

● 观察思考

关于我国民营经济产业集群现象的思考

鲁俊海

(中国计量学院人文学院, 浙江 杭州 310018)

【摘要】 民营经济产业集群的出现是我国民营经济竞争优势提高的一个重要标志,也是我国经济中的重要产业组织形式之一。我国民营经济产业集群在我国经济发展中起着不可替代的作用。我国民营经济产业集群的形成有着特殊的社会、历史和文化背景以及深刻的原因。在民营经济产业集群的发展中,国家、各级政府、部门以及有关组织应对其采取科学合理的引导,使其健康稳步发展。

【关键词】 民营经济;产业集群;竞争优势

【中图分类号】 F121.23 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1003-3890(2004)01-0031-03

一、我国民营经济产业集群的出现是其竞争优势提高的一个重要标志

产业集群是指某一特定产业大量聚集于某一特定地区,形成的一个稳定、持续的竞争优势集合体。它是工业化过程中一种明显的经济现象。当今世界经济中,产业集群现象更是非常普遍。硅谷高科技产业和底特律汽车工业的集中是某一产业聚集的两个有名的案例。克鲁格曼等人提出硅谷型聚集不是一个例外而是具有规律性。现在学者们越来越多地发现,产业聚集无处不在、无所不有。在美国,有名的聚集还有华尔街的金融业、好莱坞的娱乐业、加利福尼亚的酿酒业、华盛顿的炼铝业等等。伊利森和格拉泽通过对美国制造业的地理集中的研究得出结论认为,每个产业都显示出过度的聚集,459个4位数SIC产业中的446个有明显的聚集。波特指出产业地理的聚集是提高产业竞争力的基本因素,并认为“族群”(Clusters)的因素支配着当今的世界经济地图,它是每个国家国民经济、区域经济、都市经济的一个显著特征,在经济发达国家尤其如此。族群在一个国家经济发展中具有重要作用。

在我国,有许多专家学者对产业集群现象有所研究,但对于蓬勃发展的民营经济产业集群却很少关注。从我国民营经济的发展来看,最初是全国各地的、自发的个体、私营等民营经济的各自为战的发展。到20世纪90年代以后民营经济的发展已经进入到了一个各区域民营经济整体竞争的时代,许多地方开始出现民营经济聚集趋势。从此,民营经济的竞争已经开始进入到了产业集群竞争时代。众多的民营企业通过共享资源和高度分工协作而形成整个生产系统的规模经济性,越来越成为民营经济发展的重要推动力,有经济学家称之

为第四次分工。在我国形成产业集群的地区的民营经济发展已呈现飞速发展之势,而一些没有形成民营经济聚集的地区,民营经济的发展则处于明显滞后状态。今天,在我国凡是民营经济比较发达的地区,都已经形成了比较鲜明的民营经济的族群现象。珠江三角洲、长江三角洲、环渤海经济圈等我国经济最发达的地区也是我国民营经济最发达的地区,也是我国民营经济族群最集中的地区,星罗棋布、各具特色的、大大小小的民营经济族群是这些地区经济的最为显著的经济特征之一。遍布各地的民营经济产业集群已经成为这些地区较强的综合经济实力的重要标志之一。这里仅以浙江省为例。浙江省是我国经济比较发达的地区,也是我国民营经济最为发达的地区之一,其中就形成了像乐清柳市的低压电器业、海宁郭店的磁制造业、萧山新塘的羽绒制造业、诸暨三下湖的珍珠养殖加工业、桐庐分水的制笔业以及温州的制鞋、打火机、眼镜、海宁的皮衣、桐乡的羊毛衫、嵊州的领带、义乌的衬衫、东阳的建筑、永康的五金、绍兴的轻纺、宁波的服装、嘉善的木业加工、余姚的塑料加工、仙居的白银加工等众多的各具特色的民营经济产业集群。这些民营经济产业集群已经成为浙江经济的一道亮丽的风景线,从而使浙江成为全国民营经济最为活跃、最有竞争力的地区之一。据国家统计局2002年对532种工业产品的统计,浙江336种产品产量排在全国的前十位,其中56种产品产量全国第一,53种产品产量全国第二,13种产品产量超过一半。浙江目前已经形成超亿元的民营经济族群300多个,其中100亿元以上的4个,50-100亿元的13个,10-50亿元的91个。此外,像广东、江苏、山东等民营经济比较发达的地区,民营经济也同样形成了产业集群的现象,而且在全国也有着较大的影响力和竞争力。

