

产业集群的“本土化”策略研究^{*}

陈丽娟

(厦门大学 财政系, 福建 厦门 361005)

摘要:产业集群作为经济效率的源泉,作为区域经济发展的支柱,已成为全球的普遍共识,许多国家政府已经将集群作为重要的经济发展战略。随着集群的“遍地开花”,如何保持本土化集群的持久竞争优势,如何使“嵌入型”集群扎根,都是当前集群发展面临的挑战。从各国集群的实践看,根本路径在于采取以创新为导向的“本土化”策略,将企业置身于本地的网络中,从而促进集群持续的创新。

关键词:网络本土化;地域根植性;学习效应;制度创新

中图分类号:F121.3 **文献标识码:**A **文章编号:**1007-5585(2004)06-0070-05

Research on “localization” Strategy of Industry Cluster

CHEN Li-juan

(Fiscal Department, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

Abstract: Industry cluster is a resource of economic efficiency and the cornerstone of local economic, which becomes the world-wide opinion and the economic strategy in many countries. With the spreading of industry clusters, how to keep the competitive advantage and how to embed the “implanted cluster” are the main challenges of the current industry cluster development. From the practices of all countries, the essential is the innovative-oriented “localization” strategy and put the enterprises into the local network, which can advance the persistent innovation.

Key Words: Net Localization; Embeddness; Study Effectiveness; Institution Innovation

一、“本土化”策略的提出

迈克·波特(新竞争经济学,1990)认为,产业集群是许多竞争性或者互补性的公司和机构在地理上的集合。这些集群一般都具有明显的区域性,因而被称为地方产业集群(local cluster of industry)或者区域集群(Regional cluster)。集群的区域性、地方性决定了集群必然具有本土化特征,也只有本土化才能使集群扎根于本地,真正发挥集聚的竞争优势。“本土化”具有双重含义,一指集群的“地域根植性”(embeddness),二指集群产品创新具有明显的地方特色。“根植性”是波兰尼首先提出的,旨在研究社会制度特征及社会网络对市场的影响程度;美国社会学家格兰诺维特(M. Granovetter)在1985年指出根植性的内涵,认为那种嵌入在特定的社会结构、人脉关系网络中的经济活动是最具有可靠性和可预见性;社会学者巴格那斯(Bagnasco)提出“社会地域生产综合体”的概念,也强调了网络的本土化是成功的产业区的标志,特定区域的社会关系网、特殊的劳动力群体及特殊的产业氛围是产业区运转顺畅的关键因素;史德泊(stoper)分析了地方的传统习俗及规则、本土化的制度安排是促使生产体

* 收稿日期:2004-05-08

作者简介:陈丽娟(1978-),女,福建漳州人,厦门大学财政系研究生,主要从事公共经济学研究。

系的地理集中的关键因素;这些论述从不同角度反映了“本土化”的内涵和特点,就产业集群而言,“本土化”主要是基于集群的区域文化环境及本地企业间、各机构间的网络协作关系,生产具有区域特色的产品。

二、集群“本土化”策略的内涵

(一)集群必须扎根于本土文化环境的基础上。

以血缘和亲缘造就的本土文化具有很强的粘结性,促使集群中的企业紧密联系,相互信任与合作,这样的集群不容易从地域上转移,而且具有很强的内在成长性和整体扩张性;集群的经营理念 and 经营方式都带有明显的本土化色彩,如浙江温州模式就是一种本土化的家庭式个体经营方式;本地独特的传统技艺促使集群具有明显的区域特色,集群进一步专业化分工,生产的专业特色品是集群在激烈的市场竞争中立于不败之地的重要因素。例如意大利和浙江的轻工业集群,都是扎根在传统的手工艺和本土文化基础上,具有勃勃的生机和活力,市场的占有份额大,据统计,仅意大利的66个集群每年出口额就占整个国家出口额的40%以上。

(二)集群网络的本土化。

1. 网络关系的本土化。哈里森(1992)指出,集群中的经济行为是深深扎根于本地的经济联系中,这些经济关系是由产业网络和人脉网络构成的。

第一,产业网络的本土化。它是指由“供应商网络——生产制造网络——销售网络”组成的完整的产业网络,完全地根植在集群区域内,而不是通过复制的方式移植到集群内。这样的集群产业链衔接紧密,下游的生产制造企业在很大程度上依赖于原材料、机器设备等上游供应商,并与许多原材料包装、零部件生产等中间配套企业保持紧密联系。本土化网络的专业化分工明细,网络的生产功能和贸易功能相互依托,并行发展可以促进集群网络更加发达,集群优势更加明显。

