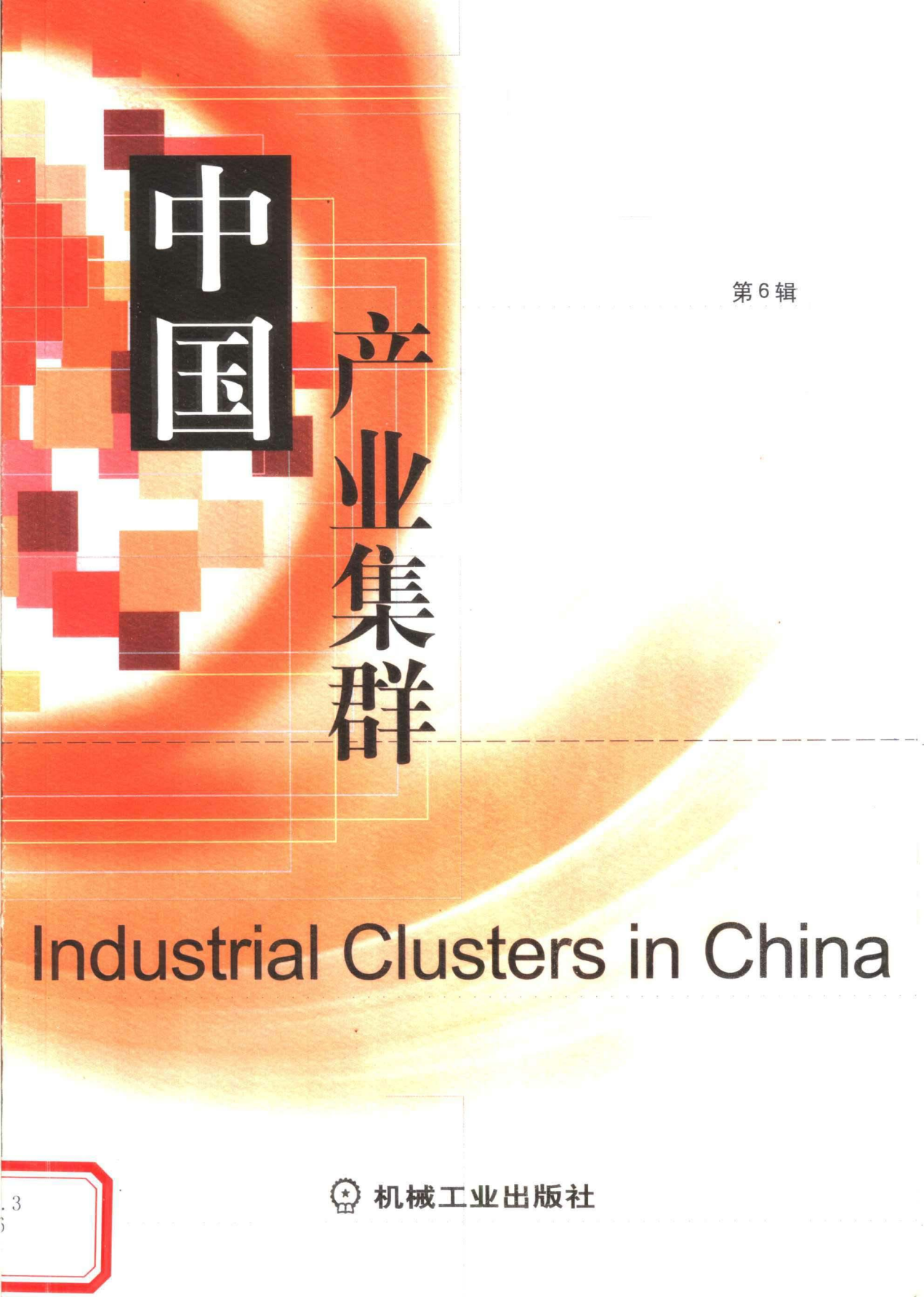




中国

产业集群

第6辑

Industrial Clusters in China



机械工业出版社

中国

产业集群

第6辑

顾强
主 编

Industrial Clusters in China

图书在版编目 (CIP) 数据

中国产业集群. 第6辑 / 顾强主编. —北京: 机械工业出版社, 2007.5
ISBN 978-7-111-21380-2

I. 中… II. 顾… III. 产业经济学—研究—中国 IV.F121.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 059078 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 赵奉杰

北京机工印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2007 年 5 月第 1 版·第 1 次印刷

