

# 组织生态视角下文化创意产业集群动力机制及实证研究 ——以景德镇为例

龚志文, 赵思梦

(景德镇陶瓷大学 管理与经济学院 江西 景德镇 333000)

**摘要:**文化创意产业是文化、科技与经济相互融合的一种新业态。文化创意产业集群成为文化创意产业的组织载体和重要的发展模式。而文化创意产业集群的关键动力要素及动力机制是集群发展的根本力量。从组织生态视角探讨文化创意产业组织生态结构以及组织生态因子,提出陶瓷文化创意产业集群发展的动力要素、动力机制及其作用机理的理论框架。然后结合主成分分析法对景德镇陶瓷文化创意产业集群发展的动力机制进行实证性检验。在此基础上,有针对性地提出构建适宜生态环境、重视企业竞争合作、打造并完善产业链条和树立集聚区品牌等方面的建议,对促进陶瓷文化创意产业集群的发展有一定的参考价值。

**关键词:**文化创意产业集群; 组织生态理论; 动力机制; 主成分分析法

**中图分类号:** F269.23      **文献标识码:** A      **文章编号:** 2095-0098(2019)04-0046-09

文化创意产业是文化、科技与经济深度融合的产物,一方面,由于其具有较强的产业关联性和融合性的特点,易于形成空间集聚,另一方面,由于产业集群具有外部经济效应,易于获取竞争优势,从而形成独特区域经济。集群化成为全国各地发展文化创意产业的重要模式。文化创意产业集群集产业特性与区域个性于一体,以文化为基础、以创意为核心,将满足消费者精神需求作为宗旨,由相互关联的专业化企业 and 专业机构在特定空间集聚而成。

近年来,随着文化创意产业集群在国内的迅猛发展,文化创意产业集群的发展成为理论界和实务界学者们关注的焦点,在此方面的实践和研究不断发生变革。起源于 20 世纪 70 年代的组织生态学,融合了生态学、组织学、系统论、管理学和经济学等多学科知识,是研究产业集群的重要视角和理论依据。因此,本文将组织生态理论应用于文化创意产业集群的研究,从分析动力要素和动力机制入手,然后探讨动力机制的相互作用机理。在实证研究中,选取有代表性的景德镇陶瓷文化产业集群为例,总结集群在发展中存在的关键因素,并提出相应对策。

## 一、文献综述

本文从经济学、生物学和复杂科学这三个视角,对产业集群的概念和产业集群动力机制二个层面展开文献综述研究。

关于产业集群现象的研究,Marshall 的产业区论述被奉为古典基石,马歇尔把专业化产业集聚的特定地区称作“产业区”<sup>[1]</sup>。Porter 最早用“industry cluster”来描述产业集群现象<sup>[2]</sup>。

产业集群动力机制是驱动产业集群发展和演化的结构体系和运行规则,成为学界研究热点。Scott (1983)指出,创意产业在地缘性上具有集聚偏好<sup>[3]</sup>。Swann 等(1998)提出了产业集群动力机制的定量模

收稿日期:2018-12-20

基金项目:2017 年度江西省文化艺术科学规划项目“基于模糊评价法的景德镇陶瓷文化创意产业集聚区投融资体系建设研究”(YG2017367)

作者简介:龚志文(1971-),男,湖南新化人,博士,副教授,研究方向为产业经济。

型 将产业集群看作由产业优势、新企业进入、气候、基础设施和文化资本等共同作用的正反馈系统<sup>[4]</sup>。Best (2001) 提出的产业集群动力机制的动态模型,整合了四种主要的动力机制:集中专业化、知识外溢、技术多样化和水平整合及再整合,体现出产业集群形成和发展的动态性和过程的连续性,因此具有较强的适用性<sup>[5]</sup>。魏守华(2002) 提出的产业集群动力机制包括基于社会资本的地域分工、外部经济、合作效率以及技术创新与扩散这四种动力机制<sup>[6]</sup>。Chapian 和 Propriis 指出区域环境的宽容度、区域内的商业基础设施配置和创意产业集聚化程度是创意产业集群形成的三大支柱<sup>[7]</sup>。陈建军等(2008) 认为环境氛围、人力资本、文化资源和制度因素是影响创意产业集群形成的重要因子<sup>[8]</sup>。李煜华(2013) 等指出,知识流动是创意产业集群发展的重要动力<sup>[9]</sup>。通过对奇瑞汽车集群跟踪研究,陈肖飞等(2018) 认为,产业集群的理论本质在于专业化集聚基础上的网络结构<sup>[10]</sup>。

