

文章编号:1002-980X(2007)01-022-04

产业集群竞争力分析:以浙江纺织业集群为例

周颖

(浙江大学 公共管理学院, 杭州 310027)

摘要:在经济全球化背景下,我国企业面临日益加剧的国际竞争。当前理论界的研究主要局限于企业、产业竞争力角度,对于产业集群竞争力的研究尚缺乏。对于普遍缺乏核心竞争力的中小企业来说,产业集群是提升中小企业竞争力的一种有效组织形式,是WTO环境下贯彻十六大“走新型工业化道路”精神的重要载体。本文在大量深入调研基础上,借鉴波特的国家竞争优势理论框架,构建产业集群竞争力“新钻石模型”,对具典型意义的浙江省纺织产业集群竞争力进行了实证分析,对于提升我国产业集群竞争力,促进我国中小企业国际化发展有战略意义。

关键词:产业集群;竞争力;“新钻石模型”;实证分析
中图分类号:F121.3 **文献标志码:**A

浙江是我国最早出现产业集群成长的地区之一,在产业集群的发展上,浙江省的业绩有目共睹,浙江的产业集群不仅数量大,而且质量上也在全国首屈一指,不少产业集群产品的产销量都在全国名列前茅:如温州市的打火机占世界总产量的70%,嵊州的领带产量占国内市场的80%、占全球市场的30%,而苍南铝制徽章的国内市场占有率高达45%,海宁的许村、许巷的装饰布占全国市场份额的35%以上,永康的衡器产量占全国三分之二,诸暨山下湖镇的淡水珍珠占全国总产量近九成等等。产业集群发展已经成为浙江区域发展和城市竞争力提升的主要支撑。

产业集群促进区域发展并非浙江的独特现象。在经济全球化的今天,地方性产业集群表现出的强劲竞争力在全球具有一定的普遍性。对于我国许多产业来说,应该通过鼓励发展产业集群,提高产业的集群程度来提高产业的竞争力^[1]。特别在加入WTO以后,我国企业在国内和国际市场面临更加激烈的来自跨国公司的竞争,在核心竞争力缺乏条件下,产业集群是我国企业参与国际竞争的有效组织形式^[2],产业集群在国际竞争中的作用将更加凸现。

我国学者徐康宁较早提出了“产业集群竞争力”的概念,认为产业集群有助于提高产业竞争力,而且论证了开放经济条件下产业集群更有利于增强产业竞争力^[1],但并没有给出产业集群竞争力的定义。我们认为,所谓产业集群竞争力,是指产业集群这一

产业组织形式在国际市场竞争环境下具有的独特的争夺市场和配置资源的能力,产业集群竞争力外在表现主要是产业竞争力,因此本质上是产业集群对产业竞争力的一种综合影响力。目前国内关于竞争力理论主要集中于企业、产业、区域、国家等层次^[3-5],而从产业集群这个层次出发,并且考虑我国制度和基础条件等环境因素的差异,构建我国产业集群竞争力理论构架,并结合我国产业集群案例进行实证分析,进而提升我国产业集群竞争力,就成为迫切需要探索的新课题。

1 产业集群竞争力“新钻石模型”

产业集群代表一种集体资产,它会创造一个企业可以容易并且有效组合信息、技能和原料的环境,提高生产力和创新速度^[6],让某一特定区域达到高度且不断成长的生产力。波特认为,全球经济中的持久竞争优势很大程度上具有当地化特征,地理的、文化的和制度上的接近产生了生产率和创新上的优势,“产业集群更接近竞争的本质以及竞争优势的来源”^[6]。波特基于发达国家相对成熟的产业集群发展经验,总结提出了国家竞争优势“钻石模型”的理论框架,但考虑到发展中国家产业集群存在制度与基础条件的差异,而且波特的国家竞争优势理论更多是基于静态要素的分析,忽视产业集群本质上是由企业协作与竞争构成的动态平衡系统,而“协作竞

收稿日期:2006-09-22

基金项目:浙江省社科联研究课题(06Z10)

