
中国经济改革研究基金会 2005 年度资助课题

长江三角洲与珠江三角洲经验对区域经济发展的启示

北京大学经济学院课题组

课题组负责人：

张 辉 北京大学经济学院讲师，博士后

课题组成员：

盖文启 北京大学经济学院副教授，博士

朱华晟 北京师范大学讲师，博士

魏守华 清华大学讲师，博士

喻桂华 北京大学经济学院，博士

谭文柱 北京大学城市与区域规划系博士研究生

任 宝 北京大学城市与区域规划系硕士研究生

宋加平 北京大学环境学院硕士研究生

二零零六年三月

第一章 研究背景	1
1 长江三角洲和珠江三角洲的突出表现	1
2 两大三角洲发展比较	2
3 本报告研究着力点	3
第二章 长三角与珠三角崛起的特征和发展动力	4
1 两大三角洲崛起的典型特征—产业集群化	4
1.1 产业集群化发展	5
1.2 特色经营模式：“专业市场+家庭工场”	6
1.3 新的地域组织：特色产业集聚区	7
1.4 地域差异明显	8
2 地方经济的演变趋势	10
2.1 专业市场功能再定位	10
2.2 产业组织变迁	12
2.3 产业群对外空间拓展	13
2.4 产业群之间的分工与合作加深	15
2.5 科技型产业群日益增多	16
3 地方经济的发展动力	17
3.1 研究小结	17
3.2 发展动力	18
第三章 社会网络	20
1 理论概述	20
2 产业群社会网络的基本特点	21
2.1 本地网络关系—血缘、亲缘与地缘关系	21
2.2 非本地网络关系的重要性与地区差异	22
3 社会网络的基本功能及其演变	23
3.1 基本功能	23
3.2 功能演变	26
4 本章小结	27
第四章 企业家	29
1 研究概述	29
1.1 企业家的经济学意义	29
1.2 产业群理论对企业家的研究	30
2 企业家的社区文化背景与基本特点	31
2.1 社区文化背景	31
2.2 基本特点	32
3 地方企业家与产业群发展	33
3.1 企业家创新与产业群发展	33

3.2	企业家地方网络与产业群发展	35
3.3	企业家区位再决策与产业群动态	37
4	本章小结	39
第五章 地方政府		40
1	政府的经济职能概述	40
2	地方政府介入产业群的驱动因素	40
2.1	地方政府的经济职能驱动	41
2.2	产业群的公共政策需求	42
3	地方政府的角色变迁与主要职能	43
3.1	角色变迁	43
3.2	主要职能	45
4	小结	49
4.1	本章小结	49
4.2	前三章小结	50
第六章 全球价值链下地方产业发展—东莞之路.....		53
1	研究背景	53
1.1	东莞奇迹	53
1.2	东莞产业外源性发展特征	54
2	全球价值链理论基础	57
2.1	全球价值链的概念	57
2.2	全球价值链驱动的类型	58
2.3	全球价值链下产业升级	59
2.4	地方企业升级的途径	60
3	东莞产业需要沿全球价值链进行升级	61
3.1	东莞本地企业在全局价值链中的定位	61
3.2	东莞产业在价值链上的升级问题	63
4	东莞需要解决内外资企业隔离的制度瓶颈	67
4.1	内外资企业隔离的制度瓶颈	67
4.2	促进产业联系为核心的政策措施	69
4.3	发展对外科技合作，建构新的外部联系通道	70
4.4	完善基于市场经济的公共管理体制	71
第七章 全球价值链片断化与产业转移		73
1	研究背景	73
1.1	价值链片断化与经济全球化	73
1.2	参与经济全球化与地方发展的关系	74
1.3	全球价值链的研究视角	75
2	相关概念澄清	76
2.1	附加值	76
2.2	空间距离	76

2.3	升级方式演化	77
3	基本分析模式	77
3.1	跳跃式布局的分析模式	77
3.2	蔓延式布局的分析模式	78
4	对模型中主要关系的解释	78
4.1	全球价值链的垂直分离和一体化	78
4.2	全球价值链下地方产业集群的等级体系	80
4.3	全球价值链中地方产业集群之间的地理弹性	80
4.4	链条研究层次的差异性	83
4.5	蔓延式布局与时间距离	83
5	本章小结	85
 第八章 产业集群与品牌拥有量相关性研究.....		86
1	定量实证研究背景	86
1.1	背景	86
1.2	研究小结	86
2	数量实证分析	87
2.1	样本与数据说明和来源	87
2.2	对样本进行多元统计分析	88
2.3	回归结果解读	90
3	品牌对产业集群发展的影响	91
3.1	品牌的双刃剑效应	91
3.2	从全球价值链地理弹性看品牌双刃性	91
3.3	进一步研究发现	92
4	本章小结	93
 第九章 结论与启示		95
1	结论	95
2	启示	97
3	不具可比性的地方	99
 参考文献.....		100

第一章 研究背景

1 长江三角洲和珠江三角洲的突出表现

长江三角洲位于中国东部沿海开放城市带和沿长江产业密集城市带的结合部，具有得天独厚的江海交汇、南北居中的区位优势。它是中国对内、对外联系的主要节点，是中国走向世界的重要窗口。长江三角洲区域是世界六大都市带之一，是我国最发达的地区之一，它的发展对我国经济的发展起着举足轻重的作用。经济地理意义上的长三角，也称小长江三角洲。包括苏中苏南 8 市：南京，扬州，泰州，南通，镇江，常州，无锡，苏州，浙北 6 市：杭州，嘉兴，湖州，宁波，绍兴，舟山，以及上海全市，共 15 个城市。总面积约 10 万平方公里，总人口约 8000 万。其核心地区是苏锡常杭嘉湖沪 7 市。考虑到行政区划的巨大存在和稳定性，一般人都将江、浙、沪两省一市的全部统称长三角，也即大长江三角洲。这也是本报告中如果没有特别约定所指的长三角。

根据国家和省市 2005 年统计公告，截至 2005 年，这一占全国 2.2% 的陆地面积，10.4% 的人口长江三角洲地区集中了全国 22.37% 的国内生产总值，25.48% 的第二产业增加值，22.45% 的第三产业增加值，36.69% 的进出口总额。近年来，国际资本和跨国公司更是大量涌入长江三角洲，使这一地区已成为承接国际制造业转移的重要区域，正加快向国际制造中心发展。

改革开放后，珠江三角洲创造了区域经济发展的奇迹，与长江三角洲一同成为我国区域经济中增长最快、投资环境最佳的两大区域。20 世纪 80 年代初，我国率先在珠江三角洲创办经济特区和对广东、福建两省在对外开放中实行特殊政策、灵活措施的思路，珠江三角洲经济区先走一步，成为外商投资的一块热土。珠江三角洲地区经济的发展，吸引着世界上众多的视线，对全国的经济贡献度也越来越高，截至 2005 年，广东省集中了全国 11.90% 的国内生产总值，12.47% 的第二产业增加值，13.05% 的第三产业增加值，30.09% 的进出口总额。

随着长江三角洲地区和珠江三角洲地区经济的快速发展，对全国经济增长的贡献度越来越大，截至 2005 年，江苏、浙江、上海和广东已经占据了全国国内生产总值的 34.27%，进出口总额的 66.78%，由此长江三角洲地区和珠江三角洲地区经济的发展也越来越受到国人的关注。应该说目前中国已形成的三大城市群（珠三角城市群、长三角城市群和京津唐环渤海湾城市群），是中国经济发展的主力军，珠三角城市群较长三角城市群成熟些，珠三角产业结构调整升级要比长三角快半拍，而长三角的发展速度要快于珠三角，在调整好长三角各市的经济结构以后，与珠三角相比发展后劲将强一些，发展空间也会大一些。在长江三角洲不断推进本地区一体化进程的时候，珠江三角洲也不甘示弱，近几年不断推进“泛珠三角区”的建设，泛珠三角经济区或经济圈是大珠三角及其所辐射地区在内的经济地带，包括广东、福建、江西、湖南、贵州、云南、四川、广西、海南等 9 个省区以及香港、澳门 2 个特别行政区，简称为：“9+2”经济圈，整个区域地域辽阔，相互联系密切。内地 9 省区面积 199.45 万平方公里，占全国的 20.9%；人口 4.46 亿人，占全国的 34.8%；GDP3.45 万亿元，占全国 1/3；若加上港澳 1.39 万亿（港元、澳元），则经济总量巨大，约占全国的 47%，进出口总额占全国的 50% 以上。这一地区面对三种体制：特别行政区、经济特区和其它地区；实行三种货币：人民币、港币和澳元；经济发展不平衡，资源丰富，互补性强，因此有广泛的发展前景。

2 两大三角洲发展比较

众所周知，在长江三角洲地区，集中了苏南模式、温州模式两大中国经济发展范式，还有上海这种强势政府主导下投资驱动的发展模式。在这里，中国经济转型的第一阶段，即从计划经济到市场经济的初步建立，已经基本完成（虽然上海、江苏、浙江等地的市场化程度仍有明显不同），正面临着从初级市场经济向高级市场经济或现代市场经济的转型。这一从初级市场经济到高级市场经济的转型，必然伴随着各个方面的重大变化。

目前，在长三角区域的两省一市中，江苏某种程度上也存在珠三角“贴牌”经济的弊端。江苏全省外国企业控股或者投资太多，结果造成江苏的地方生产总值高于浙江，但政府税收要比浙江少，居民的收入比浙江低。这是因为江苏在与外方的合作中，没有掌握核心技术造成的。这其实是整个长三角的隐痛。20 世纪 90 年代初的江苏太过于留恋于苏南模式的无上殊荣，以致错过最佳转型时期，最终导致在乡镇企业发展规模、速度等方面不但大大落后于浙江，而且被浙江后来居上；2002 年以来的苏南特别是苏州又露出过分自恋于外向型经济高歌猛进的趋向。江苏的苏南模式没有能在 20 世纪 90 年代中期以前迅速转型，影响深远，它直接减缓了原先发展势头和基础都很良好的常熟、丹阳等地的发展，武进曾名列农村综合实力百强县前三甲，但今昔相比，这种成绩已是昨日黄花。

从总体上看，浙江经济发展的主要动力来自温州模式下大量的以乡镇个体私营企业（以下简称个私企业）为基础的产业群（产业群在浙江被称为块状经济、区块经济或特色区域经济），即一个乡镇或几个乡镇集中生产同一类产品，产业群由一些专业乡镇、专业村组成。浙江产业群自从 70 年代末 80 年代初，主要依靠民间力量，在市场机制的作用下逐渐形成，经过快速增长、结构调整、目前进入稳定增长阶段。这种自下而上的发展模式使得浙江在历次关键时期的转型速度和敏感度等方面都要快于江苏。正是这种制度创新快半拍的优势，使得长三角改革开放初期家底最弱的浙江能迎头赶上，无论经济发展速度还是发展质量都要明显优于江苏。

珠江三角洲的崛起或珠江模式的成功很大程度上在于该地毗邻港澳，与港澳有着地缘和血缘等方面密切的联系。由此珠江三角洲的高速发展也基本依赖于当时港澳经济向大陆的转移，加上国家政策上的扶持和先行者的优势一下子实现了早期的快速腾飞。虽然珠江三角洲经济的外源性特征十分明显，但是其在空间上或产业内部并没有脱离产业集群体系的特征。只不过与长江三角洲块状经济或小狗经济不同的是其大多表现出很强的专业镇特色。无论小狗经济还是专业镇经济追根究底都是产业强县策略，也就是中心城市向副中心和周边地区普遍辐射的一种经济形态。

两大三角洲都有类似的近代工业文明和重商文化，都是借改革开放先行优势，在上海和香港两大地区龙头的带动下，抓住我国十多年短缺经济供不应求的特征，依靠内生力量、外生力量或二者的结合体，通过集群经济完成了资本的原始积累。最终在后发地区反应过来时，这些地区又迎来了产业国际大规模转移地国际化潮流，以致发展速度越来越快，国内地区间发展的不平衡性也越来越严重。

从实地调研和当地统计资料来看，无论长江三角洲还是珠江三角洲经济之所以获得经济发展上的巨大成功，都离不开当地成千上万个各具特色的地方产业集群。例如，根据国家发改委中小企业司 2005 年一项调查就可以看出我国沿海地区之所以取得成功，一个重要体现就是沿海集中了全国已知集群总量 748 个中的 66.6%，其中江浙沪粤又集中了 366 个，占全国已知集群总量的 48.9%。

3 本报告研究着力点

改革开放 20 多年来，两大三角洲在取得巨大社会经济成就的时候，人们不无例外地发现两大三角洲都出现了典型的产业集聚现象，长江三角洲以上海为龙头出现了严格的产业集群分层等级体系。这一体系总体来看，浙江又以“小狗经济”、“块状经济”闻名于世，江苏特别是苏南则以外资投资为主导模式，一江之隔的苏北和苏中则相对欠发达。具体到体系内部来看，其又有很大的分化，例如浙江北部宁波产业集群以大企业或领导型为主，而浙南温州一带则以中小企业或关系型产业集群为主。同样，珠江三角洲大面上基本都形成了“专业镇”的经济空间发展模式，产业集群的推动力基本来自港澳台等外来资本；具体到内部则又有很大差异，例如东莞是典型的外来资本催生的集群发展模式，而佛山则是当地民营经济和外资经济平分秋色，一方面有着科龙、美的等大型企业所主导的领导型家电产业集群，另一方面服装、家具等产业又大多是中小企业主导的关系型产业集群。此外，两个三角洲集群经济发展过程中基本都出现了“市场+生产企业”的有效发展模式，不过两者之间的先后发展次序又有很大差异。例如，即使在佛山一个地方，其陶瓷产业集群的发展就是先以生产企业的大量出现为主，其后才出现了各种大型专业市场；而该地家具产业集群则是先有交易市场，其后才在市场基础上衍生出大量生产企业。

作为主导和支撑两大三角洲经济持续发展的诸多产业集群，如果单从表面层次按照产业集聚程度、内生、外生，领导型、关系型号等角度来分析未免会失去大量隐含在如此错综复杂问题背后的诸多内容，如此对政府的决策也是不利的。因此，本项目拟考虑从集群动力来源的社会网络、企业家和地方政府发展轨迹和全球价值链两个角度系统地对其进行大纵深分析，从而还历史原来面貌和当前的真实机遇。这样，一方面通过研究集群的不同阶段和空间来明确政府在不同地理位置、历史发展阶段、社会文化传统等条件下的介入方式和程度，避免时空错置所带来的政策等内容的偏失；另一方面，又通过引入全球价值链的分析方法，给出其他地区的历史发展机遇和应对策略。

第二章 长三角与珠三角崛起的特征和发展动力

1 两大三角洲崛起的典型特征—产业集群化

随着两大三角洲“村村点火，处处冒烟”乡镇企业浪潮的渐渐退去，无论苏南模式、温州模式还是珠江模式，最终通过二十多年竞争、选择、淘汰，生存和发展起来的地区都表现出极强的产业集聚和专业化的特性。例如，江苏出现了一系列产业强县，浙江涌现出一大批块状经济或小狗经济，广东则形成了星罗棋布的专业镇。根据国家发改委中小企业司 2005 年的调查来看，全国一共有 748 个表现显著的产业集群，江苏 110 个、浙江 118 个、广东 130 个，三省就占到全国总量的 48%。产业集群数量的多少与各省和地区的经济发展水平直接正相关。

表 2-1 浙江省各地市产业群的部门结构及典型产业群

地 区		产 业 部 门	典 型 产 业 群
浙 东 北 环 杭 州 湾地区	杭 州	大型机械及成套设备、电子通讯、家用电器、医药等	杭州旅游汽配城；萧山衙前化纤业；新塘羽绒业；南阳制伞业
	宁 波	服装、机械、石化	鄞县服装产业、茼草加工、横街水表及配件、姜山燃气灶具、咸祥金融箱柜；余姚模具城、玩具城、塑料城、汽车配件、水暖设备、电动工具；北仑石化、模具
	绍 兴	纺织、印染、机械、医药、化工（如纺织印染助剂）、化纤等	绍兴县中国轻纺城；诸暨市衬衫、五金、袜业；嵊州领带城；新昌轴承、胶丸业；上虞劳保用品、伞件业；越城区家具业
	嘉 兴	纺织、皮革、机械仪表等	海宁皮革、经编；平湖光机电、服装、箱包；秀洲区丝织品；海盐紧固件、玩具；桐乡羊毛衫业
	湖 州	纺织（丝绸、毛纺、印染）、服装（童装）、建材等	织里童装业；城区纺织业；南浔建材业；安吉竹制品加工、菱湖种养殖业
	舟 山	水产品加工、海洋药物、机械等	舟山水产品中心批发市场；水产品精深加工、海洋药物、船舶修造、机械制造、电器电子、玩具等，同时已经形成了螺杆、微电机、小五金和水产品加工等
东 南 沿 海地区	温 州	机械、塑料、包装印刷、仪表仪器、日用电子等	平阳县萧江镇“中国塑编城”；苍南标牌制作；瑞安市塘下镇汽摩配；乐清市柳市镇低压电器城、虹桥电子元件、芙蓉钻头、磐石服装
	台 州	汽摩配件、工艺制品、鞋业、塑料制品等	椒江兆桥塑料制品；临海屈家村彩灯业；三门高视铆钉
浙 中 及 西 南 内 陆地区	金 华	机械、五金工具、农产品加工、纺织、服装等	市区量具、东阳市磁性材料、西服；义乌市服装、针织、饰品、袜业等八大行业、义乌中国小商品城；浦江针织服装产业；永康中国五金城
	衢 州	化肥、建材（水泥）、机械电气（矿山设备、变压器）等	吴村镇羽毛球球生产；常山狮子口乡轴承加工；衢县上方、常山辉埠石灰钙加工；龙游梧村、庙下竹制品加工；龙游湖地圩村扑克纸加工、江山清湖弹簧加工；峡口铸造业；开化张湾木制品加工
	丽 水	木材加工、工艺制品、农产品加工等	龙泉太阳伞业；青田鞋革业；云和县木制玩具业等

资料来源：①浙江非国有经济年鉴编辑部，2000；②陆立军等，2002（a）；研究者实地调研。

1.1 产业集群化发展

改革开放以来，长江三角洲环太湖区、杭嘉湖地区、宁波、温州等地，以个别市、县、镇或村为范围，集中某种产品的社会化生产所形成产业集群，表现出极强的活力和竞争力。长江三角洲地区的江苏在改革开放初期，由于发展基础要比浙江优越的多，以致 20 世纪 90 年代之前与浙江相比江苏或苏南乡镇企业无论是发展速度还是经济规模都远高于浙江，但 90 年代中期之后浙江乡镇企业无论在经济总量还是发展速度上却后来居上。江苏乡镇企业发展滞后于浙江一个关键因素就在于 20 世纪 80 年代末以来浙江逐步形成了分工合作的产业集群体系，而江苏仍然停留在改革开放初期各县各市产业严重同构，恶性竞争的阶段，这一状况直到 20 世纪 90 年代随着外资的大量涌进，江苏才借助外力初步形成了沿江专业分工的产业集群体系。

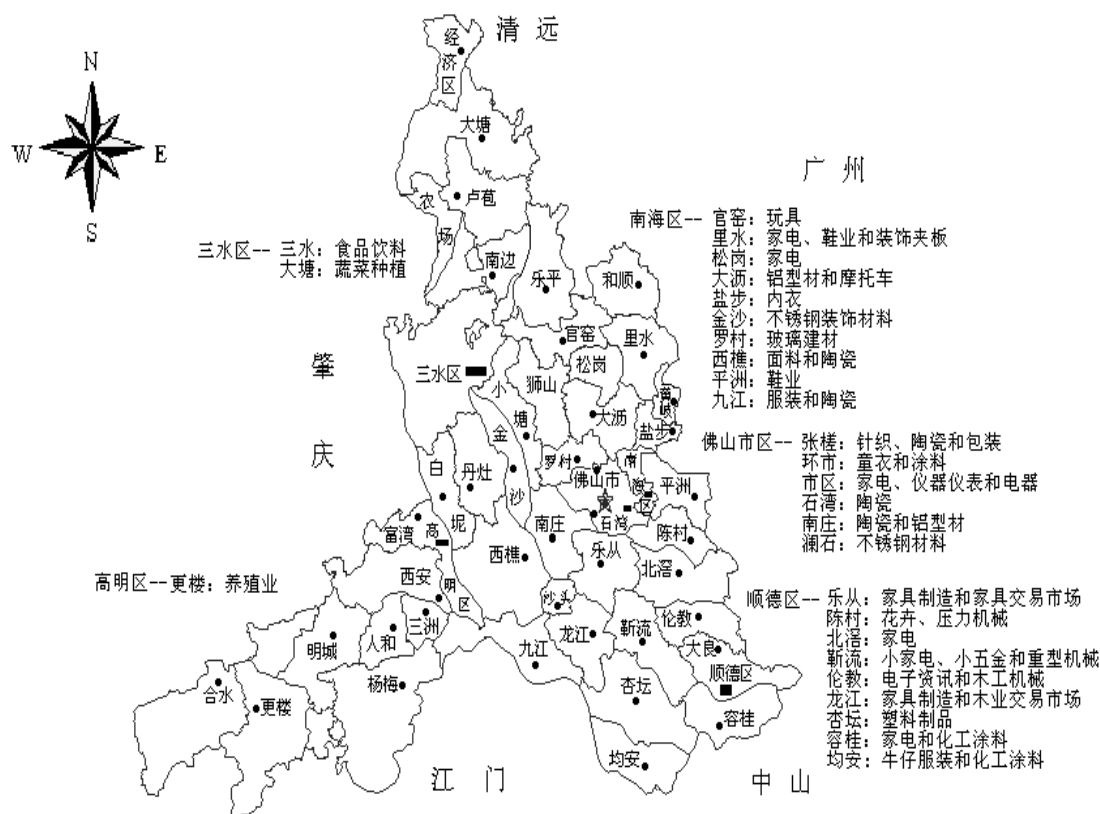


图 2-1 佛山主要地方产业集群地理区位图

经过改革开放后十来年的产业竞争，到 20 世纪 90 年代初，浙江区域经济基本体现出了“一乡一品”、“一县一业”的特点，产业群数量众多。到目前，浙江产业分工体系基本从以乡镇的行政界限为边界发展到了由相邻的几个乡镇共同组成，乡镇内部也深化到了不同的专业村（见表 2-1）。根据浙江区域特色经济发展研究课题组 1998 年在全省范围内进行调查后的不完全统计，浙江省 66 个县市区中，产值超过 1 亿元的特色产业群共有 306 个，其中 10 亿—50 亿元的有 91 个，50 亿—100 亿元的有 13 个，100 亿元以上的有 4 个（浙江区域特色经济发展研究课题组，1998）。全省 66 个县市区的工业产业群的产值占工业总产值的 37.4%（金祥荣，2000）。浙江产业群涉及的产业分布在浙江工业中的 110 多个大小行业和经营性农业中的 30 多个农副产品方面，主要以传统劳动密集型的产业部门为主，如纺织、服装、化纤、普通机械制造、塑料等。这种以中低档产品为主的产业结构是在特定的背景之下浙江农村工业化的产物。由于浙江既没有很多的国家投资，也没有利用外资的政策优势，农村地区工业基础薄弱，甚至基本处于空白状态，工业技术积累更是无从谈起。实践证明，在这种条件下，浙江立足于传统的中低档产品生产，并以集群优势，发展劳动密集型产业是现实且正确的农村工业化

道路。例如到 2000 年，在国家统计局统计的全部主要工业产品中，浙江共有 154 种产品的产量居全国前 3 位，占被统计产品的 28.9%，其中居全国第 1 位的产品有 56 种，占 10.5%。

从 20 世纪 90 年代开始，广东以专业镇经济形态出现的产业集群蓬勃发展，成为市场经济中最有活力的经济组织。珠江三角洲的 404 个建制镇中，以产业集群为特征的专业镇占了四分之一。广东的传统产业分散到上百个专业镇中，2002 年 GDP 达 1400 多亿元，占全省 GDP 的 13%。由于专业镇产业集聚度高，专业性强，经济具有强劲的发展势头，例如佛山市不但地方生产总值 80% 左右来自分布于全市大大小小上百个产业集聚区中，而且经济越发达的城镇（顺德和南海）产业集群也越发达（见图 2-1）。广东省电子信息产业和电气机械制造业在全省地位突出，与珠江东岸的信息产业集群的发展（含广州、东莞、惠州、深圳等市的几十个镇，规模 3000 亿元以上），以及珠江西岸的电气机械产业集群的发展（含顺德、中山、南海、江门、珠海、广州等市的十几个镇，规模 1300 亿元）是密切正相关的。2001 年，珠三角地区电子信息产业产值 3043.86 亿元，电气机械产业产值 1327.69 亿元，机电产品出口 500 多亿美元（占全国 45%），重要原因是依托集群经济的专业镇，在电子信息产业、电气机械制造业和传统劳动密集型产业中形成了产业配套能力。

1.2 特色经营模式：“专业市场+家庭工场”

无论长江三角洲还是珠江三角洲，在经济起步和快速发展进程中都不约而同地出现了大量“专业市场+家庭工场”的经营模式。其中又以浙江最为突出，例如 2005 年 1-9 月全国各类亿元以上商品交易市场 3398 个，浙江就占据了 525 个和 19.67% 的成交额，整个长江三角洲和广东省占据了 50.15% 的市场份额（见表 2-2）。浙江产业群以专业市场（或商品市场）作为依托、把成千上万个家庭工场有效地组织起来，形成最有浙江特色的“专业市场+家庭工场”式的经营模式，也就是“小企业、大市场”的“浙江模式”（刘吉瑞，1996）。这种模式起源于温州地区，进入 20 世纪 80 年代后期，随着乡镇企业改制的迫切需要，它以现实的优势不断扩散到省内其它地区，并进而使原本各异的区域发展模式逐渐趋同。专业市场与家庭工场相互促进、携同发展。专业市场的发展是在农村地区特定历史时期商品流通体制的产物，为家庭工场提供了可靠的产品销售渠道，因此促进了后者的发展。家庭工场则是专业市场繁荣兴盛的基础，多数专业市场的发展是家庭工场发展的现实需求，在发展初期，它们通常以家庭工场不断提供量大价廉的产品而获得了市场竞争优势。

表 2-2 长江三角洲和广东亿元以上商品交易市场基本情况（2005 年 1—9 月）

地区	市场数量（个）	摊位数（个）	营业面积（平方米）	成交额（万元）	市场平均交易（万元/个）	成交额占全国%	面积交易额（万元/平米）	摊位平均交易额万元
全国	3398	2345867	128808188	213733129	62899.7	100	1.6593	91.1105
上海	61	26652	1252805	17389073	285066.8	8.14	13.8801	652.4491
江苏	447	227627	17796185	33214509	74305.4	15.54	1.8664	145.9164
浙江	525	321351	14163238	42041033	80078.2	19.67	2.9683	130.8259
广东	282	132085	5862963	14539770	51559.5	6.8	2.4799	110.0789

资料来源：根据国家统计局网站公布资料修改而来。

1.2.1 专业市场

专业市场通常是指以一个或几个相关的产品为主要商品，根据市场经济的规则进行交易的自由批发市场。从商品的类别来看，专业市场可分为“工业品专业市场”、“农副产品专业市场”和其他类型的专业市场（陈建军，2000）。大多数产业群从发展初期就以市场为导向，因此，专业市场对产业

群的发展尤其重要，江浙粤发达地区也普遍认识到，“建一个市场，带一批产业，兴一个城镇，活一地经济，富一方百姓”。例如，20 世纪八十年代初期，浙江温州地区兴起了第一批十大专业市场¹，并由此推动了农村工业化进程，取得了良好的经济效益。从 80 年代后半期以来，江苏、浙江和广东各级地方政府都先后把商品市场和专业市场建设作为发展地方经济的突破口，争相确立“以商兴县”、“以商兴市”的战略思想。在地方政府的推动之下，各地专业市场进入新的发展阶段，市场细化现象明显，各类商品（包括原材料、中间产品、最终产品，生活必需品甚至高档消费品等）的专业市场相继出现。与此同时，劳动力、信息、技术、资本等要素市场也得到不同程度的发展，市场体系日益健全。繁荣的集贸市场激发了地方发展的活力。例如，市场大省浙江中的金华市就是名副其实的市场大都市，全市截至 2003 年有各类市场 469 个，03 年全市集贸市场成交额 670 亿元。金华市的义乌中国小商品城是全国最大的小商品集散中心，02 年交易额近 248 亿元，连续 12 年荣登全国集贸市场榜首。市场的繁荣带来了人流、物流、信息流和资金流，为金华的发展注入了无穷的活力，也为广大投资者带来无限的商机。

专业市场不仅是在我国商品流通领域内的制度创新，加快了农村地区工业化的进程，还是我国区别于国外产业群的特征之一。国外产业集群中无论是大企业还是中小企业，通常生产企业仅从事生产，产品主要通过专业代理商销售出去，产业群内不存在有形的商品市场或专业市场。这主要是因为国外发达地区一般都是完成了市场化，再进行工业化因此产业的专业化分工水平较高，产品生产与销售分别由相应的专业商经营，而我国基本是在没有完成市场化的情况下就进入了工业化阶段，市场化和工业化的双重发展任务注定了我国大多数地区经济发展都规避不开“市场+家庭工场”的发展模式。

1.2.2 家庭工场

改革开放后，江浙粤一带自下而上兴起的乡镇企业不但规模普遍都十分小，而且很大一部分都是家庭工场，它们成为沿海发达地区经济起飞的一支重要力量。在家庭工场发展最早的温州地区，80 年代前期家庭企业的工业产值占全市农村工业总产值的 70%以上，经市工商部门登记的个体工商户达 13 万户，到 20 世纪 90 年代末仍有 20 余万个体工商户和 2000 余户独资业主制私营企业完全属于家族、家庭企业（马津龙，2000）。即使到了 2005 年，无论是江浙还是广东发达地区，仍然大量存在着这种手工作坊。

虽然家庭工场规模很小，适用市场的能力也有限，但是在市场竞争中它们并非孤立的，它们之间往往有着常细致的专业化分工，一个家庭甚至只生产某个产品的一个配件、或只负责完成某个产品的一道工序，千家万户通过相互协作，形成无形的“大工厂”。这种组织形式在市场经济中显示出灵活、高效的优势，被我国经济学家钟朋荣形象地称为“小狗经济”，意思是单体较弱的野狗联手起来就能战胜孤立的野狼（钟朋荣，2002）。

1.3 新的地域组织：特色产业集聚区

1.3.1 发展现状

乡镇企业是我国“离土不离乡”的农村工业化模式之下的特定产物。尽管大多数乡镇企业以一些专业镇或相邻的专业村为基础，但从这些地域内部来看，呈现“村村点火，家家冒烟”的分散布局的特点。这种空间格局越来越不适应产业群进一步发展的需要。

自从 90 年代中后期以来，无论是珠江三角洲还是长江三角洲都先后兴起了一股工业进园的热潮。

¹ 注：即苍南县宜山再生纺织产销市场，钱库百货市场，金乡徽章、塑片、红模、标牌产销市场，平阳县肖江塑料编织袋产销市场，水头兔毛皮革市场，瑞安县仙降塑革鞋产销市场，塘下塑料拉丝编织产销市场，乐清县柳市电器产销市场，虹桥综合农贸市场，永嘉县桥头钮扣市场等。

这种新的发展思路从发达地区逐渐向周边地区推进，并迅速在长江三角洲和珠江三角洲大范围内得以推广，成为各级地方政府推动地方经济进一步发展的重要基础。由于大多数工业园区都是在原有地方产业集聚发展的基础上建设而来，以至于两地的工业园区不但都表现出很强的专业化特色，而且工业园区的发展壮大也以产业链的延伸和扩展为主。例如，2002 年宁波乡镇级以上的特色产业园区就达 106 个。在有固定园区边界划分的工业园或经济开发区外，两地还都不约而同地发现没有固定园区边界的产业集聚区或产业带也是一种适应地方经济快速发展，提升产业竞争能力的有效手段。当地政府有识之士也在不停摸索如何更有效地促进产业集聚成群、成带，如何更有效地管理和服务于这种无具体边界的产业区。

1.3.2 基本功能

特色产业集聚区是适应产业群在新的发展时期客观需要的新的地域组织，是产业空间格局走向有序化、规范化的必然产物。特色产业区在推动产业升级、营造区域创新环境和解决农村工业化引发的社会与生态环境问题。

1) 推动产业升级。经过十几年以至二十多年发展，两地不少家庭作坊式企业已经完成了原始资本积累阶段，需要更广阔的发展空间，进行技术改造、资产重组、优势互补等，以实现从外延式扩张向内涵式增长发展的转变。目前，首先要解决的问题就是企业扩大规模面临的土地资源短缺。由于新的土地法出台后，用地政策更严、更紧，在土地指标有限的情况下，一家一户的小企业零星布点和要求征地扩大再生产将会受到较大的制约。特色工业区不仅解决了这部分企业的工业用地问题，还通过在土地价格、税费减免、技术创新、基础设施配套等方面制定了一系列优惠的政策措施，促进入园企业进行技术改造。

2) 营造区域创新环境。组织化水平低，企业间的分工协作度不高（刘亭，2000）是各地产业群普遍存在的问题。特色工业区为区内企业之间、企业与相关配套服务机构之间增加了相互了解的机会，为专业化协作创造了更为有利的平台。不少产业区还将通过组建园区行业协会、设立园区研究机构等，为园区内创造技术创新、信息交流和社会化服务等方面综合生成区域创新环境。

3) 解决农村工业化引发的社会和生态环境问题。农村工业化在促进农村社区经济发展的同时，也造成严重的环境污染问题。在一些地区，工业生产与居民生活的矛盾日益尖锐，造成不容忽视的社会和生态环境问题。建设特色工业园区可以科学规划，集中治理工业污染，从而既节约治污成本，又减少工业生产对社会、生态环境的破坏。

1.4 地域差异明显

1.4.1 发展水平差异

从单一经济发展指标人均地方产值来看，长江三角洲地区不但呈现出北、中、南的地域差异，而且北部、中部和南部各个城市之间也存在明显的差异。长江三角洲北部的扬州、南通和泰州等城市经济发展水平不但明显低于一江之隔的苏州、无锡、常州和镇江等城市，而且苏州、无锡、常州和镇江等城市之间经济发展水平也存在比较明显的差异。与此类似，珠江三角洲从深圳到广州一线和珠海到广州一线各个城市之间也存在明显的水平差异。例如深圳、东莞的平均发展水平就要高于珠江对面的珠海、中山和佛山等城市，而深圳与东莞相比，其发展水平又要高的多。根据以往的研究来看，这种

发展水平的差异很大程度上渊源于经济中心向外辐射的距离衰减规律（张辉、喻桂华，2005）。

虽然，经济辐射距离衰减规律可以解释两地总体经济发展差异，不过两地都会涌现出一些违背该规律的经济区。对此，只有从产业集群发达程度来解释。例如，长江三角洲地区的温州，其远离地区经济中心上海市，但其整体经济发展水平也相当高，这就与当地有大量发达的产业集群有关。同样是温州，其内部区内经济发展差异也相当的明显，而差异的根源也基本与地方产业集群的数量和发达程度密切相关。

从长江三角洲延伸到整个长江沿线 23 个主要港口城市来看，经济发达的城市和经济落后城市之间优势产业集群无论是量还是质上都存在明显差异（见表 2-3）。

表 2-3 长江沿线 23 个主要港口城市各自的优势产业表

序号	城市	优势产业集群	序号	城市	优势产业集群
1	上海	精品钢材、石油、化工、电子信息、软件、通用和专用设备制造业、电站及大型成套设备、汽车航天器制造、造船、物流、生物制药、金融、玩具、新闻出版、广播电视、烟草、服装、会展；	12	马鞍山	钢铁和刀具；
2	南通	家纺、纺织、粮油加工、化工、钢丝绳；	13	铜陵	
3	南京	软件、石油、化工、电子信息、汽车、钢铁制造、石化设备、家电、电子信息、广播电视；	14	安庆	
4	苏州	纺织、化纤、服装、软件、通讯电子制造、光电缆、石化缝纫机、商品交易市场；	15	池州	
5	芜湖	建材、汽车及配件、电子、电器、生物医药	16	黄石	煤炭；
6	常州	智能仪器、网络通信、软件、纺织、服装、化工、医药制造、通信；	17	宜昌	磷化工；
7	扬州	纺织、化纤、服装、汽车及零部件、造船、石油化工、机械设备、电子信息、电器、食品、玩具、医药制造、冶金；	18	宜宾	
8	重庆	汽车摩托车、天然气化工、仪器仪表、铝加工、模具、仪器仪表、报刊出版；	19	岳阳	石油加工；
9	镇江	纺织、眼镜、低压电器、自行车、包装印刷、五金工具；	20	成都	软件、电子、服装、机床制造、石化设备、航空航天、家电、电子信息、报刊出版、会展；
10	无锡	纺织、服装、精细化工、医药制造、化纤纺织、陶瓷、建材、环保机械、摩托车、电线电缆、电影音像；	21	武汉	钢铁、汽车及配件、机械制造（发电、输变电设备、数控设备）、光电子、烟草、服装、医药制造、商品交易市场、报刊出版；
11	泰州		22	荆州	纺纱、印染、服装、石油、化工、建材、汽车零部件、机电制造；
			23	九江	

注：资料来源于“中国城市竞争力报告-2004”。

1.4.2 发展模式的差异

在对长江三角洲和珠江三角洲实地考察后就会发现，各地在推动经济发展过程中所遵循的发展模式也千差万别。江苏的民营经济就明显落后于浙江，而浙江外向型经济又明显落后于江苏；江苏苏州外向型经济又明显高于无锡，而无锡的民营经济又明显高于苏州。温州地方经济的高速发展很大程度上来源于前店后厂的经营模式，而且一般是先建立起专业市场，然后才有家庭工厂的兴起；余姚的中国塑料城则一直只有专业市场，并没有出现家庭工厂；佛山的陶瓷产业则是先出现大量加工企业，尔后很长时间才出现专业交易市场。

同样占据国内服装产业 10%左右的市场份额，宁波则表现出大企业、现代化工厂集聚的特点，鄞县服装产业带上不乏雅戈尔、杉杉、罗蒙等大品牌，而温州、佛山等地则仍然以中小企业集聚为特点。当地人认为宁波是一个大商人辈出的地方，人文环境利于涌现大企业、大品牌；温州则人人相当小老板，小老板文化底蕴就赋予了当地中小企业很难长大的人文环境。同样借助外资发展当地经济的南北 IT 重镇苏州和东莞之间也存在明显的差异，苏州汇聚了国内外 IT 行业众多大名鼎鼎的品牌商，东莞则汇聚了千千万万富有打拚精神的中小企业。台商研究者认为，苏州地方人才优势和管理的高透明度、规范化只适合那些成熟的规范化的企业，而东莞当地的人才劣势和地方管理的相对宽松，则十分利于处于起步阶段的中小企业。同在佛山一地，涂料行业在原有国有企业倒闭基础上不断衍生发展，以至形成了相当规模的产业集群；而陶瓷行业则出现了国有企业与民营企业齐头并进，相互促进发展，打造出国内最大的建筑陶瓷生产基地。

虽然各地在促进地方经济发展过程中，同一地方以至同一产业等出现了迥异的发展模式，但是它们都取得了不小的成功。因此，单从发展模式的差异来评价地方经济发展前景和得失显然是不适宜的，正确的评价方法应该根据当地的实际情况和产业的具体特点等方面来决定，切不可胡乱套用。

2 地方经济的演变趋势

2.1 专业市场功能再定位

2.1.1 专业市场的初期功能

专业市场为厂商与厂商之间、厂商与客户之间提供了一个现金交易的平台。根据科斯的交易成本理论，专业市场只不过是一种以较低的交易成本替代企业组织的交易制度。这种交易制度在中小企业或手工作坊集聚区的发展初期具有重要的意义。首先，专业市场为众多小规模的生产型企业提供了正式的产品销售渠道，并可以获得集聚带来的营销方面的外部规模经济。其次，专业市场有利于降低交易成本。由于专业市场具有信息集聚功能和垄断优势，即专业市场汇集了产业的市场供需、价格、质量等方面的大量信息，结果一方面使产业区内部的厂商能根据销售商及时反馈的市场信息，迅速组织产品生产，另一方面还可以使买卖双方较方便、并以较低的信息搜索成本获得比较完全的市场信息，从而在很短的时间内达成交易。此外，销售商在专业市场内设立固定的销售摊位，有效地降低销售商的机会主义行为倾向，有利于他们与客户在多次重复交易过程中建立起以信任为基础的隐形契约关系，从而可以节约交易费用和由合约监督、履行成本构成的交易不确定性的风险成本。在我国改革开放后

近 20 年的短缺经济时代，以中低档产品为主的专业市场不但推动着产业群在较短的时间内完成原始资本积累的发展阶段，而且也完成了商业资本向工业资本转换的过程。

2.1.2 专业市场功能演变的动因

然而，近些年来，无论是江浙还是广东发达地区，有形专业市场的功能和作用正在不断演变。最典型的现象就是一些曾兴盛至极的有形专业市场开始逐渐衰退，与此同时，以无形市场为特征的新的交易制度则不断发展和壮大。例如，盛极一时的余姚中国塑料城在有形市场极度萎缩过程中，其互联网交易则飞速发展起来了；广东佛山、东莞等地的许多专业市场则逐渐向订单化、不定期的会展经济方向发展。造成这种现象的原因大体上有以下几个方面。

首先，由于长期交易建立起来的信任与比较稳定的合作关系，厂商与客商之间开始出现多种交易方式，如合同订货、代理、结成企业联盟等，这些都是介于市场与企业组织之间的、有利于节约交易成本的网络组织形式。尤其是交通通讯技术进步、设施改善，使得这些网络关系可以超越地理空间的限制，理论上甚至规模很小的家庭工场也可以通过互联网与区外甚至国外客商发生交易。

第二，随着地方一小批企业规模扩大、档次提升，它们的经营方式发生相应的改变。大企业不断将一些中间环节内部化，并建立起自己的营销网络，减少了对专业市场的依赖。由于这些大企业或多或少带有家族企业的特点，管理成本比较低，因此，企业内部化不需要以很高的管理成本为代价，而且还可以大大节约了交易成本。另外，基于资金、技术、人才、市场等多重目的，企业之间出现多种形式的合作关系，如建立企业集团或股份合作制企业，这使得即使是规模很小的家庭工场也可以不必通过专业市场销售产品。

第三，市场需求多样性和消费水平的提高，推动产业集聚区产品质量和档次不断提升，并出现一批高质量、高档次产品的生产企业。这类产品的营销方式明显不同于低质量、低档次的产品，它们通常具有“一对多”（特定品牌产品面对多个具有一定忠诚度的消费者）的特点，往往采取专卖店、精品店、连锁店等营销形式。例如大企业汇聚的宁波鄞县服装产业区中既没有专业的产品交易市场，也没有生产原料等要素交易市场；而中小企业汇聚的常熟和温州等地服装产业区则有大量的成品和原料等批发交易市场。

第四，一些地区的销售商开始在国内其它地区兴办类似于本地的专业市场和各类商品市场，他们通常不必通过本地专业市场，而是与本地厂商直接交易。这就导致其它地区对本地有形专业市场的依赖程度不断降低，本地市场的直接交易量相应减少。

最后，由于 20 世纪九十年代初期以来，全国各地先后都在新建或扩建专业市场，区际重复建设问题突出，造成专业市场的特色不明显，彼此之间的分工不明确，加剧了竞争态势。专业市场向更具影响力的分区分块的综合性交市场的逐步过渡，也在很大程度上抑制了邻近地区专业市场的发展，从而导致后者的衰退。

2.1.3 专业市场功能再定位

一般来讲，有形的专业市场将被无形市场和更完备更有效的综合化市场所代替是地方经济发展的客观规律。但专业市场对于经济起步阶段地区不可或缺的关键作用，使得局部地区的专业市场衰

退对其它地区来说并不具有普遍意义。这主要因为，无论全国，还是长江三角洲和珠江三角洲内部，经济发展水平都存在的明显的差异，由此随着各地重新定位专业市场的功能，它们在较长的时间内仍可发挥重要的作用。

外部规模经济、信息集散、降低交易不确定性的风险成本是专业市场的三大传统优势（金祥荣，1998）。专业市场的功能再定位仍要立足于此，加强信息集散功能，并不断促进交易制度和交易技术的创新。为此，首先要加强专业市场与第二、三产业的联系，推行新的管理和服务体系。在以物业管理的基础上，不断向交通运输、宾馆餐饮业，尤其是技术、信息服务等配套服务业拓展。其次，推动各地现有专业市场的合理分工，以大型专业市场或商品市场为核心，组织各中小型专业市场、全国以及世界其它地区的分市场，打破行政阻隔，避免重复建设，形成完善的市场网络。大型专业市场要利用自己的核心地位，成为接受国内外市场、技术、管理的信息中心和对外辐射地。

