

QUYU JINGJI

区域

FAZHAN XIN

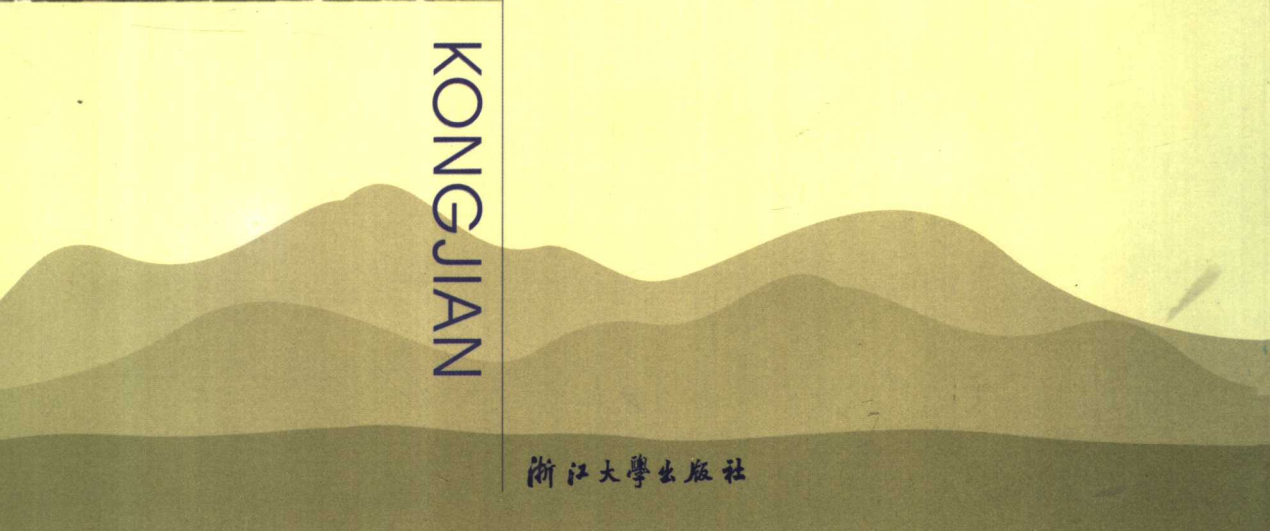
KONGJIAN

经济发展新空间

王永昌

基于绍兴产业集群及其竞争力的实证研究

刘孟达 著



浙江大学出版社

QUYU JINGJI FA

区域

ZHAN XIN KONGJIAN

经济发展新空间

王永昌

基于绍兴产业集群及其竞争力的实证研究

刘孟达 著

浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

区域经济发展新空间：基于绍兴产业集群及其竞争力的
实证研究 / 刘孟达著. —杭州：浙江大学出版社，2005.8
ISBN 7-308-04310-X

I. 区... II. 刘... III. 地区经济—经济发展—研
究—绍兴市 IV. F127.553

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 071632 号

责任编辑 傅百荣
出版发行 浙江大学出版社
(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)
(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)
(网址: <http://www.zjupress.com>)
排 版 浙江大学出版社电脑排版中心
印 刷 德清县第二印刷厂
开 本 787mm×960mm 1/16
印 张 13.5
字 数 250 千
版 次 2005 年 8 月第 1 版 2006 年 7 月第 2 次印刷
书 号 ISBN 7-308-04310-X/F·577
定 价 25.00 元



刘孟达 工商管理研究生学历、绍兴文理学院兼职教授。1963年出生于浙江省嵊州市南山湖畔。20世纪80年代大学毕业后留校任教，随后赴中国人民大学全国高校伦理学教师高级研修班深造。1991年调任机关工作至今。期间，曾受组织下派到乡镇挂职锻炼，并先后赴美国加州理工大学和瑞典乌普萨拉大学学习经济管理。现任中共绍兴市委政策研究室（农办）副主任。近年来，致力于区域经济、经济伦理和地方文史等研究。著有《转型时期经济伦理新视野》一书（中国经济出版社，2003）；在省级以上刊物发表论文60余篇，共80万字。

