 浙商研究系列

T


*THE STUDY OF ZHEJIANG
BUSINESSMEN*

2011

浙商研究 2011

吕福新 主 编
张旭昆 副主编


 浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

 浙商研究系列

T
THE STUDY OF ZHEJIANG
BUSINESSMEN
2011

浙商研究 2011

吕福新 主 编
张旭昆 副主编

 浙江工商大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

浙商研究. 2011 / 吕福新主编. — 杭州: 浙江工商大学出版社, 2012. 3

ISBN 978-7-81140-496-8

I. ①浙… II. ①吕… III. ①商业经营—研究—浙江省 IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 043425 号

浙商研究 2011

吕福新 主编 张旭昆 副主编

责任编辑 许 静

封面设计 朱 丽

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163. com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 12.75

字 数 230 千

版 印 次 2012 年 4 月第 1 版 2012 年 4 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81140-496-8

定 价 30.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227

本书编委会名单

(按姓氏笔画排序)

编委会主任	吕福新		
编委会成员	王春福	刘海生	吕福新
	李生校	张旭昆	张宗和
	杨轶清	吴高庆	金杨华
	项国鹏	赵浩兴	韩永学

序

“浙商”是当今世界之中国第一民商。浙商是中国改革开放以来率先兴起的百姓商人，大多出身于农民；浙商源于浙江“疾虚妄、倡实践”以及民众本位、“义利并举”和“工商兼本”的文化传统；浙商既根植于浙江本土又远征于全国和世界；浙商人数众多、分布广泛和抱团经营，成为实力和影响很大的民商群体；浙商既充分利用“后发优势”而迅速崛起，又先行遭遇“后发劣势”而面临挑战；浙商正处于代际传承和转型提升的关键时期。

浙江省浙商研究中心是2006年批准设立的浙江省首批哲学社会科学重点研究基地之一，依托于浙江工商大学，对社会开放。浙江工商大学为了整合全校科研资源，提升浙商研究，于2009年10月把浙江工商大学浙商研究中心升格为浙江工商大学浙商研究院。于是，就有了浙江省浙商研究中心和浙江工商大学浙商研究院两个名称。

浙江省浙商研究中心（浙江工商大学浙商研究院）的理念和宗旨，是坚持以民众为本位，反映当今世界之中国的现代化，以及经济全球化以国家现代化为基础，国家现代化以民众现代化为根本的规律，体现知识和理论来自实践、服务实践、提升实践的要求，把商业功利与社会理想、科学知识与人文学知识、中国传统文化与西方现代文明结合起来，进行综合的知识创新，以促使当今世界之中国第一民商——浙商的现代化。

浙江工商大学浙商研究院的目标和使命，是用全球化的视野，从中国经济、社会和文化现代化的全局与高度来观察、审视和研究浙商，成为浙商研究的学术高地，浙商政策的咨询参谋，浙商发展的理论支持和思想导航，促使浙商成为“世界之中国”的主流商人群体。

浙江工商大学浙商研究院的学科特色，是把哲学社会科学作为一个整体来把握和运用于浙商研究，开展经济学、管理学、政治学、人文学、社会学、心理学、法学、哲学等多学科和跨学科研究，在综合性的平台上进行综合创新，提出

了自主性与相关性统一的完整主体性分析范式,试图创建“浙商主体—环境和生态”的思想理论体系。同时,确立了“东方管理思想和浙商文化”、“浙商与企业家和企业发展”、“浙江民营经济与浙商竞争优势”三个主攻方向,浙商行为与公共政策和法律制度、浙商社团组织、浙商与浙江经济社会发展以及浙商的分支包括温商、台商、甬商、婺商、越商、湖商和杭商等研究内容。同时,采取“四位一体,两个对接”,即学者、商人、官员和传媒人四位一体,对接政府决策和企业实践的工作思路。

浙江工商大学浙商研究院从 2006 年起,每年选择不同的主题进行研究,先后出版了《浙商转型研究》、《浙商人文精神》、《浙商创新——从模仿到自主》和《浙商崛起与危机应对》等论文集。从 2010 年开始,论文集统一以《浙商研究》为主书名,体现以书代刊。