Brenner(2001) 应用复杂性科学理论提出集群内存在七种作用动力:人力资本积累、非正式交流、企业相互依赖、企业相互合作、当地资本市场、公众舆论和当地政策<sup>[11]</sup>。陈继祥等(2005) 通过建立产业集群涌现性的 CGP 模型,研究了产业集群整体优势的涌现性规律和控制性因素<sup>[12]</sup>。王舜淋和张向前(2017) 构建了知识型人才流动与产业集群发展动力机制模型,该模型由决策主体、资源、技术、信息、政策(制度)、社会文化六大子系统构成<sup>[13]</sup>。

运用组织生态理论来分析产业集群动力机制及其作用规律,是一个全新的视角。目前相关研究不是很多,陈雪梅等(2003) 运用逻辑斯蒂(logistic) 模型描述了产业集群现象的动态演化过程<sup>[14]</sup>。张艳辉(2007) 指出适宜的组织生态环境有利于创意企业的创新发展<sup>[15]</sup>。曹如中等(2011) 归纳出形成创意产业集群创新效应的三种机制——模拟、知识传递和竞争<sup>[16]</sup>。李丹等(2013) 认为创意产业生态因子之间的相互作用能够培育良好的组织生态环境<sup>[17]</sup>。

综上所述,在产业集群动力研究方面,学者们在产业经济和城市发展领域从不同学科和视角,对生成动力的识别、属性和作用机制进行大量相关研究。但从组织生态视角研究文化创意产业集群演化发展的文献还较为少见,尤其是对动力机制理论的探讨还比较少,学者们大多从一些要素如创新要素出发进行,显得不够全面,缺乏系统。

基于此,本文拟运用组织生态理论对文化创意产业集群的动力机制进行深入分析,分析影响集群的主导生态动力因子,并结合主成分分析法对景德镇陶瓷文化创意产业集群发展的动力机制进行了实证性检验,以为文化创意产业集群发展提供新的思路。

## 二、文化创意产业集群动力要素、动力机制及其作用机理

在生态学领域,生物群体通常被分成三个不同的层次:种群、群落和生态系统。基于达尔文生物进化论的组织生态理论,从组织生态视角出发,文化创意产业集群可以确定为以文化创意产业为主导种群,中介、金融机构等为辅助产业种群,政府公共部门种群及其他相关企业种群融合在一定空间区域内的集聚、融合和发展而成的具有持续竞争优势的经济群落。文化创意产业集群与周围环境,构成文化创意产业集群生态系统。借助自然生态系统的演化规律,参考前文的相关文献,将文化创意产业集群的动力因素划分为文化创意企业因子、人力资本因子、社会资本网络因子、创新系统因子、文化因子、基础设施条件因子、政策环境因子以及宏观经济因子。将文化创意产业集群的动力机制归纳为五种机制:分工协作机制、创新机制、竞合机制、模仿机制和共生机制(见图1)。

### (一) 文化创意产业集群的动力要素和动力机制

#### 1. 文化创意产业集群的动力要素

文化创意产业集群的动力要素,需要结合集群的特征和文化创意产业自身的特点,置于生态系统背景中进行系统分析。文化创意产业的发展受经济、社会、文化和制度环境等因素共同作用和影响,其动力要素涉及企业、市场、创意阶层、集群网络、文化、创意、经济和政策制度等各个方面。

(1) 文化创意企业因子。文化创意企业因子包括分工与专业化和企业间竞合关系两个动力要素。劳动分工细化和专业化程度的提高,是产业集群生态系统发展的重要动因。集群能够发挥专业化分工优势、规模