序 言

改革开放以来,浙江经济迅速发展,形成了诸多的区域经济发展的特色,引起了国内外经济学家的高度关注,产业集群就是非常重要的特色之一。产业集群是产业发展与区域经济的有机融合。也就是说,它通过特定产业的众多相同、相近和相关的企业在某些特定区域集聚释放出一种集群效应。

浙东北的绍兴,以中小企业为主体的产业集群是伴随着农村工业化发展壮大起来的,目前已占居了全市经济总量的“半壁江山”,成为绍兴经济发展的一大亮点。尽管,在一个较长的时期中,人们并没有意识到产业集群这一独特的区域经济发展方式(通常称其为“块状经济”,并形象地描述为“一村一品”、“一镇一业”的地方经济特色)。深入的经济学研究表明,“产业集群”概念更能够确切地概括特色产业的地理集中现象。产业集群既体现了“某产业的企业在地域上聚集成群”的动态过程与结果,也揭示了区域性特色产业的内在关联性、企业的互动性和生产的柔韧性。

绍兴区域经济发展的实践充分彰显了全面实施产业集群发展战略的有效性。正是以产业集群的发展为依托,绍兴较好地走出了一条统筹城乡经济社会的均衡发展之路。如果以战略眼光来审视产业集群这一经济现象,产业集群对绍兴未来经济发展的意义将更为凸显。“聚集成群”的产业集群是众多中小企业的发展方向。绍兴在目前经济发展阶段中99%以上的企业是民营中小企业,这些企业通过在一定区域中集聚而形成专业化、集约化和网络化,才能更好地发挥集合优势,在市场竞争中争得一席之地。同样地,工业制造业是绍兴目前经济发展的主体力量,“绍兴制造”也有赖于产业集聚战略的实施。国际经验表明,在工业化阶段,许多重大的制度创新和管理创新都发轫于制造业。制造业的产业链条长、配套环节多、迂回生产方式复杂,需要适宜的生产组织方式才能获得很强的竞争力。产业集群最初也是从制造业中产生的,并且也是工业部门中最有利于提高制造业竞争优势的一种生产组织方式。绍兴具有打造先进制造业基地的良好基础,产业集群则将为实现打造先进制造业基地这一宏伟目标提供一条重要途径。随着新兴工业化进程的加速,工业园区需要借助产业集群来提升品

位。以政府力量为主导创立的开发区,往往缺少区内企业之间的产业联系。工业区要形成和强化入驻企业的产业关联度,只有以产业集群为依托,建成专业化的产业区。总之,产业集群是未来绍兴区域经济发展的潜力所在、活力所在和希望所在。

摆在读者面前的这本书是一本由亲自参与和体验了绍兴经济发展实践过程的绍兴人写的专门研究绍兴产业集群问题的专著。作者突破了以往比较单一的区域经济研究方式,从梳理相关经济理论入手,借鉴了产业经济学和区域经济学等学科的理论观点和研究方法,结合翔实案例和实际素材,对绍兴的产业集群及其竞争力进行了较为深入的研究,提出了一些富有启示性的新见解,从理论层面上丰富了对产业集群问题的认识,也为地方政府推动区域经济发展提供了新的思路。

史晋川^①

2004年12月8日
于浙江大学经济学院

^① 史晋川,教授,浙江大学经济学院副院长,博士生导师

目 录

引 子.....	1
第 1 章 国内外产业集群理论审视.....	4
1.1 相关范畴界定	4
1.2 国内外发展产业集群的理论基础	7
1.3 西方产业集群理论简要评介.....	16
1.4 产业集群研究在中国.....	21
1.5 产业集群理论亟待探究的问题.....	23
第 2 章 产业集群的内在本质	25
2.1 产业集群的内涵.....	25
2.2 产业集群的结构.....	28
2.3 产业集群的特征.....	29
2.4 产业集群的类型.....	38
第 3 章 产业集群内的民营家族企业	51
3.1 民营企业及其类型.....	51
3.2 家族与家族企业.....	52
3.3 民营企业家族化管理的主要模式.....	54
3.4 民营企业家族化管理模式存续的合理性.....	55
3.5 家族制与产业集群相结合的强势地位.....	62
第 4 章 产业集群的演进规律	69
4.1 产业集群的形成要件.....	69
4.2 产业集群的成长机制.....	87