作者简介:周颖(1975—),女,浙江杭州人,浙江大学公共管理学院讲师,经济学硕士,主要从事企业集群与区域经济研究。

争行为”是产业集群竞争力的核心要素^[7],因此难以直接套用波特的“钻石模型”来评价我国产业集群。本文延续波特国家竞争优势的研究思路,在“钻石模型”分析框架基础上,考虑区位的人文环境因素,并嵌入作为产业集群竞争力核心要素的“协作竞争行为”,构建“新钻石模型(New Diamonds Framework)”,认为产业集群竞争力是由四个基本竞争力因子(需求条件、要素条件、企业间协作与竞争行为和及相关支撑产业)和两个辅助因子(人文环境和政府行为)相互作用而共同形成(如图1)。

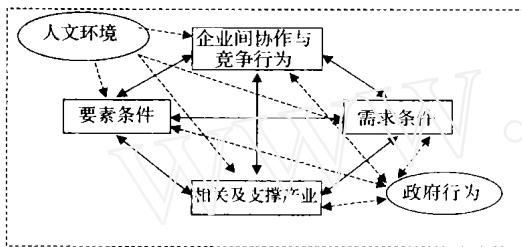


图1 产业集群竞争力的“新钻石模型”

1.1 需求条件

波特认为,如果一国国内市场上有成熟挑剔的买方和前瞻性的买方需求,需求信号会激发本国企业努力提高产品质量标准,不断进行技术创新,最终获得国际竞争优势。精明挑剔的顾客会迫使厂商采取高标准,针对顾客需求变化的进步而努力,积极创新,朝更进步的产业区间迈进。另外,在经济全球化的今天,国际市场的需求水平和变化正强烈的影响和改变一国产业或产业集群的竞争力,尤其是发展中国家产业集群必须面向国际市场需求的挑战,不断促进产业集群的创新和升级,进而提高本国产业集群的竞争力。

1.2 要素条件

对于要形成竞争力的产业集群来说,不仅要继承土地、劳动力、资金、基础设施等初级生产要素,更要培育更高级的生产要素——知识、技术、企业家资源等,这些高级要素是稀缺的,难以复制的,更能保持持久的竞争优势。企业家资源在产业集群中有特殊作用,集群组织靠“企业家协调”,以企业家精神的相互学习、创新为核心而形成的关系治理^[8],产业集群还是企业家创新和创业精神的最佳栖息地,由于地理上接近,关键的行业知识、技术等要素很容易传播和流动,企业搜索、获取、整合资源的成本很低,产业集群中企业衍生(创业)相对非集群环境要容易很多,市场进入门槛较低。

1.3 企业间协作与竞争行为

在产业聚集的过程中,一批同类或相关企业会

根据产业利润率变化,选择参与产业链分工,从而形成相对完整的社会化分工协作体系,这种协作不仅提高生产效率,实现规模经济和范围经济,而且促进各种要素资源的优化配置以及企业间互动学习,能较快适应市场变化。从这个意义上说,产业集群要提升竞争力,必须“积极参与全球产业链分工协作,成为全球价值链的一部分,带动簇群的产品出口,为簇群的持续发展奠定基础”^[9]。波特特别强调,激烈的国内竞争是创造和保持国家竞争优势最有力的刺激因素,强硬的本地竞争者的存在将刺激国家竞争优势产业的创造和持续增强,最终迫使厂商寻求全球市场。大量企业在一定空间聚集,在增强竞争的同时提升了产业集群整体的竞争力,因为“合适的竞争对手有助于企业增加持久的竞争优势以及改善所处的产业结构”,产业集群内竞争行为从三个方面影响集群竞争力:推动技术创新、提高歧异化能力和增加需求^[7]。产业集群内大量企业在一定地理区域上存在激烈的竞争,同时参与产业链有机分工协作,这种协作竞争行为是产业集群竞争力的核心要素。