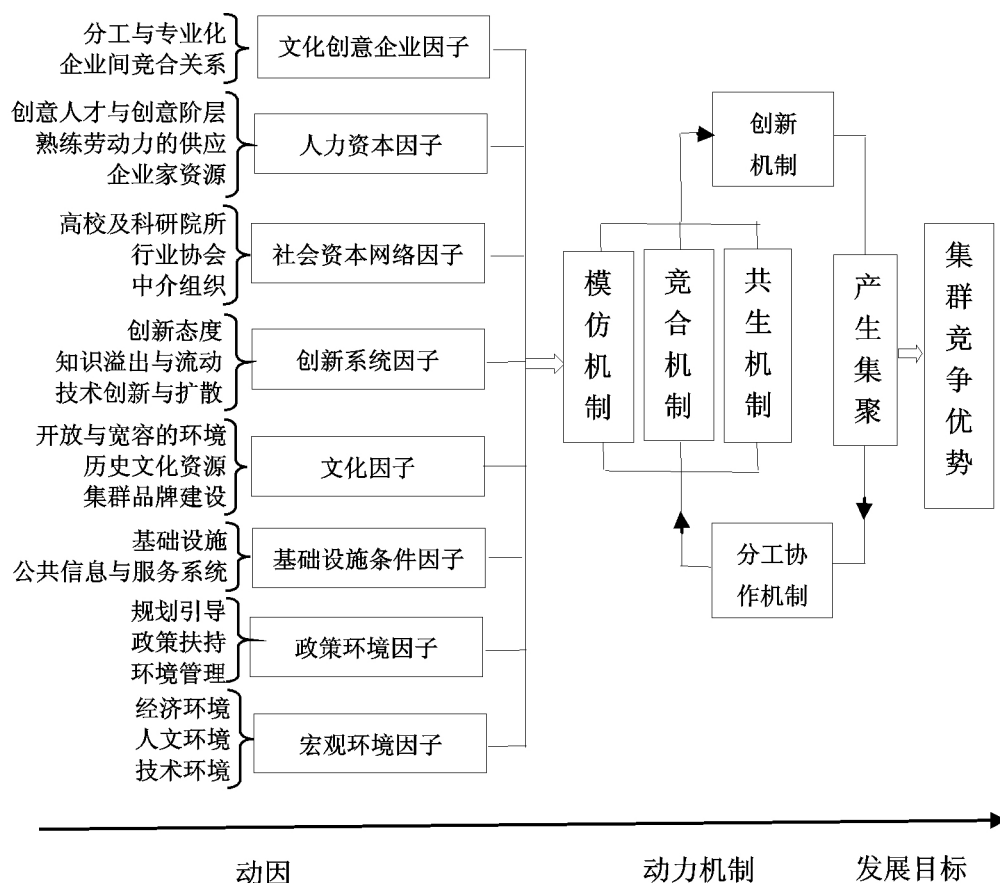


图1 文化创意产业集群动力要素、动力机制及其作用机理理论框架模型

经济效应和资源共享优势。企业竞合关系包括竞争和合作。相对于一般企业的市场竞争,集群内部企业竞争对手之间相互了解,容易相互模仿,因而竞争更加剧烈,迫使企业培育核心竞争力,于是整个集群生态系统也因此向前演进。专业化企业之间的合作是集群发展的基本支撑力,企业之间的技术合作和非正式关系成为知识转移的最重要的形式,这种合作是基于信任和承诺的合作,彼此之间容易建立密切的合作关系,从而有利于降低合作成本和风险。

(2) 人力资本因子。人力资本因子主要包括创意人才与创意阶层、熟练劳动力的供应和企业家资源三个动力要素。创意人才与创意阶层为集群的发展提供新创意、新思想和新技术<sup>[16]</sup>。熟练劳动力等人力资本积累是产业集群的支撑因素。企业家资源是文化创意产业集群形成和发展的重要支柱和重要因素,在创造和引进新工艺、新产品、新组织形式,开辟新货源、新市场等方面作用巨大,直接影响产业集群生态系统演进的速度和绩效。

(3) 社会资本网络因子。社会资本加快了产业集群化的速度,使集群组织更加完善。基于产业集群的网络属性,社会资本网络因子主要包括高校和科研院所、中介组织和行业协会三个动力要素。高校和科研院所为产业集群提供智力支撑,包括培养人才、科研合作等;中介组织为产业集群提供各种中介服务,保证市场公平交易、平等竞争、提供信息咨询等活动;行业协会是自律性组织,专门为产业服务。

