

闽台创意农业合作绩效影响因素分析与实证研究

林炳坤¹, 吕庆华²

(1. 闽南师范大学管理学院, 福建 漳州 363000; 2. 华侨大学工商管理学院, 福建 泉州 362021)

摘要 以福建省6个国家级台湾农民创业园为研究对象,对闽台创意农业合作绩效的影响因素进行实证分析,结果表明:基于台资创意农业企业的5个主要因素中,产业、技术和营销对闽台创意农业合作绩效具有显著正向影响,资源和文化对闽台创意农业合作绩效不具有显著正向影响。在此基础上,提出强化企业间的协作水平、增强创意农业研发能力、加强创意农业产品营销等建议,以促进闽台创意农业合作绩效的提升。

关键词 闽台; 创意农业; 合作绩效; 台湾农民创业园

中图分类号 F327

文献标识码 A

文章编号 1671-6922(2015)01-0049-06

DOI 10.13322/j.cnki.fjsk.2015.01.010

An empirical study of the affecting factors on the cooperative performance of creative agriculture between Fujian and Taiwan

LIN Bing-kun¹, LYU Qing-hua²

(1. Business School, Minnan Normal University, Zhangzhou, Fujian 363000, China;

2. College of Business Administration, Huaqiao University, Quanzhou, Fujian 362021, China)

Abstract: The 6 national level Taiwan farmers business parks in Fujian Province are investigated, and an empirical study of the affecting factors on the cooperative performance of creative agriculture between Fujian and Taiwan is conducted. Of the 5 major factors based on Taiwanese-invested creative agriculture enterprises, industry, technology and marketing have a significant and positive impact on the cooperative performance, while resources and culture do not have a significant and positive impact on the cooperative performance. Accordingly it is proposed to strengthen the collaboration between enterprises, to enhance the creative agribusiness capability of R & D, to improve the marketing of creative agricultural products, so as to promote the upgrading of the cooperative performance.

Key words: Fujian and Taiwan; creative agriculture; cooperative performance; Taiwan farmers business park

创意农业是以创意为基础,以知识产权为保障,以“生产、生活、生态”为经营理念,在生产过程中有效融入文化、艺术、技术元素,并以市场为导向,解决农业、农民、农村问题的新型农业模式^[1]。创意农业的运营理念源于西方创意经济的发展思想,21世纪初,创意浪潮席卷全球,西方学者 Mac-Donald 在创意经济框架内,提出乡村创意产业的发展模式^[2]。我国学者厉无畏等在承接西方研究的基础上,结合本国实际,提出创意农业的发展理念,

为实现农业转型提供可行的方向^[3]。在此背景下,闽台创意农业合作逐步兴起,并日益成为两地农业合作的重要方向。但随着闽台创意农业合作的不断推进,合作过程中存在的问题日益凸显。

本文基于台资创意农业企业视角,依据相关文献研究成果,归纳和提炼出资源、产业、技术、营销和文化等5个影响因素,将其作为一般变量,并提出相应的关系假设,设计调研问卷,以福建省漳浦、漳平、仙游、清流、福清和惠安等6个国家级台湾农民创业园中的台资创意农业企业为调研对象,收集有效问卷348份,运用结构方程模型建模展开实证研究,找出闽台创意农业合作绩效的关键影响因素,最后,分析实证结果产生的原因,并提出相应的对策和建议。这种定性与定量相结合的研究方法,提高了研究结果的科学性和准确性,能够为合作主体提升合作绩效,提供有价值的理论依据和对策建议。

收稿日期 2014-08-29

基金项目 教育部人文社会科学规划项目(12YJA790095);福建省社会科学规划项目(2014C031);闽南师范大学杰出青年科研人才培养计划项目(SJ14005)。

