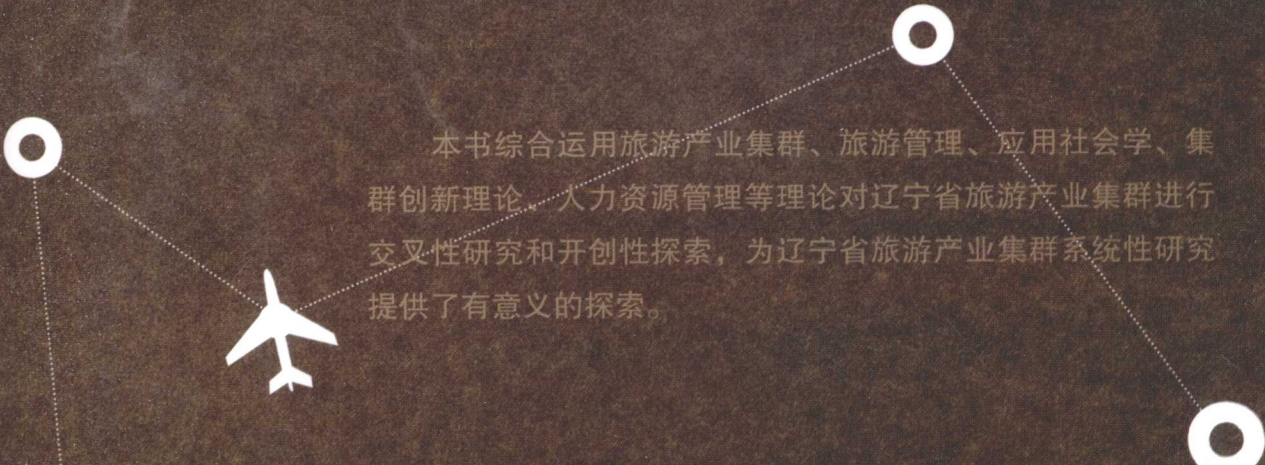




本书综合运用旅游产业集群、旅游管理、应用社会学、集群创新理论、人力资源管理理论对辽宁省旅游产业集群进行交叉性研究和开创性探索，为辽宁省旅游产业集群系统性研究提供了有意义的探索。

