

中国苗族文化小微创意企业成长的外部影响因素研究

RESEARCH ON THE EXTERNAL INFLUENCE FACTORS OF THE GROWTH OF SMALL AND MICRO MIAO CULTURAL CREATIVE ENTERPRISE IN CHINA

陶剑¹, 刘松柏²

Jian Tao¹, Songbai Liu²

^{1,2}泰国正大管理学院中国研究生院

^{1,2}Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Received: February 17, 2019 / Revised: July 20, 2019 / Accepted: July 25, 2019

摘要

本研究主要探讨影响中国苗族文化小微创意企业成长的外部关键因素，在梳理文献的基础上，构建了文章的研究框架，对位于中国贵州、云南、广西三省153位苗族文化小微创意企业主的调查问卷，利用结构方程模型对假设进行验证。研究结果显示，政策因素、融资环境对中国苗族文化小微创意企业成长具有正向影响，但在企业的不同发展阶段上，这两个关键影响因素作用有所差异，最后针对研究结果提出对策建议。

关键词：苗族文化创意小微企业 企业成长 外部关键影响因素

Abstract

The purpose of this study is mainly discusses the influence of external factors of small and micro Miao cultural creative enterprises in China, This paper is constructed the research framework on the basis of literature review. Survey data were collected from 153 business owners of small and micro cultural creative enterprises of Miao in Guizhou, Yunnan and Guangxi, the hypothesis was test by the structural equation model. Results of the study suggest Policy factors and financing environment are the external key factors that affects the growth of small and micro creative

Corresponding Author: Jian Tao

E-mail: 1084989082@qq.com.

enterprises of Miao culture in China, and they all have a positive impact on the growth of it. But they have different role on the growth stage of micro cultural creative enterprise of Miao in China, at last, some suggestions are put forward according to the research results.

Keywords: Small and micro Miao cultural creative enterprises, Enterprise growth, the external influence factors

引言

近年来,随着中国对文化创意企业发展的重视,苗族文化小微创意企业得到了迅速发展,苗族文化创意小微企业的发展对中国苗族聚居区增加就业机会、推进脱贫工作、推动大众创业创新发展具有重要作用,但由于企业规模小、资金短缺、融资艰难等劣势,使苗族文化小微创意企业面临生存和发展的困境。因此,本文尝试从企业外部探讨影响苗族文化小微创意企业成长的关键因素,理清这些问题有助于苗族文化创意小微企业实现持续健康的发展。

通过对现有文献的梳理,本研究发现以苗族文化小微创意企业为特定对象的研究成果非常匮乏,同时,学术界对文化创意小微企业的研究主要集中于融资方面,对少数民族小微文化创意企业成长外部影响因素相关研究不足。从整体来看,苗族文化小微创意企业成长缺乏可借鉴的理论指导,不利于苗族文化小微创意企业作用的发挥,这就为本文提供了研究空间。因此,本文对影响苗族文化小微创意企业成长外部因素的探讨,为苗族文化小微创意企业的发展提供理论参考与借鉴。

文献综述

1. 文化小微创意企业发展的外部影响因素相关研究

1.1 政策因素

规模小、资金不足、防范风险不足等是文化创意小微企业与生俱来的弱点,文化创意小微企业要在激烈的市场竞争中获得健康发展,缺不了政府相关的政策支持 (Arif & Lee, 2014) 政府相关政策法律的有效支持能促进文化创意小微企业的快速发展,如美欧日韩等发达国家为了支持本国的文化创意产业发展,构建支持文化创意小微企业相关法律法规,实施税收优惠政策,打击侵犯知识产权行为等,为文化小微创意企业成长的构建比较宽松和多样化的创意氛围环境,政策层面鼓励文化小微创意企业创新创意是企业获得迅速发展的必要外部条件 (Moreno

& Casillas, 2008) 同时, 政府对文化创意小微企业政策制定的重视与落实, 构建培育文化小微企业成长的环境, 能有效推动文化创意小微企业的迅速发展及规避市场风险 (Zhang & Xiong, 2016) 政府为文化小微企业提供政策性金融支持或贷款优惠政策是企业获得充足资金的重要保障。所以, 良好的政策法律是文化小微企业获得持续健康发展的重要保障。