作者简介 林炳坤(1983-),男,讲师,博士。研究方向:文化产业与营销管理。

一、文献回顾与研究假设

刘宇峰等认为,追求效益最大化,是闽台展开创意农业合作的主要动因,这种效益也称为绩效,主要由经济效益、生态效益、社会效益、外部经济效益和政治效益组成^[6]。合作中,台资创意农业企业作为台方主体,其公司规模和运营能力也与两地创意农业合作的绩效紧密相连。当前,在福建省 6 个台湾农民创业园中,创意农业企业主以台湾农民为主,具有投资规模小、科技含量较低、产业带动效应不强等特征。个别规模较大、技术实力雄厚的台资创意农业企业将技术研发环节放在台湾,仅将福建作为产品生产加工基地。此外,创业园内企业尚未与地方高校、科研机构等建立以市场为导向的产学研联合发展体系,创意农业企业集聚区内难以形成应有的创新机制。黎元生指出,为有效推动创业园中创意农业集群创新,福建应加强产业链招商,引进台湾大型创意农业企业,并发挥其辐射、示范、信息扩散和销售网络的产业龙头作用^[7]。另外,应搭建桥梁,创建台资创意农业企业与地方高校、科研机构联系机制,建立交流平台,增进了解,为合作奠定基础。林炳坤等研究结果显示,合作中,台资创意农业企业的生产要素基础、发展战略和面临的市场需求也构成闽台创意农业合作绩效的关键影响因素^[8]。本文根据现有研究成果,归纳和提炼出资源、产业、技术、营销和文化等 5 个因素,分别研究其与闽台创意农业合作绩效之间的关系和影响路径。

(一) 资源与闽台创意农业合作绩效之间的关系及假设

厉无畏认为,不同经济背景下,资源都被认为是推动产业发展的重要生产要素^[9]。Schumpeter 指出,在农业经济为主的经济环境下,劳力、资金和土地等资源是重要的生产要素^[9];在工业社会中,人力、金钱、原材料及其设备和产销方式、技术等显得更为重要;在知识经济背景下,企业更注重对社会资本、信息资本、文化资本和思想资本的追求。创意农业既具有一些与传统农业和工业生产相同的特质,又是孕育于知识经济中的一种新兴产业。因此,创意农业的发展需要多种资源的投入。

综上所述,本文对资源因素与合作绩效之间关系作出如下假设:资源对闽台创意农业合作绩效具有正向影响(H1)。

(二) 产业与闽台创意农业合作绩效之间的关系及假设

Henderson 研究发现,产业集聚有利于提高企业生产率,产业集聚对创意企业的行为和绩效有着

显著的影响^[10],Holmes 通过分析美国的数据发现,无论在制造业内部还是不同产业之间,产业集聚和企业规模之间都有正向关系^[10]。陈建军等认为,产业政策、相关产业的布局等是影响创意产业集聚的关键要素^[11]。闽台创意农业合作中,台资创意农业的发展同样离不开产业集群,因为在产业集群内,企业可以通过模仿和二次创新,不断突破技术难题,实现企业持续发展。

综上所述,本文对产业因素与合作绩效之间关系作出如下假设:产业对闽台创意农业合作绩效具有正向影响(H2)。

(三) 技术与闽台创意农业合作绩效之间的关系及假设

佛罗里达的研究结论指出,从卡尔·马克思、约瑟夫·熊彼特到罗伯特·索罗、保尔·罗默等都把技术当作经济发展的推动力^[12]。创意产品凝聚独具个性的创意,并融入一定的科技成分,可以说,创意产品是个人创造力与现代技术的集成。创意农产品也因为集成相应领域的技术才使其超脱传统农产品,获得消费者的青睐。厉无畏强调创意农业技术开发的重要性,认为创意农业企业应加强对专业技术的认识,通过各种方式,不断提高自身的技术实力^[9]。

