

出版产业国际竞争力理论模型研究

黄先蓉, 黄霄旭

(武汉大学 信息管理学院, 武汉 430072)

摘要:出版产业国际竞争力理论模型研究旨在为其后的出版产业评价指标研究、评价方法研究、评价体系研究以及提升出版产业国际竞争力的思路与对策研究等提供理论基础和理论框架。本文首先对产业国际竞争力进行探源,然后明确出版产业国际竞争力及相关概念内涵,在此基础上分析出版产业国际竞争力与其他竞争力的关系,最后提出了出版产业国际竞争力的分析模型。

关键词:出版产业;国际竞争力;理论模型

中图分类号:G231 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2013)06-0063-07

1 产业国际竞争力探源

产业国际竞争力研究起源于 20 世纪 80 年代的美国,当时美国在产业发展中的霸主地位遭到来自日本、西欧等国家的有力挑战,汽车业、钢铁业等传统优势产业节节败北,致使美国朝野深为不安。在这样的背景下,美国总统及国会先后两次成立“工业竞争能力总统委员会”和“竞争能力委员会”,试图通过立法增强美国的产业竞争力。与此同时,在政府的推动下,民间科研机构 and 学者也展开对产业竞争力的研究。其中最著名的是哈佛商学院教授迈克尔·波特,在 1980 年至 1990 年间连续出版了“竞争三部曲”:《竞争战略》《竞争优势》《国家竞争优势》,在全世界产生了重要影响。

欧洲国家为应对来自日本、太平洋地区 and 美国的竞争,于 1980 年代初也开始研究产业国际竞争力。二战结束后,日本为了加速经济重建、追赶欧美,对产业政策进行了大量研究,尤其是 20 世纪 90 年代经济泡沫破灭后,日本一些优势行业的产业竞争力持续不振,制约着国家经济的复苏。为此,日本从政府到产业界纷纷展开对产业竞争力的研究。

产业的国际竞争力越来越成为各国关注的焦点,此方面的权威研究机构是瑞士的洛桑国际管理开发学院(IMD)和世界经济论坛(WEF)。这两个机构从 1980 年开始研究产业竞争力问题,每年都出版《国际竞争力报告》和《世界竞争力年鉴》,通过对全球四十

多个国家和地区相关指标的测评,做出国际竞争力排序。虽然 IMD 和 WEF 对国际竞争力的探讨研究仅止于国家层面,无法直接应用到特定产业的国际竞争力分析上,但其理论方法对产业竞争力研究产生了一定影响。

中国的产业国际竞争力研究始于 20 世纪 80 年代末 90 年代初,那时的中国经历改革开放十多年,对外经济交往日益增多,由于市场对外的进一步开放和外资企业产品在国内的市场份额迅速扩大,加剧了国内外产品的竞争程度。因此,提升民族产业国际竞争力成为政府、业界和学界密切关注的课题。在此背景下,1991 年原国家科委下达了“产业竞争力研究”课题,标志着我国产业竞争力研究正式开始。1990 年代中后期,随着我国对外开放的进一步扩大,外资企业和国外产品纷纷抢滩登陆。由于国内产品竞争力较弱,一些工业品市场被国外产品严重挤占,原来产销情况较好的国有企业纷纷败退,如软饮料行业、啤酒行业、洗化行业、橡胶行业等,或出让品牌,或被兼并收购。这些现象在我国社会各界产生强烈震撼,掀起了产业国际竞争力的研究高潮,一时间出现不少相关专著(见表 1)^[1]。

21 世纪初,中国加入 WTO,贸易自由化不可避免地国内许多产业造成冲击,国内企业再难依靠关税壁垒、贸易保护政策等庇佑生存。全球化、自由化的趋势使得进口产品与国内产品站在同样的竞争基

收稿日期:2012-11-02

基金项目:国家社会科学基金项目(11BTQ001);新闻出版总署重点项目(e-14-3)

