

【国民经济运行】

集群竞争力的动力机制以及实证分析

魏守华

(北京大学城市与环境系, 北京市 100871)

[摘要] 集群由于持续创新而显现的竞争优势,已经成为工业政策制定者的研究内容和模仿手段。为了揭示集群竞争优势背后的动力机制以及加强实施的可操作性,本文首先详细分析了集群的动力机制:基于社会资本的地域分工、外部经济、合作效率、技术创新与扩散,并分析其对应的竞争优势。然后,以嵊州领带产业集群为例,具体分析其动力机制,以及嵊州领带集群存在的问题,并提出相应的对策措施。

[关键词] 集群; 竞争优势; 动力机制; 嵊州领带产业

[中图分类号] F207 [文献标识码] A [文章编号] 1006-480X(2002)10-0027-08

产业群或集群(Cluster),用来定义在某一特定领域中(通常以一个主导产业为核心),大量产业联系密切的企业以及相关支撑机构在空间上集聚,并形成强劲、持续竞争优势的现象(Porter, 1998)。笔者曾将集群的竞争用直接经济要素中的低成本优势、产品差异化优势、区域营销优势和市场议价能力优势,以及非直接经济要素的区域创新系统来分析(魏守华、石碧华, 2002),那么构成这些竞争优势的动力机制是什么? 本文认为集群动力机制与竞争优势具有对应关系,如图1所示。

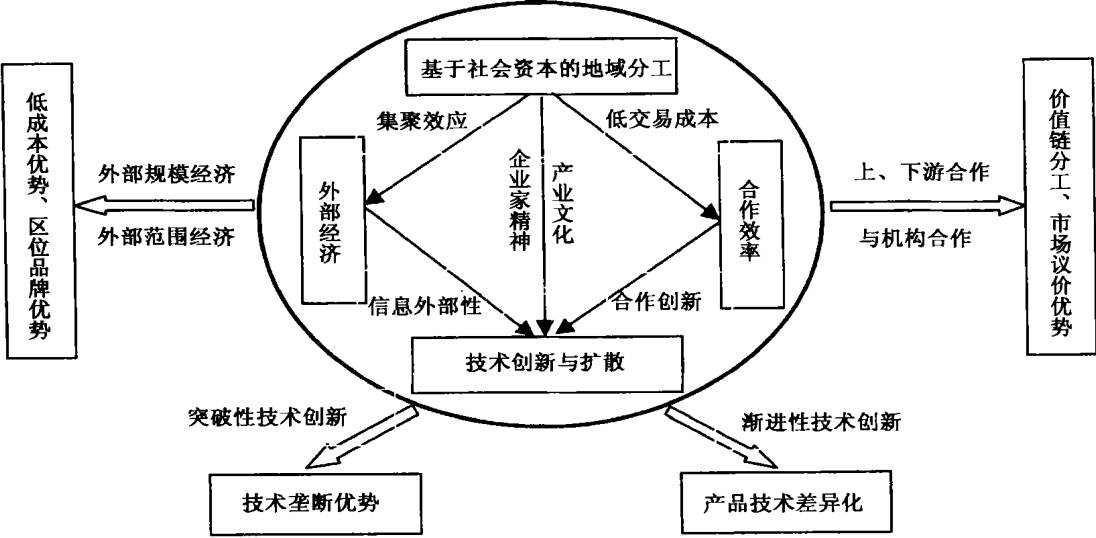


图1 集群动力机制及对应竞争优势结构图

[收稿日期] 2002-09-03
[作者简介] 魏守华, 北京大学城市与环境系博士研究生。

一、集群发展的动力机制

1. 地域分工

集群虽然指一组产业密切相关、相互联系的企业以及相关的中介服务机构聚集在一起,但是集群在空间上集聚,产业上具有专业化的特征(Rabellotti, 1997),一般有一个主导产业或核心产业,由这个产业引发一连串的创新活动,带动整个区域和相关产业的发展,所以集群呈现专业化地理分工的特性。