2.2 产业组织变迁

2.2.1 产业组织变迁轨迹

长江三角洲地区经济的绩效增长伴随着产业组织从家庭工场、乡镇集体企业—合伙、股份合作制—公司制的变迁过程。在发展初期，广佛、苏南和浙北地区由于有一定的产业发展基础，因此主要以乡镇集体企业推动地方经济发展。此后，在乡镇集体企业的基础上，通过不断衍生出新企业以及带动新企业和家庭工场的生成，逐渐形成具有一定规模的产业群。在发展过程中，原有的集体经济成份逐渐完成股份制改造，私营经济的特征明显。从目前企业所有制形式来看，都呈现出与温台地区相似的特征，即以个体私营企业为主体，多种所有制并存。

浙南温台等地由于处于海防一线工业基础相对十分弱小，因此主要起步于家庭工场。家庭工厂以历史基础好、启动资金少、生产和管理成本低的优势，在温台地区成为有效的产业组织主体。在当时以公有制为主体的计划经济体制下，家庭工商户大多数通过挂户经营的方式获得公有制的合法身份，并且有时还能获取技术与信息支持。因此在当时特定的制度下，挂户经营不失为一种理性选择。据估计，当时温台地区 70%的家庭经营户都采取挂户经营。八十年代中后期开始，随着企业规模和产品市场扩大，家庭工场面临着资金、技术、人员（尤其是人才）的短缺，单靠家庭或家族关系难以解决，在自愿组合、互利互惠、优势互补的基础上，家庭工场之间合作，建立起合伙或股份合作制企业。无论是合伙制还是股份合作制都包含着集体经济的成分，事实上也具有规避政治风险的功能，真正参股及合作的比例都都很有限。正因此，近些年来，一些企业主最终将股份合作身份转变为民营企业或私营企业。以乡镇集体企业为主的宁绍地区在 20 世纪 80 年代末 90 年代初，也先后完成了股份合作制的改造，明晰产权，活化机制，重构企业活力。乡镇集体经济最发达的苏南地区直到 20 世纪 90 年代中后期才完成企业改制。与长江三角洲相对应，珠江三角洲的崛起则很大程度上依赖于外资特别是港资，因此其产业组织从早期就基本具备现代公司制。不过相对于长江三角洲近年来普遍实现的内外资交融发展大格局，珠江三角洲内资发展仍然相对较弱，以致近年广东发展步伐明显落后于长江三角洲。

在随后的发展过程中，股份合作制企业也出现诸多弊端，如因经济责任的无限性和企业内部分工的有限性带来严格的制约（罗卫东，2001），以及由于实际合作的成份少，股份结构仍然没有根本突破家族范围，吸纳社会人力资本和资金的能力有限，难以真正有效地行使企业决策权等。九十年代以来，

随着公司制条例和《公司法》先后出台，以及基于扩大企业规模和经营范围、开拓国内外市场的需要，一些规模较大的民营企业陆续进行股份制改造，吸纳社会法人和个人资金，逐渐建立起多元化的产权结构和法人治理结构，实行了产权制度的又一次创新。此外，少数大公司还以资本或品牌为纽带，联合一批中小企业组建起企业集团。在温州柳市镇低压电器产业群内，正泰集团的企业制度变迁是浙江产业群发展演变的典型一例。在成长的 16 年内，正泰先后经历了三次企业制度改革，从 80 年代创业之初的家庭工场经股份合作制企业、合资公司（1991 年）、集团公司（1994 年），到 1996 年的股份制改造，正泰集团由一个家族式企业转变为拥有 106 个股东的现代公司制企业集团（张然、文白，2002）。

尽管随着外资大量涌入长江三角洲，现代企业制度的建立在江浙产业集聚区内部不断深入和展开，其代表着长江三角洲地方经济未来产业组织的发展趋势，也是该地产业转型升级的重要制约因素。

2.2.2 家庭工场的基础地位

在浙江产业组织的变迁并没有改变家庭工场的基础地位。这是因为，第一，新的家庭工场不断出现；第二，在一些股份合作制企业中，实际合作的企业数量少，参股的比例小，它们仍是家庭工场的松散性合作组织，各自保持着相对较高的独立性。第三，不少按现代公司制建立起来的企业仍保留着家庭或家族因素（马津龙，2000），股权结构仍然比较封闭。在有限责任公司的股权结构中，有 74.3% 的企业由一个大股东加上其他小股东组成，17.4% 的企业是多个股东平均持股，只有 8.4% 的企业是由几个大股东与其他小股东构成（盛世豪、徐明华，2000）。而且，这些公司制企业仍然需要一批为其配套的家庭工厂，作为自身生产的必要缓冲器和提高生产柔性、降低生产成本的有效工具。家庭工场在日益激烈的市场竞争环境下，也在不断更新经营理念，加强技术改造，引进先进的生产设备（有的家庭工场具有与大公司同样先进的生产设备）。而且由于它们在长期的经营活动中积累了丰富的生产和管理经验，具有一定的创新或模仿能力，甚至完全能按照国际行业标准组织生产。在一定的程度上，这些家庭工场正逐步摆脱过去“脏、乱、差”的旧有形象。

2.3 产业群对外空间拓展

近些年来，各地中小企业成长的速度加快，产业群跨区域空间拓展活动日益增多。产业群的对外扩张表现为企业单体对外扩张和企业群体对外扩张两个方面。

2.3.1 企业单体的对外扩张

这类企业多半有自己的品牌，对外扩张的目的有几个方面，或为了开拓市场，建立自己的营销网络（例如佛山陶瓷产业集群中诸多大型企业在全国各地广设销售公司和特约经销处等），或在大中城市重建企业总部（例如温州柳市镇低压电器产业群中的天正集团、宁波服装产业群的杉杉集团分别将总部迁至上海），或在智力资源丰富的城市建立集研究开发分支机构（例如正泰集团公司在上海、北京甚至美国硅谷建立起自己的科研机构），或在其它区域开辟新的生产基地（例如格力电器产能向安徽芜湖的转移等），或在海外拓展新的生产和销售机会（例如格力电器已经控制了巴西五成左右的空调产销比率）。除此之外，地方市场环境发展滞后或恶化是企业外迁的重要原因之一。上海、广东两省市以高度的国际化水平、健全的市场体系、优越的投融资环境、强大的集聚效应、丰富的人才资源等区位优势成为浙江民营企业抢滩的热点区域，企业东扩上海已经成为浙江产业群发展的新趋势。21 世纪初，

在上海的浙江人约有 50 多万人，其中经商人员有 25 万人，劳务人员 26 万人。浙江人在上海投资创办的企业已近 5 万家，其中注册资金 200 万以上的 2000 有多家，集团公司有 50 多家，投资总额达 500 亿元以上（曹大立、骆建华、邱吉安等，2002）。

在对外扩张的单个企业中，温州柳市镇低压电器产业群中的德力西集团尤为典型。该公司创建于 1984 年，近些年来，在温州、国内华东、华北、东北、西北等区域以及国外通过兼并、自建等途径实现企业的对外扩张，到 1996 年晋升为全国区域性企业集团。现拥有成员企业 70 多家，零部件供应协作企业 700 多家，国内外营销机构分别为 600 多家和 30 多家。产业从单一低压电器产业，发展形成以上海高低压成套电气设备生产基地、杭州仪器仪表生产基地、柳市低压电器元件生产基地的“金三角”产业构架，并涉足交通电器、建筑电器、防爆电器、煤矿机械、桥架母线、高速公路护栏等周边产业的同心多元电气工程产业链。2001 年还成功兼并国企乌鲁木齐齐宾馆、饭店，投资兴建新疆德汇国际广场。德力西集团公司被经济界、理论界誉为“德力西现象”、“温州模式”创新（<http://www.delixi.com>）。

2.3.2 企业群体对外扩张

相对来说，群体扩张的企业一般规模较小，单体实力较弱，或专业化水平较强，在生产和销售部门这种现象比较普遍。

生产企业的群体对外扩张主要是将一些劳动密集、技术水平较低、设备简单、资金较少的生产环节转移到其它地区，这种对外扩张实际上是产业部门的空间转移。向外转移主要是为了利用其它地区劳动力充足、工资低、土地资源丰富且价格低廉等优势，降低生产成本，继续获取丰厚的经济收益。例如，自 80 年代中后期，在温州宜山区、金乡镇的塑料编织袋加工企业群中，就有 1000 多个家庭联户企业的生产经营者，开始向周边的湖南、湖北、安徽、甚至贵州、甘肃、宁夏、山东等省转移，利用这些地区原材料资源丰富、劳力成本低、市场潜力大的优势，通过投入资金、技术、设备和人员等形式，在这些地区兴办企业，使原本优势弱化的家庭工业再度获得了发展的机会（张仁寿、李红，1990）。近年来，这种转移力度不但没有削弱而且越来越大。例如，广东佛山陶瓷产业集群就有大举向清远、肇庆等地转移之势；浙江余姚模具则大规模向重庆等地转移；广东佛山南海区大沥铝型材向山东潍坊市临朐县转移，在临朐县生根后，又大举吸引浙江待转移的铝型材向该地集聚。

近年来，为了进一步开拓产品市场，一些销售商联合在国内其它地区建立专业市场或商品市场或租赁商场专柜，其中以浙江最为典型，他们所到之处便出现大大小小的“浙江村”、“浙江街”，以致浙江近年来普遍认识到“浙江经济”渐渐要变为“浙江人经济”。例如，被誉为“中国小商品城”义乌市就有不少人在国内外建立分市场，现已建成的有新疆乌鲁木齐、甘肃兰州、北京通州、福建建阳、青海西宁、山西太原、南非、老挝、泰国等 30 多座分市场和四川广元、辽宁、广西等地的一批小商品配送中心（浙江非国有经济年鉴，2000）。近年来国外频频爆发“烧鞋”等恶性反华事件，也从一个侧面反映了两地特别是浙商已经在通过境外办市场来开拓国际市场方面取得了不小的成绩。西班牙瓦伦西亚爆发的大规模“烧鞋”事件很大程度上源于浙商或者主要是温州商人已经呈现逐步控制该国中低档鞋流通环节的发展趋势。

两地产业群的对外空间拓展实际上是在全国甚至世界范围内生产要素的区际流动障碍日益削弱的背景之下，劳动地域分工规律作用的结果。空间拓展一方面为把产业群与更广的区域联系起来，由此

获得新的发展机遇，还可以避免因为“路径依赖”而造成的“锁定”效应。然而，另一方面也应该看到，在劳动地域分工规律的作用下，中小城市，尤其是位于城市体系金字塔基底的小城镇处于不利的发展地位。虽然理论上讲，工业化带动城市化的发展，但由于产业发展与城市功能演变通常很难同步，导致一批骨干企业外迁和企业群体对外扩张。如果不能及时进行调整，城市自身的发展将会延滞，这反过来又将影响到产业群的持续发展。一些地区有形专业市场的衰退即是一例。因此，对于小城镇来说，如何实现产业群（工业化）与城市化协同发展是迫切需要研究的问题。

2.4 产业群之间的分工与合作加深

若仅从最终产品来看，以相似产品为主的产业群数量不少。仅以列入浙江省“十五”计划当中的近 120 个重点特色工业园区为例，其中丝绸纺织类园区有 16 个，以生产服装为主的园区有 10 个，鞋业园区有 7 个。这似乎正反映出浙江区域产业同构现象普遍、重复建设严重的弊端，然而一方面需要认识到，正是由于相似产业群的存在，才造成不同地区之间的竞争压力，并进而增强地区产业创新动力和经济活力。另一方面，在地区竞争中，市场不断细分，各地区的产业特色更加明显，日益形成明确的地域分工格局。以模具制造业为例，地域相近的宁波余姚市、宁波北仑区及宁海县三大模具制造业群，在产品上也具有不同的分工，余姚市以塑料模具为主，北仑区则以金属模具为主，而宁海县的精密模、冲压模、压铸模等在国内具有很强的影响力。合理的产业分工保证了各个产业群持续发展，以互补性增强了浙江产业的整体竞争优势。

近年来，围绕产业链的延伸，形成完备的产业体系，两大三角洲都出现了同一产业链条下占据不同生产或加之环节集群相互分工和合作的生态群落现象。例如，苏州常熟市王庄镇是与浙江和广东齐名的中国三大超市货架生产基地之一，该类集群的兴起就与常熟是国内重要的纺织产业基地相关，在小小的县域内集中了支塘镇的无纺产业和海虞镇休闲服装等诸多纺织类产业集群。同样，佛山顺德的家具业经过 20 多年的发展，已经从最初只有简陋的工棚发展成为现在的国际家具之都；从原材料采购到生产销售，从生产工具到各种零配件，大到几十吨重的木工机械，小到几毫米的螺丝钉，生产一套家具的各种环节、各种材料都可以在顺德境内完成全部配套。这条以生产家具为龙头的产业链包括木工机械、家具材料、加工制造、五金配件、油漆涂料、销售市场等几个环节，形成了以乐从、龙江、勒流、伦教、容桂 5 个专业镇配套联动的格局，配套半径均在半小时车程之内，据粗略统计，整个产业链从业人员达 30 万人（见图 2-2）。再以浙江台州市塑料制造业为例，全台州拥有塑料制品生产企业 1 万余家，年销售收入达到 120 亿元；该产业分布在台州四个地区，即路桥区、黄岩区、椒江区和温岭市，这些地区各有分工，分别以塑料制品、塑料模具、电器塑料件和塑料鞋为主要产品，共同形成了从塑料制品到塑料模具到塑料机械的完整产业链，成为中国重要的塑料生产基地。

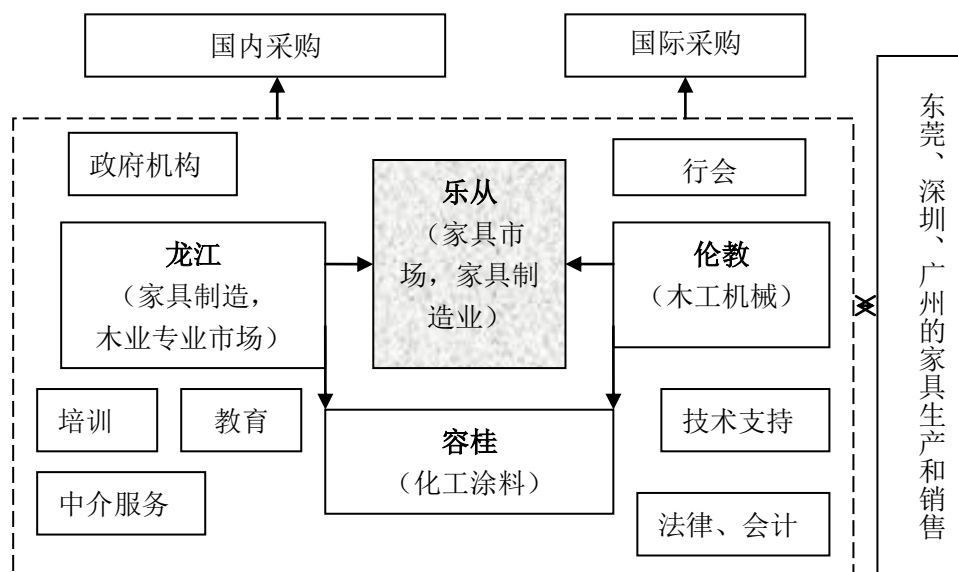


图 2-2 佛山顺德家具产业集群结构

由于产品具有互补性，不同产业群的相互合作日益加深。这促使新的市场机会层出不穷、新的产业群不断涌现。因此可以说，正是由于不同的产业群彼此在产业上关联、在地域上接近，产业整体优势才得以大大增强。例如，浙江服装产业的兴盛为台州、缙云等地的服装机械制造业提供了很大的发展空间；嵊州不少领带企业为宁波大型服装企业配套生产；另有个别领带企业兼并了温州的皮鞋厂，在义乌、大唐下订单生产袜子，结果在不建设新厂房、购买新设备的前提下，完全拥有了服装、领带、袜子、皮鞋等系列化产品。这就更加明确地表明长江三角洲和珠江三角洲的崛起很大程度上依赖于集群之间的衍生发展功能。

2.5 科技型产业群日益增多

市场竞争和产业转型升级是传统产业群向科技型产业群演进的主要驱动力。集群企业不断加强与大学、研究机构合作，共同开发新技术和新产品（如位于宁波慈溪打火机生产基地的新海公司与浙江大学联合成立了浙大—新海电气研发中心，并聘请日本、欧盟工程师开发带有保险的打火机和点火枪），一些产业群开始创建中高等专业院校（如宁波服装学院）以及各种职业技术培训机构。科技型企业大量出现，促使地区企业创新能力提高，推动产业升级。许多传统产业群通过这种方式，获得新的发展机遇。这既是产业群适应国内外市场竞争的必然结果，又代表着产业群未来的发展趋势。在这种形势下，一批从传统产业群发展起来的科技型产业群已初露端倪。例如，浙江绍兴县柯桥镇“中国轻纺城”的配股项目—数码纺织园已于 2001 年底正式投入使用生产。数码纺织园以数码信息技术为先导，依托绍兴县纺织产业的优势，逐步开发数码纺织技术，将传统纺织的手工、机械操作更新为计算机智能化、网络化操作，融入数码印花、数码提花、数码染色以及虚拟设计、虚拟制造等高新技术，使得纺织产品更具个性化，并实现市场、产业与信息互动。园区将建立 4 个中心，即数码信息中心、科研开发中心、生产织造中心和质量检测中心（<http://www.texnet.com>，2001.11.14）。温州的鞋业、打火机、剃须刀等产业因具备了一定的生产规模、质量监测中心、技术开发机构及科研队伍等条件，已经被批准为“国家级产业基地”。

此外，外资的大量涌入也在一定程度上推动了国内高新技术产业集群的不断涌现。在该类集群中苏州昆山和东莞的 IT 集群最为典型。不过，两地集群经济虽然发展多年，特别是东莞 IT 集群的兴起已经有近二十年历史，但是集群的知识溢出效应和内资企业衍生效应都很弱。苏州虽然起步比东莞晚，各方面条件也大大优于东莞，但也没有脱离东莞的困境。这种外资同类企业的不断集聚，而内资企业无从生根的格局，一直困扰着地方的长续、健康发展。

3 地方经济的发展动力

3.1 研究小结

长江三角洲和珠江三角洲持续高速增长、区域经济异常活跃的现象早从 80 年代就引起学术界和实践界的极大兴趣，并被总结为国内知名的苏南、温州和珠江三大模式，其中又以苏南模式和温州模式之间的争论最为激烈。纵观对江浙粤发达地区迅速崛起的大量研究，两大三角洲的崛起与发展是受到来自自然地理的、社会的、经济的和政治的等多方面因素的影响。在诸多的研究中，学者们认识到这种多因素综合作用的结果。大体上有以下几方面的原因。

从自然地理因素方面来看，江浙虽然是鱼米之乡，不过从明末清初以来由于人口的过度繁衍和集聚，长江三角洲人多地少的矛盾一直非常突出。例如从 1393 年至 1816 年间，苏州人均耕地从 2.9 亩降为 1.1 亩，无锡则从 4.9 亩降到了 1.4 亩（胡福明、贾轸、严英龙，1996）；至于浙江温州等多山丘陵地带，人均耕地不但数量上更少，而且质量上也与苏南相差悬殊。珠江三角洲虽然人地矛盾没有长江三角洲那么尖锐，不过从明中期以来中国一直奉行闭关锁国政策，但广州一直作为对外通商口岸被保留着，由此珠江三角洲一带农民也大多习惯于经营经济作物，而不是粮食作物（王光振、张炳申，2001）。总之，无论是长江三角洲还是珠江三角洲，农民都自觉或不自觉地较早地从土地上解放了出来。脱离土地的农民要寻找新的出路，那么发展农村家庭工业和商业服务业就是其中的一条重要出路（胡兆量等，1996；方民生，1997）。此外，两大三角洲的地理位置也十分突出，长江三角洲不但位于中国南北居中位置，而且从长江的出海口上海开始，通过长江及其众多的支流，可以和拥有 4 亿人口的富庶而广袤的腹地相联系；珠江三角洲虽然没有长江三角洲那么广袤的腹地，但从出海口香港和澳门两地向内延伸，其不但有着上亿人口的经济腹地，而且也是连接中国和东南亚的一个枢纽位置。

在社会文化背景上，无论是长江三角洲还是珠江三角洲都是我国近代工业文明和资本主义发展最早的地区之一。我国最早的资本主义萌芽就兴起于明朝中后期的苏州一带。近代，借助上海的通关和快速崛起，到 20 世纪三十年代不但上海已经成为远东最大的工商业城市，而且江浙一带也成为我国最重要的近代工商业地带。在近代工商文明方面，珠江三角洲一点也不比长三角逊色，明末清初，珠江三角洲就涌现出了广州、佛山、陈村和石龙四大工商重镇，1757 年清政府关闭江、浙、闽等省通商口岸后，广州成为全国唯一的对外口岸，直至鸦片战争珠三角的广州几乎垄断了全国所有的对外贸易；鸦片战争后由于香港被割让，以致大量的贸易仍然需要经香港转口。悠久的对外开放，使得珠江三角洲在接受近代工业文明方面，比全国其它地区都要早很多。由此也造就了珠江三角洲许多全国第一。例如，1872 年广东南海侨商陈启沅在南海县简村创办了中国近代第一家民族资本工业——继昌隆缫丝厂，此后缫丝、肥皂、树胶等近代工业在珠江三角洲普遍发展了起来，到 1900 年左右珠三角就逐步

代替浙江成为中国近代缫丝中心；1879 年佛山建立了我国第一家民族资本火柴厂；珠江三角洲还造就了我 国近代史上最早的一批留学生（王光振、张炳申，2001）。正是这种悠久的工商文明使得两大三角洲在我国改革开放后面对市场经济如鱼得水，快速转型，高速崛起。事实上，早在全国大割资本主义尾巴，计划经济盛行的文革时期，两地就已经涌现出了许多乡镇企业、家庭工厂和专业市场。例如，苏南苏锡常 1970 年乡镇工业只有 2.76 亿元，1978 年就增加到了 25.98 亿元；温州更是悄然发展了十大专业市场。然而，在分析社会文化因素的作用机制时，以往研究通常忽视了对地方网络形成具有重要意义的合作文化和信任机制，而后两者对于产业集群内部和之间生态效应具有关键作用。

经济（体制）方面的因素：两大三角洲都位于我国东部沿海的国防一线，自从新中国成立以来，国家将投资重心放在东北和三线建设方面，对江浙粤等地不但投资一直很少，而且通过税收转移出去的却十分巨大。例如，从 1952 年到 1978 年，苏锡常财政支出占财政收入的比重没有一年超过 1/4，大多数年份都在 11%到 14%之间。这就使得在计划经济时代无法享受“父爱主义”保护的不利因素，在经济体制转型时期，却转化成有利条件。它使得江浙粤很多地方很少受到原有体制遗留下来的负担和束缚，并且与其它因素相配合，可以较快地培育起风险意识，竞争意识尤其是自主创新意识（陈立旭，2000）。例如，浙江区域经济的发展首先是要摆脱原有经济体制的束缚，专业市场、家庭工场、挂户经营和股份合作制等都浙江发展区域市场经济所取得的企业制度、市场流通体制、分工体制方面的创新成果。这些制度创新多数是起源于温州地区，并逐渐扩散到全省其它地区。没有制度创新，就很难形成数量如此众多的产业群现象。从这个角度来说，浙江区域经济发展是制度与产业互动的区域推进模式（陆立军等，2002b；方民生等，2000，金祥荣，2000；卓勇良，2000）。

在政治因素方面，无论是长江三角洲还珠江三角洲，地方政府及其官员对制度创新行为的态度虽然有所差异，但是总体上都比较宽容。例如，在 20 世纪 80 年代末 90 年代初，很多温州企业由于造假、以次充好等不良行为引起全国共愤地时候，地方领导不但没有嫌弃这些家庭工厂，而且给他们戴上了集体企业等公有制的红帽子，风声过后又将其原物归还。从实地调研来看，大多数地方干部不但敢于领导也很善于领导，他们一般都有很强的求知欲，一有什么好书就争相传阅，表现出很高的专业素养。这对两地经济的兴起和良性发展起到不可低估的作用。

3.2 发展动力

综上所述，长三角和珠三角的崛起因素十分众多，思路很繁杂，单一分析很容易让人眉毛胡子一把抓，抓不住重点。因此本研究将两地共有的集群经济特征出发，从历史发展轨迹的角度，系统地把握集群经济的发展路径和其 主要影响因素的变迁来突出长三角和珠三角对其它地区发展的经验借鉴。此外，考虑到一些因素十分关键，但又无法融入到该分析系统，那么本研究将在系统研究后，作一些专题研究，以达到研究的尽善尽美。

产业群的演进过程实际上就是地方产业网络的形成与发展的过程。地方产业网络包括多个主体，如企业、政府机构、金融机构、技术与信息机构，以及其它中介服务机构等。产业网络的形成是不同的网络主体之间相互结网的过程，他们在时空中的相互作用导致产业网络的发展变化。研究者认为，整体上来讲，历史的或偶然的因素诱发了产业在某地萌芽，并以基于地方社会文化结构之上的产业组织形态、通过不断的技术创新和制度创新，以及集聚外部经济的正反馈机制，推动产业群的演进，是

长三角和珠三角产业群发展的一般规律。社会网络、地方企业家及地方政府是两地产业群发展的三大核心因素，通过在各地域内的不同组合，导致了地方产业网络结构、区位优势和产业群成长轨迹等方面的差异。

首先，社会网络是地方产业网络形成与发展的基础。所有的经济活动离不开地方社会文化结构，尤其是社会网络。产业群并不是简单的产业集聚体和地理集聚，更重要的是具有专业化分工与协作的地方网络，社会网络为地方网络的构建提供了重要的合作与信任机制，因而产生了很强的集体效益，使得家庭工厂这种最弱小的企业不但也能在群体中生存和发展，而且还表现出很强的群体竞争优势。

其次，地方企业家是地方产业网络的核心人物。产业群是在很多不利的条件下，变不利为有利，发展起来的。无论是技术创新还是制度创新，无论是组织企业间的分工与协作还是开拓市场，都与地方能人（商人和企业家）密切相关。地方经济持续高速增长本质来源于不断创新的企业家精神或者是出现的一大批具有创新精神的企业家。企业家在地方经济中发挥的作用不仅是制度创新与技术创新（罗卫东，2000），还是整合集群内各个行为主体的组织者、协调者以及产业群内最直接的示范和榜样。

第三，地方政府通过产业政策导向、提供公共产品和服务对产业群的发展产生重要影响。尤其是近年来，各地政府充分认识到产业群提高区域竞争力的内在机制，在营造区域创新环境、推动区域内的金融、技术、信息服务等组织机构与本地产业合作，激励企业创新等方面发挥着越来越重要的作用。下面三章将透过分别探讨这三个因素的作用机制来达到经验借鉴的目的。

第三章 社会网络

1 理论概述

社会网络是指在社会团体当中，个人之间的社会的或人际的关系总和（Pattison, 1993）。它由四个基本要素构成，即结构要素（指行动者联系的形式与强度）、资源要素（指各种特性如能力、知识、财产、性别、宗教等的分布）、规则要素（指影响行动者行为的各种规则）和动态要素（指网络形成与变化的各种机会和限制）（张其仔，2001）。很显然，社会网络的规则要素是在长期的社会交往过程中约定俗成的，渗透着社会文化的地方个性。

西方古典经济学和新古典经济学一直把社会因素看作是竞争性市场的障碍，而被排除在经济学理论的分析之外（Grabher, 1993）。近年来，这种状况发生了改变，经济学理论越来越重视社会结构和社会关系对经济活动的影响（Grabher, 1993）。以格兰诺维特（Granovetter）为代表的新经济社会学的发展，使人们逐渐认识到，经济活动并不是纯市场行为，而是构建在特定的社会结构的背景之下（Granovetter, 1985）。也就是说，新古典模式的无个性市场在经济生活中是不存在的，各种交易很多都是有社会联系的。社会关系、规则、制度等因素影响着作为经济主体的个人的决策活动，进而影响到他的经济行为。这种社会关系的作用强度可以用“根植性”（社会学术语即为“嵌入”，均来自于英文中的“embeddedness”）来描述。

由产业集群、集团或垂直联系形成的制度的或非正式的网络的出现成为当代产业经济的新的主要特征（Belussi & Arcangeli, 1998）。产业群研究较早地注意到社会网络在地方经济发展过程中的重要性。无论在马歇尔的“产业区”，巴格那斯科的“第三意大利”，GREMI 小组的“创新环境”，还是斯托普的“非贸易性相互依赖”，都强调或暗含着这样的基本观点，即包含一系列社会网络是促成企业合作的基础，并由此产生集体效率。“根植性”也被引入到新产业区理论当中，多数经济地理学者认为，它是新产业区与传统集聚区最根本的区别之一（Harrison, 1992; Wang & Wang, 1998）。由于社会网络关系的测度比较困难，产业群理论对它的研究多集中在定性描述上，且主题是基于社会关系之上的地方产业网络、基于非正式网络之上的地方学习过程（也就是知识与信息在地方主体间的扩散过程）对于地方经济绩效和知识、技术创新的积极影响（Rabellotti, 1997; Trulsson, 2000），以及个体间的社会网络促成不同产业群之间的相互作用（萨克森尼安，2000; Hsu & Saxenian, 2000; 2001）。从某些国家实施企业网络发展战略的经验来看，潜在网络成员之间如果缺乏社会连通性，而仅仅出于经济动机，网络战略并不能促成企业合作的成功（Huggins, 2001）。这表明，由于特定的区域或国家的文化和社会结构，增长模式不能机械地被移植到其它地区（Hudson et al., 1997）。这更加强了社会文化结构在区域经济发展中的重要作用。在不同的国家和地区，社会网络在产业群中的作用强度是不同的。玛蒂娜（Martina）认为，同发达的工业国家相比，在发展中国家，私人关系对商业更为重要（Martina, 1999）。此外，对于不同的产业群，起主要作用的社会关系也不相同。在一些高技术产业群，例如在美国硅谷地区，企业网络以及企业、个人之间的非正式交流网络通常由相似的教育背景（如很多工程师毕业于斯坦福大学）和职业背景（如很多企业家早期就职于仙童公司），以及西部先驱者们

建立的非正式社会关系和合作传统促成的 (Saxanian, 1994)。前两者是一种类似于准家族式的社会关系。而在传统产业群,例如“第三意大利”地区,企业网络多建立在家族、邻里关系的基础上 (Rabellotti, 1997)。然而,从格兰诺维特的强、弱联带 (strong tie; weak tie) 与个体获取信息资源的关系中,经济地理学者也逐渐认识到,过度根植的地方网络会导致路径依赖,并可能出现锁定效应。

社会网络对产业网络的影响不仅是有限的,而且也是不断变化的。伯利 (Birley) 认为,在企业发展的早期,企业家主要依靠朋友、家族成员和邻居的非正式网络来收集相关资料。到后期,企业家逐渐依靠职业银行家、律师、供货商、政府机构等获得必要的经济信息。虽然没有直接的证据表明,老企业更依赖于经济交往而不是社会交往 (Stam, 2001),但在一些实证研究当中,产业群的企业理性化行为确实在不断增加,人际关系正逐渐被发达市场经济中盛行的非人格化、以商业成就为基础的社会关系所代替 (Trulsson, 2000),龙头企业的这种变化更为明显 (Camagni & Rabellotti, 1997),在选择供货商时,更看重的是高质量产品的生产能力。在生产同类产品的企业之间,原有的人际关系 (如亲戚、朋友) 仅可能在创业时及紧急经济困境下才起作用 (柯志明, 1993)。

下文首先论述浙江农村地区社会网络的基本特点,在此基础上探讨社会网络的功能及其演变。

2 产业群社会网络的基本特点

雷丁 (Redding) 研究发现,由于儒家家庭主义价值系统和崇敬权威,海外华人企业间的交易以“人际义务网络为基本,人格化的信任契约代替在西方国家非常普遍的法律合约系统” (Dicken, 1998)。马克思·韦伯也曾指出,在中国,一切商业关系的基石明显地建立在亲戚关系或亲戚式的纯粹个人关系之上。这些都说明,经济系统与社会系统的交融蕴含着中国久远的文化传统。中国的农村地区更是如此。由于两大三角洲的快速崛起都是从乡镇企业或农村工业化开始的,因此这里以农村地区的社会网络为研究对象。

2.1 本地网络关系—血缘、亲缘与地缘关系

农村社会是由血缘 (或家族)、地缘及人情等各种关系交织而成的一个个网络社区所组成,个人是网络中的结点,人与人之间的关系联结使得交易活动得以进行,并最大限度地降低经营风险和交易成本。

在农村社区的各种关系当中,最为重要的是家族 (家庭) 关系,即血缘和亲缘关系。家族成员之间的信任度高,对朋友或熟人的信任只能达到建立相互依赖关系、双方都不失面子的程度 (储小平, 2000)。然而,“‘家’字可以说最能伸缩自如了”,社区成员可以因时因地根据需要,沿亲属差序向外扩大,甚至可以突破血缘、亲缘的局限,使“‘自家人’可以包罗任何要拉入自己的圈子,表示亲热的人物 (费孝通, 1985)”。例如在浙江省苍南县的江南片,某些农村地区存在一种从人们年幼时便形成的社会关系——盟兄弟 (王晓毅、朱成堡, 1996)。这种盟兄弟虽然并不具有血缘关系,但它实际具有的社会经济价值并不亚于后者,可以看作是准家族关系。从对血缘、亲缘到对地缘的认同,也使得社会网络关系从家族关系扩展到同乡关系。对家乡或同乡身份的认同,在珠三角、长三角地区更为明显。例如独特的吴侬软语、瓯江方言和粤语等成为遍布全球各地苏南人、温州人和广东人最方便的身份识别,加强了他们之间的凝聚力,其中又以温州瓯江方言最为典型,所以外地的温州人也最为“抱团”,

也最容易在所到之处形成颇具规模的集聚地。在长期的商业活动中，长三角和珠三角传统的血缘、亲缘和地缘关系能够顺应商业利益关系的变化而变化，这使社会网络与经济网络能够耦合成一个有机整体。

2.2 非本地网络关系的重要性与地区差异

在长江三角洲浙江东南部的温州地区，苏南、浙北宁绍地区和珠江三角洲社会网络的主要结构要素是有差异的，因而，产业群从外部获得支持的社会关系构成也各不同，这导致了各具特色的产业群发展路径。

在浙江西南部的温州地区，海外华侨在产业群发展的历程中有着重要的作用。早在 20 世纪 50—60 年代，温州地区就有很多人移居海外，70—80 年代，又兴起了一股移居海外的热潮。据不完全统计，侨居海外及港澳地区的温州籍人约有 40 万。温州移民遍布世界大多数国家，主要集中在欧洲大陆。早期侨汇通常成为温州地区家族工业发展的原始资本（方民生，1997），温州移民进入欧洲的主流经济圈后，则成为浙江与国外的联系桥梁，浙江几乎每一个大的市场都有温州华侨的足迹（王锐，2001），他们充当着温州产业群向国外拓展的重要角色。近些年，温州人不但在法国、意大利等国家创建起自己的工厂，而且几乎要主宰西班牙的鞋业流通市场（2004 年 9 月震惊中国以至全球的西班牙鞋都埃尔切“烧鞋事件”就与温州鞋商控制西班牙鞋业流通市场密切相关）。很多温州中小企业（及家庭工厂）通常将产品直接销售给国外亲戚，这一方面增加了生产的稳定性，另一方面有效地降低了出口风险。2001 年，全国很多地区外贸出口出现下滑，而浙江省则受国际贸易的影响小，又创下良好的业绩，温州移民对此功不可灭。此外，通过亲戚或朋友关系，温州本地企业可以获得最新的产品制作工艺和国外市场方面的信息。据称，由于欧洲的温州移民为数不少，意大利、法国等国服装业界最新的流行面料、款式在三天后就能反馈到温州。

在开拓国内市场方面，温州人具有“帮带”的特点（即一个人在一个地方发现了市场机会，就会有三亲六眷，朋友老乡尾随而来，规模越做越大，占领当地市场），表现出强烈的合作精神。在全国各地经商办企业的温州人就达到 160 万，在他们的所到之处出现不少“浙江村”、“浙江街”。这些遍布于全球的温州人构成了庞大的虚拟网络，影响着温州本地产业群的发展。

苏南、苏中和浙东北地区长期以来由于地缘优势从而与上海有着紧密的社会联系，很多上海人的祖籍在此。早期，这些地区利用这种社会网络的优势，比较方便地获得技术和工业原料，甚至成为上海的配套加工基地，乡镇企业大行其道时的星期日工程师也多集中于此，由此带动地方产业群的快速发展。以宁波服装产业为例。解放前，很多宁波人在上海租界给外国人做服装，成为上海滩有名的宁波“红帮裁缝”。解放后，这批宁波人活跃于上海服装界。由于有血缘、亲缘以及地缘（即同乡）关系，宁波当地人一方面通过他们不断涌进上海服装企业，学习现代服装缝纫技术，学有所成后回乡创办现代服装厂；另一方面，邀请他们利用星期天和节假日回乡进行技术指导，并有可能建立业务往来。当地很多已是全国知名的服装企业正是在这种方式下发展起来的，目前宁波服装产业群已经具有相当大的规模和较强的实力，并力争建成国际服装名城。

珠江三角洲的快速崛起也基本源于地缘上接近香港和澳门，港澳大多数居民都是从东莞、广州、佛山、中山和汕头等地迁移而来，因此当地人总结发家致富的原因首先一条就是有没有港澳亲缘关系，

其次才是个人才能等因素。汕头与珠江三角洲其它地区相比虽然在港澳和海外的华侨比较多，但是汕头并没有像温州那样异军突起，与珠三角核心区发展差距也比较大。这说明珠江三角洲的各地区的发展很大程度上依赖于与港澳的地理接近性。

3 社会网络的基本功能及其演变

社会网络在产业群发展过程中主要具备以下三个方面的基本功能。第一，社会网络影响企业家的经营绩效；第二，社会网络影响产业网络的构建；第三，社会网络影响产业群内部知识与信息的传播与创新。

3.1 基本功能

3.1.1 社会网络与企业主的经营绩效

江浙粤产业群内的多数内资企业属于家族制或准家族制（或家庭工场）。在这些企业内部，家庭观念具有较强的凝聚力，家庭成员之间由于血缘关系作为纽带，易于达成合作与协调。而且，在创业的艰难时期，家庭成员不太计较个人眼前利益的得失，为“企业”的发展创造了“人和”的优势。此外，家庭观念形成事实上的上下尊卑的等级关系，使经营者能充分发挥自己的权力和威信，而且权力易于集中，责权明确，决策应变能力较强。在瞬息万变的市场条件下，短小且灵活的决策链是家族企业在激烈的竞争中立足的必要条件（朱华晟，2001）。因此，刘永行和钟朋荣认为，尽管家族企业的内部障碍不少，然而它们具有很高的效率，在中国会有相当长的生命力。最好的企业模式是家族式企业的效率与上市企业的规模的合成（国研网，2001.9.4）。

奥尔德利奇（Aldrich）和马蒂尼兹（Martinez）认为，对企业家的综合性的解释必须包括行为的社会背景，尤其是人们借以获得信息、资源和社会支持的社会关系（Aldrich & Martinez, 2001）。社会网络是集群中企业主重要的、有时甚至是关键的资源。社会网络关系不仅与私营企业家存活、成长之间具有关联，还与经营效果存在着关联，那些具有特殊社会身份和社会关系的私营企业家更有可能取得好的经营效果。当然，关系网络越广泛、越复杂、多样，企业家获得商业机会的可能性越大，解决问题的机会越大，最终商业冒险获得成功的机会也越大。例如，1985 年对温州 31 家雇工大户的调查结果表明，企业主主要来自购销员、社队企业的技术人员、管理人员、原生产大队、生产队的队长、会计，以及上山下乡的知识青年、支边回乡青年（胡宏伟、吴晓波，2002）。在佛山等地的调研中，研究者也发现现在功成名就的企业主当年也主要是村落中的各类干部和知识青年。他们不仅是当地农村社区中的精英人物，还在多年来与本社区及外界相对频繁的社会活动当中，建立起广泛的社会网络基础。再有一例，1999 年浙江省私营企业的调查数据表明，在私营企业主原始资金的构成比例中，自我积累的占 28.4%，其次就是从亲戚好友那里借来的（占 24.6%），银行贷款仅占 19.5%（浙江省工商联非公有制经济情况调研课题组，1999）。这表明，社会关系是私营企业主的创业阶段重要的资金提供者，即使利用银行贷款，也需要由在社区中具有一定身份、与自己私人关系要好的人物充当贷款担保人。

社会网络之所以能承担这项功能，主要原因是，在计划经济体制和城乡隔离、条块分割的状况下，农村地区很难通过正式的制度安排获得工业原料。此外，江浙粤乡村地区人均资源比较贫乏，原有的

工业基础比较薄弱，技术和资金十分短缺，信息流通渠道阻塞或被歪曲，这些因素综合成为当地农村工业发展的“瓶颈”。企业主通过自己的社会网络与其它社会经济机构以及政治机构建立必要的信任，这种信任有利于他们获得社会支持，从本社区及其周边的城市甚至全国其它地区获得资金、技术、原材料，以及与经营密切相关的各类信息，甚至是不易公开的内部信息，并不断开辟产品市场，从而获得商业成功，并提高企业主洞察潜在机遇或威胁的战略能力。甚至在我国进入经济转型阶段之后，由于旧体制的功能逐渐减弱，新制度的功能尚未完善，信息不对称的局面仍未根本改变，社会网络使产业群的企业对信息的获取、鉴别、选择、使用尤其显得重要（边燕杰、丘海雄，2000）。

这里需要指出在两地产业群发展中普遍存在的一种特殊的社会网络关系，即企业主与地方政府官员之间的社会联系。在中国特定的制度条件下，企业主的政治地位和政治影响能给企业带来相当大的赢利空间。因此，一方面，不少企业主加强与地方政府官员建立起密切的社会联系；另一方面，大企业的企业家热心于参与政治活动，扩大在地方的政治影响力，利用特定的政治身份为企业发展争得在市场竞争中的优惠券。一些基于集体经济之上的产业群中，基层组织的一些重要人物利用特殊政治身份在企业体制改革的过程中，为自己谋取丰厚的利益。一方面，这种政治寻租行为虽然提高了单个企业的绩效，加速了资本原始积累进程，但是营造了不公平的市场竞争环境，而且容易造成政府腐败，从长远来看，并不利于产业群的发展；另一方面，政府与企业之间的频繁互动还使得当地政府对企业的发展十分热心，由此政府经常执行一些个别企业无法完成的事务，例如政府组织企业出国考察，参加各类贸洽会、展览会，组织科研机构与地方企业间的技术交流等公共活动。

3.1.2 社会网络与产业网络构建

产业群是开放的地方网络组织。从企业网络的角度来看，它比大企业等级组织更灵活，比市场更有效率。理论上，网络效率取决于其内部成员彼此间的信任程度和合作水平。信任至少可以通过以下三种途径建立起来。第一种是基于法律法规的信任，也可以理解为建立在正式合约基础之上的信任；第二种是基于道德规范和对做正确的事情的认同的信任；第三种信任基于非正式网络，即社会网络，如家庭、亲戚朋友、同学等。从这三种信任的效率来看，由于需要较高的监督和执行成本，基于法律法规的信任需要较高的成本才能得以建立。道德信任不存在对行动者的行动或后果进行监督的成本，因而它的成本最低，基于社会网络的信任也需要一定的监督和执行成本，其成本在这两者之间（张其仔，2000）。

事实上，社会网络是一种持久的社会资本（王缉慈等，2001），它包含着一系列的私人关系和非正式制度，即要求网络成员必须遵守的各种道德规范与行为准则。因此，基于社会网络的信任所需要的成本是较低的，并不一定高于道德信任。此外，在社会网络中，成员之间存在着多种控制手段，可以给合作方以更大的酬劳，给不合作方以更严厉的惩罚（张其仔，2000），甚至可以将严重犯规者排斥于社会网络之外。由于网络发展是一个路径依赖的过程，过去的合作可能增加合作的，当他们具有较多的网络关系时，企业启动成本可能减少（Belussi & Arcangeli，1998）。

内资产业群的起步时期一个重要特色就是成千上万个家庭工场。虽然这些家庭工场不能被称为“企业”，但是它具有很强的生命力，是农村地区社会经济生活的真正活力。没有这些家庭工场，就不可能形成规模如此庞大、数量如此众多的产业群。例如，浙江产业群是以亲戚朋友、邻里同学等关系为组

带，在“一人带一户，一户带一村，一村带一乡（镇）”的模式下起步并快速发展起来。然而，这些家庭工场并不是游离于产业群内部的，更不是独自成为一个生产系统，而是依靠家族、邻里、朋友等多种社会关系联结成一个个企业网络，网络内部存在着密切的专业化分工与协作，不同的企业网络之间又存在着众多的或强或弱的联系，使产业群成为一个无形的大工厂。这些企业网络是家庭工场赖以存在和发展的基础。这是因为，首先，细致的产业分工降低了新进入者的启动资金门槛，弥补了农村资金较少的不足。其次，由于这种劳动社会分工体系建立在以血缘、亲缘和地缘为基础的社会网络之上，“企业”间的交易成本较低，经营风险分散，新技术及销售市场方面的信息流通较快，产生较好的集体效应，使产业群整体对外的竞争力得以增强。再次，生产同类成品、半成品的企业之间通常也建立起正式的或非正式的水平合作关系，如共同探讨、预测市场行情，相互交流生产及管理经验，帮忙完成订单任务等。

