

doi: 10.3969/j.issn.1000-7695.2014.20.036

产业集群升级影响因素及对策研究

——基于泉州产业集群的计量分析

赵 蓓¹, 林必越^{1,2}, 张小三¹

(1. 厦门大学管理学院, 福建厦门 361005; 2. 集美大学工商管理学院, 福建厦门 361021)

摘要: 产业集群作为一种产业空间组织形式, 对区域经济的发展有着根本性作用。在对产业集群相关理论回顾的基础上, 结合泉州产业集群的实际案例, 分析其发展历程和存在问题, 进而通过实地考察和问卷调查的方式对获取的数据资料进行计量分析, 剖析产业集群升级的影响因素, 并在此基础上提出有针对性的对策和建议。

关键词: 产业集群; 集群升级; 影响因素; 对策; 泉州

中图分类号: F061.5

文献标志码: A

文章编号: 1000-7695(2014)20-0180-07

Study on Influencing Factors and Counter-measures of Industrial Cluster's Upgrade

—Based on Quantitative Analysis of Quanzhou Industrial Cluster

ZHAO Bei¹, LIN Biyue^{1,2}, ZHANG Xiaosan¹

(1. School of Management, Xiamen University, Xiamen 361005, China;

2. School of Business Administration, Jimei University, Xiamen 361005, China)

Abstract: Industry cluster, as one type of industrial space organized structure, plays a significant role in the development process of area economy. In this article, based on the literature review of relevant theories of industrial cluster, the author analyzed its development process and existed problems by using case study of Quanzhou industrial cluster, and then mass data have been collected by field investigation and questionnaire. These data were used to analyze factors that influencing industrial cluster upgrade. Based on secondary data and primary data analysis, the author proposed corresponding countermeasures and suggestions. This article contributes to make the research target and problems more clearly and specifically by using field investigation which combined general problems of industrial cluster upgrade with practical situation of Quanzhou industrial cluster.

Key words: industrial clusters; cluster upgrade; influencing factors; countermeasures; Quanzhou

随着社会经济的发展, 产业分工越来越细, 专业化生产越来越强, 形成了上下游的产业链以及横向企业间的密切合作, 这些纵向和横向的企业集聚在一起形成了特定区域的产业集群。作为一种能够带来具有生产效率和创新效率的空间经济组织, 产业集群在一定空间范围内相关行业的企业高度集中, 大幅度降低企业包括生产成本和交易成本在内的制度成本, 使集群内企业获取规模经济效益和范围经济效益, 这种产业集群优势为集群内企业获取了市场竞争力。在产业集群规模不断扩大之后, 要使集群内企业能够获得最大的经济效益和竞争优势, 就必须对产业集群进行升级, 而集群升级势必需要对产业价值链进行重组, 整合和优化产业的价值链, 将不同优势环节的企业相联系, 最大限度发挥产业

价值链上各企业环节的优势, 从而实现产业价值链整体最优。因此, 产业集群价值链的重组对集群网络体系的升级, 对集群竞争优势的获取、集群创新能力的提升有重要的推动作用。

1 相关理论回顾

1.1 产业集群涵义

Porter M. E.^[1]认为产业集群是“一组通过垂直(买方、供应商)或水平(共同的客户、技术、渠道)关系链接的产业”, 并从他创立的“钻石理论模型”用纵向的供应链与横向的要素与市场平台关系对产业集群概念进一步进行阐述。他在1998年将产业集群解释为“一组地理上靠近的相互联系的公司或关联机构, 他们同处在一个特定的产业区域,

收稿日期: 2014-04-22, 修回日期: 2014-08-27

基金项目: 福建省社科规划重点项目“海峡西岸大企业大产业集群研究”(2011A039)

由于具有公共性或互补性而联系在一起。集群通常包括下游产业的公司、互补产品的生产商、专业化基础结构的供应者和提供培训、教育、信息、研究和技术支撑的其他机构。”^[2]国内学者王缉慈^[3]兼容了波特的集群结构分析和社会学理论,从经济地理的角度称之为“地方产业集群”,认为集群不仅包括相互关联的企业,还包括支撑性机构,如大学、研究机构、咨询中介和政府服务部门等,强调地方网络和根植性是衡量集群的两个标准。谭劲松等^[4]认为产业集群源于企业在地理位置上的集中,企业在选址决策上评价标准存在共同规律,当特定地域满足这些条件时,企业就会不约而同地集聚在同一地域从而形成产业集群。