787mm × 1092mm 1/16 · 11 印张 210 千字

定价: 30.00 元

通信地址: 北京市西城区百万庄大街 22 号中国产业集群编辑部 (100037)

电话: (010) 88379845 88379841

电子邮箱: industrycluster@163.com

网址: <http://www.industrycluster.com.cn>

编者按：本辑图书推出“产业集群技术平台”专题，通过对比国内外技术平台的建设和运营实践，为产业集群创新升级、完善服务体系提供借鉴。本辑还重点探讨了创意产业集群发展问题，也期望各地能冷静客观对待“创意产业热”。同时，本辑还刊发了国内外产业集群调查与思考方面的文章，提供了我国三大家电产业集群数据统计等方面的资料，供读者参考。

编者按

促进我国地方产业集群在全球价值链中加速升级	顾强	2
意大利产业区的真正服务中心	赵奉杰[编译]	14
台湾中小企业创新育成中心	应云进 郭人茵 王国勇	25
美国、日本、印度、中国香港小企业技术平台之小贴士篇	王峰丽	29
中小企业的“技术诊所”		
——江苏技术服务平台建设追踪	张乐夫	32
浙江省中小企业技术平台建设问卷调查与分析	沈金虎	37
产业集群创新升级的重要支撑		
——河北省中小企业技术平台建设纪实	张江乐	43
广东、浙江、北京小企业技术平台之小贴士篇	张燕	48
关于创意产业集群在大城市中发展的问题	王缉慈	54
文化创意集聚的空间特质与外部价值分析		
——以“798”艺术集聚区为例	魏鹏举	60
北京市部分区县未来文化创意产业发展缩影	中国产业集群编辑部	68
全国文化创意产业集聚区分布图之小贴士篇	任宝	71
从三个视角解读浙江与广东两省产业集群发展	广东省社会科学院	78
广东省两类企业集群的形成机制分析	龙志和	84
关于宁波市金融支持产业集群发展的情况调查	徐洪水	100
无锡市锡山区电动自行车产业集群透视分析	章红新	105
突出创新集群 加快成都高新区发展	成都高新技术产业开发区党工委管委会	110
福州CRT产业集群废物产生特征及管理模式实证研究	王玺 石磊	114
美欧日建设生态型工业园的经验借鉴	吴义国	122
德国产业集群发展与启示	驻德使馆经济组	127
台湾模具产业集群的经济分析	叶刚	132

广东省产业集群升级示范区认定管理暂行办法	广东省经济贸易委员会	142
北京市促进文化创意产业发展的若干政策	北京市发展和改革委员会	146
家电产业集群（山东省青岛市）	鞠恩民	152
家电产业集群（浙江省慈溪市）	李毅	156
家电产业集群（广东省佛山市顺德区）	任宝	160
产业集群相关会议一览	中国产业集群编辑部	164

Editor's Note

Promoting the Accelerative Upgrading of Chinese Regional Industrial Clusters in Global Value Chain

Gu Qiang 2

Real Service Centres in Italian Industrial Districts
Incubation Centers of SMEs in Taiwan

Zhao Fengjie[interpret] 14

Ying Yunjin, Guo Renhan,

Wang Guoyong 25

Tips on Technology Centres for SMEs in USA, Japan, India and Hongkong

Wang Fengli 29

The "Technology Clinic" for SMEs

——Report on the Development of Technology Services Centres in Jiangsu Province

Zhang Lefu 32

Questionnaire Survey and Analysis on the Development of Technology Centres for SMEs in Zhejiang Province
Important Support for Innovation and Upgradation of Industrial Clusters

Shen Jinhu 37

——On-The-Spot Record on the Development of Technology Centres for SMEs in Hebei Province

Zhang Jiangle 43

Tips on Technology Centres for SMEs in Guangdong, Zhejiang and Beijing

Zhang Yan 48

Problems on the Development of Creativity Industrial Clusters in Great Cities

Wang Jici 54

Analysis on Space Particularity and External Value of the Cultural Creativity Industrial Cluster

——A Case of the 798 Cultural District

Wei Pengju 60

General Development of Future Cultural Creativity Industries in some Counties and Districts of Beijing