在长期的社会活动当中，农村地区会出现了一些非正式组织，或称民间组织。这些非正式组织在产业群的发展过程中发挥着重要的作用。例如在温州地区出现的钱会，就是由于个人在社会经济活动中经常遇到资金不足的困扰，而在日常关系较好的人之间形成的资金互助的民间组织。在当地从事商业的人几乎没有不参加钱会的（王晓毅、朱成堡，1996）。尽管这些民间的金融组织具有先天的弊病，甚至某些时候因为缺乏必要的规制而带来严重的经济社会问题，然而在正式的金融制度无法给民营企业尤其是中小企业提供资金支持的条件下，它们仍然具有不应忽视的积极意义，既是个人获得急需资金的渠道，也是积累资金的办法。

3.1.3 社会网络与产业创新

产业群的竞争力强弱最终取决于创新能力的大小。创新和创新型企业是区域内部不同主体之间的集体动态过程，这些主体构成了企业的各种关系网络。企业、政治决策者、机构和劳动力之间的相互作用便于相互学习，减少技术创新过程中的不确定性（Diez, 2000）。尽管位于价值链上的供应商与客商垂直合作，以及与研究机构和竞争对手间的水平伙伴关系（前者比后者更重要）等正式的交易关系对创新具有重要作用，然而，非正式关系，例如人际交往和偶然性在创新过程中发挥着重要的作用。这是因为，虽然产业联系通常伴随着信息和知识的传递，但是，后者显然不必要通过产业联系来发生的，信息和知识的流动更多的是通过人际关系网络得以实现，并进而为创新创造更多的机会。彼此之间的社会关系使企业对相关产业的潜在需求信息的了解比较透彻，从而促发起创新的火花。企业主之间的社会关系在产业群创新过程中非常重要，它可以使得企业主彼此之间获得更多的信息和知识，从而在相互交往过程中产生创新灵感。例如温州俊尔高聚物有限公司原来生产电缆料，但经营效益一直较差。为此，公司决定将向相关产业转移。在产品转型初期，公司董事长在与制鞋企业老板的聊天中，得知温州鞋业对鞋底耐磨性和弹性等的需求。于是公司开发生产了各类符合鞋厂需要的产品，不仅由此使公司起死回生，还促进了温州鞋业的生产技术升级（张晓平、刘卫东、金凤君，2002）。此外，不同企业员工之间的社会网络是促进信息和知识在产业群中传递的重要渠道。多数内生型产业群涉入的是传统产业领域，生产技术相对已经成熟，产业创新更多的表现为企业管理、营销手段的创新及新技术设备的采用。企业往往通过内部员工的社会网络了解到竞争对手的有关信息，从而采取相应的决策迎接新的挑战。

在江浙粤不少产业群内部，外来人口是劳动力阶层的主力军。这些外来人口多为全国其它省份，尤其是周边落后省份，如广西、湖南、湖北、安徽、江西、四川等地，他们也多具有血缘、亲缘或地缘的关系。虽然通常不在同一家企业，但相互之间保持着密切的社会交往，在这个交往的过程中，彼此交流生产经验，不少工厂采取这样的策略，即作为新工人的介绍人，老工人负责前者的技术培训。这种社会网络的存在，使得新工人很容易掌握生产技能，在工人流动性很强的地域，有利于企业节省工人培训费用。而且由于工人之间的这种社会网络的存在，也使得产业群内部任何一项创新成果都会很快为其它厂所了解。

3.2 功能演变

社会网络在产业群发展的不同阶段发挥着不同的功能。初期，社会关系促成了企业间松散、非正式的分工与合作网络的形成。随着企业进一步发展的实际需要，在原有社会关系较好的家庭之间，根据各家庭不同的人力资本禀赋，按照优势互补、自愿组合的原则组织起来（如有些家庭的商业素质特别突出但是不擅长组织工业上的生产活动，有些则相反；有些家庭与政府有着广泛而密切的联系，有些则不具备这种政治资源，但是也许在组织原材料或开拓外地市场时非常出色）（罗卫东，2001），创建联系较紧密的股份合作制企业或联营企业。然而，相对已经建立的社会网络，市场力量的重要性明显增强。这不仅表现在企业创建的根本原因是受经济利益的驱动，而且在运营过程中也基本遵循着市场规律，不断建立起现代企业制度。正是在此基础之上，很多产业群出现了规模较大的企业或企业集团。

九十年代以后，规模较大的企业（集团）不断在全国其它地区开拓市场，甚至扩张到世界其它国家和地区，经济利益的驱动机制更加显著。在地方成品和半成品供货商的选择上，更侧重于产品质量的高低，而不再是以社会关系的远近为主要标准。这种转变实际上是供货商网络的再构过程。然而这并不意味着社会关系网络作用机制的彻底消失，在相同质量或者质量差别不大的供货商之间，社会关系较近的供货商往往成为首选对象，而且供货关系的稳定程度较高。规模较大的企业在供应商的选择标准上的改变直接影响着供货商对其下级供货商网络的选择标准，如此下去，结果导致产业群企业网络的再构。需要说明的是，网络再构是个渐进过程，而且从现实情况来看，由于很多供货商已经逐渐理解并适应了市场规则，所以企业网络的成员构成并不一定发生很大的变化。但从网络的运行规则来看，增加的市场机制确实改变了关系机制的决定作用。

此外，一些具有家族企业特征的中小企业开始实行股份制改造，明确界定企业的所有权以及家庭成员的股份构成。虽然这种改造可能只是以口头契约式的，并不能跟前面的建立了公司制的大企业或企业集团相比，但这在一定的程度上消除了家族小企业发展中的隐患。甚至于在企业发展到一定阶段，由于各方面的原因，例如经营思路的差异、独自创业的欲望等，企业内部的家族成员也开始创建自己的企业。在长江三角洲，这种现象尤其常见。例如，温州服装行业的“拜丽德”和“森马”、“雪歌”和“雪凡妮”这两对企业分别是由舅甥、姐弟共同创办的家族企业分化而成；宁波服装产业中罗蒙等企业也在父子等亲缘关系之间发生分化，创业的长辈一般会全盘继承企业的装备和其它有形资产，后起之辈一般会全盘继承企业的品牌等无形资产。

综合以上的分析，可以看出，导致社会网络在长三角和珠三角产业群中发生功能演变的主要原因

来自以下三个方面：

第一，企业追求利润最大化的动机加强，也即企业行为更为理性化。尤其是产业群中的龙头企业，由于他们在网络权力结构中处于中心位置，当社会网络关系成为其利润最大化的潜在障碍时（最常见的就是所谓的因碍于情面无法以高价卖出或以低价买进），他们更愿意寻找其他的合作伙伴。

第二，社会网络关系中的责权不清晰。这在以血缘和亲缘关系为基础的企业网络当中经常出现。这种家族关系容易造成企业之间、成员之间责权不清，最终导致关系恶化，企业及其网络的肢解。如在嵊州领带业界，有一家当地知名企业由两亲姐妹共同创建，姐姐负责企业内部管理，妹妹负责外部市场营销。后来因为某种不为外人所知的原因，姐妹俩发生意见纠纷，导致企业分裂。姐姐离开原厂之后独立创办了另一家领带厂，经营模式和业务对象与原厂基本相同，两厂相互之间的竞争非常激烈。

第三，市场竞争加剧。日益激烈的市场竞争迫使企业通过提高产品质量、降低产品价格等方法维持、扩大市场份额。因此，企业更重视合作伙伴的生产质量，而社会关系的远近成为次要因素。同时，强连带联系起来的人们通常具有相似的知识、态度和价值观，社会关系越紧密，主体之间的资源和信息的相似性越大，互补性越差。因此，为了获得特殊的补充性资源和关键性信息，企业也降低了对强联带的社会网络的依赖，而是更理性地精选合作伙伴。尤其是随着企业不断对外扩张，或与外商合作的机会增多，这种变化的趋势越明显。

然而，一方面，在新的社会关系再构的过程中，常常会引发诸多的矛盾，影响着企业的健康发展。例如在合伙制企业的改造过程中，各股东的意见不一致导致矛盾重重。另一方面，市场经济并不意味着社会网络将完全失去其价值特性。实际上纯粹的市场交易是不存在的，而且重复的市场交易会缔结新的社会关系，并会转化成未来交易的潜在机会。只是在日益理性化的市场交易活动中，社会网络的资源价值通常被隐性化。

4 本章小结

社会网络作为重要的社会资本，长期以来一直是中国农村地区社会经济活动的基础。长三角和珠三角内生型产业群的形成与发展依托于地方社会网络。传统的血缘、亲缘及地缘关系构成了两地农村地区基本的社会网络关系，尤其家族关系是社会网络关系的核心。然而，在不同地区，社会关系资源存在差异。在宏观上，社会网络为地方企业主带来必要的信息、资金及其它稀缺资源，从而提高企业的经营绩效，加速了集群内企业的衍生速度，提升了集群整体生存和竞争能力。尤其在计划经济体制及经济转型时期，社会网络的这种经济职能尤其重要。社会网络是构建两地地方产业网络的基础，相同的文化背景和心理习惯、相近的社会关系以及共同的社会准则有利于企业间建立信任，降低交易成本。同时，社会网络把不同的产业网络联系起来，促进个体之间的非正式交流与合作，从而提高产业群的创新机会。社会网络本身处于动态变化过程中，在主体的经济活动中，社会网络不断再构，其功能也在演变。

通常来说，在产业群发展初期，社会网络关系对经济主体的作用既明显又关键，但产业群的发展通常导致主体行为更加理性化，网络关系逐渐为市场机制所取代。但是可以肯定的是，这种演变并不意味着社会网络丧失其经济价值，在全球化的背景下，特定的社会结构仍然是构成地方能力的一个重

中国经济改革研究基金会 2005 年度资助课题：“长江三角洲与珠江三角洲经验对区域经济发展的启示”

要因素。

第四章 企业家

1 研究概述

1.1 企业家的经济学意义

西方经济学研究企业家的历史最早可以追溯到十八世纪中期。1755 年法国经济学家康替龙（Cantillon）首次将企业家这一术语引入到经济学理论中，他把从事经济活动的人（如商人、农民、手工艺者等）称为企业家，并认为企业家是以确定的价格购买并以不确定的价格卖出的风险承担者（鲁传一、李子奈，2000）。企业家从购进和卖出之间的价格差中获得利益，这种投机行为使市场逐渐趋于均衡。

19 世纪初期法国政治经济学家萨伊（Say）最早强调企业家的重要性，他赋予了企业家作为生产的协调指挥者的角色，把企业家作为三大劳动力当中的一种（另两种分别是研究人员和工人）。一方面，企业家作为生产过程的中心枢纽，收集信息、制定决策，着重发挥其协调人、财、物、产、供、销的协调者的作用。另一方面，在分配上，企业家作为协调者按市场价格支付各种投入要素的报酬，企业家自己的报酬是企业的剩余（黄群慧，1999）。19 世纪末期，英国古典经济学家马歇尔把组织看作是传统三大生产要素之外的第四个要素，强调组织中的企业家承担着组织的领导者、风险承担者、中间商和创新者等多项职能，具有重要作用（马歇尔，1997）。

然而，随着新古典经济学的发展，企业家在主流经济学中的作用逐渐消失了。这主要是因为微观经济学厂商理论的一个基本假设是完全市场和完全信息，在这个前提之下，企业家的功能退化为一般要素条件，仅仅是在市场机制的作用下机械地配置各种生产要素。

主流经济学对企业家角色的忽略并没有影响到其它非主流经济学理论对企业家的关注。卡尔多在 1934 年发现在成本理论中出现的长期不一致，寻求将企业家作为协调者引入。制度经济学从开山鼻祖科斯开始，就重视企业家的功能。他把企业家与企业等同起来，认为较低的交易成本是企业存在的理由，企业家决定着企业的边界，是竞争体制中替代价格机制指挥资源的人或人们。诺斯从制度创新的立场出发，把企业家看作是能预见到制度创新的潜在利益的决策者和首创人（黄群慧，1999）。舒尔茨认为企业家是经济均衡者，即对经济条件的变化做出反应，发现潜在获利机会，在自己的经济活动空间中重新配置时间和其他资源，使经济恢复均衡。经济增长理论的发展使企业家的角色重新得到认可。这一理论的主流思想是把经济增长看作是经济系统内生因素作用的结果，而不是受外部力量的推动，内生的技术进步是推动经济增长的决定因素（鲁传一、李子奈，2000）。最有代表性的人物是熊彼特（Schumpeter），他把企业家同创新者联系起来，认为企业家是资本主义的推动力量，是商业周期和经济发展的根本原因（萨缪尔森、诺德豪斯，1992）。经济增长理论的新进展为将企业家引入经济增长理论提供了可能性。

此外，有的学者把企业家看作信任不完全市场中的中间商（如柯兹纳）、不确定性决策者（如奈特）、专门就稀缺资源的协调作出判断性决策的人（如卡森）、克服 X 低效率（如利本斯坦）等。由此可以看

出，经济学者从自身研究的需要出发，赋予了企业家不同的角色与功能。正因此，“企业家”至今尚未形成统一的定义，熊彼特关于企业家是创新者的观点目前普遍当作是企业家的标准（洪银兴，2001）。

1.2 产业群理论对企业家的研究

区域经济学和经济地理学的学者们也认识到企业家在区域经济发展中承担着重要职能。马奈克（Malecki）认为，企业家是经济变化中的关键角色，因此对企业家的系统研究是理解国家的、区域的以及地方的发展差异的重要方面（Malecki，1991）。柯飞（Coffey）和波利斯（Polèse）把企业家置于地方经济发展过程的中心位置。他们提出地方发展的四个过程：第一，地方企业家的出现；第二，地方企业的增长和扩展；第三，地方控制之下地方企业的维持；第四，地方自治控制结构和地方商业服务部门的实现（Malecki，1991）。

产业群理论一直强调地方发展的内生力量，注意到企业家或龙头企业作为产业群发展的主要资源及企业网络的创建者、促进者和催化剂发挥着关键的作用（Biggiero，2001；Barquero & Cala，1997）。作为产业群理论研究的重要人物，波特（Porter，1998）在其经典的“钻石模型”中，明确提出企业战略和组织是国家竞争优势（也可以理解为产业群竞争优势）的重要因素之一。企业家在组织中及在企业战略的制定与实施过程中的作用是不言而喻的。伊万斯（Evans）更认为，居先的企业家的存在是动态集聚体的重要因素（Malecki，1991）。

产业群是从小企业网络之间的相互作用而出现的系统。由于产业群中大多数企业规模普遍较小，多数企业的所有者、经营者和管理者实际上是集于一体的，企业家的很多活动是以外在化的企业行为表现出来的，如新企业的诞生、企业的根植性、企业的创新活动、企业之间的合作与结网等。从这个意义上讲，企业家网络等同于中小企业网络，产业群可以被看作是企业的集聚区域。然而，事实上，在产业群内部，并不是全部的企业所有者、经营者或管理者都可以称为企业家。而且，由于产业群内部存在着企业差异化，各个企业在产业群发展过程中所发挥的作用并不相同，那些真正意义上的企业家（如龙头企业的企业家）的重要性是一般的企业主（通常只是创新的模仿者或追随者）所不能比及的。然而，至今对龙头（或核心）企业（家）的研究较少。

产业群理论通常将企业家隐含在企业组织里的，对企业家的研究多侧重其根植性的特点，以及根植性对其经营绩效的影响（Stam，2001）。这实质上也就是研究影响企业家绩效的区域因子，仍然把企业家置于边缘位置。在中国长三角和珠三角基本是在乡镇企业（集体企业及个体企业或家庭工场）的基础上发展起来的。中国的乡镇企业是在市场夹缝中成长起来的，是在当时计划经济体制之外的新生事物，因此曾被看作是能人经济。当地如果没有这些能人，就无法形成现在数量如此之多、规模如此之大的产业群。由此可见，研究两地产业群，不能不研究作为核心角色的企业家²。

在这里需要说明的两点，其一，在某些方面，对企业家的研究是通过研究企业家的企业行为进行的；其二，研究企业家在产业群中的作用并不是对一般经营者的忽视，实际上，正如很多研究表明的那样，企业家的成功与其嵌入的地区社会经济环境难以分开的。

² 注：即使在初期以家庭工场为主的温州地区，产业群的技术升级与结构演变也离不开具有创新精神的潜在企业家，他们从家庭工场业主或专业购销员成长为具有现代企业家精神的经营者，对产业群的积极作用并非普通家庭工场业主能够比及。

2 企业家的社区文化背景与基本特点

2.1 社区文化背景

产业群中企业家带有明显的社区文化的特征，也可以说，他们是特定的社区文化传统的产物即企业家的出现离不开地方社会文化传统。从整体上来看，正如多数学者们研究发现的，长三角和珠三角都具有悠久的商品经济发展历史，特别是近代工商文明历史，追求物质财富的世俗化倾向，富于冒险精神或创新精神，并对创新活动普遍持有积极态度。长期生活在这种氛围中的人对市场具有特别敏锐的洞察力，善于发现市场潜在需要，并在利益驱动之下，产生创业和其它各种创新的强烈愿望，这反过来又强化了创新、创业氛围。此外，代际之间的正反馈机制对于两地企业家的成长具有重要的意义。由于企业家的下辈从小就耳濡目染，他们成为企业家的可能性更大（Malecki, 1999）。长三角和珠三角新一代企业家就是在其父辈们创造的商业环境中成长起来的，而且通常比其父辈具有更卓越的专业素质、冒险精神和超前的创新意识。尤其自我国经济体制进入转型期以来，市场机制逐渐加强，两地各地区都开始重视企业家精神的培养，这为增加未来产业群的人力资源营造了良好的社会环境。

由于各具特色的自然环境及历史基础，长三角和珠三角各地区的商业文化也因而存在着明显的差异。温台地区盛行的永嘉文化强调“功利与仁义并存”、“既无功利，则道义乃无用之虚语尔”、“抑末厚本非正论也”等经济观点（张仁寿，2000），这与中国传统社会的主流儒家文化关于重义轻利、重农轻商的观点有着很大的差异。由于自然生存环境较差、国家投资少，对外开放早，温台地区的农民没有浓厚的恋乡情结，他们敢于离土离乡，遍布全国甚至世界各地，寻找商业机遇和更好的生存环境。在外四处闯荡的温州人见识广，脑袋活，更容易发现市场机会，改革开放前后，十大专业市场就是在这种背景下兴起的。温台人吃苦耐劳的精神（“当老板、睡地板”是温州老板的典型风貌）、对市场信息独特的敏感性以及冒险和创新意识非其他地区能比。这种地方文化造就了这个地区成为浙江私营企业家的高度密集地区，以及多项制度创新（如家庭工场、股份合作制、专业市场等）的发源地。但是，由于永嘉文化强调个性、个体、能力，这就造成企业家之间合作少，一方面，很难真正建立起企业策略联盟；另一方面，个体企业也很难长大。

珠三角核心区、苏南、苏中和杭嘉湖—宁绍舟地区具有悠久的工商业传统和很多的能工巧匠。苏州、杭州自明清时代以来就一直是长三角手工业、商业中心，许多地方都有自己独特的工商传统。苏州的丝绸、扬州的三把刀、宁波的“红帮裁缝”久负盛名；无锡更有小上海之美称，20 世纪 30 年代就已成为我国重要的工业基地；绍兴的轻纺、酿造行业经久不衰，“染缸、酒缸、酱缸”成为它的形象产业；湖州的丝绸业、南通的纺织业闻名海内外。广州、佛山等地自明中叶以来一直是我国最重要的对外通商口岸，鸦片战争后这一地区更是我国较早出现近代工商业的地方，改革开放后由于毗邻港澳地区，更是近水楼台先得月，占尽改革先机。总之，这些地方原有的经济基础相对比较好，培养出一批计划体制下的企业家。尽管曾经因为在体制转型初期的适应性较差，而且由于处于传统富泽的农业地区，当地的企业家精神不如温台地区强盛，但在此后较短的时间内，集体企业的营销人员、技术人员甚至不少工人受市场利益的驱动，利用地区大力鼓励发展私营经济的机会，纷纷创建自己的企业，其中不少人成为成功的私营企业家。

苏北、粤东、粤西和金（华）衢（州）盆地距离三角州中心城市上海、香港等地较远，新思想、新技术的传播和接受较慢，市场经济意识较淡，小农意识较浓，缺乏敢于创新、敢担风险和勇于开拓的企业家精神。苏北和粤西由于人地矛盾相对没有那么紧张，以致传统的农业生产方式造成小农意识比其它地区更深重，思想更为保守，而且深受传统的“官本位”思想的影响，地方能人多数集中在政府部门和事业单位，市场经济活力不足。这些地区也不乏有一些商业历史较久、商品经济活跃的地带。如曾以“鸡毛换糖”而出名的义乌，正是靠着货郎担精神，培养了一大批企业家，创造了全国最大的小商品市场的奇迹；素有“百工之乡”之美誉的永康，当地人具有较强的创业意识，建立了全国颇具影响力的“中国科技五金城”；潮汕地区素有经商文明，富于冒险，香港和东南亚很多大商人均来自潮汕。

2.2 基本特点

首先，企业家拥有自己的企业。这些企业家凭借对企业资本的所有权对企业进行控制，因此属于传统的业主型企业家，即集企业经营者、管理者、所有者甚至生产者于一身。潜在企业家通过创业活动成为现实的企业家，导致地区内新企业的大量生成，这是企业家在地方产业群中的一个重要作用。

其次，企业家具有创新热情和创新活动。在产业群的研究中，通常是将企业家视为创新者（Wang & Wang, 1998），这也是产业群内部企业家与普通经营者的显著区别。两地大多数产业群是由中小企业组成的，而大部分企业只能算作家庭工场，并不是真正意义上的企业，甚至没有经过当地工商部门的正式登记注册。即使是具有法定意义的企业，其业主可能既没有成为企业家的意图，又很少从事创新活动，只是创新的模仿者和追随者。甚至他们的创业活动也不能看作是创新。研究者认为，无论是创业还是创新，都需要承担一定的风险。但在产业群里，很多家庭工场的出现则是与风险最小这一因素密切相关。他们极易获得原材料，而且不需要花费很多精力和成本就能获得市场行情。由于分工细化，只需很少的启动资金就能够经营，也很容易将自己的产品销售给本地其它企业，或在本地商品市场直接销售，或为其它企业做外加工。正是由于很多家庭企业主缺乏强烈的创新创业精神，所以企业规模始终无法扩大。因此，只有那些敢冒风险、不断创新、不断进取的企业主才能成为企业家。“一旦当他建立起他的企业以后，也就是当他安定下来经营这个企业，就像其他的人经营他们的企业一样的时候，他就失去了这种资格（洪银兴，2001）。”这些企业家的企业多数在地方产业群内属于龙头企业或核心企业。

最后，企业家具有较强的社会活动能力、较广泛的社会关系网络。在中国，企业家之所以成为企业家，是因为其较他人有更良好的先赋性社会关系，或者借助于各方面条件构建起了良好的获致性社会关系。他的社会关系接点的特殊性质保证了其经营的成功。总之，私有企业家的社会网络与社会存活、经营效果关联是存在的。

当然，本研究中的企业家并不一定同时具备这三个特征，或者说，以上三个特征并非在每个企业家身上都有强烈的体现。而且从动态发展的角度来看，随着市场发育、企业组织成长以及竞争状况的变化，企业家的角色不断改变。在改革开放初期，民营企业实际上充当着投机商的角色。他们通常没有生产企业和固定销售点，负责从外部接受订单，然后下单给本地的家庭工场，或收购家庭工场的产品，推销到区外市场，从中获取利润。这批企业家多数后来创建起自己的生产企业，成为生产组织

者和决策者，并利用先期开拓的产品市场的优势条件，使得生产企业规模不断扩大，获得了商业成功。而在集体经济基础较好的苏南、浙东北和广佛地区，社区政府代理人充当了企业家的角色，但此后集体企业中的购销员、技术人员、精干的工人或社区其他具有创新意识的人相继离厂独创企业，其中不少人发展成为民营企业。九十年代以来，不少大企业开始实施联合、兼并、扩张战略，并建立起现代企业制度，中小企业也逐渐摆脱原有的家族式特征，企业家成为企业控制者，承担着多重职能，如风险承担者、经营资本的资本投资者职能，经营企业的生产经营者或营销者职能，从事企业日常的生产管理者、组织协调者、领导者职能、以及参加一定生产活动的生产工作者职能。

基于此，上海同济大学石忆邵教授就曾从企业家的角度总结过长三角地方经济的演变过程，他认为该地经济的持久高速发展与商人到企业家之间的转换机制密切相关。创业初期由于没有原始资本和足够的行业经验，因此很多人选择了推销员或商人的角色，他们分散在全国各地跑市场，当市场销售渠道和原始资本积累到一定程度，他们就纷纷脱离原有企业，开始了自己独立创业过程。特别在我国总体经济从供不应求转换到供大于求的过程中，他们更是异军突起。从图 4-1 嵊州领带产业的简单衍生，我们就可以更加清楚地看出销售人员身份的转换对地方经济发展的突出贡献。

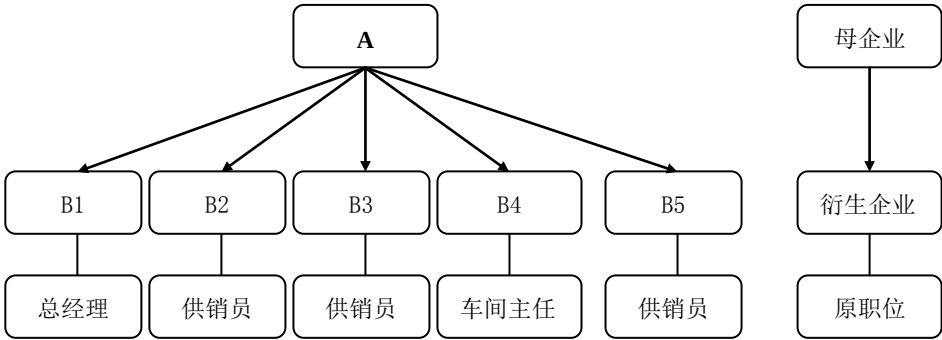


图 4-1 嵊州市首家领带企业及其衍生企业示意图

3 地方企业家与产业群发展

研究者认为，企业家主要通过以下几种途径影响长三角和珠三角产业群的形成与发展，其一是企业家自身的经营绩效；其二是企业家活动外部性，也就是企业家的活动对周围人群产生的影响，这种影响是无意发生的，类似于集聚的外部性；其三则是企业家结成的本地网络与外部网络。从产业群的视角探讨企业家的主要职能，更应该侧重于把企业家置于同其他主体（如个人、企业）共存的地方网络当中（因此，研究者并不打算研究企业家对自己企业绩效的影响），这些关系可能是正式的或非正式的，是直接的或非直接的。然而，需要强调的一点是，作为一个群体概念，企业家既是推动产业群形成并不断发展的重要因素，又是产业群发展的结果，而且他们通常也正是在日益健全的社区经济社会环境中获得持续发展的动力。因此，也可以这样说，企业家既是产业群的贡献者，同时又是收益者。

3.1 企业家创新与产业群发展

3.1.1 企业家创新的外部性与产业群发展

浙江不少产业群的形成源自于少数企业家的偶然性的创新活动，如发现新的产品或原有产品的新

的用途、新的市场，或新的制作工艺等。这些偶然性的创新活动在获得商业成功之后，新的市场可能性就随之而产生，通常就成为地方经济的增长极。这是由于企业家的经济活动具有较强的外部性，成功的经济绩效很容易被当地其他的经济主体发现。受直接经济利益的驱动，地区内不断涌现出一批企业，有的成为创新活动的模仿者和追随者，有的则从事相关配套产品的生产和经营活动。结果，企业群体规模逐渐扩大，它们在地理空间上的群集趋势也日益明显。理论上，经济活动的地理集聚与外部经济相伴而生。外部经济具有正反馈机制，即一旦产业集聚在某些地区，外部经济就会成为新的企业选择这一区位的推动力（Malecki, 1999），从而促进集聚体的进一步发展，产生更大的外部经济，如此循环下去。例如，南通通州过百亿的家纺产业就是在改革开放前割资本主义尾巴时期，一些人躲在偏僻的三不管地带临时摆摊发展起来的；温州桥头纽扣市场据说就是在 70 年代末，一对叶氏兄弟把在异地纽扣厂门口捡到的一堆次品纽扣带回桥头摆摊销售，不料纽扣销路奇好，他们便开始动手自己制作，并带动当地纽扣家庭工场的大量出现；金乡标牌制作是在全国恢复高考之时，几个金乡人意识到校徽制作的潜在市场广阔，并由校徽制作拓展到各种包装、标牌制作，逐渐发展成中国标牌之乡。

从这个角度来看，企业家的作用不仅在于促进了地区产业群的萌发，更重要的是由此增加了地方人力资本。正因此，在产业群内部的企业家密度与新生企业家数量成一定的正相关。也就是说，越是企业家高密度地区，新生的企业家数量越多，由此产业集群的企业衍生速度也越快。作为企业家密度相对较高的长三角和珠三角就是突出的例证。这种现象的根本原因虽然与地方的重商文化传统有着非常密切的关联，但是与企业家的示范效应也不无关系，即正面角色榜样的存在增加新个体承担企业家活动的可能性，这是因为那些能直接观察到企业家的个体对于企业家活动的机会成本有准确的理解和客观的评价，从而使自己更有可能成为企业家（Minniti & Bygrave, 2000）。此外，由于企业家绝大多数是土生土长的，他们彼此非常了解，相互之间的比较和竞争更加直接和明显，这也增加了创新的压力与动力。

企业家的创新活动对于传统产业群的再兴更具有重要的意义。例如，在浙江传统产业中，中小企业主要依靠他们在生产和经营过程中积累的经验，也就是依靠附属于个人的隐性知识，少数企业家的创新活动是产业部门主要技术变化的根源。一些传统产业区内的创新的业主型企业家遵循明确的战略，在选择产品 and 市场、利用产业群外部资产于新的用途，创造新资产使他们有助于作为集体组织的产业区的再兴。

以嵊州市长乐镇电机产业群的形成为例。80 年代初，镇里的几个工匠看准电机产品尤其是电风扇的市场前景，从简陋的工匠铺里制造出第一批电动机，并且装配出简易电风扇。当时，电风扇供不应求的市场状况一方面刺激了企业规模不断扩大，另一方面新的电机企业不断诞生，一些专业村也涌现出来。但从事整机生产的厂家为数不多，仅占四分之一左右，其余的企业则从事冲压、铸件、绕线等电机主要工序的专门化生产。到 1996 年底，电机企业已达到 820 余家，从业人员 5160 人，产值近 10 亿元，占全镇工业总产值的三分之二。90 年代以来，一些具有远见卓识的企业家认识到，产品和技术创新是电机业长期发展的根本，他们先后派出相关人员到上海一些大专院校和大厂学习，培养科技人员，开发多品种、高档次的微电机。引进一批先进的生产设备和检测仪器，聘请大学教授当顾问，提高产品质量和档次。近几年来，该镇电机企业平均每年开发一至二只省级新产品。江苏镇江扬中市和温州乐清柳市镇低压电器、常州武进的灯具和顺德龙江的家具等产业也具有相似的发展路径。

3.1.2 企业家制度创新与产业群发展

长三角和珠三角经济增长的更深层次的机理在于一系列制度创新的率先实施。两地产业群多数是在市场机制作用下的产物，而当时中国处于计划经济体制时期，因此，产业群的发展首先要冲破各种制度约束，建立起新的制度安排。虽然制度创新是民间力量自下而上共同推动的结果，但毫无疑问的是，具有企业家精神的社区能人加速了它的进程。

制度创新通常伴随着企业组织形式的变迁。江浙粤诸多产业群在发展初期（七十年代末期），当时的政治经济制度不仅不承认个体工商户的合法地位，而且还要予以取缔。那时就有少数农民通过挂靠集体或国营企业上，以挂靠单位的名义，从事生产经营活动，也即“挂户经营”。这不仅可以规避政治风险，取得合法的经济法人地位，而且还可以使市场信誉度大大增加。在八十年代初期，随着家庭工场和从事产品运销的农民的数量不断增加，利用挂户经营首先在浙江温州各产业群中迅速发展起来。因此，可以说，因为少数具有创新意识的社区能人创造出“挂户经营”方式，促使了家庭工场的大量繁衍。

此后，家庭工场的发展日益暴露出自身的缺陷，如规模过小、生产方式落后、资本积累困难、市场开拓能力有限等。八十年代中期，温州部分个体工商户在集资参股的基础上创建合伙、股份合作制企业。这种新的企业组织形式是以自愿、平等、互利为原则，以资金、劳力联合为纽带（张仁寿，1994；刘吉瑞，1996）。实际上，股份合作制也带有规避政治风险的目的，虽然在名义上，股份合作制集中了股份制和合作制的优势，而且最关键的是它属于集体经济成份，但是在实际操作中，企业间参股的比例很小，集体资金非常有限。这也是温州模式明显区别于苏南模式的一个重要特点，因此其转型和抓住市场机遇的能力要比苏南来得快。最终也使得整个长三角地区从集体经济向民营经济转型的浪潮由温州向北逐步推进，结果整个长三角地区民营经济实力也由南往北逐步递减。

3.2 企业家地方网络与产业群发展

3.2.1 企业家与地方网络的构建

无论是长三角还是珠三角，产业群内的每一个企业（无论规模大小）都不是独立的生产系统。企业家在经营活动中，为了节省交通费用、减少交易成本、利用当地的劳动力及社会关系资源等原因，通常在本地建立起网络组织。两地产业群多生产日常消费品（与东北工业重型化不同），随着人们消费水平的提高，对这类产品的需求出现多样化、复杂化和较强的不确定性。而且，市场竞争日益加强，这两方面的因素需要企业家提高生产的柔性化，增加企业产品创新的能力。为了降低经营风险和生产成本，企业家在力求保存企业核心竞争力的前提下，将部分或全部成品、半成品转包给专业生产商，或者委托给具有较高的专业技能的生产商。地方中小企业（家庭工厂）由此组织在这些领头企业的分工与协作网络之中。

除了经济因素之外，很多企业家具有的社区性也是他们在本地构建网络的另一重要原因。同我国其它农村地区的企业家一样，长三角和珠三角农村地区的企业家绝大多数是土生土长的农村社区成员，从小就深受以家族和乡情为核心的乡土文化的浸润，对社区有较强的归属感。他们通常以“想干一番事业”为首要的创业动机，其次要“为乡亲们办点好事”，“带领乡亲脱贫致富”是许多农村企业家创

业办企业、最先起步的企业家积极鼓励并扶持社区其他成员创业的一个很重要的动机。随着企业的发展，即使是个体私营企业家也会逐渐关心自己在社区中的威信和企业的社区声誉，积极参与促进本社区经济繁荣的活动。这通常能促进整个地区新企业大量衍生、企业间联系加强和地区经济快速发展（朱华晟，2000）。

需要强调的是，总商会和各种行业协会（当地叫“行业商会”）是长三角和珠三角地方网络的重要非正式机构。与长三角和珠三角其它地区明显不同的是，温州和东莞地区的行业商会基本上私营或民营企业的自治组织。温州在协会的组织体系上，总商会下设 22 个直属行业商会，加上各县市，共有 45 家，几乎囊括了所有支柱行业与骨干企业（胡宏伟、吴晓波，2002）。由于这些商会通常是由当地企业家共同发动起来的民间组织，并由本行业有影响力的企业家担任商会重要职务，他们在规范地方市场、协调企业之间的关系、维护地方企业的利益等方面具有重要的作用。例如，在某些国家对温州部分产品采取反倾销的时候，温州民间商会作为集体利益的代表和反倾销申诉中的提斥人，通过组织本地会员捐资动用法律手段、游说政府有关部门，从而增加了国际谈判中讨价还价的能力。与此相类似，东莞的台商协会也基本能集中所有台商的意志来游说各级政府和各类商业组织。

3.2.2 企业家地方网络与创新扩散

企业家的创新活动通常主要沿着企业的地方网络扩散。企业家的知识通过他们的主要分包商传递给外包网络最底层的企业，以及产业群内的其它社会经济主体。通常，在新产品的制造过程中，企业家外派专业技术人员对其分包商进行技术指导和质量监测，提高后者的生产能力，以保证产品质量的稳定性和可靠性。当企业家越来越以分包商的技术水平和加工能力作为选择标准时，分包商之间的相互竞争变得更为激烈，他们创新的主动性和积极性也逐渐增强。产业群的整体创新能力因而不断提高。

创新扩散的另一种途径是通过企业家的私人网络。通常来说，生产相同的产品或面向相同地区市场的企业家之间私人联系较少，而在产品和市场方面均没有冲突的企业家之间则可以保持密切的私人交情，其结果是在整个产业群内部，企业家通过或强或弱、或直接或间接的联系组成庞大的关系网络。所有企业家的创新活动都会通过这个网络扩散开来，所以某个企业家通过自己的关系网络就可以及时准确地掌握到竞争对手的经营活动，甚至可以借此获得他们的创新成果。固然，正是因此，不少产业群的知识产权一直不能得到保护，从而降低了创新的积极性，甚至由此产生不正当的竞争，导致产业群的创新能力下滑。例如，在南通通州家纺产业集群中，对家纺产品至关重要的花样设计保护就一直困扰着创新企业和地方政府。然而，对于那些成熟的、创新型的企业家来说，追求品牌和质量效应是发展企业的基本策略，其它企业家的创新活动通常只会进一步激发了自己的创新动力，而不会直接“抄袭”他人的创新成果。

另外，如果把产业群看作是一个个集体企业家的话，那么这些集体企业家之间的创新扩散现象也非常明显。例如，在温州的专业市场兴起之后，长三角其它产业群也纷纷效仿，不但引起整个长三角创建专业市场的热潮，而且波及华北和华中等地。再如，义乌打造出“中国小商品城”的区域品牌，导致一大批区域品牌相继树立起来，如“中国五金城”、“中国低压电器城”、“中国领带城”等。各地博览会、交易会越来越多，规模越办越大。甚至温州服装业请香港明星做广告，宁波服装业界的不少企业也随后花更高的酬价邀请名气更大的港台明星做企业的形象代言人。

3.3 企业家区位再决策与产业群动态

随着企业不断发展，企业家面临着区位再决策问题：或是为企业重新选择合适的区位，或是为价值链上的（增加的）部分活动选择新的区位。企业家区位再决策的原因主要有两方面，一是对企业某些活动的发展的地方限制因素，也就是企业发展所需要的要素条件与地方现实供给的偏离，例如工资和地价上涨、人才缺乏、基础设施不完善、配套服务质量差等；二是企业家为了抢占更大的市场。企业家的区位再决策行为对产业群产生一定的影响，影响力的大小与企业家在地方企业网络的权力呈正相关。

3.3.1 企业家区位再决策与其他网络成员的区位行为

对于自身没有设计能力、专门为某一家或几家领头企业配套生产的专业化供货商来说，由于自身的区位能力较弱，龙头企业的区位再决策对他们产生直接的影响。迫于维持原有的生产联系，在区位决策上，他们与龙头企业保持一致。而具有独立的生设计能力的专业化供货商的区位能力较前一类供货商强，受某一个或几个生产企业的影响小。一般来说，在基础设施较差、整体规模较小的地方产业群内，某些企业家的区位再决策会对其它企业的区位行为产生较显明的影响。在这类地区，企业家有时会采取整体迁出的区位策略，这时对其配套企业的区位决策影响就更大。而在规模较大的地方产业群，企业家通常很少将生产环节搬迁出去，最常见的是销售商的外迁或大企业某些部门机构的外迁，他们通常会继续维持与本地的生产联系，因而，对其它配套企业的区位影响较小。例如，嵊州石璜镇曾是嵊州领带产业的重要聚集地之一，镇内拥有一批规模较大、影响力较强的领带企业。然而，由于本地经济地理位置较差，基础设施发展滞后，尤其是交通不便，导致这些龙头企业相继搬迁到城关镇。随着龙头企业的外迁，为其配套的面料织造小企业甚至是家庭工场为了继续保持原有的配套关系，并适应领带柔性生产的需要，也先后搬离石璜，在城关镇周边地区建立新工厂。现在石璜的领带企业多半是规模较小、档次较低的家庭工场。

在长三角和珠三角工业园区的建设时期，各地为了吸引更多的企业入园，纷纷制定优惠政策，这尽管可以推动产业群空间布局的合理再构³，但毫无疑问，小城镇相对来说处于不利的发展地位，它们面临的主要问题就是龙头企业的外迁以及可能由此引起的地方网络的解体。

3.3.2 企业家区位再决策与地区原有竞争格局的变化

同类企业竞争是促进产业群不断创新的重要原因。对于只有一个或少数几个龙头企业的产业群来说，龙头企业的区位再决策，尤其是将企业整体或总部迁出之后，将会改变产业群原有的竞争态势。在短期内，竞争对手减少的不利影响可能是削弱了其它龙头企业的竞争意识和创新动力。然而从另一个角度来看，迁出的龙头企业曾经在客观上抑制了规模稍小的同类企业的发展（例如使后者获得地方资源的机会较少），他们的迁移，尽管并不意味着放弃本地市场，但使得后者获得新的生存与发展空间，也会受到地方政府的更多关注，促进新的龙头企业出现。

举例来说，宁波服装产业群曾有两个核心企业，即杉杉集团和雅戈尔集团。这两大集团公司在产

³ 注：地方产业群的产品同构现象较突出，因此，在生产相似产品的地区之间争夺龙头企业的竞争实际上也就是资源更合理的重新配置过程。

品结构与档次、企业规模、经济实力及地方影响力等诸多方面都相差无几。因此，两企业之间的竞争势头非常激烈，这也推动他们不断创新、快速发展、一举成为全国知名企业的重要力量。几年前，随着杉杉集团将总部迁到上海，这种竞争局面宣告瓦解。雅戈尔集团公司的一位副总经理认为，以前杉杉与雅戈尔是在竞争中齐头并进，你追我赶，发展速度都很快；现在，失去了邻近的竞争对手，雅戈尔在宁波的“独角戏”似乎使其迷失了前进的方向和动力，从而影响到它的发展速度。但同时也可以看到，杉杉总部迁移为产业群内规模稍小一些的企业（罗蒙、培罗成等）获得了新的机遇，这批企业在地方的影响力不断上升，呈现良好的成长势头。

3.3.3 企业家区位再决策与产业群的功能演变

长三角和珠三角诸多产业群曾经普遍承担着产品生产、流通和市场信息集散等多种功能。近年来，当地不少企业家开始在其他地区选择新的区位，他们或以群体的方式进入全国其他地区，甚至其它国家和地区，在迁入地形成新的企业群；或在全国各大城市建立起自己的营销网络，利用现代营销手段扩大产品市场；或在新区位建立企业的研究与开发机构。然而，这种区位再决策行为并不意味着这些企业家从地方产业群中退出，而是为了在区外开辟产品市场，将本地当作是生产加工基地。在原地生产配套齐全、生产成本较低等优势仍然存在的情况下，目前生产区位转移的趋势并不明显。因此，企业家区位再决策行为实际上更强化了产业群的生产功能，尤其是企业家的国外经营活动实际上已经把地方生产网络纳入到全球生产网络之中。与此同时，作为生产基地及分布在全国甚至世界各地销售网络的总枢纽，产业群在信息集散方面的垄断优势不断增强。然而，由于区外大量产品市场的建立，很多产业群内部的专业市场曾经承担的产品流通功能逐渐弱化，以致需要综合临近各地各类市场的综合功能才能生存和有所发展。

另外，如果产业群出现衰退迹象，企业家的退出决策通常不仅导致原有的地方网络趋于解体，还加速地方产业的衰退。例如，曾为温州十大专业市场之五的桥头纽扣市场已经呈现出衰退趋势，纽扣大户的迁出更加速了这个过程。

在企业家的功能方面，需要补充以下两点：

第一，在产业群的发展过程中，外来企业家（尤其是外商）的作用不可低估。这些企业家多数通过与当地企业合资、合作或独资的形式在产业群中取得正式身份。虽然他们缺少“地方根植性”，但多数外来企业家进入产业群的动力是利用当地原有的生产配套条件，尤其是熟练的技术工人，因此，他们进入之后通常与地方企业建立起产业联系。这些外商在一定的程度上为地区带来了现代经营理念和先进的管理模式。此外，本地企业在与外商投资的企业（或中外合资、合作企业）的合作过程中，需要不断提高技术、改进设备，这从客观上促进了产业群升级和持续发展。以余姚市模具制造业为例。余姚模具产业在八十年代初期就已经形成，当时以家庭工场为主，经营、管理及生产方式落后，质量档次较低，产品主要面向国内市场。九十年代初期，台商因本地初具成形的模具生产配套优势，在此投资创建远东工业园，以生产塑料玩具为主，与本地模具制造企业建立起产业联系。由于台商对模具质量要求高、在质量控制与管理方式上接近于国际规则，双方在合作初期存在不少磨擦与隔阂。随后，当地家庭工场在台商的协助下，通过自身的努力改进与创新，逐渐摆脱了落后的经营方式，促进整个产业在较短的时间内取得了质的飞跃，发展成为中国模具城。用远东工业城的董事蔡裕成的话来讲，