1.2 产业集群的作用

Nelson^[5]认为在产业集群内部可以形成大规模生产和技术的外溢,使得集群内企业共享外溢的好处,集群创新系统是国家创新系统的有机组成部分。

Feldman 和 Florida^[6]认为产业集群对创新活动的影响会带来集聚经济效益,因为地理的集中有助于新技术和新方法在集群企业中的扩散。Krugman P.^[7-8]研究表明产业集群内部可培育出较好的劳动力市场和生产要素市场,二者都是产业集群优势。Enright 研究认为,集群内部企业由于集聚可以增强沟通和信息流动,因而节约交易成本,可减少短期行为;同时他还认为由于产业集群内部资源的共享性,可以降低对企业自有规模的要求^[9]。魏江^[10]从企业家精神的外部经济、集群创新学习、技术协同学习等方面研究了中小企业集群内部存在的各种外部效应问题。赵蓓^[11]提出了“嵌入性三层次分析框架”,从经济、体制和社会三个维度入手,分析了产业集群的嵌入性三层次,认为嵌入性深刻影响了集群企业的竞争能力。张聪群^[12]以浙江产业集群的中小企业转型为研究对象,认为集群企业转型升级应由价值链低端向价值链高端转变,获得持续竞争优势。

综合以上,从产业组织角度看,产业集群是在一定区域内以一个或多个龙头企业作为核心企业的纵向一体化的发展,是全球价值网络中根植于某地理区域的,一个竞争与协作并存、知识外溢与创新共享的生产与市场的连接;从产业结构和产品结构来看,产业集群实际上是某类产品在产业链上下游的延伸,涉及产业结构的调整和升级。归根结底,产业集群就是集群内企业及相关机构集聚在一起发展,在特定的地区内或区域间形成的产业链的集合。

2 泉州产业集群发展过程及存在问题

2.1 泉州产业集群发展过程

泉州民营企业从上个世纪 70 年代末开始萌芽发展起来,从家庭作坊、简单加工、制造代工、品牌

建立、产业集群形成,发展过程大致经历了三个阶段:

(1) 产业集群萌芽阶段(改革开放至 20 世纪 80 年代末)。

泉州产业集群发展初期主要是由最简陋的家庭作坊发展起来的加工业,以“三来一补”的服装鞋类等加工生产为主,走的是以出口为主的外向型的发展路子。鞋服产业集群的萌芽发展带有很强的自发性,当地人利用侨乡的海外市场信息和生产加工的技术便利条件,开始主要从事投资少、技术要求不高的手工定制鞋服的生产。同时,拥有地方要素禀赋资源的县市,如惠安、德化、南安等则发展了有地方特色的石雕、陶瓷、水暖的生产制造企业。在企业发展的过程中,逐步形成外向型产业集群的雏形。

(2) 产业集群发展阶段(上世纪 90 年代初至本世纪初)。

在这个阶段,泉州产业集群企业开始由家庭手工作坊式向现代工业生产制造转变、跨越。通过市场化的竞争和优胜劣汰,逐步淘汰了一些机器设备落后、生产能力不足、缺乏竞争力的企业,出现了一些有影响力且规模和生产技术都比较强的大企业,产业集群发展快速,集群优势优化得到发展壮大。在发展过程中,产业集群内专业化分工也不断加深,品牌企业开始涌现,成为产业集群的龙头企业,带动产业集群上下游的发展。这些龙头企业的周围分布着上下游配套企业,形成了较完整的产业链。与此同时,研发机构、营销广告、金融保险、培训咨询、猎头中介等相关支撑机构也在集群内集聚,使集群产业链在广度和深度上均得到发展。