集群的专业化分工不完全同于传统的分工理论,而是基于雄厚的社会资本优势(如表1所示)。社会资本通过行为人与人之间相互关系的变化而产生,将交易的社会环境赋予经济涵义,其功能体现在作为社会结构的资源,为行为人获取收益,因而像其他形式的资本一样,具有生产性,具有经济含义,并常被用于企业分析,所以本文用做区域分析。社会资本优势体现在三个方面:资本家资源的培育、基于信任的合作关系和区域的创新文化。

表1 几种地域分工理论对比

理论	要 点	评 价
绝对成本	亚当·斯密(Adam Smith)认为分工是经济发展的动力,国家或地区的发展需要按绝对成本优势原则生产和出口产品,并在国际贸易中获得优势。	通过绝对成本优势分工,提高整体资源配置效率,但不具备绝对优势的地区,如何参与市场分工?
相对成本	大卫·李嘉图(David Ricardo)用比较优势补充绝对优势,认为国家或地区按照拥有比较优势的要素——劳动生产率的差异,进行专业化生产和出口产品。	比较优势是相对价值或机会成本的比较,区域行为主体必须是理性的“经济人”,而且比较优势稳定性减弱,动态性日益突出:新技术革命使要素成本的重要性日益降低。
要素禀赋	赫克歇尔(Heckscher)和俄林(Ohlin)提出“资源禀赋学说”,强调由于产品在生产要素(劳动力、资本、自然资源)的组合上存在着差异,从而形成国家或区域不同的比较优势,再进行国际贸易。	从单生产要素上升到要素禀赋比率,容易实现比较优势,但是不能解释资源禀赋相似的发达国家间贸易增加,尤其是行业内部贸易增加的现象。
协议分工	日本小岛清认为,在比较优势不存在条件下,决定分工的主要因素是规模经济,除了市场机制外,还需要当事双方某种协议加以实现,故称协议分工。	解决了收入水平接近、需求格局类似,即要素禀赋比率相似条件下的分工,但是国际贸易之间更多依靠市场机制,协议分工如何解释发达国家以及行业内部巨额贸易?
技术差距分工	弗能(Vemon)将技术因素加入到比较优势理论,并对其进一步发展,提出了产品生命周期理论(包括新生期、标准化期、成熟期、衰退期),认为国家或地区可以根据其生产产品在生命周期中的不同阶段,通过技术垄断程度或比较优势的原则进行国际贸易。	将技术因素引进要素禀赋比率理论,拓展了生产要素范围,而且技术的作用日益增加,确是分工的重要因素,但是这种分析过于机械,甚至是宿命论,不能解释像印度班加罗尔软件业的竞争优势。
社会资本	①提供大量的企业家资源,是高等生产要素。 ②由于地理接近性和共同文化背景,行为主体间基于信任与合作,降低交易费用,提高合作效率。 ③区域产业文化具有创业、创新精神,对技术创新起重要作用的隐含经验类知识的本地优先交流,加快技术创新和扩散。	传统经济学假设企业家是充分供给的,忽略了企业家的重要性和现实性;低交易成本形成了介于市场与等级组织之间的网络结构,通过柔性生产,满足需求多变、技术多变的市场;形成“学习型”区域,创新不再是线性、单个主体的行为,而是通过网络、以创新系统形式完成。

资料来源:作者整理。

(1)企业家资源的培育。微观经济学一般把企业家当成是充分供给的,但实际上企业家是一种稀缺资源。熊比特认为:企业家在创造和引进新的生产方法、介绍新产品、新的工业组织形式、开辟新货源、新市场等方面作用巨大。硅谷成功的经验之一就是硅谷内独特的创业精神:区内几乎每个

人都有勇于冒险、不断进取的创业精神,每个人都努力创办新公司,都想成为百万富翁,否则就被视为异类(Saxenian, 1994)。类似地,在浙江慈溪地区,人们认为年轻人如果不创业,就没有“出息”,可见创业已经成为本地人生活的一部分。创业来源于两种途径:企业的新建和旧企业的衍生。新建企业的重要性容易理解,不过衍生力量也是重要的。衍生指一些公司的技术、管理、销售人员等独立出来,利用学习能力或经验建立新公司,并和母公司有一定关联。在不同的产业中,企业衍生的主要方式不同,如高科技产业集群中主要是技术人员的衍生,技术人员一旦掌握了核心技术,发现了市场潜力,辅以较好的产业配套环境,像风险投资、产业发展基金的扶助,容易独立出去,而在一些劳动密集型产业集群中,销售人员通过市场关系有了稳定的客户群,如能通过分包制在集群内完成定单要求,容易出现衍生现象。创业精神是一种典型的隐性知识,通过地理接近的正式和非正式交流,会更好地造就和发展企业家资源,不仅包括创业型企业,更拥有卓越管理能力的管理型企业,新企业创建与衍生和一些老企业倒闭,适者生存,才是集群竞争力的重要保障。

