

文章编号:1002-980X(2007)04-0006-04

# 我国中小商业企业集群的演化机制分析

武云亮

(安徽财经大学 国际经贸学院, 安徽 蚌埠 233041)

**摘要:**中小商业企业“扎堆”是普遍存在的现象,集群是中小商业企业发展的战略选择。文章概括了中小商业企业集群的六大特征,分析了中小商业企业集群的生命周期,提出了我国中小商业企业集群的三种主要演化机制,即产业互动主导机制、自然演化主导机制和政府主导机制。

**关键词:**中小商业企业;企业集群;生命周期;演化机制

**中图分类号:** F717 **文献标志码:** A

## 1 中小商业企业集群的特征

商业竞争由单个企业之间的竞争向商业集聚间的竞争转换是一种新的倾向,集群化发展是中小商业企业发展的重要模式和战略性选择。所谓中小商业企业集群是指中小商业企业(主要指直接以货币媒介商品交易为专门职能的营利性经济组织)以及餐饮、储运、信息咨询等服务业的中小企业在空间上的集聚,从而形成在一定区域内商业网点密度和专业化经营程度很高的商业经营场所<sup>[1]</sup>。中小商业企业集群具有地域性、专业化、网络化、根植性等集群的一般共性,与其他类型集群相比较,在以下几个方面表现出更为明显:

### 1.1 高度的空间集聚性

地理集中是产业集群的基本特征,一般产业集群的地理范围可能是在一个县、一个城市或更大区域范围。但是中小商业企业集群的地理区域范围比较小,多数是在几万到几十万平方米,大者也不过几百万平方米,经营摊位或店址毗邻,寸土寸金,其聚集程度远高于其它行业集群。当然,也存在由“集聚式”商业网点,通过产业联系或社会网络构成的地理区域范围较大的中小商业企业集群,或“商业块状组合式”集群。

### 1.2 鲜明的灵活专业化特征

商业本身就是社会分工发展的产物,商业领域的分工深化在商业集群区域内表现更加突出,以产

品或经营环节的定型化形成专业化经营是中小商业企业集群的典型特征,同质性与互补性共存,经营方式、手段和组织形式灵活多样,善于紧跟市场的变化,表现出较强的市场活力。

### 1.3 明显的地域根植性

多数中小商业企业集群具有共同的商业文化背景和制度环境,企业的各种经济行为深深根植于大家熟悉的经商语言和交易规则之中,隐含的商业经营理念、技术和诀窍通过非正式组织或渠道扩散,形成以社会资本为特征的地方商业网络关系。

### 1.4 高度的系统开放性

中小商业企业集群作为一个系统,其本身价值链较短,集群成员与产业的前后向、供应链的上下游之间的联系非常密切,物质和信息交换量大且非常频繁,是一个与外部环境高度互动的开放系统,并且部分中小商业企业集群是作为产业集群的一个子集群存在,其本身缺乏独立性。

### 1.5 内部合作与技术创新性较弱

多数中小商业企业集群属于共生型集群,大量同业型企业聚集在一起,其中个体、私营或家族企业占绝对多数,规模和实力较小,生产经营活动在整体上具有一致性,竞争异常激烈,管理难度较大,容易产生“柠檬市场”效应。与制造业集群相比较,集群成员一般更加关注外部渠道联系,而忽视内部合作,技术创新性较弱,具有创新不足的泛化集群特征。

### 1.6 数量和类型多、规模小而分散

收稿日期:2006-11-20

基金项目:国家社科基金(02BJL027);安徽省哲学社会科学规划项目(AHSK05-06D38)

作者简介:武云亮(1964-),男,安徽萧县人,安徽财经大学贸易经济系主任,副教授,硕士生导师,主要研究方向为产业经济、流通经济。

从专业批发市场到综合批发市场,从商业街到大型购物中心,从商业中心到中央商务区,都是中小商业企业集聚的地方,也是充满竞争活力的商业经营场所。中小商业集聚或集群的数量和类型多、规模小而分散,本质上是由商业产业主要面向最终消费者和生产企业的服务性特征所决定的。

中小商业企业“扎堆、聚集”是普遍存在现象,但是,他们中许多可能永远是“袋装马铃薯”的小规模商业集聚,而能够形成跨地区辐射、具有明显区位品牌效应者相对较少。与制造业集群相比较,中小商业企业集群更应强调规模的适度性,城市商业街的扩展、大型 MALL 的建设、批发交易市场的扩建等“集聚规模攀比”是我国中小商业企业集群发展应该高度重视的问题。