辽宁省旅游产业集群

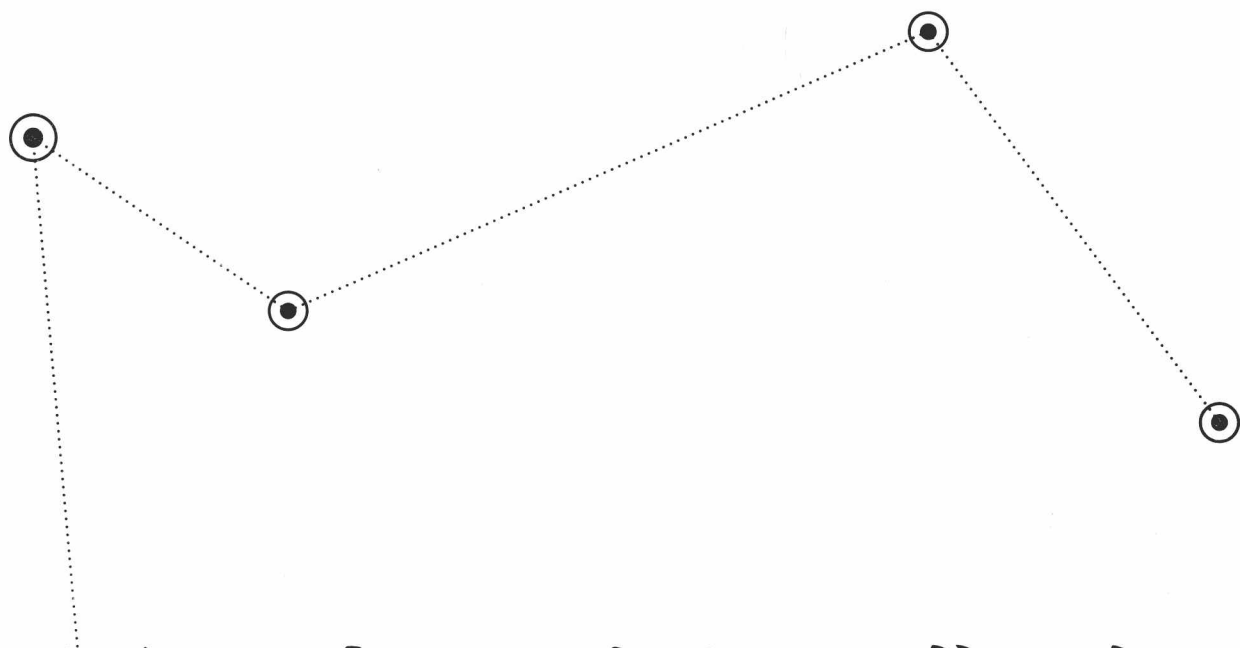
系统架构与发展策略研究

陈丹红 著

ARCHITECTURE

AND DEVELOPMENT STRATEGY OF TOURISM CLUSTERS OF
LIAONING PROVINCE

辽宁教育出版社



辽宁省旅游产业集群

系统架构与发展策略研究

陈丹红 著

ARCHITECTURE
AND DEVELOPMENT STRATEGY OF TOURISM CLUSTERS OF
LIAONING PROVINCE

辽宁教育出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

辽宁省旅游产业集群系统架构与发展策略研究 / 陈丹
红著. —沈阳: 辽宁教育出版社, 2009. 8
ISBN 978-7-5382-8421-8

I. 辽… II. 陈… III. 旅游业—经济发展战略—研究—
辽宁省 IV. F592.731

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第151270号

辽 宁 教 育 出 版 社 出 版
(沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮政编码 110003)
沈阳航空发动机研究所印刷厂印刷

开本: 787毫米×1092毫米 1/16 字数: 300千字 印张: 14.5
2009年 8 月第 1 版 2009年 8 月第 1 次印刷

责任编辑: 张国强 责任校对: 刘 璵 马 慧
封面设计: 秋 实 版式设计: 秋 实

ISBN 978-7-5382-8421-8

定价: 38.00 元

前 言

旅游产业集群因其独有的规模经济效益、板块经济格局、区域品牌效应、连锁带动作用、集约经营优势，已经成为旅游业提高产业竞争力、形成区域旅游竞争优势的重要途径。辽宁省要想成为旅游强省，旅游产业必须进行产业组织形式的改革，快速创建辽宁省旅游产业集群，提高辽宁省旅游企业的经济效益和竞争能力。不过，关于辽宁省旅游产业集群的研究还是一个尚未有人系统研究的专题，对辽宁旅游产业集群的系统架构与发展战略的研究具有理论和现实意义。

本书是在完成了辽宁省社会科学规划基金项目“辽宁旅游产业集群的系统架构与发展战略研究”（项目批准号L08BJY027）和辽宁省高等学校科研计划项目“辽宁旅游业供应链的模式选择与管理创新研究”（项目批准号2009A569）的基础上编撰而成的。作者于2008年成功申报了上述两项课题，在开展课题研究的期间，本书作者通过大量调查、分析和统计，对辽宁省旅游产业集群的发展进行了科学地梳理，找出现状中所存在的主要制约因素，并提出推进辽宁旅游产业集群发展的基本对策，完成了对辽宁旅游产业集群的开创性研究。“辽宁旅游产业集群的系统架构与发展战略研究”课题研究成果获得了辽宁省政府的好评，该研究成果已经刊登在中共辽宁省宣传部出版的《社科与决策》第20期，报送省委常委、部分省人大常委、省政府、省政协领导同志以及省直有关机关审阅，获得辽宁省赵国红副省长同志批示：“此建议中关于我省旅游业发展的思路、措施值得借鉴，请结合我省旅游业做大做强的实际加快消化吸收。”有关措施将获得相关部门的执行。

本书运用旅游产业集群理论的最新成果，首次对辽宁省旅游业按产业集群的角度进行开创性实证研究，突破该理论对一般性产业研究的模式，努力发掘产业集群理论在辽宁旅游业中的运用规律，填补了辽宁省旅游产业集群的系统性研究的空白。本书阐述了产业集群理论，进行了旅游产业集群理论研究和实践研究，探讨了辽宁旅游业的发展现状，对辽宁发展旅游产业集群进行了SWOT分析，探讨了辽宁省旅游产业集群的系统构架，进行了辽宁省旅游产业集群发展策略研究，提出了辽宁省发展旅游产业集群的保障措施。本书具有科学性