(2)基于信任与承诺的合作关系。集群基于地理接近性,如许多企业主相互熟悉,甚至是朋友、亲戚,往往形成企业家社会网络关系。企业间的相互联系比如承包、转包、产品的质量、交货时间、资金结算等本身就是建立在信任的基础上,声誉对企业的生存与发展很重要,集群内企业具有地理“根植性”,迁移的机会成本高,企业间合作是多次重复的,所以它们必须遵守信用,避免机会主义倾向,因而有利于企业间建立以信任与承诺为基础的社会网络,通过网络关系降低交易成本,加强相互合作。

(3)创新的产业文化。创新的产业文化来源于三个方面:一是区域的文化背景,在这种背景下,崇尚创造的奋斗精神深深地扎根于区域环境中,挑战困难已经成为区域的一种风俗习惯,并将这种精神融合于经济发展之中,不仅培育大量企业家资源,更孕育着创新的精神和动力。二是基于自由选择的平等、宽松工作环境。集群各企业内部、企业和机构之间是平等的经济实体,经济交往遵循平等互利的市场契约原则;同时,人才可以在集群内快速、自由流动,因而集群内包括企业在内的各种组织趋向于形成分权的组织环境,这种联系被称之为“弱连带”,和一般的组织行为——“强连带”相比,更有利于业务的不断创新和快速反应。三是有利的信息交流环境。集群除正式合作外,非正式信息交流出现的频率更高,内容广泛的各类市场、技术、竞争信息在集群内集聚,使创业者和员工更容易了解市场和技术的变化,寻求和把握市场机会和空隙。

三种形式的社会资本优势是集群产生地域分工的基础,并由此加强外部经济,提高合作效率以及促进技术创新与扩散。随着全球经济一体化和信息技术的发展,低等级要素,如简单劳动力、资本和一般生产工具的流动性加强,不再构成区域发展的优势力量,区域通过拥有雄厚的社会资本很容易吸引区外这些要素集聚,形成独特的产业分工动力。通过集聚效应产生外部经济,通过低交易成本提高合作效率,通过产业文化有利于技术创新与扩散。

2. 外部经济

马歇尔认为随着产业的集聚与发展,企业可以从产业内其他企业经营状况改善中获益,并认为外部经济有三种形式:

(1)市场规模扩大的外部性。同行业的企业利用地理接近性,通过合资、合作或建立联盟等方式共同进行生产、销售等活动,如大批量购买原材料,不仅使原材料价格降低,也节约了单位运输成本;集聚带来的外部效应增加了投入资料或中间产品的可获得性,市场容量越大,分工越细,并具有正反馈效应,具有累积循环的过程;建立共同销售中心,如浙江的专业化商品市场,通过批发和零售业务,吸引了国内外客户和经销商前来购买,降低了企业成品的运输、库存成本,使平均成本明显降低,从而有利于价格竞争。

(2)劳动力市场供给。一方面,随着集群的扩大,本地人员通过培训就业、外地技工被吸引过来,形成劳动力供给充足的区域性市场,企业在长期雇用管理和技术人员的同时,可以根据自身生

产的需要,及时调整工人的数量,减少工资成本和工人劳动保障方面的费用;另一方面,劳动力在区域内企业间自由流动,企业内部劳动力变换率也高,劳动力快速流动对其自身素质要求加大,也促进了信息、思想的传播和扩散,所以在数量和质量上提高了集群内劳动力供给的效率。