4.3	产业集群的演进路径·····	90
4.4	产业集群的扩张模式·····	95
第5章	产业集群的竞争优势 ·····	98
5.1	现行产业集群竞争优势理论评述·····	98
5.2	产业集群优势分析的新架构:三维度原则·····	100
5.3	产业集群的潜在竞争优势·····	106
5.4	产业集群的外显竞争优势·····	110
第6章	产业集群的绩效功能 ·····	117
6.1	产业集群的绩效判断·····	117
6.2	产业集群的社会功能·····	123
6.3	产业集群与区域经济的耦合机理·····	131
第7章	产业集群的发展趋势 ·····	135
7.1	产业集群发展的新特点·····	135
7.2	产业集群发展的新趋势·····	136
7.3	产业簇群体制的新设计——孵化器模式·····	138
7.4	产业集群的发展取向——先进制造业基地·····	142
第8章	产业集群竞争力的基本构架 ·····	149
8.1	当代西方竞争力理论及其启示·····	149
8.2	产业集群竞争力的基本构成·····	150
8.3	产业集群竞争力的现实考量·····	154
8.4	产业集群内企业的竞合博弈行为·····	156
第9章	产业集群的升级障碍 ·····	159
9.1	产业集群升级的信用危机·····	159
9.2	产业集群升级的潜在风险·····	161
9.3	产业集群升级的制约因素·····	164
第10章	提升产业集群竞争力的基本方略 ·····	179
10.1	增创优势,转变发展思路·····	179

10.2	依托园区,构筑集聚平台	181
10.3	突出主体,加快创新步伐	183
10.4	合理扬弃,优化家族管理	185
10.5	激活柔性,强化内在机制	189
10.6	银企互动,拓展融资渠道	191
10.7	建构网络,强化支撑体系	193
10.8	根植文化,增进永续动力	195
10.9	对接市场,融入全球产业	197
10.10	政府归位,优化发展环境	199
结 语		203
参考文献		206
后 记		208

引 子

曾担任美国总统顾问的著名经济学家莱斯特·斯罗教授指出,经济全球化已产生了一种“哑铃经济(Barbell Economy)”,即在全球经济竞争中最有效率的企业组织规模出现了两极化趋势:要么是全球型的大企业,要么是网络型的小企业。这种网络型的小企业就是产业簇群。所谓产业簇群(Industrial Cluster)是指集中于一定区域内特定产业的众多具有分工合作关系的不同规模等级的企业及其与其发展有关的各种机构、组织等行为主体,通过纵横交错的网络关系紧密联系在一起的空间积聚体,代表着介于市场和等级制之间的一种新的空间经济组织形式。

产业簇群是当今全球经济中颇具特色的经济组织形式。国内外大量事实表明,簇群内的企业通过互动式的合作与竞争,以发挥其规模经济和范围经济效益,并显现出强大的溢出效应,从而带动某一区域乃至整个国家的经济增长。从一定意义上说,区域经济的竞争将集中表现为区际产业竞争,而产业簇群的核心竞争力终将成为提升区域经济实力的重要因素。这两年来,国内经济学界有不少关于产业簇群的探索性文章,然而,令人遗憾的是,这些文章的理论性透视似乎多了些,而结合行业性簇群的特色分析还欠点火候。无论是理论界的诸多研究者还是政府决策的实践者对产业簇群的诸多特性缺乏清醒的认识,对产业簇群如何培育与发展仍然仅限于实践的探索之中,理论滞后于实践。即使有所认识和探索,也是把过多的注意力集中在对产业簇群一般现象的阐述和运行机制的探析上,而对产业簇群的潜在优势及其竞争力的研究,则有待深入。其实,准确把握产业簇群在区域经济中的优势地位、竞争潜力、演进规律及发展导向,是区域经济发展理论研究的重要方面,也是地方政府制定产业发展战略不可或缺的关键环节。