Editorial Office of Industrial Clusters in China 68

Tips on the Profile of National Cultural Creativity Industrial Clusters

Ren Bao 71

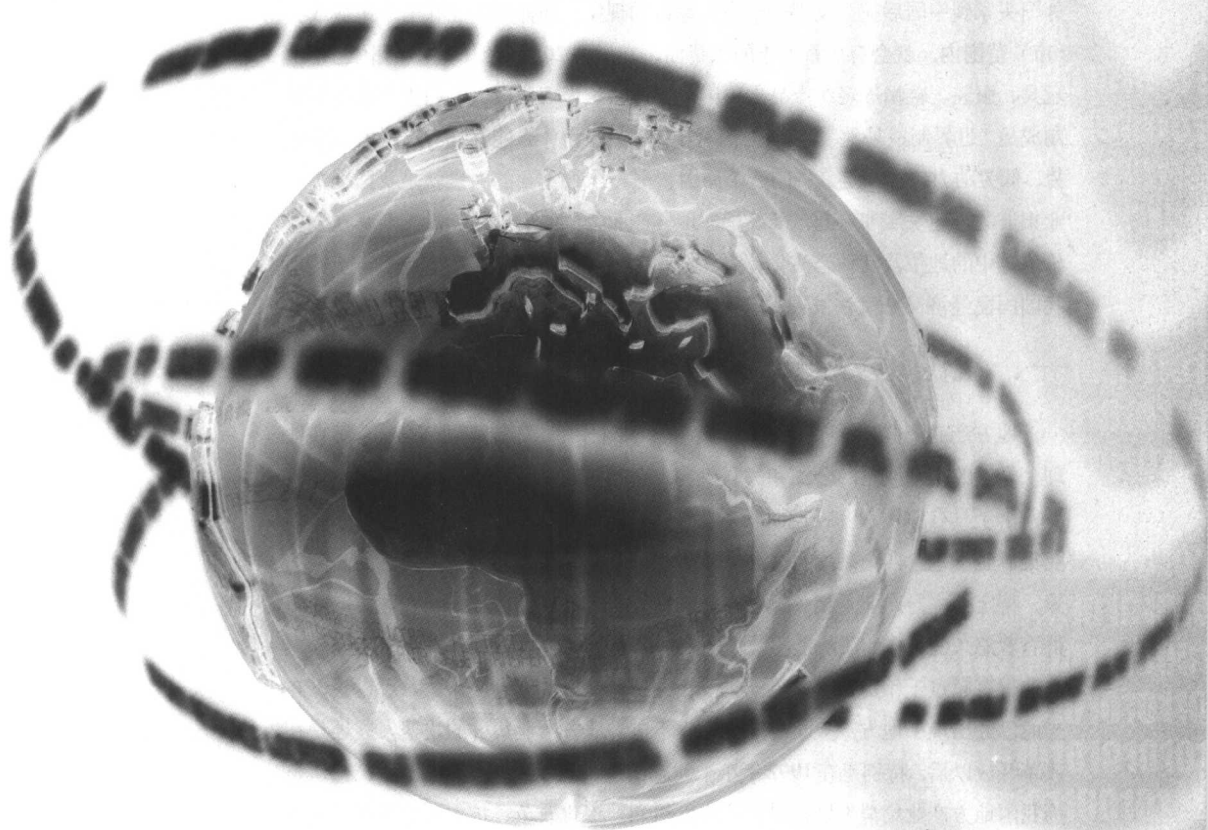
Interpretation on the Development of Industrial Clusters in Zhejiang and Guangdong Provinces from Three Aspects
Study on the Formation Mechanism of Two Kinds of Enterprise Clusters

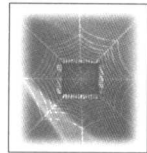
Academy of Social Sciences of Guangdong Province 78

Long Zhihe 84

Investigation on the Industrial Cluster and Its Financial Support in Ningbo	Xu Hongshui 100
Analysis on Electric Bicycle Industrial Clusters in Xishan District of Wuxi	Zhang Hongxin 105
Standing Out the Innovative Cluster; Speeding Up High-Tech Zones' Development in Chengdu	Administrative Committee of CCP Working Committee of the High-Tech Industrial Development Zone 110
Empirical Research on the Characteristics of Waste Produced and Waste Management Pattern of CRT Industrial Cluster in Fuzhou	WangXi, ShiLei 114
Experiences of Eco-industrial Parks' Development in USA, Europe and Japan	Wu Yiguo 122
The Development of Industrial Clusters and Its Experiences in Germany	Economic Group of the Embassy of P.R.C in Germany 127
Economic Analysis on Die Industrial Clusters in Waiwan	Ye Gang 132
Interim Measures for the Accrediting Administrative of Demonstration Areas of Upgrading Industrial Clusters in Guangdong Province	Economy & Trade Commission of Guangdong 142
Policies on Promoting the Development of the Cultural Creativity Industry	Development & Reform Commission of Beijing 146
Home Electrical Appliances Industrial Cluster in Qingdao, Shandong Province	Ju Enmin 152
Home Electrical Appliances Industrial Cluster in Cixi, Zhejiang Province	Li Yi 156
Home Electrical Appliances Industrial Cluster in Shunde District, Foshan City, Guangdong Province	Ren Bao 160
List of Conferences on Industrial Clusters	Editorial Office of Industrial Clusters in China 164