(3)信息交流与技术扩散。由于共同的地域文化背景,形成了马歇尔所说的:“新鲜的产业空气”。集群内企业可以免费获得有关上游供应商、同行竞争对手、下游客户的相关信息,可以更好地洞察市场需求、产业发展趋势、新市场开拓状况以及技术演变和革新的信息等,在信息相对封闭的工业化时代,信息交流与技术扩散对产业发展非常重要,即使在当今开放的信息社会,集群内企业在信息和技术方面依然占有先机,可以更好地掌握信息,更早地发现市场机会,或应付多变的市场需求。

通过这三种形式的外部经济,形成外部规模经济和外部范围经济。其作用一是通过收益递增,降低企业的生产成本,从而有利于集群开展低成本战略参与市场竞争,获得低成本优势。二是通过外部规模经济,可以树立区位品牌——由企业共同的生产区位产生,如法国的香水、意大利的时装、瑞士的手表、西湖的龙井茶叶等。“区位品牌”与单个企业品牌相比,更形象、直接,是众多企业品牌精华的浓缩和提炼,更具有广泛的、持续的品牌效应,而且相对于企业群,单个企业的生命周期是相对短暂的,品牌效应难以持续,集群中的企业遵循优胜劣汰竞争规律,区位品牌效应更易持久,是一种很珍贵的无形资产。

3. 交易费用降低,合作效率提高

威廉姆森(Williamson)于1975、1985年分别出版了《市场与科层》和《资本主义经济制度》两本名著,界定了交易费用分析方法,其要点是环境的不确定性、小数目条件、机会主义以及信息不对称等导致交易费用增加,构成市场与组织间的转换关系。集群有助于减少环境的不确定性、改变小数目条件。前者是因为具有外部经济的空间集聚,可以增加交易频率和降低区位成本,使交易的空间范围和交易对象相对稳定;后者是因为数目众多的企业地理接近,增加了市场参与角色,市场机制更能发挥作用。集群不仅使企业经济活动根植于地方社会网络,而且有助于形成共同的价值观念和产业文化,从而有利于克服机会主义和增加信息交流。

交易成本降低促进产业网络结构的形成,既克服了单个大企业等级制组织的弊病,又避免了完全通过市场交易的信息搜寻成本和履行合约的执行成本。类似地,企业和中介机构之间也容易降低交易成本,相互合作,如集群内的中小企业群与金融机构的合作,与单个游离中小企业和金融机构合作相比,有利于交易成本的降低、增加信息完备性、克服信贷之前的逆向选择和信贷之后的道德风险等。

合作效率的提高。如果说外部经济由非竞争性和非排他性引起,构成企业有利的外部环境,那么合作效率则来源于前向、水平、后向联系企业间,生产企业与互补、基础设施服务类企业间,以及产业群与行业中介等支撑机构之间明确、自愿合作的结果。它们之所以能够相互合作,关键在于交易成本的低廉,合作效率具有排他性和补偿性。补偿性来源于相互合作所获得的合理收益,表现为实物的或货币的各种联系形式,包括:信息与技术的交流、人力资源的共同培训、共同研究开发新产品、新技术以及集体声誉的培育等。补偿性的存在不可避免地导致对群外企业实行排他性,群外企业很难得到产业的核心技术或最新的、重要的市场、技术等信息,常常在竞争中处于追随或防御状态之中。集群内企业通过和供应商、客户的上、下游产业合作,实现柔性化生产,并根据企业自身的特点,专门从事某一价值链环节,在专业化经营中,或者通过规模经济,或者通过创新能力、企业的品牌等,实现价值增殖,实现最优价值链分工。在合作网络中,企业容易根据集群内的分工特点,寻找市场机会和市场空隙,通过目标集聚战略,获得细分市场的竞争优势,而且无论作为买方、还是卖方都能增强集体议价能力,加强市场力量。

4. 学习型区域的技术创新与扩散

现代经济增长已经从过去简单依赖劳动力和资本转变到依赖知识增长的过程中。知识、学习、网络关系、制度环境是一个学习型区域的构成要素,只有学习型区域才能持续地创新,而创新又依赖于知识创造、扩散和运用的过程。