1.2 融资环境

资金是文化创意小微企业是获得发展的“血液”, 所以资金在文化创意小微企业的发展过程中发挥关键作用。由于文化创意企业规模小, 无形资产占比较大, 融资难一直是制约文化创意企业发展的瓶颈。学者们针对文化创意企业投融资问题进行了多方面的研究。有的学者通过对文化创意企业的融资现状、原因等分析, 认为文化创意企业的产品市场、消费者需求具有不确定性, 这导致了企业融资难 (Del Gaudio, Porzio & Verdoliva, 2018) 文化创意小微企业融资难的问题往往与企业外部环境因素有关, 由于企业无法对其外部环境因素进行优化, 所以难于解决文化创意小微企业融资难题 (Wang & Wei, 2015) 在发展过程中受到的融资环境约束是引起中国文化创意小微企业投资不足的重要原因 (Pan, Meng & Zhao, 2016) 解决文化创意小微企业融资难的问题, 应该首先优化企业的外部融资环境, 企业才能够获得充裕的发展资金。

2. 苗族文化小微企业相关研究

目前, 关于苗族文化小微企业相关研究成果比较匮乏, 有学者分析了苗族文化小微企业目前融资模式, 探讨了苗族文化小微企业的融资渠道和融资效率 (Tao, 2018) 大部分文献从经济学、社会学、产业学等的角度探讨苗族文化的发展, 主要以特定地区的苗族文化产业为案例, 研究苗族文化产业与当地经济发展、社会融合的关系 (Chen, 2011) 也有以苗族传统文化为主题, 结合旅游业来发展特色的苗族文化产业, 开发苗族文化旅游产品 (Fu, 2011) 而现实中, 理论的滞后不利于苗族文化小微企业的发展, 因此, 有必要对苗族文化小微企业进行研究, 使其获得健康持续发展的参考理论。

3. 文化创意企业成长评价指标研究

对于文化创意企业成长的评价, 虽然目前还没有形成一个统一的划分标准, 但学术界大致都选取年销售收入、年利润增长、资产总额、员工人数、税收总额作为文化创意企业成长的评价指标 (Cong, 2011) 基于这样的指标体系构建, 有的学者还以小微企业的总资产增长率、销售收入增长率、员工增长率、税收增长率等作为文化小微企业成长的评价指标 (Zheng, 2014) 综合文献研究及苗族文化小微企业的成长特点, 本文以总资产增长率、销售收入增长率、员工增长率、税收增长率为苗族文化小微企业成长的评价指标。

4. 企业生命周期理论

企业生命周期理论把企业成长看作生物有机体般的“生命体”, 即企业成长经历诞生, 发展、成熟和衰退等几个阶段, 不同时期的学者们从不同视角对企业成长进行研究与划分。其中

企业成长“五阶段理论”认为企业可以分为“创业、指导、授权、协调、合作的五个成长阶段 (Greiner, 1972) 也有学者根据企业的成长规模提出了成长五阶段模型：诞生期、生存期、增长期、起飞期和成熟期 (Churchill & Lewis, 1983) 部分中国学者根据自己研究需要，把企业的成长阶段分为若干成长阶段，有创业阶段、快速发展阶段、相对稳定阶段和二次创业四个阶段 (Wang, 2009) 同时也有以企业销售额来划分企业的生命周期。总之，使用生命周期模型来研究与管理企业有利于企业家分析企业成长阶段的特征，采取相对必要的措施实现企业持续成长。