虽然产业簇群是特定的产业集聚现象,但这种集聚的地域规模是有差异的,小到一个村镇,大的可能波及多个城市、整个国家甚至跨越国界。然而,从总体上讲,各国的产业簇群大多局限在一个城市及其周围地区或者一个国内区域的大部分地域。因此,作者借用现代经济学中的“增长极”理论进行研究。从绍兴

产业集群发展现状观察,产业集群不只是经济地理和生产力空间布局的概念,有这样一些“增长极”隐含其背后划分着纺织产业集群的类型,引领着各类产业集群的走向:一是同类或相关企业向销售地集聚,如绍兴中国轻纺城周边的化纤、织造、印染企业,这应该是市场增长极;二是产品属于一个大类,基本上有自己的品牌,销售地域四面八方,如温州服装集群区,叫品牌增长极;同类中小企业高度密集,产品区域性知名度在外,像嵊州领带,属于原产地增长极;少数大企业构成集群区域的主体,多数中小企业主要依靠中心大企业的辐射生存和发展,如宁波以杉杉、雅戈尔两大巨无霸企业为核心的服装集群区,称作卫星式增长极。不同的增长极区分着不同的产业集群,不同的产业集群在不同的增长极作用下日渐成形。因此,产业集群的形成机理是和市场、品牌、产地、企业等息息相关。为此,拓展市场渠道,规范市场交易,提升市场形象,有助于集群区产业升级;鼓励品牌经营,形成品牌集群区,有利于合力打造名牌;强化原产地的规模和影响,宜于建立名声在外的制造基地;理顺大、中、小企业的关系和角色定位,有效地促进不同规模企业间分工协作与优势互补,可带动集群区企业共同发展。分析增长极问题,使我们对产业集群化的认识不是一种冲动,相反变得深刻、理性。

作者试图综合运用区域经济学、产业经济学和新经济地理学等有关理论,围绕产业集群的结构与存在形态、形成与递演规律、合作与竞争机制等逻辑轴线展开,对产业集群的竞争优势及其竞争力进行系统分析和实证考察,以揭示提升区域产业集群竞争力的有效对策。由于产业集群延伸的地域范围差别较大,作者在产业集群的具体研究中,主要运用了三种分析方法。一是微观导向的集群分析(Micro-oriented Cluster Analysis),一般把集群界定为生产相同产品且具有重要的非正式和正式互补联系的企业群,其重点是考察相同生产企业之间的联系和某些供应链的特征。二是中观水平的集群分析(Meso-level Cluster Analysis),侧重于研究整个区域范围内主要产业内企业间的联系和产业的竞争优势。三是网络分析(Network Analysis),侧重考察集群内企业或部门间的网络联系和价值链体系。

本专著共分十章。第一章主要从国内外发展产业集群的实践中梳理产业集群的一般理论;第二章由内涵、结构、特征和类型入手,揭示产业集群的内在本质;第三章主要剖析产业集群内民营中小企业存续的合理性,以及家族制与产业集群的耦合优势;第四章主要揭示产业集群形成、成长和扩张等一系列演进过程中的普遍规律;第五章主要运用三维度优势分析方法,解析产业集群潜在和外显的竞争优势;第六章主要分析产业集群在推动区域发展中的绩效和功能;第七章主要分析产业集群的发展特点和取向,提出打造先进制造业基地的目标与思路;

第八章主要审解产业集群的竞争力的基本构成及其现实状况;第九章主要从信用危机、潜在风险、制约因素等方面分析产业集群升级的障碍因素;第十章对提升产业集群进行理性而务实的对策研究。