(1)技术创新的形成与累积。①微观竞争的压力与动力促进创新。集群中同类企业同居一地,同行业相互比较,有了价格、质量和产品差异化程度评价标尺,为了满足集群内有经验、“挑剔”顾客们的要求,企业要承受竞争压力,激励和压力并存。竞争不仅迫使企业不断进行学习,也迫使员工相互攀比,需要不断学习。此外,相关中介机构必须随企业和员工的要求相应地不断前进,才能满足企业服务和员工培训等方面要求。②区域环境促进创新系统的形成。集群内垂直联系的企业、水平竞争的企业、中介机构、教育与研究部门、有经验的顾客在地理上的集中,不仅有利于高度专业化的技能和知识的累积效应,为企业提供了实现创新的重要来源以及所需的物质基础,而且由于沟通的便捷性,如现场参观、频繁的面对面交流,使学习途径更加方便。正是在这种学习型的区域环境下,区域内的各行为主体容易通过网络关系,降低交易成本,构成创新网络,形成区域创新系统,比一般的战略联盟更具有创新能力。③对主导产业技术路径的把握和对相关产业联动发展的先觉,使集群处于创新的中心区。产业或技术发展一般具有生命周期规律,如处于成长期的产业或技术,由于已经克服了重大的突破性创新,渐进性创新容易预测或把握,或者针对重大的需求变化,可以预见市场未来的重大机会,了解产品的发展方向或潜在市场的空间。发展具有一种路径依赖,集群内企业往往“一着领先,处处领先”,一旦一种核心技术被攻破,必然引发一组类似产业群族共同的演化,相互支持、相互依赖,引导一系列渐进性技术创新。④创新风险的降低促进集群创新。集聚效应和外部效应使企业容易发现创新所需的基本要素,如集群内的生产服务业更加完备、本地供应商和合作伙伴可以紧密地参与创新各过程,确保与客户的需求一致,适应创新的模式由线性模式向网络化创新模式转变,多方合作参与创新,既降低了创新的风险,又提高了创新的成功率。

(2)集群内技术的优先传播与扩散。技术空间扩散模式中最基本的就是近邻扩散:由中心向四周扩散,随距离衰减。人类的知识分为编码化知识(Codified Knowledge)与非编码化知识(Tacit or Uncodified Knowledge)两类,其中占据整个知识绝大部分且决定创新能力的是后者。两类知识传播的途径相比,前者从思想、理论的成熟到正式传播需要较长时间,往往相对滞后,后者甚至可以在启蒙或构思阶段就可以通过网络关系,“面对面”地交流扩散与进一步提炼;同时一些重要类型的知识通常具有非正式、隐含的特性,这种知识不能和个人、社会及地域背景轻易地分开,且难以编码化、难以通过正式的信息渠道传播,集群内由于空间接近性和共同的产业文化背景,不仅可以加强编码化知识的传播与扩散,而且更重要的是可以加强非编码化知识的传播与扩散,并通过非编码化知识的快速流动进一步促进编码化知识的流动与扩散。因而,集群技术创新中心的地位,使集群更容易实现技术的突破性创新,获得技术垄断的竞争优势,如硅谷一直处于技术、产业发展、感知市场需求变化的中心位置,无视日本在电子产业中的低成本优势以及强大的技术模仿能力,一组处于技术尖端的产业群持续创新,构成世界上产业内最有竞争力的区域优势。此外,知识与技术在集群的优先传播与扩散,形成时空优越性,集群在突变性创新的基础上,获得一系列、裂变反应式的渐进性创新,使产品在质量、外形等方面差异化增强,构成差异化竞争优势。企业通过创新不仅获得源于技术上的超额垄断利润,而且通过群体效应形成共同的技术标准,进一步扩大垄断优势。如在精密仪器、信息等新兴产业中,采纳一种技术标准的企业数量及其市场份额往往决定了这种技术标准的公认性,不同的技术标准为争夺市场份额而竞争。集群利用地理接近性、正式或非正式的合作,技术标准在集群内容易被认同,采纳的企业越多,集群的外部效应就越大。

