中央财经大学学术著作基金资助出版
Supported by Central University of Finance and Economics Scientific Fund

张 宁 著

企业集群保险研究

Insurance of Enterprise Cluster

经济科学出版社
Economic Science Press

中央财经大学学术著作基金资助出版

企业集群保险研究

张　宁　著

经济科学出版社

图书在版编目（CIP）数据

企业集群保险研究/张宁著．—北京：经济科学出版社，2014.11

ISBN 978-7-5141-5173-2

Ⅰ.①企… Ⅱ.①张… Ⅲ.①企业-保险-研究-中国 Ⅳ.①F842.681

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第261993号

责任编辑：王　娟　王　瑛
责任校对：刘　昕
责任印制：李　鹏

企业集群保险研究

张　宁　著

经济科学出版社出版、发行　新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲28号　邮编：100142

总编部电话：010-88191217　发行部电话：010-88191522

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：esp@esp.com.cn

天猫网店：经济科学出版社旗舰店

网址：http://jjkxcbs.tmall.com

北京季蜂印刷有限公司印装

710×1000　16开　9.5印张　160000字

2014年12月第1版　2014年12月第1次印刷

ISBN 978-7-5141-5173-2　定价：24.00元

（图书出现印装问题，本社负责调换。电话：010-88191502）

（版权所有　侵权必究　举报电话：010-88191586

电子邮箱：dbts@esp.com.cn）

前　言

中小企业是中国经济发展的重要力量，而主要由中小企业形成的企业集群则是中国经济发展的重要特征之一。笔者在过去一段时间里承担了一些相关中小企业的调研和研究任务，积累了企业集群的相关理论和经验。基于这些基础，本书则从风险和保险角度出发，研究企业集群保险，包括企业集群的风险特征与识别、企业集群保险的理论与模式、企业集群保险的大数据应用以及相关案例分析与总结。

本书正式提出了集群保险的概念，并对集群保险的理论和实践做了深入的探讨，目的是充分挖掘中国市场的特点，挖掘中国集群产业特征，本着保险创新和金融创新的思路，提出集群保险市场这一可行性设想。

本书的理论研究基于充足的实践和调研，笔者在此感谢提供帮助的朋友，他们是：蔡辉涵（华为）、杨文辉（东莞）、邓晓刚（重庆科技学院）、孟凡星（长春）、曾异（广州）等。

笔者还感谢参加调研的中央财经大学的同学，他们是：郭楠、万潇、李琳翔、胡逸豪、郑可嘉、魏昀天、彭景、王沁璇、周然、许楚、薛雨、赵泽昊、杜帅南。

在本书的研究过程中，中央财经大学的同事、中国精算研究院的领导和同事、保险学院的领导和同事都提供了很多帮助，在此一并感谢。

为了研究集群保险，我们形成了一个讨论班，讨论班的同学对研究提出了许多有益的建议，特别是讨论班中郭楠同学、万潇同学对相关讨论进行了组织和整理，辛苦梳理了部分初稿，郭楠

同学还组织了相应的图表，并对段落章节结构进行了修改，在此深表感谢。

感谢中央财经大学学术著作基金的资助，能让研究成果最终出版！

感谢经济科学出版社王娟编审，为本书的出版尽心尽力，提出了许多宝贵意见！

谨以此书送给我的家人，是你们的支持让我一路前行！

张宁

2014 年 8 月 1 日于北京

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

内容简介

企业集群是中国经济发展的典型特征之一。本书正式提出集群保险的概念，并从理论和实证角度进行深入研究。

具体内容如下：

1. 集群保险的基础理论：这里包括它的理论定义、宏观理论分析、理论可行性的研究以及市场的相关分析。

2. 中国企业集群保险的风险分析：这里以实际调研和后期访谈为基础，基于理论分析抽选了典型集群，并对它们做了详细的研究和理论分析，提出了集群风险识别和风险管理理论，这是集群保险研究的实证基础。

3. 企业集群保险市场策略研究：这里对集群市场进行理论和实证分析，根据产业组织学和风险理论，对不同行业的集群保险特点进行分析，研究对应的市场策略、产品设计和发展路径。