综上所述,本文对技术因素与合作绩效之间关系作出如下假设:技术对闽台创意农业合作绩效具有正向影响(H3)。

(四) 营销与闽台创意农业合作绩效之间的关系及假设

创意产品的实质是能够打动消费者的内容及其表达方式,实践证明,捕捉和挖掘能够获得跨越时间和空间的内容,是创意产业在不同的市场得到收入的主要原因,营销推广是价值捕捉过程中最为重要的手段。陈良珠等指出开展闽台农业合作并进行共同营销,有助于提升闽台区域农业的竞争力^[13]。童薇等认为闽台两地有特殊的“五缘”优势,构建闽台两地农业品牌联盟可以极大地促进两地文化与经济交流,避免两地农产品的恶性竞争,为闽台两地农业经营者创造可观的经济效益,实现双赢的目的,两地可采取直接营销、定制营销和网络营销相结合的营销模式^[14]。

综上所述,本文对营销因素与合作绩效之间关系作出如下假设:营销对闽台创意农业合作绩效具有正向影响(H4)。

(五) 文化与闽台创意农业合作绩效之间的关系及假设

约翰等指出当企业文化力量十分雄厚的时候,

它能促使企业在同对手竞争或为消费者提供服务过程中采取敏捷的行为方式,提升企业的经营业绩^[3]。王超逸等对企业文化功能进行归纳,认为企业文化具有导向、激励、凝聚、融合、规范、守望和辐射等功能^[4]。可以认为,经过精心培育的公司文化将显著地影响到企业的经营业绩。因此,对于创意农业企业,通过塑造良好的创新氛围和学习环境,提升员工的满意度和加强企业的凝聚力等途径将帮助其逐步形成强劲竞争力的企业文化,进而提升经营效益。

综上所述,本文对文化因素与合作绩效之间关系作出如下假设:文化对闽台创意农业合作绩效具有正向影响(H5)。

二、研究对象与主要方法

(一) 测量题项设置与专家调研

基于上述文献研究结果,提炼出30个测量题项,作为专家问卷的测量题项,历时近2个月,共邀请到46位专家参与问卷调查,调查专家主要由福建和台湾高校中的学者、福建相关政府部门工作人员和福建台资创意农业企业主组成。调研过程中,受访专家根据其知识背景,选取问卷中其认为最重要的题项,并对问卷中因素、题项的设置提出相应的意见和建议,专家每勾选一个题项,该题项计1分。根据专家调研结果,本文选取得分超过10分的题项,并根据专家的意见和建议,修改和调整问卷中的题项,最终形成29个测量题项。

(二) 预调研和正式问卷

根据专家调研的结果,设计预调研问卷,问卷采用李克特五点量表,每个题项设置5个选项(1=非常不重要,2=比较不重要,3=一般,4=比较重要,5=非常重要)。走访福建省漳浦、漳平、仙游、清流、福清和惠安等6个国家级台湾农民创业园,选取创业园中的典型创意农业企业为样本进行预调研,共收集100份有效问卷,采用SPSS 19.0对预调研数据的信度和效度展开分析。结果显示,预调研问卷信度和效度符合检验要求,可以用于正式调研。在预调研问卷基础上,增加填写者的个人及企业基本信息,形成正式调研问卷。

(三) 正式调研与样本情况

正式调研选取的企业是福建省6个国家级台湾农民创业园中的台资创意农业企业,台湾农民创业园是闽台创意农业合作的重要基地,福建从台湾引进的创意农业企业多数落户于台湾农民创业园中,因此在6个农民创业园发放调研问卷所收集的数据具有代表性。正式调研历时2个多月,实地走

访6个园区中的台资创意农业企业,以企业中层以上干部为调研对象,共收回问卷397份,其中无效问卷49份,有效问卷348份,有效率为87.7%。有效问卷的具体分布为漳浦创业园132份,占37.9%;漳平创业园59份,占17%;仙游创业园63份,占18.1%;清流创业园55份,占15.8%;福清创业园23份,占6.6%;惠安创业园16份,占4.6%。

三、研究结果

(一) 信效度检验

1. 信度检验。采用SPSS 19.0检验,资源、产业、技术、营销、文化和合作绩效的信度,结果显示,上述6个因素的Cronbach's Alpha值分别为0.663、0.722、0.715、0.806、0.864和0.875,由检验结果可知,以上6个因素的Cronbach's Alpha值均超过0.65的理想水平,总体上看,各个指标具有良好的内部一致性,指标的信度符合要求。