第1章 国内外产业集群理论审视

1.1 相关范畴界定

产业集群理论研究涉及到诸多基本范畴。只有对这些基本范畴进行科学的、准确的界定,才不至于引起歧义。

在产业集群的演进过程中,它与区位、产业区位、价值链、企业网络、外部经济、合作、竞争等基本范畴密切相关。

1.1.1 区位与产业区位

区位(Location)是某一主体或事物所占据的特定场所。产业集群是产业发展进程中的地缘现象,它具有一定的空间坐标,即产业区位。产业区位是指以企业为主体的区域性产业组织在其经济活动的过程中所利用、影响、控制或获取利润、支付成本的地域空间。杜能(Thunen)于1826年提出的农业区位模式和韦伯(Weber)于1909年提出的工业区位理论,是最早的产业区位学说。众多中小企业分布在同一个经济区内,企业内部或相互间形成人力、资本、信息、物流、知识、技术等生产要素的互动,就形成了“产业集群区位”。可见,产业集群是一类生产性企业集中分布在特定的地域空间上,它既有产业的内涵,又有区位的地域走向。其实质就是某类企业集聚而形成了比较专门化的产业区位。

1.1.2 价值链

价值链(Commodity Chain)是指为实现商品生产而组成的连接劳动者和生产过程的网络组织。在经济全球化背景下,许多商品生产过程被分解为不同阶段,围绕某种商品的生产形成一种跨国的生产组织体系,把各国不同规模的企业、机构纳入一体化的生产网络之中。在区域经济中,往往会依据自身竞争优势形成一些产业集群。它是一系列相关联的产业及实体在一定地域上的联结,这种联结的内在本质是“价值链”,价值链又联结为更多价值环节的增值系统。由

于产业集群拥有的价值链有助于加强产业的本地化联系,帮助企业从低成本竞争的陷阱中走出来,进入以创新、质量和市场应变能力等差异性竞争优势为基础的良性竞争轨道中,从而使该区域的特定产业在全球价值链中占据一席之地。总之,产业集群是相类似、相关联的产业集中在一个地方,围绕着某一个产业组织生产的方式,是生产力的一种集中,实际上就是将一个完整的价值链在本地进行分解。

1.1.3 企业网络

企业网络(Cluster Network)是指大量同业中小企业在一定区域集中分布所形成的网状式集合。它不是中小企业的简单“扎堆”,而是由大量具有共同性和互补性的中小企业有机体构成的。产业集群是对企业网络关系的一种确认,网络的结点是生产链上的相关企业、知识生产机构、中介机构和顾客等。结点之间的联系纽带主要表现为按技术和网络连接特点分类的企业和部门之间的相互作用,结点之间的联系方式是贸易流动、知识流动和人员流动等。企业网络通常包括制造商、供应商和客户以及提供支持和服务的大专院校、科研机构、中介机构等。

1.1.4 外部经济

外部经济(External Economies)是由于同类或相似产业的集聚,充分利用外溢效应和规模效应来提高效率、降低成本而产生的。它包括外部规模经济和外部范围经济。外部规模经济是指某区域内同行业企业数增加,共享当地的辅助性生产、公共基础设施与服务、劳动力供给和培训等所带来的成本的节约;外部范围经济(Economies of Scope)是指同一区域内单个企业生产专业化与多个企业分工协作,组成地方生产系统时所拥有的生产和成本的优势。这样,可以通过企业间的分工与协作、交流与沟通带来各项成本的节约,这是离群索居的中小企业无法享受到的。

1.1.5 合作与竞争

竞争(Compete)是指个体或组织与另外若干个对手进行角逐和较量。当今时代是一个合作与竞争并存的时代。各竞争主体之间相互依存的特征已从“合作性竞争”转变为“竞争性合作”(Competitive Cooperate)。产业集群是合作与竞争共生的典范。因为在集群内可以通过核心企业对某种竞争要素的垄断来化解竞争,或者将竞争对手变为自己合作的“利益共同体”,以降低其竞争力,获取更