4. 集群保险的大数据优势分析：这里以保险企业的大数据应用理论为基础，研究大数据的积累优势对集群保险的促进作用。

本书是国内目前为止，首个系统研究“集群保险”的成果，充分利用产业组织学、保险学、精算学等理论，对集群保险进行详细论述，这是创新之一；同时本书还充分利用业界的数据和经验，从笔者亲身的调研出发，结合中国实际分析了集群保险的可行性以及市场特征，为业界拓展新的市场提供了有力的理论支撑，这是创新之二；最后，本书结合目前热门的“大数据”理

论，探讨了大数据与集群保险的关系，并深入挖掘了它的作用，这是创新之三。

当然，因为时间仓促以及水平所限，书中还有很多不完善的地方，还需要进一步研究和发展。

目　　录

第 1 章　企业集群概述 …… 1

1.1　企业集群概念与作用 …… 1

1.1.1　企业集群的经济学含义 …… 1

1.1.2　中小企业集群 …… 2

1.1.3　中小企业集群结构 …… 3

1.1.4　企业集群的特征分析 …… 4

1.1.5　企业集群产生效应分析 …… 4

1.1.6　发展中小企业集群的必要性分析 …… 5

1.1.7　中小企业集群的发展 …… 7

1.2　我国企业集群概述 …… 7

1.2.1　我国中小企业集群发展现状 …… 8

1.2.2　我国中小企业集群发展特点 …… 12

1.2.3　中小企业集群化取得的成就 …… 13

1.2.4　我国中小企业集群存在的不足 …… 14

第 2 章　集群保险理论 …… 17

2.1　相关研究综述与研究意义 …… 17

2.1.1　相关研究综述 …… 17

2.1.2　研究意义 …… 18

2.2　集群与保险的理论联系与相互作用 …… 19

2.3　集群保险的优势与可行性分析 …… 21

2.3.1　集群保险的优势 …… 21

2.3.2　集群保险的可行性分析 …… 22

第3章 企业集群风险研究 …… 24
3.1 典型企业集群的确定 …… 24
3.2 典型集群风险调研 …… 26
3.2.1 调研准备 …… 27
3.2.2 调研过程 …… 27
3.2.3 关于保险需求的估计方法说明 …… 28
3.3 典型集群的风险分析结果 …… 29
3.3.1 北京艺术创意集群 …… 29
3.3.2 广东电子产业集群 …… 32
3.3.3 广东灯饰产业集群 …… 36
3.3.4 广东陶瓷产业集群 …… 40
3.3.5 广州生物医药集群 …… 44
3.3.6 温州鞋业制造集群 …… 47
3.3.7 江苏宜兴环保产业集群 …… 50
3.3.8 武汉高新技术光谷集群 …… 53
3.3.9 重庆商用车及零配件产业集群 …… 58
3.3.10 成都移动互联网企业集群 …… 62
3.3.11 长沙先进电池及材料产业集群 …… 65
3.3.12 河北白沟箱包产业集群 …… 68
3.3.13 郑州农资经销集群 …… 71
3.3.14 山东临沂农资生产集群 …… 75
3.3.15 浙江绍兴轻纺织产业 …… 78
3.4 风险综合分析 …… 85
3.4.1 中小企业集群所面临风险和保险需求呈现较为明显的行业特点 …… 85
3.4.2 中小企业集群的保险现状和保险需求呈现较为明显的地区差异特点 …… 89
3.4.3 其他特征 …… 90
第4章 集群保险市场策略研究 …… 92
4.1 加工制造行业 …… 92
4.1.1 营销渠道分析 …… 92