浙江省哲学社会科学重点研究基地
——浙江省浙商研究中心主任、首席专家
浙江工商大学浙商研究院院长、博导

吕福新
2010 年 12 月

目 录

第一篇 浙商竞争力与创新研究

- 浙商竞争力的解析与提升 张宗和(2)
- 新浙商转型与第二次创业:基于网络关系重构的视角
..... 赖红波 王建玲(14)
- 中小企业的技术创新影响因素及对策研究
——以浙江慈溪地区中小企业创新为例 沈 青(20)
- 创新团队、学习型组织与企业成长
——以浙江杭州聚光科技股份有限公司为例 周旭霞(31)
- 新服务开发过程中组织文化与知识转移研究:匹配模型
..... 李靖华 庞学卿(40)
- 出口商品结构变化对经济增长的门限效应:浙江与全国的对比研究
..... 谢 杰(51)

第二篇 企业家能力与创新研究

- 企业家素质视阈下的民营企业倒闭
——对金融危机以来倒闭浙商内因的研究 杨轶清(66)

浙商的企业家才能对企业绩效的贡献度研究

- 基于产业转型升级的背景 朱海就 张昭时(76)
- 企业家精神对中小企业创业创新的作用机理研究 王 敏(85)

第三篇 创业文化研究

高铁和同城化背景下浙江文化创意创业人才集聚的机遇与对策

- 朱 咏 黄苏萍(100)
- “浙江人经济”发展中的浙江商会 徐越倩(108)
- 浙商与豫商创业文化比较研究 胡 钰(117)
- 后危机时代农民工返乡创业的影响因素研究 赵浩兴 王爱民(124)
- 浙江大型民营企业国际创业影响因素及创业模式研究
..... 胡洪力 李 晓(136)
- 创业素养的内涵及农民创业素养的培育 袁海平(151)

第四篇 创业人才培养研究

人才素质与创新创业的战略研究

- 势科学视角 李德昌(160)
- 青年(大学生)创业服务平台建设和运行机制研究
..... 郁 震 高 伟 李书朋 刘 景 陈颖辉(170)
- 中国外国直接投资与区域产业集聚 周 兵 张晨阳(177)

第一篇

DI YI PIAN

浙商竞争力与创新研究

浙商竞争力的解析与提升

张宗和

摘要: 浙商竞争力有其构成要素、作用机理和表现形式,目前浙商竞争力既有优势又存在问题;提升浙商竞争力的成效取决于浙商是否选择提升竞争力的行为,这一选择又取决于市场环境和浙商对市场信息的解读;因此,提升浙商竞争力必须改善市场环境和提高浙商素质,构建提升浙商竞争力的动力机制。

关键词: 浙商 竞争力 行为分析 提升

一、引言

对经济竞争力的描述可追溯至亚当·斯密(1776)和大卫·李嘉图(1817),但直到1975年经济学界才开始使用“独特竞争能力”概念来概括企业的异质性(P.塞斯内克,1957)。在此基础上,黑特和爱尔兰德(1985)研究了公司独特竞争力与战略、产业和绩效的关系。此后,迈克尔·波特创立了著名的钻石模型,大步推进了竞争力研究,但他未能突破把企业视为“黑箱”的局限。在潘汉尔德和哈默(1999)正式提出企业核心竞争力的概念之后,这一概念便成为学界的关注点。此后,在福斯(1993)提出“核心能力论”和哈默·哈尼提出“企业能力基础竞争论”的基础上,逐渐形成以潘汉尔德和哈默为代表的“企业能力基础论”及以伯格·沃纳菲尔特和潘罗斯为代表的“企业资源基础论”,两派各自从不同的角度突破“黑箱”对企业核心竞争力作出解说。