## 2 中小商业企业集群的生命周期

关于集群生命周期研究,主要是针对制造业,重点集中于集群的阶段划分及其特征。G. Tichy 将集群生命周期分为诞生、成长、成熟和衰退等阶段<sup>[2]</sup>, Ahokangas 等提出一个集群成长的三阶段演化模型,秦夏明等根据复杂系统演化的思路,提出集群演化的四个阶段,即基本要素集聚、价值链集聚、社会网络集聚和创新系统集聚<sup>[3]</sup>,曾路分析了民营企业集群生命周期的不同阶段特征,并提出各阶段的战略核心<sup>[4]</sup>。

中小商业企业集群同样存在着从形成到衰亡的发展演变过程,即生命周期。中小商业企业集群生命周期是以集群内企业的数量和质量或整体竞争力为标志,相对于单个中小商业企业,其生命周期更长,演变过程更为复杂。笔者把中小商业企业集群的生命周期分为四个阶段:萌芽阶段、成长阶段、成熟阶段和衰退阶段,见图 1 曲线 I。但也可能出现曲线 II、曲线 III、甚至曲线 IV 的演变过程(图中 X 表示集群规模或集群竞争力,T 表示时间)。

### 2.1 萌芽阶段

中小商业企业集群的萌芽阶段是商业基本要素初步集聚的过程,首先是个体或中小商业企业基于交通或市场需求等优势因素在某一地域自发集聚,或者围绕着大型商业企业周围进行的集聚,然后引起追随者的不断加入。该阶段的主要特点是:具有一定的经营成本优势和专业化经营程度,但是企业数量少,商业设施和经营条件差,中小商业企业间联系很弱,受环境影响较大,缺乏稳定性。从萌芽到成长期可能经历了一个相对漫长的过程,也可能由于某种诱发因素很快进入成长期,如政府的招商引资战略、城市新型商业网点规划、关联产业的迅速发展等,但这需要长期积累并不断加强的商业文化、社会网络、商业氛围、制度供给等方面的支撑,才能保证其持续发展。因此,地方政府应全面考察不同的商业扎堆,选择具有较强内生力量和发展前景者,通过提出针对性的集群发展规划加以引导和培育。

### 2.2 成长阶段

中小商业企业集群的成长阶段是各类商业经营及支撑要素快速集聚的过程,大量中小商业企业涌入,集群规模不断扩大,外部经济效应凸现,商业区位品牌开始形成,具备了一定的“累积因果”的自我加强能力。成长阶段的前期,因集聚产生的低成本优势是集群发展的主要动力,而后期商业创新开始成为推动集群发展的重要动力。成长期是商业集群发展最为关键的阶段,要特别重视协调性,实现集群“扩张速度”与“管理服务”的协调发展,“主体、客体、业态及其空间的结构”与“集群市场定位”的协调发展,“商流、物流和信息流”的协调发展,并加强合作与创新,否则可能导致集群提前进入衰退期(曲线 III)。地方政府应重点加强商业基础设施建设,提供商业信息、资金和商业人才等方面的公共服务,尽快建立商业集群发展的配套服务体系。

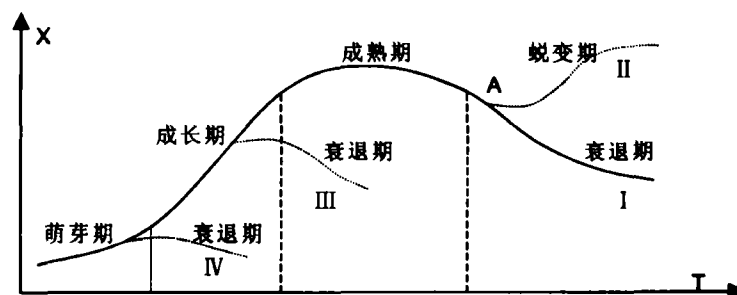


图 1 中小商业企业集群的生命周期

### 2.3 成熟阶段

成熟阶段可以看作是中小商业企业集群进入到发展的稳定期,其特征是发展速度趋缓,规模相对稳定,竞争适度且手段呈现多样化,集群的市场结构趋于合理,商业中介组织和配套支撑服务体系相对完善,社会网络体系和商业创新网络体系基本形成,表现出明显的地域根植性和商业区位品牌效应。保持成熟期竞争优势的重点是:完善商业创新网络体系,建立商业创新激励机制,保证创新活动的持续性;完善集群的运营管理体制(如商业街的“法人化”制度),营造良好的商业运营环境;提高中小商业企业集群融入产业链,甚至全球价值链的能力(如义乌小商品城的市场外向度已达55%以上)。