二、嵊州领带集群的实证分析

1985年2月,嵊州第一家领带生产企业——浙江佳友公司开业,年生产领带29万条。到1999

年嵊州领带生产经营企业已达 1000 多家, 年产领带 2.5 亿条 (其中出口 1.2 亿条), 占国内生产总量的 80%、国际生产总量的 30%; 实现产值 80 亿元, 占全市工业总产值的 28.6%。

1. 基于社会资本的地域分工

嵊州是个文化底蕴深厚的地区, 人们大多心灵手巧, 不少拥有一技之长, 改革开放前, 经商的能动性得不到发挥。20 世纪 80 年代末 90 年代初, 中国从温饱向追求服饰美过渡, 市场环境是一个卖方市场, 领带产业更供不应求, 第一家领带企业的财富效应极大地鼓舞了嵊州人的创业热情, 涌现了一批敢于创业的企业家, 同时学习型文化迅速转化为产业文化, 并借助外来资本、劳动力、生产设备, 形成不仅依赖比较成本, 更依赖社会资本的产业地理分工。

(1) 企业家资源的大量涌现。1985—1999 年有 1000 多家领带生产经营企业, 企业通过新公司成立、旧企业衍生方式迅速扩张。新企业的初创主要来自本地富有进取心的人员、外资进入、合资、合作办厂等。企业的衍生也发挥较大作用, 如规模较大的“丹鲁依”、“新概念”、“巴贝”等公司都是衍生企业, 成功的原因在于或有市场, 或有技术, 或有管理能力等, 衍生方式有销售人员、技术人员、管理人员等, 但主要为销售人员。此外, 还有母公司的裂变, 如“金天得”、“金发”、“金喜路”公司等。

(2) 创新的产业文化。在财富效应示范下, 嵊州深厚的文化底蕴被激发成积极向上的产业文化, 将较强的学习能力转化成创业、创新的极大动力, 心灵手巧发展成对技术的熟练掌握, 并普遍接受通过创业、创新获取企业成功的价值观, 一个成功的企业家在嵊州深受尊敬, 这种社会价值甚至比物质财富更重要。嵊州人在创业过程中表现出吃苦耐劳的顽强精神, 并具有勇于进取的思想, 通常不满足于“小富即安”, 这种精神往往是企业发展的关键, 像巴贝、金天得、金发、金喜路等公司发展的历程就是很好的明证。

2. 外部经济

产业发展带来的外部经济体现在三方面: ①由于产业的发展, 嵊州具备了领带生产的各个专业化过程, 而且“中国领带城”是国内领带产业最大的批发和零售市场, 吸引了国内外众多顾客, 中小企业在领带城发现客户和定单, 依靠领带城对外交货、收回贷款, 因此, 成为大量中小企业走入国内外市场的主要渠道, 给它们带来了明显的外部经济。②劳动力市场的培育。嵊州本地不仅成立了职业学校, 专门为领带产业输送技术工人, 还吸引了临近省份的一些熟练技术工人来嵊州工作, 保证了劳动力的供给, 继续维持着劳动力成本低的资源优势。③市场、技术信息的获得。在嵊州人们耳濡目染的几乎都是领带, 企业主对市场的价格、价格趋势、市场范围等都比较了解, 销售方面有的通过“专卖店”、有的通过经销商、有的通过特许代理等, 对开拓市场范围的情况也比较了解。技术方面, 由于领带生产的技术相对简单, 面料、工艺设备、花型设计是产品制胜的法宝, 企业致力于这些创新环节。

3. 合作效率

企业间合作主要通过“龙头企业+中小企业网络”的形式。众多中小型企业 and 家庭工厂结成网络状, 生产各工艺过程: 面料加工、织造、印染、花型设计、产品定型、成品包装, 专业化分工精细, 由于直接进入国内外市场能力不足, 只能实行专业化生产, 通常还需依靠龙头企业和网络的集体力量和市场联接。龙头企业在利用自身垂直或半垂直一体化进行生产的同时, 还要将部分业务向区内中小企业分包, 提供产品的样式和规格, 还进行技术指导, 成品由龙头企业推向国内外市场。通过“龙头+网络”的企业联系, 在集群内实现生产社会化、组织网络化和流通市场化, 形成了企业间合作网络关系, 产生合作效率。