第二,地方性人脉网络的形成。集群中的企业和个人频繁而非正式地相互学习和相互作用,经常参与社区活动等逐渐形成一种稳定的人脉网络,从而产生了“默会性知识”。这个概念是由波兰尼(1962)提出的,它是基于本地企业的长期交往而产生的,使得个人对本地的环境形成高度的依赖性。这种依赖性强烈地影响了地方企业的经济行为,他们通过这些地方性的人脉网络,不仅能获取经济资源如稳定的顾客群及协作关系,从而降低交易的成本,而且还能提高企业的办事效率。

2. 网络资源的本土化,集群网络的发展主要依靠本地技术、知识、信息、人才及物资资源。这些要素和资源的本土化,是集群实现资源共享的前提:产业链的本土化特别是地方产业链的核心环节(龙头企业)力量雄厚,能使地方孕育出许多的人才、技术和知识资源,促进集群档次的升级。一旦集群真正掌握了核心技术,拥有一批专业技术人才和丰富便捷的信息渠道,即网络资源被本地充分保留、吸收和培育,集群的地域根植性就越强,特色产品的创新设计和功能更新就更快。

(三)集群制度安排的地方适应性和服务配套性。

以制度经济学的眼光审视集群,它是一种制度的创新。地方政府的政策(如产业政策、人力资源政策、税收政策)及规则(行为规则、市场秩序规则)能较好地促进集群的健康成长,尤其是采取与本地经济状况相适应的产权制度,能保持集群灵活应变的活力。本土化集群一般有良好的外部服务环境,如功能完善的中介服务体系或者行业协会,提供信息咨询服务、金融服务,进行各种风险分析、技术交流活,协调内部关系等。

总之,集群的“本土化”核心在于网络的本土化,前提在于共同的文化环境,策略的关键在于与地方经济社会关系相融合,加强本地企业间、外来企业和本地企业间的联系,创新区域特色的产品。这样的集群比较容易受到本地人们的接受,具有较强的稳定性、可靠性和创新性,有较好的发展前景。

三、“本土化”策略与产业集群的竞争力分析

迈克·波特指出,“在全球中最具有持久竞争力优势的关键在于地方资源(local things)——知识、

企业关系及创业热情——那是其它竞争者所不能获得的”，“竞争优势是经过一个高度本土化的过程创造并维持的”，这些话的精髓启示我们，“本土化”策略是集群的竞争优势的一个制度来源，应充分发挥地方“本垒(home base)”的作用。我国学者王缉慈(2002)通过对苏州和东莞的个人电脑集群实际考察，发现苏州具有比东莞更强更持久的经济实力和产业竞争力的关键原因在于，苏州台商建立了与本地融合的人脉网络，实现了采购和人才的本地化，而且本地具有规范的政府行为和较高素质的劳动力资源。如美国硅谷集群创造的另世人惊叹的经济奇迹，也在于硅谷本地的那种合作与竞争的不同寻常的组合，及其他因素构成的制度环境；

本土化是基于集群的内在机制和网络关系，因而本土化集群具有难以模仿和复制的特性，能够创造出独特的竞争优势。笔者认为，本土化集群的竞争力=本土文化力+通用要素力+专用要素力+制度力(公共政策力)，这些力通过本地企业之间的关联纽带集结起来，从而发挥着强大的竞争优势。

(1)本土文化力的竞争优势——降低成本及获得信息优势。历史和文化底蕴越深厚的地方，人际关系越融洽，各企业和机构之间越易于协调，从而克服企业间的“摩擦成本”；集群企业的交易是建立在信任和诚实的基础上，不必通过契约的形式，从而克服了契约的不完备性，减少企业间的违约风险和机会主义行为，降低了交易成本；集群企业倾向于合作，有利于相互交流和学习，产生了“学习效应”，信息在网络中更快地扩展和传播，从而获得信息优势，并且促进技术创新的持续发展。在硅谷集群中，由于各个机构间的充分交流与协作，使得高科技信息的传播和反馈快速灵敏，从而掀起了硅谷的一次次科技高潮，如20世纪70年代的集成电路、80~90年代的个人电脑、21世纪初的信息网络技术及生物工程技术高潮。

(2)通用要素力优势——资源共享优势。通用要素力即本地网络的一般资源力，区域发达的经济环境、公共设施、社会资本、一般劳动力资源及其配套的综合服务体系等是集群本土化的基础条件，可以创造初步的网络优势即“范围经济”，产生资源共享的规模效应，并通过集聚组合赢得新的“外部经济”。

