

走向高端

广东产业集群升级战略研究

■ 郑海涛 / 著
周海涛



经济科学出版社
Economic Science Press

走向高端

广东产业集群升级战略研究

郑海涛 / 著
周海涛



经济科学出版社
Economic Science Press

责任编辑：王志华

责任校对：杨海

版式设计：代小卫

技术编辑：王世伟

走向高端

——广东产业集群升级战略研究

郑海涛 周海涛 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：esp@esp.com.cn

富达印刷厂印刷

永胜装订厂装订

787×1092 16 开 27.75 印张 420000 字

2006 年 8 月第一版 2006 年 8 月第一次印刷

印数：0001—2000 册

ISBN 7-5058-5619-7/F·4878 定价：48.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)



作者简介

郑海涛，男，1975年生，副研究员，华南理工大学工商管理学院博士研究生，主要从事战略管理、产业经济、科技创新及情报等研究。先后主持广东省、广州市研究课题6项，参与完成30余项国家、省、市政府和企业各类研究课题，研究成果曾获广州市、佛山市科学技术奖及民间学术奖项；在中文核心期刊、国际学术会议和《科技日报》、《羊城晚报》等发表论文近20篇。

周海涛，男，1974年生，经济学副研究员、科技情报副研究员，华南理工大学工商管理学院研究生，主要从事产业集群、区域经济、科技创新、政策法规等研究。先后主持广东省级研究课题5项，参与完成20多项省级研究课题，多次参与起草省委、省政府政策文件，研究成果曾获广东省优秀调研成果特等奖，佛山市科学技术奖；在《中国科技论坛》等中文核心期刊发表论文多篇。

内 容 提 要

产业集群的兴起，成为中国经济迅速崛起的重要推动力。经过多年发展之后，在内部因素和外界环境的制约影响下，很多产业集群开始步入调整期，甚至出现了衰退的迹象。产业集群要保持旺盛的生命力和强大的竞争力，关键在于进行持续的转型升级。

本书在国内首次基于实践导向系统研究了中国产业集群转型升级问题及其战略。全书在简要回顾世界产业集群发展实践和理论，总结分析广东产业集群发展历史、现状、特征、能力、环境和问题的基础上，结合中国经济社会转型期的特点，提出了产业集群升级的基本内容和战略途径；从产业体系优化的角度，对产业集群与城市化、集群商贸会展体系、集群战略网络、集群国际化等问题进行了探讨；从关键要素升级的角度，对产业集群技术创新、集群文化、集群品牌、集群中的政府行为等问题进行了研究；并且选择具有代表性的地区及其集群作为案例研究对象，提出产业集群转型升级的具体战略、路径与对策。

本书对产业集群及相关的理论研究、政策制定、投资创业、企业经营等方面的人士具有较高参考价值。

前 言

经济全球化并不意味着经济活动和社会财富在地球表面均匀分布，相反，世界上只有少数的地区能够获得支配性的经济地位和超强的产业竞争力。全球经济最发达的地区集中于五大都市圈：纽约都市圈、多伦多－芝加哥（北美五大湖）都市圈、东京都市圈、巴黎－阿姆斯特丹都市圈和伦敦都市圈。在特定的产业中，全球竞争不仅表现为国家与国家之间、企业与企业之间的竞争，亦表现为地点与地点之间、产业体系与产业体系之间的竞争；而且，后者似乎更接近竞争的实质和根源。无论是在发达国家还是在发展中国家，那些产业优势明显和经济快速发展的地点，往往呈现出人才、资金、信息、技术等生产和创新要素在空间上高度集聚的现象，地理位置接近的大量相互关联的企业（通常是中小企业）既竞争又合作，透过产业集群这一介于市场和企业之间的特殊产业组织形式而获得强大的竞争优势。所谓产业集群，是指以某一个或几个相关产业为核心，大量企业、专业化供应商、服务供应

商、相关产业的厂商，以及大学、制定标准化的机构和产业公会等相关机构在地理上的集中；这些企业和相关机构同时具有竞争与合作关系，以彼此的共通性和互补性相联结，交互关联而成的整体系统的价值要比个别成员价值的总和还来得大^①。比较典型的有，以高科技产业著称的美国硅谷、英国剑桥、印度班加罗尔、中国台湾新竹和北京中关村等集群，以知识（创意）型服务业著称的英国伦敦、瑞士和美国纽约、波士顿、好莱坞等集群，以及意大利东北部和东部沿海地区的传统产业集群。这些产业集群的产生和成长，建立了一种创造财富的机制，塑造了区域核心竞争力，使当地的经济更具效率和更富创新，也成为单个企业及整个国家竞争优势的重要来源。