但是, 嵊州领带产业和相关支撑机构间合作还不够, 特别表现在与金融机构合作不够, 虽然集群中小企业融资有很大的潜力与优越性, 但银行系统没有能够像“第三意大利”产业群那样, 金融系统和中小企业紧密合作, 因而降低了集群内的资金供给, 成为集群发展的一个制约“瓶颈”。在合作创新方面, 嵊州领带产业群还远远不够。与科研机构合作时, 由于企业相关信息缺乏, 只有等到技

术或产品设计出现问题时,才请教科研人员;与行业中中介机构合作也不够,有些企业还具有很浓的“小农”思想,甚至不愿意加入行业协会,认为是“白花钱”,当然,行业协会等难以完全满足企业服务要求,也有需要改进的地方;企业间、金融机构之间进行金融创新的合作手段不够,如嵊州缺乏规模适当的企业能够上市,虽然市政府积极培育本地企业,并试图将国有企业、经营较好的龙头企业组建一个规范的股份公司,争取早日上市,但到目前还没有出现代表“中国领带之都”的上市公司。

4. 技术创新与扩散

领带属于传统的劳动密集型产业,技术相对简单,整个产业链中创新集中在面料、设计以及营销环节上,其中面料和设计属于技术创新,如面料中高档真丝的生产、纳米材料的运用属于原材料创新,花型设计创新变化复杂,更能发挥企业、设计师能动性。

嵊州作为国内领带产业的技术中心,体现在:①中国领带产品的质量标准是由嵊州市领带行业协会制定的,“中国领带城”吸引了众多国内外领带生产经营者,展示它们最新流行的花型设计,是企业的信息、研究开发和质量检测中心,也是它们模仿、改进领带设计的场所。②不仅出现了一企一品,而且一些大公司实现了多种产品相结合,最大的领带企业巴贝公司的产品品牌多达6、7个系列。③对产业发展方向的把握。近几年来,领带产品进入成熟期,国内外市场总量上大致饱和,但结构上低档领带的需求减少,中、高档领带的需求稳步增加,鉴于此,嵊州企业努力调整产品结构,有条件的企业纷纷选择进军中高档领带,特别追求领带面料和花型设计创新,如艾略特公司利用纳米材料生产的领带防水、防皱,每条领带零售价高达500元,可以获得高额垄断利润。

三、案例中存在的问题以及相关对策研究

1. 嵊州领带产业集群存在的问题

(1)低成本竞争的发展前景要重新审视。嵊州基于社会资本形成的劳动分工,并利用国内廉价的劳动力资源、国内外资本,在国际分工中具有比较优势;通过地方政府产业区规划政策,使产业发展和集聚的同时,获得了外部经济,使领带产品的价格优势进一步放大。在美国生产一条质量相近领带的成本大约是3.5美元,在嵊州不到3元人民币,这样的价格也远低于韩国、墨西哥等国生产同类产品的成本。但是领带作为一种装饰性消费品,与一般产品的线性需求变化特征不同,价格越低,需求量反而减少,而且带来了负面影响:嵊州只能生产低档次领带产品。随着出口的增加,过低的价格容易引起倾销的嫌疑,要解决如何和国际市场接轨,而避免简单低成本竞争的问题。

(2)尽管涌现了很多创业者,但多数难以算得上是真正的企业家,称为“业主”会更贴切些,创业成功很大程度上归结于卖方市场特定的经济环境,真正管理型企业家还较少,对企业发展缺乏长远规划,技术创新、品牌建立等不足,低档产品不得不进行价格战。

(3)交易成本偏高,降低了合作效率。集群的交易成本比较高,企业间合作效率通常来自于静态的生产率提高,而不是来自动态的创新,而且企业和支撑机构间的合作还有待于加强,如许多企业都反映:资金问题是企业发展的主要障碍,这表明企业与金融部门合作还远远不够。

(4)集群虽然面临着竞争压力,但是创新远远不够。只有像“巴贝”这样少数企业具有适应市场的设计能力,并拥有知名品牌,中型企业大多通过“贴牌”生产,或为客户订制生产,产品的质量、花型设计、工艺的精致程度都由对方给定。最近几年,休闲服需求增加量较大,但集群并没有对市场变化作出灵敏反应,对产业发展方向把握不够。还有,由于对专利保护等不够,导致产品的被模仿、次质量产品大量涌现,价格竞争是主要手段,甚至是恶性价格竞争。