多的市场份额和超额利润。

1.1.6 群落与集群

“群落”沿用生态学的提法,是“群”的延伸。“群”所反映的是众多个体所结成具有内在相互关联的有机整体效应的一种状态。它与一般的“企业扎堆”、各类“园区”或“块状经济”等更多反映外在形态的提法相区分,更加强调了这种现象的内在特征。然而,这个层面并没有反映这种有机群体所具有的生命活力特征以及与其环境紧密的生态关系。而“群落”既反映了群体内在的有机关联和共生关系,也体现了群体与环境之间的共生关系,同时还表征了个体及整体新陈代谢的生命活力特征。但是,这种提法更多的是反映了已经形成或存在群落的运行特征,而缺乏群落集聚产生或离散衰退这种演化的过程指向。“集群”首先也是出现在生物学中的。按《简明不列颠百科全书》的解释,它是指个体可能因为环境因素或行为的相互作用而引起集聚而形成的群落。如果从群落自身的行为和效应以及这种行为和效应与它产生、发展演化过程的紧密关系来看,仅在这一层面理解或定义集群显然是不够全面的,它只是一种狭义层面的定义。从更广泛的意义上来说,它除了群落涵义外,还应包括集聚(或反向离散)过程的演化涵义。

1.1.7 企业集群与产业集群

企业集群(Clusters of Enterprises)是数量较多的、在地理上临近的、具有相互关联性的企业的集合体。产业集群(Industrial Clusters)则是指在特定领域中,同时具有竞争与合作关系,且在地理上集中,有交互关联性的企业、专业化供应商、服务供应商、相关产业的厂商,以及相关的机构(如大学、制定标准化的机构、产业公会等),简单地说,就是包含若干个彼此关联的产业的、在地理上集中的企业和机构的集合体。企业集群有地理接近的要求;而产业集群可以是地理接近型的,也可以是地理分散型的,甚至是跨越了国界的。产业集群除了企业外,还存在大量的组织和机构,如协会、商会、各类中心、大学和研究机构等。采用企业集群的概念并不能表达集群所赋予的丰富内涵。因此,产业集群以企业集群为基础,包含着多个产业的企业集群和其他相关机构。无论是企业集群,还是产业集群,都会产生集聚效益,即能够形成更好的供应、销售市场和渠道,更容易获得熟练劳动力、技术人才、原材料等经济要素。

1.2 国内外发展产业集群的理论基础

理论来自实践。国内外发展产业集群的实践是产业集群的理论基础。国际上产业集群很早就产生于欧美各国以及亚洲的日本、印度、印尼等国家,后来又 在许多发展中国家兴起。这些国家形成的数百个产业集群,遍及各产业领域,规模硕大,并日趋成熟。从而,为产业集群理论的形成与发展提供了背景和素材。

1.2.1 国外发展产业集群的实践

产业集群在国际上已有上百年历史。自产业革命以来,产业集群规模不断扩大,数量日渐增多。直到 20 世纪 70 年代末 80 年代初,面对世界性的经济危机,一些区域呈现出经济衰退的景象:大型企业纷纷破产,大量工人失业。与此同时许多中小企业集聚的产业区却表现出惊人的增长势头。

当今世界,全球化的活动空间和本地化的产业集群相辅相成。一方面,交通与通信技术的迅猛发展,世界范围内贸易和投资自由化的成功推进,加速了生产要素、知识和信息的跨国界流动,减少了其运营的单位成本,使社会财富蕴藏在流动的空间之中。另一方面,各地竞相吸引投资,争夺高附加值的经济活动,区域竞争加剧,集群已经成为区域参与全球竞争的重要力量。国家和区域的竞争力表现为对各种流动财富的吸引力和利用这些财富创造新价值的能力,集群是在全球化与区域化交互作用下的参与竞争的骨干力量。因此,迈克尔·波特在《国家竞争优势》中指出,“世界上具有国家竞争优势的产业往往有地理集中的特征”。

专业化产业集群现象不仅存在于发达国家,在发展中国家也呈现快速发展的势头。在美国,有硅谷和 128 公路的微电子和生物技术产业群、纽约玛第森大街的广告产业群、底特律汽车产业群、西雅图飞机制造产业群、明尼阿波利斯的医学设备产业群、克利夫兰的油漆和涂料产业群、好莱坞的影视娱乐产业群、波士顿的软件和网络产业群、西密歇根的办公家具产业群、匹兹堡的新材料及能源产业群、达尔顿的地毯产业群、新泽西的医疗产业群、加利福尼亚的葡萄酒产业群、马萨诸塞的制鞋产业群等。20 世纪 90 年代中期,美国 380 个地方产业集群的产值达到全国总产值的 60%。在意大利,产业集群区集中程度很高。意大利 70% 以上的制造业、30% 以上的就业、40% 以上的出口量都是在专业化产业区内实现的。如果考虑职工人数在 20 人以下无法统计的零星企业出口,那么纺织品的 90%、服装的 80%、鞋和皮鞋制品的 90%、木器及家具的 95% 的出口额是