我国学者对企业核心竞争力起初简单的理解是关键技术,后来认识逐渐深入,认为企业核心竞争力是识别和提供竞争优势的知识体系(赵炳贤1997),是企业内一系列关键程序、能力、机制构成的发展力系统(管益忻2000),是企业一系列特殊资源组合而成的占领市场获得长期利润的能力(曹建海,2001)。金碚(2003)首次对竞争力进行了较系统的研究,其力作《竞争力经济学》不仅阐述了竞争力的一些理论问题,还对中国工业化进程中的竞

争力问题进行了深入探讨。近些年来,对竞争力的研究在不断细化和深化,评价和分析工具也在不断增多。^①

总体上看,理论界关于竞争力的研究成果虽然很多,但基于微观和宏观层面竞争力的研究文献未对商帮竞争力的形成和作用机理进行解析,已有对浙商竞争力的研究,主要是对浙江产业和地区的竞争优劣势进行描述性定量分析,也未分析成因和动力机制问题,从而所提出的对策、建议未能得到浙商的普遍响应和践行。本文试图在解析浙商竞争力和对浙商行为进行分析的基础上,提出提升浙商竞争力的有效对策。

二、浙商竞争力解析

浙商竞争力有其复杂的内涵,对浙商竞争力的构成要素、作用机理、表现形态、优势构成和存在的问题进行解析和揭示,是寻找提升浙商竞争力路径的前提。

1. 浙商竞争力的要素和作用机理

浙商竞争力的基本含义是指浙商在市场经济中获取收益的能力,任何与此相关的因素都可视作为浙商竞争力的构成要素。从现实看,浙商竞争力是一个包含极多因素的系统,可从时间、空间和相对性三方面进行分析。

从时间维度看,浙商竞争力有一个从可能的竞争力到实现的竞争力的转化过程,这一过程分别由潜在阶段、使用阶段、产出阶段和实现阶段构成,相应就有四种竞争力,即潜在的竞争力、流动的竞争力、凝结的竞争力和实现的竞争力。^② 浙商所拥有的生产要素是潜在的竞争力,浙商投入生产的生产要素是流动的竞争力,浙商产出的产品是凝结的竞争力,浙商通过销售产品所获得的收益是实现的竞争力。浙商所拥有的潜在的竞争力决定流动的竞争力的上限,前者到后者的转换率取决于浙商对投入要素的收益预期;流动的竞争力决定凝结的竞争力的上限,前者到后者的转换率取决于浙商的要素生产率;凝结的竞争力决定实现的竞争力的上限,前者到后者的转换率取决于企业销售产品的能力和市场需求。四种类型的竞争力构成浙商竞争力的时间维度系统。从目的性考虑,我们所关注的是实现的竞争力,但提高浙商竞

^① 目前已有主成分分析法、梅图法、距离评价法(technique for order preference by similarity to Ideal solution,简称 TOPSIS)、模糊综合评价方法(fuzzy comprehensive evaluation,简称 FCE)、数据包络分析法(data envelopment analysis,简称 DEA)、灰色多层次评价、因子分析法、综合指数评价法、层次分析法(the analytic hierarchy process,简称 AHP)和区位熵法等多种方法用于竞争力评价和分析。

^② 马克思在《资本论》中指出,劳动力有潜在的、流动的和凝固的三种形态,笔者把这一分析方法改造后移用于竞争力的分析。

争力,则应全面考虑生产要素的投入、使用和产品的销售。

从空间看,浙商竞争力的构成因素繁多复杂,概而论之大致可区分为主体性因素(即人力资源因素)、制度性因素和技术性因素。三种相互作用的竞争力要素构成浙商竞争力空间维度系统。需要说明的是,三种因素的区分是相对的,有些因素的某些部分会相交重合而无清晰界限,例如主体性因素与技术性因素。浙商竞争力的主体性因素是指浙商本身和浙商所雇佣的劳动者的数量和质量,其中,浙商的质量或素质即浙商的观念、能力和生理心理素质对浙商竞争力的影响较大,因为浙商的理念和能力可以影响企业的价值观、企业文化、企业伦理和企业投资效率,浙商的生理和心理健康程度会影响其决策和管理效率。浙商竞争力的制度因素有广义和狭义之分,狭义的制度指要求浙商及其他社会成员共同遵守的规章或准则,广义的制度是指在浙江范围内统一的、调节人与人之间社会关系的正式规则、非正式规则和这些规则的执行机制。在现实中,合理的制度能提高资源利用和配置效率,降低交易费用和减少行为结果的不确定性。因此,浙江的财产制度、产权制度、金融制度、劳动用工制度、公共管理制度,以及其他的政府管制方式都可视作浙商竞争力的构成因素。浙商竞争力的技术性因素也有广义和狭义之分,广义的指浙商生产产品所采用的所有手段,包括客观性因素和相关的主观性因素,狭义的特指生产资料、各种工艺操作方法与技能、流通网络、相关信息和基础设施等。技术性因素对产品的效用和费用有着重要的作用,从而对竞争力有直接的影响。