(4) 创新系统因子。创新系统因子包括创新态度、技术创新与扩散、知识溢出与流动等动力要素。创新是对组织、制度、管理、人才机制、生产方式、技术、产品质量以及市场的新发现,是产业集群生态系统可持续发展的不竭动力。技术创新与扩散是建立在集群创新网络系统基础之上的,集群学习能力和知识溢出与流动效应的存在,促进了产业集群整体水平的提升。

(5) 文化因子。文化因子包括历史文化资源、集群品牌建设和开放与宽容的环境三个动力要素。文化创意产业集群生态系统的形成是建立在独特的文化属性基础之上的。历史文化氛围浓郁的区域在发展产业

集群时就会占据天然优势,积极地开发历史资源,生产具有当地历史文化气息的产品或服务,加强集群特色品牌建设,营造开放与宽容的环境,有利于促进产业集群提升竞争力。

(6) 基础设施条件因子。基础设施条件因子包括基础设施和公共信息与服务系统两个动力要素。影响文化创意产业集群生态系统的公共基础设施包含两个层面:一是指未经任何修饰的自然环境,比如工业遗址、旧厂房、旧仓库,有特色的古村落与老社区等等。二是指满足人们衣食住行的基础设施等,是文化创意产业集群形成的空间载体。公共信息与服务系统是指基于计算机通信网络技术,面向文化创意企业提供信息服务、管理服务、技术服务和交易服务的信息系统。

(7) 政策环境因子。政策环境因子包括规划与引导、政策扶持和环境管理三个动力要素,是产业集群形成和发展的诱因。政府通过集群产业政策的制定、土地供给、市场开放、税收优惠、规划与引导、环境管理,解决市场和集群系统所不能自行解决的问题,弥补市场和系统的不足,提高集群效率,积极地推动文化创意产业集群的发展。

(8) 宏观经济因子。宏观经济因子有经济环境、技术环境和人文环境三个动力要素组成。资本的获得和消费者的消费能力,是衡量经济环境是否完善的两个重要方面。技术环境主要包括技术的多样化和技术升级。人文环境特别是艺术氛围,是文化创意产业发展的重要影响因素。

## 2. 文化创意产业集群的动力机制

从生态组织学视角来看,由于外部生态因子的作用,文化创意产业集群内部的不同企业种群可以通过相互作用获取适宜的能量物质,占据相应的生态位,从而促成内部集聚,进而形成集群。本文认为要使不同企业种群达到一定时期内相对稳定共存和在长时期内持续发展变异的状态,主要可以通过分工协作、竞合、创新、模仿和互利共生来推动文化创意产业集群的形成和发展。

(1) 分工协作机制。专业化分工协作是集群形成和发展的基础机制。集群内企业享有规模经济和范围经济效应。集群内企业集中全部精力做好自己擅长的核心业务,而其他非核心业务外包给别的专业公司。众多优势的专业企业分工合作,参与各道工序,经过市场中介与竞争,集合起来形成了一条完整的产业链,促进集群内产业链条各个环节的创新与发展。

(2) 创新机制。生物的进化是变异和接受自然环境选择的结果。类似生物界,文化创意产业集群企业迫于环境而产生变异创新,这种变异创新来自于其他企业竞争的压力、市场选择的诱导。文化创意产业集群组织的变异创新包括组织创新、管理创新和技术创新等多个方面。创新和技术通过集群网络进行扩散和溢出,集群各主体通过网络来获取各种知识资源,大大地促进了集群整体创新水平的提升,进而推动文化创意产业集群的产业结构升级和演进。

(3) 竞合机制。根据自然生态理论,种群之间的竞争与合作是生态系统演进的基本前提。作为经济生态系统,文化创意产业集群随着企业之间的竞争与合作发展和演化。竞争与合作是矛盾的统一体,文化创意企业依据竞争对手的行动,依据自身的资源,不断调整竞争战略和策略,导致群体的分化和差异。但为了发挥群体优势,企业又必须相互交流与合作。竞争合作机制既是文化创意产业组织生态的基础,又是其和谐运行的保证。与自然生态系统的优胜劣汰法则相比,市场机制在文化创意产业演化过程中扮演着自然淘汰机制的重要角色,竞合机制不断提高企业竞争力,不断优化资源配置。