(3) 产业集群成熟阶段(本世纪初以来)。

泉州产业集群迄今已走过了 35 个年头,目前已逐步趋向成熟。在这个阶段,集群企业增加到一定数量并趋于相对稳定,集群企业产值继续增加,集群产业链也逐渐完善,集群内企业的分工合作也较为稳定。经过多年的资本积累和运营,行业核心的龙头企业不断壮大、走向成熟,出现一些在全国有影响力的知名企业品牌,比如安踏、特步、鸿星尔克、九牧王、七匹狼、利郎,等等。与此同时,数以千计的中小企业依附、围绕着龙头企业,按照分工安排进行辅助性生产;龙头企业实现了产品自主研发设计、自有品牌创立以及国内外市场渠道的拓展,与其他企业形成牢固的、互惠互利的合作关系。同时,政府也加强了对产业集群发展的规划和引导,通过规划建设工业园区等方式引导产业集群内企业向一定空间集聚,在产业园区内提供基础设施配套、市场信息、第三产业服务等方式,进一步降低产业集群内企业的运营成本,提升产业集群的整体竞争优势。

目前,泉州地区已形成了较为成熟的“一县一业”模式产业集群,如晋江的鞋类产业集群、石狮的服装产业集群、惠安的石雕产业集群、德化陶瓷产业集群、南安水暖设备产业集群、安溪茶产业集群、永春农产品加工产业集群等。

2.2 泉州产业集群存在问题

产业集群在泉州区域经济的发展中起到无法替代的地位和作用,取得了辉煌的成就,但是目前泉州产业集群也存在着一些问题,制约了产业集群的发展和升级。

(1) 企业层面存在问题。随着产业集群内企业数量增多、企业规模扩大以及企业实力的增强,出现的首要问题是人才供给瓶颈,比如高级研发技术人才匮乏、高级管理人才稀缺、高级技工也出现短缺,人才难以长期留住,人员流动性很强,即使是普通工人也出现了招工难的境况;其次是集群内企业产品同质化严重,市场竞争规则意识不强,低层次的价格竞争仍然盛行;再次是自主创新能力后继乏力,企业自主研发投入增加缓慢,与国内和国际主流品牌竞争仍然存在较大差距,自主品牌的构建能力仍然不强。

(2) 集群层面存在问题。从泉州产业集群层面来看,一是集群发展层次和水平还处在较低层次的生产制造分工协作阶段,没有真正形成集群内在研发、生产、营销的整体优势,集群竞争优势大多建立在劳动力成本低廉的基础上,仍处于价值链的中低端制造加工环节,产品档次和质量不高,附加值较低,集群在国内外的行业地位有待提高;其次是虽然上规模的企业数量不在少数,但是管理方式仍然以家族式管理为主,并没有真正建立起现代企业管理制度,企业经营规范性较差;再次是集群内没有形成较好的行业市场行为规范,企业间竞争多于合作,集群内知识外溢程度不高,商务配套服务不发达,专业化和社会化的的中介服务机构网络严重欠缺。

(3) 政府层面存在问题。产业集群的发展虽然是市场经济的产物,但是离不开政府政策的支持、引导和服务。泉州产业集群升级在政府层面存在的制约因素有:一是城市基础设施建设落后,没有与产业集群的发展形成密切配套,这是泉州很多民营企业将总部迁移出去的主要影响因素。二是政府用地规划滞后,目前制约泉州产业集群发展升级的一大难题是土地资源的严重紧缺,导致企业用地困难。三是政府对产业集群的引导和管理不到位,对产业发展引导和扶持的政策机制不足,比如缺乏对企业知识产权的有效保护、引导和监督,导致“山寨”产品横行,挫伤了企业创新的积极性;同时政务服务水平也存在不足,有待进一步简政放权和更为细致的服务。

3 泉州产业集群升级影响因素计量分析

基于上述对泉州产业集群发展现状的认识和对存在问题的剖析,本文进一步对集群的调整和升级进行研究和探析,设计了针对泉州产业集群升级影响因素的问卷,对当地企业进行了实地的访谈调研,并对问卷结果进行分析和归纳,以期找出产业集群升级的途径和对策建议。

3.1 问卷设计和调研

3.1.1 问卷调查设计

为深入了解企业对泉州产业集群升级的认知、影响因素以及存在的困难,围绕着集群内企业对企业转型、品牌建设、研发创新、政府职能、人才因素等方面设计问卷,共 221 个题项。调查采取 5 级问卷方式,即对问题题项设置为“非常重要”、“比较重要”、“一般”、“比较不重要”、“非常重要”,分别用“1”、“2”、“3”、“4”、“5”代表。