中小企业创造的。根据意大利统计局的评判标准,全意大利专业集群地有 199 个,其中,纺织品集群地有 69 个、皮鞋 27 个、家具 39 个、机械 32 个、食品 17 个,还有金属制品集群地 1 个,化学制品集群地 4 个,造纸与印刷集群地 6 个,首饰集群地 4 个。最著名的有比耶拉毛纺织产业群、普拉特纺织产业群、蒙斯马诺制鞋产业群、诺瓦拉北部的金属阀门及磁带产业群、威尼斯的玻璃器具产业群、伦巴第的科墨领带丝织品产业群,以及阿雷佐、瓦伦扎的珠宝、布赖恩扎的家具、蒙特别鲁那的滑雪靴、帕尔马的食品、卡斯泰尔戈弗列多的照明设备、萨斯奥勒的瓷砖等产业群。在德国,有索林根的刀具产业群、奥芬堡和海德堡的印刷机械制造产业群、图特林根的外科器械产业群、普福尔茨海姆的珠宝产业群、斯图加特的机床产业群、纽伦堡的制笔产业群、韦热拉的光学仪器产业群、雷姆沙伊德的工具制造产业群、巴登—符腾堡的机械产业群、德累斯顿附近的陶器产业群、慕尼黑等南部地带的汽车产业群、法兰克福的化工产业群等。另外,法国、英国、荷兰、印度等国家的产业集群都有相当杰出的表现。在法国,有巴黎森迪尔区的网络产业群、布雷勒河谷香水玻璃瓶制造产业群(欧洲香水瓶制造中心,占全球 80% 香水瓶的市场份额)。在英国,有曼彻斯特与兰开夏纺织产业群等很多实例。瑞士的三大制药公司总部集中在巴塞尔,丹麦的风车工业集中在海尔宁。在拉丁美洲的秘鲁、巴西、墨西哥、委内瑞拉、洪都拉斯、尼加拉瓜、牙买加等国,有几百个区域政府,大约 15000 个城市,几乎到处都有集群计划。在非洲,南非、肯尼亚、津巴布韦和坦桑尼亚等国也都有各类集群存在。在南非,集群的历史是从 1990 年才开始的,并且主要是国家政府机构发动的,例如,1996 年 5 月宣布的关于铝产业群的动议,2000 年政府宣布了一项关于珠宝制造的动议。在东欧的一些国家,例如波兰、匈牙利、斯洛文尼亚等国也发展了集群。在亚洲的中国、日本、韩国、巴基斯坦、印度尼西亚也有程度不同的专业化的集群。在印度,有旁遮普邦的路德海阿那的金属加工和纺织工业群、泰米尔纳德邦的提若普尔的棉针织产业群、古吉拉特邦的苏拉特的钻石加工产业群、卡纳达卡邦的班加罗尔的电子软件产业群、北方邦的阿格拉的制鞋产业群。一些地方就像有一种“空气”,供那些似乎过于拥挤又相互竞争的企业共同“呼吸”,互促共荣。

总之,世界版图由于大量的集群存在,形成了色彩斑斓、块状明显的“经济马赛克”,世界的财富大都是在这些块状区域内创造的。拥有美国硅谷的加利福尼亚州,其经济总量相当于各国经济总量排名的第 11 位。意大利每年出口的 200 多亿美元主要是由 66 个集群区提供的。印度约 350 个集群创造了印度制造业出口额的 60%,在一个非常小的城镇卡尼巴德(Qanibad)的一个纺织产业集群所织造的毯子占印度全国产量的 75%,在南部一个非常小的集群狄罗朴尔