和区域特色性，可供旅游企事业单位、大专院校、科研院所的工作人员参考之用。

本书综合运用旅游产业经济理论、产业集群理论、系统论方法、旅游规划理论、应用社会学、公共事业管理学、人力资源管理学等理论进行跨学科交叉研究，突破以往研究中的视野狭窄性和方法的局限性。本书采用大旅游理论、旅游产业集群的系统构架理论、SWOT分析理论、循环经济理论、集群创新理论、供应链理论、区域形象理论等先进理论，保证研究成果的前沿性。希望本书能够给读者以信息的引领和研究的思路。由于本书属于首次对辽宁省产业集群进行开创性实证研究，虽然几经努力，还是存在很多的缺憾，真诚希望读者能提出宝贵的意见和建议。

本书在编写过程中参考了大量的著作与报刊，前人的研究结果为本书的撰写提供了基础，在此对原著作者致以最诚挚的谢意。

陈丹红

于2009年7月

目 录

第一章 产业集群理论研究	1
一、产业集群的概念.....	1
二、产业集群的基本特征.....	3
三、产业集群的作用分析.....	7
第二章 旅游产业集群理论研究	14
一、旅游产业集群的概念.....	14
二、旅游产业集群的特征.....	17
三、旅游产业集群的构成层次.....	22
四、旅游产业集群的发展要素.....	23
五、旅游产业集群的效益分析.....	26
六、旅游产业集群国内文献研究.....	30
第三章 旅游产业集群实践研究	40
一、国外发展旅游产业集群的经验介绍.....	40
二、国内发展旅游产业集群的经验介绍.....	46
第四章 辽宁省旅游产业研究	55
一、辽宁省旅游产业的发展优势分析.....	55
二、辽宁省旅游产业的发展现状.....	60
三、发展辽宁省旅游产业的对策研究.....	69
第五章 辽宁省发展旅游产业集群的SWOT分析	75
一、辽宁省发展旅游产业集群的优势分析.....	75
二、辽宁省发展旅游产业集群的劣势分析.....	78

三、辽宁省发展旅游产业集群的机遇分析·····	82
四、辽宁省发展旅游产业集群的挑战分析·····	87
第六章 辽宁省旅游产业集群的系统构架·····	89
一、辽宁省旅游产业集群系统构架的重要性·····	89
二、辽宁省旅游产业集群的系统构架·····	92
三、辽宁省旅游产业集群的重点构架·····	101
四、辽宁省旅游产业集群的演进路径·····	104
五、辽宁省旅游产业集群的实施策略·····	107
第七章 辽宁省旅游产业集群的发展策略·····	113
一、辽宁省旅游产业集群协作发展策略·····	113
二、辽宁省旅游产业集群企业发展策略·····	121
三、辽宁省旅游产业集群产品发展策略·····	130
四、辽宁省旅游产业集群创新发展策略·····	142
五、辽宁省旅游产业集群生态发展策略·····	152
六、辽宁省旅游产业集群营销发展策略·····	160
七、辽宁省旅游产业集群人才发展策略·····	168
第八章 辽宁发展旅游产业集群的保障措施·····	178
一、树立“大旅游”观念·····	178
二、完善组织保障机制·····	183
三、完善旅游供应链·····	185
四、加强区域旅游合作·····	191
五、发展旅游公共服务·····	203
六、完善资金支持体系·····	216
七、建设区域旅游形象·····	218
八、推动集群示范工程·····	220
参考文献·····	221

第一章 产业集群理论研究

在经济全球化的今天，区域经济竞争已逐渐从企业战略层面转向产业集群战略层面，产业集群因其凸显出的竞争优势而成为世界范围内的重要经济现象，成为区域提高产业竞争力、形成区域竞争优势、参与全球经济竞争的重要途径。有竞争力的产业集群是一个地区乃至国家经济长期增长和繁荣的源泉。各国学术界从多个角度对产业集群进行了大量的理论和实证研究。尽管取得了一大批研究成果，但是由于产业集群本身的复杂性和研究角度的多样性，到目前为止，还没有形成一个被大家公认的概念，人们对产业集群认识的混乱程度和理论成果的丰富程度形成了巨大的反差，这制约了学者们对产业集群进一步的深入研究，阻碍了产业集群的健康发展，对产业集群理论的研究还是目前一个重要的研究课题。