3.1.2 问卷收集方法

本问卷调查采取深度访谈的方式,通过对泉州产业集群企业实地访谈调研、到各种展会上进行调查,以企业的中高层为主要访谈对象,共发放 285 份问卷,收回有效问卷 229 份,问卷有效率为 80.35%。

3.2 问卷描述性统计分析

本问卷调查以定量研究方法为主,使用统计软件 SPSS17.0 来分析探讨各个变量之间的关联度以及影响情况,主要运用描述性统计分析,用图表和数字来表现样本数据的分布及特征。

3.2.1 问卷调研对象概况

从表 1 可以看出,问卷访谈对象中,企业主占比为 20.96%,高层主管、中层主管和基础主管分别占比 24.14%、26.64%、28.82%。由于产业集群升级和企业转型涉及企业及产业发展的长期规划与战略决策,是属于主要由高层管理者需要考虑和实行的决策行为,所以访谈对象的分布比例符合问卷意图和研究目的。

表 1 泉州产业集群升级问卷调研对象

是否企业主		
是否企业主	数量	占比%
是企业主本身	48	20.96
不是企业主本身	181	79.04
总计	229	100.0
企业职位		
职位	数量	占比%
高层主管	53	23.14
中层主管	61	26.64
基层主管	66	28.82
普通员工	49	21.40
总计	229	100.0

3.2.2 集群升级的企业影响因素

产业集群是否能够升级关键在于集群内的企业是否升级。针对企业的升级影响因素,本文设计了14个问题题项。从表2可以看出,对有效回收的229份企业问卷进行的描述性统计发现,绝大多数题项的均值都在3~4之间,即处在一般和比较重要之间。其中均值比较高的是市场风险、资金投入、人才获取、经营管理团队、研发与创新能力、资源获取等方面,说明企业在进行转型升级时首要考虑市场风险因素,包括对市场变化的影响因素、对市场风险的把握和管控能力;其次是资金的投入,对于转型企业来讲,资金投入是必须列入重点考虑因素,因为其直接影响到企业的经营成本和效益;再次是人才获取,这是泉州企业目前转型升级的瓶颈之一,与一线城市相比,由于城市软硬件环境条件相对落后,对人才的引进和驻留存在较大的困难;同样,经营管理团队能力和研发创新能力也是企业转型考虑的重要因素,企业的经营管理能力影响到转型顺利与否,研发和创新能力影响到转型后是否真的能够使企业产品结构与技术能力获得改善和提升。

表2 集群升级的企业影响因素

描述统计量 (N = 229)		
题项	均值	标准差
市场风险	4	0.976
资金投入	3.95	0.987
人才获取	3.76	1.001
经营管理团队能力	3.44	0.966
研发创新能力	3.4	1.11
资源获取	3.4	1.098
企业用地	3.38	1.091
开拓新行业动力	3.37	0.963
经济环境	3.31	1.125
长期战略规划	3.15	0.962
竞争对手优势	3.09	1.205
经济全球化	3.06	1.102
市场准入限制	2.99	1.044
绿色环保壁垒	2.97	1.139

3.2.3 集群升级的行业影响因素

产业集群的升级与行业的发展密切相关,针对行业影响因素,本文设计了8个相关问题题项。从表3可以看出,受访对象认为影响集群升级因素中的行业转型成本最为重要,均值为4.34,这说明转型成本是制约集群升级的首要因素;其次是行业发展前景和市场形势,均值分别为3.88和3.73,这也是受访对象最为关心的因素,说明行业发展前景和市场形势好坏的判断也直接影响到集群升级的可能性;再次是与行业相关的经济形势和行业市场渠道,均值分别为3.70和3.66,这也直接影响到产业集群的升级是否能够实现。

表3 集群升级的行业影响因素

描述统计量 (N = 229)		
题项	均值	标准差
行业转型成本	4.34	5.063
行业发展前景	3.88	1.941
行业市场形势	3.73	1.965
行业经济形势	3.70	1.947
行业市场渠道	3.66	1.989
行业产能因素	3.61	1.915
行业发展环境	3.56	1.855
同行战略转型	3.29	1.805

