



改革开放30年
广东专业镇发展
案例研究丛书

产业集群 与区域品牌

——古镇灯饰集群研究

杨宇帆 著

广东省出版集团
广东人民出版社



改革开放30年
广东专业镇发展 ▶
案例研究丛书

广东省哲学社会科学“十一五”规划2007年度特别委托项目

产业集群 与区域品牌

——古镇灯饰集群研究

杨宇帆 著

广东省出版集团
广东人民出版社
· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

产业集群与区域品牌：古镇灯饰集群研究/杨宇帆著. —广州：
广东人民出版社，2010.4

(改革开放30年广东专业镇发展案例研究丛书)


ISBN 978-7-218-06639-4

I. ①产… II. ①杨… III. ①灯具-制造业-经济发展-
研究-东莞市 IV. ①F426.89

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 003096 号

产业集群与区域品牌——古镇灯饰集群研究

杨宇帆 著

 版权所有 翻印必究

出版人：金炳亮

责任编辑：黎捷

封面设计：张力平 张竹媛

责任技编：周杰

出版发行：广东人民出版社

地址：广州市大沙头四马路10号（邮政编码：510102）

电话：(020) 83798714（总编室）

传真：(020) 83780199

网址：<http://www.gdpph.com>

经销：广东省出版集团图书发行有限公司（www.gdpgfx.com）

印刷：佛山市浩文彩色印刷有限公司

书号：ISBN 978-7-218-06639-4

开本：787mm × 1092mm 1/16

印张：13.75 插页：1 字数：184千字

版次：2010年4月第1版 2010年4月第1次印刷

定价：28.00元

如发现印装质量问题影响阅读，请与出版社（020-83795749）联系调换。

售书热线：(020) 83790604 83791487 邮购：(020) 89667808

编辑委员会

主 任 林 雄 郑德涛

副 主 任 蒋 斌 梁庆寅 田 丰 黄尚立

编 委 (按姓氏笔画为序)

丁晋清 王 珺 丘海雄 杜新山

李仲飞 李夏铭 李新春 邹卫东

金炳亮 郑 毅 符正平 梁 琦

储小平 蔡 禾

目 录

引 子 / 1

第一章 古镇社会的历史变迁 / 7

- 一、古镇社会的地理行政变迁 / 9
 - (一) 地理变迁和行政区划 / 9
 - (二) 社会形成与居民来源 / 10
 - (三) 方言渊源 / 10
 - (四) 人口变化 / 10
- 二、古镇的经济发展 / 11
 - (一) 农业的发展 / 11
 - (二) 工商业的发展 / 16
- 三、古镇人生活的巨大变化 / 22
 - (一) 居民收入与消费 / 22
 - (二) 福利体制的建立 / 24
 - (三) 城市化建设 / 26