作者简介:黄先蓉(1964—),女,湖北天门人,武汉大学信息管理学院教授、博士生导师,管理学博士,研究方向:出版政策与法规、出版产业管理与版权贸易;黄霄旭(1988—),女,湖北襄阳人,武汉大学信息管理学院 2011 级研究生。

础上,而国外大型跨国公司所拥有的先进技术、雄厚资本和丰富的营销经验,势必对国内产业形成不小压力。于是,为了增强自身竞争力,在激烈的国际竞争中立足,我国迎来了产业国际竞争力研究的又一个高潮。

表 1 有关产业国际竞争力研究的相关专著

年份	作者	书名	出版社
1992	狄昂照课题组	《国际竞争力》	改革出版社
1997	金碚课题组	《中国工业国际竞争力——理论、方法与实证研究》	经济管理出版社
1998	裴长洪	《利用外资与产业竞争力》	社会科学文献出版社
1997 年起	中国国际竞争力研究课题组	《中国国际竞争力发展报告》	—
1999	盛世豪	《产业竞争论》	杭州大学出版社

纵观产业国际竞争力的起源和演进,可以总结出以下三个特征:从研究主体上看,产业国际竞争力研究率先起源于欧美等经济发达国家,并逐渐向发展中国家过渡;在研究方式上,通常是政府与民间相结合,首先由政府成立专门委员会,发布竞争力报告,继而民间科研机构和学者成立研究中心,举办研讨会,撰写并发表相关论著和文章;从研究对象上看,产业国际竞争力研究发端于工业,然后逐渐扩展到服务业。

2 出版产业国际竞争力定义

要准确地了解出版产业国际竞争力的定义,最好从竞争力、国际竞争力、产业国际竞争力、出版产业国际竞争力进行逐级解剖。

2.1 竞争力

竞争的概念最早出现在达尔文的“物竞天择、适者生存”理论之中,后来逐渐从生态学扩展到社会学、经济学和管理学中。诺贝尔经济学奖获得者乔治·斯蒂格利茨在《新帕尔格雷夫经济学大辞典》中给出了竞争的一般性定义:“竞争系个人(或集团或国家)间的角逐;凡两方或多方力图取得并非各方均能获得的某些东西时,就会有竞争”^[2]。那么,竞争力也就是竞争主体争夺某种稀缺东西或资源,以获得最大利益的能力。

2.2 国际竞争力

对于国际竞争力的概念问题,各国研究机构及学者从不同的角度发表了不同的看法,可谓众说纷纭。最浅层最直白的理解,国际竞争力与国内竞争力相对,行为主体间争夺国内资源和国内市场的能力称为国内竞争力,行为主体间争夺国际资源和国际市场的能力称为国际竞争力^[2]。这种解释虽过于简单,但为定性国际竞争力大有裨益。另外,国际竞争力的概念实际具有层次性,包含产品国际竞争力、企业国际竞争力、产业国际竞争力、国家国际竞争力。这是业内达成共识的。

这样一来,对国际竞争力的定义就可以归纳为不

同的层次类型。如世界经济论坛(WEF)在 1985 年的《关于竞争能力的报告》中,是从企业层次给国际竞争力定义:指企业主目前和未来在各自的环境中比他们国内和国外的竞争者以更具吸引力的价格和质量来进行设计、生产和销售货物以及提供服务的能力和机会^[3]。而迈克尔·波特认为:国际竞争力就是产业竞争力问题,是指一国特定产业通过在国际市场上销售产品及提供服务所反映出来的竞争能力。瑞士洛桑国际管理开发学院(IMD)1997 年在《国际竞争力年鉴》中指出,国际竞争力是指一国在其特有的经济与社会结构里,依靠自然资源禀赋以创造附加价值,或者着重于改善国内经济环境条件以吸引国外投资,或者依靠国内内部型经济和发展国际型经济,以创造并提高附加值、增加一国财富的能力^[4]。这又是从国家层次定义国际竞争力。