没有他这个挑剔的用户，中国模具城的产品质量可能很难在短期内迅速得以提高。

第二，企业家的功能具有时空上的差异性。从时间序列来看，在产业群发展初期，民众的创新热情高涨，企业规模和经营绩效都相差无几，甚至很难说出某项创新成果是由哪位或哪些企业家创造的。比如温州在第一家正式的股份合作制企业出现之前，当地就已经存在一些非正式命名的股份合作制企业。同样，温州第一家私人金融机构也正是在当地长期存在的地下钱庄（如“抬会”或“排会”等信贷交易方式）的基础上创建起来的。当然，具有创新精神的企业主虽然是存在着的，但与其它家庭工场业主的差异较小，可能某些企业主的创新活动带动了产业群的萌发，但之后，这些企业主由于缺乏竞争能力反而在市场角逐中失败。但从 80 年代中后期开始，不少产业群中逐渐出现一批具有超凡的创新动力和创新精神的企业家，他们的企业规模也日益扩大，在地方产业群中的影响力也随着增大，甚至成为推动产业群升级演进的主要动力，成为地方网络中的核心人物。例如在柳市低压电器产业，就出现诸如南存辉、胡成中、高天乐等一批民营企业企业家，以及包括他们的企业在内的十几家较大规模的企业或企业集团。从空间上来看，80 年代前后，苏南、浙北、广佛集体企业的企业家是地方产业群的主导力量，而苏中、粤东和浙东南沿海地区则更多的表现为民众集体的力量，并非是少数英雄人物似的企业家。

4 本章小结

企业家作为重要的人力资本，对产业群的形成与发展产生重要的影响。这种影响是多方面的，不仅仅表现在他们自身的经济绩效上，更重要的是对地方其它主体产生直接的或间接的影响。通常，企业家以自己的创新成就推动着其他个体的创新、创业活动，并由此带动地方产业的萌发或再兴。由于处于特定的社会经济体制，企业家通常还承担着制度创新的职能，从而削减了地方经济活动的制度障碍。企业家的活动并非孤立的，而是与地方其它主体存在密切的联系。这些企业家往往是地方网络的发动者，地方网络不仅增加了企业家自身的创新机会，同时还将他们的创新成果在产业群内扩散开来。由于地方网络的存在，企业家的区位再决策行为有时会导致网络重组或其他网络成员不得不采取相应的区位决策，改变了原有地区的企业竞争态势，并引起产业空间格局和产业群功能的变化，甚至促使不同地域间的产业分布格局重构。

值得注意的是，企业家一般都具有深刻的社区文化背景，不同的社区文化不仅影响着地方企业家资源和创新能力。在长三角和珠三角不同的地区、不同的发展阶段，企业家发挥着不同的功能。尽管从目前来看，两地企业家在整体上具有强烈的创新精神和广泛的社会网络基础，然而多数地区企业家素质普遍不高、数量有限，后备力量薄弱，合作精神缺乏，这些因素将制约地方产业群的未来发展。因此，两地很多企业精英除了越来越重视年轻接班人的选拔和培养上，还十分重视从外部引入人才，通过制度创新来弥补企业家才能的许多先天不足。

第五章 地方政府

1 政府的经济职能概述

西方国家的市场经济发展在遭受了 20 世纪 30 年代的经济大危机之后,伴随着经济学界经历了“凯恩斯革命”,很多国家开始加强政府对经济的干预程度。在现代的混合经济中,政府执行的主要经济职能是建立法律体制,决定宏观经济稳定政策,影响资源配置以提高经济效率,建立影响收入分配的方案(萨缪尔森、诺德豪斯,1992)。

在现代经济增长越来越依靠知识的创新时,政府的经济职能因此也变得比以往更加重要。在 20 世纪末期,很多国家通过推动科研成果产业化的各项政策,不同程度地干预着技术发展(Giesecke, 2000)。支持科技教育和研究、政府购买(大多数出于军事目的),以及一般现代化政策(如前面提到的政府的主要经济职能)是政府惯用的三种政策形式(Malecki, 1991)。发达国家的科技园、高技术城以及发展中国家出现的出口加工区、科学园都带有明显的政策推动和固定的空间背景(卡斯特尔、霍尔,1998),也可以理解成政府主导型的高技术产业发展思路。

二十世纪七十年代末期,产业群现象的再现改变了政府产业政策的传统视角(童昕、王缉慈,2001)。发达的产业群通常成为一个国家或地区竞争力的代表,而政府产业政策的实施与地方产业群的形成发展通常具有密切的关系(波特,1996)。这是因为一方面,地区决策者越来越面临着新的挑战,即如何建立合适的制度,在不牺牲个体自治和灵活性的同时,促进分散的工业自我组织进程(Saxenian,1994)。很多国家地方产业群获得极大的成功无疑成为政府选择集群化战略的重要推动力。另一方面,在产业群内部,企业间的相互作用机制并不能完全依靠市场的力量,通常建立比较合适的公共机构,规定内部共同的行动准则(Scott, 1992)。政府以公共管理者的身份,为所有企业提供产品、协调企业间的各种关系,以保证产业群持续发展,成为现实的需求。

经济合作与发展组织(OECD)大力推动集群战略,其成员国也将集群战略作为区域发展政策的有效工具。国家中央政府、地方政府、学术人员、私人机构和其它集群专家广泛参与,建立合适的政策方案(OECD, 2001)。包括中国在内的东亚经济的起飞及地方产业群的发展也显示出国家(或地方)政府产业和区域政策的力量。

政府在产业群中发挥的主要作用并不是直接管理产业群中的公共机构和企业,而是为本地所有企业创造公平的竞争和创新环境,提供一种促成和调整集群中的企业和公共机构之间的各种联系的机制,提高企业间合作的效率(OECD, 2001)。

2 地方政府介入产业群的驱动因素

在推动产业群发展的政府主体问题上,主要有两种观点。在柔性累积的争论当中,强调地方化和产业区的观点认为,国家的地位在削弱,而地方自治在经济发展过程中的作用以及地方文化的作用更为重要。然而,这并不否认中央政府在区域发展过程中仍然发挥着重要的作用,它可以通过有意的经济干预,对区域经济发展产生重要的影响(Humphrys, 1995)。这是因为在多数国家,地方权力是由中

中央政府所赋予的。斯坦姆（Stamer, 1999）则认为，在成功地创造高质量区位的过程中，中央政府拥有较强的主动权，因而通常能发挥比地方政府更重要的作用。也许这种观点适应于某些国家，但它并不意味着在任何国家内部，中央政府的影响在地域上是一致的（Humphrys, 1995）

长三角和珠三角产业群多数是在市场机制的作用下自发形成并发展起来的。从它们的成长轨迹来看，中央政府的作用是非常有限的。出于国防因素的考虑，自新中国成立以来，国家在长三角和珠三角的投资相对较少，资金抽出十分多，对广大农村地区的扶持力度就更小了。在某些阶段，由于两地在制度创新方面，特别是浙东南和珠三角地区的制度创新引发一系列意识形态方面的争议，因此中央政府甚至在一定的程度上减缓了产业群的发展速度。然而，同时要认识到，中央政府通过自上而下的经济体制改革对两产业群发展路径产生的重要影响，尤其是 70 年代末实行农村家庭联产承包责任制及“十五大”确立了非公有制经济合法地位。前者使一批具有市场创造力的农民从土地中解放出来，创造了百万营销大军的奇迹，推动了农村第二、三产业蓬勃发展。后者则结束了关于温州经济姓“资”还是姓“社”的争议，彻底肃清了多年来一直束缚两地经济发展的思想观念。此外，1992 年以来，中央领导对长三角和珠三角经济成就与制度创新的肯定甚至将其合法化，在很大程度上增加了创新、创业者们的心理安全系数，从而增强了经济增长的稳定性与活力。

同中央政府相比，地方政府，尤其是县级以下的地方政府由于更接近基层群众，更了解基层的历史传统与现实情况，因而所起到的作用就更明显。地方政府介入产业群的发展，是受两方面因素的驱动，一是地方政府承担着发展地方社会经济的职能，二是产业群在市场化运作中由于市场失灵，产生对公共政策的现实需求。

2.1 地方政府的经济职能驱动

由于我国长期以来实行计划经济体制，政府在经济增长中一直是一支重要的推动力量。1978 年以前，中央政府是推动经济增长的政府主体，地方政府的经济自主权相对较小。此后，随着行政性分权改革战略和“分灶吃饭”财政体制的实施，地方政府被赋予了前所未有的经济权力，拥有了较大的资源配置权，在推动经济增长方面发挥着越来越重要的作用（沈坤荣，1999）。有人认为，70 年代末到 90 年代初中期，中国经济发展和经济改革获得成功的关键原因在于使地方政府获得了指导和推进发展地方经济的主动权（陈建军，2000）。

同中央政府相比，地方政府的行为更具有现代经济学中的“经济人”的某些特点（洪银兴，1997），而且地方政府越接近基层，其行为越是靠近企业，“经济人”的特点越明显，对地方经济增长的推动作用也越大。

地方政府在推动地方经济增长的过程中，追求多重目标。第一，追求经济利益最大化，也就是通过资源的合理配置，实现效用最大化；第二，追求本地居民的福利最大化，这是地方社会经济环境稳定发展的根本保证；第三，追求个人经济利益最大化，主要是指地方政府官员作为“经济人”，关心的是“工资、办公室的舒适条件，公众中的声望，权力，庇护人，年龄”（周伟林，1996）；第四，追求政绩最大化。政府官员的政绩评定在很大程度上取决于本地经济的发展水平，主要通过在本地区前任和后任官员之间、以及不同区域之间的经济发展状况的对比反映出来。由于政绩大小通常是政府官员职位升迁的重要权衡指标，因此，从地方首长的自身利益来看，推动地方经济增长的动机也就更加强烈，

地区之间的竞争加剧。因地制宜地为本社区制定合适的产业政策，成为地方政府推动经济有效增长的主要手段。

2.2 产业群的公共政策需求

尽管地方政府在地方发展方面承担着越来越重要的职能，然而两地大多数产业群萌生和发展并不是各级地方政府直接干预的结果，而是受市场力量的促成。事实证明，不少地方政府的某些产业政策所产生的实效甚微，甚至背离了预期的目标。地方政府真正能有效发挥作用的领域往往是依靠市场机制无法解决的问题。产业群的持续发展对公共政策产生强烈需求，推动着作为地方权威的政府机构不断采取积极有效的干预措施。

首先，改革开放初期两地产业群的企业规模普遍都比较小，多数属于社队企业或家庭工场，企业行为具有明显的投机性和短期性。企业的投机行为和短期行为一方面容易造成在市场信息不完备、对市场增长趋势预测不准确的情况下，企业盲目扩大生产，结果导致生产能力严重过剩，生产同类产品的企业之间恶性竞争。这种恶性竞争最突出的表现是价格竞争，并由此引发假冒伪劣产品大量充斥市场，使产业群的整体公众形象遭受严重损害，影响产业群的后续发展，甚至直接导致产业群的衰退。广东佛山和浙江柳市镇低压电器产业及温州鞋业就曾一度出现这种现象，柳市和温州后来经过较长时间的整顿才重新获得发展机遇，而佛山的低压电器则受到重创，直至今日也没有恢复元气。地方政府在规范市场行为和质量标准方面大有文章可做。另一方面，企业的投机行为和短期行为是小企业不愿投资于技术创新、而依靠“窃取”其它企业创新成果的一个重要原因。在知识产权还不完善的情况下，这种投机行为会挫伤创新者的积极性，从长期来看很容易造成技术路径被“锁定”，这不仅限制产业群的长期发展，甚至还可能直接导致其衰退。在长三角和珠三角产业集群发展初期这种现象十分普遍，集群内模仿、抄袭之风十分盛行，长此以往不但扼杀了集群升级的动力，而且使得地区间低水平竞争愈演愈烈。因此需要地方政府以加强保护知识产权的同时，建立公共的研究与开发、技术扶持机构，以解决小企业在创新方面的障碍。

其次，由于规模普遍偏小，企业无法有效地将一些基本活动（如技术创新、网络信息发布、市场调研、后勤服务等）内部化。在市场机制还不够健全、人才缺乏、中介服务体系还不完善的地区，中小企业要突破这些“瓶颈”因素的制约非常困难。通常，地方政府聚集了一批素质较高的人才，他们通过行政层级或个人社会网络，对外结成了一些非常重要的社会关系。而且由于是地方权力机构，地方政府具有较高的地方权威和信任度。这些社会资本能够在引进外来人才、出面组织各种中介服务机构等方面发挥重要作用。

再次，在计划经济体制下，按照市场机制发展起来的地方产业群也是体制创新的产物。在这个过程中，克服制度障碍本身就需要地方政府的支持，制度创新的合法化通常更需要获得地方政府的认可。

最后，随着产业群的发展，对公共服务的需求增加。如完善交通设施、建设信息网络、管理与培训外来人口、树立区域品牌形象等。在 20 世纪 90 年代末中国城市规划设计院开展宁波总体规划前期调研时就发现，宁波虽然总体经济实力在中央单列市中仅次于深圳位居第二，不过各种媒体上宁波却默默无闻，以致规划者建议宁波应该通过宣传城市来提升整个产业的区域品牌。直至今日，中央电视台上还能经常看到宁波、金华永康等城市和特定产业的宣传片。这些其实就是地方产业集群发展到一

定程度后，需要政府为它们所做的公共服务内容之一。

3 地方政府的角色变迁与主要职能

3.1 角色变迁

在产业群发展过程中，由于内、外部环境的变化，地方政府不断改变其角色，以顺应客观发展规律。由于浙江产业群在长三角和珠三角两地具有十分突出的地位，也几乎包括了所有地方政府角色和功能变迁的内容，因此本研究重点以浙江地方政府的角色变迁和主要职能来概述两大三角洲地方政府在促进地方经济发展中的功能变迁历史。

浙江东南沿海温（州）台（州）地区（类似粤东的潮汕地区）、浙东北杭（州）嘉（兴）湖（州）—宁（波）绍（兴）舟（山）地区（类似苏南、苏中和广佛地区）和中部及西南部金（华）衢（州）—丽（水）地区（类似苏北和粤东、粤北地区）的产业群具有不同的成长路径，地方政府（主要是市县及其以下行政级别的地方政府）的角色及其变迁轨迹也各不相同。

3.1.1 温台地区政府的角色变迁

在温台地区，地方政府经历了从“无为”治理者—被动适应者—服务者的角色转变。

在 1983 年以前，由于长期以来一直适应着计划经济体制，地方政府无法找到合适的方式调控当地蓬勃兴起的非公有制经济。在这种状况下，它们基本不介入产业群的经济活动，事实上以局外者的身份静观产业群的发展，“不争论，允许试，允许看，政府不随便贴封条，戴帽子，打棍子”，产业群基本上处于自生自灭的状态。

在特定的历史时期，地方政府的“无为”态度基于以下几个方面的原因：

第一，制度创新的成本过高。尤其是在中央集权的体制之下，这种成本更大。采用观望的态度或者说无为的态度，则是尽可能降低制度创新的成本。事实上，由于在中国特定的历史时期，某些地方政府官员即使在后期力争在制度创新方面有所作为，也常常付出了一定的政治代价。举例来说，80 年代前后两任温州书记，一位因为促进了温州家庭作坊发展；一位探索一条主要依靠群众自身力量发展社会主义商品经济的新路，使温州被批准为“温州试验区”，他们相继任期未到就被平调它地。这主要因为，在对私营经济认识不清的阶段，经济体制的地区性改革在全国很容易上升为政治和意识形态方面的问题，被纠缠在姓“资”与姓“社”的争议当中而遭受怀疑和非议。此外，两任书记的调离最终原因在于他们并没有执行上级要求他们整顿私有制的要求，相反他们还大力保护了这种新生事物，因为他们看到这种新生事物使得人地矛盾及其尖锐的温州地区广大农民真正富裕了起来。这也从一个侧面反映了两任书记“官本位”思想被“重商文化”所取代，因此地方经济发展过程中地方政府的亲商情节不是说说而已，其是有着深刻内涵的。

第二，与中央政府相比，地方政府更接近于本地居民，他们更加了解本地居民的偏好，比较理解制度创新的动机，并能及时发现制度创新对当地社会经济发展的积极影响。也就是说地方政府比中央政府更加了解其所管辖的选民的效用和需求。

第三，地方政府机构中不乏有“生于斯，长于斯”的政府官员，长期以来他们深受当地商业文明

的熏陶，在心理上对经商和创新意识持有许可和默认的态度。另外，有的政府官员本人或自己的家人、亲戚朋友也在经商、开办家庭工场等（当然政府人员自己经商完全属于地下行为）。

第四，放水养鱼，地方经济发展初期各种经济行为体都十分弱小，抗风险的能力都比较弱，一有风吹草动就有可能把它们扼杀在摇篮中了。所以地方政府在经济起步期都采取放任的态度，尤其在税收等关键政策上都睁一只眼、闭一只眼。

因此，地方政府的“无为而治”实际上不失为胆识和冒险精神的体现，同时也在一定的程度上使制度创新的风险和成本最小化。如果政府在诱发型制度创新发生的早期就采取抑制的方式，那么这些制度创新就难以继续，产业群也就失去发展的可能性。

1983—1986 年间，不少地区的产业群已经初具规模，并且呈现良好的增长趋势。这个阶段，地方政府发展地方经济的职能进一步加强，开始转变角色，被动适应新的环境，为地方企业的发展提供一些基础性的服务。地方政府角色转变的另外一个重要原因则是从“八大王事件”中认识到个体私营经济在温台地区存在的合理性、现实性和必要性⁴，因而开始积极支持适合地方发展的制度创新，并为其提供保护伞，以规避政治风险。例如，地方政府为民营工商业发展提供必要的引导、扶持和服务，在放开价格、市场和流通、实行浮动利率、土地有偿转包使用、打击假冒骗行为、加强税收稽征等方面采取一些改革措施，加强管理（张仁寿，1994）。

1987 年，在地方政府的筹备下，“温州试验区”正式建立。尤其是邓小平南巡讲话以后，温州地区产业群的发展出现新的高潮。地方政府积极主动地调整角色，作为区域发展的政策制定者、引导者和服务提供者的身份更为明确。只要政策法律没有明文禁止，地方政府都能够从实际出发，创造性地制定政策，引导发展；运用法律手段调节和管理经济；组织建设并规范市场（例如，1994 年温州率先在全国地市中颁布《温州质量立市实施办法》），发展中介组织；规划、组织和投资基础设施、公益设施建设和城镇建设等。地方政府的这些举措推动着产业群快速发展。此外，地方政府创造条件提高企业家素质，促进现代企业家群体的形成。如台州市政府曾派出 50 名企业家到中央党校学习，200 多名企业家到浙江大学和省委党校脱产学习。同时还鼓励企业家通过自学和函授方式，提高自身文化素养（赵振华，2002）。

3.1.2 浙东北地区政府的角色变迁

由于发展的家底相对比较雄厚，浙东北地区产业群的组织形式在发展初期趋同于“苏南模式”，即以具有一定规模的乡镇集体企业为主，地方政府通过权力委托人直接干预企业的经营管理，个私经济不活跃。随着集体企业不断暴露出机制不灵活、经营效率较低以及产权不明晰的弊端，同时受温州模式成功绩效的驱动，从九十年代初期开始，地方政府先后采取一系列措施，加大开展股份制改造，并大力鼓励发展个体私营经济。在股份制改造的过程中，地方政府主动从企业的日常经营活动中退出，不再承担“经济人”的角色，而是致力于建设地方发展的基础设施系统、精简政府职能机构、简化项目审批制度、筹建并完善中介服务机构等，为产业群创造良好的发展环境。与此同时，地方政府派往

⁴注：“八大王”是乐清县柳市镇五金电器市场上的能人代表，也即“矿灯大王”、“机电大王”、“目录大王”、“线圈大王”、“合同大王”、“旧货大王”、“螺丝大王”、“电器大王”。1982 年 8 月被作为重大经济犯罪分子受到严厉打击。此后，温州经济急剧下滑。1984 年此案得以平反。

集体企业的权力委托人多半解除同政府原有的人事关系后，留在企业里。当然，由于政府习惯于对地方经济的直接干预，因此这种角色转变需要经过较长的时间才能得以完成，而且通常需要借鉴其它地区的成功经验，从而把握住“有所为”与“有所不为”的尺度。

3.1.3 浙中及西南地区政府的角色变迁

浙中及西南地区内部的差异比较明显，这里仅对衢州和义乌比较。建国以来，国家对衢州的投资较多，因此国有经济比重较大，成为浙江省最大的化工基地。在 80 年代，衢州市政府习惯于计划经济体制的管理方式和发展模式，大力发展地方国有工业，忽视农村工业以及其它经济成分的重要地位。直到九十年代以后，尤其是近几年，市委、市政府才大力倡导在农村地区发展家庭来料加工。然而由于市场建设滞后、区域特色不明显，产业群发展相对落后。相比之下，义乌市的地方政府较早地以“决策者”和“市场建设者”的身份，推动商品经济发展。在 1982 年当时的义乌县委和县政府就明确提出“四个允许”，即允许农民进城经商、允许农民长途贩运、允许开放城乡集市贸易、允许多渠道竞争。这项政策的出台，极大地鼓励了义乌小商品的发展。此后，政府加强区域营销能力，争创下“中国小商品城”的称誉。同时，采取积极的市场干预措施、增强服务功能、规范市场行为、建设市场信用制度、完善基础设施，营造出良好的商业环境。正是由于规范的市场管理体系、公平透明的竞争环境和商品集聚优势，在不少很早就创建起来的专业市场出现衰退的情况下（如温州早期的十大专业市场），义乌商品市场仍然呈现良好的增长趋势。

3.2 主要职能

地方政府的主要职能是建造适合创业、创新的地方制度环境，建立相关的非正式职能部门为产业发展提供，并把犹如散兵的单个企业和各种机构有效地联系起来，从而增强产业群的整体优势。具体来说，地方政府主要致力于地方制度创新、制定产业区位政策、重建专业市场、建设信用体系、开展区域营销以及组建协会、技术中心等中介服务机构等。由于各级地方政府的能力强弱不同，在行使这些经济职能的力度和方式方面存在着差异，并进而影响到产业群的发展。

3.2.1 制度创新

制度创新深刻影响着长三角和珠三角产业群的发展路径。尽管两地的制度创新主要是在民间力量的作用下不断推进，属于自下而上型（诱致型），但是不容忽视的是，由于地方政府具有独立的行为目标和行为模式，从而在向市场经济的渐进过渡中扮演着主动谋取潜在制度净收益的“第一行动集团”的角色（杨瑞龙，1998）。毋庸置疑，两大三角洲中，浙江省温台地区一直是制度创新的核心地区，从家庭工场的兴起到合伙制、股份合作制的出现，从第一家私人钱庄的开业到第一座“农民镇”的创建，在全国范围内曾引进巨大的震动与争议。对于“草根层”的非合法化制度创新，省、市县和乡镇三级地方政府通常采取不同的态度。乡镇政府以实用主义的原则，对预期将有利于地方经济发展的制度创新给以支持。市县一级政府以保护主义为主，对已经产生具有明显经济绩效的制度创新给予保护。省政府则因势而度，在中央政策宽松时期，对产生经济绩效、但尚未合法化的制度创新，采取默认和观望的态度，甚至也积极支持；相反，当中央政府态度强硬时，省政府通常不得不采取必要的打击、压制办法。

地方政府主要通过以下三个方面影响民间制度创新。首先，地方政府的某些重要人物直接参与民间制度创新。例如，1956 年，在农村实行合作化政策，发展集体经济时，永嘉县则私下采取“包产到户”，而发动者即是县委副书记和县农工部干事。温州第一家私人钱庄也是在地方官员的促成下建立起来的。甚至个别由省委派来“治乱”的政府官员，在对温州当地经济发展的现实情况进行调研之后，也主动支持这些非合法化的制度创新，并由此加快了民营经济的飞速发展。

其次，制定地方性行政法规，确立自主型制度创新的地方合法性，从而营造了创业创新氛围。民间制度创新虽然活跃了农村经济，但这些经济活动基本处于地下状态，其发展潜力也很有限。而一旦制度创新得到地方政府的支持，就能被激活并得以扩散。地方政府通常采取以下途径鼓励自发的制度创新：先做不说，做了再说（如温州模式曾一度被批为私有化的典型，浙江省组织专家把温州模式论证为带有公有性质的“股份合作制”模式而躲过了劫难）（洪银兴，1997），通过领导指示或题词，或“先养儿子，再领结婚证”，即通过提高经济实力，下级政府增强与上级政府讨价还价的能力，从而导致新的政治、经济合约得以重建的可能性增加（杨瑞龙，1998）。也就是说，地方政府在促使民间制度创新的最终结果正式制度化方面担负着重要的作用。例如，自 1987 年开始，温州市政府陆续出台了一些地方性行政法规（见表 5—1），营造了极其宽松的政策环境。尤其在其他地方限制甚至禁止私营企业时，温州则相继制度了有关个体挂户经营、私营企业和股份合作制的 3 个法规，并实行了降低市场准入门槛的“企业注册登记制”。这从制度上有力地保护了民间投资的合法性，促进了民营企业的快速发展。到 1988 年，温州的民营企业注册户比上年增加了 3 倍左右。

表 5—1 温州市民营经济发展的地方性政策法规

时 间	内 容
1987 年 2 月	温州市乡镇企业管理暂行规定 温州市关于深化工业企业改革增强企业活力的若干规定
1987 年 3 月	温州市劳务市场管理暂行办法
1987 年 6 月	温州市关于鼓励在龙湾出口工业区投资的优惠规定
1987 年 8 月	温州市挂户经营管理暂行规定
1987 年 9 月	温州市利率改革试行方案
1987 年 10 月	温州市私人企业管理暂行办法
1987 年 11 月	关于农村股份合作企业若干问题的暂行规定
1988 年 8 月	关于私营企业和股份合作企业若干问题的通知
1989 年 11 月	关于股份合作企业规范化若干问题的通知
1990 年 6 月	批转关于股份合作企业若干政策规定的报告的通知
1992 年 12 月	关于大力发展股份合作企业的规定
1994 年	率先在全国地市中颁布《温州质量立市实施办法》
1998 年	推出新规定，产品获得“中国驰名商标”称号的企业，给予重奖 100 万元

资料来源：张仁寿，温州模式：企业、市场与政府职能的新变化，浙江学刊，1994.3.21—28，经整理。

从 80 年代初，浙江省委、省政府在了解全省个体、私营经济发展状况的基础上，先后采取了相应的重要举措，从正式制度上保证了这类所有制经济的健康发展，从而促进了全省各地产业群的出现和发展。表 5—2 列举了 80 年代以来，浙江省委、省政府出台的旨在推动产业群发展的部分地方政策。

第三，地方政府积极推动管理体制创新。在推进民间制度创新合法化和引导产业群快速发展的同

时，地方政府也发动了自身管理体制的创新。政府管理体制创新的目的在于提高政府调控水平和效率，为地方经济的发展创造更好的软环境。这种创新是自省政府到乡镇政府的“自上而下”式逐级推进。近年来，长三角和珠三角都对政府职能重新清理、撤并、精简，大量地废止过滥的审批事项，科学设置审批职能，规范事权，实施权力运行“阳光工程”，并取得了良好的初步成效。以项目审批数量来说，2000 年以来，仅浙江省直机关 50 个部门共减少审批、审核、核准事项 1277 项，其中审批事项 869 项，减幅 58%，各市县的削减比例也都达到或超过省委、省政府确定的削减总事项和削减原有审批事项各三分之一的目标。

在中国特定历史时期、特定的社会制度下，地方制度创新通常与意识形态问题交织起来，导致其合法化过程往往以某些政府要员的仕途为代价。制度创新之所以能在艰难中缓慢推进，正是由于长三角和珠三角地方政府内部集中了一些地方精英，他们既具有首创精神，又具备一定的文化素养。很显然，没有这样的地方政治家，制度创新很难带来如此显著的经济绩效。

表 5-2 浙江省关于发展个体、私营经济的重要举措

时 间	重 要 举 措
1981 年 7 月	省委、省政府颁布《关于发展农村多种经营若干问题的通知》，提出发展多种经营，要发挥集体和个人两个积极性
1985 年 1 月	省长在全省家庭工业座谈会上，要求各级、各部门的干部破除偏见，从战略上重视家庭工业和联办企业的发展
1985 年	省人大颁布《浙江省保护农村专业户合法权益的暂行规定》 年底，全省个体劳动者首次代表大会召开
1989 年 1 月	省委领导在与温州市党政领导座谈时明确肯定，温州试验区的改革实验成效是显著的，方向是正确的
1991 年 1 月	省委、省政府颁布《关于加强城乡个体工商户和私营企业管理的通知》，对私营经济实行“允许存在，适当发展，兴利除，加强引导和管理”的原则
1992 年 12 月	省委在全省个体劳动者第二次代表大会和全省私营企业第一次代表大会上，提出不要死抠各种经济成分的比例，经济不发达地区，要放手发展个体、私营经济，使之成为当地经济的重要增长点。
1993 年 4 月	省委、省政府颁布《关于促进个体、私营经济健康发展的通知》，提出除国家法律法规明文禁止个私营经济的行业 and 商品外，均允许个体工商户、私营企业依法开业和经营
1998 年 1 月	省委、省政府颁布《关于大力发展个体私营等非公有制经济的通知》，提出放手发展个体、私营等非公有制经济，提高非公有制经济增长的质量，为非公有制经济创造公平竞争的环境。
1998 年	省委明确提出，放手发展非公有制经济，对私营企业主“经济上给实惠，政治上给地位，社会上给荣誉”。
2000 年	省长果断拍板，选择私营企业主当省劳模。

资料来源：方民生等著，浙江制度变迁与成长轨迹，浙江人民出版社，2000 年，有补充。

3.2.2 制定产业区位政策

长三角和珠三角各级地方政府在经过诸多发展挫折和恶性竞争之后，基本都充分认识到本地区在发展经济过程中，应该在本地产业传统和资源优势的基础上，推行“一乡一品”、“一村一品”的产业政策，由此不仅推动着大量特色产业群的兴起，完成了资本的原始积累，为产业升级和地区发展积累

了一定的资金，而且在地市县甚至全省范围内形成了一个规模空前的集群生态群落。

产业群发展初期，普遍具有“（效率）低、（规模）小、（分布）散”的特点。这种经营模式在产业群发展初期具有启动资金少、生产和管理方便等优势。然而，随着产业群的发展，它逐渐不适应农村社会经济进一步发展的需要，并且产生了一系列的社会经济问题。一方面，空间上过于分散，造成土地资源浪费，企业扩大规模、技术改进受到限制。尤其长三角和珠三角普遍存在人多地少的问题，在国家实施新的“土地法”之后，单个企业扩大用地规模的难度增加。另一方面，家庭既作为生产场所，又作为居住地，不仅不利于提高生产效率、为产业群树立良好的整体形象，而且还造成生产与生活之间发生矛盾，在很多地区这种矛盾冲突日益尖锐。

在这种形势下，各级政府围绕当地已具有一定发展规模和层次、形成了特色优势的工业产品，从改善投资环境入手，以促进企业技术改造、规模扩张和空间集聚为目的，建设依托城镇特色工业园区（刘亭，2000）。通常，地方政府组织成立专门的园区工作领导小组，负责园区的规划和决策，通过社会、集体和企业（个人）三方集资，成立园区股份有限公司，实行业主开发制，负责园区的日常管理。地方政府作为园区发展的长期规划者，不仅为入园企业提供完善的基础设施和服务，还在土地价格、税费减免、融资、技术创新等方面实施一系列的优惠政策。在一些地区，特色工业园区的建设成为产业群掀起了二次创业的高潮，促进了区域竞争力的提高。

由于很多产业群涉及周边几个乡镇，人为的行政设置阻碍了各乡镇之间的要素流动及合理分工与协作。因此，有些地方政府在遵循产业群发展实际状况的基础上，开始对城镇体系重新规划，以适应产业群发展的客观需要。例如诸暨市原店口镇与原湄池镇都以五金制造为主，两镇在地域上相邻，经济发展水平相当，两镇的企业之间的产业联系客观存在，但产业发展越来越受到行政体制的阻碍。在这种情况下，诸暨市政府决定将两镇合并，创立“中国南方五金城”，增强地方产业群的竞争优势。新店口镇建立之后，尤其更能有效且合理地重新调整产业空间布局。此外，南通通州市家纺产业集群由于地处通州和海门两市交界处，同业恶性竞争十分严重，以致政府在无法更改行政区划情况下，只得严格约束两地的经营范围，通州只能经营家纺的半成品，海门则只能经营家纺成品。

3.2.3 重建专业市场，建设信用体系

早期的专业市场多半是农民自发兴起的，地方政府的参与程度非常有限。自从 80 年代后期开始，原有的市场在基础设施和实际功能已经与产业群的发展方向不相适应，鉴此，各级地方政府积极扩建或新建商品市场或各类专业市场。地方政府建设专业市场还受到另外两个因素的驱动。第一，地方政府充分认识到商品市场和专业市场能够有效地推动地方产业群的发展。第二，专业市场成为地方财政收入的重要来源。

由于新建或扩建的专业市场的交易和服务系统涉及面广，不少地方政府建立并不断完善市场管理体制，联合工商行政、财税、金融、商业、交通、邮电通讯以及公安等管理部门，组成市场管理机构，确保管理体制的有效实施。商品市场和专业市场的建设在浙江已发展成为政府政策引导、管理部门参与和市场开发商具体操作的社会系统工程（刘吉瑞，1996）。

同类企业集聚通常会造成过度的低价竞争、相互模仿，从而最终导致假冒伪劣商品充斥市场，区域形象大受损伤。各地产业群都不同程度地经历过类似的情况，而以温州低压电器和皮鞋制造两大产

业的造假事件在全国引起的负面影响最大。因此，自 90 年代中后期，各级地方政府开始采取一系列措施着力于规范市场行为、提高产品质量、建立地方信誉。这实际上也是地方产业集群发展到一定阶段，产业转型和升级的内在需要。

3.2.4 开展区域营销

尽管专业市场把产业群和区外客户或最终消费者建立起稳定的贸易关系，然而由于产业群大多数是在没有工业基础的农村地区发展起来的，区域的知名度小，产品质量的可信度差。此外，产业群内的中小企业多数没有创建品牌、加强产品对外宣传的能力。这些因素不仅使小企业处于不平等的竞争环境、受制于区内外少数大企业或中间商，还成为产业群发展的制约因素。

在对两地产业群的调研中发现，多数地方政府采取区域营销策略，努力为企业疏通市场渠道，扩大产业群在全国的知名度，推动产业群的有效发展。地方政府的区域营销方式有多种，如获得国家有关部委赋予区域的特定荣誉（如“南方五金城”、“中国袜业之乡”、“21 世纪世界领带之都”、“中国小商品市场”、“中国塑料城”等），举办全国性的产品博览会、各种贸易洽谈会、招商引资会，邀请全国知名人士为产业群题字或出席博览会，加强对外宣传等。地方政府实际上成了企业的“经纪人”和代理人（洪银兴，1997）。实施有效的区域营销策略已经成为产业群的成功发展经验。

3.2.5 组建协会、技术中心等中介服务机构

产业群的成功经验表明，为企业提供技术、信息等配套服务的中介机构是提高产业群绩效的关键因素。很多发达国家的产业群内部都具有在市场机制下自发形成的各种中介服务机构，中央和地方政府有时也成为这些机构的组织成员。相对于珠三角和苏南、浙北等地，温州地区，各种功能类似于中介服务机构的民间组织（例如各种“会”）不但发展较早，也比较成熟。在这种条件下，其它地区很多地方政府都主动出面，创建企业协会和企业家协会等，政府官员以协会负责人的身份组织开展各项活动。正因此，中介服务机构或多或少地带有行政色彩，企业多数把这类机构看作是政府所属的行政机关。就目前来看，这些机构在企业中的影响力还不小，不能真正把企业组织起来，形成一种核心力量。而且多数出现这种情况，即协会没有把真正需要各项服务的广大中小企业组织起来，而协会中规模较大的重要会员企业往往又倾向于“孤军作战”。然而随着企业自身的发展，对这种机构的深入认识以及机构自身功能的不断完善，必然会摆脱其行政身份，成为企业真正需要的自治组织。在实地调研中，广佛地区、苏南、苏中和浙北地区都普遍存在这种问题，地方政府为此也十分挠头。

此外，地方政府逐渐增强可持续发展的理念，基于环境保护方面的考虑，很多地区不发展污染型工业。对于轻纺工业中产生污染较多的环节，除了从这类企业总体数量、排放量上严格控制之外，还要求企业采取污染处理措施，并规定了这类企业的基本区位，避免危害社区居民的日常生活。

4 小结

4.1 本章小结

随着行政性分权改革战略和“分灶吃饭”财政体制的实施，地方政府被赋予了前所未有的经济权力，拥有了较大的资源配置权，在推动地方经济增长方面发挥着越来越重要的作用。这促使地方政府

加强对地方发展的积极干预。地方产业群因为企业规模小、经营的短期行为和盲目性以及能力有限等局限而产生了公共政策需求，这也提高了地方政府的参与程度。总体来看，在不同的历史时期，两地各个地方政府的干预能力、干预程度和范围都存在着明显的差异。不过，为民间制度创新营造相对宽松的政策环境是所有地方政府都有的一项职能，这也是促使制度创新得以存活并增强经济活力的重要原因。这在远离区域经济中心的温台地区表现得尤为明显，而温州制度创新成果在长三角大范围内的扩散，大大节省了其它地区的创新成本。近些年来，地方政府普遍加强了服务和宏观调控职能，致力于建设专业市场、制定产业区位政策、筹建中介服务体系、积极开展区域营销等，并取得了较好的成效。地方政府能采取有效的干预手段，其根本原因在于政府机构内部集中了一批具有创新精神的知识分子。然而由于现行金融管理制度的原因，民营中小企业普遍存在资金缺乏、融资困难的问题，地方政府尤其是乡镇政府在这方面往往无能为力。

在两地产业群的未来发展中，尤其是中国入世以来，各级地方政府将面临着新一轮的机构改革，提高政府人员的素质，熟知国际规范，是地方政府为产业群发展提供更优质服务的根本保证。同时，如何建立有效的机制从而保证基层政府人员流动与地方经济长期发展目标的一致性，直接决定着产业群发展的后续力量。此外，入世以来，各地区在吸引外资方面展开了激烈竞争，创造良好的政策软环境将成为增加区位优势的重要因素，这也更需要地方政府进一步完善其服务功能。

4.2 前三章小结

第三、四、五章分别探讨了社会网络、地方企业家和地方政府在长三角和珠三角地方经济发展过程中的作用机制。实际上，这三个要素并不是孤立地发挥作用的。社会网络作为社会资本、企业家作为人力资源、地方政府具有“经济人”的特性，同时又作为地方权威，三者共同推动了产业群的形成、发展及演变。但是，在特定的产业群发展过程中，不同的历史时期，三者之间的组合关系可能存在着很大的差异。例如，在温台等产业基础薄弱、远离地区经济中心的产业群发展之初，社会网络将数以万计的专业购销员和家庭工场密切的联系起来，组成庞大的产业网络，形成“前店后厂”式的发展模式。先期的购销员充当了企业家的角色，他们往往是地方社区中具有强烈的冒险精神和吃苦耐劳精神的人，正是他们开拓出巨大的产品市场，促进了家庭工场的繁衍。此时的地方政府基本上处于“无为”状态。产业群进入扩张时期，一小批具有突出创新个性的企业家迅速成长起来，并促进了企业规模结构的分化。市场竞争的加剧，导致了对市场规范及各项基础设施的迫切需求，也促进地方政府被动采取相应的干预措施。社会网络的作用受到市场机制的冲击越来越大。当产业群步入稳定成长期，产业群面临国际市场的强大竞争压力，产品质量提升和技术、管理创新更加强了企业家的作用。地方政府营造的创新环境不仅有利于增加地方创新能力，还成为提升地方区位优势、吸引外资的重要因素。社会网络在促进地区创新扩散、维持产业网络方面仍具有积极的意义，但是很显然，只有在市场机制作用下的社会关系才是最为有效的。此外，在不同地区，由于历史基础和现实条件的差异，这三要素组合形式的差异也较明显。后进地区更多的依靠地方政府的直接干预（而政府的干预能力通常很有限），企业家的数量少，创新能力有限，素质相对较低，而在发达地区的企业家发挥着很强的龙头作用，地方政府的效能也更强。总体来看，这三个要素在不同的时空条件下具有不同的组合形式，其结果必然导致不同地域的产业群具有各自独特的成长轨迹和发展潜力。

两地地方产业群已经或正在形成比较完善的企业分工与协作网络，这是产生外部经济和集体效应的基础，也因此使得产业群具有强劲的生态群落优势。然而，与其它发展中国家一样，许多地方产业群也存在着这样的突出问题，即在集群内部，产品最终生产商与专业供货商之间的交易成本过高。需要指明的是，发展中国家产业群的研究结果表明，专业供货商的数量有限、产品质量档次低、服务不可靠等因素增加了交易费用，这也是导致企业以垂直一体化的方式作为避免这类问题的有效手段。此外一点就是发展外贸业务对企业形象的需求，也促使了集群中产业的垂直一体化。同其它发展中国家一样，两地很多产业群的“机构稠密性”缺乏，地方支持性机构(例如协会、技术培训机构等)发展滞后，且作用不大，这是与发达国家典型产业群明显的差异。

正如学者们认为的那样，发展中国家尤其是东亚地区产业群的发展与政府支持密切相关。长三角和珠三角产业群的发展经验表明，其产生和发展一样也离不开地方政府提供的各项服务。除了同其它国家一样通过产业政策倾斜和建立各种中介服务机构等手段之外，地方政府在区域营销上发挥着重要的作用，然而，由于对民营企业尤其是对传统产业中的民营企业、小企业的忽略，地方政府的金融支持力度有限，再加上民间资本市场尚未建立，集群企业基本上通过自我资本积累及利用社会关系筹集资金的渠道来排除资本“瓶颈”的障碍。

中国入世之后，国内外市场的贸易壁垒逐渐削弱，外资流入量更大，技术转移更方便，这些因素对内生型产业群来说都是新的机遇。华侨作为具有特殊身份的外商和社会网络成员，在促进外资企业本土化、增强技术转移方面，能发挥其他外商所无法比及的作用，从而对内生型产业群的再度兴盛具有至关重要的意义。具体来说，他们一方面作为“外国人”，保持着与国外广泛的社会联系网络，另一方面又是或多或少地具有地方“根植性”的“乡亲”，两种身份集于一身，便于把内生型产业群同国外其它国家和地区更紧密地联系起来。

事实上，时至今日在长三角和珠三角几乎所有地方产业集群都具有地方—全球联系的重要特征。同其它发展中国家产业群一样，虽然两地产业群在发展初期大多定位于国内消费市场，但 20 世纪 90 年代中后期不断增加的出口贸易已经将产业群与全球市场联结起来，经济外向性的特征更加明显。出口贸易的发展在推动着地方产业升级与技术改造的同时，也增加了地方产业群对国外中间商的依赖程度，而且对国外的技术依存性也随之上升。这一方面是由于国内机械制造业技术水平相对落后，而且机械制造的发展忽视了传统产业的实际需求，造成两者严重脱节；另一方面则是由于国内产品设计人才资源稀缺，导致地方设计水平落后。然而，由于本地出现一批具有创新能力的制造企业，尤其是一些机械制造商的出现以及与产品生产商的密切合作，增强了地方创新能力。此外多年来积累了相当丰富的生产经验，地方生产水平达到甚至超过发达国家，少数龙头企业主动采取相应的发展战略积极开展跨国经营。这些都在增加地方与全球联系的同时，力图避免了对外的严重依赖。这也就有别于很多发展中国家所走的“下层道路”，而把发达国家以柔性专业化、创新和质量竞争为特征的“高架道路”与以低成本、低价格竞争的“下层道路”结合起来。大规模的外商投资受到业已形成且不断完善的地方生产网络的驱动，在当地创建工厂的动力并不仅仅是利用本地低廉的土地和劳动力资源要素，更在于利用地方相对完善的生产配套条件和较强的创新潜能。因此，这些外来分厂自开始就具有相对较高的地方化特征，与地方企业的联系较强。