1.4 相关及支撑产业

产业集群是“大量具有产业关联性的企业和机构在一定地理区域的集中”^[10],具有竞争力的相关及支撑产业是产业集群竞争力的第三个关键因子,具有竞争力的本地供应商能够以有效率、快速,甚至优惠的方式,传送最符合需要的原料,同时本地供应商和相关产业不仅带来效率,他们还更为产业带来更重要的创新和动力,因为一个产业(上游产业)和相关支撑产业(下游产业)间存在协同效应,上游产业的高效率会拉动中下游产业发展,而下游产业的跟进反过来推动上游产业竞争力的提高,正如瑞士制药业集群的成功受益于染料产业的竞争力。

1.5 政府行为与人文环境

波特指出,政府(国家或区域)应当创造形成国家竞争优势产业的环境,从而影响特色产业的竞争力。珠江三角洲的IT产业集群是依靠外资带动并迅速发展起来,就是得益于广东等沿海地区提供特区优惠政策、大力吸引外资的“政府行为”。另外,某些区域根植性的特殊人文环境通过对其他基本竞争力因子的影响从而增强产业集群竞争力。

产业集群竞争力的“新钻石模型”四个基本竞争力基本因子构成了一个互相增强的有机系统,共同决定产业集群竞争力,而政府行为和区位特殊的人文环境会通过基本竞争力因子的积极影响而提升产业集群竞争力。

2 浙江省纺织业集群竞争力分析

接下来,本文将采用产业集群竞争力“新钻石模型”,以浙江省纺织产业集群为例,对产业集群竞争力进行实证分析。

2.1 浙江纺织产业集群竞争力的“需求条件”因子

中国是人口大国,市场需求空间很大,改革开放以来,我国国民经济的蓬勃发展和人民收入的提高,为浙江纺织业提供了较好的需求条件。但从总体上看,受我国整体消费水平约束,浙江乃至我国纺织业产品以中低档的大路货为主,高质量、高标准、高附加值的国际知名品牌产品缺乏,虽然廉价劳动力和原料资源是我国比较优势,但从国际市场竞争需要来说,要提升纺织产业集群竞争力,必须增强整个产业集群技术创新能力,不断提高产品档次,满足国际市场不断变化的需求,因为纺织服装产品时尚性要求很高。当然,中华民族五千年悠久历史文化是富有国际吸引力的,坚持国际潮流与中华文化的融合,浙江纺织产品才能在国际需求不断变化的今天保持独特的竞争优势。

2.2 浙江纺织产业集群竞争力的“要素条件”因子

从我国纺织业国际比较优势来看,我国是产棉大国,具有原料优势,但因国内原料市场尚未与国际市场完全接轨而不能有效发挥作用。纺织工业属于劳动密集型产业,而浙江纺织工业企业绝大多数建在乡镇以下地区,具有劳动力低成本优势,中国农村有近 5 亿的剩余劳动力,因此在今后相当长的时间内,中国纺织工业仍然拥有劳动力成本优势,但我国劳动力成本优势正走向削弱,因为当前印度的劳动力价格仅为我国的 34%,巴基斯坦仅为我国的 64%。从国际市场对纺织成品需求来看,纺织业对时尚要求很高,而浙江省纺织工业一般缺乏高水准、国际级设计师、工艺师以及专业的技术、管理和营销人才,这些都制约了宁波、绍兴和嵊州等地纺织产业集群竞争力的提升。当然,浙江纺织产业集群最根本的资源优势是丰裕的企业家资源,按照熊彼特创新范式,企业家是创新活力的源泉,因此,可以相信在不断开放的国际竞争环境下,浙江企业家通过学习与摸索必将推动浙江纺织产业集群持续广泛的创新,进而提高浙江纺织产业集群的竞争力。