4.1.2 品牌宣传 …… 92
4.1.3 佣金手段 …… 92
4.1.4 产品方案 …… 93
4.1.5 促销策略 …… 93
4.1.6 经纪公司选择 …… 93
4.1.7 与经纪公司的合作关系 …… 93
4.1.8 营销团队建设 …… 94
4.1.9 信息化建设 …… 94
4.1.10 客户维护 …… 94
4.2 电子行业 …… 94
4.2.1 营销渠道分析 …… 94
4.2.2 促销策略 …… 96
4.2.3 产品推进结构 …… 96
4.2.4 经纪公司选择 …… 97
4.2.5 与经纪公司（代理人）关系的选择 …… 97
4.2.6 营销团队建设 …… 97
4.2.7 信息化建设 …… 97
4.2.8 客户维护手段方式 …… 98
4.3 高新技术研发行业 …… 98
4.3.1 营销渠道分析 …… 98
4.3.2 品牌宣传 …… 98
4.3.3 促销策略 …… 99
4.3.4 佣金手段 …… 99
4.3.5 产品方案 …… 99
4.3.6 经纪公司选择 …… 100
4.3.7 与经纪公司（代理人）关系的选择 …… 100
4.3.8 营销团队建设 …… 100
4.3.9 信息化建设 …… 101
4.3.10 客户维护手段方式 …… 101
4.4 环保行业 …… 102
4.4.1 营销渠道分析 …… 102
4.4.2 品牌宣传 …… 102
4.4.3 促销策略 …… 103

4.4.4 佣金手段 …… 103
4.4.5 产品方案 …… 103
4.4.6 经纪公司选择 …… 103
4.4.7 与经纪公司（代理人）关系的选择 …… 104
4.4.8 营销团队建设 …… 104
4.4.9 大数据信息化运用 …… 104
4.4.10 客户维护手段方式 …… 105
4.5 汽车行业 …… 105
4.5.1 营销渠道分析 …… 105
4.5.2 品牌宣传 …… 106
4.5.3 促销手段 …… 106
4.5.4 佣金手段 …… 106
4.5.5 产品方案 …… 106
4.5.6 经纪公司的选择 …… 107
4.5.7 与经纪公司（代理人）的关系选择 …… 107
4.5.8 营销团队建设管理 …… 107
4.5.9 大数据信息化运用 …… 108
4.5.10 客户维护手段方式 …… 108
4.6 农资行业 …… 109
4.6.1 营销渠道 …… 109
4.6.2 品牌宣传 …… 110
4.6.3 促销策略 …… 110
4.6.4 佣金手段 …… 110
4.6.5 产品方案 …… 111
4.6.6 经纪公司选择 …… 111
4.6.7 与经纪公司（代理人）关系选择 …… 111
4.6.8 营销团队建设 …… 112
4.6.9 信息化建设 …… 112
4.6.10 客户维护 …… 112
4.7 矿产行业 …… 112
4.7.1 营销渠道 …… 112
4.7.2 品牌宣传 …… 113
4.7.3 促销策略 …… 113

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

4.7.4 佣金手段 …… 113
4.7.5 产品方案 …… 113
4.7.6 经纪公司选择 …… 114
4.7.7 与经纪公司（代理人）关系的选择 …… 114
4.7.8 营销团队建设 …… 114
4.7.9 信息化建设 …… 114
4.7.10 客户维护手段方式 …… 115
4.8 文化行业 …… 115
4.8.1 营销渠道 …… 115
4.8.2 品牌宣传 …… 116
4.8.3 促销策略 …… 117
4.8.4 佣金手段 …… 117
4.8.5 产品方案 …… 117
4.8.6 经纪公司选择 …… 118
4.8.7 经纪公司（代理人）关系的选择 …… 118
4.8.8 营销团队建设 …… 118
4.8.9 信息化建设 …… 118
4.8.10 客户维护手段方式 …… 118
4.9 艺术行业 …… 119
4.9.1 营销渠道分析 …… 119
4.9.2 品牌宣传 …… 119
4.9.3 促销策略 …… 119
4.9.4 佣金手段 …… 120
4.9.5 产品方案 …… 120
4.9.6 经纪公司选择 …… 120
4.9.7 与经纪公司（代理人）关系的选择 …… 120
4.9.8 营销团队建设 …… 121
4.9.9 信息化建设 …… 121
4.9.10 客户维护手段方式 …… 121