许多案例研究显示，产业集群的发展通常需要10年甚至更长的时间，才能获得实质性的竞争优势^②。中国内地许多产业集群的发展，早则发端于20世纪70年代末期80年代初期，迟则起步于20世纪90年代初，掐指算来，已有“10年甚至更长的时间”。而且，这些产业集群从无到有，从小到大，成为国内乃至全球经济体系中的新生力量。在计算机硬件、电子电器、纺织服装、陶瓷、五金机械、家具木业等领域，闯入一个小镇之内的单个产业集群动辄占有全国乃至全世界50%的市场份额，甚至还可能招来外国产业界的反倾销诉讼。这从一个侧面说明，国内许多产业集群已经走向成熟，并在发挥地方比较优势的基础上，获得了特定的竞争优势。

国内的产业集群主要集中于传统产业或高新技术产业加工制造领域，基本处于全球产业链和价值链的低端，而基于知识和创意的创新型产业集群尚在形成中。经过多年的快速发展之

①② [美] 迈克尔·波特：《竞争论》，中信出版社2003年版，第207～291页。

后,在各种因素影响下,很多产业集群明显进入一个调整期,一些产业集群甚至出现了衰退的迹象。2003年以来,国际市场能源、矿产等主导性资源和主要原材料供给紧张,价格上涨,加上城市化带来土地租金等经营成本的上涨,导致东部沿海地区一些产业集群陷入经济增长乏力的景况,原本微薄的利润进一步被上游的资源、能源供给环节所侵蚀,产业集群所具有的专业分工、范围经济等好处难以抵御外部环境变化带来的压力。浙江和广东是国内产业集群发展最成熟、数量最多的两个省份。据浙江有关部门2005年统计,浙江拥有年产值超亿元的产业集群(俗称块状经济)600多个,其中年产值10亿元以上的285个,涉及175个工业行业,包括30多万家中小企业,吸纳800多万就业人员,工业产值占全省半壁江山。近年来,以产业集群为主要载体的传统产业升级乏力,导致浙江投资和企业效益下滑、资金大量外流、经济增长减缓。自2003年以来,以产业集群见长的温州市GDP增长速度急剧下滑,个别季度甚至排名浙江各市倒数第一。这一现象在浙江引发了“温州模式”何去何从的新一轮论战^①。截至2004年底,浙江民营企业整体外迁到其他省份的有488家,总部迁移到其他省份的有2488家。浙江块状经济如何整合提升已经成为一个迫在眉睫的问题。在广东特别是珠江三角洲地区,由于土地、能源、劳动力要素紧缺和生态环境压力增大,以及运行成本增加和利润外向转移,引起一些产业集群(俗称专业镇经济或特色经济)出现大批企业外迁或凋亡现象,危及集群的生存和发展,例如,2005年佛山陶瓷产业集群就有近20家生产性企业出走、倒闭或破产,引发行业大调整。另外,即便是高速成长中的产业集群,面对资源约束、环境污染和国际贸易

^① 希望编:《“温州模式”的历史命运》,经济科学出版社2005年版。

壁垒等挑战，其对于经济收益的传统追求，例如成本控制、低价竞争、扩张市场份额等，也应该得到一定程度的修正和调整。换言之，应该探索一种自律式的产业集群发展模式，塑造一种持续而合理的竞争优势，进而实现区域主导产业发展与环境保护的协调，实现国内特色产业与国外同行的共存双赢，避免产业集群成为外国反倾销的重点“围剿”对象。

国内产业集群快速步入调整期，有外部因素变化的影响，更有其内在的原因，即企业群体发展过程中长期积累下来的问题，诸如产业链构成、空间布局、企业家素质、家族式管理、创业理念、品牌管理、技术革新等方面的制约因素。探索和解决这些问题，不仅是推动产业集群升级以保持旺盛生命力的要求，也是实现区域经济顺利转型及社会和谐发展的需要。而寻找这些问题的解决之道，断不能忽略中国产业集群发展演变中特有的环境和条件。国内产业集群诞生和发展之际，正处于中国从计划经济向市场经济，从卖方市场向买方市场，从封闭经济体系向全球一体化经济体系，从农业文明向工业文明，从乡村向城镇，从人治社会向法治社会的综合转型期。总体上看，中国主要是抓住改革开放和普通商品短缺提供的机遇，依靠国际上其他国家或地区传统产业的大规模转移，以及沿海省价农民洗脚上田抱团创办乡镇企业和私营企业，形成了一大批具有“游牧经济”和“草根经济”禀赋的产业集群。因此，本土产业集群孕育成长于独特的经济社会“土壤”和“气候”，其“集聚基因”必然会产生一定的变异，仅凭国外的产业集群理论不足以解读和指引这些产业集群的现实和来来。而在中国学术界，产业集群虽然引起了许多学科的广泛关注，但目前的研究还主要集中于集群的机制、集群政策或者国内外集群对比方