一、产业集群的概念

对产业集群现象最早的关注源于马歇尔一百多年前提出的产业区概念，茨扎曼斯凯（1974）最先将产业集群概念引入经济学范畴。但直到哈佛大学迈克尔·波特教授（1990）才在他的《国家竞争优势》一书中重新提出产业集群的概念，认为产业集群是在地理上一些相互关联的企业、专业化的供应商、服务提供商、相关的机构，如学校、协会、研究所、贸易企业、标准机构等，在某一地域、某一产业的集中，这些企业处于既相互竞争又相互合作的一种状况。波特教授（2000）又提出产业集群必须具备的两个条件：一是政府在集聚中发挥作用，政府及公共机构提供的专业基础设施或教育研究项目可以实现生产率的提高。二是产业集群能够提高企业的互补性联系，一些企业在价值链上具有上下游的关系。

经济合作与发展组织（OECD，2002）提出，产业集群是相互依赖的企业、知识生产机构（大学、研究所、技术提供企业）、中介机构（技术或咨询服务提供者）和消费者联系的网络，与生产链的创造和增值有关。

国内研究比较有代表性的是王缉慈（2002）提出的，认为产业集群是指

在某一特定的产业及其相关领域中，大量密切联系的企业以及相关支撑机构，如行业协会、金融机构、职业培训和科研机构等，在空间上集聚，并形成强劲的、持续竞争优势的现象。

王洪忠（2006）认为，产业集群的形成是一定区域的历史与现实、内在与外在、主观与客观、市场与政府等一系列相互交错因素综合作用的结果。在这一过程中，主导因素与驱动力量不同，产业集群的生成路径与发展模式各异。尽管产业集群有多种发展模式，但从产业集群的发展过程分析，市场力量和政府政策是其发展的关键因素。

赖磊（2008）认为，产业集群能力主要由资源要素能力、网络结构能力、环境制度能力以及创新能力四个层次构建，这四个层次之间相互联系、相互影响、相互制约，是有机结合的，不是离散的能力集合，也不是各种能力的简单堆砌。

李大奎、仲伟周（2008）认为，产业集群是产业内部和相关产业的企业以及相关社会机构，由于自然、历史、制度等原因，为了达到资源共享、降低风险、降低成本、提高效益的目的，在某一个地理空间上集中于一个地区，并结成相互关联、相互合作、相互竞争的网络结构的一种经济现象。基于产业集群而形成的产业集群经济已成为我国区域经济的重要板块和亮点。

潘溯恺（2008）认为，产业集群由一组在地理上靠近的企业和相关机构，同处在一个特定的产业领域，由于共性和互补性联系在一起。产业集群为群内企业构建了一个良好的网络平台，可以促进思想、信息、知识、技术及生产等要素在企业内外的顺畅流通，使企业能够以平等竞争与合作的姿态，保持经常性的交往与沟通，从而建立长期信任，形成密切的协作关系，共同学习，取得技术上的进步，赢取、获得市场竞争地位，为企业竞争优势的获取与提升创造了有利条件。

徐莉（2008）认为，产业集群是指一个产业在某一个地方发展，某一个地方就变成某一个产业的集聚地。产业集群一旦形成就有一种自我强化的内在因素促使其进一步成长。产业集群的内生效应既是产业集群不断完善的推动力，也是产业集群存在的合理解释。产业集群作为提高区域或城市经济竞争力的有效途径，在国内外的实践中得到很好的验证。

陈柳钦（2008）认为，产业集群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和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网络化空间集聚体，代表着介于市场和等级制度之间的一种新的空间。通过这种合作方式，中小企业可以在金融、技术开发、产品设计、市场营销、出口、分配等方面互动互助、集体行动，以克服其内部规模经济的劣势，而能够与比自己强大的竞争对手相抗衡。

危旭芳（2008）认为，从不同的角度看，产业集群具有不同的组织内涵。具体而言，从制度经济学的角度看，产业集群是一种介于纯市场和科层之间的中间性体制组织；从组织生态学的角度看，产业集群是一个产业种群生态系统；而从创新经济学的角度看，产业集群又是一个具有柔性生产性质的地方企业网络系统和区域创新系统。可见，产业集群是产业发展演化过程中的一种地缘现象，即某个领域内相互关联（互补、竞争）的企业与机构在一定的地域内集聚而形成的有机体。