概念框架

基于文献梳理及苗族文化小微创意企业的外部成长环境，本文构建了政策因素、融资环境和苗族文化创意小微企业成长之间关系的概念模型，如下图1所示：

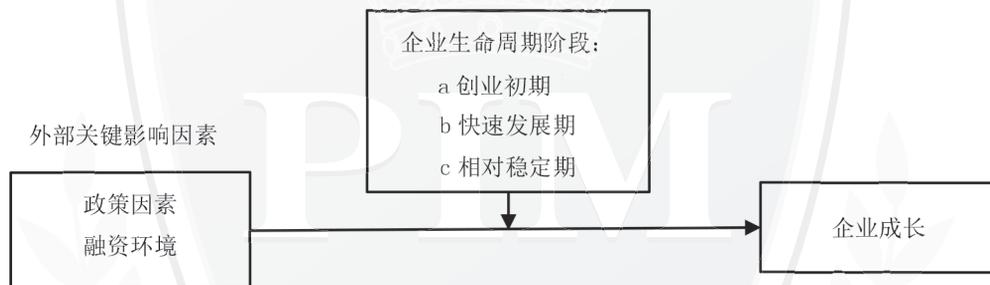


图1 企业成长性与外部关键影响因素的关系模型

研究目的

本文研究的目的是探讨中国苗族文化小微创意企业发展的外部关键影响因素，并对这些关键因素的影响效果进行实证和分析，为促进苗族文化小微创意企业的持续发展提供理论借鉴。

研究假设

1. 政策因素与苗族文化小微创意企业成长性

苗族文化小微创意企业因有形资产少、产品市场需求不稳定、研发投入高等，属于风险比较高的行业，因此，强有力的政府政策支持、税收减免等政策落实对苗族文化小微创意企业健康成长有积极的促进作用。政策因素往往对文化小微创意企业的持续发展产生重要的影响 (Tao, 2013), 例如政府落实税费优惠政策有利解除文化小微创意企业负税重的难题 (Wang, 2015), 支持和保护文化小微创意企业政策及法律法规的实施和落实，有利于促进文化小微创意企业的持续快速发展。但在实际中，文化小微创意企业普遍存在如金融政策等的约束，制约了文化创意企业规模的扩大 (Wang, 2017), 同时，由于苗族文化小微创意企业实力弱小，需要借助公共服

务平台的资源及政府创新相关的扶持政策，才能健康发展。因此，政府为文化小微创意企业发展建立的公共服务政策、创新政策对企业的发展非常重要，基于此，本文提出如下假设：

H1：政策因素与苗族文化小微创意企业成长性有正相关关系。

H1a：创业初期，政策因素与苗族文化小微创意企业成长性有正相关关系。

H1b：快速发展期，政策因素与苗族文化小微创意企业成长性有正相关关系。

H1c：相对稳定期，政策因素与苗族文化小微创意企业成长性有正相关关系。

2. 融资环境与苗族文化小微创意企业成长性

资金是苗族文化小微创意企业成长的血液，也是其发展的瓶颈。资金短缺问题是苗族文化小微创意企业成长的痛点，除了企业自身的因素外，还与企业外部融资环境有关。本文调查发现，苗族文化小微创意企业没有畅通的融资渠道，难以满足企业发展的资金需求，严重阻碍了企业的健康发展。现有银行信贷服务领域单一，并注重大中优质客户的服务；小额信贷公司等新型金融形态出现，但安全性低，使苗族文化小微创意企业获得贷款难度加大。其次，担保抵押体系不健全，只有政府扶持贷款才能有效解决企业融资难的问题 (He & Gu, 2018)。处在发展阶段和稳定阶段的苗族文化小微创意企业，往往需要大量的资金维系企业的运转，如果有健全的企业担保体系以及良好的信息对称，可以提高企业获得银行贷款的成功率，从而解决企业快速发展所需大量资金问题，实现企业持续健康发展，反之亦然。良好的融资环境有利于苗族文化小微创意企业拓宽融资渠道，缓解企业的融资难融资贵的问题。因此，融资环境对苗族文化小微创意企业的发展有重要的影响。

基于此，本文提出如下假设：

H2：融资环境与苗族文化创意小微成长性存在正相关关系。

H2a：创业初期，融资环境与苗族文化创意小微成长性存在正相关关系。

H2b：快速发展期，融资环境与苗族文化创意小微成长性存在正相关关系。

H2c：相对稳定期，融资环境与苗族文化创意小微成长性存在正相关关系。

研究方法

1. 数据来源

本研究在借鉴相关文献研究的基础上，结合中国苗族文化小微创意企业的发展实际，设计调查问卷，问卷利用李克特五点评分法对每个指标进行描述，“1”表示非常不同意，“5”表示非常同意。问卷调查的对象必须能全面把握苗族文化小微创意企业运行状况，对苗族文化创意小微企业所处成长阶段有适当的理解，为此，本文把问卷调查的主要对象确定为企业主。然后本先选取广西20位苗族文化小微创意企业的企业主及行业专家进行深度访谈，对原来设计的问卷进行检验，并根据企业主和行业专家对苗族文化创意小微企业成长现状的意见进行修改完