### 2.4 衰退或蜕变阶段

当中小商业企业集群内的创新活动减少,搭便车、过度模仿、简单价格竞争、利润下滑等现象严重时,集群进入衰退阶段,部分中小商业企业开始退出、破产或转型,集群的规模或经营能力下降,辐射范围减小,整体竞争力减弱。衰退阶段一般是在成熟期持续发展一段时间以后,且是一个相对缓慢的过程,但也可能出现在成长期,甚至萌芽期(如曲线IV、III、I)。在成熟期(或衰退期)曲线的拐点(图1的A点),集群曲线转变成II向上弯曲发展,集群开始进入蜕变阶段。向蜕变阶段转变的主要途径是商业创新或产业转型,如传统商业中心向中央商务区的转变,传统批发市场向物流配送中心的转化,或通过物流及信息技术、交易方式、商业流程等方面创新,使中小商业企业集群创新获得竞争优势,进入到新一轮的发展周期。

## 3 中小商业企业集群的演化机制

关于集群演化机制研究主要集中在两个方面:一是集群形成和发展的动力机制,重点是基于分工与专业化、外部经济、社会网络、技术创新与扩散等方面进行的理论解释<sup>(5-7)</sup>。二是针对工业集群的具体演化机制,如市场与产业互动机制、加工贸易带动型机制、内源性品牌企业带动型机制、资源创新性整合机制、产业链延伸机制、政府支持机制<sup>(8)</sup>。

目前,中小商业企业集群演化的研究仅仅局限于集群形成的原因和条件的分析<sup>(9-10)</sup>,尚未深入到具体演化机制的层次。中小商业企业集群的诱导因素很多,常常是多种因素综合作用的结果,但是其形成和发展的轨迹还是有一定的规律可循,根据对我国中小商业企业集群的调查研究,笔者发现其演化

机制主要有三种类型,即产业互动主导机制、自然演化主导机制和政府主导机制。

### 3.1 产业互动主导机制

商业连接着生产和消费,是社会再生产的中介环节,因此中小商业企业集群可能主要依托下游最终消费者,相对独立性较强,如各类零售商业集群;也可能主要依托第一、二、三产业的某些产业,形成中小商业企业集群与其它产业(或产业集群)的互动发展,成为地区产业集群的一个重要组成部分和关联产业集群的有力支撑。

以产业互动为主导的中小商业企业集群即属于上述的后一种情况,它一般是沿着“自发集聚—产业互动—政府引导—集群化发展”的轨迹,首先是在某个地方出现了某个产品小规模集中生产,为了给这些产品找销路而自发形成市场,市场的出现和扩大,又促进生产的发展,当然也有小规模市场集聚在先;但是从地方整个集群形成和发展过程中,往往是相互带动,相互促进,交替式、同步式或者是螺旋式向上发展,形成了共生耦合的关系和互动发展的良好格局。从第一产业来看,主要有围绕着农业的专业化生产和特色农产品生产形成交易市场式的中小商业企业集群,如蔬菜、水产品、果品、油料等产地批发市场,分布面较广,以不同层次和规模存在全国各地;从第二产业来看,主要有围绕着计算机等高科技产业形成的混合式中小商业企业集群,主要分布于大城市的科技园区或科研院所集中的地方;而最多的是围绕着小商品生产而形成的专业化市场集群等,主要分布在浙江、广东、福建、江苏等经济发达的地区,如浙江就有4000多个专业市场,联结全省85%以上的个体工商户和私营企业;从第三产业来看,中小商业企业与许多第三产业形成共生现象,如城市中央商务区(CBD)实际上是以商业和金融等服务业为主的企业集群,另外中小商业企业集群与旅游产业互动发展现象非常明显,以中小商业企业为主导形成的旅游商品专业市场已经成为旅游产业的重要组成部分。

### 3.2 自然演化主导机制

以自然演化为主导的中小商业企业集群,一般是沿着“自然或历史集聚—政府规范引导—集群化发展”的轨迹,它是“由下而上”的自发性商业集群,即先出现商业企业特别是个体私营业主的自发聚集,当其进入到一定发展阶段(多数是开始或将要进入成长期)时,政府开始介入,进行规范引导,并主动承担应负的责任,从而使聚集的规模、效益和外部经