3.2.4 集群升级的城市影响因素

产业集群是相关产业在空间上的集聚,是集中在特定的城市区域中,所以集群所在城市软硬环境条件与集群的发展和升级息息相关。针对城市环境影响因素,本文设计了15个问题题项。从表4可以看出,有10个题项均值超过4,说明这些题项因素对集群升级非常重要;其余5个均值也都在3以上。城市的发展前景、硬件设施、经济发展水平排在前三位,说明受访者对这几个因素对集群升级影响的重要性认可度最高;接下来是城市商业化程度、产业政策和科技教育资源,都对集群升级有非常重要影响,这几个因素主要对集群的商务发展、人才获得以及智力资源支持方面产生影响;企业的城市人口规模、人文和环境条件、城市知名度等虽然排在后面,但是其均值也都接近4即“非常重要”,说明这些题项因素都被访谈对象高度认同。

表4 集群升级的城市影响因素

描述统计量 (N = 229)		
题项	均值	标准差
发展前景	4.49	0.711
硬件设施	4.32	0.888
经济发展水平	4.28	0.883
商业化程度	4.23	0.952
产业政策	4.18	0.966
科技教育资源	4.16	0.975
市场化程度	4.12	0.801
城市包容性	4.11	0.933
人文环境	4.11	0.939
环境保护	4.08	1.035
人口规模	3.94	0.958
气候条件	3.88	1.1
娱乐设施	3.84	1.025
城市知名度	3.65	0.965
物价水平	3.6	1.049

3.3 问卷相关性分析

在进行描述性统计分析同时也对问卷结果进行相关性分析,分别从企业人员构成与企业业绩关系、营销宣传与企业业绩、集群品牌与集群竞争力关系等进行分析。

3.3.1 集群内企业员工构成与业绩关系

人才和研发技术是集群内企业最重要的要素资源,直接关系到集群内企业的业绩表现。问卷设计了5个相关题项,并以销售额、利润、市场增长、总资产和纳税额作为企业业绩的衡量指标。表5结果表明:(1)员工中大专以上学历数量与销售额和总资产的相关性分别在5%和10%水平上显著,说明员工学历与企业销售额和总资产呈正相关关系。(2)技术人员占比与市场增长和纳税额、销售额和利润的相关性分别在5%和10%水平上显著,说明技术人员多与市场增长、纳税额、销售额和利润增加呈正相关关系。(3)生产人员占比与市场增长的相关性在10%水平上显著,说明生产人员占比与市场增长呈正相关关系。(4)专业研发机构设置与利润和总资产的相关性都在5%水平上显著、与销售额的相关性在10%水平上显著,说明企业设置研发机构与利润、总资产和销售额呈正相关关系,企业的研发能力直接影响到企业的盈利能力。

表5 员工构成与业绩相关性

题项	销售额	利润	市场增长	总资产	纳税额
大专以上学历占比	0.369** (0.049)	0.107 (0.58)	-0.04 (0.84)	0.3* (0.054)	0.103 (0.595)
管理人员占比	0.292 (0.147)	0.296 (0.141)	0.311 (0.130)	0.295 (0.143)	0.293 (0.142)
技术人员占比	0.288* (0.084)	0.315* (0.058)	0.652** (0.032)	0.324 (0.150)	0.329** (0.047)
生产人员占比	0.321 (0.145)	0.282 (0.203)	0.431* (0.055)	0.362 (0.198)	0.413 (0.156)
专业研发机构	0.204* (0.079)	0.289** (0.012)	0.106 (0.374)	0.238** (0.040)	0.111 (0.343)

注:***、**、* 分别代表1%、5%和10%的显著性水平(双尾检验)

3.3.2 集群内企业营销宣传策略与业绩关系

宣传活动是集群内企业提高市场销量和竞争力的重要手段。问卷设计了电视广告、招牌广告、人员推销、赞助活动和网络推广5个题项,并以销售额、利润、市场增长、总资产和纳税额作为企业业绩的衡量指标。表6结果表明:(1)电视广告与5个业绩指标的相关性都分别在5%和10%水平上显著,说明电视广告与所有业绩指标呈正相关关系,传统的营销宣传手段还是占主要地位,也说明市场的主体仍然相信电视营销广告。(2)赞助活动与总资产和纳税额的相关性在5%水平上显著、与销售额和利润在10%水平上显著,说明赞助活动与上述业绩呈正相关关系。(3)网络推广与销售额、市场增长、总资产的相关性都在10%水平上显著,说明网络推广与上述三个业绩都呈正相关关系,网络推广已经成为泉州产业集群营销宣传的重要手段之一。