善；形成最终问卷后，向中国贵州、云南、广西三省250位苗族文化创意小微企业的企业主发放调查问卷，利用运用SPSS19.0软件对回收的有效问卷数据进行描述性统计分析，利用结构方程模型对本文所提出的假设进行验证。

本次调查问卷共发出问卷250份，其中贵州110份，云南、广西各70份，回收问卷共192份，其中有效问卷153份，有效回收率为79.7%，回收情况及问卷有效情况良好，达到了预期要求。表1是样本企业的分布情况。

表1 样本企业主要特征N= 153

规模 (人数)	企业 数量	占比 (%)	成立时间 (年)	企业 数量	占比 (%)	所在 地区	企业 数量	占比 (%)
<10	72	47.05	≤3	91	59.47	贵州	66	43.13
10-50	61	39.86	3-5	46	30.06	云南	39	25.49
51-100	20	13.07	>5	16	10.45	广西	48	31.37

来源：根据调查问卷整理

2. 信度分析和效度分析

本文的数据是通过问卷获取，在进行数据分析之前需要对本研究使用的量表进行信度和效度的分析，主要通过结构方程模型来对量表进行信度和效度的评估。量表的信度使用Cronbach's Alpha 系数检验，采用结构方程模型中均方残差 (RMSEA)、标准拟合指数 (NFI)、比较拟合指数 (CFI) 来检验效度。本研究在对其测度模型进行检验时，仅进行一阶验证性因子分析，政策因素用P表示，融资环境用F表示。

2.1 政策因素

根据本文前面的分析与研究内容，苗族文化小微创意企业成长的政策因素(P)由6个测量条目构成，建立对企业成长政策因素的测量模型如下图2所示：

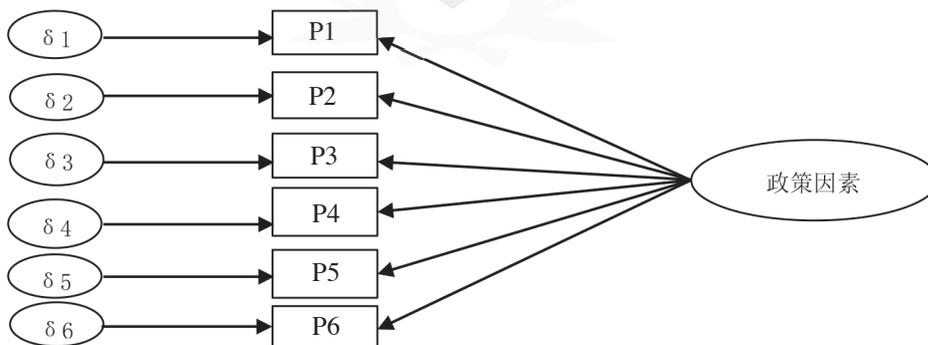


图2 企业成长的政策因素测量模型

经过对测量模型进行计算，得出政策因素一阶性因子分析的结果，如下表2所示：

表2 政策因素的一阶性因子分析

路径	标准化载荷	Mean	Std	p	信度a
P1 政策因素	0.767	5.15	1.406	***	0.785
P2 政策因素	0.851	4.65	1.427	**	
P3 政策因素	0.837	5.67	1.341	***	
P4 政策因素	0.815	4.35	1.398	**	
P5 政策因素	0.772	5.39	1.463	*	
P6 政策因素	0.796	5.18	1.652	**	
RMSEA	0.073				
NFI	0.922				
CFI	0.907				