笔者在总结上述产业集群共同特性的基础上，认为，所谓产业集群，是在特定的地域范围内，具有相当数量相互独立又密切联系的企业以及相关支撑机构企业及相关机构，因为经济网络关系和社会关系，以一个或两个以上产业部门作为产业发展的核心，通过纵横交错的网络关系紧密联系在一起，而形成的结构相对稳定、互动联系紧密、创新交互活跃、产业资源共享、竞争优势可持续发展的集合体。

二、产业集群的基本特征

为了进一步了解产业集群，必须了解产业集群的基本特征，从定义和学者们的观点可以看出产业集群具有以下特征：

（一）专业化

专业化是产业集群最显著的特性。从纵向看，产业集群是由多条以实现资源共享、降低生产成本为目的产品线扭结在一起而形成的产业价值链，包括从原料加工、产品生产到销售、服务等各个环节，具有明显的专业化分工；从横向看，产业集群是为产业价值链服务的各种中介组织集群，包括商业银行、风险投资、孵化器、会计师事务所、律师事务所、公关企业、各种协会组织、猎头企业以及高校和研究机构等，使产业集群充分享受专业化分工优势。

（二）广泛性

产业集群是指在特定区域中，有交互关联性的企业、专业化供应商、服务供应商、金融机构、相关产业的厂商及其他相关机构等组成的群体。许多产业集群还包括由于延伸而涉及的销售渠道、顾客、辅助产品制造商、专业化基础设施供应商等，以及其他提供专业化培训、信息、研究开发、标准制定等机构，以及同业工会和其他相关的民间团体。由此可见，产业集群超越了一般产业范围，形成特定地理范围内多个产业相互融合、众多类型机构相互联结的共生体，具有广泛性。

（三）集聚性

产业集群是相关企业及其支撑机构在地理位置上围绕特定产业而聚集形成的一个网络，产业集群各组织机构都必须在特定的地理位置上聚集。产业集群各个组织机构在特定地理位置上的聚集能够给产业集群内的企业带来三个方面的好处：一是地理位置上的聚集可以让产业集群内的企业共享区域内的各种基础设施，产业集群可以缩短产品、原材料、能源的运输距离，降低了企业的经营成本，享受到了规模经济带来的好处。二是地理位置上的聚集为产业集群内的企业在共享专业技术、劳动力资源方面创造了可能，高级人才和其他关键因素也会由于大量相关企业的共生而被吸引过来，产业集群内部人才、技术、信息等资源的共享会进一步提高了产业集群的竞争力。三是地理位置上的聚集使产业集群内的企业在隐性知识方面的交流成为可能，产业集群的信息、技术由于连续、重复地接触或者通过面对面的交流，得到了有效传播，从而有利于产业创新。

（四）网络性

产业集群是指在某一特定地理区域中，大量相互独立又密切联系的企业以及相关支撑机构因为供求关系、共性技术、共同的市场导向和地方性文化等在内的一系列因素而结成紧密的合作网络体系，内部存在着纵横交错的生产要素市场网络、技术信息网络和区域创新网络。众所周之，产业集群成功的关键是产业集群内的各企业在相互的经济交易中结成合作的网络，从而使得劳动力、资本、信息、技术等要素通过网络传导机制在不同的节点之间进行顺畅地流动、扩散和创新，使企业能够以平等竞争与合作的姿态形成密切的协作关系，

产业集群内的企业既可以发挥自身的创新活力，又可以弥补单个企业创新资源不足的缺陷。因此，产业集群的网络性是不断地推动产业集群产业结构调整和升级换代的重要因素。

（五）共享性

产业集群最直观的表现就是众多的企业在某一地域相互靠近、并存共生，各企业在物流、信息流、资金流等方面相互协作，这种合作会使产业集群中的供应商、客户，甚至竞争对手走到一起，实现各种资源共享，包括共享公共基础设施、共享专业技术、共享信息资源、甚至是共享劳动力资源。产业集群的共享性使群内企业大大节约了生产成本，降低合作的风险和成本，为产业集群中的发展和创新提供了动力源泉。

（六）竞争力

产业集群是一种具有相对竞争优势的经济组织模式，这种竞争优势是一个产业集群内的企业相对于非产业集群的企业所形成比较竞争优势。产业集群内的企业与其他非产业集群的企业相比较，能够产生聚集效应、共生效应、协同效应、区位效应，能更有效地满足市场需求，获取更大的价值收益，可增强企业的竞争力。对区域外的企业而言，要想利用这些资源是有较高成本的。因此，参与产业集群成为企业获得竞争优势的重要方式。