不管怎样定义国际竞争力,都必须铭记一点,国际竞争力是一个包含企业、产业、国家等多种层次的概念,无论从哪一层次,都强调竞争力是竞争主体具有的相对于竞争对手的制胜能力,因此,脱离竞争主体来谈国际竞争力是没有意义的。

2.3 产业国际竞争力

迈克尔·波特是第一位从产业层次研究国际竞争力的学者。他认为一国在某一产业的国际竞争力是一个国家能否创造一个良好的商业环境,使该国企业获得竞争优势的能力^[1]。这样定义将企业、产业、国家结合了起来,为全面分析产业国际竞争力提供了一个良好框架。

复旦大学的芮明杰教授认为产业国际竞争力可分为两方面的研究:一是同一产业的国际竞争力研究,即特定产业的国际竞争力研究;二是不同国家产业整体的竞争力研究,即国家产业的国际竞争力研究。本课题显然属于前者。另外他还强调,产业国际竞争力研究的重点是对产业价值链的核心能力的比较,包括资源攫取能力、生产管理能力和有效产出能力、

市场份额占有能力等;这种核心能力不仅可转化为现实的竞争力,也可成为未来发展中的潜在竞争力^[1]。

2.4 出版产业国际竞争力

关于产业的内涵,可以从产出的角度、生产的角度、经济实体的角度,分别将其定义为同类产品及其可替代产品的集合、生产活动的集合、企业的集合。无论从哪种角度界定“产业”,“同类产品及其可替代产品”是其基本内涵^[5]。

本课题所指的出版产业国际竞争力就是一国的出版产业能够比其他国家的出版产业更有效地向国际市场提供产品或服务的综合能力。再套用迈克尔·波特关于产业国际竞争力的定义,出版产业国际竞争力即指一国能否创造一个良好的商业环境,使该国的出版企业在国际上获得竞争优势的能力。

鉴于是对国际竞争力的研究,所以采用国际通用

的联合国“国际标准产业分类法”对出版产业做出界定。根据联合国 2009 年修订及颁布的《所有经济活动的国际标准行业分类(修订本第 4 版)》,出版产业归属于“门类 J:信息和通信”中的“58 类:出版活动”。该类包括书籍、小册子、传单、字典、百科全书、地图集、地图和图表的出版;报纸、杂志和期刊的出版;指南和邮件发送清单和其他出版,以及软件的出版。出版活动包括内容(信息产品)版权的获得,以及通过该内容进行不同形式的复制和发行使广大公众能够享用。所有出版形式(印刷、电子或音频、网络、多媒体产品,如 CD 参考书等)都包括在该类中,但动画片的出版除外(详见表 2)^[6]。但本课题组考虑到研究的规范性及可行性,将出版产业限定在“5811 书籍出版”所包含的内容,在此前提下开展出版产业国际竞争力研究。

表 2 来源于联合国《所有经济活动的国际标准行业分类(修订本第 4 版)》

58 出版活动	581 书籍和期刊的出版及其他出版活动	5811 书籍出版	书籍、小册子、传单和类似的出版,包括字典和百科全书的出版;地图集、地图和图表的出版;音频书籍的出版;CD 版百科全书等的出版
		5812 名录和邮寄名单的出版	邮寄清单的出版;电话簿的出版;其他目录和专辑的出版,如判例法、药学简编等
		5813 报纸、杂志和期刊的出版	报纸的出版,包括广告报的出版;期刊和其他杂志的出版,包括广播和电视节目安排的出版;可采用印刷版或电子版,包括网上出版
		5819 其他出版活动	以下产品的出版(包括在线出版):目录,照片、雕刻物和明信片,贺卡,表格,海报、工艺品的复制品,广告材料,其他印刷品;数据或其他信息的在线出版
	582 软件的发行	5820 软件的发行	现成软件(非顾客定制的软件)的发行;操作系统,商业应用软件和其他应用软件,用于所有平台的电脑游戏