***p<0.001; **p<0.01; *p<0.05

上表中数据显示，a值为0.785，在可以接受的范围，说明量表具有可接受的信度；同时，变量政策因素的各测量条目标化因子载荷都大于0.7，所以测量模型的聚合度较高。RMSEA的值为0.073，在接受范围；NFI的值为0.922，CFI的值为0.907，这两个值均大于0.9，因此，假设的模型因子结构与实际数据拟合度较好。综合上述，可以认为本研究对企业成长的政策因素的测度是有效的。

2.2 融资环境

根据本文前面的分析与研究内容，企业成长的融资环境好，苗族文化小微创意企业更容易获得融资，苗族文化小微创意企业成长的融资环境（F）由6个测量条目构成，建立对企业成长的融资环境的测量模型如下图3所示：

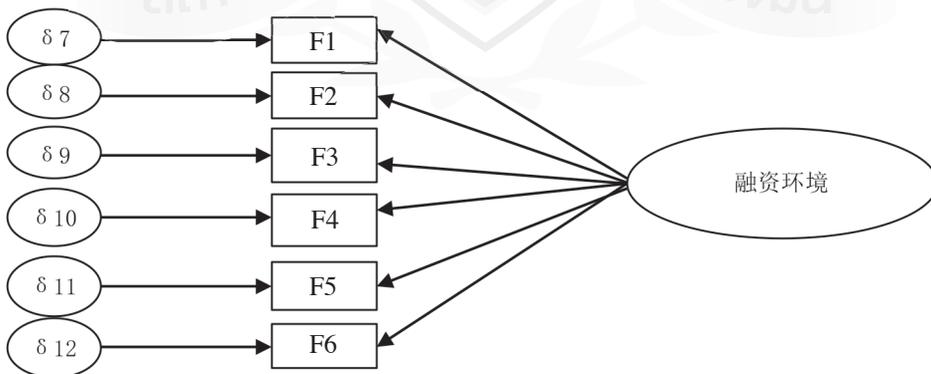


图3 企业成长的融资环境测量模型

对测量模型进行计算，得出政策因素的一阶性因子分析结果，如下表3所示：

表3 融资环境的一阶性因子分析

路径	标准化载荷	Mean	Std	p	信度a
F1 融资环境	0.859	5.66	1.703	***	0.901
F2 融资环境	0.913	5.75	1.447	***	
F3 融资环境	0.841	4.77	1.603	**	
F4 融资环境	0.727	4.82	1.725	**	
F5 融资环境	0.862	4.57	1.246	***	
F6 融资环境	0.806	4.63	1.495	**	
RMSEA	0.067				
NFI	0.896				
CFI	0.901				

*** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$

上表中数据显示，a值为0.901，a值高于0.9，说明量测量表可靠性高，变量信度较高；同时，表中潜变量企业成长融资环境的测量条目的标准化因子载荷都在0.7以上，所以测量模型的聚合效度较高。RMSEA的值为0.067，NFI的值为0.896，CFI的值为0.901，这些值均接受的范围，假设的模型因子结构与实际数据拟合度较好。由此可以认为本研究对企业成长的融资环境测度是有效的。

综合上述，各研究变量的信度a值均高于0.60，说明各研究变量信较高；各个潜变量的标准化因子载荷都大于0.7，可以测量模型的聚合效度是很高的。以上结果表明，概念模型中各构思变量的测量尺度具有足够的可靠性和有效性，可以认为调查样本数据适合进行概念模型的结构方程模分析。

研究结果

根据企业的生命周期，本文按照苗族文化小微创意企业发展的三个阶段，即创业初期、快速发展期以及相对稳定期，运用结构方程分别检验各个假设路径系数的显著性及相对重要性，结构方程检验路径系数标准为0.05，如果系数显著性水平小于0.05，原假设成立。下面是模型计算结果汇总，如表4所示：

表4 测量模型统计结果汇总

成长阶段	假设路径	标准化路径系数	假设支持
创业初期	H1a:政策因素 企业成长	0.356**	支持
	H2a:融资环境 企业成长	0.247*	支持
快速成长期	H1b:政策因素 企业成长	0.249**	支持
	H2b:融资环境 企业成长	0.372***	支持
相对稳定期	H1c:政策因素 企业成长	0.101	不支持
	H2c:融资环境 企业成长	0.278*	支持