【收稿日期】 2003-10-27

【作者简介】 鲁俊海(1966-),中国计量学院人文学院,讲师,硕士,主要研究方向:当代中国经济问题。

二、民营经济产业集群的积极影响

我国民营经济产业集群是在民营经济有了长足发展的基础上形成的,它是随着我国市场经济体制的完善而逐步发展起来的。民营经济的壮大及产业集群的兴起对于我国市场经济主体多元化、市场经济机制的形成以及国民经济产业结构的调整等方面起着非常重要不可替代的作用。同时,就民营经济产业集群本身来说,其积极的影响也是多方面的。

1. 易于获取生产要素。众多民营企业聚集在一起形成族群,企业群对各种生产要素巨大的市场需求会吸引人才、资金、技术等源源不断地流入聚集区,不断丰富聚集区要素市场,使聚集区中的企业方便迅速获取所需的生产要素。同时,企业之间可以通过联合担保获取贷款资金,协作攻关解决技术难题,共享资源与信息,降低相关成本。

2. 便于占领市场,开拓市场。一方面,民营经济产业集群的出现引起人口的聚集,众多人口的消费需求为聚集区企业提供了广阔的市场空间。另一方面,生产上相互联系的企业通过分工与协作,不仅因近水楼台便于相互建立稳定的供求市场,降低企业的各项营销、运输与库存成本,而且便于企业面对面的交流市场信息,对市场变化做出及时反应,不断生产适销对路产品占领与开拓市场。而同类企业聚集在一起,则既有利于竞争,活跃市场,又有利于建立行业协会、同业商会等组织,使众多中小企业紧密联系起来,形成“航空母舰”参与市场竞争,增强聚集区企业的市场竞争力。

3. 便于获得各种社会化服务。民营经济产业集群必将带动聚集地社会化服务体系的发展与完善,如专业化的信息咨询、法律咨询服务、员工技术培训服务、维修服务、运输服务等,使企业能集中力量进行核心产品的生产,降低企业生产成本和提高企业生产效率,增强企业在同行业中的竞争力。

4. 获取外部规模经济。众多中小企业形成产业聚集,从而通过专业市场交换实现生产链接,获取外部规模经济。或通过专业化协作进入大龙头企业主导的产业链。而作为龙头企业则通过协作获取当地极为丰富配套资源,将生产要素的竞争外部化,获取成本和集约优势避免大“企业病”。在民营经济发达的浙江就实现了这种规模经济。这种民营经济的产业集群是新型的产业模式或者说是一种新型的产业组织结构。以优势产业、关联行业、上下游协作配套以及大小企业主和谐共生的符合良性经济生态平衡的内部条状、外部块状的特色产业集群,极具竞争力。

三、我国民营经济产业集群的形成原因

我国的民营经济产业集群是伴随着改革开放民营经济的发展而逐步发展起来的。它是在我国计划经济向市场经济转轨环境下诞生,根植于我国特殊的社会、政治、文化等背景。其产业集群形成的原因是多方面的,但主要的聚集引力是来自于自然优势聚集力、区位优势聚集力、人文凝聚力。