2.3 浙江纺织产业集群竞争力的“企业间协作与竞争行为”因子

从发展阶段来看,浙江传统产业群中大量纺织类企业交织而成的“网络”多数是静态网络。静态

网络一般特征是:基于传统人际关系信任、分工程度低、企业间能力同质性较高,企业普遍缺乏创新能力、企业间联系非常松散无序、资产专用性程度较低、企业间合作半径小、企业间只有有限的、复杂性和编码程度低的知识和信息流动,生产的产品技术复杂程度较低,靠“灵活专业化”、无意识的外部经济和低工资获得竞争力^[1],这种形态产业集群中企业间分工程度低、恶性竞争多、创新能力不足,虽然也可以实现外部规模经济和外部范围经济,但这种主要建立在低要素成本之上的竞争力是脆弱的,难以持久,一旦出现要素成本更低的地区,竞争优势就会削弱。浙江许多纺织产业集群中服装布料领域品种单一,以中低档面料和纯化纤维面料居多,由于产品雷同,“过度竞争”现象普遍。波特强调,激烈的国内竞争是国家竞争优势的重要来源,而产业集群由于地理上接近使得企业间竞争激烈,激发产业集群整体创新活力。但是,一哄而上的重复投资、产品雷同导致的低水平恶性竞争严重损害了集群的整体优势。例如,绍兴当地技术人员凭借着丰富的织造经验,成功尝试了在喷水织机上生产原本只能在喷气和剑杆织机上生产的产品,由此几乎完全打破了各种无梭设备间的产品界限,使产品仿制更为普遍和容易,产品雷同的情况更加严重。因此,从浙江纺织产业集群持续竞争优势需要来看,必须加强企业间长期稳定的协作关系,利用资源和能力的互补,向有意识的紧密合作、集体学习(互动学习)和创新氛围的动态网络演进,获得基于产业集群持续创新能力的竞争优势。

2.4 浙江纺织产业集群竞争力的“相关及支撑产业”因子

浙江纺织产业集群的蓬勃发展以及表现的竞争力离不开“相关及支撑产业”的推动作用。绍兴在纺织产业领域有较强的比较优势,被称为“托在一块布上的经济强县”,现在基本形成了由化纤、织造、印染、服装等企业群体组成的一条完整的产业链,并围绕该产业链出现了纺机、染料助剂、纺织技术服务等辅助性行业,这些内在紧密联系并频繁互动的行业及其所属企业就构成了一个大纺织产业集群。而依托该集群迅速发展起来的轻纺面料专业化市场——中国轻纺城已经成为全国乃至亚洲最大的纺织品集散中心。但是,我们也要看到,浙江多数纺织产业集群中存在产业链上下游衔接不好的问题,在绍兴大纺织产业群中,化纤、织造、染整和服装等各相关行业技术能力参差不齐,由此导致的“木桶效应”影响绍兴纺织业的整体技术能力,无法形成整合优势,影

响纺织产业集群整体竞争力的提高^[12]。相关及支撑产业的竞争力薄弱是制约我国纺织产业集群竞争力的重要因素,比如我国化纤工业虽然目前已建立了居全球首位的生产规模,但与国际化纤集团比较,品种单调、技术开发力量薄弱,缺乏高附加值的高性能纤维生产技术。在WTO环境下,我国纺织产业集群面临巨大挑战,必须积极寻求提升中国纺织工业在全球产业链分工中的层次,从而在国际市场竞争中争取更有利的地位。

2.5 浙江纺织产业集群竞争力的“政府行为”因子

当地政府在浙江纺织产业集群发展中扮演重要角色。年领带产量占全国80%、全球30%的浙江嵊州市,家纺布艺产品年销量达50亿元的浙江余杭市,一个衬衫产品售出15亿元的诸暨市枫桥,以生产童装闻名的湖州织里,都离不开当地政府的高度重视和政策支持。而绍兴县政府在纺织产业集群技术能力增长方面发挥了重要作用^[12]:利用各种转移支付手段的杠杆作用,如所得税减免、财政贴息、“三项基金”等,扶持、鼓励纺织企业加大科研投入,增强技术创新能力;通过积极扶持中国轻纺城和轻纺科技中心的建设来促进整个集群的发展,寻求“扶一家,带千家”的外部经济性;通过项目审批发挥产业导向功能,引导企业投资合理化。在20世纪90年代“无梭化革命”中,政府积极扶持企业引进无梭化技术,并在后期把设备投资引向化纤、印染和服装行业,提高了配套水平;政府在产学研合作方面担当“中间人”角色,为当地企业和大学等科研单位牵线搭桥。另外,许多纺织产业集群所属地区政府在工商行政、税收、土地、工业园区建设、招商引资、出口方面积极扶持,有利促进浙江纺织产业升级,同时提升了浙江纺织产业集群竞争力。