三大竞争力要素在浙商竞争力中的作用或影响有不同的权重,对竞争力影响最大、最持久的要素构成浙商竞争力的核心要素。按照核心竞争力理论,核心竞争力必须具有与众不同、不能被他人轻易占有、转移和复制的性质。严格来说,不存在完全不能被他人学习、模仿和占有的知识、制度和技术,只存在在学习、模仿和占有上的难度和时间差异。因此,任何核心竞争力的存在都是有时间性的。根据核心竞争力的这一特点,我们可以根据复制的难度把浙商竞争力核心要素影响力的排序确定为具有特质的人力资本、制度和技术的。具有特殊知识和技能的人力资本最难生成和拥有,因此是浙商竞争力中最重要、最具影响力的核心因素。特质的制度为生产要素的高效使用提供了特别有效的激励机制和监督机制,独特而高效的制度是人力资本和技术因素发挥作用、实现竞争力所不可缺少的,但独特而高效的制度以制度创新人才存在为前提,同时制度被复制和学习的难度较低,因此,制度因素在浙商竞争力中的影响力位居其次。最后是技术因素,因为高技术含量、高附加值的产品体系和强大的信息网络通常是优质人力资本与合理制度相结合的产

物,缺少人才和合理的制度,先进的技术就难以产生和广泛应用,而且就浙商而言,除了少数技术之外,学习或复制新技术的成本一般都相对较低甚至无成本,因此技术对浙商竞争力的影响位居第三。许多浙商在提升竞争力时特别重视技术因素,忽视人力资本和制度因素,其实是进入了一个误区。

三大竞争力要素并非独立发挥作用,它们互相影响、互相作用,因此对浙商竞争力的影响不是机械的,而是在不同历史阶段和不同环境会发生权重变动。三种因素处于相互适应的常态,影响力权重将按照一素质二制度三技术排序。某一时期某种要素短缺或演进滞后,会阻碍其他因素发挥作用,其影响力权重就会变大,成为制约竞争力提升的关键性因素。因此,提升浙商竞争力不能机械地按照其要素影响力权重的一般次序来采取对策,而应寻找处于滞后短缺状态的关键性因素进行强化,使之达到平衡。动态地看,竞争力三要素的相互作用可以形成良性循环,使竞争力进入上升通道,也可以形成不良循环,使竞争力进入下降通道,其关键在于各要素相互作用的性质,即作用是相互促进的还是相互抑制的。在竞争力进入某一通道时,要改变竞争力的变动方向,微调在短期内将不起作用,必须有较大投入进行重大调整才会出现拐点。从浙江 11 个地区 30 多年竞争力变动的轨迹可以清楚地看到这一点。因此,保持浙商竞争力三要素处于相互促进状态形成良性循环,使竞争力进入上升通道十分重要。

浙商竞争力是一个社会性范畴,还要从社会关系的视野来考察。从社会关系角度考察,浙商竞争力具有两方面的相对性:一是浙商竞争力的强弱取决于竞争对手的竞争力,二是浙商竞争力取决于其产品的需求。因为竞争既发生在生产者之间,又发生在生产者与消费者之间和需求者与需求者之间,因此,浙商竞争对手竞争力的变化,对浙商产品需求的变化,以及需求者之间的竞争状态,都会影响浙商的竞争力。一般来说,浙商竞争力与其竞争对手的竞争力成反比,与自身内部的联合程度成正比,与需求量成同方向变动,与需求者之间的竞争程度成反方向变动。