3 出版产业国际竞争力与其他竞争力的关系

既然国际竞争力有三个层次上的含义,那么在研究出版产业国际竞争力之前,有必要厘清它与出版产品竞争力、出版企业竞争力以及国家竞争力之间的关系。

“产业是一个介于微观经济细胞(企业)和宏观经济整体(国民经济)之间的一个‘集合概念’,它是由许许多多相同属性的企业组成的,因而一个产业的竞争力是通过该产业内企业群的竞争力体现出来的,而企业的竞争力又是通过企业所生产的产品或提供的服务的竞争力表现出来的”^[2]。对于出版产业也是如此。下面笔者将由小到大逐级进行分析。

出版企业竞争力除了通过出版产品竞争力体现之外,还与企业为生产这些产品所拥有的资产(包括人力、物力、财力等)竞争力,以及在研发、生产、销售、

管理整个过程中表现的过程竞争力息息相关。而在这其中,出版产品竞争力是出版企业竞争力最直接的表现,其他方面的竞争都是围绕着出版产品的竞争而展开,但是出版企业资产竞争力和过程竞争力的高低反过来又决定着出版产品竞争力的高低。所以说,出版产品竞争力只是出版企业竞争力的一个方面,但是最重要的一个方面,如果出版企业想要在国际竞争中获胜,除了要提高出版产品竞争力之外,还应注重资产竞争力、过程竞争力的提升。

众所周知,同一属性的企业构成一个产业,产业内企业竞争力的增强是该产业竞争力增强的基础。但是产业竞争力并非所有企业竞争力的简单相加。因为除了单纯的企业竞争力之外,企业间的竞争关系、企业结构、企业集中度、产业政策及其对企业的正反作用力,都会影响着整个产业的竞争力。总之,企

业竞争力是产业竞争力的前提基础,产业竞争力是企业竞争力的集中表现,一国的某一产业竞争力,是该范围内各企业竞争力及其他因素综合作用的结果。正因如此,本课题组在进行出版产业国际竞争力研究时,才不单单考虑出版企业内部的竞争力情况,而把出版企业结构、出版产业集中度和产业政策等因素统纳入考察的范围之内。

国家竞争力是指一个国家在全球竞争中所具有的生存和发展并由此获得收益的能力,而国家在竞争中获取收益表现为综合国力不断增强和人民生活水平持续提高。世界经济论坛(WEF)和瑞士洛桑国际管理开发学院(IMD)认为国家竞争力由八大因素构成,分别是国内经济实力(WEF 不含该项目)、国际化程度、政府、金融、基础建设、管理、科技、人力、法规制度(IMD 不含该项目)^[1]。由此可见,产业国际竞争力只是国家竞争力的一个基本组成部分,而出版产业国际竞争力又是国家产业整体国际竞争力的一个很小部分。但出版产业国际竞争力与国家竞争力是密切相关的。一方面,国家竞争力体现了国家为出版产业发展提供经济基础、金融服务、基础设施、国家政策以及国家战略决策的能力,这些都决定着出版产业参与国际竞争的能力。另一方面,出版产业国际竞争力对国家竞争力的作用也不容忽视,因为一国增加值和国民财富的持续增长能力最终是由该国所有产业共同创造的,各个产业的国际竞争力都是构成国家竞争力的基础。

4 出版产业国际竞争力分析模型

4.1 模型基础——国家竞争优势理论

国家竞争优势理论由美国哈佛商学院教授迈克尔·波特提出。钻石模型(见图1)^[7]是该理论的核心,在《国家竞争优势》一书中,波特认为一国特定产业竞争优势的获得,取决于四个关键因素和两个辅助因素的整合作用。