(4) 模仿机制。组织生态理论认为,组织发展具有特定的“路径依赖”性。文化创意产业集群组织内部存在着不断的惯例复制、模仿、搜寻与选择过程。面对外部环境的不确定性,通过模仿成功企业的做法,既可以规避风险,又可以获得预期收益。当某一文化创意企业通过创新机制获得成功,其它企业通过模仿纷纷进入这一行业,就形成新的产业组织生态,因此,模仿机制是文化创意产业集群的重要动力机制。

(5) 共生机制。在自然生物群落中,互惠共生是指两种群落相互有利、相互促进的共居关系。与之类似,文化创意产业集群组织内部企业的上下游关系或相关产业之间就是一种互惠共生关系,互惠共生关系包括纵向一体化和横向一体化。当共生条件形成后,就具有相对稳定性,文化创意企业都能通过共生的方式提高自身的生存能力。

## (二) 文化创意产业集群动力机制的作用机理

由上文可看出,与自然生态系统中的变异、遗传与选择机制相类似,分工协作机制、创新机制、竞合机制、

模仿机制和共生机制是文化创意产业演化的形成机制和动力机制。

如图 1 所示,文化创意产业集群动力机制的作用机理可归结为:在某一区域内,集聚的文化创意企业种群通过竞争合作、互利共生等生态运动过程,彼此间实现共存和发展。具体来看,专业化分工协作体系所带来的内部发展不均衡是集群内部竞争存在的基础,在相互竞争中,企业优胜劣汰,竞争加剧系统的不均衡,产生差异性和多样性。竞合机制推动集群由无序向有序演化,竞争促进企业创新,合作则使企业创新成为集体行为。分工协作机制、竞合机制和创新机制成为文化创意产业的核心机制,最大限度地产生集聚经济。各种机制共同促进集群不断产生创意,从而提升集群企业竞争力,进而集群整体竞争力和影响力,不断增加文化创意企业和空间规模的扩张,从而获得集群生态系统持续的竞争优势。同时,类似于自然生态系统的遗传机制,集群企业的演化有一定的路径依赖性和功能锁定性,不能灵活地适应环境变化,因此,需要外部的生态环境提供所“营养物质”。总之,正是内部的聚合和外部的要素供给,使得文化创意企业以及关联产业、专业机构形成地理集聚,并不断发展和演化。

### 三、景德镇陶瓷文化创意产业集群动力机制实证分析

#### (一) 研究设计

近年来,景德镇陶瓷文化创意产业成为景德镇经济发展中最具有潜力的新兴产业之一,在政府的正确规划引导下,逐渐形成了三宝国际陶艺村、清明园、陶溪川等多个陶瓷文化创意产业集聚区。景德镇陶瓷文化创意产业集群已经形成自己的特色,初具规模,具有一定的代表性和典型性。因此,本文选取景德镇为例进行实证分析。对景德镇陶瓷文化创意产业集群动力机制进行实证研究,可以找出影响集群发展的关键动力因素及其在集群发展过程中存在的问题,对促进景德镇陶瓷文化创意产业集群的发展具有重要意义。依据图 1 文化创意产业集群动力要素、动力机制及其作用机理理论框架模型,设计调查问卷,通过问卷调查的方式获取数据。问卷采用五级李克特量表制,调查者以“影响非常大”“影响比较大”“影响一般”“影响比较小”“基本无影响”作答。动力要素存在与否以及重要程度的判别是本实证的目的和主要内容。调查对象主要包括政府、陶瓷文化创意企业、研究院所等相关人员,共发放问卷 297 份,收回有效问卷 272 份,问卷有效率为 91.58%。利用 SPSS 进行主成分分析,在通过了 KMO 测试系数和球形 Bartlett 卡方检验之后,得出要素的均值和因子载荷矩阵。

#### (二) 实证分析

由于篇幅所限,本文直接列出各因子得分和最后的计算结果。如表 1 所示样本充分性 KMO 检验值为 0.874, Bartlett 球形检验的显著性水平( Sig. = 0.000) 远远小于 0.05, 两值皆表明样本可以进行因子分析。运用 SPSS 软件的主成分分析法提取因子,得出各要素的均值、旋转后因子与各要素相关矩阵以及各因子的方差贡献值,分别如表 2、表 3、表 4 所示。

表 1 KMO 检验和 Bartlett 球形检验结果

取样足够度 Kaiser - Meyer - Olkin 度量	0.874
近似卡方	889.922
Bartlett 的球形度检验	df
	231
	Sig.
	0.000