（七）创新力

企业很难单独开展创新活动，创新往往需要多个相关企业及科研部门的共同参与，产业集群恰好可以解决这一问题。首先，在产业集群内部，集聚着数量众多的相关生产企业、科研机构、商会、协会、中介机构等企业和组织，容易产生专业知识、生产技能、市场信息等方面的累积效应，为创新提供了的重要来源以及所需的物质基础。其次，由于产业集群在一定的区域范围集聚了大量的竞争对手，竞争对手之间相互熟悉且易于进行相互比较，由此形成巨大的区内竞争压力，迫使各个企业加快技术创新来突出自己的特色。最后，产业集群内的企业在同一区域内集聚，在产业链的互相联系中构筑了学习交流平台，企业利用这个平台彼此学习先进理念和技术，享受产业集群内的信息、人才和知识的溢出效应，这利于各种新思想、新观念、新技术和新知识的传播，知识转移和分享非常频繁，形成一个知识产生和分享的密集区，增强了群内企业创新的能力。



（八）根植性

产业集群的根植性是产业集群社会网络的一个根本性特征，产业集群的经济行为深深地嵌入于当地社会关系、制度结构和文化土壤之中。根植性可以使企业构筑起交流与合作的系统，从而增强技术创新的能力和竞争力，这主要表现在几个方面：一是根植性使企业行为深深镶嵌在区域社会文化背景中，产业集群的发展理念和区域内各种传统、宗教、历史、价值观取得文化上的认同，使企业形成良好的产业氛围，隐性知识会有效地在产业集群内得到传播；二是根植性使企业间在文化认同基础上建立起信任关系，企业有着共同的利益要求和强烈的合作愿望，可以共同承担风险；三是根植性使企业行为深深镶嵌在区域社会文化背景中，使企业间形成以信赖为基础的社会网络，并受到社会整合力的约束，减少机会主义行为的产生；四是根植性使企业显现出生产活动的独特性及随之产生的产品和服务的特色性，这是产业地方化的重要标志，也是形成产业集群竞争优势的力量源泉。因此，成功的产业集群需要有悠久的历史根基，新产业集群的出现需要时间的积累来形成和扩展自己的根植性。

（九）周期性

产业集群具有生命周期性。一般而言，产业集群根据生命阶段可划分为企业集聚阶段、产业集群形成阶段、产业集群发展阶段、产业集群成熟阶段和产业集群转型阶段。在外部市场等环境要素和产业集群内部要素的共同作用下，产业集群内高附加值产业链的纵深扩展和横向关联推动了产业集群不断从低级到高级、从简单到复杂进行动态演变。当产业集群核心产业和产品处于成熟阶段，或者当产业集群处于成熟和调整阶段，如果不及时进行结构调整和升级，很可能由此导致整个产业集群的衰退。随着生产要素和产业集聚的增加，将导致土地、劳动力等要素成本不断上涨，而周边成本更低的新竞争者的出现，将构成一股推力和拉力因素，促使产业集群内的企业向其他地区转移。

（十）中间性

产业集群是处于特定价值链上的企业及其相关支持机构之间存在密切的产业联系，是介于市场组织和等级制组织之间的一种中间性组织。一方面，产业集群内的企业是独立的产权主体，自主经营，自负盈亏，自担风险，具有市场组织的特征。另一方面，产业集群内的企业是在信任的基础上进行交易，大

大减少了完全市场组织进行交易时所需要的交易费用，又具有层级制组织的特征。所以，产业集群这种组织方式既不同于企业科层组织形式，也不同于市场组织形式，而是介于等级制企业组织和完全竞争的市场组织之间的一种中间性体制组织。这种组织既有助于企业克服市场的交易分散性和不确定性风险，也可以克服多层次组织的低效率，而形成一种比市场稳定、比层级组织灵活的中间性组织。