全球价值链是连续动态变化的，我国地方产业集群应以主动的方式不断改变自身在全球价值链中的地位，培育产业集群在核心环节的竞争优势，提高产业集群所在价值环节的进入壁垒，不断地调整嵌入全球价值链的方式，促进产业集群持续不断升级。





促进我国地方产业集群 在全球价值链中加速升级

顾强（国家发展和改革委员会）

自改革开放以来,我国生产制造的各类工业制成品在全球市场上随处可见,外国买家到中国后就会发现一个令人惊奇的现象,同样的产品在一个镇域或县(市)范围内,就会有成百上千的供货商。在过去 20 多年时间里,我国已经由玩具、服装、鞋帽等轻纺产品出口国,迅速成长为规模巨大、门类齐全的工业制成品“世界制造基地”。与其他国家相比,中国为什么能够具有这样的竞争优势,低劳动力成本只是其中的一个原因;另一个很重要的因素就是我国地方产业集群的迅速发展和崛起。准确把握地方产业集群的发展现状,判断其在全球价值链中的地位及其动态演化趋势,据此提出有针对性的对策措施,对于实现我国国民经济又好又快发展具有重要意义。

一、我国地方产业集群发展的基本状况

地方产业集群,也称作“块状经济”、“专业镇”、“产业簇群”,是一组在地理上靠近的相互联系的公司和关联机构,它们同处或相关于一个特定的产业领域。由于具有共性和互补性而联系在一起 (Porter, 1990)。一般而言,地方产业集群至少包含四个基本要素:一定数量的企业和关联机构,空间上的高度集聚,特定的主导产业及相关配套产业,良好的区位发展环境。在我国,产业集群有着悠久的历史。江西景德镇陶瓷产业已有 1400 年历史,江苏吴江盛泽丝绸产业也有超过千年历史,大量同类及相关企业在区域内高度聚集。可以说,在当时已经出现了地方产业集群的雏形。不过,地方产业集群的快速发展还是在改革开放以后,特别是在 1992 年小平同志南巡讲话以后。世界性产业结构调整为我国地方产业集群发展提供了历史性机遇,深化改革、扩大开放所激发的内在活力成为我国地方产业集群发展的最大推动力。



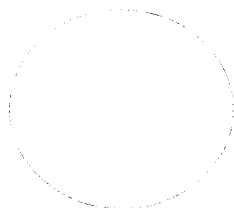


目前,我国地方产业集群主要集中在东部沿海发达地区的镇、县(市),特别是在珠江三角洲、长江三角洲和环渤海湾地区的核心区域。这三个区域已经催生了大量的地方产业集群,贡献了本区域50%以上的工业增加值。在珠三角和长三角地区,电子信息、纺织服装、玩具制鞋、家用电器产业集群等已经具备了世界级规模。地方产业集群已经成为区域和产业竞争力的重要来源,促进区域和产业发展的成功战略。当前,在中西部地区,产业集群发展迅速,加速了这些地区的工业化和城市化进程。仅以河南省为例,2005年加工制造业年产值1亿元以上的产业集群已达143个,集聚着6.27万家中小企业,创造了全省GDP的1/3。在四川、重庆、陕西等西部省市,通过充分挖掘本地资源优势,主动承接东部产业转移,产业集群态势明显,产业集群发展也开始快速起步。

我国地方产业集群已经覆盖到大部分传统产业、高技术领域和动画制作等新兴产业领域。在日用消费品领域,如皮革和制鞋、家具、休闲食品、制笔、灯具、塑料、陶瓷、眼镜、礼

品、文化与体育用品、手工艺品等等,都孕育了大量地方产业集群。在纺织服装行业,中国纺织工业协会已经命名了108个纺织、服装、化纤及纺织机械产业集群。在五金制品行业,经中国五金制品协会命名了23个产业集群,主要分布在广东、江苏、福建、山东和河北等省市,这些产业集群生产的五金制品产量占全国的70%。在电子信息产业,信息产业部推出了9个国家级信息产业基地,约占全国电子信息产业80%的产出。在上海、北京和其他一些大型中心城市,基于知识为基础的创意性产业也开始迅速涌现。