2.6 浙江纺织产业集群竞争力的“人文环境”因子

在长期自然经济发展过程中,我国一些地区以原料资源优势、人文区位优势和工艺传统优势,逐渐形成一些在全国乃至世界知名的“桑梓之乡”、“丝绸之乡”、“刺绣之乡”、“旗袍之乡”、“蜡染之乡”、“苎麻之乡”等。浙江省传统产业集群在全国发展最快,跟其悠久的历史传统文化传统分不开,“自强不息、坚忍不拔、勇于创新、讲求实效”的文化基因,促成浙江人富有经营头脑,加上浙江是“百工之乡”,很早就以“红(奉)帮裁缝”等传统技艺闻名,这些特殊的人文环境优势,在宽容的制度环境下有力促进了浙江产业集群的蓬勃发展。在浙江省宁波、绍兴等地,很早

就出现了纺织产业的聚集现象。比如绍兴服装有着深厚的文化底蕴,马褂、旗袍、乌毡帽,是典型的古越服饰,在有唐朝时即已“日出万丈布”美誉,如今更是“托在一块布上的经济强市”。嵊州有悠久的历史、独特的民俗风情、优美的自然环境,更以越剧、围棋等闻名海内外。这些特殊的区位人文环境为提升浙江纺织产业集群竞争力具有独特的推动作用。

3 研究结论与展望

本文探讨了经济全球化背景下我国地方产业集群竞争力的理论分析构架,构建了产业集群竞争力的“新钻石模型”,并对浙江省纺织产业集群竞争力进行了实证分析,对于深入了解我国产业集群竞争力现状以及中小企业国际化发展战略提供了新的视角。但是,本文只是产业集群竞争力的初步构架,旨在为产业集群竞争力的深入研究提供理论基础,而对于产业集群内部深层次的网络关系(包括主体、活动、资源三变量)对中小企业参与国际竞争的影响以及基于本文理论构架进一步构建有关产业集群竞争力系统性指标评价体系则是有待深入研究的新课题。

参考文献

- [1] 徐康宁. 开放经济中产业集群与竞争力[J]. 中国工业经济, 2001(11): 22 - 27.
- [2] 汪少华, 周景春. 浙江小企业与大市场对接及其绩效研究[J]. 浙江社会科学, 2000(4): 140 - 143.
- [3] 金碚. 中国工业竞争力[M]. 北京: 经济管理出版社, 1997.
- [4] 魏后凯, 吴利学. 中国地区工业竞争力评价[J]. 中国工业经济, 2002(11): 54 - 62.
- [5] 迈克尔·波特. 国家竞争优势[M]. 北京: 华夏出版社, 2002.
- [6] 迈克尔·波特. 竞争论[M]. 北京: 中信出版社, 2003.
- [7] 蔡宁, 杨旭. 企业协作竞争行为与企业集群竞争力的关联[J]. 经济管理, 2002(18): 49 - 53.
- [8] 李新春. 企业家协调与企业集群——对珠江三角洲专业镇企业集群化成长的分析[J]. 南开管理评论, 2002, 5(3): 49 - 55.
- [9] 郑风田, 唐忠. 我国中小企业集群成长的三维度原则分析[J]. 中国工业经济, 2002(11): 63 - 69.
- [10] 迈克尔·波特. 簇群与新竞争经济学[J]. 经济社会体制比较, 2000(2).
- [11] 姚先国, 朱海就. 产业区“灵活专业化”的两种不同模式比较——兼论“特质交易”观点[J]. 中国工业经济, 2002(6): 45 - 49.
- [12] 魏江. 浙江省区域性中小企业集群创新系统研究[R]. 浙江省社科规划办, 2002.
- [13] 王缉慈. 创新的空间——企业集群与区域发展[M]. 北京: 北京大学出版社, 2001: 116 - 126.
- [14] Arne Isaksen. Regional clusters and competitiveness: the Norwegian case[R]. STEP, storgaten 1, N - 0155, Oslo, 1996.