然而，各个产业群也将面临严峻的挑战。各地区为吸引外资进入，相互之间必然会展开激烈的竞

争。在对外资企业实行统一的“国民待遇”之后，增强地方吸引外资的能力关键取决于地方政府营造良好的地方环境，包括宽松的制度环境、完备的基础设施和高效的服务体系。从产业群内部来看，外资带来的挑战是多方面的。其一，由于具有设计与生产的核心能力、先进的管理方式和吸引本土优秀人才的实力，再加上可以利用本地生产的比较优势，国外企业的优势比国内企业突出得多；其二，外资的进入可能会对原有的地方网络造成强烈的冲击。具体来说，地方企业对外来资本和技术的需求促使他们加快与外商合作，这就可能出现地方企业之间为争夺这些机遇而使原有的合作关系遭到破坏的现象；其三，出口配额制的部分取消，并不意味着贸易壁垒的消失。发达国家和地区还会继续采取技术性措施限制我国出口贸易的发展。从目前各产业群产品的竞争力来看，中低档的产品在国际市场上的影响力较强，高档产品则处于不利的竞争地位。因此，通过激励地方企业家的创新精神、提高企业家的经营管理素质、增强地方产学研合作的深度，来提高企业自身的创新能力，显得尤为迫切而且非常必要。因此，企业家的示范和龙头作用更加重要。地方政府负有更多的责任营造地方创新环境，在引进人才、培育地方经理人市场等方面加快制度创新的力度。社会网络仍然可以为地方行为主体之间的相互作用提供必要的信任和联系通道。中小企业尤其更需要加强合作，通过组建各种类型的联合体，抢占市场，增强竞争力。

第六章 全球价值链下地方产业发展—东莞之路

1 研究背景

1.1 东莞奇迹

东莞从1978年改革开放时只有7亿多元工农业总产值的农业大县发展成为我国重要的制造业出口基地，创造了奇迹。2004年全市国内生产总值达到1155.3亿元，工业总产值3065.88亿元，全年进出口总额645.18亿美元，其中出口351.92亿美元，合同规定外商投资额41.32亿美元，实际利用外资30.34亿美元。东莞奇迹受到了国内各界的重视，也获得了世界的关注。

东莞充分利用了国际产业转移的有利时机。凭借临近香港的地理优势，在上个世纪80年代早期，东莞通过发展以“三来一补”为主的加工贸易，成功承接了港台的服装、制鞋、家具等传统制造业的转移，成为我国重要的外向型出口加工基地，实现了由农业向制造业基地的转变。到90年代，台湾劳动力成本的上涨，电脑资讯制造业开始向大陆转移，东莞再次成功地承接了这一次的产业转移，成为国际上著名的电脑制造业基地以及电子产业全球生产网络的重要组成部分。

过去二十多年，东莞依靠外力形成了众多产业集群。凭借这些产业集群，东莞成为世界制造业基地之一。产业集群是东莞经济的特色和招商引资的优势，也是现有外资企业在要素成本逐渐上涨时继续留在东莞的要因。在石碣、石龙、清溪及长安四镇的电子产业、大朗镇和虎门镇的服装产业、厚街镇和大岭山镇的家具产业、长安镇的五金模具产业等领域中，通过专业化中小企业的集聚，获得了降低成本的显著经济效益，在出口创汇方面发挥了巨大的作用。还有很多企业的区位是散布的。如在玩具企业在东莞各镇都有分布，但从全国和广东省来看，玩具产业高度集中于东莞的格局也很显著。

东莞的产业升级迫在眉睫。竞争力的基础是生产力的增加、灵敏应对迅速变化的需求和不断进行技术创新。东莞企业大多处于低附加值的加工制造环节，而高附加值的设计、研发和营销等环节非常薄弱。大部分是劳动密集型、粗放型的，处于国际垂直分工的下游或末端，获得知识和技术扩散较少，只能分得国际市场微薄的利润份额。参与跨国生产和流通活动为企业提供了学习的机会，但依靠特定商品的出口，并不等于登上竞争力增长的自动扶梯。在越来越激烈的全球经济竞争中，东莞原有比较优势逐渐弱化，外向型产业集群面临着严峻的挑战。

在东莞市第十一次党代会上，市委提出了“一城三创五争先”的发展战略和工作思路。其核心在于“三创”，即技术创新模式、创新发展环境、创新发展能力。科技兴市、提高技术创新能力，是增强东莞经济竞争力的必然选择。最近，东莞市适时地提出了“科技东莞”的战略设想，这就是以科技为本，全面提高东莞城市的竞争力。

时至今日，东莞工业发展已不能局限于硬件基础设施投入和土地经营上，而必须从全球视角出发，根据各个产业的全球价值链运行的特点，与本地产业发展的独特优势相结合，有效运用多种政策工具，实现产业集群升级。企业创新能力的提升，通常是区域和城市的创新网络环境中，企业在本地进行协作与交流，并通过跨国跨地区的生产联系和科技合作而实现的。要充分利用本地产业的集聚优势，通过促进本地企业之间，本地企业与跨国公司之间的有效联系，从而促进地方产业的整合与分工深化，提高地方产业的整体竞争力和创新学习能力。

1.2 东莞产业外源性发展特征

1.2.1 东莞工业的外源型特征

改革开放以来，凭着近邻香港和深圳的优势，以及廉价劳动力、土地资源和优惠政策，东莞成为外商在华投资的热点。这里制造厂商云集，国际知名的跨国企业，如杜邦、诺基亚、三星、雀巢，以及国内著名企业方正等，都纷纷在此设立制造工厂。全东莞市 33 个镇，镇镇有制造。鉴于东莞本地原有工业水平相当落后，东莞制造工厂都是改革开放以后随外资进入而逐步发展起来的，产品以外销为主，是名副其实的全球制造业基地。

东莞外资企业（包括三来一补企业）彼此间的本地产业联系形成了东莞产业集群的基础。外商投资在促进东莞地方产业集群形成的同时，已将其纳入国际劳动分工当中。港台地区在二战后作为发达国家企业的下承包生产地，形成以中小企业占主导地位、劳动密集型轻型制造业（服装制造、电子、塑料、玩具等）为主的结构，但 70 年代末都面临着劳动力和土地价格飞涨、成本不断上升、国际竞争力不断下降的困境。改革开放后，东莞迅速发展成香港和台湾制造业的加工厂。从总体来看，东莞的海外直接投资以港澳台资本为主，投资领域呈现出不断扩大的趋势，投资所带动了迅速的工业化与城市化。具体来看：东莞在外商直接投资方面在广东省位居前列，2003 年实际利用外资 27.66 亿美元，在广东省仅次于深圳和广州，与第 2 位的广州相差很小。如图 6—1。外商直接投资，特别是港资和台资在东莞经济中起着支配地位。

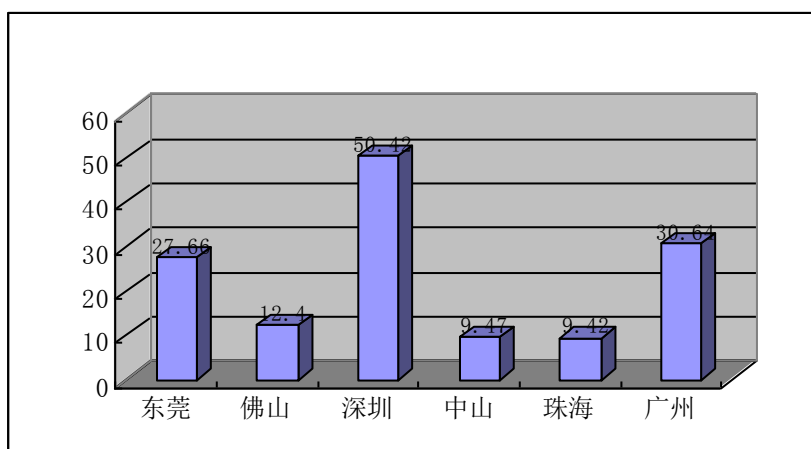


图 6—1 2003 年实际利用外资珠三角六城市比较(亿美元)

与广东省整体平均水平相比，东莞的外向型经济也非常明显。2003 年东莞占广东全省 GDP 比重的 7%，而外商直接投资占整个广东省的 15%，大大超出了国内生产总值在全省的比重。

在外商直接投资的来源结构上，来自香港和台湾的外资，尤其是港资，在东莞外商投资中占据绝对支配地位，证明了香港与东莞在经济上的密切联系，如图 6—2。

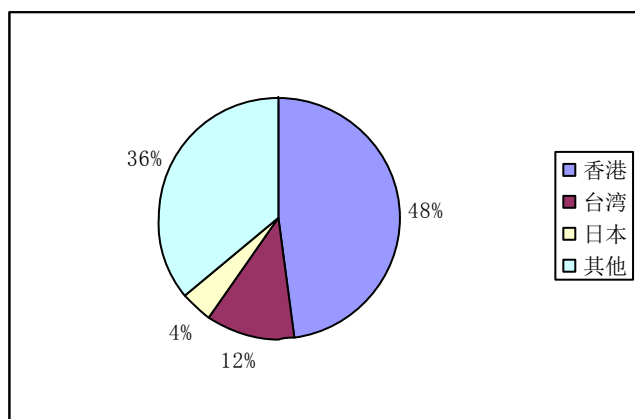


图 6-2 2003 年东莞市实际利用外资比重

在电子信息、家具、毛纺织和服装等专业镇的形成过程中，可以清晰地看到东莞工业经济的外源型特征。

20 世纪 80 年代，香港的消费电子企业，如电风扇、吸尘器、收音机制造企业为了降低生产成本，在东莞设立来料加工厂，成为东莞电子信息产业的第一波发展浪潮。20 世纪 90 年代开始，台湾的电子企业（台式电脑及其它产品）开始大规模到东莞投资设厂，形成一种台湾接单、东莞生产的出口加工贸易模式，在台资企业的带动下，日本、韩国以及我国其它地方的电子企业也开始在东莞设厂生产。因为电子通讯产品需要的零配件很多，而且需要快速地面对国际市场波动，在台湾电子产品系统厂商到东莞投资设厂之后，大量的协力厂商也在其附近设厂，这样，虽然电子信息产业在全市 32 个镇都有分布，在系统电子厂商较多的镇具有明显的空间集聚特征，其中以石龙、石碣和清溪三镇最为突出。

长安镇的五金机械模具行业源于上个世纪 80 年代初的招商引资。在珠三角地区，制造业发展迅猛，模具需求旺盛，并且逐渐向高端发展。特别是家电、电子、汽车制造业、玩具、皮革鞋业等行业需要大量的模具。在长安镇，最开始由于市场带动，金属加工厂和五金厂等遍地开花，并带动了销售金属加工的机械与五金店的发展。2000 年前后，本地、珠三角乃至国内的许多五金模具企业进入长安。甚至德国、美国、日本等模具大国的境外大公司也到东莞设立模具加工基地。在长安形成“广东省五金机械模具专业镇”。

在厚街镇，历史上有做家具的传统，改革开放后，少数私营企业主看准国内市场需求从家庭作坊开始制造经营家具，20 世纪 80 年代以来大批香港家具企业迫于成本压力将生产转移至此，90 年代后众多台资企业的迁移，家具业迅速发展起来，形成目前的民营、港资、台资三分天下之势，共有各类家具制造企业 450 多家，产值达 80 亿元，家具从业人员达到 10 万人，成为家具专业镇。厚街已经成为我国重要的中高档板式家具的生产基地。随着 1999 年以来每年两次的名家具展览的国际影响力的提升，吸引了越来越多的来自美国、加拿大、欧洲、中东、东南亚等地的国外采购商，跨国交易额占到总数的四成左右，尽管出口方式仍以 OEM 为主，厚街家具企业的管理、质量控制、制作工艺水平得到提高。

在大朗镇，1979 年第一家港资毛织厂建立，从事毛衣加工。大朗邻近香港的地理优势，便宜的土地和劳动力成本优势，以及与香港特殊的人脉联系，逐渐吸引了更多的港资毛织厂，许多农民开始进入港资毛织企业打工，成为熟练工人。第一代农民工逐渐学到了先进的技术和管理。由于毛织产业的设备投资不大，许多大朗人利用积累的资本和融资手段，很快自立门户，本地民营企业开始成为毛

织业的主力军，发展了毛绒市场及辅料市场，吸引了内蒙古、新疆、黑龙江等地的原料商，1995 年本地建成了广东毛织市场。

虎门服装产业是从简单的服装加工到贴牌生产而发展起来的。1978 年，全国第一家来料加工企业——太平手袋厂落户虎门。1986 年港商在虎门办起了织布厂，随后又有来料加工制衣厂，1993 年由镇政府扶持的富民商业大厦开业，服装销售得以集中进行。1995 年镇政府提出“服装兴镇”，1996 年虎门服装服饰行业协会成立。2000 年虎门镇确定了虎门服装要实现由“民牌”到品牌，由品牌到名牌，由国内名牌到国际名牌的“三级跳”目标。至此，虎门已经形成服装生产及销售的本地产业配套环境。

1.2.2 东莞市工业结构分析

东莞市工业结构分析如图 6—3。其中，“通讯设备、计算机及其他电子设备制造业”在东莞的工业中占有突出地位，其工业产值占整个工业总产值比重达 23%，其次是“电气机械及器材制造业”，占整个工业总产值的 6%，此外，如果将“纺织业”、“纺织服装和鞋、帽制造业”、“皮革、毛皮、羽绒及其制品业”这三类产业合并，则占工业总产值 8%。

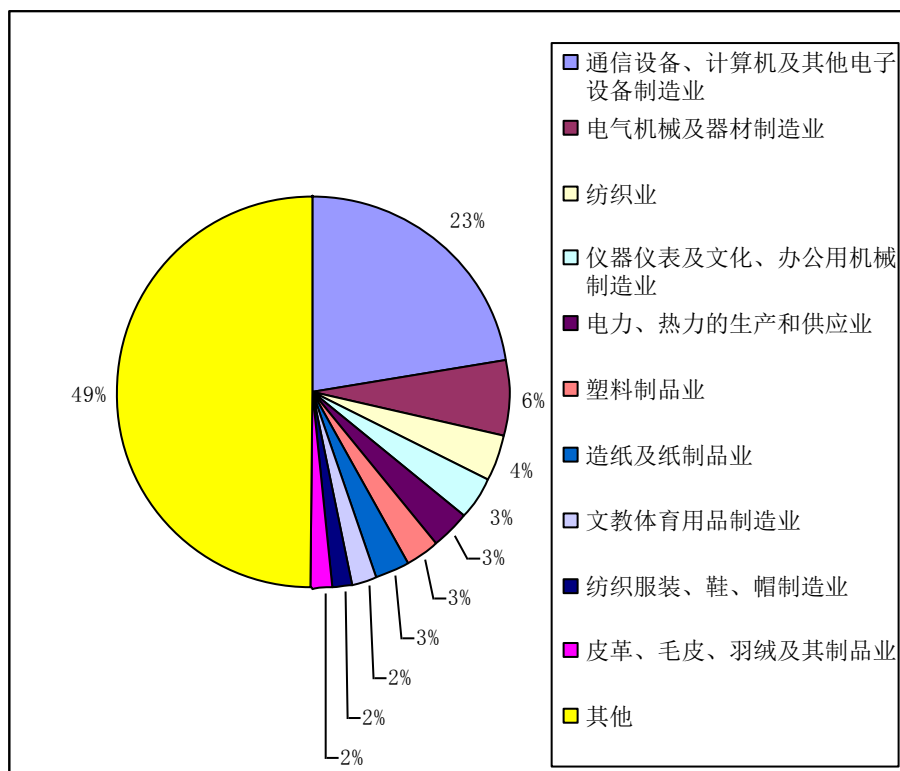


图 6—3 2003 年东莞市工业结构图

服装、制鞋等传统优势行业增长趋缓，产业转移迹象明显，电脑资讯硬件制造业迅速崛起。20 世纪 80 年代早期，家具、服装、制鞋等是东莞吸引外资，承接香港、台湾产业转移的第一波。到 90 年代中期以后，以计算机及其他资讯产品制造业取代服装、家具等传统制造业，形成东莞承接港台产业转移的第二波，如图 6—4，图 6—5。

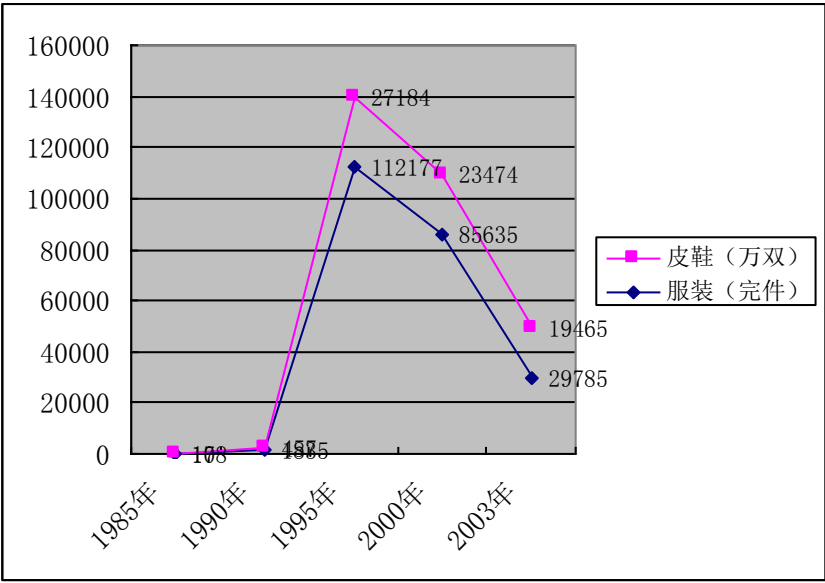


图 6—4 东莞市服装与皮鞋产量增长情况

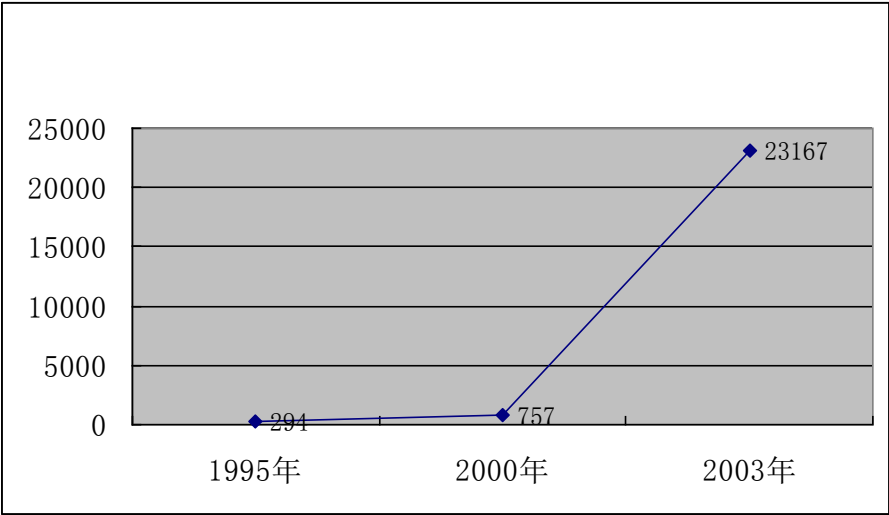


图 6—5 东莞市电子计算机外部设备产量增长情况

2 全球价值链理论基础

2.1 全球价值链的概念

全球价值链 (Global Value Chain), 或全球商品链 (Global Commodity Chain) 是指为实现商品价值而连接生产和销售等过程的全球性跨企业网络组织, 涉及到从原料采集和运输、半成品和成品的生产和分销, 直至最终消费者的整个过程, 包括所有生产者和生产活动的组织及其利润分配。当前, 散布于全球的、处于全球价值链上的企业进行着从设计、产品开发、生产制造、营销、出售、消费、售后服务、最后循环利用等各种增值活动⁵。越来越多的商品的生产过程被分解为不同的阶段,

⁵ 参见 United Nations Industrial Organization, 2002: Industrial Development Report 2002/2003. Overview. “Competing through innovation and learning”.

围绕某种商品的生产形成一种跨国、跨企业的生产组织体系，把各地不同规模的企业、机构，甚至家庭工业组织在一个一体化的生产网络之中。这使得原本局限于一国（地区）和一个企业内部完整的产业链被分割，并分散到世界的不同地区。

全球价值链主要从经济全球化下产业的组织层面（产业链条的全球组织）、空间层面（全球与地方）、产品和服务层面（链条各个环节如何切分）等角度来研究产业转移和海外直接投资等全球化下的经济现象。

2.2 全球价值链驱动的类型

全球价值链分为生产者驱动与购买者驱动两类。Gereffi (1994) 给出了全球价值链的生产者驱动与购买者驱动两种图示（图 6—6）。

生产者驱动（producer-driven），指由生产者投资来推动市场需求，形成地方生产供应链的垂直分工体系，投资者可以是拥有技术优势、谋求市场扩张的跨国公司，也可以是力图推动地方经济发展、建立自主工业体系的本国政府。跨国公司经由与世界市场运作的网络联系来销售产品，形成生产者主导的全球网络，通过转包合同组织全球生产（如汽车工业）；

购买者驱动（buyer-driven），指拥有强大品牌优势和国内销售渠道的发达国家企业通过全球采购和 OEM 生产组织起来的跨国商品流通网络，形成强大的市场需求，拉动那些奉行出口导向战略的发展中地区的工业化。大型零售商（如沃尔玛、麦德隆）、品牌授权公司（如耐克）和贸易公司（如伊藤忠），在不同的出口国建立分散的生产网络过程中发挥着关键的作用。产品由独立的第三世界工厂生产，成品严格遵循订户和设计产品的品牌公司提供的样品规格（Gereffi, 1994）。

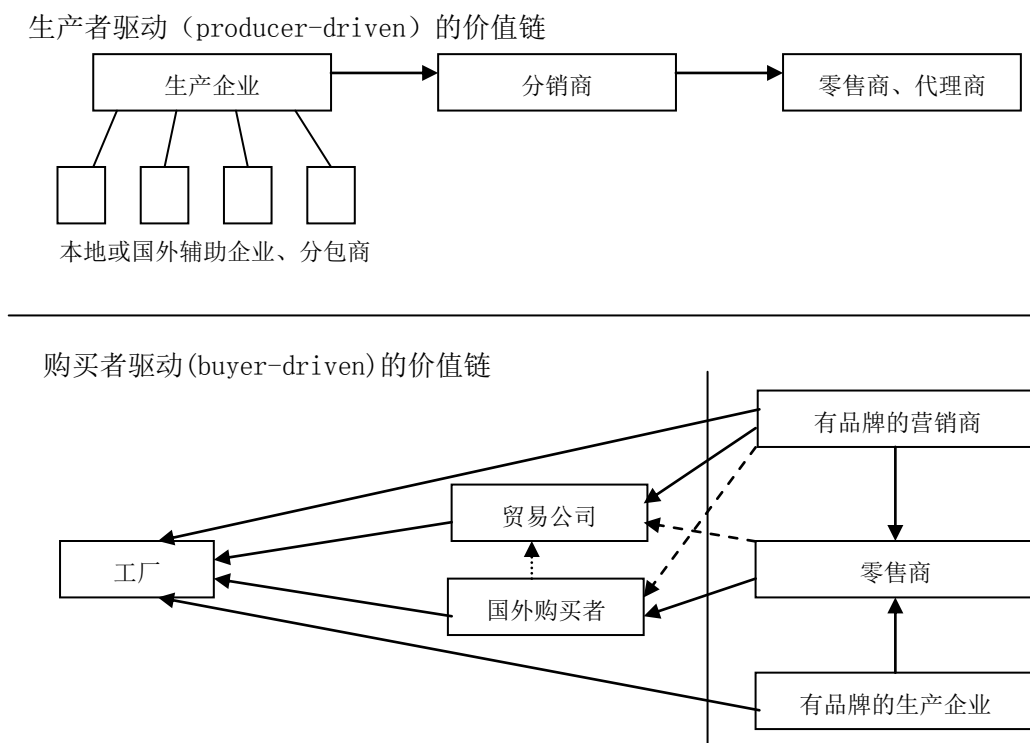


图 6-6 全球价值链驱动的模式

既然全球价值链从驱动力上主要分为生产者和采购者，那么两者驱动的全球价值链又有什么区别

呢？表 6-1 从全球价值链的动力根源、核心能力、进入障碍、产业分类等方面对此进行了比较研究。在比较研究中，根据东莞实地调研情况，将东莞主要产业集群作了归类（见表 6-1）。归类过程中，虽然电子信息产业从理论上来讲是一典型的混合型驱动模式，不过根据东莞电子信息产业的具体业态和台湾电子信息产业在全球的分工角色来看，其基本属于生产者驱动类型。

表 6-1 生产者驱动和采购者驱动的全球价值链特征比较

项目		生产者驱动的价值链	采购者驱动的价值链
全球价值链的特征	动力根源	产业资本，投资，大型跨国制造商	商业资本，贸易，发达国家的巨型零售商，有品牌的营销商和生产商
	核心能力	研究与发展；生产能力	设计；市场营销；品牌
	进入障碍	规模经济	范围经济
	产业分类	耐用消费品；中间商品；资本商品等	非耐用消费品
	制造企业的业主	跨国企业，主要位于发达国家	地方企业，主要在发展中国家
驱动者的实例		Intel、波音、丰田、海尔、格兰仕等	沃尔玛、耐克、戴尔、国美等
东莞的产业		电子信息、五金模具等	家具、纺织服装、制鞋、玩具、食品饮料等

资料来源：格雷菲(Gereffi, 1999)和张辉(2004)。

从全球价值链驱动力的区别来看，不同的价值链条应该有着不同的市场竞争规则。以产业资本为原动力的生产者驱动的全球价值链条更加强调的技术的研究与发展、生产工艺的不断改进、产品的不断更新、通过产业的垂直一体化来强化规模经济效应和加强基础设施等硬件的建设完善等方面内容；而以商业资本为原动力的购买者驱动的全球价值链则强调市场营销、拓展销售渠道获得范围经济、将制造业从产业链条中分离出去和加强信息等软环境的建设等方面内容。

2.3 全球价值链下产业升级

联合国工业发展组织认为，每个企业首先要加入全球价值链，根据自己的技术能力来寻找参与的位置，在价值链中的竞争可以为工业创新和学习打下基础，通过创新和学习来加强或提升自己在价值链中的地位，加快获得产业能力和产品市场。企业可以集中以下一个或多个方面，在价值链某个环节内或环节之间进行努力：

过程升级：提高投入产出效率，比对手更具有竞争力，在价值链的个别环节内，例如加速存货周转、减少废料，在价值链之间，例如加快贸易文件的处理；

产品升级：开发新产品、改善老产品，以比竞争对手更好的产品质量、更低的价格、更个性化的款式，以及更快的更新速度进行竞争；

功能升级：培育在全球价值链中更为主动的方式，包括更多地参与设计、营销，以及物流整合等；转向新的价值链，例如东莞地方产业中服装、鞋等传统产业逐步向电子信息等产业的转换。

表6-2显示了购买者驱动型全球价值链下地方产业集群的一般升级轨迹和升级过程中一些外在表现。对于生产者驱动的价值链来说，一方面，其产业升级路径与购买者驱动价值链的产业升级路径是基本相反的；另一方面，生产者驱动的价值链在升级过程中并没有削弱经济活动的实体部分，相反其

实际上是增强了经济活动的实体性。

表 6-2 购买者驱动型产业升级的一般轨迹

项目	工艺流程	产品	功能	链条
发展轨迹	↓ ————→ 产业升级的过程即地方经济活动中劳动、资本、技术等属性的变动过程			
实证	委托组装（OEA） ↓ 委托加工（OEM）	自主设计和加工（ODM）	自主品牌生产（OBM）	链条转换例如从收音机到手机等
经济活动中非实体性程度	————→ 随着附加价值不断提升，经济活动非实体性或产业空心化程度也不断提升			

2.4 地方企业升级的途径

在全球价值链中，地方企业升级的途径包括：

- ▶ 直接出口（Export）；
- ▶ 委托加工（贴牌）（Original Equipment Manufacturing）（OEM）；
- ▶ 自主设计及加工（Own Designing and Manufacturing）（ODM）；
- ▶ 自主品牌生产（Own Brand Manufacturing）（OBM）；
- ▶ 突破创新（Breakthrough innovation）。

随着国际经营条件的改变和国际产业环境的结构变化，很多企业从早期以原始设备制造 OEM 为主的经营形态，到近年以自主设计制造 ODM 为重心，向自有品牌制造 OBM 发展。OEM/ODM 的竞争基础已经不仅是低成本优势，而是包括多样化产品的设计能力、高的制造效率、高的生产弹性，以及全球交货的运筹能力等。图 6—7 表示前三种产业升级阶段的业务范围，图 6—8 指出其中由 OEM 向 OBM 攀升的方式。

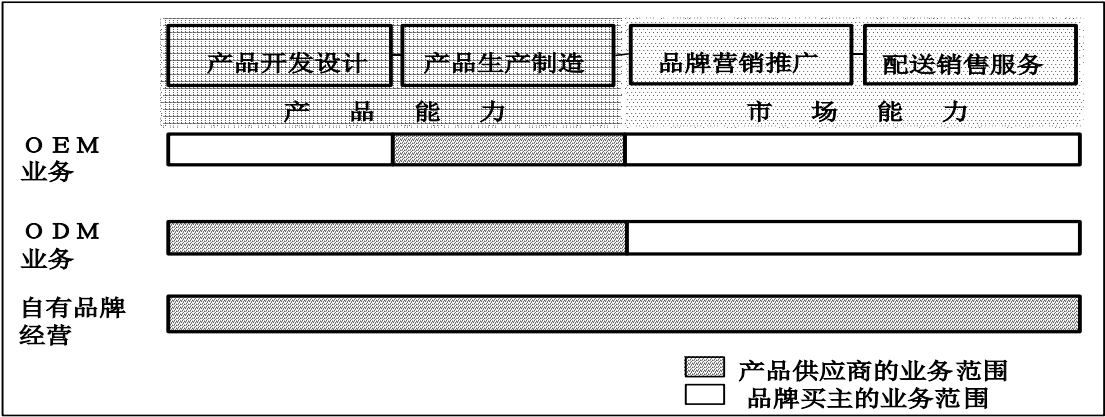


图6-7 OEM、ODM及OBM的区别与联系

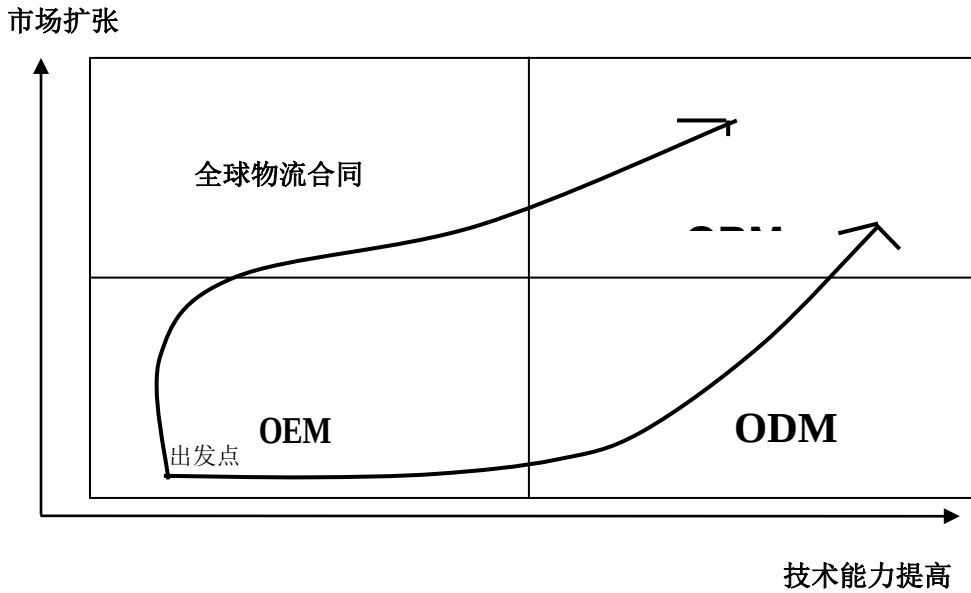


图 6-8 企业由 OEM 向 ODM 攀升的路径 (UNIDO Annual Report , 2002)

3 东莞产业需要沿全球价值链进行升级

3.1 东莞本地企业在全价值链中的定位

中国制造业已经成为世界分工体系中的重要组成部分，并以更快的速度和更大的规模全面地同全球产业融合，而跨国资本一般对地方发展缺乏长期责任感，由此已经带来了众多经济全球化下的负面影响。面对近二十多年来跨界外包和海外直接投资的快速发展，研究城市和区域经济的思路不得不作相应的改变，对于地方产业升级的问题，不能仅仅从地方产业集群内部、企业的本土战略和地区经济等微观层面来研究，而需要从全球经济正在经历的深刻变化来认识。从企业层面上看，企业的出口增加不完全取决于企业在本地的设计、生产和营销方面的努力，而取决于参与国际性的设计、生产和营销网络的程度。

东莞在参与全球化过程中，所承接的大多是纺织服装、玩具等产业，主要参与购买者驱动的全球价值链，在全球价值链条中处于底端。东莞的大部分企业处于直接出口和 OEM 阶段。东莞在全球价值链中的低端地位有以下表现：

占东莞工业最大份额的电子信息产业中以外资企业为主。这些外资企业只是将东莞作为生产加工基地，技术研发和市场营销等功能都放在东莞之外。研发和品牌营销活动由于进入门槛较高，不容易发生空间转移；而生产制造活动则很容易受到其它低成本区域的挑战。东莞电子产业的“分厂经济特征”，会制约其未来发展潜力。这些企业从国外进口原材料及零部件，经过加工后再出口到国外市场，形成一个比较封闭的系统。这样一种系统很难带动本地民营企业发展。加入 WTO 后，虽然允许本地民营企业拥有进出口权，但是有一定的规模限制，东莞的民营企业很少能达到这种要求，很难发展壮大。

纺织业已成为东莞市重要的产业部门之一。我国毛织产品同国际毛织品在生产成本上差距较大，具有一定的产品加工优势。但是，配额取消以后，进口国对纺织品服装的采购更加集中于某些国家、

地区甚至一些大企业。人权问题，劳工工资、福利待遇、劳动条件、劳动时间等，以及环保问题，清洁生产、绿色产品，企业诚信等等，制约企业发展的问題将更加突出⁶，国际纺织贸易的竞争将会更加激烈。因此，纺织服装业不论国内市场还是国外市场，靠走场规模扩张的低端道路已经接近了终点，普遍出现了市场竞争激烈、利润率下降、成长空间受限等的问题，进一步产业升级必然要在中高端市场，与国际知名品牌企业，展开正面竞争。

羊绒衫的风格正向个性化、时尚化的方向发展，而在国际羊绒制品市场上，世界级的中国品牌还凤毛麟角，国内大部分企业还只充当国际大品牌的 OEM。大朗毛织业所要进军的中高端市场，其容量十分有限，未来产业将以内部整合为主，通过技术升级，产品结构优化，以质量提升、创新和快速反应代替规模扩张。大朗的商会、协会以及各种促进中心、交易中心要积极创造产销直接见面的机会，减少中间环节，鼓励企业充分运用电子商务、现代物流等降低成本。通过更进一步融入国际纺织供应链，保证产业持续不断发展。

虎门品牌企业为竞相扩大出口而引发无序竞争，将增加镇内中、小企业的压力。在通过贴牌融入国际品牌的生产网络的同时，国际品牌也利用虎门的产能来应对国内品牌的竞争。虎门服装企业普遍存在出口意识差现象，服装企业只重视国内服装消费市场，没有认真关注国外的市场。虎门大部分服装企业的出口产品是通过贸易公司进行的，而纺织产业进入“后配额时代”⁷后，为了更为灵活主动地把握国际市场，企业要自己去申请进出口经营权，这样的转型的大多数企业来说具有相当的难度。由于缺乏外贸型人才，大部分老板还不懂怎样和外国人打交道。

虎门服装企业还没有完善的质量检测设备和技術，产品质量难以达到出口质量标准，很容易遭受到新的贸易壁垒即“绿色壁垒”或“技术壁垒”阻隔，环保问题也将成为虎门服装出口的障碍。关税、反倾销、特别保障措施、技术性贸易壁垒以及社会责任认证等，都将可能成为欧美等发达国家常用的贸易保护盾牌。提高应对国际贸易新形势的整体能力迫在眉睫。

家具产业遇到的国际贸易摩擦也增多。从去年开始的美国针对中国输美木制卧室家具的反倾销为中国家具的出口企业敲响了警钟，尽管后来美国商务部裁决参加应诉的大部分企业获得 6.65% 的平均税率，对出口的实质性影响不大，但每年都要接受复审，没有参加应诉的和小部分参加应诉但支付的律师费过低的企业得到了 198% 的惩罚性关税，对它们来说美国的大门已经关闭了。随着我国入世与世界经济交融不断深入，各种贸易摩擦会越来越多，企业必须学会如何利用国际贸易规则和 WTO 的相关条款。

在长安镇，大多数五金机械模具行业的企业仍旧以外商委托加工作为主要的业务来源。为了获取原始积累，不惜委曲求全，甚至恶性竞争，利润空间也因此而受到压榨。企业发展自有品牌的意识淡薄，而且对于质量控制、企业管理等方面的工作也比较少有改进的意识。内因外因共同作用使得本地民营五金模具企业的竞争力相对较差。另外，本地企业在需要较高精度的生产设备时，往往从国外进口，国内机床产业的技术水平虽已不断提高，但是长安本地的机械设备加工等的能力还是很难提供支持。外资品牌企业进入长安的五金模具市场为长安发展提供了契机，同时也是对自有品牌自有技术较少的本国企业的警示。

⁶ 广东今年以来的民工荒似乎已经暗示了这一点。

⁷ 2005 年 1 月 1 日，欧盟成员国取消纺织品的进口配额，中国纺织品进入后配额时代。

3.2 东莞产业在价值链上的升级问题

格雷菲等人所提出的“全球价值链”(global value chain)从经济全球化下产业的组织层面(产业链条的全球组织)、空间层面(全球与地方)、产品和服务层面(链条各个环节如何切分)等角度来研究产业转移和海外直接投资等全球化下的经济现象,既能保证全球或跨界的视角,又能把特定的地方制度环境等因素考虑进来。为分析东莞产业升级提供了理论视角。

3.2.1 东莞产业在购买者驱动型价值链上的升级

不同全球价值链动力机制,将对应着不同的产业竞争和升级内容。这里以购买者驱动的服装价值链为例,做一具体阐述。由此阐述,也可以基本看清楚同类驱动模式下东莞家具、毛纺织、制鞋、玩具和食品等产业集群的升级情况。

在购买者驱动的全球价值链中,在某一环节上建立全球竞争优势的时间方面,后来的国家或地区总是要比前面的国家或地区要短些,例如在服装、鞋业等领域,日本花费了 20 年才建立起出口的竞争优势,之后台湾和韩国只用了 15 年,再后来的中国却只用了 10 年。尽管早期的工业化国家或地区在这些环节失去了制造优势,但是后来的国家或地区依然需要通过它们才能拿到订单。

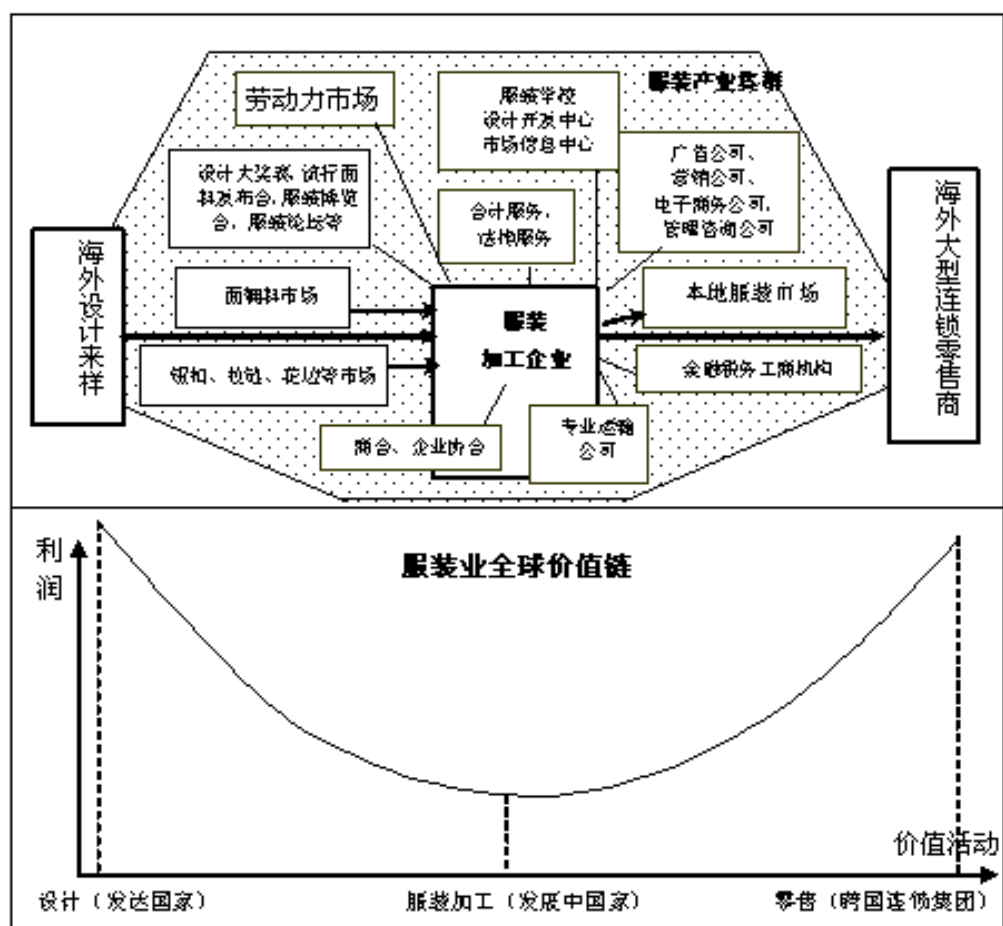


图 6—9 全球服装业价值链中各个环节间价值和利润分布图

资料来源：王缉慈等(2003)。

图 6—9 显示了全球服装价值链中各个环节的分工合作和价值利润流向的问题,其中最大利润份额

都流向了海外设计和销售环节，而东莞所占据的生产加工环节，无论是附加值还是利润份额都很薄弱。这与几十年前日本、韩国等国家纳入全球服装产业价值链的基本情况是基本一致的，不过现在的发展中国的服装产业集群虽然仍然处于最低附加值的位置，但是其左右两个方向都多出了日本及那些新兴工业化国家在该产业链条中占据的一些环节。这样虽然东莞服装产业集群装备水平和产品质量都基本达到了世界一流水平，但是其中高档产品仍需要通过日本、香港等的中间商才能进入欧美市场。由此，就大大削弱了东莞服装产业集群的利润水平，低利润水平的产业对劳动力、土地等成本的变化又十分敏感，结果劳动力、土地等要素成本的微小变化就会导致该类产业的空间转移即转移到更落后的地区。

这样，虽然在购买者驱动的价值链上构建制造业全球竞争优势的周期有加速的特征，但是原先在本环节具有竞争优势的国家和地区仍然会利用其几十年建立起来与发达国家的外包渠道来充当该产业的全球代理。相对于制造业集群从该产业链条上所获得的利润份额而言，它们会攫取的更多，而且从长期战略来讲这些多出来的环节对东莞同类产业集群来讲，会对它们沿着原先购买者驱动的价值链往升级的道路增加相当大的阻力。

结果，虽然后起国家或地区在全球价值链中的制造环节建立全球竞争优势的进程加速了，但由于老牌或新兴工业化国家把持着其通往产品最终市场的中间环节，因此这些国家或地区实际的产业升级周期是被拉长了的。

另外，20 世纪 80 年代以前，服装等产业竞争优势的确立主要来源于知识和技术基础上的产品质量、生产效率、新装备和新材料的应用水平和环保水平等方面，而 20 世纪 90 年代以后，这些传统产业竞争优势的确立，很大程度上却转移到了贸易联系、品牌、融资能力等方面。我国的服装等传统产业早在 20 世纪 90 年代中期就确立了制造环节的全球竞争优势，也已经能够生产出具有足够价格竞争优势的服装产品，而十年后的今天，即使面对最发达的美国服装市场，国内最优秀的服装企业依然需要通过日本、韩国等国家和地区的中介环节才能进入世界发达国家的市场，还很大程度上依赖于香港和台湾等厂商。

3.2.2 东莞产业在生产者驱动型价值链上的升级

从上文论述可以看出东莞参与采购者驱动的服装、玩具、家具和毛纺织等产业在升级过程中，就更应强调“销售渠道”等拓展，来获取范围经济等的竞争优势，它们应该按照本价值链条的内在规律行动。与此，相对应东莞生产者驱动型的模具五金和电子信息等产业，就应以增强核心技术能力为升级的核心，例如，Intel、海尔和丰田等企业强调的是企业的技术创新、生产能力和相关产业的垂直整合，以此作为参与市场竞争的核心竞争能力；相反，如果这些企业把核心竞争能力或产业重心放在销售渠道的拓展和水平一体化等方面，那么我们就不会看到这些企业过硬的技术、产品质量和生产效率了。