1. 自然优势聚集力。自然优势聚集力是产业地理集中的基本作用之一。自然优势的含义相当广泛,它不但包括自然

资源和自然环境单个方面的优势,还包括两者的综合优势以及自然形成的社会经济资源优势。如某一地区有发展某一产业的自然资源优势,但自然环境不适合于该产业的发展,则这种自然资源优势的聚集力将相当弱。伊利森和格拉泽通过对美国产业聚集的实证分析得出结论认为,“自然优势聚集力可以带来 20% 左右的产业聚集现象。自然优势可以说明种植业、酿酒业、食品制造加工业、旅游业、交通运输业、采掘业与冶金业等原材料产业的聚集现象。但自然优势也难以解释为什么有的地区具有发展某产业的自然资源和环境两方面的优势,但该地区却并未发生产业聚集的现象。社会经济资源优势包括廉价的劳动力资源和便捷的交通运输条件等。交通运输条件一直是古典区位理论中的最基本要素,交通运输上的便利和低成本是许多产业聚集的基本动力。”我国民营经济族群[1]较发达的珠江三角洲地区、长江三角洲地区、环渤海经济圈等都具有一定区位优势,自然优势聚集力是其民营经济产业集群形成的一个重要原因之一。

2. 外溢聚集力。这里的外溢是区位优势外溢,是指某一企业的建成将降低其他企业的成本或提高他们的竞争力的现象,包括物理外溢(比如一家企业的建成降低了第二家企业的运输成本)和智力外溢。智力外溢可以较好地解释高科技产业大量聚集于大学或研究机构附近的现象,如硅谷型聚集等。物理外溢在传统产业尤其是传统制造业中存在较普遍。我们经常会看到,在一个荒芜的地区一旦建成了某一个较大企业后,小企业将鱼贯而至。这主要是由于大企业的外溢聚集力的缘故。外溢聚集力较常见于城镇的形成过程中,在由乡村到镇再到城市的扩大过程中,由于人口数量的增加,外溢聚集力越来越大,产品差异化程度也不断增加。传统商业(店铺商业)中外溢聚集力也较为显著,如各种商业小区、商业街在实质上是商业的集中,可称为商业族群,外溢聚集力是族群形成的基本动力。伊利森和格拉泽认为,外溢是产业地理聚集除自然优势以外的另一个主要动力。我国民营经济产业集群大多集中于中小城镇以下,有许多聚集于县乡镇甚至村。其聚集力之一就是外溢聚集力。这种民营经济产业集群易于获取生产要素,便于占领市场,开拓市场,便于获得各种社会化服务,从而获取外部规模经济,并且有利于该地区民营经济市场竞争的迅速提高。

3. 人文凝聚力。人文环境不但是企业生存发展的基础资源,也是一个区域经济发展的重要因素。众所周知,在全世界华人聚居的地方都能形成有活力的华人经济区,美国的唐人街就是最典型的例子。意大利和我国的台湾省是小企业主宰的经济系统,小企业聚集极为普遍,不同的社区小企业聚集的产业类型是不尽一致的。这种聚集的基本动力就是来自传统人文环境的吸引力。以血缘、亲缘、地缘为主的民营经济聚集在我国的南方沿海地区如浙江、福建、广东等地相当普遍,其中以家族团体为基础发展起来的民营经济产业集群基本处于主体地位。这种产业集群产生的动力就是人文关系,系统赖

以运行的基本因素是信任和承诺,现代交易的最基本方式契约交易并没有取代信任和承诺成为系统内成员的交易方式,交易成本也相当低,信誉是成员间信任和承诺的最重要因素。由于中国传统文化源远流长、丰富多彩,不同的社区其人文环境迥异,社会主义市场经济体制还仍然最终建立起来,劳动分工和交易的秩序很难扩展到不同人文环境的地区之间。因此,产业集群的范围也往往围于该地区的人文边界以内。波特教授也指出,不寻常的、复杂的或紧迫的地方需求也可以产生族群。地方需求形成聚集的动力就是人文凝聚力。人文凝聚力在与文化有关的产业如文体娱乐(戏曲、歌舞、体育项目等)、古迹名胜旅游、传统手工艺品和饮食等的聚集起到了决定性作用,日常所讲的“茶文化”、“酒文化”、“饮食文化”等都具有浓厚的地方色彩,其产品或工艺也只是局限于该地区的某一个小区内,离开了特定的区域就无所谓“特”了,这是由人文凝聚力的引力场决定的。