注: *** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$

根据标准化路径系数显著性结果看,在苗族文化小微创意企业成长的三个时期中,政策因素在创业初期、快速成长期对苗族文化小微创意企业成长性影响的显著性水平分别小于0.01,即H1a与H1b分别小于0.01,结果假设成立;而H1c的显著性水平大于0.05,不支持本文的假设。融资环境对苗族文化小微创意企业成长性的影响路径系数分别为0.247、0.372与0.278,其中H2a显著性水平分别小于0.05, H2b小于0.001, H2c小于0.01,因此本研究关于融资环境假设成立。同时,通过政策因素、融资环境在苗族文化创意小微企业不同成长阶段上的路径系数,发现这两个外部关键影响因素作用程度有所不同。

在创业初期、快速成长期,政策因素对苗族文化小微创意企业的成长有显著影响;在相对稳定阶段,政策因素对苗族文化小微创意企业的成长作用不显著,如下图4所示,原因是在创业初期和快速发展期,苗族文化小微创意企业规模小、资金缺少、市场需求不确定等诸多方面压力,需要政府的政策扶持、资金支持、技术培训、税收减免等。在相对稳定期,由于企业力量有所加强,管理与生产经验成熟,产品销售手段与渠道逐步成熟与多样,对政府政策的依赖没有前两个阶段那么强,所以政策因素这一阶段对苗族文化创意小微企业成长的影响不显著,但不等于不需要。

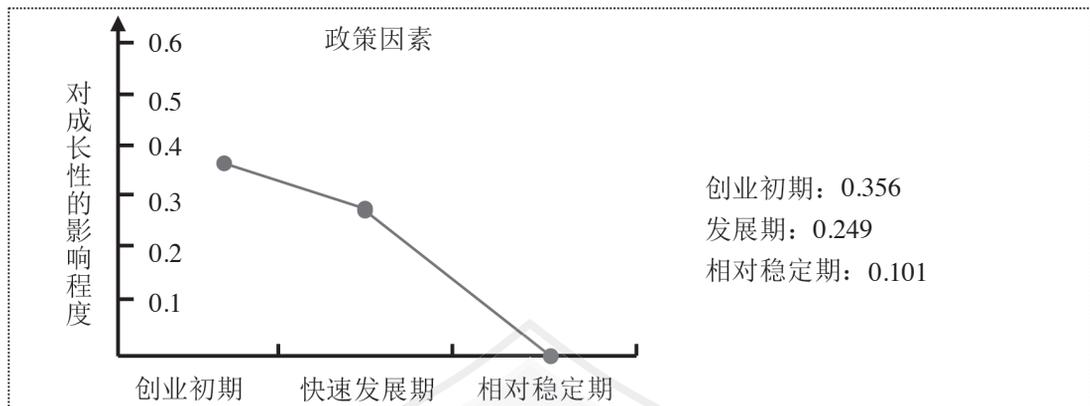


图4 政策因素在企业不同成长阶段的影响程度

融资环境在苗族文化小微创意企业成长的三个阶段都有显著影响，快速发展期相对其他两个阶段稍微偏高（图5）创业初期，良好的融资环境能使苗族文化小微创意企业多渠道获得发展资金，从而促进企业成长速度。快速发展期，企业规模扩大，需要更多资金进行生产经营、研发创新等，良好的融资环境能使企业获得充裕发展资金，推动企业规模发展。相对稳定期，企业为维持自己持续成长、技术创新、日常运转等，这都需要大量资金。所以，融资环境对在苗族文化小微创意企业各成长阶段均有显著影响。