第二章 古镇灯饰产业的萌芽 / 33

- 一、乡镇企业的出现 / 33
 - (一) 农村经济改革政策，乡镇企业的发展 / 36
 - (二) 第一代企业家的成长 / 39



二、灯饰产业的萌芽 / 47

(一) 我国家电业的发展 / 47

(二) 消费意识的变化与市场需求 / 48

三、小结：改革开放是古镇工业发展的原动力 / 51

第三章 灯饰专业镇的形成 / 54

一、私营企业与古镇灯饰产业发展 / 54

(一) 私营企业的发展 / 54

(二) 古镇政府对私营企业的扶持 / 60

二、外来灯饰企业的进入 / 69

(一) 温州的信誉危机与其灯饰产业的南迁 / 69

(二) 香港、台湾灯饰业的影响 / 73

三、古镇灯饰产业集群的形成 / 76

(一) 灯饰产业的特色 / 76

(二) 优越的区位优势 / 77

(三) 政府的扶持 / 77

(四) 古镇的传统文化 / 78

(五) 古镇的媒体行业很发达 / 79

四、小结：产业集群向心力的形成 / 80

(一) 市场机会 / 81

(二) 信任和协作 / 82

(三) 创新环境 / 82

(四) 收益递增 / 83

第四章 灯饰配件业的发展 / 84

一、灯饰配件市场的现状与特点 / 87

(一) 古一村水晶配件市场 / 87

(二) 古二村玻璃和 LED 配件市场 / 88



- (三) 七坊村螺丝和水晶配件市场 / 89
 - (四) 曹兴路节能灯毛管配件和玻璃灯罩配件市场 / 90
 - 二、灯饰配件市场的问题 / 91
 - (一) 原料价格上涨与利润空间的缩小 / 91
 - (二) 收款难 / 92
 - (三) 采购员与老板们的博弈：回扣的利弊 / 93
 - (四) 神秘莫测的报价 / 94
 - (五) 偷梁换柱 / 94
 - (六) 虚设的服务 / 94
 - (七) 质量以次充好 / 95
 - (八) 灯具配件短斤少两 / 96
 - (九) 小结 / 97
 - 三、灯饰配件生产企业 / 98
 - (一) 本土配件业：五金配件 / 98
 - (二) 浙江人的水晶配件 / 99
 - (三) 灯饰配件生产企业的主要问题 / 100
 - 四、供应链管理与品牌价值的建立 / 100
 - (一) 供应链管理的重要性 / 100
 - (二) 品牌对企业的意义与价值 / 103
- 第五章 “中国灯饰之都”品牌的确立 / 106**
- 一、消费市场的变化 / 107
 - (一) 消费者收入的变化 / 108
 - (二) 中国住房的市场化改革 / 109
 - (三) 会展经济的影响 / 113
 - (四) 古镇镇政府的支持 / 118
 - 二、灯博会开创了古镇灯饰产业的新纪元 / 122
 - (一) 第一届灯博会：让世界认识古镇 / 124



(二) 第二届灯博会：让古镇灯饰走向世界 / 126

(三) 第三届灯博会：开拓市场 / 128

(四) 第四届灯博会：建立品牌优势 / 130

(五) 第五届灯博会：国际化的特点 / 131

(六) 第六届灯博会：市场化特点 / 132

三、“中国灯饰之都”确立了古镇灯饰专业镇的品牌 / 135

(一) 建立“中国灯饰之都”区域名牌——古镇整体形象 / 135

(二) 打造“中国（古镇）国际灯饰博览会”的国际会展品牌 / 136

(三) 创建“古镇灯饰”品牌，提升古镇灯饰产业的整体水平 / 136

(四) 形成古镇灯饰企业创名牌集群 / 137

四、小结：品牌的力量 / 140

(一) 品牌的属性 / 140

(二) 专业镇集群品牌的主要作用和功能 / 142

第六章 引进营销新理念 / 144

一、华艺集团的成长历程 / 145

(一) 引言 / 145

(二) 公司发展历程 / 145

(三) 品牌建设与产品多元化经营 / 150

二、开元灯饰集团的渠道创新 / 156

三、广东欧普照明有限公司的品牌之路 / 168

第七章 古镇产业集群的特征 / 178

一、古镇灯饰产业集群的产品特点 / 179



二、空间特征 / 182	
三、产业特征 / 184	
四、组织特征 / 185	
五、经济特征 / 188	
(一) 规模经济 / 188	
(二) 外部经济 / 189	
六、发展特征 / 191	
七、环境特征 / 192	
(一) 基础设施建设向灯饰业倾斜 / 193	
(二) 规范市场营销环境 / 193	
(三) 提升企业科技水平 / 194	
第八章 灯饰产业集群的可持续发展展望 / 195	
一、重新认识地方政府在产业集群发展中的作用 / 195	
二、地方政府如何重新定位区域品牌的价值 / 197	
三、构建古镇灯饰区域品牌的发展战略 / 201	
(一) 加强对产业集群的管理和服务 / 201	
(二) 加强以市场为导向、龙头企业为主的区域品 牌建设 / 205	
后 记 / 208	

20 世纪 80 年代，古镇从农业型生产社会直接进入高度工业化阶段，而且这个过程非常快，在这一进化过程中古镇政府对灯饰产业集群的发展起到的促进作用不容忽视。对于地方政府来说，产业的发展是地区发展的一个火车头，它能带动其他相关产业的发展，促进城市化进程并提高人民生活水平。科特勒在《看中国与亚洲》一书中指出，一个增长的地区有以下三个特点：（1）新工业的起步；（2）就业机会的增加；（3）生活质量的提高。^①一般地区的发展大致都会经历这一过程，古镇也经历了这一历史发展过程。20 个世纪 90 年代开始，随着古镇灯饰产业集群的出现，古镇人口增加结构发生了巨变，外来人口的增长远远大于本地人口的增长。人民生活水平大大提高，古镇的人均收入和社会福利远远高于广东省的其他地区。

经过十多年的发展，古镇从一个毫无灯饰制造背景的农村发展成为今天这样一个占全国灯饰产品市场一半以上份额的灯饰专业镇。它是如何一步一步走向成功的呢？

1999 年 10 月，古镇镇政府不惜花费 2000 万元，以“让世界认识古镇，让古镇灯饰走向世界”为主题口号主办了第一届灯饰博览

^① 菲利普·科特勒等著，罗汉、汪金玲等译：《看中国与亚洲》，海南出版社 2002 年版，第 37 页。



会——中国（古镇）国际灯饰博览会。博览会带动了古镇灯饰产业的迅速发展，1999年底，灯饰企业达到1000家左右，从业人员超过2万人，当年，灯饰产品销售额占国内市场总销售量的46%以上，约占全国灯具市场的1/5。