1)生产要素。指生产某种产品所需要的各种投入,包括人力资源、天然资源、知识资源、资本资源和基础设施。伴随着初级生产要素的没落,现代化通信基础设施、高等教育人力以及各大学研究所等高级生产要素的作用越发凸显。这两者之间存在着复杂的关系:初级要素的优势会随着在高级要素方面的投资得到加强和扩展,而初级要素方面的劣势会形成一种向高级要素方面投资的压力。

2)需求条件。指对某个行业产品或服务的国内需求性质。从竞争优势的观点来看,国内市场的质量绝对比市场需求数量更重要,因为内需市场更重要的

意义在于它是产业发展的动力,它会刺激企业改进和创新。国内市场的影响力主要通过客户需求的形态和特征来施展,如果一国内的消费者是成熟复杂和苛刻的话,会有助于该国企业赢得国际竞争优势。

3)相关产业与支持性产业。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。具有竞争力的上游产业及其他相关产业,通常会带动一产业的竞争力,因为它们之间产业价值相近,可以互相合作、分享信息、技术互补。

4)企业战略、企业结构和同业竞争。指一国支配企业创建、组织和管理条件,以及国内竞争的本质。在此主要有两个观点:第一,不同的国家有着特色各异的“管理意识形态”,它们帮助或妨碍形成一国的竞争优势;第二,一个行业存在激烈的国内竞争与该行业保持竞争优势二者之间存在密切的联系。

5)机会角色。指那些超出企业控制范围的突发事件,它们可以打破现存的竞争环境和秩序,创造出“竞争断层”。这种断层的出现既可以使原有国家的竞争地位丧失殆尽,也可以提供新的机会使原来竞争力弱的国家后来居上。

6)政府角色。政府通过在资本市场、补贴、教育、生产标准、竞争条例等方面的政策影响企业、产业的竞争力。政府与其他关键要素之间的关系既非正面,也非负面;它既可能是产业发展的助力,也可能是障碍。

波特的基本观点就是一个国家在某行业取得国际竞争力的可能性程度是该国生产要素、需求条件、相关产业与支持性产业以及企业战略、企业结构和同业竞争四个方面综合作用的结果。他不仅认为这四个组成部分应当同时存在,方能有效地影响和促进竞争力的发展,而且还极力强调政府对这四个组成部分中的任一方面都会产生积极或消极的影响,而机遇却是可遇而不可求的。

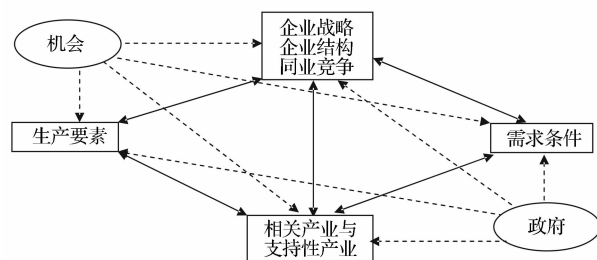


图1 钻石模型

此外,波特还指出,从国内市场到国际市场,任何产业竞争都包含五种竞争因素:新加入者的威胁;替

代产品或替代服务的威胁;供应商的侃价能力;买方的侃价能力;与现有竞争对手的竞争。这五种竞争力量的状况及强度,决定产业内竞争的激烈程度,决定产业最终的获利能力;它们也分别代表着“产业结构”的功能,或者说支撑产业经济与技术发展的重要力量。该产业竞争结构原理被称为波特的“五力”模型见图 2^[7]。

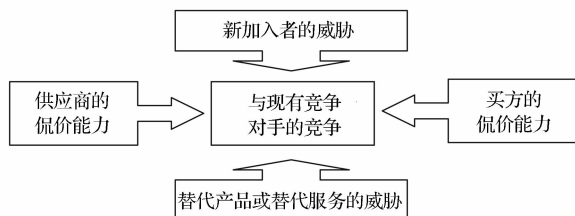


图 2 “五力”模型

4.2 国内学者出版产业国际竞争力分析模型研究

国内学者在对出版业竞争力分析评价时多借鉴迈克尔·波特的钻石模型或“五力”模型。

例如,孙寿山《中国出版业国际竞争力的分析框架与评价指标体系设计》,蔡继辉《中国图书出版产业国际竞争力分析》,孙宇、王关兴《运用波特的集群“钻石”模型浅析中国出版业国际竞争力》,以及房宏婷《中国出版业国际竞争力探析》,都是从钻石模型的生产要素、需求条件、相关与支持性产业、企业战略结构和同业竞争、政府行为与政策几方面建立出版产业国际竞争力分析模型。