第5章 信息化建设：大数据与集群保险 …… 122

5.1 云计算框架 …… 122
5.2 大数据应用 …… 127

5.2.1 中国保险公司的数据情况介绍 …… 127
5.2.2 寿险产品精算定价 …… 129
5.2.3 利用大数据进行巨灾风险分析 …… 132
5.2.4 利用大数据进行集群保险的客户挖掘和推广 …… 134

参考文献 …… 137

第 1 章

企业集群概述

集群是中国当前中小微企业发展的主要方式之一，企业集群也成为中国经济发展的重要特征之一[1]。本章将介绍相关的企业集群的概念与基本理论，是后续研究的基础。

集群，英文是 Cluster，本质含义是聚集。该名词不仅仅应用在经济领域，也应用于计算机和信息领域，这两个领域中集群的内涵是一致的。我们可以由计算机集群来类比企业集群：计算机集群是一种计算机系统的组织形式，它通过计算机软件和硬件把资源综合起来协作完成目标的计算工作；在整体上，可以把这个集群看做一台计算机，只不过其计算能力和计算资源要比单体计算机大得多，性价比也高得多。

由上可以看到集群本身存在着“协作”、“资源综合”、“性价比高”的特点，而这些特点也在企业集群中得到体现。

1.1 企业集群概念与作用

除了计算机集群所具有的“聚集、协作、资源综合”等特性外，企业集群的主体是企业，故企业集群还有更多的经济学含义。

1.1.1 企业集群的经济学含义

企业集群在经济学上有不同的定义，根据研究背景及目的不同，有如下一些[2]：

（1）亚当·斯密从分工的角度认为企业集群是由一群具有分工性质的中小企业以完成某种产品的生产联合为目的而结成的群体。

（2）韦伯在企业集群的定义中引入集聚因素，强调集群是企业的一种空间组织形式，是在某一地域范围内相互联系的集聚体。

（3）德瑞奇和特克拉认为企业集群是通过相互间的配套合作能获取绩效优势的众多中小企业在地理上的集中。

（4）威廉·姆森从生产组织形式的角度认为企业集群是基于专业化分工和协作的众多中小企业集合起来的组织，是介于纯市场组织和层级组织之间的中间性组织，它比市场稳定，比层级组织灵活。

（5）罗森·菲尔德强调社会关系网络及企业间的合作对企业集群的活力起决定性作用，他认为企业集群是相似的、相关联的或互补的众多中小企业在一定地理范围内的聚集；有着通畅的销售渠道、积极的交流及对话，共享社会关系网络、劳动力市场和服务，共享市场机会及分担风险。

（6）迈克尔·波特以其竞争优势理论为基础，认为企业集群是某一特定产业的中小企业和机构大量聚集于一定的地域范围内而形成的稳定的、具有持续竞争优势的集合体。他给出了垂直企业集群与水平企业集群的定义：垂直的企业集群是通过买卖关系来联结的众多企业所形成的企业集群，水平的企业集群是由包括共享终端产品市场、使用共同技术、技巧及相似的自然资源的企业所组成的集群。

（7）杰克·伯斯和戴蒙把水平和垂直企业集群的定义拓展到用来识别集群的关键的衡量因素上。这些因素包括经济活动在一定地域范围内的集群过程、产业间不同部门的水平和垂直联系、共享技术的使用、中心活动主体（如大企业、研究中心等）的产生以及企业网络和企业合作的特点等。

在本书中，我们通常采用第二种定义，即韦伯的企业集群定义：集群是企的一种空间组织形式，是在某一地域范围内相互联系的集聚体。这些联系有许多种方式，或者是生产的不同环节，或者供应链的配合，但在本书中，主要是指企业之间政府政策作用或者协作的关系。

例如，在我国许多城市有很多开发区、孵化器、产业基地等，这些地方依靠政策作用聚集了诸多企业而形成集群，企业之间通过协作或者统一进货出货等方式来进行类似大企业的生产和流通。

1.1.2 中小企业集群

集群是诸多企业聚集形成一定的规模化效应，在现代企业经营中，跨

国企业以及大型企业本身的生产分工具备一定的集群特征，从而大企业集群所带来的集群优势和集群特征反倒不是很明显。而中小企业无论从自身发展，还是政策引导角度，天然具有抱团取暖、比照发展的需求，这就形成了中小企业集群。