2. 浙商竞争力的四种空间形态

浙商必须通过创办和经营管理企业来实现其社会功能,体现其竞争力。企业以不同的连接方式为纽带连接为一个个相对独立的整体,以不同的空间为单位来进行考察,就形成了行业、产业和区域。因此,浙商竞争力有四种基本空间形态:企业竞争力、行业竞争力、产业竞争力和区域竞争力(即浙商的国内竞争力和国际竞争力)。

浙商竞争力的基本单元是企业竞争力。企业竞争力是企业内部人才、制度和技术的综合体现,一般以企业的人力资源和核心技术为基础,通过战略

决策、生产制造、市场营销、内部管理的整合凝聚为现实竞争力。按照科斯的理论,它可分为预见力和执行力,具体包括战略决策能力、经营管理能力、人力资源开发与配置能力、生产能力、技术能力、服务能力和营销能力。由于企业的主体是人,因此,企业竞争力的要素不仅是物质的,还包括精神的。

浙商企业竞争力的实现载体是产品。企业一切与竞争力相关的要素最终都要物化为产品进入各类市场展开竞争,在竞争中形成企业的品牌形象,然后通过品牌形象展开进一步的竞争。因此,浙商企业的竞争力可以等同于浙商产品竞争力。

浙商的行业竞争力是所有生产同类产品或具有较大可替代性产品的浙商企业竞争力的总和,它通过与其他区域同一行业在市场份额和获利能力方面的比较表现出来。与浙商企业竞争力不同,浙商行业竞争力是一个集合概念,浙商行业竞争力不仅取决于行业内每个企业的竞争力,还取决于企业之间的竞争程度。企业之间的竞争会强化某个企业的竞争力而减弱行业的整体竞争力,如杭州分水制笔行业有600余家制笔企业,各企业之间的竞争就削弱了整个行业的对外谈判力;再如浙江的化学纤维制造业和纺织业在全国具有竞争优势的就有绍兴、嘉兴、杭州三个地区,如果这三个地区的化纤制品和纺织品没有差异,就会互相竞争,削弱浙商化纤和纺织行业的竞争力。

浙商的产业竞争力是若干个相同性质的行业竞争力的总和。关于产业和行业的区分,现在并无统一定论。通常是根据经济活动性质的差异性进行划分,差异大的称产业,如三次产业的划分,差异小的称行业,如第二产业内部各行业的划分。产业竞争优势最终也要体现于企业产品竞争力,但产业集聚、产业结构和产业组织等超越微观经济层面的新因素也会影响产业竞争力,成为提升产业竞争力的重要手段。

浙商的区域竞争力是指浙江区域内所有产业竞争力及其影响因素的总和,与狭义的浙商竞争力、浙商国内竞争力同义。浙商区域竞争力是一个含有时间维度的立体空间概念,具体指浙商在竞争和发展的过程中与其他区域相比较所具有的吸引、争夺、拥有、控制和转化资源的能力,以及争夺、占领和控制市场的能力,是浙商使用资源能力和争夺市场能力的总和,是浙商及其全浙江人力资源竞争力、制度竞争力和技术竞争力的综合体现。

浙商国际竞争力是在国际范围内比较的浙商竞争力,其竞争对手是世界各国的同类企业。浙商国际竞争力的构成因素比国内竞争力要复杂,因为在国际市场上,浙商产品的竞争力除了受自身因素的影响外,进口国的需求和外贸政策、国际贸易惯例与规则、国际资本市场状况、国际运输体系以及国际安全状况等也会发生作用,这些因素是浙商国际竞争力的外生因素,其变动

基本不受浙江的影响。

3. 浙商竞争力优势的构成

浙商是中国制度创新以后出现的区域性商帮,在浙江制度创新先发优势的环境下,迅速生成了自身特有的竞争优势,以下从主体性优势、制度性优势和技术性优势三方面作一概要分析。