值得一提的是,孙寿山是在出版产业及其相关产业价值链分析的基础之上,再利用钻石模型分析出版产业国际竞争力。他认为出版产业国际竞争力虽然立足于产业层面竞争力的国际比较,但产业竞争力的来源分析却可以来自国家、产业、企业三个层次,由此他通过出版内部产业链和外部产业链分析探寻出版产业竞争力来源。出版内部产业链,指出版企业内部涉及的采编审校、排版印刷、营销销售等各个出版业务活动,以及基础建设、人力资源管理、技术开发等;而出版产业外部价值链,包括供应商价值链、渠道价

值链和买方价值链^[8]。由孙寿山提出的从国家、产业、企业三个层次探寻竞争力来源的思路反观波特的钻石模型,可以发现二者思路上的暗合,生产要素、企业战略和结构主要涉及企业层面,相关和支持性产业对应产业层面,而需求条件、政府和机遇则更多与国家层面相关。由此可见,波特的钻石理论模型是涵盖了国家、产业、企业三个层次的竞争力分析和评价体系,更印证了其科学性、全面性。

贺剑锋在《中国出版业竞争力研究》一书中对我国出版业竞争力作用力分析借用了波特的“五力”模型^[9]。该模型适用于产业竞争现状分析,也适用于导致产业内部竞争产生的原因分析,也就是说,新进入者和替代产品或服务的出现、供应商和买方侃价能力的提高给原有产业造成的威胁,促使其采取必要的措施提高竞争力以有效应对挑战。从表面上看,这五种作用力给产业带来的是负面效力,其实不然,俗话说,有压力才有动力,机遇与挑战并存。对于出版产业而言,国外资本和民营资本逐渐进入出版业,构成传统国有出版强劲的对手,迫使中国出版业必须朝着市场化方向发展;数字出版和新型阅读媒体的兴盛,要求传统出版必须与时俱进,更新技术水平以顺应时代潮流;造纸和印刷企业的国际化趋势以及作者权利意识的增强,使出版业亟需寻找一种相关方利益均衡的发展模式;而买方市场的现实状况,又迫使出版业必须探索更为有效的营销方式和渠道,吸引越来越挑剔的消费者。该竞争力分析模型,挖掘出了出版产业竞争产生的根本原因,也可以理解为出版产业竞争力研究产生的现实背景。我国出版产业国际竞争力研究可从这五个角度着眼,寻找自己与他国的差距和不足,进而有针对性地提高国际竞争力。

赵立涛、徐建中的《我国出版产业国际竞争力评价研究》同样是运用波特的“五力”模型来评价出版业的国际竞争力,不同的是他们还进一步为五种作用力分别选取了相应指标,并确定权重、计算评价。具体指标见表 3^[10]。

表 3 运用波特的“五力”模型来评价出版业的国际竞争力

	指标
新进入者的威胁	规模经济水平、产品的差异化水平、技术和原材料壁垒、政府的产业政策
供方的侃价能力	原材料供应方的侃价能力、作者的侃价能力
买方的侃价能力	团体购买者(各级教育行政部门、学校及图书馆)、个体购买者的侃价能力
替代产品的威胁	新传媒(CD-ROM、E-BOOK、因特网等)对出版产业的直接威胁、出版者对新技术革命的应对能力
现有企业之间的竞争	竞争手段的多样性、竞争者的多样性