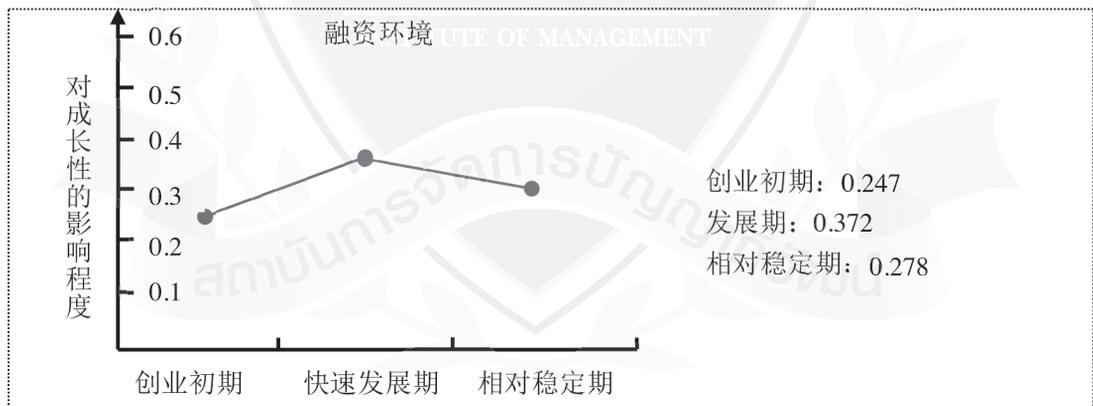


图5 融资环境在企业不同成长阶段的影响程度

结论与讨论

1. 研究结论

本文通过对中国西南三省苗族文化小微创意企业调查问卷，在有效的153份问卷基础上进行实证研究，探讨了政策因素、融资环境在苗族文化小微创意企业的不同成长阶段上的影响，主要得到了如下结论：

1.1 通过实证分析, 得出了政策因素、融资环境是影响苗族文化小微创意企业成长的外部关键因素。

1.2 政策因素、融资环境在苗族文化创意小微企业的不同成长阶段的影响程度不同, 特别是在企业的相对稳定期, 政策因素对苗族文化小微创意企业成长的影响不显著。

2. 不足与展望

本文对苗族文化创意小微企业成长的外部关键影响研究, 仅对政策原因、融资环境进行分析, 但实际上, 如市场需求、外来竞争者等也是影响苗族文化小微创意企业发展的外部因素; 同时, 本研究选取的几个维度进行测量, 不够全面; 最后, 没有考虑可能存在的调节变量和中介变量。所以, 本研究虽然验证了政策因素、融资环境与苗族文化创意小微企业成长绩效之间的关系, 但仍有不少不足之处, 这也是今后需要进一步研究和完善的方面。

References

- Achterberg, L. H., Omar, M., Ambituuni, A. & Roll, O. (2018). Facts or gut feelings: analysis of external pricing antecedents for SMEs in Germany. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(6), 886-901.
- Arif, S. & Lee, C. M. (2014). Aggregate Investment and Investor Sentiment. *The Review of Financial Studies*, 27(11), 3241-3279.
- Baeyens, K. & Manigart, S. (2003). Dynamic Financing Strategies: The Role of Venture Capital. *Journal of Private Equity*, 7(1), 50-58.
- Chen, L. (2011). The Outlet and Prospect of the Cultural Industry Development of Hainan Minorities -- Take Hainan Hmong as an Example. *The New Orient*, 185(6), 36-38. [in Chinese]
- Chen, Y. & Wei, Y. (2016). Cultural and Creative Enterprises Endogenous Financing Decisions and Influential Factors. *Research on Financial and Economic Issues*, 391(6), 71-73. [in Chinese]
- Churchill, N. C. & Lewis, V. L. (1983). The five stages of small business growth. *Harvard Business Review*, 61(3), 30-50.
- Cong, H. & Chen, J. (2010). The Analysis of Chinese Small and Medium-sized Cultural Creative Enterprise Financing Problems. *Regional Economic Review*, 5(2), 5-8. [in Chinese]
- Cong, H. (2011). The Research on Establishing Evaluation Index System of Cultural Creative Enterprise Core Competitiveness. *Enterprise Vitality*, 1(1), 72-75. [in Chinese]
- Del Gaudio, B. L., Porzio, C. & Verdoliva, V. (2018). Trade credit, SMEs and short-run survivorship: what we know and what we would like to know. *Qualitative Research in Financial Markets*, 10(4), 346-362.