从发展起源看,我国地方产业集群主要有以下几种类型:一是境外移植型。从20世纪80年代早期开始,以外商投资(包括港澳台投资在内)为主导,在珠江三角洲发展了大量加工装配型产业集群,如深圳的钟表业和服装业、东莞的电子产品制造业等。目前,外商投资企业在全国进出口的比重已接近60%,相当部分外资在产业和区域的投资分布较为集中,如江



苏苏州电子信息产业集群。二是市场拉动型。在长江三角洲部分地区,从小型商品批发市场起步,市场与产业互动发展,出现了浙江绍兴轻纺市场及产业集群、义乌小商品市场及相关产业集群等。三是资源驱动型。一些地方产业集群依赖当地自然资源进行深加工发展壮大,如福建泉州的石材产业集群、河北唐山的陶瓷产业集群。四是企业裂变型。依托大企业并在大企业周边衍生出来的企业集群,如河南新乡长垣的起重机、江苏常州的硬质合金刀具产业集群。五是技术孵化型。北京中关村等区域依托于区域内的高等院校、科研机构以及外部的科技资源、产业基础,形成了一批高新技术产业集群。

我国地方产业集群引人瞩目的“深度”专业化促进了制造能力的迅速扩张,产业集群也越来越多地进入了全球生产系统和全球商品市场。在国际和国内市场上,我国地方产业集群已经形成了“中国制造”的整体形象。如,浙

江温州苍南的标牌产业占到了全国市场份额的45%,浙江嵊州领带占到全国的80%和全球的30%,广东东莞清溪的个人计算机生产占到全球的30%(Li & Fung, 2006)。从2006年美国进口中国制造品来看,排在前60个大类产品中,几乎都与地方产业集群有着密切的联系。位居前四位的类别分别是计算机相关产品、DVD等声像设备、电子计算机、收音机和电视机及个人无线通信设备等。这些产品的制造主要集中在上面提及的珠江三角洲、长江三角洲和环渤海地区中的电子产业集群,如江苏昆山、吴江的电子信息产业集群,天津开发区内的个人通信设备产业集群,深圳的信息产业制造集群等,这些主要是外商投资为主的境外移植型产业集群。位居第五位至第十位的主要是球类、玩具和童车,杂项产品、印刷电路板、办公家具、女式皮鞋、女式外衣等,这些产品同样集中在沿海地区的地方产业集群,如广东东莞、佛山的家具产业集群,江苏昆山的童车产业集群、浙江温州的皮鞋产业集群等。从上面的分析中可以看到,“Made In China”(中国制造)还可以说是“中国产业集群制造”。



二、我国地方产业集群在全球价值链中的地位和面临的严峻挑战

(一) 全球价值链治理与产业升级路径

全球化是一种现象，表示在地理上分散于全球的经济活动开始整合或一体化 (Dicken, 1998)。Porter (1985) 认为公司价值创造过程主要是由基本活动 (含生产、营销、运输和售后服务等) 和支持性活动 (含原材料供应、技术、人力资源和财务等) 两部分完成，由此构成公司价值创造的行为链条——价值链。全球价值链 (Global Value Chain) 是指跨国企业在全世界范围内不同节点进行的各种增值活动的组织过程及其价值在不同环节的分配规则，一般包括了公司内部服务、研发、品牌策划、原材料采购、生产装配、分销及零售、售后服务等环节。“贸易的全球整合”和“生产的全球解构”的辩证统一是全球价值链体系的关键特征 (Feenstra, 1998)。全球化背景下的世界经济体系好比“一串串珍珠”，将颗颗“珍珠” (地方产业集群) 串起的条条“金线”就是全球价值链 (刘曙光等, 2004)。这样，区域产业的发展问题就需要从区域内的经济合作和全球范围的经济互动两方面来考虑 (张辉, 2006)。事实上，经济全球化的一个结果是经济活动的全球化 (Globalization)——跨国公司在全球范围内推动国际分工从按产品分工转变为按要素分工，从产业间分工转变为价值链分工；另一个结果是经济活动的地方化 (Localization)——现实中参与全球价值链的环节一般并不是单个企业而是地方产业集群，而且，地方产业集群成为联结跨国公司和区域经济的重要载体。