较有创新的要属廖建军在《出版产业竞争力的分层立体评价模型》中从三个维度对出版产业竞争力进行分析,具体评价模型参见图3^[11]。

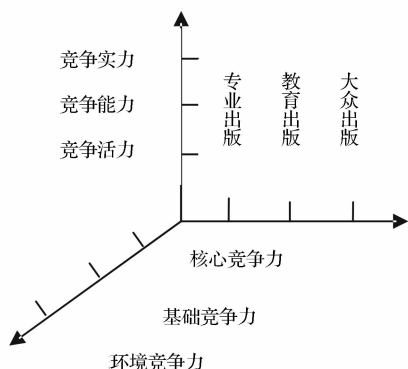


图3 出版产业竞争力分层立体评价模型

正如廖建军设想的那样,该模型的确是分层次、

分类别、多角度的,但遗憾的是,他并没有为我们阐述如何整合这三个维度来对出版产业进行竞争力分析。而且,按照业内普遍认同的图书三大分类标准,将出版产业分为专业出版、教育出版和大众出版并无争议,但若要对一国出版产业竞争力进行综合评价,且以为还不能将某一块出版单列出来研究,否则将不能全面反映整个出版产业的竞争力状况。对于其他两个维度,笔者通过以下表格(表4、表5)进行梳理,分析来看,竞争实力、竞争能力、竞争活力实则没有明确的区分界线,内容上尚有重合;而核心竞争力、基础竞争力、环境竞争力的划分倒是提供了些新鲜思路,尤其是基础竞争力中包含的工业经济基础实力等内容很值得后人思考,比如这些基础能力与出版竞争力之间有何联系,又在多大程度上以及如何影响出版产业竞争力的提升,都是值得研究的课题。

表 4 竞争实力、竞争能力、竞争活力的含义和内容

	含义	内容
竞争实力	反映产业“要素供给”方面的实力	人力、财力、技术创新能力
竞争能力	把竞争实力、竞争潜力转化为市场占有率、竞争优势的能力	市场化能力、资源转化能力、技术创新能力
竞争活力	反映产业参与国际竞争的能动性、灵活性	产业结构(相关与辅助产业状况)产业组织、基础设施等

表 5 核心竞争力、基础竞争力、环境竞争力的内容

	内容
核心竞争力	产品的开发创新能力、企业的管理运营能力、产业运行机制的效率
基础竞争力	国家整个科技工业经济基础实力、相关的出版配套行业和主要出版骨干行业的实力、人力资源及其利用率、自然资源开发能力
环境竞争力	出版产业的政府管理能力、产业国际化能力

4.3 本课题出版产业国际竞争力分析模型

本课题组在分析研究前人理论的基础上认为,波特的钻石模型在产业国际竞争力分析评价方面更具代表性,体系全面且发展相对完备,故以此模型作为本课题竞争力分析模型的基础。然而,诚如众人所知,钻石模型的六方面要素反映的都是竞争力的来源,并未直接反映某一产业竞争力的现状,鉴于此,本课题组对钻石模型以及其他出版产业竞争力分析模型进行了一些必要的修正与补充,以期建立一个更为全面、科学、合理的模型(见图4)来分析出版产业国际竞争力。

该分析模型由结果性指标、直接原因指标和间接原因指标三大系统构成。其中,结果性指标反映国际竞争力的结果,即现实竞争力的强弱,是产业在国内外市场中的表现力;包括盈利状况和市场占有状况两