表 2 景德镇陶瓷文化创意产业集群机制要素得分情况表

子要素	均值	子要素	均值
分工与专业化	3.67	开放与宽容的环境	3.84
企业间竞合关系	3.62	历史文化资源	3.79
创新人才与创意阶层	3.72	集群品牌建设	3.83
熟练劳动力的供应	3.86	基础设施	4.00

子要素	均值	子要素	均值
企业家资源	3.83	公共信息与服务平台	3.88
高校及科研院所	3.72	规划引导	4.05
行业协会	3.53	政策扶持	4.26
中介组织	3.25	环境管理	3.64
创新态度	3.34	经济环境	3.81
知识溢出与流动	3.71	人文环境	3.88
技术创新与扩散	3.79	技术环境	3.53

表3 景德镇陶瓷文化创意产业集群动力因素旋转后因子与各要素的相关矩阵

子要素	成份				
	F1	F2	F3	F4	F5
历史文化资源	0.785				
集群品牌建设	0.746				
企业家资源	0.722				
熟练劳动力的供应	0.698				
开放与宽容的环境	0.667				
环境管理	0.502				
基础设施		0.803			
规划引导		0.740			
政策扶持		0.714			
公共信息与服务平台		0.646			
经济环境		0.627			
创新态度			0.784		
技术创新与扩散			0.745		
知识溢出与流动			0.704		
创意人才与创意阶层			0.542		
人文环境			0.503		
分工与专业化				0.778	
企业间竞合关系				0.698	
技术环境				0.556	
中介组织					0.736
行业协会					0.636
高校及科研院所					0.569

表4 景德镇陶瓷文化创意产业集群因子的方差贡献分析表

因子	最大方差法旋转后方差贡献率		
	特征值	贡献率(%)	累计贡献率(%)
F1	5.032	19.001	19.001
F2	4.180	17.667	36.668
F3	3.887	14.048	50.716
F4	2.444	11.109	61.826
F5	1.287	10.373	72.199

### (三) 结果讨论

由表2可以看出,本次问卷调查所得到的数据分值普遍偏高,基本位于3.5-4之间,只有“中介组织”和“创新态度”两个因素的均值低于3.5,分别为3.25和3.34,均值为3.75。由此得出判断,本文所构建的动力要素是符合景德镇陶瓷文化创意产业集群实际情况的。值得注意的是,基础设施、规划引导和政策扶持评价是较高的。

采用主成分分析法提取因子并选取特征根大于1的特征值,在最大方差法旋转后得到五个因子,累计贡献率为72.199%,因子分析效果较为理想。根据表3和表4,对景德镇陶瓷文化创意产业集群动力机制的5个因子的含义做出了解释,依次是:

F1主要有六个指标,它们分别是“历史文化资源”“集群品牌建设”“企业家资源”“熟练劳动力的供应”“开放与宽容的环境”“环境管理”等,这个因子可以命名为“集群沉淀资源因子”,它占到22个因素总体影响力的19.001%,为第一大动力因素。

F2主要有五个指标,它们分别是“基础设施”“规划引导”“政策扶持”“公共信息与服务平台”“经济环境”等,这个因子可以命名为“政府引导和基础设施因子”,它占到22个因素总体影响力的17.667%,为第二大动力因素。

F3主要有五个指标,它们分别是“创新态度”“技术创新与扩散”“知识溢出与流动”“创新人才与创意阶层”“人文环境”等,这个因子可以命名为“创新因子”,它占到22个因素总体影响力的14.048%,为第三大动力因素。

F4主要有三个指标,它们分别是“分工与专业化”“企业竞合关系”“技术环境”等,这个因子可以命名为“企业竞合因子”,它占到22个因素总体影响力的11.109%,为第四大动力因素。

F5主要有三个指标,它们分别是“中介组织”“行业协会”“高校及科研院所”等,这个因子可以命名为“社会资本网络因子”,它占到22个因素总体影响力的10.373,为第五大动力因素。