面,对产业集群的升级却鲜有关注^①。

基于上述考虑,本书以实践问题为导向,运用产业集群、区域经济学和战略管理等相关理论,结合当地经济社会发展实际,对中国尤其是广东地方产业集群的生存和发展、转型和升级的战略、路径与对策进行初步探讨,并试图通过具体案例的研究应用,促进产业集群升级理论研究与公共政策的连接和融合。

全书结构分为三大部分。第一章和第二章为第一部分,对国内外产业集群发展实践与理论进行了阐述,重点分析了广东产业集群发展历史、现状、特征和问题等,并对内源型与外源型产业集群、广东与浙江产业集群进行比较分析,从中甄别出广东产业集群升级的重大问题和关键要素。第三章和第四章为第二部分,从理论上探讨了产业集群升级的战略和途径;其中,第三章阐述了产业集群升级的基本内容和战略模式,并重点对产业集群与城市化、集群商贸会展体系、战略网络与集群生态、集群国际化问题进行研究;第四章继续从要素升级的角度对产业集群技术创新、集群文化、集群品牌、集群中的政府行为(制度要素)等问题进行了研究。第五章至第八章为第三部分,选择在结构调整、城市化、集群文化、集群品牌和商贸会展等方面具有代表性的佛山禅城产业集群作为研究对象,提出产业集群升级战略和发展对策。此外,书中还设立了若干专栏,记录了我们在研究过程中的一些所见所闻所思,以期对读者有所启迪。

本书内容具有三个特点。一是在研究视角上,将产业集群复位到区域经济社会综合体系中进行研究,而非仅就集群论集群。鉴于产业集群的复杂性和网络性,单纯从企业或集群内部

^① 谭文柱、王锦慧等:《全球鞋业转移背景下我国制鞋业的地方集群升级——以温州鞋业集群为例》,载于《经济地理》,2006年第1期,第60~65页。

探索,恐怕难以找到较好解决产业集群升级问题的出路。本书考虑到广东乃至国内产业集群发展所处的特定环境,比如快速城市化、新型工业化、经济体制转型、土地和雇工制度等现实情况,综合多个方面因素去探讨产业集群发展思路,力求比较贴近现实。二是在理论发展上,借鉴产业集群及战略管理等研究成果,建立了产业集群升级战略相关理论框架。对于产业集群的内涵特征,提出可以从产业维度、空间维度、关系维度、社会维度和时间维度等五个方面进行分析界定。对产业集群与区域经济之间的演变规律进行了初步探讨。对于广东产业集群,分析归纳出其发展历程与特征,提出独立起源期、混合发展期、迁移升级期三个阶段的观点。借用 STEEP 等战略方法框架,深入分析了广东产业集群的资源、能力和环境,比较分析内外源产业集群、广东与浙江产业集群的发展态势。在产业集群的升级模式和战略方面,本书重点探讨了关系产业集群转型升级前景的城市化、商贸会展、战略网络、集群生态、国际化、技术创新、集群文化、集群品牌、政府行为等方面的发展战略和路径。在城市化战略中,提出了产业集群战略利益相关者分析理论框架。在产业集群生态系统中,提出了基于集群生态的循环经济体构建思路。在集群要素升级研究中,提出了产业集群共生型开放式技术创新网络框架,研究了集群文化和集群品牌的内涵及其战略,区分了产业集群不同发展阶段中不同层级政府的行为模式。三是在案例研究上,将上述有关产业集群升级战略的研究思路和理论应用到具体的产业集群案例中,在与集群各种利益主体互动协调的基础上,提出了一系列具有建设性、实用性和前瞻性的产业集群升级战略和发展措施。

目 录

前 言	(1)
第一章 产业集群：从实践到理论	(1)
第一节 独特的“经济马赛克”	(3)
第二节 产业集群与区域经济	(17)
第三节 产业集群特征与类型	(25)
第四节 产业集群的基础理论	(35)
第二章 广东产业集群：从边缘到中心	(45)
第一节 广东产业集群发展轨迹	(47)
专栏 1：产业集群的“母细胞”	(60)
第二节 广东产业集群现状分析	(62)
专栏 2：产业集群与“人才集群”	(76)
第三节 广东产业集群比较分析	(79)
专栏 3：世界 500 强垂青小乡镇	(92)
第四节 广东主要产业集群扫描	(94)
第三章 集群升级模式：从外延到内涵	(113)
第一节 产业集群升级内容与途径	(115)