表6 营销宣传策略与业绩相关性

题项	销售额	利润	市场增长	总资产	纳税额
电视广告	0.333** (0.04)	0.289* (0.012)	0.301** (0.011)	0.331** (0.04)	0.291* (0.011)
招牌广告	-0.004 (0.974)	-0.014 (0.906)	-0.073 (0.541)	-0.028 (0.812)	0.035 (0.764)
人员推销	-0.16 (0.171)	-0.163 (0.163)	-0.176 (0.136)	-0.174 (0.135)	-0.121 (0.30)
赞助活动	0.268* (0.06)	0.284* (0.04)	0.209 (0.76)	0.303** (0.018)	0.348** (0.02)
网络推广	0.240* (0.058)	0.205 (0.17)	0.254* (0.053)	0.249* (0.063)	0.208 (0.18)

注:***、**、* 分别代表1%、5%和10%的显著性水平(双尾检验)

3.3.3 集群升级与集群品牌构建相关性

集群品牌建设是集群升级的重要环节。针对集群品牌建设,问卷设计了5个题项:人才集聚、贴牌生产、企业品牌、产品设计和营销创新;针对集群升级,问卷设计了6个衡量指标:产品质量、创新能力、品牌竞争、人才优势、管理水平和销售渠道。表7结果表明:(1)集群人才集聚与产品质量、创新能力与人才优势的相关性分别在5%水平上显著,说明集群人才集聚形成了产业集群内的人才池,造就了集群的人才优势,也带来了产品质量的提升和创新能力的提高,促进了产业集群升级。(2)企业品牌与产品质量和人才优势的相关性在5%水平上显著,与创新能力的关系在10%水平上显著,呈正相关关系,说明企业品牌建设可以促进产品质量和创新能力的提高。(3)产品设计与产品质量、创新能力和人才优势的相关性分别在5%、10%水平上显著,说明产品设计能力来自于人才优势,而产品设计能力是质量和创新能力的保证。(4)营销创新与品牌竞争力、人才优势和销售渠道相关性在5%水平上显著,与管理水平相关性在10%水平上显著,说明营销创新是基于人才优势,而且与管理水平和销售渠道的建立有着正相关。

表7 集群升级与集群品牌构建关系

题项	产品质量	创新能力	品牌竞争	人才优势	管理水平	销售渠道
人才集聚	0.326** (0.022)	0.310** (0.032)	0.175 (0.234)	0.212** (0.048)	0.078 (0.60)	0.026 (0.86)
贴牌生产	-0.189 (0.198)	-0.214 (0.152)	-0.141 (0.349)	-0.183 (0.223)	-0.067 (0.655)	-0.007 (0.962)
企业品牌	0.287** (0.012)	0.244* (0.054)	0.055 (0.652)	0.258** (0.034)	0.041 (0.737)	0.06 (0.622)
产品设计	0.234** (0.048)	0.21* (0.086)	0.03 (0.807)	0.209* (0.092)	0.132 (0.284)	0.029 (0.092)
营销创新	0.023 (0.84)	0.145 (0.221)	0.157** (0.182)	0.309** (0.012)	0.235* (0.057)	0.296** (0.012)

注:***、**、* 分别代表1%、5%和10%的显著性水平(双尾检验)

4 泉州产业集群升级的对策建议

前文分别从描述性统计分析和相关性分析较为

系统细致地研究了产业集群升级与企业转型、政府政策、行业因素、城市环境因素之间的关系,发现它们之间存在正相关关系。针对上述分析,本文对产业集群升级提出相应的对策建议。

4.1 城市基础设施与环境建设

城市基础设施是城市存在与发展的基础设施和社会性基础设施的总称,是保证经济活动和其他社会活动顺利进行的基础保障。城市基础设施包含:(1) 硬件基础设施,指能源系统、给排水系统、交通系统、通信系统、环境系统、防灾系统等工程设施,硬件设施对于经济生产单位特别重要,是企业运作的基本必备条件。(2) 软件环境条件,指行政管理、科技教育、医疗卫生、商业服务、金融保险、社会福利、文化娱乐城市等软件设施,直接关系到产业集群的聚集程度和产业价值链的发展与完善。建议泉州加强开发区建设,拓展经济开发区的规模和质量,在城市总体发展规划的基础上形成不同功能的产业园区,进一步强化产业集群的升级转型,并形成产业集群的可持续性发展。城市基础设施的完善和环境建设既可以帮助企业更好地进行生产和市场开拓经营,更有利于人才的引进和长期留住,对于产业集群的发展和提升是重要的基础条件。