总之,景德镇陶瓷文化创意产业集群的实践较为依赖集群历史沉淀资源、政府的扶持与引导,过于依赖他组织动力,自组织动力不足。文化创意企业主体作用发挥不够充分,由于缺乏完整的分工协作体系,产业关联度低,产业链脱节,企业竞争合作机制没有发挥应有的作用。此外,创新要素严重不足,景德镇文化创意产业集群区主要源于要素驱动和投资驱动,创新驱动远远跟不上。整体而言,景德镇文化创意产业集群处于集群的初级阶段,动力机制不成熟,集群内企业资源配置效率不高和企业竞争力不强。

## 四、结论与建议

在提倡集聚经济的背景下,文化创意产业日益成为区域新的经济增长点。借助于组织生态理论,可以清晰地认识到,良好的生态环境能够为整个文化创意产业集群的形成与演化提供大量有价值的“营养物质”。景德镇陶瓷文化创意产业集群的形成是组织与环境之间、宏观组织生态环境与微观组织生态环境之间、各个种群之间、同一种群内部组织之间以及各个因子之间相互作用的结果。从组织生态的角度分析文化创意产业集群,对于解释景德镇陶瓷文化创意产业集群的许多演化现象,改善其运行效率,控制其演化方向都有很大帮助。

### (一) 依托现有资源 构建适宜生态环境

外部环境所提供的生态动力因子是特色产业集群生存、形成、发展的基础,自然资源、土地、人力资源、技

术、文化、基础设施、区位和政府引导等动力要素是集群形成和发展的重要推力。1. 在空间载体方面,目前景德镇已经成为全国艺术陶瓷的重要集散基地,具有艺术陶瓷总部经济的特征,拥有很多特色的工业遗址、陶瓷古遗址和陶瓷村落,景德镇要依托市场要素和历史资源,建立和培养有特色的文化创意集聚区。2. 在技术与文化方面,作为世界首都,景德镇具有悠久的制瓷历史和丰富的历史文化资源、遗产,发展文化创意产业具有得天独厚的优势。景德镇应该发挥已有的优势,加强文化建设和技术创新。3. 在人力资源方面,创意人才和企业家资源是景德镇发展陶瓷文化创意产业的中坚力量,景德镇应鼓励本地高校培养陶瓷文化创意产业的管理和创意人才。同时,完善人才引进制度,开通人才引进的绿色通道。4. 在政府规划引导方面,景德镇市政府应进一步制定和完善陶瓷文化创意产业发展总体规划、空间规划和发展战略,加大财政投入,合理使用文化产业发展专项资金,建立和扶持一批陶瓷产业基地,培育一批实力较强的有特色的品牌企业和集团。加快基础设施建设,提升创意氛围。鼓励企业丰富创意产品,扩大消费市场。

## (二) 重视集群内部企业的竞争和合作

企业的竞合机制、分工协作机制和共生机制是陶瓷文化创意产业集群的重要机制。一方面,要使集群内企业适度竞争,提高竞争能力,比如官窑和民窑之间,官窑之间和民窑之间都要展开适度竞争,激发集群活力。企业适度竞争有助于增加创意产品和服务,往往能带来“共赢”的局面。另一方面,依据生态链的相对位置关系,加强企业间的合作。互利共生的企业应紧密合作,实现功能互补。

## (三) 完善和整合产业链

景德镇陶瓷文化创意产业链缺乏完整性,主要表现为两个方面:1. 中间环节不全,分工程度不够和效率低下。2. 衍生品开发不足。在上海、杭州等文化创意产业先进城市,衍生品的利润已经超过了创意产品本身带来的利润,在这一点上,景德镇则远远落后于这些先进地区,产业利润主要还是依赖于陶瓷创意产品。为此,景德镇陶瓷文化创意产业集群需要完善整个产业链的建设,重点发展产业链中附加值较高研发和设计环节,积极拓展产业链条,打通整个产业链的上中下游,形成从设计到销售一条龙的配套齐全的循环系统,充分发挥集聚效应,形成规模经济和范围经济,避免产业同质化与市场之间的冲突。同时,努力推动龙头企业发展,通过龙头企业带动整个产业链的发展。