三、产业集群的作用分析

（一）产业集群有利于群内企业的发展

产业集群内的企业，相对于非集群的企业，具有市场定价优势、产品差异化优势、区域品牌优势、整合资源优势、生产成本优势、竞争合作优势等特征，会形成迅猛的发展趋势。

1. 市场定价优势

首先，产业集群内的企业具有定价优势。对于处于产业集群价值链同一环节的企业定价行为而言，因为有限区域范围内聚集了足够数量的同类企业，他们根植于地方社会网络之中，群内企业经过长期的交往与交易积累起较高的社会资本存量，经过多次价格博弈而形成有利于同产业集群外的企业竞争的同一价格来一致对外，形成适当垄断来提高讨价还价的能力；对于处于产业集群价值链上下游位置的企业定价行为而言，企业之间由于交易频繁且交易信息较为完备，经过多次价格博弈后，这些企业之间会转向契约方式地讨价还价。由于企业间经过长期的交往与交易而形成了良好的信任与承诺基础，单个企业的失信与违约的成本相当高，价值链上下游位置的企业乐于遵守契约方式定价。

其次，产业集群内的企业与外部企业相比所获得的定价优势也十分显著。原因如下：由于产业集群可以通过集聚经济、规模经济、交易成本的节约、专业化分工以及有效的劳动力供给等获得低成本优势，所以，产业集群无论作为买方，还是作为卖方，在市场竞争中都掌握着主动权；产业集群内同类型企业大量聚集，可以大批量购买原材料，增强了讨价还价能力；产业集群是由生产性企业与流通性企业共同构成的，产业集群内配套的供应商对产业集群外的供应商构成替代威胁，增强了讨价还价能力；产业集群内研究机构和行业协会会

运用自己的专业素养对市场需求状况进行分析,帮助群内企业进行讨价还价。

2. 产品差异化优势

产品差异化,是指企业所提供的产品或服务形成足以诱使消费者购买的特殊性,使消费者认同该产品并区别于其他企业提供的同类产品。产品差异化能够更好地适应当前消费结构变化的要求,满足消费者追求“多样化、多元化、个性化、差别化”的特点,差异化战略使企业竞争策略从以价格竞争为主,转到以在一定价格基础上的非价格竞争为主的竞争方式上来。产业集群内的企业之所以能具有产品差异化优势,原因如下:第一,产业集群中同类企业同居一地,同行业相互比较而形成了产品差异化程度评价标尺,为企业实行差异化战略提供了标杆。第二,产业集群利用集群力量进行技术创新,能够从商品的品种、外观、质量、功能、可靠性、耐用性和销售服务等方面提供产品的“附加价值”,为产业集群内的企业实行产品差异化战略提供了技术支撑。第三,因为产业集群是一种能适应外部交易条件和市场环境变化的自我调节的经济系统,它的主要成分和组织结构可以根据复杂多变的市场竞争环境灵活地、不间断地进行重新组合和自我适应调整,产业集群内的企业自然能够全面地获取市场对产品新的需求信息,并根据市场环境变化来进行差异化生产,产业集群使群内企业实行差异化战略变为了可能。

3. 区域品牌优势

区域品牌,是某地域的企业品牌集体行为的综合体现,并在较大范围内形成了该地域某行业或某产品较高的知名度和美誉度。区域品牌是众多企业品牌精华的浓缩和提炼,更具有广泛的、持续的品牌效应。产业集群的区域品牌优势十分明显:产业集群具有地理集聚的特征,会使众多相关企业和产品聚集,并形成专业市场,构成了区域的核心竞争力,形成了区域品牌的基础。随着产业集群的成功,产业集群可以建立大中型的专业化市场以改善原有的集散地式营销渠道,集中整体力量进行对外宣传,通过产业产品整合和市场的开拓把品牌的信息传播出去,产业集群所依托的品牌自然就形成了一种区域品牌。同时,反过来,区域品牌又是产业集群发展最具有市场驱动力的资源整合器,有利于提升产业集群的整体形象,为招商引资和未来发展创造有利条件,推动产业集群的发展。

4. 整合资源优势

产业集群是一种最具有竞争优势的资源配置方式,也是保证资源产生高效

率的一种有效的经济组织形式，能最大限度地实现资源的最优配置。首先，产业集群把整个区域内相关的中小企业（甚至还包括大型企业），集中在一起。同一个产业的企业在地理上的集中，减少了资源获取和转换的障碍，能够使得群内企业更有效率地得到供应商的服务，及时得到本行业竞争所需要的信息，比较容易地获得配套产品和服务，获得相对于产业集群区域以外的企业更多的资源竞争优势。其次，产业集群使大企业与中小企业形成专业化分工协作格局，通过化零为整把离散的资源聚集起来，加上各个企业共处于同一区域而容易获得各方的资讯，定点与定时供应、零库存等一些有效的生产组织方式在产业集群环境下都可以较为容易地实现，产品和半成品的销售也可以得到加速，这些都大幅度减少或避免了企业在地域分散条件下经常存在的原材料库存和产品积压的现象，有效避免了资源的浪费，最大程度地优化了区域内资源配置。再次，产业集群有利于获取政府和有关公共机构提供的公共物品，如专业化基础设施、教育项目等准公共物品，以及产业集群的信息、技术、声誉等，企业通过共同使用公共设施而减少了分散布局所需的额外投资。最后，产业集群本身具有的竞争优势和对资源的动态配置能力，使它可以在更大范围内（全国甚至世界范围内）优化资源配置，更快、更经济地发展利用新资源，从而获得最好的资源配置。