浙商竞争力主体性优势主要是指拥有大量优秀企业家。浙江的企业家与其他商帮相比有着鲜明的个性特征,其吃苦精神、学习能力、创新能力和商业嗅觉都十分出色。自18世纪30年代康替龙提出企业家概念以来,尽管学术界对企业家的定义观点不一,但对于企业家在经济系统中有着重要作用却是高度认同的。^①徐旻等(2009)通过对我国30个省区的面板数据分析,也发现企业家人力资本对我国地区经济发展存在显著影响。而浙江拥有全国比重最大的企业家群体。据统计,浙商已经连续多年领跑中国民营企业500强排行榜,按人口平均,浙江每万人拥有中国民营企业500强比例(不包括浙商在外省创办的500强企业),是全国平均数的10倍以上。截至2009年11月底,浙江省每万人中企业家人数达111.2人,位居全国各省市首位;到2010年10月,浙江在册民营企业已达633917户。

浙商竞争力的制度性优势主要是所有制和资源配置制度的创新。浙江较早地建立了包含民营化在内的市场经济制度,形成了一个有效的制度环境。浙江如果没有这样一个制度环境,就不会产生企业家群体,或即使产生也不会有用武之地。浙商竞争力的制度性优势一方面来自生产资料所有制多元化,一方面来自市场经济体制。这两种制度世上早已有之、并非浙商独创,关键在于浙江是在特定的时间和环境中率先实行。浙江经济问题专家朱家良(1998)指出,浙江的制度变迁和经济发展的一个比较显著的特征是民营企业的起步和市场的发育较全国绝大多数地区领先一步,成为区域经济发展中的主要推动力量。著名经济学家史晋川(2004)也指出:“浙江模式”不仅仅是区域经济的发展模式,同时也是以区域局部突破为特征的经济制度创新模式。浙江制度创新“领先一步”尽管有风险,但也尽得制度创新的先发收益。在新的制度环境下,浙江种种经济发展潜能充分调动和发挥出来,浙商生产的产品迅速占领了国内市场,形成国内竞争力;浙商竞争力的企业家优势和制度优势与中国劳动力成本优势相集合,浙商制造的一些产品就拥有了国际竞争力。

^① 奥地利学派的企业家理论和国内学者张维迎、杨其仁、朱海就等学者的著作对这个问题都有深入系统的论述。

浙商竞争力的技术性优势主要是拥有大量产业集群和高效的流通网络。浙商制造业的最大特色是产业集群或块状经济。产业集群大大降低了生产成本和交易成本,极大地提高了产品的性价比,使浙商生产的产品具有很强的竞争力。以专业市场和信息捕捉为主要内容的浙商流通网络是浙商技术性竞争力最重要的部分,在一定意义上说,浙商技术性竞争力最大的优势不在生产而在流通,不在流通中的购买环节而在销售环节,不在销售环节中的硬件而在销售环节中的软件,即浙商多年积累的销售信息和开拓的销售渠道。产业集群和流通网络的高度结合奠定了浙商技术性竞争优势的基础,浙商所有以产业集聚和流通网络为依托的行业都具有明显的竞争优势。如化学化纤制造业、纺织业、纺织服装业、皮革、毛皮、羽毛(绒)及其制品业、文教体育用品、家具制造等产业在全国都具有较大的优势;电气机械及器材制造业、仪器仪表及文化、办公用机械制造业等也具有一定优势。以纺织服装业为例,2009年其产值区位熵为1.757,单位数量区位熵为1.281,从业人员区位熵为1.630,综合区位熵为1.556,产业专业化程度约为国家平均水平的1.5倍,在生产能力、人力资本积累及企业规模数量上均有显著优势。^①