## (四) 树立集聚区品牌,创造良好发展氛围

一直以来,景德镇陶瓷文化品牌都是以“大师”这一方式存在。家家都可以拥有的“景德镇”这一地域品牌只是一个产地的概念,不是真正意义上的品牌。由于过度依赖个人品牌和地域品牌,致使景德镇没有充分发挥集群区域品牌的作用。因此,景德镇应该从战略高度加强集聚区品牌建设。第一,政府可以设立知名品牌专项资金,奖励集聚区品牌建设。第二,引导集聚区加强企业品牌、产品品牌、服务品牌和集聚区品牌的系统管理,发挥品牌辐射作用和品牌整合的优势,把陶瓷文化创意企业做大做强,提升企业乃至整个集群的核心竞争力。

## 参考文献:

- [1] Alfred Marshall. Principles of Economics [M]. London: Macmillan, 1961.
- [2] Michael E Porter. Clusters and New Economics of Competition [J]. Harvard Business Review, November - December, 1998: 77 - 90.
- [3] SCOTT. 文化产业: 地理分布与创意领域 [M] // 林拓, 李惠斌, 薛晓源. 世界文化产业发展前沿报告 (2003—2004) [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2004.
- [4] Swann G M P. Do firms in clusters innovate more? [J]. Research Policy, 1998, 27(5): 525 - 540.
- [5] Best, Michael H. Cluster Dynamics in the Competitive Advantage: The Renewal of American Industry [M]. Oxford University Press, 2001.
- [6] 魏守华. 集群竞争力的动力机制及实证分析 [J]. 中国工业经济, 2002(10): 27 - 34.
- [7] Chapain C, Proprius I. Drivers and processes of creative industries in cities and regions [J]. Creative Industries Journal, 2009, 2(1): 9 - 18.



- [8]陈建军,葛宝琴.文化创意产业的集聚效应及影响因素分析[J].当代经济管理,2008(9):71-75.
- [9]李煜华,李昕,胡瑶瑛.创意产业集群企业间双向知识流动影响因素分析[J].科技与管理,2013(2):1-4.
- [10]陈肖飞,郭建峰,胡志强,苗长虹.汽车产业集群网络演化与驱动机制研究——以奇瑞汽车集群为例[J].地理科学,2018(10):1-8.
- [11]Thomas Brenner,Niels Weigelt.The Evolution of Industrial Clusters – Simulating Spatial Dynamics[J].Advances in Complex System,2001,4(1):127-147.
- [12]陈继祥.产业集群与复杂性[M].上海:上海财经大学出版社,2005.
- [13]王舜淋,张向前.基于复杂系统理论的知识型人才流动与产业集群发展动力机制研究[J].科技管理研究,2017(24):186-192.
- [14]陈雪梅等.中小企业集群的理论与实践[M].北京:经济科学出版社,2003.
- [15]张艳辉.组织生态理论在创意产业研究中的应用[J].当代财经,2007(4):86-89.
- [16]曹如中,刘长奎,曹桂红.基于组织生态理论的创意产业创新生态系统演化规律研究[J].科技进步与对策,2011(3):64-68.
- [17]李丹,曹如中,李康,等.创意产业发展的组织生态环境培育研究[J].科技管理研究,2013(14):169-173.

## Dynamic mechanism and Empirical Research of cultural and creative industries cluster from the perspective of Organizational Ecology

——Taking Jingdezhen as an example

GONG Zhiwen, ZHAO Simeng

(School of Management and Economics Jingdezhen Ceramic Institute, Jingdezhen, Jiangxi 333000, China)

**Abstract:** Cultural and creative industries is a new industry form of integration of culture, technology and economy. Cultural and creative industries cluster has become an important development mode of cultural and creative industries. The key driving factors and dynamic mechanism of cultural and creative industry cluster are the fundamental forces of cluster development. From the perspective of organizational ecology, the article discusses the ecological structure and organizational ecological factors of the cultural creative industry organization, and puts forward the theoretical framework of the dynamic elements, dynamic mechanism and its mechanism of the development of the ceramic cultural and creative industrial clusters. Then, combining with the principal component analysis, the paper makes an empirical research on the dynamic mechanism of the development of Jingdezhen ceramic culture and creative industry cluster. On this basis, some suggestions are put forward to build suitable ecological environment, attach importance to enterprise competition and cooperation, build and improve industrial chain and establish agglomeration area brand, which have some reference value for promoting the development of ceramic cultural and creative industry cluster.

**Key words:** cultural and creative industries cluster; organizational ecology theory; dynamic mechanism; Principal component analysis

(责任编辑: 罗序斌)