,使得居民没有后顾之忧,可以减少储蓄,增加即期消费。第二,要健全科学合理的文化产品价格机制,这是扩大文化消费的基本前提之一。以电影票价格为例,美国政府以低廉的电影票价来刺激消费,据美国国家影院业主协会统计,2009年,美国的电影票平均价格与每小时最低工资基本持平^①。第三,福建政府对文化事业财政拨款额不足,福建要适度扩大公共财政在文化消费上的支出。农民是一个庞大的消费群体,政府可以购买一定数量的电视频道、电影、戏剧等向农民免费提供,对城镇低收入居民,政府可适当提供文化消费补贴等,以提高国民文化消费水平。

(二) 由 F_2 (文化实力因子) 的得分分析可知福建文化产业发展实力较弱,主要原因是福建省文化产业虽然具有一定规模但还不够强大、文化资源设施不足。因此,要加强文化资源投入和公共文化设施建设,增强文化企业竞争力,扩大文化产业规模,在全省新建一批层次分明、功能完备、特色鲜明的重点公共文化基础设施,如社区图书馆、群众艺术馆和青少年活动场所等公益性文化场所。

(三) 由 F_3 (资本资源因子) 的分析结果可知福建在文化事业上的资金投入大大超出全国平均水平,这对于发展文化产业是很有利的。但是国内一些地方投入巨资创作和排练文化献礼节目,在进入省会献演、进京献演之后,就置之一旁^②。这些节目不适应人民群众对文化的需求,无法成为文化消费资源。因此,政府对公共文化服务的投入,要进行科学的规划和缜密的调查,使得文化事业的投入与社会效益成比例。

(四) 由 F_4 (艺术表演因子) 的分析结果可知,由于文艺演出场次太少,福建省的文艺演出业落后于全国其他省市。福建省演出团体多、地方剧目丰富(如莆仙戏、高甲戏、闽剧等),应该充分利用这方面的优势,创新传统剧种,加入现代创意元素,改造成年青人也喜欢观看的节目;扶持发展高水准、具有福建特色的艺术表演团体,增加演出场次和演出收入;引进优秀演艺人才,组建新兴演艺集团,发展演出经纪公司,支持省外优秀演出团体和明星来福建演出,丰富群众业余文化生活。

(特约编辑:李碧珍)

The Evaluation and Promotion of Provincial Cultural Industry Competitiveness

——The Comparision Between Fujian and Some Provinces

LIN Kong-tuan, WENG Mu-ying

(School Of Economic, Fujian Normal University, Fuzhou 350117, China)

Abstract: We build a evaluation index system of the competitiveness of cultural industry, which consists of 20 indexes based on 5 aspects. Evaluating provincial cultural industry competitiveness with factor analytic method based on the data in 2011, we come to this result—Canton, Shanghai, Zhejiang, Beijing, and Jiangsu are the top 5. Comparing Fujian with other provinces and municipalities reveals the main problems dragging its rank. The factors are as follows: first, the consumption in cultural industry is backward; second, the strength of cultural industries is relatively weak; last but not the least, the artistic performances remain to be improved. Fortunately, we have found proper solutions.

Key words: cultural industry, competitiveness, factor analysis

① 福建省财政厅、福建省社科联、福建师范大学联合课题组 《福建省扩大文化消费的政策选择》,《东南学术》2013年第4期。

② 邱玥 《文化消费:向质量要比重》,《光明日报》2012年11月29日。