- Fu, X. (2011). Development Strategies of Taijiang Hmong Cultural Tourism Industry. *Value Engineering*, 30(24), 97-98. [in Chinese]
- Gaganis, C., Pasiouras, F. & Voulgari, F. (2018). Culture, business environment and SMEs' profitability: Evidence from European Countries. *Economic Modelling*, 1016(10), 346-362.
- Greiner, L. (1972). Evolution and Revolution as organization grow. *Harvard Business Review*, (50), 37-46.
- He, D. & Gu, J. (2018). Did Government Assistance Loans Promote the SMEs' Performance: Based on PSM Estimation of Micro-data from 1055 Cultural SMEs in Nanjing. *Nanjing Journal of Social Sciences*, (7), 143-149. [in Chinese]
- Howorth, C. (2001). Small Firms Demand for Finance: A Research Note. *International Small Business Journal*, 19(4), 74-82.
- Jin, Z. (2017). Research on Financing Problems of Small and Medium Sized Cultural and Creative Enterprises. *Journal of Jilin Agricultural Science and Technology University*, 26(1), 53-55. [in Chinese]
- Li, Y. (2000). Revision Model and Thinking of Enterprise Life Cycle. *South China Journal of Economics*, (2), 47-50. [in Chinese]
- Moreno, A. M. & Casillas, J. C. (2008). Entrepreneurial Orientation and Growth of SMEs: A Causal Model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), 507-528.
- Pan, Y., Meng, X. & Zhao, M. (2016). The Research of the Effect of Financing Constraints on Investment Efficiency of Cultural Creative Enterprise. *China Soft Science*, (8), 127-136. [in Chinese]
- Tao, H. (2013). The Reasons and Countermeasures for the Financing Difficulties of Small and Medium-sized Cultural Enterprises. *Wuhan Finance*, (5), 55-57. [in Chinese]
- Tao, J. (2018). Analysis on the Financing Mode and its Applicability of Small and Micro Hmong Cultural Creative Enterprises. *Think Tank Era*, (47), 48-50. [in Chinese]
- Wang, D. & Wei, Y. (2015). Financing Difficulties and Countermeasures of Cultural and Creative Industry Enterprises. *Journal of Southeast University (Philosophy and Social Science)*, 17(S1), 25-26. [in Chinese]
- Wang, J. (2017). Financing Difficulties and Countermeasures of Small and Medium-sized Cultural Enterprises -- A Case Study of Guangzhou. *Review of Economic Research*, (67), 97-100. [in Chinese]
- Wang, M. (2015). Analysis of the Influence of Tax Policy on the Development of Cultural and Creative Enterprises. *Journal of Commercial Economics*, (3), 110-112. [in Chinese]

- Wang, Y. (2009). Studies on Factors and Their Importance on Determining Firm Growth—Take Service Enterprises for Example. *Journal of Tsinghua University (Philosophy and Social Sciences)*, 24(S1), 27-32. [in Chinese]
- Weng, Q., Mao, Q., Jing, Z., Zhou, R. & Liu, Y. (2017). Analysis on Financing Mode and Applicability of Nanjing Small and Micro Cultural Creative Enterprises. *China Market*, 945(26), 51-53, 74. [in Chinese]
- Zhang, Z. & Xiong, C. (2016). Analysis of the Impact and Growing Environment of Small and Micro Enterprises in China's Cultural Industries. *Tongji University Journal Social Science Section*, 27(1), 50-58. [in Chinese]
- Zhang, Z. (2016). Business Model and Development of Small and Micro Cultural Enterprises. *Journal of Social Sciences*, (12), 31-45. [in Chinese]
- Zhen, Y., Wang, W. & Xue, Y. (2018). Research on Financing Risk Management in Cultural and Creative Enterprises Based on Insurance. *On Economic Problems*, (3), 41-46. [in Chinese]
- Zheng, W. (2014). *Research on the Growth Factors on Cultural and Creative SMEs in Tianjin--Based on the internal perspective*. Master Thesis, Tianjin University of Technology. [in Chinese]



Name and Surname: Jian Tao

Highest Education: Doctoral Candidate

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Management

Address: 85/1 Moo 2, Cheangwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120, Thailand



Name and Surname: Songbai Liu

Highest Education: Doctoral Degree

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Management

Address: 85/1 Moo 2, Cheangwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120, Thailand