4.2 集群政策扶持与引导

产业集群的发展和升级离不开地方政策的扶持与引导,作为政府职能部门,对于产业集群的结构调整和产业提升必须负起政府规划、政策扶持与引导的责任。具体的做法是:(1) 产业集群的规划。要对产业集群的发展现状进行彻底的研究与剖析,找出特色和优势以及存在的问题与困难,对产业集群结构调整和升级的方向进行规划和引导。(2) 产业创新能力的培育。通过制定相关优惠政策引导和鼓励集群内企业的技术创新、管理创新和营销创新,对技术上有突破和贡献的企业要给予大力支持与奖励。(3) 产业集群升级扶持政策。要通过提高政务服务水平,提高政府的政策前瞻性和引导,帮助集群内企业自觉围绕产业集群的发展方向提升,探索升级的途径和方法。(4) 发展生产性服务业。对于第三产业要大力支持,包括商贸流通、酒店餐饮、购物休闲、管理咨询服务和劳动技能培训等方面,为产业集群的发展和升级提供有效的服务保障。

4.3 集群价值链完善与创新

产业集群的竞争优势关键在于其成本优势和创新能力,而价值链则在产业集群基础上各个环节发挥其最大价值,并整合成整体优势,这就需要价值链的创新能力。(1) 建立和完善“供应商—最终客户”完整的价值链体系,集群内企业做好专业化分工与协作,围绕集群产业链核心环节进行密切的合作。(2) 要在集群中嵌入价值链的中高端环节,如研发、设计、品牌以及服务等环节,抢占价值链的

制高点;另一方面,推动产业链向前后延伸至产业链上下游战略增值环节,促进产业集群的升级,提高集群所在区域的产业综合竞争力。(3) 集群内企业要增强自主创新意识和积极性,引导和协调企业在创新活动中的分工协作,发展和完善产业集群内企业创新战略联盟,促进形成以大企业为核心的产业集群价值链创新体系,使集群内企业能够获得技术外溢的好处,从而提升集群价值链的整体价值水平,让集群产业的战略发展提升到了一个更高的层次。

4.4 集群品牌创建与提升

实施集群内企业品牌与集群品牌协同发展战略,对集群内具备较高产品附加值和有市场竞争力的名牌产品企业,鼓励其发挥名牌产品效应,扩大名牌产品企业的核心带动作用,鼓励集群内企业实施多层次、全方位的联合协作,实现资源共享,进而创立产业集群品牌,提升产业集群的知名度以及在国内外市场上的竞争力。将集群内产业资源融入到品牌设计理念和品牌推广中,既突出集群内原有品牌差异化和特色,也要将集群内不同品牌进行优化组合,创设出独特的有竞争力的产业集群品牌。比如,针对泉州地区鞋服产业集群比较发达的情况,特别是运动类鞋服产业链比较完善和齐全,应该利用现有名牌产品的知名度,结合体育文化积淀,提升对运动类产品的品牌设计与推广,积极推进运动类产品品牌与体育文化产业品牌的互动协调发展,形成特色的运动鞋服产业集群品牌的市场效应。

4.5 集群信息化体系建设

产业集群结构调整与升级离不开信息化体系建设,通过信息化体系,产业集群依靠先进的信息化技术与信息化管理来整合集群内部技术、产品、人才、资金等信息,以及产业外部的资源、市场等一切有用信息,是一种产业集群价值链优化和增值方式。信息化体系建设要求产业集群依靠内部力量不断学习积累和自主创新,产生较大的内外信息化管理成效,可以拓展产业集群内生升级路径,发挥集群自身优势,凝聚集群的核心竞争力。

借助管理信息系统促进集群内外各相关组织的联系,依靠集群内相对稳定的分工协作和纵横交错的网络关系,形成产业集群价值链的信息流、技术流、资金流、人才流和知识流在产业集群内充分汇集与有效利用。通过信息化管理,将产业集群内各利益相关方,包括供应商、同行企业、用户、关联企业、科研机构、教育培训机构、金融机构、地方政府和市场中介机构等联系在一起,在产业集群信息化形成的知识溢出效应下获取“学习经济”,提升产业集群价值链的增值能力。