以东莞电子信息产业集群核心产业——计算机产业为例。根据调研来看，该产业集群可以基本归类为生产者驱动型。在我国计算机产业发展过程中，技术精英们早在十多年前就发现，“中央存储器”和“操作系统”是核心技术，也是参与该产业竞争的核心竞争能力所在，可是十多年前全行业发展重心由“技工贸”到“贸技工”的一次大的转型（类似于 Intel 改做沃尔玛和沃尔玛改做 Intel），就注定

了我国在该产业中核心竞争能力十多年不会有多大的起色。这一惨重教训根源，就在于不认识不同驱动力的全球价值链有着不同的市场行为规则和竞争理念，短期或许会有所收益，不过终将输掉长远的竞争能力。

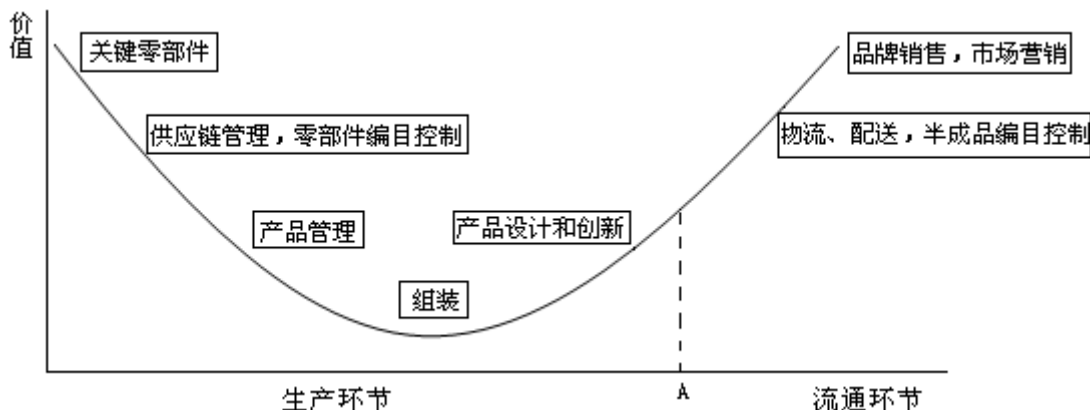


图 6-10 个人电脑全球价值链的价值分布图

资料来源：张辉根据东莞等地实地调研资料绘制。

图 6-10 是个人电脑 (PC) 全球价值链的价值分布曲线，从图中我们可以看出个人电脑产业的价值增值过程是典型的双动力机制共同作用的混合型。图 6-10 中 A 点左侧为生产领域，以右侧为流通领域。该图中显示个人电脑产业中如同 Intel 那样的关键零部件厂商与市场中的 Dell 等销售公司一样占据了高份额的附加值环节，这也从实证的角度说明了个人电脑产业是一个中间型的价值链条。此外，Intel 和戴尔 (Dell) 虽然同处一中间型驱动的价值链体，不过二者所遵循的市场竞争规则可是迥然相异的。Intel 遵循的是生产者驱动模式中的市场竞争规则，而戴尔则需要遵循购买者驱动模式下的市场竞争规则。与此相对应的则是台湾的计算机产业集群，其基本上属于生产者驱动模式，按照竞争规则，该集群应该通过垂直一体化等方式来强化其加工制造能力来构建市场竞争优势。不过在 20 世纪 90 年代台湾计算机企业大多采取强化品牌来控制流通环节的发展策略，结果基本都失败了，而在重新将发展重点放在加工制造环节后才从失败的阴影中走了出来。由于东莞电子信息产业基本源于台湾，由此其也应该遵循台湾计算机产业的全球竞争规则。这样，东莞在推进本地电子信息产业升级过程中，无论是计算机产业集群中的企业还是当地政府等工作的重心，都应该放在生产环节而不是流通环节。

3.2.3 全球价值链下东莞产业升级策略

东莞产业升级需要首先认识全球价值链，这是因为东莞的产业发展实际上受制于全球价值链的治理。产业集群作为由各种行为主体（企业、政府、服务提供者和协会机构等）的紧密互动构成的复杂系统，其内部结构的变化必然反应到外部功能上，因此，产业集群升级是其内部行为主体功能升级以及相互联系加强的基础上在全球价值链上的升级，以及在全球范围内的竞争力的提升，具体表现在产业集群内的行为主体之间的联系以及与集群外部的联系的加强和扩展，集群内部行为主体价值环节的升级，从依靠低成本竞争转向依靠创新竞争。

产业集群升级有明确的目标，但实现的方式千差万别，随着产业集群的形成方式、结构、发展阶

段不同而不同，即使是同一产业集群其升级途径也不唯一。产业集群升级的关键是各行为主体认识统一、目标明确的基础上探索适合自身的升级途径。例如，在厚街家具产业集群升级的过程中名家具展扮演了“催化剂”的角色，而政府充分发挥了“协调员”的职能平衡各方利益，名家具俱乐部也充分发挥了自己的作用。其他地方的产业集群不一定通过会展带动产业集群，而要寻找自己的升级的“催化剂”，同时需要政府和行业协会协调功能的加强。

融入全球价值链是产业集群升级的重要途径，但仅仅融入并不必然产生升级的结果。因此，在全球价值链上升级占领发达国家的领地是一个艰难的过程，需要长期的努力。从全球价值链驱动力的区别来看，不同的价值链有着不同的市场游戏规则。参与以产业资本为原动力的生产者驱动的全球价值链，则应强调技术的研究与发展、生产工艺的不断改进、产品的不断更新、通过产业的垂直一体化来强化规模经济效应和加强基础设施等硬件的建设完善等方面；而以商业资本为原动力的购买者驱动的全球价值链，驱动者一般将制造业环节分离到低成本的区位，参与购买者驱动的价值链的这些制造商则应强调市场营销、拓展销售渠道获得范围经济，并加强信息等软环境的建设。东莞市应对不同产业集群升级进行分类指导。

根据实地调研和理论分析，本研究将东莞主要产业集群全球价值链下分析体系归类为表 6-3。在购买者驱动型价值链下的地方产业集群升级过程中，如果链条治理是市场制，那么工艺流程、产品和功能三种升级方式都会相对顺当地交替进行；等级制则会特别有利于地方产业集群的工艺流程和产品升级，不过会对功能升级形成相当大的阻力；准等级制则会比较有利于工艺流程和产品升级，对功能升级有阻力，不过与等级制相比要小。在生产者驱动型价值链下地方产业集群升级过程中，市场制对工艺流程、产品和功能升级都会相对有利；等级制则会很利于功能升级，而对工艺流程和产品升级则会形成很大的阻力；准等级制一般会比较有利于功能升级，而对工艺流程和产品升级所形成的阻力相对较大。

表 6-3 东莞主要产业集群全球价值链下分析体系

东莞产业集群	在全球价值链中的位置	链条驱动模式	链条治理模式	产业空间价值等级体系	升级路径
电子信息产业集群	偏重制造，本土配套企业很薄弱	生产者驱动	等级制	美国、西欧、日本、台湾、中国	向上游研发、设计、生产制造工艺等方向发展
服装产业集群	偏重制造，产业正在向外快速转移	购买者驱动	等级制	法国、意大利、美国、日本、香港、台湾、台湾、中国	向下游如销售、渠道、品牌方向发展
家具产业集群	偏重制造，正向销售、品牌建设方向发展	购买者驱动	偏向市场的准等级制	意大利、北欧德国等地的设计，美国、加拿大等地的设计、制造，中国、波兰等地的制造	向下游如销售、渠道、品牌方向发展
毛纺织产业集群	偏重制造环节，正向下游如销售、品牌等环节发展	购买者驱动	偏向市场的准等级制	巴黎（设计），东京（贸易、销售），香港（销售、设计），东莞（制造）	向下游如销售、渠道、品牌方向发展
模具五金产业集群	偏重制造环节，正向销售等下游环节发展	生产者驱动	偏向等级的准等级制	以色列（设计、技术）台湾（技术、制造工艺），东莞、宁波（制造）	向上游研发、设计、生产制造工艺等方向发展

4 东莞需要解决内外资企业隔离的制度瓶颈

4.1 内外资企业隔离的制度瓶颈

产业集群中创新与升级的一个重要基础是本地产业联系的充分发展。外资企业通过培育本地供应商可以构建良好的配套体系，本地企业通过与外资企业的联系可能在渠道中获得技术溢出。此外，东莞产业的竞争力提高在很大程度上取决于本地企业的培育、发展和升级。然而，东莞的本地产业联系存在很多问题，这极大地阻碍了产业集群创新能力的获得，无法通过外资企业融入全球价值链进行产业升级。在这方面所存在的一系列问题都是制度性的，需要政府特别给予关注。

内外销两套体制阻隔了内外资企业应有的产业联系。在海关对加工贸易监管工作中，允许加工贸易企业⁸进行深加工结转（一般称为转厂）和外发加工。深加工结转，是指加工贸易企业将保税进口料件加工的产品转至另一加工贸易企业进一步加工后复出口的经营活动。外发加工，是指加工贸易企业因受自身生产工序限制，经海关批准并办理有关手续，委托承揽企业对加工贸易货物的某道工序进行加工，在规定期限内将加工后的产品运回本企业并最终复出口的行为。在东莞这两种方式的加工贸易方式非常普遍，对于企业的产业联系以及东莞外向型经济的特点的形成起到极为关键的作用。这一管理体制对于促进出口，吸引国外企业投资等方面起到非常有效的作用。但也造成了一些不良的影响。在生产联系方面，这一管理体制对内外资产业联系造成了较大障碍。

本地内资企业较难进入由跨国公司主导的生产网络。本地资本若想参与外资企业的生产联系，可以选择三来一补形式或者内资企业形式。其中，“三来一补”企业没有独立的法人资格，只能做加工，没有原料的采购自主权以及销售的自主权，这就使得企业在生产过程中受制于人，升级乏力。如果“三来一补”企业想拓展内销业务，从制度上是很难办到的。而内资企业可以通过申请自营进出口权的方式来实现与外资企业的产业联系。但申请自营进出口权的条件对于许多内资企业来说，是相当困难的。因而，很多的内资企业不能直接与跨国公司产生联系，有一些只能选择主要与国内厂家进行产业联系并在国内进行原料采购与销售。

外资企业与本地内资企业联系需要支付更多的成本。外资企业在本地进行加工贸易，可以享受到税收优惠政策⁹，即保税监管或先征后退。若外资企业与本地的内资企业进行上下游的合作，在内资企业没有外销权或者外资企业没有办理内销权的情况下，是不能办到的。即使具有了相关的内外销权，

⁸ 根据《中华人民共和国海关对加工贸易货物监管办法》第三条，加工贸易企业包括经海关注册登记的经营企业和加工企业。经营企业，是指负责对外签订加工贸易进出口合同的各类进出口企业和外商投资企业，以及经批准获得来料加工经营许可的对外加工装配服务公司。加工企业，是指接受经营企业委托，负责对进口料件进行加工或者装配，且具有法人资格的生产企业，以及由经营企业设立的虽不具有法人资格，但实行相对独立核算并已经办理工商营业执照（执照）的工厂。

⁹ 根据《中华人民共和国海关对加工贸易货物监管办法》第五条，经海关批准，加工贸易项下进口料件实行保税监管的，待加工成品出口后，海关根据核定的实际加工复出口的数量予以核销；对按照规定进口时先征收税款的，待加工成品出口后，海关根据核定的实际加工复出口的数量退还已征收的税款。加工贸易项下的出口产品属于应当征收出口关税的，海关按照有关规定征收出口关税。

其产业合作仍然需要受到海关的监管¹⁰。这一过程不但手续繁复，而且还要补交征收相关税款。这一切都为外资企业及内资及其增加了许多学习成本、交易成本，形成了内外资之间难以逾越的鸿沟。在东莞的调研发现，内外资之间的生产转包是比较困难的，内外资原料零部件相互也是相当的困难。这对于促进外向型经济的本地化以及借助外资企业发展民营企业等目标的实现，是一个巨大的障碍。

具有内外销权利的企业需要将企业生产功能分开管理。在实际操作中，无论是内资企业或是外资企业，由于企业生产的税收管理问题，需要将内销产品的生产功能和外销产品的生产功能分开管理，各自核算。连机器设备都要分开。这无形中为企业增加了许多的经营管理成本，即使内外销的产品完全一样，也需要各自独立的机器设备进行生产。

内外资技术差异过大使得技术交流与产业联系的发生受限。总体而言，在与外资企业的合作中，内资企业技术上比外资企业要低。大部分内资企业不具备在技术上与外资企业合作的能力。另外，由于外资企业与其在国外的总部或者国际上的研究机构有更多的联系，所以外资企业与内资企业的技术交流合作以及在生产上共同技术研发的可能性较小。这种差距不仅仅表现在设备、人才等方面，更重要的是表现在经营管理理念方面。从管理上讲，许多内资企业很难高效率高质量低成本地对企业生产进行组织，因此也就不具备与外资企业对话与协作的基本条件。

内外资税收差异束缚民营企业发展。大量的内资企业本来就先天不足，加上人为施加的歧视性高税负以及各种法律、法规上的限制，事实上产生了抑制内资企业发展的效应。外资企业在诸多方面都享受税收优惠，譬如《东莞市投资优惠政策》规定外商投资企业享受很多优惠条件¹¹。一些内资企业通过各种办法，如通过香港、维尔京群岛等自由港变成为外资投资东莞；一些内资企业变不成外资，就与外资合资。这种“内资外资化”的现象，其目的与政府给予外资的种种优惠待遇不无联系。内资企业本身发展基础就不能与外资企业相比，存在着规模小、技术低、经营管理效率不高、融资问题突出等与生俱来的先天不足；而在发展过程中，又面临着外资企业的种种强大的竞争优势；而在政府的税收方面，又承受了比外资企业高出 10%以上的税率。因此内资企业处于“在夹缝中生存”的状况当中，自身经营水平的维护已经力不从心，创新与升级的实现就更加困难了。受调研的民营企业企业家埋怨说，由于内资企业承担了过多的社会责任与负担，无法享受与外资一样的国民待遇，石龙镇一位民营企业企业家就指出——企业发展缓慢，内外资不平等，应该实行两税并轨，内外资合一¹²。

融资渠道不畅通对本地民营企业的负面影响。在调研中了解到，民营企业在产业发展过程中面临的迫切的问题之一就是融资渠道不畅通。民营企业无论是规模扩大，或是技术研发，都面临着资金不足的问题。仅仅靠自身的积累来发展，其难度非常大。其融资渠道或者是通过民间融资形式如地下钱庄等，冒着巨大的风险；或者是到香港融资再投入到本地企业，但这需要较好的关系网络以及融资渠

¹⁰根据《中华人民共和国海关对加工贸易货物监管办法》第三十四条 加工贸易保税进口料件或者成品因故转为内销的，海关凭主管部门准予内销的有效批准文件，对保税进口料件依法征收税款并加征缓税利息；进口料件属于国家对进口有限制性规定的，经营企业还应当向海关提交进口许可证件。

¹¹ 东莞市投资优惠政策，广东经贸视窗，http://www.getgd.net/gd_city/dongguan_touzi.htm，下载时间：2005-5-14

¹² 编号为 SL04 的问卷访谈定性数据。

道。资金问题是限制本地产业发展与产业升级的障碍。东莞市虽然已经组织了中小企业融资服务机构，但是对于广大的需求来说，还是杯水车薪。真正需要资金的民营企业很难拿到资金，所以面临着衰退甚至倒闭的危险。

4.2 促进产业联系为核心的政策措施

东莞产业集群升级的关键在于要由加工型的集群发展为创新型的集群。产业发展政策重在民营企业的能力建设以及建立以企业为中心的开放的区域创新体系。

具体的政策措施包括：

促进产业联系。产业之间有着广泛而复杂的内在联系，这种联系与互动可以催生新的合作机会甚至发展新的产业部门、开拓新的市场空间，并且往往出乎政策制订者的预料。当前，跨国公司的投资为本地企业的产品结构调整和技术升级创造了机会，但本地企业现有的技术水平离跨国公司供应商的要求还存在一定的差距。政府在招商引资的过程中，应该有目的的帮助本地企业跨越这一差距，通过建立一种机制在资金和合作研发方面对企业进行支持，使跨国投资对本地企业的技术带动作用充分发挥出来。

协助本地企业主动加入本地外资企业配套网络。对于具有一定实力的民营企业，政府可以通过多种渠道帮助这些企业直接融入包括国际旗舰企业、综合贸易商、专业代理商在内的海外营销网络。为此，东莞市政府要帮助有一定实力的企业拓宽出口渠道，例如，争取联合国工业发展组织（UNIDO）的技术支持，成立与国际网络体系接轨的转包贸易合作项目的协调中心（国际投资与工业转包促进机构，英文 Subcontracting and Partnership Exchange，简称 SPX）。提供贸易促进（供需配对），咨询服务，以及建立与国内和国际机构、政府和非政府机构、商会、企业和个人之间的网络联系，使企业的运营提升到国际标准。还可设立网上交流平台，为企业国内以及全球范围内的新商业机会、采购、商业合作、信息交流以及资源共享的机会，向国内和国际的采购商展示、宣传自己的产品以及工业生产产能。还可举办中小型企业研讨会，请 UNIDO 专家作采购原理、标准和需要方面的介绍。

立足制造业优势，发展生产服务业，促进产业升级。随着东莞制造业结构调整，制造业的价值增量很大一部分将由生产服务业的发展来实现。生产服务业涵盖的内容非常广泛，是产业分工深化的表现，企业要充分发挥核心竞争力，就必须把自己所不擅长的那部分业务外包出去，从而更加聚焦于自己的核心业务，而相关的专业外包公司也能提供更加专业、优良的服务，降低企业的成本。制造业开发市场，就是聚集营销人才、进行产品设计和研发、产品运输与储存、广告、保险、会计和法律服务等的过程，其中每一环节都伴生服务需求。东莞发展生产服务业要利用临近香港的优势，抓住国内服务业扩大对外资开放和 CEPA 第二阶段实施的历史机遇，引进香港的生产性服务企业和人才，提升本地企业的管理水平，帮助本地民营企业与国际市场接轨，熟悉目标市场国家的法律、风俗和消费习惯。生产者服务业被称为“把专业化的人力资本和知识资本引进商品生产部门的飞轮”，发展生产者服务业需要有针对性地培养专业人才，要通过各种途径强化职业培训，同时鼓励创业而投身于生产服务业中去。

立足传统工业基础，发展新兴行业。随着成本上涨，东莞传统产业（如纺织服装、制鞋）中的企业外迁趋势会日益明显，对于留在东莞本地的企业，一方面，必须提升产品档次，如发展自有品牌、加强设计能力转向高端产品。另一方面，应当帮助企业结合传统优势，把握机遇切入新兴市场领域。比如立足已有的电子产业基础，发展汽车电子零配件。另外，通过有针对性的招商引资，可以促进本地企业与跨国公司的对接。

加强集群优势，帮助企业获得更多的外部效益。集群优势需要来自科技、劳动、外资、贸易等多方面、多层次的发展政策体系的支撑，其目标在于通过公共政策的引导，充分发挥集群在专业化劳动力、上下游产业配套和信息交流三方面的优势，帮助企业尽可能获得更多的集群外部效益。比如，家具企业面临的美国的反倾销指控，需要政府和行会组织本地企业积极采取应对策略。

建立服务于地方产业集群的专业人才培养体系。鼓励外国机构参与提升本地供应商技术水平的技术推广项目；与外国机构合作兴办教育培训机构；大力发展中等职业教育，以本地产业为基础，在东莞科技学院设立陶瓷设计、服装设计、家具设计、工业美术等专业，为本地的产业升级提供人才保障。在东莞市范围内，由行业协会推行本地本行业通行的专业人才的资质认定，规范人才流动。

以项目为导向的创新基金计划与多元融资渠道相结合。以项目为依托，发挥政府技术创新基金的杠杆调节能力，调动多元化、社会化投资参与技术攻关和新产品市场开拓。纺织企业共同面临的技术问题，政府可以通过项目导向的计划，由行业协会牵头，组织企业及时了解市场信息，协调上下游企业之间的配合行动。发展汽车电子产业也是如此，由企业提出申请，需要重点突破的技术障碍，政府和行业协会配合寻找合适的合作伙伴，通过一两个示范项目，带动其它企业跟进。

以社会力量为依托，建立行业信息公共平台。大力推进信息技术在制造业中的应用。台湾电子企业落户东莞，使东莞成为了国际上重要的电子信息产品生产基地。但是，东莞本地的民营企业在应用信息技术提升制造业水平上还存在巨大的发展空间，比如发展电子商务、企业信息化改造等等。信息技术可以有效地联系物质生产与市场需求，从而降低交易成本。东莞不少专业镇都结合实体市场建立网上虚拟交易平台，政府可以通过帮助这些网络平台解决网上资金交易、安全性等技术瓶颈问题，使虚拟交易平台逐步从信息发布的低级层次向电子商务交易的高级层次转变。

4.3 发展对外科技合作，建构新的外部联系通道

产业集群是开放的系统，如图 6-11。如果本地联系过强，会使本地网络出现过于僵化的危险，会对产业集群的长期竞争力产生不利影响。国外最新研究表明，产业集群的外部联系所获得知识，可以通过集群的本地联系在集群内部迅速扩散，最终提高本地联系中所携带知识的量和质。对于发展中国家来说，外部联系对于产业集群的升级来说尤为重要。

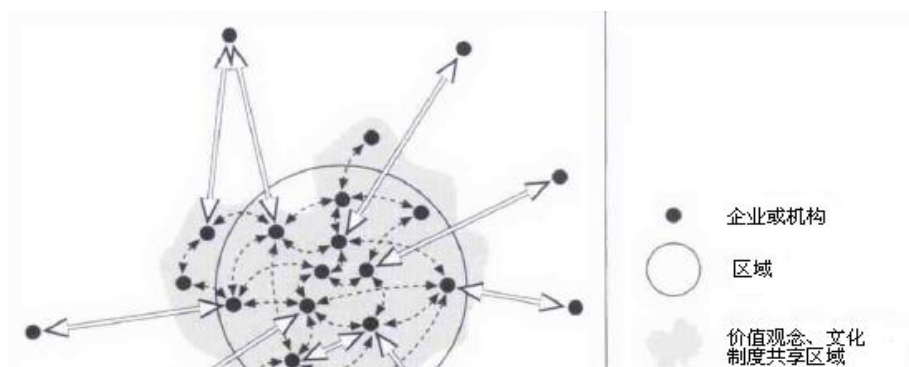


图 6—11 产业集群和全球联系和本地联系的关系

东莞企业调研的结果也可证实外部技术联系在东莞企业技术能力提升中的重要地位。在 73 家调研企业中，外资企业 34 家，民营企业 39 家。在新技术来源调查中，共有 20 家企业认为国外客户是自己新技术的重要来源，28 家企业认为国外公司总部的技术研发是企业新技术的重要来源，而认为国内客户及本地企业技术模仿是企业新技术来源的只有 13 家（见表 6-4）。国外客户为新技术来源的事实也是东莞产业受制于以购买者驱动的全球价值链的明证。

表 6—4 新技术来源分布比重表

新技术来源	国外客户	国内客户	模仿本地企业	国内大学及科研机构	本地企业研发	国外公司总部研发
总数	20	4	9	4	24	28
比重	27.4	5	12	5	32.9	38.3

在企业技术能力提升方面，外部联系的作用也非常明显。在所调研的 73 家企业中，有 50%以上的企业认为国外客户对自己的技术能力提升更有利，认为国外公司总部对企业技术能力提升更重要的占 34%。而认为本国客户和本国供应商对企业技术能力提升有利都比较少。如图 6—12。

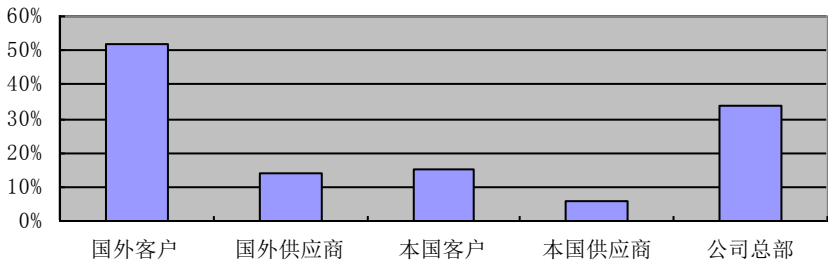


图 6—12 各类型企业对东莞企业技术的重要性比较

4.4 完善基于市场经济的公共管理体制

推进政府职能转变，强化政府为企业服务的意识，从重视“要素供给”到“以市场为导向”的转变。由于孤立的小企业在获取市场信息、把自己的生产与远方市场的需求联系方面存在许多难以克服的障碍，

帮助中小企业推广产品、建立市场信誉和获得出口信贷支持,比单纯从供给方面提供帮助要有效得多。从长远看,政府直接插手经济运行的作用应逐渐淡化,而根据市场需求促进专业化信息服务机构的发展才是根本。因此,政府服务的重点应该转向这种以市场为导向的服务上,帮助本地生产者发展更多的市场销售渠道。调整理顺行政管理体制,减少条块分割干扰,完善行业协会职能,加强行业自律。

第七章 全球价值链片断化与产业转移

1 研究背景

1.1 价值链片断化与经济全球化

全球化是一种现象，表示那些在地理上分散于全球的经济活动开始整合或一体化(Dicken, 1998)。正确理解这种一体化的经济现象，需要对其产生的国际背景有一认识。“首先，在经济上，20 世纪 70 年代石油危机之后，发达国家经济体系中的传统制造业部分逐步转移到发展中国家，形成了以跨国投资为基础的复杂的全球生产网络，并随之深化了国际劳动地域分工；同时，发达国家主导的国际经济机构（如世界贸易组织、世界银行、国际货币基金组织等）的作用增强，一定程度上为建立全球资本主义规则，为资本的全球扩张提供了制度保障。其次，在政治上，“冷战”结束为东、西方国家之间的经济交流扫除了障碍，使在全球范围内实现劳动地域分工成为可能。第三，在技术上，近 20 年来现代信息和交通技术的发展不但带来了新的企业组织方式，使在全球范围内组织生产链前所未有的方便；而且也使世界各地的人及企业之间的相互联系更加紧密即所谓的时空压缩”（刘卫东，2003:2）。

在 20 世纪 50 年代，全球经济还处于相对自给自足的时期，产业组织是以国内垂直一体化的企业为主。通用(GM)的前总裁查理·威尔逊(Charlie Wilson) 就曾经说过一段名言“凡是对通用来讲是好的，对整个美国也是如此”，这是当时大型企业集团垄断国内经济的典型写照。20 世纪 60-70 年代，经济全球化的主要特征是鞋、服装、玩具和低档电子产品等传统产业从发达国家转移到日本、韩国、泰国、台湾和香港等国家和地区，并由此带动了这些国家和地区经济持续高速发展了二十多年。

从20世纪70年代末80年代初以来，随着经济全球化进程不断深入，全球经济格局发生了翻天覆地的变化。最典型的就是这几十年间，发展中国家制造业，特别是劳动密集型制造部门，出口份额持续地大量增加。全球制造业的深刻变化反映在全球生产方面，就是生产组织的片断化或分散化，各个价值片段会广泛地散布到全球不同的地理空间。另一方面，全球生产系统并没有因为各个价值环节在全球空间的垂直分离而变得越来越松散，相反系统内各个价值环节之间的协作性反而变得越来越紧密。毫无疑问，跨国公司在这一深刻变化中，扮演了主要驱动者的角色。

根据《1998 世界投资报告》和《2003 世界投资报告》的统计，1968—1969 年全世界有跨国公司 7276 家，分支机构 27300 家，1980 年增加到 1.5 万家，2000 年底则增加到 63834 家，分支机构达 86 万家，员工近 4600 万，遍布全球各地。1999-2002 年四年间，发展中国家平均每年吸引外资都在 2000 亿美元左右，其中跨国公司就占据了 85%左右的份额（何智蕴、周晓东等，2004）。从 1980 到 1998 年短短 19 年，按制造业在总出口中的份额来衡量，新加坡从 43%上升到了 86%，泰国从 25%上升到了 74%，马来西亚从 19%上升到了 79%，印度尼西亚更是创造了从 2%到 45%的神话，中国也从 48%上升到了 87%；同时，即使东亚那些最早工业化的香港、台湾和韩国等国家和地区，在这十九年期间该比例也基本没有跌破它们在 80 年代初就达到的 90%的高比例水平，始终维持在 90-95%之间(Dicken, 2003:48)。

进入 21 世纪后，经济全球化的步伐不但没有减慢，而且其影响越来越深远。到 2001 年，美国市场上，大约 90%的电子产品，80-85%的鞋、玩具、箱包、手表、挂钟、游戏和电视，70%的自行车，60%

的计算机和 57%的服装来自海外(USITC, 2002)。其中大多数产品又来自发展中国家,例如 55%-60%的纺织品和内衣, 50%的晶体管和半导体, 36%的计算机进口于发展中国家(UNCTAD, 2002:57)。此外,根据亚洲开发银行《2004 年亚洲发展展望》,2003 年,中国已经成全球铜、锡、锌、铂白金和钢铁的首位消耗国,铅和镁的第二消耗国,镍的第三大消耗国,金的第四大消耗国;中国目前也是全球仅次于美国的第二大石油消耗国,并且占据了 2003 年石油新增需求的 35%;中国对美国的巨大贸易盈余几乎与其对东亚和东南亚等国的贸易赤字正好吻合;中国已经成为日本和东亚新兴工业化国家和地区最大的出口市场,日本 2003 年新增出口中几乎有 80%来自中国;中国从东亚和东南亚进口的中间商品总金额已经超过了其 2003 年总进口额的一半,结果中国对非亚洲经济体的出口也陡转直上(ADB, 2004)。2001 年中国出口同比仅增长了 7.5%,而 2002 年、2003 年和 2004 年则分别达到了 21.8%、37.1%和 35.7%,三年间外贸总额翻了一翻,2004 年全年外贸总额达 1.15 万亿美元,超过日本,成为全球仅次于美国和德国的第三大贸易国(沈越, 2005)。

总之,在过去的几十年中,随着生产和贸易全球化的不断深入,世界价值创造体系在全球出现了前所未有的垂直分离和重构。一方面,发达国家对自身的核心竞争能力做了一次重新定位,将重心由生产制造转移到了创新、设计、市场营销、服务和制造业中高附加值环节等方面;另一方面,发展中国家由于接受了大量从发达国家转移出来的生产制造等价值环节,从而获得了前所未有的发展机遇。

1.2 参与经济全球化与地方发展的关系

虽然全球化概念仍不明晰并存在争论,但就经济全球化中产业链在全球范围内的空间重组,还是得到了比较广泛的认同的(刘卫东, 2003)。经济全球化虽然导致各国、各地区的经济联系越来越紧密,不过随着经济活动范围的不断扩大,各经济主体从事经济活动的地理距离也越来越远,在商品市场一体化的情况下,生产者和消费者可能远隔数万里,对此就需要制定国际统一的商品标准来协调各自的关系(侯若石, 2000)。此外,根据外资与地区制度环境相互作用的“被动嵌入”模式研究来看,全球化是依赖于地方制度环境的一个过程,离开地区谈全球化是一种理想主义;另一方面地区如何在全球化浪潮中获得益处取决于自身的知识创新与制度创新(刘卫东, 2003)。随着经济全球化进程的深入,也使得地方发展的两极分化越来越严重。一些地区越来越被边缘化,另外一些地区则受到了经济全球化前所未有的冲击。例如,1970 年世界上最不发达的国家有 25 个,而 2003 年则增加到了 51 个(赵景峰、沙汉英, 2005)。

目前,中国经济也正在大规模、全方位地融入世界经济,尤其是制造业已经成为世界分工体系中的重要组成部分,并以更快的速度和更大的规模全面地同全球产业高度融合(金碚, 2003)。全球化对我国区域发展的影响是多方面的。首先,以外资为代表的全球化力量对区域发展格局的作用越来越大,由于外资的进入集中在我国少数沿海省份(特别是长江三角洲和珠江三角洲),参与经济全球化将强化我国区域发展差异,特别是东西差异(刘卫东、马丽、刘毅, 2003);其次,在参与全球化竞争中,一国或地区的产业能否充分利用本地的比较优势将决定其长期绩效(林毅夫, 刘明兴, 2004),本地的优势又往往来原于本地合作紧密的地方产业集群(王缉慈等, 2001)。第三,20 世纪 80 年代初依托地方关系发展起来的许多产业集聚区,当本地的生产网络和地方环境无法满足企业的发展需要,这些企业就开始向区外,甚至国外发展,逐步把生产供应和销售网络向全球化方向发展(马丽、刘卫东等, 2004)。

第四，经济全球化使得许多工业生产活动的跨地区转移变得越来越容易，而跨国资本一般对地方发展缺乏长期责任感，由此已经带来了众多经济全球化下的负面影响（王缉慈，2004）。

关于外资在我国的空间分布以及参与全球化程度的区域差异问题已经吸引了众多学者的重视。例如贺灿飞和魏后凯（2001）的研究表明外商的直接投资倾向于投资在工资水平较高的城市，他们认为工资水平可以解释为劳动力素质高、技能高，因而劳动生产率也较高，这有利于吸引外商直接投资。此后，贺灿飞和梁进社（2004）研究则表明 20 世纪 90 年代初，市场化程度是造成省内地区差距显著不同的最关键因素；90 年代末各省参与全球化的程度转而成为导致省内地区差异的最重要的原因。孟晓晨和石晓宇（2003）在对深圳的研究中也发现，在深圳“三资”企业集中的十二个行业中，如果以深圳市中心到城市边缘的最远距离定为 100，作为横轴，以中心到边缘的企业分布为纵轴，采用空间罗伦兹曲线分析方法，结果显示电子信息等高科技行业都按照距离衰减规律向心分布；而家具、服装等低技术行业则都按距离递增规律离心分布。这种研究基于对产品技术类别的差异性，说明了参与全球化的企业在城市内部的分布格局。

综上所述，在经济全球化时代，融入全球分工体系，是避免在全球化进程中被边缘化的前提条件；在全球分工体系中，能否利用本地比较优势，又决定了地方未来发展的成败；全球分工体系在地方区位选择上是有一定内在规律可循的（下文将对此集中讨论）。

1.3 全球价值链的研究视角

面对全球经济这一深刻变化，特别是近二十多年来跨界外包和海外直接投资等经济全球化的快速发展，研究全球经济的思路不得不作相应的改变，因为仅仅从宏观上用贸易和投资数据已经不能清晰地解释经济全球化的内在机理（Sturgeon, 2001）。宏观统计数据只能使我们对全球经济的地区分布有个粗略认识，却几乎不能发现全球产业链在经济全球化下的真实形态和内部结构。而对于地方产业升级的问题，又不能仅仅从地方产业集群内部、企业的本土战略和地区经济等微观层面来研究，而需要透过地方产业集群之间关系来研究全球经济正在经历的深刻变化。从企业层面上看，企业的出口增加并不完全取决于企业在本地的设计、生产和营销方面的努力，而取决于参与国际性的设计、生产和营销网络的程度。这样就需要从一个中观的角度来研究。而从全球价值链下各个地方产业集群之间的关系来研究经济全球化，既能保证全球或跨界的视角，又能把特定的地方制度环境等因素考虑进来。这也是从 20 世纪中后期以来全球价值链研究飞速发展的的重要原因。

全球价值链主要从经济全球化下产业的组织层面（产业链条的全球组织）、空间层面（全球与地方）、产品和服务层面（链条各个环节如何切分）等角度来研究产业转移和海外直接投资等全球化下的经济现象。它从全球的视角来研究产业链条的空间配置，而产业链条各个环节在空间上的分布又具有很强的地理集聚性，从而大多以地方产业集群的形式出现。由于全球产业链条片断化后一般会在世界各地形成众多占据某一价值环节的地方产业集群，因此在全球化研究文献中，总是能看到诸多学者把全球价值链与地方产业集群相互结合在一起。从全球价值链与地方产业集群之间的关系来研究经济全球化，这样，既能保证全球或跨界的视角，又能把特定的地方制度环境等因素考虑进来。正是由于地方产业集群的研究会涉及到环境、人口、政府和文化等因素，从而也在一定程度使得价值链分析中产业升级和经济增长方面的研究变的充实起来。

对于上文所提及外资对我国地区发展的不平衡作用越来越强，从全球价值链分析角度可以这么解释。20 世纪 90 年代初之前，我国沿海最早开放的地区在参与全球化过程中，所承接的大多是纺织服装、陶瓷等传统产业，其在以产业附加值高低为划分依据的全球价值链条中处于最底端，而我国当时接受的国际上的这些产业转移又基本是这些全球最底端产业链条中的最低层次，由于等级很低，所带来的对地区经济的影响也就不是十分明显；90 年代中后期以来，我国沿海地区吸收来了许多全球现代制造业的产业链条，虽然在价值分工中仍然处于最底层，不过该类产业链条的引进本身就是一次链条转换型的大跨度的升级。这种链条的升级，会对劳动力素质、技能水平等有着与以往不同的要求，而且一般都会远高于以往的要求。例如，苏州、深圳等沿海发达地区近十多年的高速发展，基本就得益于这种链条升级，在这种链条升级过程中也为当地造就了大量的白领阶层，结果我国地区之间发展的不平衡性开始加剧。这表明在经济全球化过程，不但全球产业链条内部各个层面上存在价值差异，而且产业链条之间也存在一定的价值差异。

2 相关概念澄清

2.1 附加值

全球价值链在全球的垂直分离或整合，最基本的特征就是按照附加值的高低来安排。也就是说附加值的高低，一方面是决定各个环节之间空间分离还是整合的一个基本尺度；另一方面也是决定哪些国家为发展中国家，哪些国家为发达国家的重要因素。

一般来讲，全球价值链中高附加值环节都是由发达国家所掌控的。对全球价值链上，发达国家占据如此多的高附加值环节和价值份额，有两点是需要注意的。首先，虽然全球价值链中各个价值环节在全球的分工一般以美元等国际货币来考核成本，但是发展中国家和发达之间是有巨大的价格差异的。也就是说，如果换成购买力平价来看，价值份额的差异就不会那么大了。其次，全球价值链价值环节之间的分工是以美元等国际货币为基础的，那么无论按照购买力平价来说，其本国的货币有多么值钱，但是全球竞争的角力点还是以国际货币为准（胡兆量等，1996）。这样一国的汇率政策会直接影响本国地方产业集群融入全球价值链的可能性和参与全球竞争的能力。

2.2 空间距离

从全球价值链角度研究经济全球化，在空间上首先要明白各个价值环节在全球是如何分离和如何配置的；其次要清楚同一链条下各个环节所在的地方产业集群之间的空间距离关系。

全球价值链各个价值环节的空间分离，虽然在全球空间范围内具有跳跃式布局的特点，不过在特定的地域范围内又存在蔓延式的布局特点。由于各个价值环节在全球空间发生跳跃式分离的时候，高低附加值环节之间空间距离并没有什么特别内涵可言，只能用空间分离度来衡量其之间在空间上是相互分离的。不过，当全球价值链中某些环节在特定空间蔓延布局的时候，空间距离一般就会与价值环节附加值的高低关联起来了。例如，高低附加值环节会按照附加值的距离衰减规律在特定空间内蔓延式布局。此外，如果说全球价值链中“松脚型”价值环节的不断增加与价值环节的空间跳跃距离正相关，那么特定地域内最高附加值的价值环节将决定产业蔓延发展的地理边界。

2.3 升级方式演化

全球价值链所关注的产业升级主要落实到以下四个具体方面：工艺流程升级；产品升级；功能升级和链条升级。工艺流程升级是通过提升价值链中某环节的生产加工工艺流程的效益，由此达到超越竞争对手的目的。例如，提高存货周转率和原料利用率，即时生产等。产品升级是通过提升引进新产品或改进已有产品的效率来达到超越竞争对手的目的。功能升级是通过重新组合价值链中的环节来获取竞争优势的一种升级方式。链条升级是从一产业链条转换到另外一条产业链条的升级方式，例如台湾企业从晶体管收音机生产转到计算器又到电视再到电脑监视器以致掌上电脑等的转换过程。不过，这种转换一般都来源于突破性创新（Breakthrough innovation）。对以上四种产业升级方式，众多研究表明其内部是有一定规律可循的（Gereffi, 1999; Lee and Chen, 2000）。

此外，研究产业升级演化中还有委托组装（OAM）、委托加工（OEM）、自主设计和加工（ODM）和自主品牌生产（OBM）等的研究思路。不过该产业升级的研究思路一般只涉及外包所形成的地方产业集群的升级道路，而无法涉及海外直接投资所带来的地方产业集群升级路径，特别是忽略了已经发展了一段时期的内生型地方产业集群融入到全球价值链中的升级情况。

接下来，在全球化下对地方产业集群发展或升级的讨论中还有高端道路（high road）和低端道路（low road）一说。不过，该类研究中高低之分基本是按照全球分工中附加值高低来区分的，而这一问题已经在附加值讨论中给出了，因此用此来解释地方产业集群升级也是不合适的。

最后，无论是 OAM 到 OBM，还是低端道路和高端道路，其背后所对应的产业发展的实质内容基本都涵盖于工艺流程升级、产品升级、功能升级和链条转换等四种形式中了；其次，该四类升级形式也能反映全球价值链下各类地方产业集群的具体发展轨迹；最后，链条升级模式还是其他升级研究中所忽视的一种重要的产业升级方式。因此，在全球价值链下地方产业集群产业升级研究中，本文将采用以上四种升级方式作为衡量标准。

3 基本分析模式

3.1 跳跃式布局的分析模式

图 7-1 中横轴表示空间分离度，竖轴表示附加值高低。之所以把横轴选作空间分离度，主要是为了将各个价值环节空间分离的空间概念表现出来，而不是表示各个环节空间分离后的具体距离。图 7-1 中 O 点表示全球价值链条起始点或者最低端位置，其在全球价值链中所占附加值最低，并假定为全球价值链中竞争力最弱的一个点；图中 H 点为全球价值链的末端点或者最高端点，假定为整个链条中最具竞争力的一个点；这样，图中 OH 就表示一条全球价值链；O、ML、M、MH 和 H 点是按附加值由低到高，在空间上相互分离的各个价值环节；以 OH 中价值环节所在点，向外扩散开来的一个圆面就表示由该环节所衍生出来的地方产业集群，其面积大小一般由地方产业集群地理边界的距离所决定，而不是图中所展示的大小。

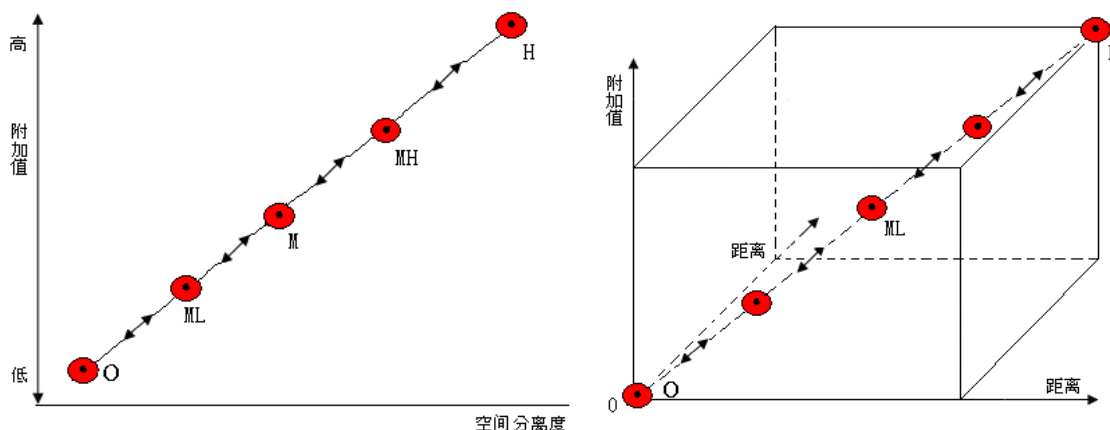


图 7-1 价值环节空间跳跃式分布的基本分析模式 图 7-2 价值环节空间蔓延式分布的基本分析模式

由此，本模型可以基本地反映了全球价值链在全球的分离和整合的一些基本规律和我们需要探讨的一些问题。从 H 到 O 点可以清晰地看出不同价值环节所在地方产业集群按照附加值高低所形成的空间等级体系，这样地方产业集群的升级之路无疑将从 O 点到 H 点的不断攀登的过程。如果，再纳入该模式背后的全球价值链动力机制、治理关系等链条自身因素后，就可以比较清晰地描述和解释经济全球化的一些真实形态和内在结构了。

3.2 蔓延式布局的分析模式

相对于全球价值链各个价值环节在全球空间大跨度分布的地理特征，某些价值环节或全球价值链中一小段价值环节会在特定的地域空间内小跨度地展开。这种价值环节在特定空间小跨度的地理分布特征，本文将定义为蔓延式地理分布。