2. 效度检验。效度检验由以下3个步骤组成:(1) KMO值和巴特利特球形检验,检验结果显示,资源、产业、技术、营销、文化和合作绩效等6个潜变量的KMO检验统计量均超过0.75,所有分项的巴特利特球形检验显著性水平均为0.000。因此,拒绝巴特利特球形检验零假设。(2) 通过因子分析法对各影响因素进行因子提取,结果显示,6个因子的累计贡献率达70.2%,能够解释变量的大部分变异。(3) 所有测量题项的标准化因子载荷都大于0.6。以上检验结果说明问卷具有良好的建构效度。

(二) 各测量模型检验

由于问卷是首次使用,在各维度模型验证性因子分析和关系检验之前,应检验问卷各因素模型的测量指标能否组成一个因子。本文采用Lisrel 8.70结构方程模型分析软件,选取近似误差均方根(RMSEA)、非范拟合指数(NNFI)、比较拟合指数(CFI)和标准化残差均方根(SRMR)等4个常用拟合指数评价测量模型的拟合程度(以下分别简称“R”“N”“C”“S”)。各测量模型检验结果显示,资源、产业、营销、文化和合作绩效的拟合情况不够理想,修正之后获得通过。技术因素模型拟合情况达到要求,未经修正即获通过。经修正,共删除6个测量指标,剩余23个测量指标进入下一阶段的分析,并组成本文的测量量表。

(三) 验证性因素分析

1. 台资创意农业企业维度模型的拟合指数分析。采用Lisrel 8.70对台资创意农业企业维度下5个因素的相关性进行验证性因素分析,模型的拟合结果如表1所示。

表 1 台资创意农业企业维度验证性因素分析模型拟合结果

Table 1 Model fitting results of the confirmatory factor analysis on the dimensions of the Taiwanese-funded agribusiness

拟合指数	χ^2	df	χ^2/df	R	N	C	S
拟合结果	560.21	215	2.60	0.070	0.98	0.98	0.050

从表 1 可知,台资创意农业企业维度验证性因素分析模型拟合指数中, $R=0.070 < 0.10$, $N=0.98 > 0.90$, $C=0.98 > 0.90$, $S=0.050 < 0.08$,综合上

表 2 台资创意农业企业维度验证性因素分析结果

Table 2 Results of the confirmatory factor analysis on the dimensions of the Taiwanese-funded agribusiness

因素	题号	题项	路径系数	残差	AVE
资源	A ₁	创意农业企业拥有的先进设备	0.88	0.23	0.69
	A ₂	创意农业企业的财务状况	0.82	0.32	
	A ₃	创意农业企业的技术人才储备	0.81	0.34	
	A ₄	创意农业企业知识产权	0.82	0.32	
产业	A ₅	创意农业产业集群	0.87	0.24	0.79
	A ₆	创意农业产业规模	0.87	0.25	
	A ₇	创意农业与其它产业的联系	0.93	0.14	
技术	A ₈	创意农业技术的生命周期	0.86	0.27	0.74
	A ₉	创意农业技术的革新速度	0.83	0.30	
	A ₁₀	创意农业技术的复杂程度	0.81	0.35	
	A ₁₁	创意农业技术的标准化程度	0.93	0.14	
营销	A ₁₂	创意农业项目市场前景	0.76	0.42	0.64
	A ₁₃	创意农业项目市场定位	0.82	0.33	
	A ₁₄	创意农业组织营销策略	0.82	0.32	
文化	A ₁₅	创意农业企业的创新氛围	0.74	0.45	0.66
	A ₁₆	创意农业企业员工满意度	0.88	0.23	
	A ₁₇	创意农业企业凝聚力	0.82	0.33	