济性等明显增加,形成真正意义上的集群,如城市的商业中心区、具有文化底蕴的交易市场集群等。产业集群实践已经证明,社会网络关系是我国企业集群得以蓬勃发展的基础,人文环境是我国服务业集群得以存在和发展的一个重要因素。

城市的中心商业街和某些特色文化街集群则是自然演化主导机制的典型代表,如北京的王府井、天津的文化街等,从形成的历史看,他们都不是政府行为,而是市场自发形成,往往带有自己城市的特点,伴随着城市的发展形成了具有一定特质的悠久的厚实文化底蕴。改革开放后,随着市场需求的放大,城市规模的扩大,特别是商业流通体制的变革,我国许多城市的中心商业街已经不能适应城市居民和外来流动人员购物、休闲、旅游观光的需求,20世纪80年代中后期开始,各地方政府都开始对商业街的规划、改造、建设等投入了极大的热情,大力扶持、规范和引导商业街的发展,使其基础设施得到改善,内部行业、大中小企业及其业态结构更为合理,经营手段和经营方式更加先进,产生了明显的集群效应。

某些专业化交易市场集群也是以自然演化机制为主导的。由于历史文化和交通区位的原因,某些地区自古以来已经形成经商的传统或具有植根性的商业文化,成为以某类商品为主导或某种经营形式为基础的商品集散地,形成了以个体或私有、民营为主体的经商队伍,经过不断发展演化集聚了一定的规模,在商业体制改革和大力发展各类商品交易市场的背景下引起了政府的重视,通过吸引投资建“场”,实行归行纳市,促进传统落后的地摊交易向交易市场集群发展,如20世纪90年代后期山西旧货业的复苏和旧货市场形成,就与山西悠久的典当历史文化息息相关;安徽亳州、江西樟树、河北国药的药材市场发展,也是与当地渊远流长的医药文化历史分不开的,像亳州是神医华佗故里,史记记载,亳州药材市场从唐代开始繁荣,当时流传着“药不过亳州不灵”之说,及至清末民初,市内已有药材市场七行八市,当时已成为全国屈指可数的药材集散地。

### 3.3 政府主导机制

以政府为主导的中小商业企业集群,实际上就是以强制性方式建立和培育的企业集群,它是“由上而下”的人为性企业集群,即政府通过明确的规划,采取多元化、甚至政府投资等方式进行基础设施的建设,再以一定的优惠政策吸引中小商业企业进场

从事经营活动,继而形成集群,如各地以政府为主导建立的批发市场、商业综合园区、物流园区、大型购物中心等。政府招商引资和商业发展战略规划是主要诱导因素。在这类商业集群建立和发展过程中,政府如果能够从地区经济发展和产业特点等出发,抓住经济发展的一些关键时期,以科学的发展观,适时推出新型的商业集群模式,正确处理好政府、投资者、管理者、广大中小商业企业的关系,尤其注重发挥政府在市场建设和企业集聚初期的协调、扶持和政策引导作用,可能为当地商业提供新的发展途径和跨越式发展的新模式。一些以抓“菜篮子”工程为契机形成的农产品批发市场,以城市规划和市容改造为契机形成的新型商业区,以发展现代物流为契机形成的物流园区等,由于地方政府的主动参与,时机把握得好,选择了科学合理的开发模式,做得比较成功,集群效应凸现,对地方经济发展产生了巨大的带动作用,如安庆市政府在20世纪90年代末把握了现代物流业发展的良好时机,与安徽南翔集团等合作,由政府规划,企业投资,建立了集商流、物流、信息流为一体的综合商贸物流园区——安庆光彩大市场,2004年市场的贸易额已达120亿元,实现就业人数超过3万人。

### 参考文献

- [1]武云亮.论中小商业企业的集群化发展[J].商业时代,2003(10):14-15.
- [2]TICHY G. Clusters, less dispensable and more risky than ever[C]//M Steiner Clusters and Regional Specialization. London: Pion Limited, 1998: 226-236.
- [3]秦夏明,董沛武,等.产业集群形态演化阶段探讨[J].中国软科学,2004(12):150-154.
- [4]曾路.民营企业产业集群生命周期研究[J].中国流通经济,2006(2):21-24.
- [5]Best Michael H. Cluster Dynamics, Ch. 3 in: The New 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以及实证分析[J].中国工业经济,2002(10):27-34.
- [7]刘恒江,陈继祥,等.产业集群动力机制研究的最新动态[J].外国经济与管理,2004(7):2-7.
- [8]刘世锦.产业集聚及其对经济发展的意义[J].改革,2003(3):64-68.
- [9]武云亮.我国商业集群的模式及其发展趋势[J].生产力研究,2004(1):146-148.
- [10]蒋三庚.论商业集聚[J].北京工商大学学报:社科版,2005(3):1-4.