此外,浙商还拥有一项综合性优势,这就是比较和谐的劳资关系。劳资关系受人的素质、制度设计和技术因素的影响,因此是综合性的。经济活动是以人为主体的社会活动,具有社会群体特性的人的活动必然受制于人际关系,因此,劳资关系必然影响竞争力。劳资关系主要通过影响劳动者生产积极性和创造精神来影响经济主体的经济行为和企业绩效,冲突程度高的劳资关系必然增加生产要素的无效耗费从而降低竞争力,和谐程度高的劳资关系必然提高劳动效率从而提高竞争力。中国社会科学院的一项研究显示:单位GDP的劳动争议受理数,全国为1.9,浙江为1.35;单位GDP的劳动争议涉及劳动者人数,全国为5.59,浙江为2.40,表明浙江省的劳资关系和谐度明显位于全国前列。

三、提升浙商竞争力:问题和行为

浙江经济经过30余年快速增长,各种潜能逐渐释放,与此同时,保持和提升浙商竞争力的种种制约因素也开始发挥作用,产生出种种问题。

1. 浙商竞争力存在的问题

(1) 主体性问题。主要是如何保持和扩大企业家群体,以及吸引优质人

^① 此结论系张宗和、陈明鑫运用国际通行的区位熵法分析浙商竞争力在全国的地位所得出的结果,数据来源浙江统计年鉴2010年。

力资本。浙商竞争力最主要的来源是拥有强大的企业家队伍。现在浙江一些杰出的浙商年事已高,而企业家的才能和威望都不能天然继承,单纯以血缘关系继承企业权力的第二代浙商不能自然而然成为杰出企业家。浙商大部分实行传统家族制,这种企业制度阻碍了社会优质人力资本进入企业。近些年虽涌现大量新生浙商,但其老练成熟尚有待时日。部分浙商的经营理念 and 知识陈旧落伍,机会主义倾向严重,缺乏社会责任感,现在浙商存在的企业规模小、技术升级慢、资金短缺和游资过剩并存、决策和管理水平滞后、放弃实业投机经营、缺乏核心技术等影响竞争力的问题,除有环境和制度原因外,大都与此相关。还有一个问题是,如何克服劳动力短缺,应对刘易斯拐点的到来。中国刘易斯拐点的到来已初见端倪,浙江在最低工资和平均工资不断提高的同时,求人倍率高居不下,2009年第一季度为1.63,2010年最高时达1.99,2011年第一季度仍高达1.87,劳动力短缺已经成为常态,招工难、留人难成为目前制约浙商竞争力提升的重要因素。^①因此,浙商如何继续保有强大的优秀企业家队伍和吸引优质人力资本的能力,是浙商保持和提升竞争力的首要问题。

(2) 制度性问题。主要是如何应对制度先发优势衰减,不断获取制度创新红利。制度创新具有成本低、收益大的特征,但是一般来说,学习新制度的成本也很低,因此制度外溢的速度很快,而新制度一旦普及,原创地的制度竞争优势便会丧失殆尽。原创地要保持制度先发优势,就要不断创新。浙商以发展民营经济先行一步取得的竞争优势,随着民营经济在全国的发展现已所剩无几。如果不能在制度先发优势时期积累物质资本和人力资本,建立技术创新、产业结构升级和资源有效配置的长效机制,那么,在制度优势丧失之后,整体竞争力也会丧失,温州经济便是如此。如果要持续获得制度性竞争力,就要持续地进行制度创新。因此,浙江如何在产权制度、金融制度、流通制度、开放制度、教育制度、公共管理制度等方面继续创新,是提升浙商竞争力的又一大问题。

(3) 技术性问题。主要是如何提高技术创新整体水平,从仿造为主转向自主研究开发为主,有效提升产品技术层次,破解产业价值链低端锁定问题。浙商技术自主创新能力与江苏、上海、广东等省市有明显差距。^②近三年来,浙江省共申请专利267461项,其中发明专利37250项。共授权专利174969

^① 此结论系张宗和和彭昌奇进行系统研究后得出,参看《区域技术创新能力影响因素的实证分析——基于全国三十个省市区的面板数据》,《中国工业经济》,2009年第11期。

^② 数据来自浙江省就业管理服务局公布的2009年第三季度至2011年第一季度浙江省部分市县人力资源市场供求状况分析报告。