(下转第13页)

难以模仿的专业性和完美性。技术创新不单纯是一时的重大突破,而是长期不懈的探索;忠实客户群的建立需要企业长期与客户保持密切关系;品牌的培育是一个长期的系统工程;强势的企业文化更是长期积淀的结果,因此绝对优势不是一朝一夕形成的。第三,即使在选定的领域中也并非样样都要比竞争对手强,但在顾客最关注的领域必须出类拔萃,这是最体现专业性的地方。第四,企业生态位分为基础生态位和实际生态位。基础生态位是企业根据自身的资源条件和能力开展经营活动所能达到的最大环境领域范围,实际生态位则是企业在实际经营中所能实现的生态位范围。企业应努力使实际生态位接近基础生态位。对于实行专业化的中小企业来说,要有全球化的视野,不能局限于国内市场,而应实行全球化营销,通过最大限度地拓展国际市场来弥补市场定位过窄的缺陷。这实际是在尽可能地接近基础生态位,使自己最充分地发展。

4 结语

本文从生态位角度探讨中小企业的发展战略。

Analysis of the Small-and Medium-sized Enterprises Development Strategy Based on the Niche Separation Theory

YAO Hui-li^{1,2}, ZENG Rong²

(1. Nanjing University of Technology & Engineering, Nanjing 210094, China;
2. Jiangsu University of Science & Technology, Zhenjiang Jiangsu 212003, China)

Abstract: This paper applies niche theory to survey the development strategies and competitive actions of Small-and medium-sized Enterprises (SMEs). It points out that SMEs should separate their niches from those of large enterprises initiatively, and then puts forward mini-niche strategy based on niche separation and deep-adaptation strategy which helps SMEs to consolidate their positions in mini-niches. It provides new ideas and methods for SMEs to survive and develop in the fierce market competition.

Key words: niche separation; SMEs; development strategy

(上接第 25 页)

Industry Cluster Competitiveness: Take the Zhejiang Textile Industry Cluster as Example

ZHOU Ying

(College of Public Management, Zhejiang University, Hangzhou 310013, China)

Abstract: Against the economic globalization background, enterprises in our country are facing the intensifying competition. The current theory is limited in angle of enterprise and industry competition, showing the lack of cluster competitiveness analysis. To most small and medium-sized enterprises without core competitiveness, industry cluster is an effective type of organization to promote the competitiveness. This paper created the "New-Diamond Framework" by using Porter's "Country Competitive Advantage Theory" as a source of reference and made empirical study on typical Zhejiang textile cluster. We think it has the strategy meaning to promote clusters' competitiveness and internationalization of the small and medium-sized enterprises in our country.

Key words: industry cluster; competitiveness; new-diamond framework; empirical study

中小企业应主动与大企业的生态位分化,选择大企业不愿涉足或是忽略的小生位,为自己创造较为宽松的生存空间。在此基础上主动参与小生位上的竞争,争取牢固占据小生位。专业化的绝对优势和灵活的应变能力是中小企业在竞争中取胜的两大法宝。在这一点上隐形冠军公司做得相当出色,在小领域里的隐形冠军同样是强者。他们的成功经验对正在奋斗的中小企业的发展有重要的启发意义。

参考文献

- [1] 辛保平. 中国民企死亡全书[J]. 科学投资, 2003(11).
- [2] 王东. 现代生态学领域概念范式变迁[J]. 汉中师范学院学报:自然科学版, 2002(6): 76-83.
- [3] 赵红. 生态智慧型企业成长及其仿生研究[D]. 武汉:华中科技大学博士论文, 2004.
- [4] 许芳, 李建华. 企业生态位原理及模型研究[J]. 中国软科学, 2005(5): 130-139.
- [5] 彼得·德鲁克. 革新与企业家精神[M]. 上海:上海翻译出版公司, 1999.
- [6] 赫尔曼·西蒙. 隐形冠军[M]. 北京:经济日报出版社, 2005.