(下转第13页)

此,我们这里根据我国国情选取一些介于必需品和奢侈品之间的消费品。具体指乘用车普及率和高级服装支出比重。

### 3.3.5 满足自我实现需要的消费

这是最高层次的需要,它是指实现个人理想、抱负,发挥个人的能力到最大程度,完成与自己的能力相称的一切事情的需要。这种消费往往是出于消费者的感情需要,不是生活必需品,这里我们选取旅游消费占总消费支出的比例和后续教育支出比重。

另外,正如前文所述,消费的现代化影响到国家的兴衰和历史的变迁,因此,消费绝对不仅仅是居民个人的事情,我们必须从战略的高度来考虑消费的现代化。从历史来看,政府的奢侈性消费往往会削弱国家竞争力(17—18世纪的法国在百年战争中输给英国),居民消费的两极分化会导致国家政局混乱,给外地入侵提供可乘之机。因此,这里我们还选取政府消费占最终消费比重、人均消费支出和基尼系数(这里以消费代替收入)作为衡量消费现代化的指标。

## 4 结束语

消费现代化测度指标体系的研究是一个崭新的领域,对于通常类似的研究,国内学者倾向于构建城

乡两套指标体系,我们认为,消费现代化的过程就是消除城乡差异的过程,把一国的居民消费按照两套不同的标准来衡量不是现代化的初衷和目的。因此,我们构建的消费现代化评价指标体系是统一的,适用于城乡地区。

由于资料的欠缺,本文在分析中实际使用的指标体系仅包含19项指标,都需要在进一步研究中加以完善。另外,此项研究是开放的,需要不断有新的研究成果问世,从不同角度提出指标体系和评价方法,最终使结论更为精确可靠。

### 参考文献

- [1] 马克思. 马克思恩格斯选集[M]. 北京, 人民出版社, 1972.
- [2] 列宁. 列宁全集[M]. 北京, 人民出版社, 1984.
- [3] 陈劲峰, 牛文元, 杨多贵. 现代化指标体系的设计与测度[J]. 中国科技论坛, 2001(6): 53—56.
- [4] 姜玉山, 朱孔来. 现代化评价指标体系及综合评价方法[J]. 统计研究, 2002(1): 50—54.
- [5] 尹世杰. 关于消费环境的几个问题[J]. 消费经济, 2006(2): 9—12.
- [6] 魏大校. 用马斯洛需求层次理论对“炫耀经济”的分析[J]. 特区经济, 2005(5): 310—311.
- [7] LODZIAK CONRAD. On Explaining Consumption[J]. *Capital & Class*, 2000(72).
- [8] CAMPBELL COLIN. The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism [M]. Oxford: Basil Blackwell, 1987.

## Research on an Indicator System Building of Consumption Modernization

LIU Xing-wei, WANG Yan-min, LI-Chao

(Anhui Economy & Finance University, Bengbu Anhui 233041, China)

**Abstract:** Research on consumption economy has been conducted for a long time, while few people take consumption modernization into account, which is the main content and basic symbol of modernization. Based on an in-depth study on the connotation of consumption modernization the author constructed an indicator system to evaluate the level of consumption modernization.

**Key words:** consumption modernization; indicator system; modernization

(上接第9页)

## Evolution Mechanism of Small and Medium-sized Commercial Enterprise Cluster in China

WU Yun-liang

(International Economics and Trade College, Anhui University of Finance and Economics, Bengbu Anhui 233041, China)

**Abstract:** It is common that the small and medium-sized commercial enterprises cluster. Cluster is the strategic choice for the development of the small and medium-sized commercial enterprises. The paper generalizes the characteristics of the small and medium-sized commercial enterprises, analyzes its life cycle, and points out three kinds of evolution mechanisms of the small and medium-sized commercial enterprises which includes industry interaction leading mechanism, natural evolution leading mechanism and as well as government leading mechanism.

**Key words:** small and medium-sized commercial enterprise; enterprise cluster; life cycle; evolution mechanism