	专栏 4: 产业集群热的冷思考	(126)
第二节	产业集群城市化发展战略	(130)
	专栏 5: 企业家精神是产业集群的灵魂	(149)
第三节	产业集群商贸与会展体系	(155)
	专栏 6: 时尚之都虎门的商贸会展体系	(163)
第四节	集群战略网络与集群生态	(166)
	专栏 7: 广州: 迷失于珠三角集群丛林	(177)
第五节	产业集群国际化发展战略	(181)
	专栏 8: 走向国际的深圳电子信息集群	(191)
第四章	集群要素升级: 从初级到高级	(197)
第一节	产业集群技术创新战略	(199)
	专栏 9: 古老西樵引领面料新潮流	(207)
第二节	集群文化及其文化战略	(210)
	专栏 10: 文化产业化与产业文化化	(220)
第三节	产业集群品牌发展战略	(223)
	专栏 11: 哪里有冬天哪里就有大朗毛衣	(237)
第四节	产业集群中的政府行为	(240)
	专栏 12: 迈克尔·波特眼中的政府角色	(251)
	专栏 13: 产业集群强国意大利的政府行为	(253)
第五章	环市童装集群发展战略	(257)
第一节	环市童装集群现状分析	(259)
第二节	环市童装集群发展思路	(267)
第三节	环市童装集群加工制造业优化升级	(282)
第四节	环市童装文化建设与集群品牌塑造	(290)
第五节	环市童装集群商贸与会展体系建设	(296)

第六章 澜石不锈钢集群发展战略	(303)
第一节 澜石不锈钢集群现状分析	(305)
第二节 澜石不锈钢集群发展思路	(312)
第三节 澜石不锈钢集群与城市化发展	(324)
第四节 澜石区域文化与集群文化建设	(347)
 第七章 禅城产业集群新型工业化战略	(359)
第一节 产业集群与新型工业化关联性	(361)
第二节 禅城产业集群现状与思路分析	(366)
第三节 禅城产业集群新型工业化措施	(376)
 第八章 禅城高新技术产业集群发展战略	(387)
第一节 蓬勃发展中的高新技术产业	(389)
第二节 禅城高新技术产业现状分析	(393)
第三节 禅城高新技术产业发展思路	(405)
 参考文献	(417)
后记	(426)

第一章

产业集群： 从实践到理论

独特的“经济马赛克”
产业集群与区域经济
产业集群特征与类型
产业集群的基础理论

产业集聚现象由来已久。中国古代的景德镇陶瓷、苏州刺绣、浏阳花炮等产品享誉中外，成就了众多千年名镇。俗语说“做生意要成行成市”，实际上就是对产业集群内涵朴素而精辟的阐述。目前，产业集群已成为一个世界性的经济现象。世界版图由于大量集群的存在，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^①。比较有名的产业集群包括意大利传统产业集群、硅谷高技术产业集群、华尔街金融业集群和好莱坞娱乐业集群等，中国浙江的块状经济和广东的专业镇经济，等等。产业集群不但成为经济学、管理学等学科的一大研究热点，也日益成为决策部门和产业部门的一大关注焦点。

① Scott A. J. and Storper M., Industrialization and regional development. In: M. Storper and A. Scott (eds), Pathways to Industrialization and Regional Development. London: Routledge, 1992: 3-20.

第一节 独特的“经济马赛克”

一、传统产业集群

传统产业集群包括纺织、服装、制鞋、灯饰、食品、家具、玩具、陶瓷、小五金、金属制品、简单机械等劳动密集型产业。传统产业集群的特征主要有：（1）在进入环节，创建企业的资金、技术门槛不高，有利于企业繁衍和分化，产生更多中小企业；（2）在生产环节，通常以简单的手工业为基础，适合家庭作坊式生产，有利于学习模仿和分工协作，迅速形成产业规模；（3）在销售环节，由于所生产的产品多为日常消费用品，需求弹性小且市场需求量大，有利于生产资金的快速回笼，形成再生产。

（一）意大利传统产业集群^①

提到传统产业集群，就不能不提意大利，意大利产业集群可谓是传统产业集群的典型代表，其发展历程和经验也是各国产业集群学术界和公共服务机构的研究热点。

意大利国土面积仅为中国的 1/32，是一个自然资源高度匮乏的国家，能源和原料大多依赖于进口。但是，这样一个面积狭小、资源匮乏的国家，2002 年国民生产总值达到 11 880 亿美元，仅次于美、日、德、英、法五国，居全球第六位。意大利是世界主要商品出口国，20 世纪 70 年代后，人均收入增长迅速，目前人均 GDP 已超过 2 万美元。意大利的成功，归功于其普遍存在的以中小企业为主的劳动密集型产业集群。意大利的经济实力和国家竞争力基本依靠这些产业集群支撑。例

^① 胡宇辰：《产业集群支持体系》，经济管理出版社 2005 年版，第 59～62 页。