(3)专用要素力优势——取得骄人战绩及促进创新的“制胜魁宝”。专业要素力即本地网络的特殊资源力，如本地的专业劳动力资源和专业技术是创造更高级的生产力的核心要素。地方集群核心能力的培养，关键在于建立良好的人才培养机制，才能使当地良好素质的劳动力和专业素质的人才层出不穷。例如，意大利威尼斯的布伦塔河制鞋集群，具有明显的专业人力资本优势，建立了面对不同文化层次的人才培训机制，孕育出许多的专业制鞋技术人才和专业经营管理人才，虽然该地集群仅雇佣14000人，皮鞋产出却高达176亿欧元的。此外，当地富有创新热情的企业家和专业技术人才的集聚，还能促进技术的创新和知识的扩散速度。

(4)制度力优势——集群稳定发展和持续创新的保证。波特认为“凡是地方产业集群发展得好的地方，一般都有本地政府的支持，即有利的制度和政策供给环境”。地方政府通过正式的和非正式的制度(如交流会、洽谈会、展览会等)，打开本地集群的知名度，挖掘本地区域特色的人文和工艺传统，推动区域专业化分工的发展，塑造特色的区域品牌。

这些竞争优势的充分发挥取决于本地是否有相关的配套产业，是否形成完整的本土化生产网络。本地企业间的专业化分工程度和相互依赖的程度越深，集群要素竞争力就越强。

四、产业集群的形成机制与本土化问题

集群的形成机制不同，其本土化的程度及面临的问题也不同，主要有以下三种：

一是市场驱动型集群，它是一种“自下而上”的由市场自发产生的集群，亦称“原发型”集群，是企业为了追求马歇尔所谓的“外部规模经济”(技术的外溢和共享、专业劳动力和中间投入品的共享)、韦伯的“区位优势”(节省运费和交通成本)而集聚形成的。典型的如浙江轻工业集群、“第三意大利”。这类集群是根植在本地网络和文化环境之上，带有明显的本土化烙印。基于这种特殊的文化传统及

本地网络资优势的市场自发型集群,一旦在本地生根发芽,就具有很强的生命力,本地的政府只需发挥“顺水推舟”的作用。其本土化策略的要求在于创新,鼓励企业创立库克所提出的“地方主义创新体系”,增强龙头企业的实力,发扬地方主义的经营文化,充分创新本土特色的产品,创新与本地环境相适应的组织管理体系。

二是外资推动型集群,是由外资投资带动发展的产业集群,亦称“嵌入型”集群,典型的如珠江三角洲的外向型加工业集群。这类集群企业一般是“要素驱动型”的,是外资基于地区低劳动力成本优势和吸引外资的优惠政策而投资形成的。广州产业集群调查报告表明,这些嵌入型集群产业链核心环节薄弱,大部份的核心部件严重依赖于进口,没有形成本地的供应网络,造成产业根基薄弱。许多台商一窝蜂进驻广州,将上下游企业整体迁移到本地,并形成自己内部的人脉网络和产业网络;或者仅在本地形成单一的生产制造网络,原料供应和销售主要依赖于在台湾本岛的上游企业和下游企业,与本地相关企业关联效应薄弱;这些企业很少雇佣本地的人才,将核心生产技术保留在企业的内部,致使网络资源本土化难以实现。一旦本地的要素优势缺失,这些集群就可能出现转移,使本地的产业“空洞化”,因而嵌入型集群面临着如何融入本地的经济环境,如何加强与本地企业的联系是当前最迫切的问题。

三是政策推动型集群,它在很大程度上是靠政府的政策扶持和推动形成的,集群中的网络联系较弱,产业网络和人脉网络很多受到行政的干预,以中关村为典型,该集群中存在着行政管理和市场管理并行的两套管理体制,网络的本土化受到政府政策的阻碍,如政府的人口政策、政府主导型的科技管理政策,都严重挫伤了企业的发展和创新的积极性,阻碍了本地企业之间的自由合作与联系,这样一来,中关村集群的创新能力将受到很大的削弱。

五、关于实施集群“本土化”策略几点看法

(一)明确“本土化”策略实现的条件。一是本地发达的经济文化环境;二是本地具有要素的比较优势,如廉价的劳动力、完善的基础设施和服务体系、良好的劳动力资源等;三是本地必须具有相配套的产业协作部门,企业才能在边际管理成本递增的情况下,将内部的一部份工作环节外包出去,形成分工协作的产业链;四是本地有促进企业联系的公共政策支持和规范的制度环境;这些不仅是本地化集群发展的因素,而且为“嵌入型集群”的生产网络和人脉网络在本地的孕育和成长提供的肥沃的土壤。