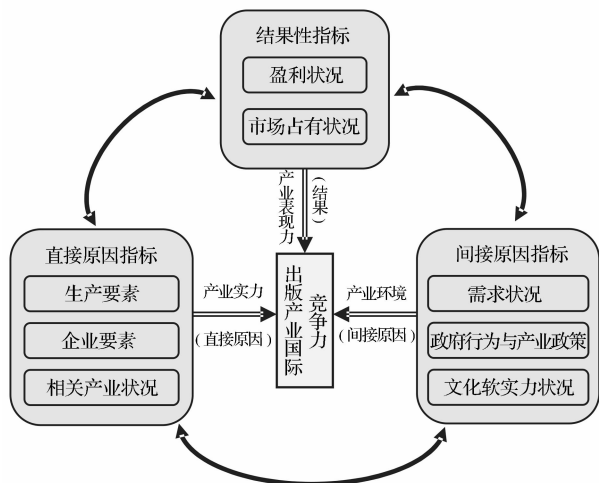


图 4 出版产业国际竞争力分析模型

大要素,这两者是竞争力在市场中最为直观的体现。

直接原因指标是影响国际竞争力强弱的直接因素,反映产业自身实力状况;包括生产要素、企业要素和相关产业状况三大要素。间接原因指标是影响国际竞争力强弱的间接因素,反映产业环境状况;包括需求状况、政府行为与产业政策、文化软实力状况三大要素。结果性指标、直接原因指标、间接原因指标三大系统交互影响,形成了由产业实力、产业环境相互作用并最终促成产业表现力,再由产业表现力的提升反过来促成新一轮产业实力的增强和产业环境的改善的动态循环上升系统,从而实现产业竞争力的总体提高。

从结果性指标、直接原因指标和间接原因指标三个方面考察出版产业国际竞争力,不仅避免了在产业国际竞争力分析过程中只注重表象,缺乏深层原因分析的不足,而且为研究开辟了逆向思维的新视角。建立这样三大系统交互作用的分析模型,有利于全面科学地分析出版产业国际竞争力,以及其后出版产业国际竞争力评价指标的选取和评价体系的构建。

参考文献

[1] 芮明杰,富立友,陈晓静. 产业国际竞争力评价理论与方法

[M]. 上海:复旦大学出版社,2010:4-6,24-26,41.

[2] 李鹏飞,吕春成. 产业国际竞争力的内涵及其影响因素分析

[J]. 山西高等学校社会科学学报,2005,17(8):42-45.

[3] 李创. 产业国际竞争力理论模型研究[J]. 当代经济管理,2006,28(2):26-32.

[4] 安玉荣,张之梅. 产业国际竞争力理论述评[J]. 生产力研究,2012(1):189-192.

[5] 金碚. 产业国际竞争力研究[J]. 经济研究,1996(11):39-44.

[6] 联合国经济和社会事务部统计司. 所有经济活动的国际标准行业分类(修订本第4版)[S/OL]. (2012-06-16). http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_4rev_4.pdf.

[7] 波特. 国家竞争优势[M]. 李明轩,邱如美,译,北京:中信出版社,2007:29-156.

[8] 孙寿山. 中国出版业国际竞争力的分析框架与评价指标体系设计[J]. 出版发行研究,2004(9):18-24.

[9] 贺剑锋. 中国出版业竞争力研究[M]. 武汉:湖北人民出版社,2004:100-111.

[10] 赵立涛,徐建中. 我国出版产业国际竞争力评价研究[J]. 学习与探索,2006(5):206-208.

[11] 廖建军. 出版产业竞争力的分层立体评价模型[J]. 出版科学,2007(2):51-53.

On the Theoretical Model of Publishing Industry International Competitiveness

HUANG Xian-rong, HUANG Xiao-xu

(School of Information Management, Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: The research on the theoretical model of publishing industry international competitiveness is aimed at providing a theoretical basis and a theoretical framework for the follow-up researches on the evaluation indicator, method, system of publishing industry, and ideas and countermeasures to promote publishing industry international competitiveness. The paper firstly studies the origin of industrial international competitiveness, and then clarifies the connotation of publishing industry international competitiveness and related concepts. On this foundation, I analyze the relationship between publishing industry international competitiveness and other competitiveness. Finally, an analysis model of publishing industry international competitiveness is presented.

Key words: publishing industry; international competitiveness; theoretical model