5 结论

泉州产业集群经过三十多年的发展,已成长为

具有一定竞争力的令人瞩目的成熟产业群,但是,在新的经济形势和内外环境条件下,泉州产业集群遇到发展的困境和瓶颈,需要创新发展,从政府到行业、到企业,必须同时发力,在政策引导、软硬环境建设、产业结构调整、企业转型、企业和集群品牌建设等方面加以建设和完善,通过产业集群内部力量的生长、产业价值链的重组来实现产业结构的转换,改造传统的产业运作模式,增强产业集群竞争力,才能实现产业集群的升级和转型。

参考文献:

- [1] PORTER M E. The competitive advantage of nations [M]. New York: The Free Press, 1990
- [2] PORTER M E. Clusters and the new economics of competition [J]. Harvard Business Review, 1998, 76 (6): 77-90
- [3] 王缉慈. 创新的空间: 企业集群与区域发展 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2001
- [4] 谭劲松. 何铮. 集群研究文献综述及发展趋势 [J]. 管理世界, 2007 (12): 140-147
- [5] NELSON R. National innovation systems: A comparative analysis [M]. New York and Oxford: Oxford University Press, 1993: 19-25
- [6] FELDMAN M P, FLORIDA R. The geographic sources of innova-

- tion: Technological infrastructure and product innovation in the United States [J]. Annals of American Geographer, 1994, 84 (2): 210-229.
- [7] KRUGMAN P. Development: Geography and economic theory [M]. Cambridge: MIT Press, 1995: 31-57
- [8] KRUGMAN P. Space: The final frontier [J]. Journal of Economic Perspectives, 1998, 12 (2): 161-174
- [9] ALFRED D CHANDLER, PETER HAGSTROM, ORJAN SOLVELL. Regional cluster and firm strategy [M] //The dynamic firm: The role of technology, strategy, organization, and regions. Oxford: Oxford University Press, 1998
- [10] 魏江. 小企业集群创新网络的知识溢出效应分析 [J]. 科研管理, 2003, 13 (4): 54-60
- [11] 赵蓓. 嵌入性与产业群竞争力: 理论研究与分析框架 [J]. 东南学术, 2004 (6): 138-145
- [12] 张聪群. 产业集群环境下浙江中小企业转型的战略选择——基于地方政府的视角 [J]. 科技与管理, 2011, 24 (1): 81-84

作者简介: 赵蓓 (1958—), 女, 教授, 博士生导师, 主要研究方向为战略管理、产业集群、嵌入性与竞争力。林必越 (1970—), 通信作者, 男, 厦门大学管理学院博士, 集美大学副教授, 高级国际商务师, 硕士生导师, 主要研究方向为战略管理、产业集群与区域经济。张小三 (1981—), 男, 在读博士生, 主要研究方向为战略管理与市场营销。

更正

2014年第18期P136文章《基于知识流态的产业联盟生命周期与知识存量研究》更正如下:

1. P137 “1.2.1 显性知识的层流流态”段落末“符合流体的层流流态的特性”的右上角、“2 基于知识流态的产业联盟生命周期分析”第2段第3行“ N_1 、 N_2 则分别代表的是联盟创新资源容许的单独两种流态的知识的各自最大存量”的右上角, P138 左栏第4行“致使各企业间层流流态的显性知识的流动迅速产生”和第13行“紊流流态的隐性知识的流动逐渐占主导地位”的右上角, 均加标注“[9]”。

2. P137 左栏倒数第2行“积极促进企业提高自身的创新效率^[9]”中的上标“[9]”改为“[10]”。

3. P138 左栏第7行“知识流动将以实物载体和人员流动共同主导的方式取代实物载体^[10]”中的上标“[10]”改为“[11]”。

4. P161 “参考文献”内, 原参考文献 [9] 改为 [10]、参考文献 [10] 改为 [11], 增加参考文献: “[9] 仇雷雷, 吴洁, 盛永祥, 等. 流体力学视角的产学研联盟中知识流态研究 [J]. 自然辩证法研究, 2014, 30 (4): 74-78”

特此更正。

编辑部