从表 2 中 AVE 值可知,台资创意农业企业维度下 5 个因素的 AVE 均超过 0.60,说明各因素之间具有较理想的聚敛程度。

3. 台资创意农业企业维度潜变量的区别度检验。在 Lisrel 的输出结果中可知台资创意农业企

业维度下 5 个因素之间的相关系数 PHI 和相关系数的标准误差 SE(PHI),通过计算可以得出每 2 个潜在变量间相关系数的平方值(r^2)、每 2 个潜在变量间 AVE 的平均值(areVE)和相关系数 95% 的置信区间(95% CI) (表 3)。

表 3 台资创意农业企业维度下 5 个因素的区别度检验

Table 3 Discriminant validity test of the 5 factors in the dimensions of the Taiwanese-funded creative agribusiness

因素	效度指数	资源	产业	技术	营销
产业	$r(r^2)$	0.64(0.41)			
	95% CI	(0.72, 0.56)			
	areVE	0.74			
技术	$r(r^2)$	0.70(0.49)	0.60(0.36)		
	95% CI	(0.76, 0.64)	(0.68, 0.52)		
	areVE	0.715	0.765		
营销	$r(r^2)$	0.73(0.53)	0.68(0.46)	0.76(0.58)	
	95% CI	(0.79, 0.67)	(0.76, 0.60)	(0.82, 0.70)	
	areVE	0.665	0.715	0.69	
文化	$r(r^2)$	0.58(0.34)	0.60(0.36)	0.58(0.34)	0.71(0.50)
	95% CI	(0.66, 0.50)	(0.68, 0.52)	(0.66, 0.50)	(0.79, 0.63)
	areVE	0.6675	0.725	0.70	0.65

从表 3 可知,台资创意农业企业维度下的 5 个因素之间存在较强的相关性,其中,技术和营销之间拥有最大的相关系数,为 0.76,资源和文化,技术

和文化之间的相关系数最小,均为 0.58。观察所有因素之间的 95% CI,其范围均不涵盖 1.00。此外,对比 r^2 及 areVE 发现,各因素之间 areVE 均大于

r^2 。以上两步骤分析结果显示, 台资创意农业企业维度下各因素之间具有较理想的区辨力。

4. 台资创意农业企业和合作绩效的关系分析。就台资创意农业企业维度下的 5 个因素和闽台创意合作绩效之间的关系, 作全模型分析, 所得模型的拟合结果如表 4 所示。

表 4 台资创意农业企业维度和合作绩效之间关系模型拟合结果

Table 4 Model fitting results of the relationship between Taiwanese-funded creative agribusiness and the cooperative performance

拟合指数	χ^2	df	χ^2/df	R	N	C	S
拟合结果	560.21	215	2.60	0.070	0.98	0.98	0.050

从表 4 可知, 模型的拟合指数中, $R = 0.070 < 0.10$, $N = 0.98 > 0.90$, $C = 0.98 > 0.90$, $S = 0.050 < 0.08$, 综合上述拟合指数, 可以认为模型拟合非常理想, 模型通过检验。

Lisrel 输出结果显示, 资源、产业、技术、营销、文化与合作绩效之间关系的标准化路径系数分别为 0.06、0.17、0.28、0.44、-0.01。在模型的 t 检验结果中, 产业、技术、营销与合作绩效之间的关系 t 值分别为 2.92、4.03 和 4.48, 均大于 1.96, 达到 95% 显著水平, 而资源、文化与合作绩效之间的关系 t 值分别为 0.90 和 -0.47, 绝对值小于 1.96, 未达到 95% 显著水平。

综合上述检验结果可知, 产业、技术和营销对闽台创意农业合作绩效具有显著的正向影响, 假设 H2、假设 H3 和假设 H4 获得通过; 资源和文化对闽台创意农业合作绩效没有显著的正向影响, 假设 H1、假设 H5 没有通过。