5. 生产成本优势

产业集群是为了节约交易费用、提高经济效率的需要而产生的组织结构，可以优化产业集群内的企业的生产力成本。基于产业集群而形成生产成本优势体现在以下几点：一是基于产业集群网络平台，群内企业坐拥公共设施、支持性服务、劳动力市场的有效供给以及技术进步的优势，群内企业获得了专业化分工与协作带来的规模经济与范围经济，降低了生产成本。二是由于群内企业交往频繁，协作关系较稳定，容易建立相互信任的合作关系，这有利于减少谈判环节而提高谈判效率，有利于企业间为增进协作关系而降低交易价格。三是产业集群通过合资、合作或建立联合等方式共同进行生产、销售等价值活动，使原材料价格降低。产业集群内的企业利用地理邻近性而节省相互间物质和信息流的运移费用，节约了单位运输成本，并降低企业成品的运输、库存费用，使产品平均成本明显降低。四是产业集群内的企业由于信息完备，加上共同的社区文化和熟悉的环境，它们对下级承包商的生产能力、技术水平、商业信誉等都非常熟悉，在多次博弈中，几乎不存在机会主义行为，通过产业集群内纵



横交织的网络进行生产的交易成本比企业生产经营内在化的管理成本要低。五是产业集群内的企业间结成紧密的生产网络,进行密切的分工和协作,产业集群内的企业通常采用灵活分工的专业化生产方式进行生产,产业集群内一些企业常常可以利用自己掌握信息或者拥有订单的优势,通过在产业集群内进行外包活动来追求利润最大化,这种生产组织方式不仅能降低生产成本,提升企业在自己所在专业的竞争力,而且能分散风险,增强对经营环境变化的应对能力。

6. 技术创新优势

当今有些产品的创新涉及较多环节,组织复杂,费用高昂,单个企业往往难以承担。技术创新是一个极其复杂的过程,并不是单一企业能够支撑得了的,需要借助整个产业集群范围内的资源整合和优势互补,得以实现技术高速的扩散和进步。产业集群能够促进企业创新,原因在于以下几点:首先,由于产业集群地理位置相对集中,产业集群内的企业对竞争的压力感受更为直接,彼此间服务与产品的质量、价格、产品差异化等信息比较透明而容易形成评判标准,这给群内企业带来了更大的竞争压力,从而迫使群内各企业不断进行产品创新、服务创新和组织管理创新,以适应迅速变化的市场需要。其次,产业集群内的企业由于地理位置接近、合作密切带来了面对面交流的机会,有利于各种新思想、新观念、新技术和新知识的传播和扩散,为企业进行创新提供了较多的学习机会。产业集群内的企业间的相互信任、共同的远景等促使企业在一种充分信赖的气氛中积极交流和分享知识成果,企业通过交互式沟通可以迅速共享与生产经营有关的信息、技术、管理方法等方面的创新成果。产业集群内任何一家企业所获得的包括产品的特色、产品的市场信息以及产品品牌、企业管理方式等新知识,很大一部分会外溢到产业集群内的其他企业之中去。以上这一切使产业集群内的企业容易获得知识溢出效应,学习新技术变得容易并且成本较低,企业创新具有了技术支撑。

7. 竞争合作优势

相对于单体企业而言,产业集群内的企业之间结成了一种既竞争又合作的关系。首先,产业集群把单体的竞争提升到了更大群体之间的竞争,群内企业的个体竞争依赖于产业集群整体的竞争能力。因此,为了增强产业集群的整体竞争能力,产业集群内的企业会削弱彼此之间的摩擦,更倾向于合作。这种合作不仅包括发包商和承包商之间为了及时、定量地生产高质量的产品而进行的