全球价值链包含三个基本要素：进入壁垒和租金^①、治理模式和不同类型的价值链 (Kaplinsky et al, 2003)。Gereffi (2005) 将全球价值链治理模式分为市场型 (Markets)、模块型 (Modular value chains)、关系型 (Relational value chains)、领导型 (Captive value chains) 和等级制 (Hierarchy) 等五种类型，对应于每一种类型，不同企业在价值链中扮演着不同角色，遵循着不同的游戏规则。Kaplinsky (2003) 还进一步提出全球价值链治理类似于民主政府三权分立模式，即在价值链中存在立法、司法及行政三个角色，不同的角色定位决定了企业在价值链中的分工地位。如，Intel 公司在半导体产业中定义了不少产业标准，它在整个产业中就扮演着“立法机关”的角色；而处于海外分包和合同制造的厂商就是“立法机关”的“执行机构”；跨国分销商则是按法律标准进行采购的“司法机关”。全球价值链治理的实质是游戏规则或制度

^① 这里包括各种形式的租金，一部分是企业内生的，最典型的的就是熊比特租金，如技术创新；另外一类是在价值链外生的租金，如来自于网络型企业群体的关系型租金。有的把企业家精神和政府政策称为经济租金。



是由谁来制定和主导。从全球市场特别是发达国家市场来看,即使全球分工不再有任何有形和无形的障碍,发展中国家的企业也不可能自动地进入全球市场,因为任何产业在全球都被有限的几个企业所治理或控制(Humphrey et al, 2000b)。这些“有限的几个企业”,本文暂且称作为领导者企业,其主导着相关产业全球价值链的核心环节,控制着价值链的附加值分配。事实上,这些领导者企业包括了巨型分销商、品牌巨头、具有核心技术和能力的巨型企业等。领导者企业在全球价值链中的控制能力很大程度上来源于研发、设计、品牌和市场渠道等无形竞争力;相反,被控制的企业或环节一般都处于低附加值和高竞争性环节,获得较低的附加值。如,全球种植咖啡的国家有50多个,参与的农民达2500万人,成品咖啡市场的70%集中在雀巢等10家跨国公司,凭借着消费品牌和营销网络控制着全球咖啡市场,结果是几乎所有种植咖啡的农民都无利可图,而星巴克等寡头企业则赚得盆满钵满。这表明,谁抓住了价值链的核心环节,谁就抓住了整个价值链,谁也就控制了该行业,即由谁来治理这条价值链(章文光, 2004)。当然,随着市场竞争的变动,价值链核心环节也将动态变化和演进。

从全球价值链角度研究产业升级,指的是已处于价值链之中或尚未嵌入的企业通过嵌入价值链获取技术进步和市场联系,从而提高核心能力,进入到增加值更高的经济活动之中。

产业升级主要有四种方式:流程升级、产品升级、功能升级和价值链升级(Kaplinsky, 2003)。理论界普遍认为产业升级一般是遵循从流程升级到产品升级,再到功能升级,最后到价值链升级。但应强调指出,产业升级轨迹并不是完全依照这一规律,例如,当技术出现突破性创新时,升级轨迹可能突破常规方式。Wortzel (1981)区分了不同的升级战略:即贴牌制造(Original equipment manufacture)、自主设计制造(Original design manufacture)、自主品牌制造(Original brand manufacture),发展中国家的企业可以沿着这一路径实现产业升级。但是,产业升级的每一个阶段都需要有具备相应的核心能力。如,自主品牌制造不仅需要大量设计和研发人员,还需要市场渠道、营销策划等方面的人力资源。地方产业集群除了沿着传统路径实现产业升级,更要关注整个价值链的各个环节和支撑体系,选择若干节点实行突破;同时,也需要实行系统的战略措施加以整体推动。