图 7-2 中 OM 就是图 7-1 中全球价值链中的一段，这一段在空间蔓延式展开的时候，一般从最高附加值环节到最低附加值环节之间具有价值的地理距离衰减规律。由此，与图 7-1 不同的是，图 7-2 中将图 7-1 中空间分离度改为确切的距离变量，这样就可以假定 O 点为零点。在具体应用研究中，该距离一般会由具体的通勤距离所取代，例如陆路交通距离、水运距离和海运距离等。此外图 7-2 中，通过与 OH 垂直，并穿过各个环节的垂直切面来表示由该环节所衍生出来的地方产业集群，其切面大小一般也由地方产业集群地理边界的距离所决定。最后，图 7-2 之所以用立方体来表示，主要是为了突出全球价值链片断化过程中空间分离的地理特性。

4 对模型中主要关系的解释

4.1 全球价值链的垂直分离和一体化

经济全球化从 20 世纪 80 年代开始加速，其一个重要特点就是产业，特别是制造业的全球分工体系在越来越广泛的地域内展开。与这一过程相伴生的主要有三个概念，首先是与产业链条垂直分离或片断化相联系的“分包” (Outsourcing)；其次就是“离岸” (Offshoring)；最后则是海外直接投资 (Foreign direct investment)。分包是一标准的商业术语，是指企业对产品或服务经常要做出“自己做还是外购”的决策，当企业从自己做转变为外购的时候也就是一个分包的过程 (Williamson, 1985)。离岸则是指将产品或服务由国内生产转移到海外的过程，也是产业链条片断化后在全球地理空间重构

的一个过程。海外直接投资，这里是指与全球产业转移相关的由国内转移到国外的对外直接投资。

以上的“离岸分包”和“海外直接投资”都是全球价值链在全球空间垂直分离的主要表现形式，对应于图 7-1，就是位于 H 等高附加值环节的地方产业集群将一些非核心环节向海外分包或通过直接投资方式转移到国外。如此依照由高到低的顺序，占据各个较高价值环节的地方产业集群都会在全球化进程中将一些在本集群所在地不具备竞争优势的价值环节转移出去。这些被转移出去的价值环节一般被称作“松脚型”环节。目前，全球价值链垂直分离过程的加速很大程度上也是来源于产业链条上“松脚型”环节的加速出现，例如 20 世纪 60-70 年代，这些环节主要出现在传统产业（樊纲，2000），而目前已经延伸到了信息技术等新兴产业。与价值链空间垂直分离相对应的当然就是价值链的空间垂直一体化了。例如，对应于图 7-1，一般就是各个价值环节都垂直整合到价值环节 H 所在的地方产业集群中。由于全球价值链的垂直分离或一体化都是由企业直接完成的，因此在考察全球价值链过程中，抓住企业行为才是研究的核心所在。

全球价值链从其各个环节的外在表现形式来看，主要包括两方面内容。其一，该链条是同一产业中不同价值的终端产品或服务，例如同样的男式牛皮鞋，意大利鞋业集群生产的和西班牙鞋业集群生产的，市场价格就不同；其二，该链条是同一产品内部按照增值程度所划分的不同价值环节。这样全球价值链的垂直一体化，就有两方面的含义，一方面，将同一产业中所有价值层面的终端产品都一体化进入某个企业，既做高端产品或服务，也做中低端产品或服务；另一方面就是将价值形成过程中具有增值差异的不同价值环节都一体化进入某个企业。例如 20 世纪 50、60 年代的 IBM 和福特就是典型，它们将产品战略、产品定义、研发、设计、制造、组装、物流、销售和售后服务等全部经营活动都纳入等级制企业中，这类企业被钱德勒（Chandler, 1977）称为现代企业，而近来由于该类企业表现越来越差，有学者则称之为“恐龙”（Fine, 1998）。

从 20 世纪 90 年代以来，全球经济中分包和海外直接投资等进程都有加速的趋势，同时现代企业内部的“垂直分离”也越来越明显。例如，20 世纪后期以来，如同福特和 IBM 那样垂直一体化的等级企业已经大幅削减了垂直链条中许多环节或部门。20 世纪 90 年代晚期，两大公司均把零部件等部门从企业中剥离了出去，分别成立了独立的供应商 Visteon 和 Delphi (Sturgeon, 2001)。同期，IBM 将其半导体部门改为微电子分部，从而把以前专门服务于 IBM 的半导体部门从企业内部剥离出去。IBM 同时也把其最大的产品制造集团和相对独立的电子合约制造商 Celestica 从公司内部剥离了出去。结果 3 年后的 1999 年，Celestica 一方面，把用户从 IBM 延伸到了思科系统 (Cisco System)、戴尔电脑 (Dell Computer)、EMC、Lucent、Hewlett-Packard、Nortel Networks 和 Sun Microsystems 等；另一方面，整个企业 20000 雇员和 53 亿美元产值也分散到了全球 31 个地方产业集群中，在地域上涵盖了美国、加拿大、墨西哥、英国、爱尔兰、捷克、泰国、中国、马来西亚、巴西和香港等国家和地区 (Sturgeon, 2001)。

这种价值链的垂直分离，实际上是企业一改过去通过扩张规模来获取竞争力的套路，而将企业的发展重心转移到了“核心竞争力”或产业的核心环节上来。由此，全球价值链垂直分离后，在不同分工环节上出现了不同的行业巨头。例如，在销售、市场推广和物流等业务环节出现了亚马逊、沃尔玛和家乐福等零售巨头；在产品战略、产品定义、产品研发、设计、终端销售和市场推广等环节出现了戴尔、耐克、新福特和新 IBM 等领导型企业；在制造、组装等环节则成就了许多发展中国家和地区的全球供应商，中国沿海长江三角洲和珠江三角洲的很多地区（特别是东莞和苏州）正是这一新的分

工格局的受益者；最后，在一些关键部件环节则出现了 Intel、微软等行业巨头。这些占据全球价值链中核心环节的巨头们，大多成为了诸多全球产业链条中的实际控制者或治理者，它们直接或间接指挥着分布于全球的占据全球价值链低端价值环节的成千上万个地方产业集群。

综上所述，全球价值链的各个价值环节在全球空间范围内的垂直分离和整合是当前经济全球化最典型的经济特征，也是我国长江三角洲和珠江三角洲一些类似东莞和苏州的地区得以快速崛起的重要原因所在。

4.2 全球价值链下地方产业集群的等级体系

在图 7-1 模型中，全球价值链 OH 按附加值由低到高，在全球范围内依次排列着占据 O、ML、M、MH 和 H 不同价值环节的诸多地方产业集群。从其排列顺序可以看出，全球价值链在空间垂直分离后所形成的一个重要空间特征就是地方产业集群之间的等级体系。

如果将地方产业集群与城市的等级体系联系起来，还是有不少启示的。例如，齐普夫定律 (Zipf's law)，又称位次—规模法则 (rank-size rule)。这个“定律”是关于城市规模的，公式为 $N_j = k/R_j^b$ ，其中 N 代表城市 j 的人口总数， R 是它的位次（比如对美国而言，纽约是 1，洛杉矶是 2，芝加哥是 3），是一个接近 1 的幂指数（杨吾扬、梁进社，1997）。目前，我们不得不承认位次—规模法则是困扰经济理论一大主要问题：它是我们目前已知的最有力的统计关系之一，但却没有任何明确的理论基础（克鲁格曼，2000）。如果从全球价值链价值环节在空间分离后导致产业集群的等级体系的出现，而城市一般又可以看作一个或多个产业集群综合体，那么就可以从价值环节的等级体系来解释城市的等级体系。

长三角和珠三角的快速发展就是上述等级体系的印证，两地都有公认的龙头城市，并在龙头城市辐射下形成多中心网络结构。例如长三角的上海市，珠三角的香港特别行政区就是两地最大的龙头。面对“大上海”，江苏省提出了沿江开发战略，浙江省提出了环杭州湾发展战略。而江浙两省规划的南京都市圈、苏锡常都市圈、环太湖都市圈、萧绍宁经济带，都是大上海都市连绵区下的副中心。江浙两地到处可见的“接轨大上海、融入长三角”的口号。东莞和苏州的快速兴起也基本得益于上海和深圳高门槛的招商行为。例如，浦东开发时，引资门槛高，只是盯着世界 500 强，但江苏、浙江拼命降低门槛，25%的增值税只收 12.5%。尤其是昆山、苏州抓住了机会。

正是由于全球价值链垂直分离后会在空间上形成价值环节的等级体系，从而导致中心城市、副中心城市和中小城镇这一群落体系，而城镇群落体系的出现又会表现出连绵一片的都市连绵区。由此我们不难发现，长江三角洲和珠江三角洲之所以能够实现大区域的共同富裕（京津唐经济区就没有出现这种现象），很大程度上有赖于产业链条中不同价值环节在空间上的合理分布，从而最终带来了几万甚至十几万平方公里地区共同发展、共同富裕和相互依赖、支撑的良性互动格局。

4.3 全球价值链中地方产业集群之间的地理弹性

全球价值链无论从地理空间，还是企业层面来看都具有附加值越高的环节对应的集群集中度也越高；同样，附加值越低，片断化或集群分散程度也越高 (Milberg, 2003)。这样就意味着一个高附加值环节所在的地方产业集群所对应的下面的低附加值供应环节将是多个地方产业集群。这与图 7-1 中所展示的 H 与 MH、MH 与 M、M 与 ML、和 ML 与 O 之间一对一的理想模式是有出入的，这也是理论模式在实践中需要修正的地方。

这样，一方面，高附加值环节，例如图 7-1 中 H 点所在地方产业集群在选择下一个环节时就具有了很大程度的地理选择空间。这种衡量上下环节所在地方产业集群之间地理上的多重选择性也叫地理弹性，选择余地越大表明弹性越大，选择余地越小则弹性越小；另一方面，由于占据底层环节的地方产业集群特别多，它们之间的竞争必然加剧，这样最终会导致底层环节利润水平越来越低，如此一来底层环节的地方产业集群就没有多少钱去再投资、创新和提升薪酬水平了。

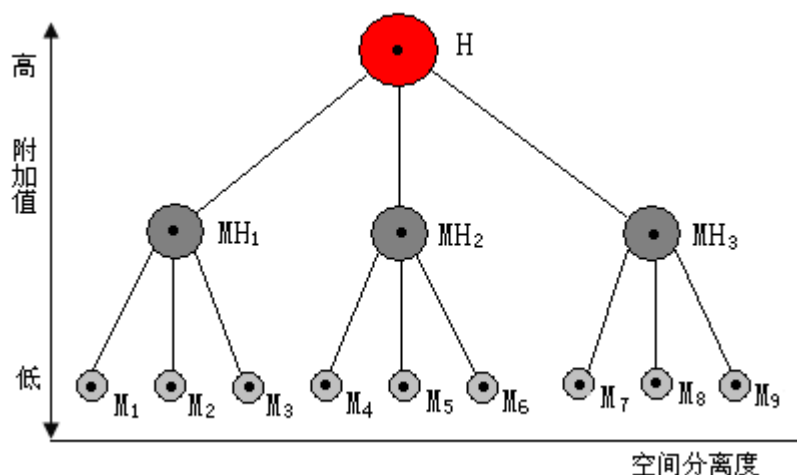


图 7-3 全球价值链下地方产业集群之间分工合作的地理弹性

如图 7-3 中所示，在价值环节 H 只有一个地方产业集群，而 MH 环节则增加到三个，再向下 M 环节则上升到九个。这主要是因为，当低附加值环节的地方产业集群发展的十分成熟和分布较广的时候，激烈的竞争就会导致该环节产品和服务性价比会越来越高。由此就会刺激更多的占据高附加值环节的地方产业集群将那些对它们来说附加值很低的环节以外包形式分离出去，这时随着需求的上升就会使得那些竞争力偏弱的中小企业有机会进入全球价值链的底端，这样就会推动底端原有的企业往升级或发展，结果随着这些企业能力的进一步提升，在全球又会开始新一轮的产业扩张发展进程。这一全球价值链下地方产业集群的联动发展过程，有学者称之为“产业协同进化”（industry co-evolution）(Sturgeon&Lester, 2004)。

全球价值链供应基础或者底端诸多地方产业集群的深化发展，已经使得发达国家的一些中小企业都有可能不需要任何海外投资而直接将业务转包给这些发展中国家的地方产业集群。例如越南诸多服装产业集群已经承办了不少丹麦小型企业的外包订单 (Muller, 2003)。这样一来也就带来了一个严重的问题。虽然发达国家或地区把握了全球价值链的高附加值环节，但是大多数产品和服务的最终市场仍然在这些国家或地区。如此一来，就会随着海外分包进程的深入发展，这些国家普通工人的就业就会越来越困难。总之，如图 7-3 中所示 H、ML 和 M 之间越往上集中度越高，基本是由环节所在的附加值和该环节的进入门槛正相关性所决定的。环节所在的附加值越高，门槛也就越高，该环节也就越趋于垄断；反之，则趋于完全竞争。

通过这一分析，我们就不难理解现实生活中的以下事情。首先，为什么国内同一产业中诸多地方产业集群在出口和吸引外来投资方面的恶性竞争总是没有休止，这与我国地方产业集群在全球价值链中占据的底层位置所对应的地理弹性过高是密切相关的。随着经济发展，有能力进入中低和中等价值环节的地方产业集群越来越多，其之间的竞争当然也会越来越激烈。这样随着集群之间地理跨度的扩

大，这种竞争就会波及越来越广的地区。例如，2003 年以来，关于长三角 16 个城市之间恶性竞争严重、行政壁垒森严的报道就不绝于耳；在相距不远的 15 座城市中，有 11 座城市选择汽车零部件制造业，有 8 座城市选择石化业，12 座城市选择通信产业。产业结构趋同，重复建设现象十分严重；江苏免检的产品到了长三角区域内的其他省市还要再检验，甚至在同一个省内，这座城市的免检商品进入其他城市还要再从上到下“跑一趟”，行政壁垒严重阻碍要素流动；上海坚持传统的核心圈向外摊大饼式的发展道路，而苏锡杭甬要求体现功能差别，错位发展。杭州希望做上海的后花园，要求把上海的一部分功能移植过去；苏州表面上称“大树底下种好碧螺春”，但心里却也想把上海作为消费娱乐的“后花园”。由此可以看出，正是由于占据低附加值环节的地方产业集群在空间上的扩散，以致大多超越了镇、县、市和省等多重行政区划。如此一方面形成了大区域内分工协作的产业群落竞争优势；另外一方面，也带来了行政体系内部由利益所驱使的多重冲突和矛盾。这种冲突或矛盾，可以发生在镇与镇之间、县市之间，甚至省与省之间。对此，在长三角和珠三角各地之间在招商引资上相互压价，加大优惠筹码的恶性竞争中可以清晰地看出。

其次，为什么长三角和珠三角那么多外向度很高的地方产业集群在发展十多年后，经济总量也得到了大幅提高，但是人均产出、收入等水平和设备水平基本都没有什么变化呢？例如，在作者 2005 年 1 月对佛山的服装产业集群进行实地调研时，就发现那里服装企业的装备虽然量上有了很大的扩展，不过在质上，基本还停留在 20 世纪 80 年代初刚起步时的水平（如果不是国内有着源源不断的民工，那么这些地区早就会陷入发展窘境中了）。这实际上与全球价值链中利润基本都流向高附加值环节的内在治理机制是相对应的。

这一内在治理机制，在实际经济生活中的影响是很深远的。例如，在 2004 年 9 月 16 日西班牙巴伦西亚省埃尔切市，当地鞋商烧毁中国鞋城温州商人近百万欧元鞋子的一个重要原因就是中国鞋太便宜了。中国鞋业在西班牙出口价格十几年来不但没有上涨，而且还不断下降，好多鞋只要 2 欧元左右（刘瑞常，2004）。这说明我国温州等地的主要鞋业集群，这十几年来基本延续了价格竞争模式下简单的量能扩产模式。由此，一方面，鞋业的最终产品生产体系仍然处于十几年前的低附加值环节；另一方面终端产品的低附加值的长期滞留又会导致上游原材料供给环节的生产环境，不但得不到有效改善而且有恶化的趋势。例如，皮革制鞋的价格始终上不去，那么上游畜牧业等产业的利润空间就很有限。由此在量能扩大的情况，就只有牺牲环境等资源来满足产能的扩大和维持总利润规模。这也就是为什么我国经济高速增长过程中，为什么会长期出现农村经济停滞不前和生态环境不断恶化的一个重要原因。其主要在于产业区利润水平与创新之间一般是正相关的，二者总是紧密结合在一起（波特、竹内广高等，2002）。如此低的价格哪里有多大的利润空间，这样也就只有延续原有的初级生产方式了。从这里还可以看出一个重要信息，那就是地方产业集群的核心产业环节的低附加值特性，还决定了其周边辅助支撑环节的低级别、低附加值的特性，最终就会导致整个集群经济的低级别性。所以，只有核心环节的不断升级，才能从根本上带动整个集群经济和周边地区的发展。

最后，近来，无论制造业还是服务业的全球外包业务正越来越流向那些在外包进程中竞争力得到快速提升的供应商、合约商和中介组织。换句话就是全球化的外包体系正在有选择地向纵深发展（Gereffi&Sturgeon, 2004）。这在图 7-3 中，就可以认为从 M1 到 M9 的分包体系，逐渐向 M4 到 M6 的分包体系集中。如此一来必然加剧地区之间发展的不平衡性和地区间的冲突。

4.4 链条研究层次的差异性

图 7-1 中的全球价值链条 OH，按照研究的需要可以划分成多个层次。例如，在个人电脑产业中，可以将该价值链条划分成主板、硬盘、内存、CPU、声卡、显卡、电源、显示器、键盘、鼠标等诸多价值环节。在该层面中，又以 CPU 为核心环节。如果把图 7-1 中价值链条 OH 改为 PC 中的硬盘，那么根据分工原则，该产品又会分成许多环节，其中就有作者 2003 年 10 月份在浙江平湖光机电产业集群调研中遇到的马达。根据当时实地调研情况来看，即使是如此微小的马达产品，其还可以分成十来个分工环节，而且不同环节还分散于日本本土，中国的平湖、宁波和大连，东南亚的新加坡、马来西亚、菲律宾和泰国等国家和地区。这样，就可以发现，在 PC 的全球价值链中，与 CPU 和操作系统相比，虽然硬盘是中低或低附加值环节，但是从硬盘内部来看，马达也不是核心价值环节。不过就这小小马达内部不但也有着极其明确的价值等级体系，而且其中的核心环节仍然能够支撑起一个令波特、竹内广高等人（2002）都刮目相看的产业集群。

这就说明，一般任何一条全球产业链条不但都可以继续向下划分出诸多子链条以致孙链条和更低层级的产品链条，而且任何层级的价值链条也基本都存在着明显的价值等级体系。当然这样分析的话，产业转移和产业升级就变得更加复杂了，不过从这种分析方式可以明显地看出各个产业集群之间的差距，由此可以清晰地勾勒出低端产业集群未来发展的空间到底有多大。

4.5 蔓延式布局与时间距离

全球价值链中一段或某些价值环节在特定空间分布时，一般会遵循附加值的距离衰减规律。不过，在实际研究中地理距离一般会用时间距离来替代。例如在浙江平湖光机电产业集群的选址过程中，日资企业就是按照距离上海—无锡等地两小时公路车程来计算的。

2002 年 10 月开始，虹桥国际机场所有国际航班东移至浦东国际机场。虹桥机场定位转向国内化甚至支线化，这使得苏州、昆山、吴江的 IT 产业遭受重创。而上海张江工业园的上升势头也由此迅速盖过了苏南诸开发区。因为昆山从上世纪 80 年代开始，就把近在咫尺的虹桥机场当作昆山投资环境一个重要组成部分，苏州则专门修建了到虹桥的机场路，是工业园区的配套工程（周慧琴，2004）。国际航班远移浦东，使苏州、昆山到机场的路程增加两个小时。

2003 年 6 月 8 日，世界最长的跨海大桥——杭州湾跨海大桥工程奠基。当众多媒体热炒跨海大桥世界上最长、民营资本占据半壁江山等两大特性时，却忽视了跨海大桥建造带来的更为重大的变化。杭州湾跨海大桥飞跨两岸，杭州湾变成杭州圈。而由湾变圈，舟山港的扩容以及宁波港与舟山港的整合等特大基础工程的建设，将对杭州湾业已形成的经济格局产生巨大影响，还极有可能对长三角的区域经济布局产生冲击，使得长三角的经济中心南移（贾拥民，2004）。2008 年杭州湾跨海大桥建成后，宁波将一举融入沪杭甬 2 小时交通圈，其在长三角城市群中的战略地位将得到空前的提升。跨海大桥建造，首先改变了杭州湾的物流与交通格局，杭州作为浙江和杭州湾的物流与交通枢纽地位将极大地弱化。而宁波将自然成为浙东以及福建、江西接轨上海的交通枢纽。从长远看，大桥的建成势必引发“上海经济圈”上海、杭州、宁波一线的结构调整。大桥建设将使宁波与制造业发达的苏南地区形成产业对接，优势互补，从而大大降低制造业的成本。宁波借桥，更加近距离的接受上海的经济要素辐射，此外大桥建造，宁波港口腹地将拓展，迎来更大的发展机遇。

上海的城市定位已经非常清晰，就是要成为国际经济、金融、贸易中心，从而带动长三角地区和整个长江流域经济的发展。因此，上海的辐射半径非常广泛，整个城市规划根据车程制造了四个半径的区域概念：一是半小时车程辐射区；二是一小时车程辐射区；三是两小时车程辐射区；四是四小时车程辐射区。所谓半小时车程辐射圈，就是以上海的人民广场为中心，辐射到上海各区的每个角落，上海市区之间的城市规划和城市建设交通网络的布局都以此为依据；一小时车程辐射圈已经到了周边的苏州、嘉兴等地区；二小时车程辐射圈到了南通、常州、无锡、杭州、宁波等地；四小时交通圈已经包括了南京。

与此同时南通借助正在建设的苏通大桥而提出了“亚上海的建设目标。一桥飞架天堑，南通就能主动融入苏南板块和上海经济圈，提升区域竞争力，与长三角中线苏锡常都市圈、“南翼”宁嘉杭都市圈构成“三足鼎立”之势。

在全球价值链下地方产业集群发展过程中地理距离与时间距离之间差异性还可以通过佛山陶瓷产业集群空间发展过程来加以具体诠释。佛山市陶瓷工业虽然有着 5000 多年历史,不过其融入全球产业链进入快速发展时期,还是从 1983 年石湾镇原佛陶集团耐酸陶瓷厂从意大利引进第一条国外建筑陶瓷生产线开始。从 1983 年到 90 年代初,虽然石湾陶瓷产业经过近十年高速发展,并且由于贴近佛山市区的原因,陶瓷产业一直有着向外拓展,特别是往西部发展的需要。不过石湾西部与其只有一河(东平水道)之隔的南庄只有等到 90 年代初南庄的大桥修通后,陶瓷产业才从石湾向南庄大规模转移。此后,随着 90 年代末南庄与西樵之间西樵大桥的建成,陶瓷产业又从南庄往西樵镇蔓延;同期也借助南庄与小塘之间桥梁的建设,陶瓷产业迅速进入了小塘镇。经过,十几年空间蔓延式发展,佛山建筑陶瓷已经形成了 988 条生产线,年产 16 亿平方米,占全国总产量的 40% 左右,其中石湾镇 3-4 亿平方米,南庄 5 亿平方米,南海西樵和小塘 4-5 亿平方米;此外在石湾和陈村间也形成了年产值 30 亿左右的陶瓷机械设备制造业(见图 7-4)。

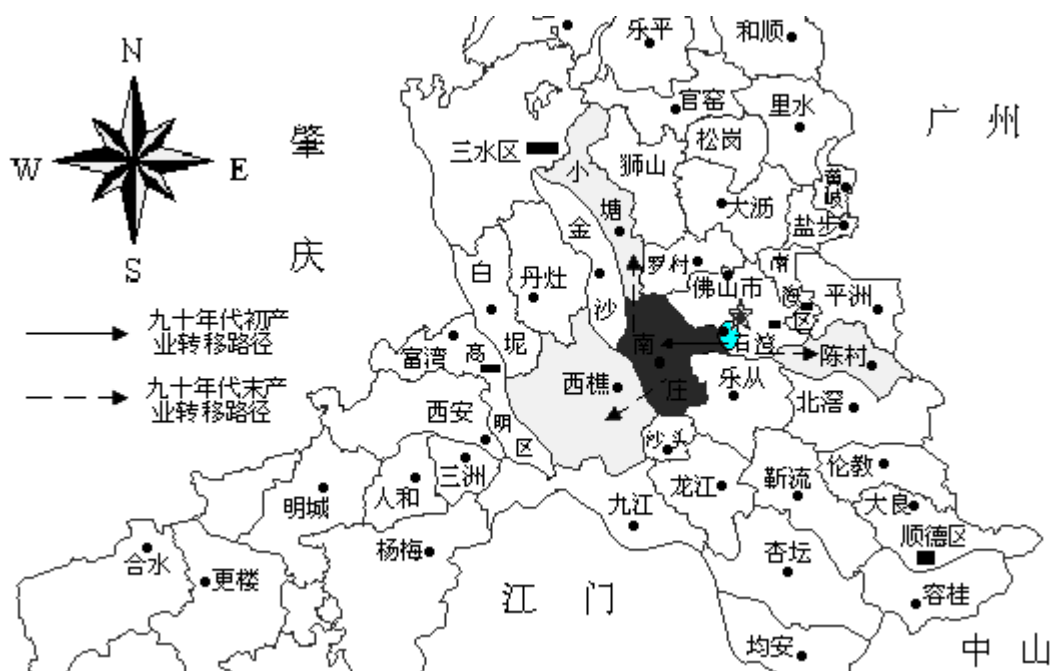


图 7-4 佛山陶瓷产业空间扩散图

由该类分析和上述研究可以明显看出,全球价值链中特定价值环节蔓延式扩散过程中一般都是以

时间距离为依据的。例如，石南大桥未修之前，石湾和南庄虽然只有一河之隔，地理距离几乎为零，不过二者之间由于东平水道的阻隔，陆路交通时间距离可是需要至少一个小时，换算成陆路交通里程应该在 60-100 公里之间（宁嘉和苏通大桥的建设也是基于此种原因）。当地人也认为在石南大桥未修之前，南庄与石湾的经济差距基本等同于佛山市区与 60 公里外的落后地区的差距。由此基本可以认为，产业的空间转移和辐射距离与时间距离（特定交通方式下的时间距离或不同交通方式组合后的时间距离）是直接相关的，而与地理距离联系则较为弱。

5 本章小结

全球价值链下各个地方产业集群无论在全球还是在区域内都是有着严格的等级体系，而该等级体系最终又基本是由各个地方产业集群所占据价值环节的附加值高低来决定的。全球价值链上成千上万有着分工合作关系的地方产业集群也就在这种金字塔式的空间等级体系中时刻演绎着既竞争又合作的双向关系。长江三角洲和珠江三角洲之所以能在国内异军突起，很大程度上得益于产业链条不同等级价值环节在区域内的合理分布，并由此形成了一个相互协调和合作分工的集群群落，最终出现两地蔚为壮观的城镇群落。

根据全球价值链价值环节在空间分离跨度大小的尺度，将价值环节的空间分离分为跳跃式布局和蔓延式布局两种地理分布方式。与价值环节空间跳跃式布局相对应的是，各个价值环节之间按照附加值高低所形成的一个简单的空间等级分布体系，能否成为产业跳跃转移的一个黏附点很大程度上依赖于当地与转移地之间有没有发生过产业联系；与价值环节空间蔓延式布局相对应的则是，各个价值环节在按照附加值高低进行空间分离的时候，其内部一般会遵循价值的空间距离衰减规律。正是由于长江三角洲和珠江三角洲都存在一个区域内绝对的龙头城市上海和香港，由此才带来地区产业转移和蔓延的良好格局。虽然，产业布局效益与空间规模成正比，但是同一地理距离圈层的地方能否获得辐射效应很大程度上依赖于其与中心城市之间的时间距离。

第八章 产业集群与品牌拥有量相关性研究

——以服装业产业集群为例

1 定量实证研究背景

1.1 背景

随着我国长江三角洲和珠江三角洲集群经济的巨大成功，全国各地都普遍掀起了学习产业集群、创导产业集群的热潮。国外研究也表明，产业区或产业集群在不同的国家和不同行业中被广泛应用，并且在应对全球化挑战的进程中变得越来越重要。产业地理集中这种广泛出现和不断发展的现象，导致地方、区域、国家甚至是国际上的有关政府机构开始制定与实施培育竞争力的政策，并且通过鼓励企业集中或者自觉建立产业区或集群来发展区域经济。那么，国际上对于创导产业集群都是怎么做的呢？在科学技术部办公厅调研室翻译编制的《集群创导绿皮书》上，我们发现很多集群创导者（包括政府、协会以及其他机构）都是在大量地、集中地拼凑波特教授 1998 年所给出的产业集群标准化特征要素，如大学、金融、培训、法律、专业化供应商、地理接近、协会、贸易协会、咨询机构、标准制定机构等。

在国内无论是长三角和珠三角还是其它地区特别明显的是，一个地方由于历史原因出现了产业集群雏形之后，便开始根据理论大造、特造标准化特征要素，没有协会赶快创办协会，有的甚至是没有大学也要办大学等等。然而，这些产业集群标准化特征要素对于产业集群发展的具体作用是什么，每个产业集群的标准化特征要素在集群发展的不同阶段具有的作用是否一致，标准化特征要素在量上多少才是合适以及有没有其他的要素特征还会影响集群的发展等问题没有人进行深入的研究，即定量的实证研究。

本文就是基于这些问题的思考，从国内目前普遍兴起的创建品牌高潮的这个角度，选取我国沿海特别是长江三角洲和珠江三角洲服装产业集群中品牌这个角度来试图回答一个问题即产业集群的发展还会受到非标准化特征要素的影响，并且采用定量的研究方法，通过实证研究给予证实。

1.2 研究小结

主要通过选择国内沿海长江三角洲和珠江三角洲 24 个服装产业集群作为样本，其中 22¹³个产业集群已被中国纺织工业协会命名为“中国纺织产业基地市（县）、特色城（镇）”，进行多元统计分析（主要是多元线性回归分析）。据回归结果得知，产业集群的发展除了受到标准化特征要素的影响之外，还受到集群内拥有知名品牌数量的影响。

为此，报告认为，在进行产业集群创导或产业集群增长研究时，除了考虑产业集群标准化特征要素之外，集群的创导者也应该关注集群内品牌拥有量等一些非标准化特征要素。根据对品牌拥有量这一自变量进一步的统计分析，报告得到这样的启示，集群创导者为了确保产业集群的增长和竞争力的提高，必须适时增加集群内品牌的培育投入，在一定范围内确保一定的品牌拥有量；同时，二项式的

¹³ 青岛市包括即墨市等，为此可以看作是基地市；而宁波和温州市分别不包括各自的下辖市县，故不算作基地市。

规律也告诉我们，品牌数量过多也会削弱集群的增长和竞争力。

2 数量实证分析

2.1 样本与数据说明和来源

本文以中国服装协会 2003 年 10 月统计的我国沿海 24 个服装产业集聚地（山东 2 个，福建 4 个，长三角 10 个，珠三角 8 个）为样本。为了保证资料统计口径的一致性，本文没有对个别数据进行修正。0 或 1 表示该地区是否被中国纺织工业协会评为“中国纺织产业基地市（县）、城镇”等称号，1 表示是，0 相反。品牌数这一栏是作者根据统计资料上列出的知名品牌的数量填写的。由于原有数据存在量纲上的区别，为此作者对原有数据进行了标准化，如表 8-1 所示。

表 8-1 样本与数据

是否是 基地市 (县)或 城(镇)	地区	服装产业产 品销售收入 (万元)	服装产业 企业数 (个)	服装总 产量(万 件)	品牌数 (个)	销售收 入标准 化	企业数 标准化	产量标 准化	品牌数 标准化
1	青岛	1818000	1169	32100	11	1.50	0.28	0.23	0.81
1	诸城	458259	306	10000	6	-0.35	-0.90	-0.51	-0.50
1	无锡	832264	1163	14674	8	0.16	0.27	-0.35	0.02
1	金坛	437630	285	13594	4	-0.38	-0.93	-0.39	-1.02
1	常熟	1960000	1650	20000	12	1.69	0.93	-0.17	1.07
1	杭州	7980	30	540	9	-0.96	-1.28	-0.83	0.28
0	宁波	1350000	1800	17630	12	0.86	1.14	-0.25	1.07
0	温州	3020000	2500	15000	11	3.14	2.09	-0.34	0.81
1	乐清	1108000	425	3200	7	0.53	-0.74	-0.74	-0.24
1	嵊州	625887	1100	23400	5	-0.12	0.18	-0.06	-0.76
1	织里	37650	2510	2460	5	-0.92	2.10	-0.76	-0.76
1	枫桥	145000	37	3800	4	-0.78	-1.27	-0.72	-1.02
1	晋江市英林	339150	1191	15800	5	-0.51	0.31	-0.31	-0.76
1	晋江市深沪	450000	252	96936	4	-0.36	-0.97	2.42	-1.02
1	石狮灵秀镇	126130	652	5000	6	-0.80	-0.43	-0.68	-0.50
1	石狮蚶江镇	287000	586	5000	5	-0.58	-0.52	-0.68	-0.76
1	东莞市虎门镇	128000	1072	15600	10	-0.80	0.14	-0.32	0.55
1	中山市沙溪	532100	639	25200	5	-0.25	-0.45	0.00	-0.76
1	中山市大涌	257206	280	110000	13	-0.62	-0.94	2.86	1.33
1	潮州	370000	556	51000	6	-0.47	-0.56	0.87	-0.50
1	普宁	1430000	1452	80000	20	0.97	0.66	1.85	3.16
1	新塘	856180	2045	22470	7	0.19	1.47	-0.09	-0.24
1	均安	300000	1200	10000	9	-0.57	0.32	-0.51	0.28
1	盐步	300000	310	10000	6	-0.57	-0.90	-0.51	-0.50

资料来源：中国服装协会网站，经研究者整理。

2.2 对样本进行多元统计分析

采用 SPSS 统计软件，以产业集群销售收入为因变量，以企业数、产量和品牌数为自变量，对样本数据进行多元统计分析（主要是多元线性回归分析）。在多元线性回归分析之前，对四个变量进行相关系数分析，如表 8-2。

表 8-2 四大变量相关系数表

		Correlations			
		销售收入 标准化	企业数 标准化	产量 标准化	品牌数 标准化
销售收入标准化	Pearson Correlation	1	.567*	.059	.529*
	Sig. (2-tailed)	.	.004	.784	.008
	N	24	24	24	24
企业数标准化	Pearson Correlation	.567*	1	-.135	.348
	Sig. (2-tailed)	.004	.	.529	.095
	N	24	24	24	24
产量标准化	Pearson Correlation	.059	-.135	1	.400
	Sig. (2-tailed)	.784	.529	.	.053
	N	24	24	24	24
品牌数标准化	Pearson Correlation	.529*	.348	.400	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.095	.053	.
	N	24	24	24	24

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

通过表 8-2 发现，产业集群销售收入与企业数量的相关系数为 0.567，说明二者具有一定的正相关性，在线性回归中， T 检验弃真概率为 $sig. = 0.04 < 0.05$ ，说明该变量在 0.05 显著性水平下对销售收入做线性回归分析是没有问题的；品牌数与集群销售收入的相关系数以及回归分析的 T 检验结果与之相似；与之不同的是，产量与集群销售收入的相关系数为 0.059，弱相关， T 检验的显著性水平为 $sig. = 0.784 > 0.05$ ，不能在 0.05 显著性水平下对销售收入做线性回归分析。

在实际多元线性回归分析中，也进一步验证了上述的判断。如表 8-3 所示，三个变量一同回归时， $F = 5.401$ ，弃真概率为 $0.007 < 0.05$ ，但表 8-4 相关系数显示，自变量“产量与品牌”的 T 检验弃真概率分别为 0.823 和 0.062，全部大于 0.05 显著性水平，故不能进行多元线性回归分析。

表 8-3 三个变量对产业集群多元线性回归分析方差表

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.668	3	3.556	5.401	.007 ^a
	Residual	13.169	20	.658		
	Total	23.838	23			

a. Predictors: (Constant), 品牌数标准化, 企业数标准化, 产量标准化

b. Dependent Variable: 销售收入标准化

表 8-4 三变量回归相关系数表

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.320E-02	.166		.080	.937
	企业数标准化	.425	.189	.422	2.255	.035
	产量标准化	-4.34E-02	.191	-.043	-.227	.823
	品牌数标准化	.400	.203	.399	1.973	.062

a. Dependent Variable: 销售收入标准化

三个变量一同回归而 T 检验通不过的原因是三个自变量之间存在多重共线性问题。根据共线性诊断表 8-5，当变量（Dimension）个数大于 4 时，条件指数（Condition Index）为 1.922，小于 30，说明共线性不太严重，此时品牌变量的方差比例大于产量变量，而当变量个数为 3 时，产量变量的方差比例大于品牌方差比例，综合考虑，剔除“产量”自变量。

表 8-5 三变量回归共线性诊断表

Collinearity Diagnostics ^a							
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	企业数标准化	产量标准化	品牌数标准化
1	1	1.467	1.000	.00	.09	.14	.26
	2	1.135	1.137	.01	.40	.27	.00
	3	1.001	1.211	.98	.00	.01	.00
	4	.397	1.922	.01	.51	.58	.74

a. Dependent Variable: 销售收入标准化

根据表 8-2，销售收入与品牌数、企业数量两变量都存在较高的相关系数以及线性回归 T 检验全都通过的结论，也进一步支持需要首先剔除“产量”自变量。

对剩余 2 个变量重新进行多元线性回归的结果如表 8-6、8-7、8-8： $DW = 1.684$ ； $F = 8.457$ ，弃真概率为 $0.002 < 0.05$ ； T 检验显著性水平值分别为 0.020 和 0.041，全部小于 0.055，故可以进行多元线性回归。

表 8-6 二个变量多元线性回归模型摘要表

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.668 ^a	.446	.393	.79292	1.684

a. Predictors: (Constant), 品牌数标准化, 企业数标准化

b. Dependent Variable: 销售收入标准化

表 8-7 二个变量多元线性回归分析方差表

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.635	2	5.317	8.457	.002 ^a
	Residual	13.203	21	.629		
	Total	23.838	23			

a. Predictors: (Constant), 品牌数标准化, 企业数标准化

b. Dependent Variable: 销售收入标准化

表 8-8 二个变量多元线性回归分析系数表

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.173E-02	.162		.072	.943
	企业数标准化	.439	.175	.435	2.514	.020
	品牌数标准化	.378	.174	.377	2.176	.041

a. Dependent Variable: 销售收入标准化

根据表 8-8，得到多元线性回归方程：

$$y = a_0 + b_1x_1 + b_2x_2 \dots\dots\dots (1)$$

y 表示产业集群销售收入， x_1 表示企业数量， x_2 表示品牌数， a_0 表示线性模型常数， b_1 表示企业数量权重， b_2 表示品牌数量权重，将表 8-8 中个权重系数得分带入方程式(1)，得到方程式(2)。

$$y = -0.01173 + 0.439x_1 + 0.378x_2 \dots\dots\dots (2)$$

2.3 回归结果解读

根据方程式(2)能够发现产业集群内拥有品牌的数量、企业数量与产业集群销售收入正相关，企业数量增加一倍，销售收入将会增加 0.439 倍；品牌数量增加一倍，该集群的销售收入就会相应地增加 0.378 倍。

在回归分析中，由于“企业数量”自变量没有反映集群内单个企业规模的大小，而企业规模大小对集群的增长和竞争力的影响是不同的，一个大企业可以代替若干中、小企业。虽然可以简单地认为增加企业数量会促进集群的增长，但是大企业还是中小企业数量的变化与集群增长之间关系，需要进一步的研究，在此不再展开。接下来本文主要研究在其他条件给定的情况下，品牌数对产业集群增长和竞争力提升的影响。

3 品牌对产业集群发展的影响

3.1 品牌的双刃剑效应

据多元线性回归方程式 (2), 0.378 这个权重数字告诉我们, 为了促进产业集群的发展, 集群领导者应该积极主动地去培育集群内的品牌数量。该做法在东莞市虎门镇、中山市大涌镇、晋江市新塘镇、顺德区均安镇、南海区盐步镇等服装名镇实践得最多, 品牌数分别为 10、13、7、9 和 6 个, 品牌数在 24 个服装业集群中处于中等水平。正是由于这种对培育品牌的不懈努力与大量投入, 使得这些产业集群走过了初级加工的低附加值阶段。在其他行业的产业集群中, 一些有思想的企业家同样十分看重品牌, “高兴的资本是实力, 实力的资本是品牌和质量”, 这句话是温州市打火机产业集群中大虎牌打火机厂的老板周大虎在 2003 年 9 月带领温州烟具协会打赢欧盟反倾销案时的讲话。这句话折射出的道理是, 集群对企业的快速发展具有促动作用, 而面临国际市场时, 品牌——这一国际通行的标准同样不能被产业集群所抛弃, 集群为内部企业带来各种优势的同时, 企业必须做好品牌的工作。否则, 集群救不了企业, 同样不做品牌的企业对集群的促动作用也有限。

另一方面, 任何地方产业集群中并不是品牌越多越好, 品牌总量会有一定限度的。集群内品牌数量过多或品牌意识过强, 对集群发展反而会产生负面作用。例如, 福建晋江的各个服装专业镇, 那里的人们都很注重品牌的符号价值, 几乎是家家户户都有自己的品牌, 甚至一家有几个品牌, 而且他们非常舍得在品牌方面加以投入, 从港台地区请了不少知名的、不知名的影视明星为自己的品牌作代言。结果是举目望去, 满眼都是同质化的家族品牌, 生产出的鞋子除了颜色和大小略有不同之外, 人们很难区分出各家的品牌有什么不同, 品牌的符号价值不但没有体现反而消融殆尽, 这种没有成效的投入与经营对于整个集群的发展也没有起到太大的作用。

此外, 对品牌收益与培育成本的简单思考, 也能够得出这样一个结论, 即如果培育成本等于或者大于产业集群因品牌增加而带来的收益的话, 过多地培育品牌就会出现负面的影响。通过表 8-1, 我们也发现并不是说品牌数量越多产业集群销售收入就越高, 关键要看现有品牌数量能否满足集群发展的需要。例如, 杭州市 9 个知名品牌, 产业集群收入为 7980 万元, 而无锡市 8 个知名品牌, 产业集群收入为 832264 万元。

3.2 从全球价值链地理弹性看品牌双刃性

结合当前研究经济全球化较为流行的全球价值链理论, 发现全球价值链中地方产业集群地理选择弹性理论能够很好地解释品牌数与地方产业集群发展的相关性 (参见第 7 章图 7-3)。在价值环节 H 只有一个地方产业集群, 而 MH 环节则增加到三个, 再向下到 M 环节则上升到九个。这种逐层递增的背后隐含的规律是, 一个高级的产业集群需要众多低级的产业集群的支撑, 他们之间也存在一个生态群落各层级物种合理的比例关系。

如果一个国家或一个区域高级的地方产业集群数量过少的话, 则难以带动整个产业链条的升级, 同时也不会为众多低级的产业集群创造更多的赢利空间; 相反, 如果高级的产业集群过多的话, 就会缺少众多低级产业集群的支撑, 导致很多方面的投入成本都会相应地增加 (交易成本、管理成本等), 也会导致某些高级产业集群转向其他地方, 最终就会出现地方产业集群整体的衰落。同理, 集群内每

一个品牌都需要相当多的中小企业或其他机构来支撑的，如果品牌过少就会导致集群在价值环节与技术层次上难以升级，品牌过多也会使得支撑企业或机构难以其满足需要，出现品牌经销成本增加或品牌转移的结果，导致集群整体效率低下，发展受到限制。

基于对上述现象的思考，研究者采用 EXCEL 软件，对品牌数和产业集群销售收入进行一元非线性回归分析（多项式拟合），得到拟合公式：

$$y = -6578.4x^2 + 240407x - 683194 \dots\dots\dots (3)$$

这个统计分析的结论显示，品牌数与产业集群收入的关系为开口朝下的抛物线形式，即品牌数与产业集群销售收入之间先成正比后成反比的关系。经计算得到临界值点 $\lambda_0 = 18.27$ ，如果产业集群内拥有品牌量超过临界值点（有人研究称之为市场资源容纳度），就会出现品牌间大小混战，纷纷受损，中小品牌不断出局等现象，最终影响集群的健康、持续发展。根据表 8-1 和图 8-1，我们发现 24 个样本中只有普宁市服装产业集群的品牌数超过了临界值，其他集群都小于临界值。