中小企业集群是指以一个主导产业为核心的相关产业或某特定领域内大量相互联系的中小企业及其支持机构在该区域空间内的集合。美国硅谷的繁荣、意大利经济的振兴、我国东部沿海乡镇的迅猛发展在很大程度上归结于当地企业集群的发展。随着市场竞争的全球化，经济发展也凸显出区域集中化趋势，特别是参与全球产业链分工的地方企业集群化[3]。以中小企业为主的企业集群，由于其能够快速适应市场变化、满足顾客个性化需求而日益得到迅速发展。

中小企业的集群发展是世界范围的一种重要经济现象，我国的中小企业集群在 20 世纪 90 年代也取得了较快发展，中小企业集群所带来的巨大经济利益和社会效益日益明显。深入分析研究中小企业集群存在这一经济现象，对于促进地区经济发展，推动社会进步有着重大意义。

本书中，在无特别说明情况下，企业集群一般都指中小企业集群。

1.1.3　中小企业集群结构

由于中小企业集群在结构上具有高度的离散性和易变性，按其基本结构可分为："市场型"、"中卫型"或"椎型"和"网络型"三种[4]：

（1）第一类为"市场型"中小企业集群。

它是指集群内企业之间的关系是以平等市场交易为主，工人生产水平联系来完成产品或成品的生产。这类中小企业集群的典型代表是浙江的义乌、温州、诸暨等。我们调研的 20 个典型集群中，以此类型居多。从某种程度上也代表了中国中小企业集群的现状，也与我国经济发展阶段密切相关。

（2）第二类为"中卫型"或"椎型"中小企业集群。

它是指众多中小企业以大型企业为核心，在其周围集聚，并与之配套或关联，进行特定的专业化分工、根据需要提供专门化产品或进行限制性销售，从而形成中小企业集群。这类集群常见于日本、美国、德国和韩国。在我们调研的 20 个集群中，汽车类集群大多属于此，源于对大型汽车企业的依赖。

（3）第三类为“网络型”中小企业集群。

这种集群是产业组织对信息时代的适应。集群内企业间是以信息联系为主而不是以物质联系为主，现代以计算机辅助设计（CAD）和制造业的柔性生产方式的革命促进了混合网络型中小企业集群的涌现。通常情况下，高科技企业集群大多呈现如此态势。

随着企业集群的发展，信息技术以及金融服务的渗透，众多企业集群呈现出“混合式特征”，以上面三种中的一种为主要态势，同时呈现其他形态，更有很多集群特征没有明显区分，这些都属于“混合式中小企业集群”[5]。典型的如许多高科技企业园，有中心的大型企业，有相互促进人气的需求，而部分中小企业以信息联系为主。

1.1.4 企业集群的特征分析

企业集群本身具有诸多经济特征，具体表现在以下几个方面：

特征1：集群内各企业彼此独立。表现在各企业依然是独立的法人，保持各自的所有制、隶属关系、投资渠道，实行独立核算，按市场原则进行平等交易等方面。

特征2：集群内企业间联系密切。集群内企业间存在着密切的交互作用，已从工厂联系延伸到产业联系，包括实体的物质和非实体的信息联系，而且这种联系日益成为企业间联系的核心内容[6]。

特征3：集群内企业间存在多种特定关系。表现在企业间通过专业化分工与协作以获取外部经济。这种特定的关系表现使得集群内的中小企业从以往零散、杂乱状态走向系统化和有序化[7]。

特征4：集群呈现动态化。由于进入或退出集群的障碍较小，集群总是处于不断的发展变化之中，因此，集群才能保持长久的活力[8]。

特征5：集群运行机制的基础是“信任和承诺”等人文因素。这种人文因素是维持集群内企业所形成的长期关系的纽带，并使集群在面对外来竞争者时，拥有独特的竞争优势。

1.1.5 企业集群产生效应分析

地域性的企业集群，能够释放出一种集群效应。这种集群效应既是中小企业集群存在的合理基础，也是中小企业集群不断完善的推动力。它是

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com