第一届灯饰博会最具深远的意义是提高了古镇在国内同行业中的影响力。温州灯饰企业受“灯博会”的影响，出现了集体迁来古镇的动向，这直接导致了在全国灯饰流通市场占1/4份额的温州灯饰产业的衰落，全国灯饰产业的格局发生了天翻地覆的变化，古镇超越了当时中国的灯老大——温州。

2000年古镇镇政府将代表古镇灯饰产业的“古镇+图”（如图引-1所示）作为整个区域的商标向国家商标局申请注册并获批准，从此“古镇灯饰”作为一个行业的区域品牌而正式受到法律保护。为了使“古镇灯饰”这一集体品牌有效地运用，镇有关部门还专门制定了一套严格的管理办法，即《“古镇+图”商标推广使用管理办法》。该管理办法规定：所有申请使用该商标的产品必须符合国家标准要求，申请企业必须持有独立的注册商标，两年内无违法违规经营行为；申报企业必须连续三年在市级或以上质量检测机构检验合格，才有资格申请使用“古镇灯饰”商标。对获得省级以上名牌名标产品或生产企业，给予优先申请使用；对未获“准用企业”而擅自使用该商标的企业和个人，将报请相关部门依法惩处或向法院起诉。《“古镇+图”商标推广使用管理办法》的制定提升了古镇灯饰产业集群的竞争优势。



图引-1 古镇灯饰商标



2002年10月,中国轻工业联合会、中国照明电器协会联合授予古镇“中国灯饰之都”的荣誉称号(如图引-2所示),该称号的授予确立了古镇灯饰产业在中国灯饰业中的崇高地位,使“古镇灯饰”的区域品牌得到行业的公认。



图引-2 “中国灯饰之都”的匾额

2004镇政府为扩大古镇灯饰在行业的影响力,在中山市科技局的大力支持下,投入100多万元建成“中国灯都(lightingcapital)”网站和“中国灯饰商贸网(lighting86)”。目前,“中国灯饰商贸网”已汇集了全球30000多家专业灯饰会员、80000多件灯饰产品,日均浏览量超过200000人次,被世界网站评估权威机构Alexa认定为灯饰行业排名第一。^①

2005年的灯饰博览会上提出古镇需要建造一个既形象又美观的标志性建筑,来展现灯饰之都的品牌精神和魅力,即“世纪灯王”的设想。世纪灯王建设将成为灯都的一张名片。它不仅是古镇的标志性建筑,也是中山市乃至珠江三角洲地区的标志性建筑。

灯王建设可以推动特色区域经济发展和产业升级。古镇以灯饰产业闻名于世,灯王的建设将更进一步巩固古镇作为全国最大灯饰生产基地及销售市场之一的地位,使“中国灯饰之都”在国内外的

^① 古镇镇人民政府:《在推进灯饰专业镇建设的主要工作情况及设想》2007年5月8日。

声誉大大提升，对提高古镇灯饰产品在消费者中的知名度和认同度、确立古镇灯饰的品牌形象、占领灯饰销售终端市场有着巨大的促进作用，从而达到扩大古镇灯饰产业的市场占有率和规模，促进生产企业改进技术和管理，提高产量和质量，最终推动特色经济的发展的目的。

2006年古镇镇政府为了进一步提升“古镇灯饰”品牌的知名度和竞争力，将“古镇灯饰”作为古镇灯饰产业的整体品牌申请广东省著名商标，它将进一步巩固古镇灯饰行业的龙头地位，同时为古镇的产业集群品牌做大做强奠定坚实基础。

除了“古镇灯饰”这个区域品牌以外，企业也开始重视品牌建设，现在古镇已经有“百佳”、“欧普”、“古镇”等11个商标被认定为“广东省著名商标”，其中欧普照明有限公司的“欧普”商标还被认定为国家驰名商标。^①目前，全镇已有1300多家企业的1800多种产品获得国家3C认证，400多家企业的600多种产品获得UL、GS等国际产品质量认证，70多家企业获得ISO9001系列质量管理体系认证。同时，全镇有15家企业的20种产品获得国际标准认证，8家灯饰企业9类产品获得国家免检产品称号。质量擦亮了“中国灯饰之都”的招牌，让中国灯饰之都越来越多人认识和了解。

经过十几年的不断努力，古镇灯饰行业的规模不断壮大，国内外的知名度和影响力不断提高，竞争力明显增强，市场占有率不断扩大，综合实力明显增强。同时，经过近10多年的引导和扶持，古镇沿新兴大道形成了约7公里长的“灯饰一条街”，共有灯饰门市600余家，统一整治了广告招牌，扩宽沿线公路，搞好基础设施建设，加强综合管理。灯饰一条街的规模不断壮大，为灯饰行业的长远发展提供了良好的场所。