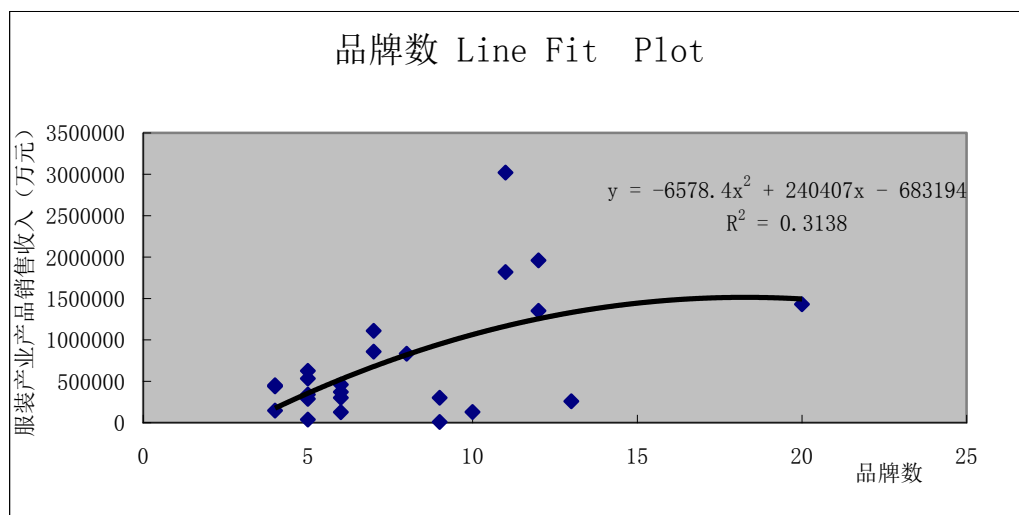


图 8-1 品牌数与产业集群销售收入二阶拟合图

当然，品牌数与集群增长的相关性也与集群发展的阶段性、职能、区域品牌以及集群内培育品牌的成本有关。做批量服装加工的产业集群，大量的 OEM 会增加该集群的销售收入；做时装的产业集群通过鼓励品牌培育会增加收入；对于缺乏产品品牌或培育成本过高的产业集群如果能够培育出良好的区域品牌，同样会增加收入。

为此，根据统计分析，我们得到如下结论，产业集群内拥有品牌量与产业集群销售收入呈现正相关性，并且具有线性回归分析的合理性，而进一步拟合也发现，二者还存在一定的多项式模型关系。这些说明，品牌数量在产业集群的发展过程中具有一定的促进作用，但是这种促进作用是有一定条件限制的。

3.3 进一步研究发现

综上所述，波特教授产业集群标准化特征要素对产业集群的发展具有一定的作用。本报告通过定量实证研究进一步发现，某些标准化特征要素对产业集群发展作用的相关性有大有小，有正有负，如

企业数量与集群收入之间存在较高的正相关性，也可以进行线性回归分析，而集群产量与集群销售收入之间则呈现微弱的负相关性，说明一味地扩大集群产量对集群的增长帮助不大。此外，品牌数作为非集群标准化特征要素却对集群的发展具有较高的正相关性，但二次多项式的拟合结论也说明了品牌数量并不是多多益善。统计分析的结论再次说明了落后地区以及长三角和珠三角本地集群创导者在集群创导过程中对这些标准化特征要素的考虑要慎重，对非标准化特征要素也要有所觉察。

另外一个令人吃惊的发现是，集群中的“品牌数/企业数”之比与“销售收入/产量”之比之间存在弱负相关性（如表 8-9），即说明产业集群中的企业追求品牌价值不能带来产品附加值的增加，反而会减少产品附加值的增加。那为什么国内很多集群还在积极地做品牌呢，东莞的“两自”是否还具有意义？能够解释这种现象的理由就是，国内的大多数产业集群都是低附加值环节的集群，他们最大的收入或者说是附加值来自于加工资源，而不是品牌资源。在全球价值链等级控制十分严格的今天，并非依靠品牌资源的产业集群在极力打造品牌的过程中当前以致未来很长一段时间只能是一个不断付出的过程，而不是一个收益的过程。只有我国沿海特别是长三角和珠三角这些发达地区的产业集群完成品牌打造过程，目前仍然由它们把控的加工制造环节才能大规模向国内其它地区转移。

表 8-9 单个企业拥有品牌数与单位产量销售收入的相关系数表

	品牌数/企业数	收入/产量
品牌数/企业数	1	
收入/产量	-0.125945636	1

4 本章小结

美国哈佛大学“大学教授”波特在 20 世纪 90 年代研究国家竞争力优势的时候提出了产业集群的概念，其理论逻辑是“一国竞争力来源于该国内具有一些具有国际竞争力的产业，而这些产业在该国内往往是以集群的状态存在的，这样研究国家竞争力，就要研究产业竞争力，而产业竞争力是如何形成的，就要研究产业集群这种既特殊又具有普遍规律的行业存在状态的特征。至 1998 年，波特完整地提出了产业集群的概念以及集群状态所包含的标准化特征元素。正是这个概念以及清晰的标准化特征要素组合结构让全世界关心产业经济的学者、专家、组织以及机构更清晰地了解了产业集群，也大大地促动了紧随其后的产业集群创导。

产业集群学说同样是在 1998 年引入国内的¹⁴，经过以王缉慈教授为首的国内大批学者多年的研究与实践，为我国的地方经济发展（特别是沿海地区）作出了巨大的贡献。然而，到目前为止，波特教授的产业集群标准化特征要素的组合结构对产业集群的整体发展作用的研究还没有深入下去，特别是每种要素在不同类型产业集群中的作用如何，在同一产业集群不同发展阶段的作用如何以及该要素如何更好地适合产业集群的发展等定量实证方面的研究尤为缺乏。此外，波特教授产业集群标准化特征要素是否涵盖了产业集群发展所需要一切变量，也需要进一步研究。目前，受长三角和珠三角集群经

¹⁴ 1998 年《经济研究参考》中一名为《民营小企业的集群化与国有小企业的离散化》的文章拉开了集群在国内研究的序幕。

济巨大成功的影响，大量的集群创导工作在国内各个省市如火如荼地展开，对产业集群标准化特征要素组合结构的研究需求也极为紧迫，定性研究的中小企业扎堆、大企业衍生、社会资本、联系、知识溢出、面对面（face to face）交流、对外科技合作等方面的实用性不但存在一定的问题，而且也缺乏普遍使用的科学论证基础，由此各地在学习经验采取集群创导策略时一定要根据当地实际情况谨慎行事。

本报告主要采用长三角和珠三角 24 个服装业产业集群样本数据，通过 SPSS 统计软件的统计分析，发现产业集群标准化特征要素与集群的发展并不是简单的线性相关关系。波特教授产业集群标准化特征要素所忽略的品牌要素在统计分析中发现与产业集群的发展有着一定的线性相关关系，通过进一步的拟合也发现了二项式的结论等等。

第九章 结论与启示

本报告以实证研究为主，根据长江三角洲和珠江三角洲诸多地方政府、企业和行业协会等单位访谈获取详实资料，运用定量和定性两种分析方法，探讨两大三角洲崛起的演变进程，由此得出以下几点结论与启示。

1 结论

第一，制度创新带动了地区发展。一个区域的经济的发展过程实际上是要素的优化配置过程。这种配置表现在时间上就是传统产业向高级产业过渡的过程，也就是工业化的过程；表现在空间上，就是区位优势的空间集聚过程，也是城市化过程。两大三角洲的快速崛起，很大程度上就是因为要素配置过程从时间和空间上都大大优化了。而这一优化过程主要得益于两方面的改革。一是改变要素配置主体，从政府官员和国有企业变为老百姓，这就是所谓“民营化”；二是改变要素配置方式，就是从计划为主，转向以市场为主即“市场化”。无疑，改革开放初期，珠江三角洲“市场化”走得最早最快以致广东借助珠江模式率先崛起，紧跟其后江苏借助苏南模式，浙江利用温州模式也先后快速发展起来。之后，由于浙江在“民营化”方面是走在了广东和江苏前面，从而浙江发展速度又一下子窜到了苏粤之前。近来一直从属于温州模式的浙江台州，又创新出台州模式从而加速了地区产业升级步伐，独树一帜，最终走出了温州模式的阴影。此外，长江三角洲地区南京由于制度创新十分缓慢，以致经济总量不但与上海越拉越大，而且落在了苏州和无锡之后（刘荟荪，2004）。总之，在市场化程度、区域制度创新能力方面谁走的更快些，谁就会获得先发优势，一旦发展了起来，后来者再追赶就很难了。

第二，在分工、合作和竞争关系上形成村、镇、县和市，甚至省级以上地区产业群生态群落。两地大大小小的产业群一般会基于共同的创新性地域文化，它们或在产业上关联、或在地域上近邻，在产业强县、专业镇、专业村的基础上构成了规模庞大的产业群生态体系。多层次和多领域的产业群系统既是两大三角洲整体优势的重要源泉，又是特定产业群发展的基本依托。系统内部的产业群之间既合作又竞争的交互关系，以及产业群系统环境的质量优劣，直接或间接影响着单个产业群的经济绩效。这种影响首先表现为单个产业群的信息流动和知识创新对其它产业群的强烈溢出效应，使产业群既相互效仿，又迸发出各自的创造力；其次，对于特定产业领域来说，这种影响还表现为系统内以同业或相关产业为特色的产业群在近距离进行物质交易以降低成本，以及由于某个产业群的产业链向前、向后延伸，使得相邻地区的相关产业群萌芽并发展起来。生态群落观实际上也说明了资源配置效益与配置空间的地域范围正相关，地域范围越大产业配置效率越高。这也是无论长江三角洲和珠江三角洲这几年都普遍开始宣扬泛化的一个重要原因。例如珠三角区域的范围就包括与珠江流域相连、与大珠三角相邻、相互间经贸关系密切的福建、江西、湖南、广东、广西、海南、四川、贵州、云南 9 个省区，以及香港、澳门特别行政区（简称“9+2”）。

第三，“社会网络—地方企业家—地方政府”三者互动，构成地方永续发展的内在机制。社会网络、地方企业家、地方政府三要素均包涵着地方社会文化方面的“基因”，因而具有鲜明的地域性特征。在不同的时空背景下，三要素呈现出不同的组合形式和力量对比关系，衍生出各种公共机构组织和地

方制度，因而产生不同的地方发展能力，并进而影响到地方产业网络的结构及其变迁、知识创新路径以及地方经济的演变轨迹。这也是长江三角洲和珠江三角洲产业群之间出现明显地域差异的根本原因。正是由于三要素的地域性和动态特征，区域经济增长不可能也不需要遵循某种固定的模式。

第四，外资对我国地区发展的不平衡作用越来越强。20 世纪 90 年代初，市场化程度是造成我国地区间差距显著不同的最关键因素；90 年代末各省参与全球化的程度转而导致省内地区差异的最重要的原因。20 世纪 90 年代初之前，我国沿海最早开放的地区在参与全球化过程中，所承接的大多是纺织服装、陶瓷等传统产业，其在以产业附加值高低为划分依据的全球价值链条中处于最底端，而我国当时接受的国际上的这些产业转移又基本是这些全球最底端产业链条中的最低层次，由于等级很低，所带来的对地区经济的影响也就不是十分明显；90 年代中后期以来，我国沿海地区吸收来了许多全球现代制造业的产业链条，虽然在价值分工中仍然处于最底层，不过该类产业链条的引进本身就是一次链条转换型的大跨度的升级。这种链条的升级，会对劳动力素质、技能水平等有着与以往不同的要求，而且一般都会远高于以往的要求。例如，苏州、深圳等沿海发达地区近十多年的高速发展，基本就得益于这种链条升级，在这种链条升级过程中也为当地造就了大量的白领阶层，结果我国地区之间发展的不平衡性开始加剧。这表明在经济全球化过程，只有融入到全球产业链条中才能防止被边缘化和赤贫化。

第五，两大三角洲地方经济发展道路基本都属于技术创新不足的“高低混合式”，因此，对其发展至关重要是本地企业的技术创新，以及来自国外、省外和产业群外的技术转移。目前，两地内生型产业群的柔性专业化特征明显，内生的创新能力较强，具有发达国家产业群“高端道路”的某些相似的特质。然而，与发达国家不同的是，这些产业群内部具有高度根植性的地方网络还不能产生很强的技术创新能力；从全球市场来看，该类产业群的优势仍然体现在低成本、低价格的中低档产品的生产上，表现出发展中国家产业群普遍具有的“下层道路”的典型特征。这表明即使处于我国最发达地区，这些产业群还正处于“下层道路”与“高端道路”之间的混合状态。在全球贸易壁垒削弱的背景下，这些产业群一般只能以加工制造基地的角色参与全球劳动分工网络，而从比较优势向竞争优势的演进还需要经历很长的时间才能得以完成。加上我国普遍存在的民工潮流，以致这些地区仍然能够在低附加值环节持续下去一段时间，这样该类地区产业转移仍然以蔓延式为主，最终来源于产业升级后大规模的跳跃式的产业转移还需等待一段时间。外生型产业集群也大部分还是依靠劳动密集型产业来带动的，还是在做 OEM，门槛很低，很容易模仿，许多地方都可以做，也基本处于由下层道路向高端艰难爬行摸索过程中。

第六，没有一劳永逸的集群推进模式，要因地因时慎选地区经济推进方式。目前，受长三角和珠三角集群经济巨大成功的影响，大量的集群创导工作在国内各个省市如火如荼地展开，对产业集群标准化特征要素组合结构的研究需求也极为紧迫，定性研究的中小企业扎堆、大企业衍生、社会资本、联系、知识溢出、面对面（face to face）交流、对外科技合作等方面的实用性不但存在一定的问题，而且也缺乏普遍使用的科学论证基础，由此各地在学习经验采取集群创导策略时一定要根据当地实际情况谨慎行事。例如，报告中主要采用长三角和珠三角 24 个服装业产业集群样本数据，通过 SPSS 统计软件的统计分析，就已经发现产业集群标准化特征要素与集群的发展并不是简单的线性相关关系，而且波特教授关于产业集群标准化特征要素所忽略的品牌要素在统计分析中发现与产业集群的发展有

着一定的线性相关关系。

2 启示

第一，落后地区发展经济切勿好高骛远，传统产业仍将具有强大的生命力。两大三角洲，特别是浙江省的成功经验及其发展趋向有力地证明，发扬企业家精神，大力发展传统产业完全可以促进区域经济的兴盛，同时提供大量就业机会。以具备一定实力的传统产业为根基发展高新技术产业是现实可行的发展道路。然而，在我国不少地区，地方决策者们往往根本不考虑现实条件，仅凭个人偏好、盲目追赶“潮流”，花大气力发展高新技术产业，结果不仅难以实现预期目标，还浪费人力、物力和财力。中国已经进入 WTO，传统产业将面临着更多的发展机遇，诸如大多数成员国对我国相关出口产品的配额制将逐步取消，大量的国外资本将不断流入，国外适用技术的获得也将更为方便。人类的消费需求是多种多样的，今后较长的时间内，国内外中低档消费品仍将有很大且稳定的市场。落后地区可以抓住全球及国内发达地区传统产业转移的契机，开动脑筋，发展劳动密集型产业，加快工业化进程，完成资本原始积累。处于大开发时期的中西部地区更要保持清醒的头脑，决策者们切勿以追求政绩为主要目标、盲目筹建各类园区或制定不切实际的高新技术产业规划方案。两大三角洲任何一个地区的崛起基本上都遵循了产业循序渐进的发展轨迹，超越阶段和不切实际的发展思路都是百害无一益的。

第二，产业群是地区快速工业化的有效途径。两地诸多落后地区的快速崛起，基本都是在有限的民间资本积累的基础上，通过大量企业集聚成群，既发挥了小企业的灵活善变的优势，又克服了由于企业单体规模小可能会产生的诸多弱势，例如融资困难、市场开拓能力弱等，从而加快了地区工业化的进程。即使对于大企业来说，依托于产业群，也有助于它们降低生产成本、增加生产柔性。因此，产业群战略是现实可行的工业化政策，一些发展中国家的实际经验也证明这点。鉴此，我国落后地区应当改变坐等国家扶持和投资的消极思想和陈腐观念，充分利用民间分散的、相对较少的资金，突破资本和人力的“瓶颈”制约，发展“小企业、大集群”，提高社区全体成员参与经济活动的积极性和创造性。同时要摒弃“企业规模越大越好”的片面观念，切勿在发展初期刻意追求企业上规模、上档次，把经济发展的目标押注在个别大企业身上。当然，随着产业群的发展，少数企业有机会扩大规模、提升档次，在这种形势下，地方政府对这些企业进行重点扶持、发挥其龙头作用是非常必要的。

第三，发掘地方社会结构的个性要素，构建地方产业网络。地方社会结构对地区经济发展产生广泛而深刻的影响。事实证明，脱离地方社会连通性，缺乏必要的社会信任，产业网络将难以建立起来或持续发展。由于社会结构难以复制而且难以改变，研究者并不主张把某些特定地区成为其它地区刻意效仿的模板，而且认为这样或许只能导致事倍功半。因此，对各个地区来说，最重要的是发掘地方社会结构中最有价值的个性要素，以此作为构建地方产业网络的基础。这也是我们两地诸多成功案例中应该吸取的最有意义的经验。例如，沿海地区更要发挥华侨数量多、分布广、具备“外国人”与“乡亲”的双重身份等优势条件，把当地同其它国家和地区更紧密地联系起来，并且加快外资企业本土化和技术转移的进程；中西部地区则可以利用民工将其与沿海发达地区紧密联系起来。

地方产业网络是产业群集体效率的根源。但这绝不等于说地方产业封闭式发展。与西方发达国家标准的产业群模型不同的是，由于我国不少地区工业底蕴浅薄，经济发展的内在资本、技术等要素存

量不多，产业群可能自形成之初就与外部区域保持着密切的产业联系。这种联系在发展初期尤为必要，而且在全球化日益深入的今天，对外联系将会越来越广泛。只有在地方产业网络基础上构建出强而有效的外部联系网络，才能确保地区经济持续有效发展。

第四，培育地方企业家精神是促进产业群持续发展的重要途径。地方企业家不仅是地方网络的重要主体，企业家群体还是促进产业群发展的重要的地方人力资源。企业家群体的创业以及在技术与制度方面的创新活动不但决定了企业自身的成长路径，而且还通过他们的地方生产网络对网络成员产生深刻的影响，从而最终影响着产业群的成长轨迹。比照两地诸多先富裕地区的成长历程，落后地区之所以落后，关键的原因并不在于物质资本的稀缺，而是具有创新精神的企业家群体的缺乏，从更深层来看，则是由于缺乏促进企业家成长的地方社会文化。因此通过积极培育企业家精神、营造以创新、竞争与合作为核心的地方文化，从而培养一批现代企业家是改变地方落后经济面貌的根本途径。

第五，政府的宏观调控与服务职能非常必需且重要。地方政府的适度介入对地方经济特别是产业群的发展是必要且有效的，尤其在落后地区，地方政府更要正确地引导和调控。这个作用既包括地方政府的传统功能，如基础设施建设、金融支持、工业园区规划、规范市场秩序等，又可以延伸到更新的服务领域，如实施区域营销战略、营建创新环境（尤其是引导各种中介服务机构的建设和健全产权保护制度）、建立社会信用体系等。此外，由于产业群在地域上通常跨越行政界线，涉及到数个行政地区，不同地域间产业联系的客观存在性，更需要这些地区的政府相互沟通与交流，从更高的行政区域层面上协调地域间的分工与协作关系。然而，目前我国很多地区行政条块分割的现象依然存在，阻碍地区之间的物流、人流、资金流的自由流动与合理配置，这在不发达地区尤为明显。需要强调的是，政府在积极参与的同时，切勿直接干预企业的日常经营管理活动。此外，为了发挥好服务者和引导者的功能，地方政府需要积极进行制度创新，包括加快自身的职能机构改革，规范并简化各种审批制度，提高政府官员素质，更新服务观念，并根据产业群发展的现实状况，及时调整自己的功能定位。

第六，外界产业联系和应对产业恶性竞争的地方出路。一个地方能否发展起来或接受产业转移、经济辐射等，首先取决于该地与外界有没有产业联系；其次，地方经济的高速发展阶段，由于普遍处于地方恶性竞争的环境中，因此大多需要用城市地租来反哺工业地租，虽然城市经营被很多人所诟病，但是其存在也是有其必然的生存环境的（如果城市地租没有反哺到工业地租中，那么地方经济就会出现大问题）。在产业转移大势下（跳跃式布局，空间范围是全国以致整个东亚或全球），处于经济中心辐射外围所有地区面临着同样的发展机遇，只有那些最先建立创业关联的地方才能获得快速发展机遇，这就要求地方不但要加强外出务工人员的职业培训，更要注重对他们中精英分子创业精神的教育和大力扶持。地方经济发展初期切记要放水养鱼，而不能涸泽而渔。例如珠江三角洲 1980—1997 年地区生产总值年均增长率为 17.8%，广东省 14.5%，但珠江三角洲财政收入年增长率为 20.5%，广东省则为 20.1%（王光振、张炳申，2001:35）。

第七，地方政府行政级别与服务功能的差异化。不同行政等级的政府，其权力大小不同，对产业群的发展具有不同的影响力。乡镇政府的职权范围很有限，各镇政府的合作程度低，这在处理不同行政乡镇的产业事务中尤其更需要县市级政府的协调，因而容易造成决策延误。县市级政府相对有较多的职能，能够通过有力的产业政策，促进产业发展、产业群功能空间结构变化、城市未来发展定位等。在区域营销、创建各种中介性组织和提供各种服务项目等方面都有更多的支撑力量。地市政府一般则

可以全面协调产业和企业的重要资源，可以切实对产业群产生深远影响。另一方面，不同行政等级的政府机构，内部官员的素质也不同。镇政府官员素质较县市政府官员低，缺乏长远的发展思路，短期行为明显，调控能力有限。地市政府拥有一批素质较高的人才，这是它决策高效、思想开放、运作灵活的重要基础。以上两方面的因素决定了各个地方政府对产业群的实际影响力的差异。例如，很多镇政府组建的协会组织形同虚设，并没有真正发挥作用。相比之下，县市政府的影响力较大，充分发挥着各种中介服务机构的作用，甚至使这些机构在全国同行业中产生广泛的影响。

3 不具可比性的地方

第一，特定时期特定的政策倾斜。在二元结构的制约下，中国选择了现在的让一部分人和地区先富起来的模式。在这场致富的比赛中，东部沿海地区较之中西部地区率先胜出。很多人认为，这一增长模式是中央给予政策支持的结果，一个有力的证明就是深圳的崛起。应该说，当时市场持续供不应求十多年的情势，放大了这一政策效应。

第二，长江三角洲和珠江三角洲率先崛起得利于特殊的经济地理区位。长江三角洲和珠江三角洲具有国内任何一个地区都无法比拟的国际分工和贸易的区位优势。中国对外开放所产生的国际贸易效应必定会使得人口、产业和资本从中西部地区向沿海地区大规模集聚，从而造成以城市为中心的长三角和珠三角地区的发达和以乡村为主体的中西部地区的相对贫困。特别是中国的西部地区由于没有参与国际分工和贸易的区位优势，所以经济发展只能是本地化的。珠江三角洲从改革开放之初一直到现在都受益于毗邻港澳地区的地缘优势，流行的粤语和血缘故里关系更是拉近了广东与港澳地区的紧密联系。

第三，沿江而上，腹地辽阔。环顾世界，像中国的长江三角洲这样得天独厚，有利于城市发育、成长的地方确实是不多的。长江虽然在世界上名列第 4，位于尼罗河、亚马孙河和密西西比河之后，但以流域负载的人口来计算，长江远远超过其他大河。长三角的最大城市上海位于长江的出海口，通过长江及其众多的支流，可以和拥有 4 亿人口的富庶而广袤的腹地相联系。世界上名列前茅的著名城市如纽约、伦敦、巴黎、东京等，都没有这样广袤的腹地和水量充沛的大河作为依托。流经云南、贵州、广西、湖南、江西和广东的西江、北江、东江顺流而下，汇成珠江流入南海，在三江汇合处，孕育了河网密布、富饶的珠江三角洲，该地既有临海的桥头堡的区位优势，又有巨大的流域腹地的联动优势。

参考文献

1. Aldrich, H. & Martinez, M. (2001), ‘Many are called, but few are chosen: An evolutionary perspective for the study of entrepreneurship’ . *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.25, pp.41-56.
2. Asian Development Bank, *Asian Development Outlook 2004*, Manila: Asian Development Bank, 2004.
3. Barquero, A. & Cala, A. (1997), ‘The dynamics of local firm systems: the case of the Spanish shoe industry’ , in Ratti, R., Bramanti, A. & Gordon, R. (eds), *The Dynamics of Innovative Regions: The GREMI Approach*, Ashgate Publishing Ltd & Ashgate Publishing Company, Hants (England) & Vermont (USA), pp.165-184.
4. Bathelt, H, Malmberg A and P Maskell, (2004), Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. In *Progress in Human Geography* (Vol. 28) pp.31-56.
5. Bazan L. and Navas-Alemán L. (2003), Upgrading in Global and National Value Chains: recent challenges and opportunities for the Sinos Valley footwear cluster, Brazil. Work Paper in “Clusters and Global Value Chains in the North and the Third World” held by EADI , Novara, 30 - 31 October.
6. Belussi, F. & Arcangeli, F. (1998), ‘A typology of networks: flexible and evolutionary firms’ , *Research Policy*, vol.27, pp.415-428.
7. Biggiero, L. (2001), ‘Self-organizing processes in building entrepreneurial networks: a theoretical and empirical investigation’ , *Human Systems Management*, vol.20 (3), pp.209-222.
8. Camagni, R. & Rabellotti, R. (1997), ‘Footwear production systems in Italy: A dynamic comparative analysis’ , in Ratti, R., Bramanti, A. & Gordon, R. (eds), *The Dynamics of Innovative Regions: The GREMI Approach*, Ashgate Publishing Ltd & Ashgate Publishing Company, Hants (England) & Vermont (USA), pp.139-163.
9. Chandler, A. (1997), *The visible hand: the Managerial Revolution in American Business*. Cambridge, MA: Belknap/Harvard University Press.
10. Dicken, P. (1998), *Global Shift: Transforming the World Economy*, Paul Chapman Publishing Ltd, London.
11. Dicken, P. (2003), *Global shift: Reshaping the Global Economic Map in the 21st Century* (4th edition), London: Sage.
12. Diez, J. (2000), ‘Innovative networks in manufacturing: Some empirical evidence from the metropolitan area of Barcelona’ , *Technovation*, vol.20, pp.139-150.
13. Fine, C. (1998), *Clockspeed - Winning Industry Control in the age of Temporary Advantage* [M]. New York: Perseus Books.
14. Gereffi G. and Korzeniewicz M. (eds.) (1994), *Commodity Chains and Global Capitalism*. Praeger, Westport.
15. Gefeffi, G. (1999), International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chains, *Journal of International Economics*, (48).
16. Gereffi G. and Kaplinsky R. (eds). (2001), *The Value of Value Chains*. IDS Bulletin 32 (3) (special issue).
17. Giesecke, S. (2000), ‘The contrasting roles of government in the development of biotechnology industry in the US and Germany’ , *Research Policy*, vol.29, pp.205-223.
18. Grabher, G. (1993), *The Embedded Firms: On the Social-economics of Industrial Networks*, London EC4P 4EE.
19. Granovetter, M. (1985), ‘Economic action and social structure: The problem of embeddedness’ , *American Journal of Sociology*, vol.91, pp.481-510.
20. Lee, J.-R., and Chen, J.-S. (2000), *Dynamic synergy creation with multiple business activities: toward a competence-based growth model for contract manufacturers*. Stanford, CT: JAI Press.
21. Harrison, B. (1992), ‘ Industrial districts: Old wine in new bottles?’ , *Regional Studies* 26,

pp. 469-483.

22. Hudson, R., Dunford, M., Hamilton, D., Kotter, R. (1997), ‘Developing regional strategies for economic success: Lessons from Europe’ s economically successful regions?’ , *European Urban and Regional Studies*, vol. 4, pp. 365-373.
23. Huggins, R. (2001), ‘Inter-firm network policies and firm performance: Evaluation the impact of initiatives in the United Kingdom’ , *Research Policy*, vol. 30, pp. 443-458.
24. Humphrys, G. (1995), ‘Regional regimes of accumulation and the Nation State in regulation theory’ , paper presented at the conference of the IGU Commission on the organization of Industrial Space.
25. Humphrey J. and Schmitz H. (2002), How does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading in Industrial Clusters? *Regional Studies*.
26. Hsu, J. & Saxenian, A. (2000), ‘Towards a late-industrial district: The construction of learning networks in Hsinchu-Taipei Corridor, Taiwan’ , Paper for Global Conference on Economic Geography, sponsored by the Department of Geography, The National University of Singapore, Singapore, December 5-9 2000.
27. Hsu, J. & Saxenian, A. (2001), ‘The dynamic institutionalism of Taiwan’ s late-industrial district in the globalization process’ , Paper for the 97th Annual Meeting of the Association of American Geographers, New York, February 27 - March 3, 2001.
28. Malecki, J. (1991), *Technology & Economic Development: The Dynamic of Local, Regional and National Competitiveness*, Longman Scientific & Technical, New York.
29. Malecki, E. (1999), ‘Regional policy in the internet age: the effects of technological change on regional development’ , Paper presented to the 1999 residential conference of the IGU Commission on the Organization of Industrial Space, Haifa and Beer Sheva, Israel, June.
30. Markusen, A. (1996), Sticky places in slippery space: a typology of industrial districts. *Economic Geography* 72, 293 - 313.
31. Martina, E. (1999), ‘Bangalore: A network model for innovation-oriented regional development in NICs?’ , in Malecki, J., Oinas, P. & Park, S. (eds), *Making Connection: Technological Learning and Regional Economic Change*, Ashgate Publishing Ltd.
32. Milbeg, W. The Changing Structure of Trade Linked to Global Production Systems: What are the policy implications? , Paper prepared for the World Commission on the Social Dimension of Globalization, International Labor Organization, Geneva. April, 2003.
33. Minniti, M., & Bygrave, D. (2000), ‘The social dynamics of entrepreneurship’ . *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 24(3), pp. 25-36.
34. OECD (2001), *Proceedings of World Congress on Local Clusters: Local Networks of Enterprises in the World Economy*, Paris.
35. Pattison, (1993), *Algebraic Models for Social Networks*, Cambridge University Press, Cambridge.
36. Porter, M.E. (1990), *The competitive advantage of nations*. London: MacMillan.
37. Porter, M. (1998), ‘Clusters and the new economics of competition’ , *Harvard Business Review*, November-December, pp. 77-90.
38. Rabellotti, R. (1997), *External Economies and Cooperation in Industrial Districts. A Comparison of Italy and Mexico*, Macmillan Press Ltd.
39. Saxenian, A. (1994), *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*, Harvard University Press.
40. Scott, A. (1992), ‘The collective order of flexible production agglomerations: Lessons for local economic development policy and strategic choice’ , *Economic Geography*, vol. 68, pp. 219-233.
41. Stamer, J. (1999), ‘From industrial policy to regional and local locational policy: Experience from

- Santa Catarina/Brazil’, *Bulletin of Latin American Research*, vol.18, pp.451-468.
42. Stam, E. (2001), ‘Entrepreneurship, space and place: Dynamics in the spatial organization of evolving professional service firms’, paper presented to the IGU Conference on ‘Local Development: Issues of Competition, Collaboration and Territoriality’, Turin 10-14 July 2001.
 43. Sturgeon, T.J. (2001), How do we define value chains and production network, *IDS Bulletin*, 32(3): 9-18.
 44. Sturgeon, T.J., and Lester, R. (2004). *The new Global Supply-base: New Challenges for Local Suppliers in East Asia*. Oxford University Press.
 45. Trulsson, P. (2000), ‘Social embeddedness: Families and firms in Tanzania’, in Sverrisson, A. & van Dijk, M. (eds), *Local Economies in Turmoil: The Effects of Deregulation and Globalization*, Macmillan Press Ltd.
 46. UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development-2002), *Trade and Development Report*, Geneva: UNCTAD, 2002.
 47. UNIDO. *Industrial Development Report 2002/2003 Overview, Competing Through Innovation and Learning*. 2002.
 48. USITC (United States International Trade Commission), *Shift in U.S. Merchandise Trade 2001*, Appendix C. Washington, DC: USITC, 2002.
 49. Wang, J. & Wang, J. (1998), ‘An analysis of new-tech agglomeration in Beijing: a new industrial district in the making?’, *Environment and Planning A*, vol.31, pp.681-701.
 50. Williamson, O. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. London: Macmillan.
 51. 安娜李·萨克森尼安, 硅谷与台湾新竹的联系: 走出误区—经济学家论说硅谷模式[M], 北京: 中国经济出版社, 2000。
 52. 保罗·克鲁格曼, 发展、地理学与经济理论[M], 北京: 北京大学出版社, 2000。
 53. 边燕杰、丘海雄, 企业的社会资本及其功效[J], *中国社会科学*, 2000 (2): 87-99。
 54. 波特, 国家竞争优势(上)[M], 台北: 天下文化出版, 1996。
 55. 曹大立、骆建华、邱吉安等, 五万家浙江企业抢滩上海[EB], 国研网 (<http://www.drcnet.com>), 2002.3.26。
 56. 陈建军, 中国高速增长地域的经济发展[M], 上海三联书店: 上海人民出版社, 2000 年。
 57. 陈立旭, 自主创新精神与浙江经济发展[J], *浙江社会科学*, 2000 (2): 11-13。
 58. 储小平, 家族企业研究: 一个具有现代意义的话题[J], *中国社会科学*, 2000 (5): 51-58。
 59. 樊纲, 传统产业仍是中国经济主要源泉[J], *政策与管理*, 2000(3)。
 60. 方民生, 浙江市场化模式的基础与背景分析[J], *浙江学刊*, 1997 (2): 23-28。
 61. 方民生等, 浙江制度变迁与发展轨迹[M], 杭州: 浙江人民出版社, 2000。
 62. 费孝通, 乡土中国[M], 北京: 生活 读书 新知三联书店, 1985。
 63. 国研网, 家庭企业永远不会消亡——刘永行、钟朋荣对话录(上), 2001.9.4。
 64. 国研网, 钟朋荣: 浙江“小狗经济”很厉害, 2002.1.8。
 65. 贺灿飞、魏后凯, 信息成本、集聚经济与中国外商投资区位[J], *中国工业经济*, 2001, (9): 38-45。
 66. 贺灿飞、魏后凯, 新贸易理论与外商在华制造企业的出口决定[J], *管理世界*, 2004, (1): 27-38。
 67. 何智蕴、周晓东、姚利民, 跨国公司发展新趋势及对世界经济的影响[J], *浙江工业大学学报(社会科学版)*, 2004, 3 (1): 13-17。
 68. 洪银兴, 地方政府行为和中国市场经济的发展[J], *经济学家*, 1997 (1): 42-50。
 69. 洪银兴, 关于企业家制度建设的几个问题[J], *中国工业经济*, 2001 (4): 60-63。
 70. 洪银兴、刘志彪等, 长江三角洲地区经济发展的模式和机制[M], 北京: 清华大学出版社, 2003。
 71. 侯若石, 经济全球化下的公司治理原则[J], *世界经济*, 2000 (3): 61-63。
 72. 胡福明、贾轸、严英龙, 苏南现代化[C], 南京: 江苏人民出版社, 1996。
 73. 胡宏伟、吴晓波, 温州悬念[M], 杭州: 浙江人民出版社, 2002。

74. 胡军、陶锋、陈建林, 珠三角 OEM 企业持续成长的路径选择—基于全球价值链外包体系的视角[J], 中国工业经济, 2005 (8) : 42-49。
75. 胡兆量等, 开放后的中国[M], 北京: 中国环境科学出版社, 1996。
76. 黄慧群, 西方经济理论中家角色的演变和消失[J], 经济科学, 1999 (1) : 99—106。
77. 贾爱萍, 论中小企业集群区域品牌建设初探[J], 北方经贸, 2004 (3) 。
78. 贾拥民, 杭州湾之变[J], 中国改革, 2004 (5) : 57—59。
79. 蒋省三、韩俊, 土地资本化与农村工业化—南海发展模式与制度创新[C], 太原: 山西经济出版社, 2005。
80. 金碚, 世界分工体系中的中国制造业[J], 中国工业经济, 2003, 182 (5) : 5-14。
81. 金祥荣, “浙江模式”的转换与市场创新[J], 浙江学刊, 1998 (1) : 36—39。
82. 金祥荣, 经济发展的创新动力结构—企业、市场和分工制度的创新[J], 浙江学刊, 2000 (5) : 75—80。
83. 卡斯特尔、霍尔, 世界的高技术园区[M], 北京: 北京理工大学出版社, 1998。
84. 柯志明, 台湾都市小型制造业的创业、经营与生产组织: 以五分埔成衣制造业为案例的分析[R], 台北: 中央研究院民族学研究所, 1993。
85. 李蓝田、宋子和, 广东个体私营经济发展研究[C], 广州: 华南理工大学出版社, 2000。
86. 林毅夫, 刘明兴, 经济发展战略与中国的工业化[J], 经济研究, 2004 (7) : 48-58。
87. 刘荟荪, 南京——冲出重围[J], 中国改革, 2004 (5) : 48-51。
88. 刘吉瑞, “小企业、大市场” (上) 一对浙江经济体制运行特征的描述[J], 浙江学刊, 1996 (6) : 19—24。
89. 刘瑞常, 西班牙缘何发生“烧中国鞋”风波[EB], <http://www.sina.com.cn>, 2004-09-23。
90. 刘亭, 特色工业园区与乡镇企业的“二次创业” [J], 浙江经济, 2000 (9) : 4—6。
91. 刘卫东, 论全球化与地区发展之间的辩证关系—被动嵌入[J], 世界地理研究, 2003, 12 (1) : 1-9。
92. 刘卫东、马丽、刘毅, 经济全球化对我国区域发展空间格局的影响[J], 地域研究与开发, 2003, 22 (3) : 11-17。
93. 刘志彪, 全球化背景下中国制造业升级的路径与品牌战略[J]. 财经问题研究, 2005, (5)。
94. 刘志彪、张晔, 中国沿海地区外贸加工贸易模式与本土产业升级: 苏州地区的案例研究[J], 经济理论与经济管理, 2005 (8) : 57-62。
95. 鲁传一、李子奈, 企业家精神与经济增长理论[J], 清华大学学报 (哲社版), 2000 (3) : 42—49。
96. 陆立军等, 科技型中小企业与区域产业竞争力[M], 北京: 中国经济出版社, 2002 (a) 。
97. 陆立军等, 区域经济发展与欠发达地区现代化[M], 北京: 中国经济出版社, 2002 (b) 。
98. 罗卫东, 温州民间企业成长的路径分析[EB], 国研网, 2001. 10. 31。
99. 罗勇、曹丽莉, 中国制造业集聚程度变动趋势实证研究[J], 经济研究, 2005 (8) : 106-115。
100. 马津龙, 关于温州民营企业制度创新和管理创新若干问题的思考, 浙江非国有经济年鉴 (2000), 北京: 中华书局, 2000。
101. 马丽、刘卫东、刘毅, 经济全球化下地方生产网络模式演变分析—以中国为例[J], 地理研究, 2004, 23 (1) : 87-96。
102. 马歇尔, 经济学原理 (上卷) [M], 北京: 商务印书馆, 1997。
103. 迈克尔·波特、竹内广高等, 日本还有竞争力吗? [M], 北京: 中信出版社, 2002。
104. 孟晓晨、石晓宇, 深圳“三资”制造业企业空间分布特征与机理[J], 城市规划, 2003, 27 (8) : 19-25。
105. 任家华、王成章, 基于全球价值链的高新技术产业集群转型升级[J], 科学学与科学技术管理, 2005 (1)。
106. 萨缪尔森、诺德豪斯, 经济学 (下卷) [M], 北京: 中国发展出版社, 1992。
107. 沈坤荣, 体制转型期的中国经济增长[M], 南京: 南京大学出版社, 1999。
108. 盛世豪、徐明华, 1999 年浙江省私营企业调查报告, 浙江非国有经济年鉴 (2000), 北京: 中华书局, 2000。
109. 沈越, 经济全球化与中国经济发展的长期优势[J], 经济与管理研究, 2005, (2) : 9-12。
110. 宋林飞、吴先满、张祖明, 地区经济发展平台—关于江苏的分析[C], 北京: 社会科学文献出版社, 2005。
111. 宋子和、罗行政、廖月晖, “珠三角”跨世纪经济国际化探索[C], 广州: 广东高等教育出版社, 1999。
112. 汤山文, 深港区域趋同的主要内因与互动机制[J], 经济学家, 2005 (6) : 124-125。
113. 童昕、王缉慈, 政府在高科技制造业发展中的角色转化[J], 中外科技信息, 2001 (11) : 17—20。

114. 万斌, 2005 年: 中国长三角区域发展报告[C], 北京: 社会科学文献出版社, 2005。
115. 王光振、张炳申, 珠江三角洲经济[C], 广州: 广东人民出版社, 2001。
116. 王缉慈, 从意大利产业区模式看浙江专业化产业区发展前景, 浙江经济, 2000 (7): 10—12。
117. 王缉慈, 关于发展创新型产业集群的政策建议[J], 经济地理, 2004, 24 (4): 433-436。
118. 王缉慈等, 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。
119. 王锐, 浙江外贸缘何能异军突起? [EB], 国研网, 2001.9.26。
120. 王晓毅、朱成堡, 中国乡村的民营企业与家族经[M]济, 太原: 山西经济出版社, 1996。
121. 王雪峰、徐勇, 跨国公司在华投资与中国工业的技术进步[J], 中国工业经济, 2002 (3)。
122. 王志乐, 跨国公司在中国投资报告[M], 北京: 中国经济出版社, 2003。
123. 魏守华, 论中小企业集群的区域营销[J], 商业研究, 2002 (9)。
124. 我为伊狂, 深圳谁抛弃了你[M], 南京: 江苏人民出版社, 2003。
125. 杨瑞龙, 我国制度变迁方式转换的三阶段论—兼论地方政府的制度创新行为[J], 经济研究, 1998 (1): 3—10。
126. 杨吾扬、梁进社, 高等经济地理学[M], 北京: 北京大学出版社, 1997。
127. 杨永华, 中国经济腾飞的楷模—广东工业化模式[M], 北京: 中国发展出版社, 1996。
128. 张辉, 全球价值链理论与我国产业发展研究[J], 中国工业经济, 2004 (5): 38-46。。
129. 张辉, 全球价值链下地方产业集群—以浙江平湖光机电产业为例[J], 产业经济研究, 2004 (6): 27-33。
130. 张辉、喻桂华, 从产业集群的空间分层性来探讨上海对江、浙县域辐射[J], 生产力研究, 2005 (7): 137-139。
131. 张其仔, 新经济社会学[M], 北京: 中国社会科学出版社, 2001。
132. 张然、文白, 南存辉变家族企业为企业家族, 市场报, 2002 年 3 月 29 日第八版。
133. 张仁寿、李红, 温州模式研究[M], 北京: 中国社会科学出版社, 1990。
134. 张仁寿, 温州模式: 企业、市场与政府职能的新变化[J], 浙江学刊, 1994 (3): 21—28。
135. 张仁寿, 今天的经济是昨天的文化—浙江文化对经济发展影响感言[J], 浙江社会科学, 2000 (2): 9—11。
136. 张晓平、刘卫东、金凤君, 入世与地方传统产业的发展—从温州民营小企业的一个成功范例说起, 中国经济时报, 2002 年 1 月 1 日, 第 5 版。
137. 赵景峰、沙汉英, 论贸易全球化下国际交换关系的本质[J], 亚太经济, 2005, (3): 17-21。
138. 赵振华, 政府职能的四大转变[J], 浙江经济, 2002 (4): 28—29。
139. 浙江非国有经济年鉴编辑部, 浙江非国有经济年鉴 (2000), 北京: 中华书局, 2000。
140. 浙江区域特色经济发展研究课题组, 浙江区域特色经济发展情况调查与建议, 浙江经济, 1998 (5): 24—27。
141. 浙江省工商联非公有制经济情况调研课题组, 浙江省 1999 年私营企业抽样调查数据及分析[J], 浙江学刊, 2000 (5): 68—74。
142. 中国产业地图编委会、中国经济景气监测中心, 长江三角洲产业地图 2005[R], 上海: 复旦大学出版社, 2005。
143. 周慧琴, 机场之争—兼论建设苏南国际机场的必要性[J], 中国改革, 2004 (5): 55-56。
144. 周伟林, 中国地方政府经济行为分析[M], 复旦大学出版社, 1996。
145. 卓勇良, 空间集中化战略—产业集聚、人口集中与城市化发展战略研究[M], 北京: 社会科学文献出版社, 2000。
146. 朱华晟, 关于中小企业集群化的几点思考[J], 改革与战略, 2000 (2): 64—67。
147. 朱华晟, 论乡镇企业的社区性及其影响[J], 学术研究, 2001 (6): 46—49。
148. 朱华晟, 基于 FDI 的产业集群发展模式与动力机制, 中国工业经济, 2004 (4)。
149. 朱乃新, 经济全球化与中国地方经济—江苏开放型经济研究[M], 北京: 社会科学文献出版社, 2005。