四、研究结果分析

从实证研究结果可知, 资源与闽台创意农业合作绩效之间关系的标准化路径系数为 0.06, 对闽台创意农业合作绩效的影响程度未达到显著性水平, 因此资源对闽台创意农业合作绩效不具有显著的正向影响, 假设 H1 没有得到支持, 此结果与厉无畏的研究结论存在差异。在测量模型检验环节, 资源潜变量有 4 个测量指标通过检验, 各测量指标均能较大程度地解释资源的变异。出现这个研究结果的原因可能是多数台资创意农业企业认为资源因素与企业发展密切相关, 但和闽台创意农业合作绩效之间并无太大的联系。

产业与闽台创意农业合作绩效之间关系的标准化路径系数为 0.17, 产业对闽台创意农业合作绩效具有显著的正向影响, 假设 H2 得到支持, 同时验证了 Henderson、Holmes 和陈建军等的研究结论。可见, 台湾农民创业园中, 创意农业的产业集群和

产业规模影响着闽台创意农业合作的绩效。

技术与闽台创意农业合作绩效之间关系的标准化路径系数为 0.28, 技术对闽台创意农业合作绩效具有显著的正向影响, 假设 H3 得到支持, 同时验证了学者佛罗里达的观点。创意农业的生产环节融合多个领域的技术, 技术是推动创意农业发展的重要引擎。闽台创意农业合作中, 台资创意农业企业若能驾驭其创意农产品生产所需的技术, 并持续革新, 保持技术的领先优势, 扩大技术的溢出效应, 带动地方经济的发展, 将有助于促进两地创意农业合作绩效的提升。

营销与闽台创意农业合作绩效之间关系的标准化路径系数为 0.44, 营销对闽台创意农业合作绩效具有显著的正向影响, 假设 H4 得到支持, 同时验证了陈良珠和董薇的研究结论。因为营销对闽台创意农业合作绩效的影响系数大于资源、产业、技术和文化对闽台创意农业合作绩效的影响系数, 所以营销成为台资创意农业企业维度下影响闽台创意农业合作绩效最显著的因素。为提升闽台创意农业合作的绩效, 台资创意农业企业应充分重视营销的作用。

文化与闽台创意农业合作绩效之间关系的标准化路径系数为 -0.01, 对闽台创意农业合作绩效的影响程度非常微弱, 未达到显著性水平, 文化对闽台创意农业合作绩效不具有显著的正向影响, 假设 H5 没有得到支持。产生这一结论的原因可能是闽台创意农业合作时间较短, 相应的合作文化尚未形成, 对合作绩效还没有产生有效的影响。

五、对策建议

本文实证研究结果显示, 台资创意农业企业维度中的产业、技术和营销 3 个因素对闽台创意农业合作绩效具有显著的正向影响。因此, 台资创意农业企业可通过以下措施, 增强自身的竞争力, 并促进闽台创意农业合作绩效的提升。

(一) 强化企业间的协作水平, 构筑创意农业产业集群

从当前情况看, 创业园中的台资创意农业企业虽然从空间上加入产业集群, 但协作配套自觉性不强, 可尝试以下 3 个措施推动产业集群的建设。(1) 加强产业链上相关企业、同行企业之间的沟通, 通过联合研发技术、建立战略联盟、开展人员培训、订立行业规范等措施解决资金不足、研发水平不高、市场等不确定性而带来的创新风险得到有效控制, 实现协作企业创新资源与创新成果的共享, 促进企业的发展。(2) 同福建

地方高校、科研机构等建立以市场为导向的产学研联合发展体系,集群中的大型创意农业企业应充分发挥其辐射、示范、信息扩散和销售网络的产业龙头作用。(3) 探索成立创意农业行业协会,发挥创意农业行业协会在会员合作交流、咨询培训、资质认证、专利申请、知识产权保护、规范创意农业人才从业行为、维护会员合法权益等方面的重要作用,有效推动创意农业产业集群的建设。