(二) 对我国地方产业集群在全球价值链分工地位的基本判断

从全球价值链和地方产业集群的视角来看,我国地方产业集群基本上是劳动密集、低技术含量和出口导向的,其进一步发展将面临越来越严峻的挑战。

1. 我国地方产业集群优势主要集中在加工和装配环节。一般而言,跨国公司控制着全球价值链的高端环节,如总体设计、核心技术、专业服务、市场营销等,从而获取技术租



金、人力资源租金、组织租金和营销租金等。我国地方产业集群企业主要处于制造和加工环节，在价值链中往往处于低端，获得较低的附加值。美国华尔街月刊^①曾报道，Logi-tech 公司在中国苏州生产的无线鼠标零售价为 40 美元，Logi-tech 通过设计、组织生产和品牌推广可以获得 8 美元，芯片和传感器制造商可以获得 14 美元，零售和批发环节可得 15 美元，而作为中国的苏州，只能获得工资、动力、物流等所有的费用 3 美元。我国虽然在家电领域中彩电、冰箱、空调、洗衣机和 VCD 等行业有很高的市场占有率，但是在集成电路（IC）、数码技术等方面，国内企业基本不具备优势。如，在美国销售的 DVD 大部分是中国制造的，但由于不掌握解码器核心技术，尽管 2006 年在美销售中国产品均价仅有 12 美元，但每台却要交给解码器专利公司 2.5 美元。现在越来越多的零部件已经转移到中国生产，但也主要是合同生产，仅能赚取微薄的加工费。台湾电子巨头施振荣提出的“微笑”曲线，这正是中国一般加工制造企业的真实写照。

2. 我国地方产业集群及其企业越来越受制于全球买家。2006 年我国商品出口接近 1 万亿美元，但是在发达国家市场上出现的一个重要趋势是，具有超强实力的全球分销巨头在控制市场及价格谈判中的地位日趋增强。如，Wal-Mart 的销售额由 2000 年的 1668 亿美元上升到 2005 年的 3156 亿美元。在电子和办公设备市场、食品和药品、医疗卫生、杂货等领域，大型批发巨头占有重要地位。2005 年有 53 个企业进入美国财富杂志（Fortune）美国企业 1000 强，其中排在电子和办公设备市场第一位的 Ingram Micro 的销售额为 288 亿美元，排在食品和药品第一位的 Kroger 的销售额达 605 亿美元，排在医疗卫生第一位的 McKesson 的销售额达 805 亿美元，最大的杂货店 Genuine Parts 销售都达 98 亿美元^②。再以美国服装市场为例，2005 年，Wal-Mart 的市场份额达到 13%，Target 的市场份额为 6.2%，两个零售巨头的市场份额就接近 20%；排名前 10 名的折扣店销售就达 710 亿美元^③。2006 年中国对美出口 2035 亿美元商品，虽然没有办法估计出中国产品直接销售给这些商业巨头的比重，但可以肯定的是，这一比重是逐步上升的。美国有两个 1 美元店（Dollar General, Family Dollar），2005 年两个公司的销售额达 144 亿美元^④，大部分产品来自中国。这些跨国公司控制着销售终端，在这些巨头们“天天低价”的背后，中国企业仅能获得极少的价值增值。

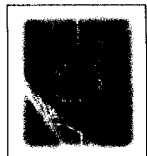
3. 我国地方产业集群及其企业技术创新能力不强。我国传统制造业集群以中小企业为主体，缺乏内生的创新能力和成熟的创新体系。以汽车零部件为例，在高增值领域，如“0.5 层”、“第一层”供应商中，发动机等核心技术不掌握在中国企业手中，所以我国企业不具备竞争力，但在第二层、第三层供应商，中国企业数量过多、竞争过度。我国企业往往专注于合同生产（contract manufacture），但是在产品外观设计、内在功能、核心技术等方面却乏善可陈。根

① <http://online.wjs.com/article>。

② www.cnn.money.fortune。

③ www.eatendedretail.com/subsciibe-ni.asp。

④ www.cnn.money.fortune。



据美国商务部和美国成衣协会统计^①，中国鞋类产品已占到美国市场的85%，但由于基本上没有自主品牌，平均单价较低。我国某鞋业集群的工厂价格3美元，而意大利同类集群的出厂价格则高达80美元。到2005年底，尽管跨国公司已经在我国设立的研发中心超过了750个，但实际上外资企业并没有将关键的价值环节转移到中国。由于一段时间以来重引进、轻消化吸收和创新，造成不断重复引进和对国外技术的持续依赖。以高附加值产业中的信息产业为例，虽然我国信息产业的产值和数量增长很快，但由于核心技术掌握在跨国公司手中，导致产品和服务的高额利润被外国公司赚取。我国对外技术依存度在50%以上，而发达国家都低于30%，美国和日本则在5%以下（徐匡迪，2005）。这种状况如不尽快改变，我国在国际产业分工中将长期固化（Lock-in）在低技术、低附加值的层次。

4. 我国地方产业集群缺乏国际知名的自主品牌。根据对中国名牌和驰名商标地理分布的研究，在具有竞争优势的产业集群中，总是诞生优势的企业品牌和产品品牌（顾强，2005）。如福建晋江市2006年底就拥有安踏、安尔乐等34个中国名牌产品，11个区域行业品牌^②。但从全球范围来看，中国品牌的知名度、美誉度都还远远不够。中国名牌和驰名商标的影响主要是在国内市场，但在发达国家市场中国自主品牌非常少，或者说基本没有。对于大部分外源型产业集群，出口加工型企