目前，古镇正加快中心城区的规划建设力度，并将与灯饰业发展密切相关的建筑工程，如灯饰广场、灯饰博物馆、灯王等纳入中

^① 古镇工商分局：《古镇分局积极实施商标战略》2008年8月11日。



心城区的重点建设项目。有关人士称，在古镇，灯饰行业经过多年发展，已形成了明显的区域优势，是国内最大的灯饰专业生产基地和批发市场，已成为世界性几大灯饰专业市场之一。

古镇区域品牌的建设经历了以下四个阶段：代表古镇整体形象的“中国灯饰之都”的整体地域品牌；代表古镇灯饰产业整体水平的“古镇灯饰”产品品牌；中国（古镇）国际灯饰博览会的国际会展品牌；古镇灯饰企业的自主品牌。本书希望通过回顾古镇 30 年的发展历程，介绍古镇灯饰区域品牌的发展过程。



古镇镇政府前广场夜景

链接

什么是区域品牌？区域品牌有哪些特征？^①

区域品牌是市场对某区域中某类产品的认可，是众多同类企业行为的综合体现，它为一群生产经营该类产品的企业所共同拥有。消费者通过该区域的名称联想到这类产品，它包括两个要素：一是区域性，一般限定在一个地区或一个城市内，带有强烈的地域特色，并为整个地区相关企业服务；二是品牌效应，往往代表一个地区产业产品的主题和形象。

^① 侯可：《区域品牌假设初探》，《科技与产业》2007年1月第7卷第1期。



区域品牌除了具有品牌的属性以外，还有以下几个特征：

1. 区域品牌不是以有形产品为依托，而是以某一特定的区域为载体。

2. 区域品牌并非由单个企业享受，而是区域内所有生产相同产品的相互关联的企业共同享有的一种无形资产。

3. 区域品牌与单个企业品牌相比更形象、直接，是区域内众多知名企业品牌精华的浓缩和提炼。具有更广泛的，代表性的品牌效应。

4. 对于单个企业而言，其产品的生命周期相对短暂，品牌效应也就难以持续，而集群中的企业遵循优胜劣汰的竞争规律，只要不是因为技术、需求以及自身条件等外部原因使集群衰退或转轨，区域品牌的效应是可以持久的。

第一章

古镇社会的历史变迁

古镇镇位于广东省中山市的西北面，毗邻港澳，是珠江三角洲经济区的重要腹地。北邻顺德市均安镇，西临西江下游，与江门市、新会市隔江相望，南与中山市横栏镇接壤，东与中山市小榄镇相邻，是四市的水陆交通交汇点，也是中山市通往粤西地区及海南岛的主要门户。

7

全镇总面积 47.8 平方公里，由曹步、古镇、海洲三大自然村落组成，故俗称“曹古海”，下辖 12 个行政村、1 个居委会。户籍人口 6.8 万人，外来人口超过 8 万人，^① 历来是外商投资和经济贸易合作的理想宝地。

就是这么一块弹丸之地，2006 年全年实现生产总值 48.38 亿元，比 2005 年增长 22.17%；工业总产值 154.35 亿元，增长 19.09%。表 1-1 是古镇镇、中山市、广州市 2007 年工业生产总值和人均生产总值的比较，值得关注的是古镇镇人均生产总值达到 87456 元，比广州的 71219 元高，是中山市平均值的 48395 元的 2 倍，这说明古镇镇人均创造的价值高，人民生活富裕。2006 年中山市各镇人均收入只有古镇镇和小榄镇超过万元，古镇镇达到 10550 元，在中山市排名第二。

^① 数据来源：《2007 年古镇年鉴》。



表 1-1 2007 年古镇镇、中山市、广州市的
工业总产值和人均生产总值的对比

	工业生产总产值	人均生产总值
古镇镇	59.47 亿元	87456 元
中山市	1210.69 亿元	48395 元
广州市	7050.78 亿元	71219 元

数据来源：古镇镇、中山市、广州市 2007 年统计年鉴。

8

由于经济和社会各项事业的全面发展，古镇相继赢得了“广东省首批工业卫星镇”、“首届全国投资环境百强乡镇”、“全国造林绿化百佳镇”、“广东省十大农业现代化示范区”、“国家卫生镇”、“广东省教育强镇”和“中国灯饰之都”等荣誉称号。^① 行走在古镇的大街上，你不得不为这个小镇漂亮的城镇建设所吸引，不得不为其大规模的环境建设所折服。从镇中心到海洲的大道是一条投资超千万元的六车道马路，道路中间整齐的绿色隔离带，两旁华美的



图 1-1 古镇主干道夜景

资料来源：古镇镇政府宣传办公室。

^① 请参看《附录》中的荣誉证书。