2. 相关对策研究

(1)公共政策要进一步引导与加强社会资本力量。采用多种多样形式,如鼓励员工接受再教育、对劳动者技能培训等,提高他们的素质。通过举行论坛、讲座、观摩等多种手段使企业家们相互学习,不仅具备创业的冒险精神和胆识,而且要从创业者转变为管理型企业家,推广管理创新、市场

创新等,更要重视技术,不断开展产品、工艺创新,实现全面创新。

(2)产业文化的培育,积极宣传“诚信”的风气,形成独特的地域文化。通过政府、企业以及个人信用的建立——政府的信用体现在率先垂范、深化审批制度改革、推进政务公开等;企业的信用体现在依法纳税、诚信经营等;个人的信用体现在道德修养和进取心上,形成信用规章制度、道德文化和监督管理体系,营造良好信用环境,加强企业间相互信任,降低交易成本,使企业间、企业和相关支撑机构之间合作力度加大,提高合作效率,不仅包括有形的资金、技术设备、承包与次承包关系,还包括共同合作开发新市场、新产品设计、新材料,产生动态的创新效果。

(3)质量检测部门在行业协会制定的质量标准指导下,对企业的产品实行严格质量检查,避免集群产品质量的“柠檬”问题,树立嵊州领带良好的市场形象,尤其避免“低档、伪劣”产品的区域形象。另外,还要加强对专利的保护,给予创新者相应的回报,避免一有好的花型设计等,很快被模仿。通过对创新企业适当的补偿,使企业保持创新积极性。

(4)产业规划。单个企业很难对产业发展做出宏观层次的预测和合理规划,必须由公共政策解决。其中,市场与技术条件是产业发展最重要的环节,针对领带的独特需求特征,公共政策要做好产业规划,将这些信息提供给企业,引导企业发展中、高档次的领带,提高产品质量以及改进花型设计,减少家庭作坊式生产低档次领带,通过品牌、质量竞争,而不是简单价格竞争。

〔参考文献〕

- 〔1〕Porter, M. E: Clusters and New Economics of Competition. Harvard Business Review, 1998, 11.
- 〔2〕Roberta Rabellotti: Footware Industrial Districts in Italy and Mexico. In Enterprise Clusters and Networks in Developing Countries, Edited by Van Dijk and Roberta Rabellotti. London: Frank CASS, 1997.
- 〔3〕Saxenian A (1994): Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128, Cambridge, Cambridge: Harvard University Press.
- 〔4〕Cooke, P., P. Boekholt and F. Todtling(2000): The Governance of Innovation in Europe. Regional Perspectives on Global Competitiveness. Pinter; London and New York.
- 〔5〕魏守华、石碧华:《论企业集群的竞争优势》,载《中国工业经济》2002年第1期。
- 〔6〕樊圣君、张旭亮、张振宇:《论区域集群的独特社会资本优势及对区域和国家持续竞争优势的意义》,载《经济评论》2001年第4期。
- 〔7〕杨开忠:《中国区域发展研究》,北京,海洋出版社1989年版。
- 〔8〕王缉慈等:《创新的空间——企业集群与区域发展》,北京大学出版社2001年版。

Dynamics of Competition in Clusters with Reference to a Case

WEI Shou-hua

(Department of Urban and Environment of Peking University, Beijing 100871, China)

Abstract: The competitive advantage and the capability of innovation in industrial clusters have been regarded a kind of mode to implement industrial policy by public managers. At first, the article analyzes the basic economic principles of clusters including geographical specialization based on strong social capitals, external economy, transaction cost, innovation and transfer of technology, which make clusters so competitive. Next, the author takes the example of necktie industrial cluster in Shengzhou in Zhejiang Province to do specific research in order to check the theory in view of the practice. Finally, this article makes a summary of the case and puts forth some specific measures to solve these problems.

Key Words: industrial clusters; competitive advantage; dynamism; Shengzhou necktie industry

〔责任编辑:王燕梅〕