当然,对于一个具体的产业集群而言,上述三类聚集力可能是单个起作用,也可能是多个力的产物,或者还有别的作用力在起作用。一旦产业集群开始形成,就会出现一个自我强化的循环,尤其是当地政府持支持态度和地方竞争富有活力时更是如此。我国民营经济比较发达的珠江三角洲、长江三角洲、环渤海经济圈等地区民营经济的发展明显已经呈现出良性互动的局面。

四、对今后我国民营经济产业集群发展的建议

1. 政策保护。国家、各级政府、部门以及有关组织要及时发现和识别正在形成中的民营经济产业集群,制定各项优惠的政策措施鼓励和扶植民营经济产业集群的发展,为业已形成的产业集群提供全方位的公共服务,积极推进和促进民营经济产业集聚。要注意和利用区域分工,依据自身优势和产业基础,鼓励对同一产业进行持续的资金和技术投入,培育和优势产业;运用财政税收政策,引导企业提高技术、扩大规模、推动产业升级;制定优惠政策,吸引外地高科技、高管理、高增值企业落户,促使有影响力、有竞争力的企业脱颖而出、持续健康成长。这将使优势企业快速发展,从而实现所在地区民营经济甚至带动整体经济的超常规发展和核心竞争力的不断提升。

2. 加强基础设施和环境建设,改善投资环境。基础设施和环境是一个地方可持续发展的重要保证,也是吸引民营经济聚集的重要原因。国家、各级政府、部门以及有关组织应按高起点、高标准和适度超前的原则建设能源、交通、通讯、科学教育等公共设施。运用市场机制建立国家、地方、企业等多元

投资体制,利用政府财政资金、银行贷款资金、土地出让金、民间资金等多种形式筹集资金,保证基础建设的资金投入。加强环境的保护和建设。同时,统筹规划工业园区、产业园区、科技园区等民营经济产业集群地区的道路、通讯、水、电等基础设施和绿化工程,吸引更多的民营企业来产业集群地区投资办厂。

3. 国家、各级政府、部门以及有关组织要注意营造一种产业氛围,培育企业文化认同,鼓励企业植根本地。文化认同是企业文化上的一种归宿感。企业应认识到,自己属于所在的地区。企业文化应与所处地区文化相协调,一个地区的竞争力对企业的竞争优势有举足轻重的影响。植根本地就是立足本地、扎根本地,将企业的生产、研究、开发都置身于与周围企业的联系之中。如果一家企业完全依赖外地市场,不与当地的企业发生联系,那么产业集群效应就无法产生,对当地技术创新能力带来不利影响。政府要尽快让企业认识到植根本地在其发展中的重要意义,自觉地融入当地经济活动之中,积极帮助当地的供应商和销售商提高竞争力。

4. 国家、各级政府、部门以及有关组织要扩大对科技、教育等领域的投入,通过当地产业网络放大技术创新能力。随着知识经济时代的到来,经济的发展将进入到科技推动型发展时期,科学技术和人力资本在价值创造中的作用将越来越重要。各级政府应加大对科技教育培训的投资力度,发挥科技教育培训的知识外溢效应,促进经济高速发展。政府要鼓励同一产业的企业组织起来,形成一个地区性网络,通过业务衔接、资源共享、经验交流等形式降低经营成本,提高整个产业的效率;在一种信息自由交流的体制下促使创新的出现,缩短科研成果的转化周期。

[参 考 文 献]

- [1] Porter, M. E. Clusters and the New Economics of Competition [M]. Harvard Business Review, 1998.
- [2] Kim, Sukkoo. Regions Resources, and Economic Geography: Sources of U. S. regional Comparativ Advantage, 1880 - 1987 [J]. Regional Science and Urbam Economics, January, 1999, 29(1).
- [3] 保罗·克鲁格曼. 地理和贸易 [M]. 北京:北京大学出版社, 2000.
- [4] 李小建,李二玲. 产业聚集发生机制的比较研究 [J]. 中州学刊, 2002, (4).
- [5] 高飞. 关于产业聚集的地理思考 [J]. 经济地理, 2002, (3).

责任编辑:文风