(二) 增强创意农业研发能力,推动创意农业企业技术创新

台资创意农业企业可通过以下 3 种作法提升研发能力。(1) 制定适合企业特点的人力资源发展战略,努力提升内部员工的知识水平,并有针对性地招收具有不同知识和技能的外部员工,不断丰富员工知识水平的多样性,进而增加员工进行知识交流、获取外部知识的机会。(2) 拓展员工获取外部知识的途径,可支持员工参加技术交流、管理培训、行业会议,并鼓励他们在不影响工作前提下,攻读更高层次的学历。支持研发、生产、销售等部门员工与消费者开展交流活动,了解顾客的需求和市场的最新动态,不断推动企业的产品创新,使产品更好地满足消费者的需求,维持并扩大已有的市场份额,获得持续的收益,为下一步的科研投入提供资金保障。(3) 制定有效的激励政策,对在企业产品设计、技术研发、新品种培育等方面作出突出贡献的个人、团体、组织等给予相应的奖励,提高员工参与创新的积极性。

(三) 加强创意农业产品营销,着力提升产品质量品牌

营销是创意农业企业提升竞争力的重要手段,虽然创意农业处于快速增长阶段,目前市场竞争所带来的压力还不是很明显,但创意农业企业要面临其他行业和其他企业的竞争,为应对不可避免的竞争,台资创意农业企业应重视营销手段的应用。(1) 综合评估自身的资源与能力,选择适宜的细分市场,研发、生产能够满足该市场消费者需求的产品,并利用电视媒体、报刊媒体和互联网展开有效营销,不断扩大市场占有率。(2) 在产品生产过程中,应有效融合文化和科技元素,实现产品的差异化,并关注消费者需求,使文化和科技两种元素与消费者需求有机结合,激发消费者的购买欲望,实

现销售的持续增长,获取满意的经济回报。(3) 构建完善的反馈机制,与消费者建立密切的联系,台资创意农业企业在新产品开发过程中,应特别注意收集消费者未得到满足的需求,处处为消费者着想,才能提高新产品开发的成功率。

参考文献

- [1] 林炳坤,吕庆华. 创意农业研究述评 [J]. 经济问题探索, 2013(10): 177-184.
- [2] MACDONALD R, JOLLIFFE L. Cultural Rural Tourism Evidence from Canada [J]. Annals of Tourism Research, 2003, 30(2): 307-322.
- [3] 厉无畏,王慧敏. 创意农业的发展理念与模式研究 [J]. 农业经济问题, 2009(2): 11-15.
- [4] 刘宇峰,王海平,曾玉荣. 台湾农民创业园发展概况及其综合评价指标体系构建 [J]. 广东农业科学, 2011(18): 193-197.
- [5] 黎元生. 闽台农业分工深化与产业链整合 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2010: 177-191.
- [6] 林炳坤,吕庆华. 双钻石模型视角下闽台创意农业合作研究 [J]. 财经问题研究, 2013(4): 114-119.
- [7] 厉无畏. 创意改变中国 [M]. 北京: 新华出版社, 2009: 38, 178.
- [8] JOSEPH A S. Capitalism, Socialism and Democracy [M]. New York: Haper & Row, 1942: 69.
- [9] HENDERSON J V. Marshall's Scale Economies [J]. Journal of Urban Economics, 2003, 53(1): 1-28.
- [10] HOLMES T J. Localization of Industry and Vertical Disintegration [J]. Review of Economics and Statistics, 1999, 81(2): 314-325.
- [11] 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.
- [12] 理查德·佛罗里达. 创意经济 [M]. 方海萍,魏清江,译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006: 70.
- [13] 陈良珠,江历明,何均琳,等. 关于闽台农业合作与品牌联盟的研究 [J]. 福建论坛: 人文社会科学版, 2006(2): 118-122.
- [14] 童薇,刘用场. 闽台农业品牌联盟问题探析 [J]. 台湾农业探索, 2008(2): 41-43.
- [15] 约翰·P·科特,詹姆斯·L·赫斯克特. 企业文化与经营业绩 [M]. 李晓涛,译. 北京: 中国人民大学出版社, 2004: 9-11.
- [16] 王超逸,李庆善. 企业文化学原理 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2009: 58.

(责任编辑: 林小芳)