业缺乏自有品牌，由贴牌生产起步后忽视品牌建设，继而无能力进一步拓展品牌影响，从而长期停滞于贴牌生产阶段。在美国笔记本电脑、DVD、数字照相机等基本都来自于中国，但缺乏得到国际市场认可的品牌，企业多为制造厂商而非创造厂商；偶有并购的国外企业，也几乎多为二线品牌，难以进入高端市场。Nike是一个品牌公司，自身不直接生产运动鞋和服饰产品，但2005年的销售额达137亿美元，仅在我国东莞生产基地的工人就达2万多人，全部为贴牌生产。许多地方产业集群内缺乏独立的国际知名品牌，所以价格战成为其参与竞争的主要武器。

5. 我国地方产业集群与国际市场的连接是动态变化的。加入全球市场是一把双刃剑。全球买家、品牌企业和领先制造商常常想低成本地区分包（outsource），如美国20世纪80年代在墨西哥设立的家电企业部分已转移到中国。在劳动密集型产品领域，如服装，全球性买家经常寻找新的低成本供应商。这种地方产业集群与全球市场的连接方式非常脆弱，一旦外部环境变化，跨国公司就会转移定单。2006年上半年，美国从中国的服装进口较上年同期下降14.6%，而美国整个服装进口是上升的，这说明部分定单转移到南亚部分国家。我国目前的出口结构中，加工贸易占到65%左右，贸易顺差也主要来自于加工贸易。相当部分外向型产业集群缺乏与本地的经济联系，广东东莞、浙江台州、北京中关村等部分产业集群都相继出现了企业外迁现象。在大部分产业

① Shoes Stats 2005, American Apparel and Footwear Association.

② 东石镇被授予“中国伞都”、永和镇被授予“中国石材之乡”、磁灶镇被授予“中国陶瓷重镇”、深沪镇被授予“中国内衣名镇”、英林镇被授予“中国休闲服饰名镇”、龙湖镇被授予“中国织造名镇”、新塘街道被授予“中国运动服名镇”，这些称谓都是由全国性行业协会命名的。



集群中，缺乏龙头企业是其竞争力不强的重要原因。目前，随着人民币不断升值，国内加工贸易政策调整以及出口退税率调整，加上全球贸易摩擦不断，发达国家贸易保护主义强化，在未来一段时间，相当部分产业集群在市场竞争中将处于十分不利地位。

三、促进我国地方产业集群在全球价值链不断提升的若干对策

地方产业集群已成为重要的经济社会现象和产业组织形式。国内外实践证明，产业集群能够强化专业化分工，充分发挥产业关联和协作配套效应，降低创新和交易成本，促进生产要素的合理流动和优化配置，是工业化发展到一定阶段的必然趋势，是提高区域经济竞争力和加快落后地区工业化、城市（镇）化进程的有效途径。我国地方产业集群在发展中面临一些新挑战，下一步要加快在全球价值链上不断攀登，促进其又好又快发展。

（一）以科学发展观统领地方产业集群转型升级

全球价值链是连续动态变化的，我国地方产业集群应以主动的方式不断改变自身在全球价值链中的地位，培育产业集群在核心环节的竞争优势，提高产业集群所在价值环节的进入壁垒，不断地调整嵌入全球价值链的方式，促进产业集群持续不断升级。我们必须遵循产业集群形成、演进、升级的内在规律，准确把握产业集群不同发展阶段特征，以科学发展观为统领，改善产业集聚环境，细化专业分工，加快建立公共服务体系，积极发展支撑性服务业，完善产业综合配套功能，实施品牌发展战略，加强特色产业文化建设，大力发展循环经济，提高对外开放质量和水平，引导发展一批集聚效应突出、特色明显、布局合理、具有国际竞争力的产业集群。在产业集群中要加强生态环境治理工作，建立产业集群内物质能量循环利用网络，充分开发和利用再生资源，发展生态型工业和生态型工业园区。

（二）积极参与游戏规则制定，提高在全球价值链中的话语权

在高技术及其产业迅猛发展的今天，技术标准的作用和地位已经发生了根本性变化，标准的制定者能够通过技术标准的技术要素和技术指标的确立，建立起市场准入和技术壁垒体系，从而获得最大的利益。谁掌握了技术标准的制定权，