(二)“本土化”策略核心在于构筑企业间的联系,促进网络的本土化。

如何构建更多的产业联系呢?如何促使外资集群网络的本土化?这需要具备多方面的条件和多方力量共同努力。

1. 从宏观维度上创造加速网络本土化及促进企业间联系的良好外部环境和制度环境。(1)政府应加大基础设施建设,加强对通讯网络及交通设施的建设,加大对学校及一些培训机构的设施投入。(2)建立一个由行业组织、金融机构、信息服务机构和咨询机构及其他中介机构分工协作的综合服务体系,为集群提供各种最新信息,形成区域的比较优势,吸引更多外资企业落地生根;(3)建立地方人才支撑体系,实行人才开放政策,在区域层面上完善各种层次的专业技术培训机制,培养有专业技能的劳动力群体,把核心竞争要素即人力资本汇集到本地。(4)营造良好的信用环境。积极宣扬诚信文化和地方特色的传统文化,建立完善的信用规章制度。(5)创新良好的制度环境。一方面,制定一种公平高效的竞争规则如规范企业的竞争行为的惩罚约束制度等;另一方面,消除体制障碍,明确财产权制度,消除政府对企业过度的行政干预,这是中关村集群的企业发展侧重点,同时取消各种地方企业保护制度,鼓励外商进驻集群,消除外资企业本土化的进程。地方政府在促进不同行为主体间的交流,可以借鉴美国威斯康星州商务部(The Wisconsin Department of Commerce)和亚利桑那州(Arizona)的做法,成立一个正式的商业论坛会,由政府带头举办、企业充当主角、行业协会、研究机构及中介机构积极参与的论坛会,目的在于加强企业之间的信息交流,提出集群企业当前所面临的问题和挑战,探

索集群发展的方向和机遇,并对政府的公共政策的提出要求和建议。

2. 从微观维度上将目标锁定在本地企业和外资企业间的联系上,鼓励企业之间的合作。

(1)对于“原生型”集群,加强本地企业的联系,进一步巩固本地化的网络。成立行业协会,协调企业间的矛盾;开展各种非正式的交流会(展览会、洽谈会),促进企业之间的互动,地方应有意识地扶持产业链核心环节,培养地方龙头企业,增强关键企业的实力。注重集群生产功能与销售功能的并行发展,形成产品开发、生产、营销一体化的本地网络。

(2)“嵌入型”集群的本土化是一个长期渐进的过程,引导其逐步适应并且融合于本地的文化环境。首先,引导外资企业转变投资行为,将“要素驱动型”转变成“投资驱动型”,注重生产规模的扩大和持久的经营,鼓励外资企业雇佣本地的人才,同时地方要注意学习和总结外资企业的技术和经验。其次,本地应积极培育相关的配套产业和协作企业,尤其注重培养本地发达的原料设备供应商,实现与外商企业生产链的对接,减少外资企业在本地搜索供应商合作伙伴的成本,实现价值链上的合作。再次,采取“亲和”政策,鼓励外商参加本社区各种公共活动,加强本地企业与外资企业的密切交流与合作,形成外资企业赖以生存的人脉网络优势。

(三)“本土化”策略实施导向在于建立“地方主义创新体系”。

地方制度的创新特别是产权制度的创新,可以从经济利益上激发企业创新的热情,地方还应建立一套有效的激励机制,如提供优惠政策支持来鼓励创新。地方创新能力的提升的关键是,挖掘地方专业技术人员的智力资源和提升专业技术水平,充分发挥技术管理人员的设计才能。创新的内容包括产品的创新、生产技术的创新及经营管理创新,时刻关注市场热点,追求产品的个性化、多样化,以功能规划为导向,提出富有成效的设计方案,设计出外表新颖、功能新型的新产品;生产过程和经营管理的创新关键在于柔性技术的应用,做到生产、营销及管理的全面电子化。

(四)“本土化”策略的几点要求

1. 培育集群要注重“本土化”策略的要求。一是政府要重视集群的根植性,从本地实际情况出发扶持一个已经形成或者正在形成的集群,而不是凭空创造一个全新的集群。二是培育一个成功的集群,必须发展具有本土竞争优势的特色产业,而不是一味的追求高技术产业,争取在低技术部门实现高技术控制和应用,以较高的技术实力创新本土特色产品,打出区域品牌优势,增强对潜在跨国投资者的吸引力。

2.“本土化”策略与“国际化”战略相结合,实现本土企业的国际化和外资企业的本土化。“本土化”是集群的根基,是区域竞争力形成的基础,“国际化”是扩展集群发展的空间,是集群的辐射力的增强;两个策略的结合可以集结成强劲的竞争力,形成持久的竞争优势。

参考文献:

- [1] 王缉慈. 创新的空间——企业与区域发展[M]. 北京: 北京大学出版社, 2001.
- [2] 王缉慈. 地方产业群战略[J]. 中国工业经济, 2002, (3): 47—51.
- [3] 符正平. 论波特竞争优势理论的新发展[J]. 学术研究, 1999, (7): 37—41.
- [4] Granovetter M. Economic action and social structure: The problem Of embeddedness, American Journal of Sociology, 1985, (91): 481—510.

责任编辑、校对: 张友双