

地方产业集群升级的两维性分析

王 瑛^{1,2}

(1.华中科技大学 管理学院,湖北 武汉 430074;2.梧州学院 经管系,广西 梧州 543002)

摘 要:发展中国家大多数地方产业集群处于低端市场竞争的低端路线,迫切需要产业升级。通过论述全球价值链背景下的集群创新与升级的互动关系,提出了产业集群升级的两维性机理及其实现要素:既要提升集群区位的“内生性要素”对创新活动的影响,包括生产要素升级、区域品牌升级、社会资本升级、区域创新系统升级;也需要借助全球网络联系对获取知识等资源的杠杆利用,提升市场、技术能力。这样,建立在持续性创新的基础上,才能保证嵌入全球价值链的地方产业集群创造、保持和捕捉更多的价值。

关键词:全球价值链;地方产业集群;区位升级;产业升级;集群创新

中图分类号:F062.9

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2009)05-0055-05

0 引言

近年来,国内地方产业集群发展取得较大的成绩,形成一定的比较优势,但也日益暴露出一些比较普遍的问题,即技术创新能力不足、缺乏核心技术和自有品牌,产品档次较低,建立在低成本上的比较优势难以持续,容易遭遇贸易壁垒,产业升级迫在眉睫。随着经济全球化的不断深入,世界各国和区域之间形成紧密协作的全球生产网络,产业集群作为区域经济的一种载体正快速以不同方式嵌入全球价值链。在全球价值链背景下,地方产业集群如何通过全球化和本地化的有机结合,形成产业集群升级的

内外因素结合的动力机制,则是一个值得探讨的现实问题。

1 全球价值链的研究视角及不足

1.1 全球价值链治理对地方产业集群升级的影响

当今世界,基于同一产业价值链,跨国界组织价值创造活动日趋普遍。跨国公司按照区位优势,把各生产经营活动环节分布于全球最适宜的区域,在全球范围内组织价值的创造活动,并通过跨界贸易,使价值链垂直分离的各环节实现整合。因此,全球价值链是指在全球范围内,为实现某种商品或服务的价值而连接设计、开发、采购、生产、

5 结语

工业化高速发展导致环境严重污染,资源极度短缺,人们的生产、生活都面临着危机。严峻的现实使人们意识到,要实现经济系统与生态系统的和谐共处,实现可持续发展,就必须从现状出发,运用生态工业理论,以循环经济理论为指导,规划设计生态工业园区,将成为解决环境与经济的矛盾的关键。目前生态工业园区的研究还处于起步阶段,生态工业园区建设会面临来自社会、市场、政治和经济等诸多因素的考验,需要长期的努力,但它作为解决经济发展与环境问题的一种有效范式,代表了21世纪全球进步的大趋势,其深入发展和广泛应用将是必然的趋势。

参考文献:

- [1] 诸葛剑平.从产业价值链分析中小企业集群的发展[J].经济论坛,2004(19):39-41.
- [2] 程会强,左铁镛.发展循环经济,建设有中国特色的生态工业园区[J].世界科技研究与发展,2006(2):1-7.
- [3] 王春能,张宏华,黄海凤.工业园区生态化建设的规模构想[J].浙江工业大学学报,2006(4):145-147.
- [4] 李巍,罗能生.基于循环经济的煤碳产业链构建[J].中国工业经济,2005(6):28-30.
- [5] 许文来,张建强.生态系统原理在产业循环经济中的应用[J].世界科技研究与发展,2007(1):71-75.

(责任编辑:赵贤瑶)

收稿日期:2007-08-29

基金项目:广西高校优秀人才资助计划项目(RC2007038);广西高校重点建设研究基地项目(教科研[2007]20号)

作者简介:王瑛(1968-),女,河北定州人,华中科技大学管理学院博士研究生,广西梧州学院副教授,研究方向为产业经济学。

效应,有助于产业实施较低层次的过程创新和产品创新,推动产业升级。但是,这主要是借助全球价值链的技术转移和技术引进带动的“外源式”技术创新。由于受到领导企业的关键核心技术和产品研发技术的封锁,嵌入全球价值链带给落后企业、产业的只是成套设备提供、低层次技术转让等形式的技术进步获益,并不足以推动落后地区产业实现飞跃性的技术进步^[3]。因此,发展中国家的嵌入产业向高附加值环节转化和升级的努力难以实现,常常位于产业价值链体系的末端。对于嵌入全球价值链的产业而言,产业的突破性升级最终必须依赖自主创新。通过自主创新掌握核心关键技术、产品研发技术和拥有自主品牌产品以突破领导厂商的技术“锁定”,推动产业向高端价值活动的升级。由此可见:创新是地方产业集群升级的基础和内在动力,贯穿了产业升级的始终;产业升级意味着通过创新尤其是自主创新,来创造更多的附加价值。地方产业集群发展的过程实质上是创新与升级的一个相互影响、相互促进的动态螺旋上升过程(如表1所示)。

表1 地方产业集群创新和升级的关系

	创新的实践	升级的表现
过程升级	实施对生产制造系统的研发、更新改造	产业具备先进的制造能力,生产过程变得更有效率,生产成本降低
产品升级	发展自己的产品设计、研发能力,对老产品更新改造,力图培育具有自主知识产权的产品	扩大产品宽度,增加产品功能,提高产品质量,产品的获利能力提升
功能升级	随着自主品牌经营能力的提高,围绕自己品牌经营能力实施对全球价值链环节的重新组合	外包低价值的活动,专注于价值量的环节(如设计、研发和营销),提升在价值链中的地位
链条升级	依赖于技术的突破性创新,以新型产品为基石跨越于新的价值链条	建立新的、价值量更高的产业价值链和产品体系,通过产业价值链转换实现产业升级

产业集群一直强调区域内行为主体的联系,通过本地企业之间的分工与协作来获得外部经济,形成学习和创新的机制,创造本地化的竞争优势,从而带动本地产业升级和区域经济发展。在全球经济框架下,如果单纯从区域经济的内部挖掘本地化的竞争优势,已很难把握区域间产业重塑的动态变化,并且缺乏外部资源促进产业跃迁的动力机制,容易造成地方经济的“锁定”和“自闭”。面对全球化竞争的日益激烈,企业只有不断创新才能保持持续的竞争力。但是在复杂的全球化背景下,竞争对手也在不停地创新和进步。所以,企业不仅要创新,而且要通过创新获取相对于竞争对手更多的价值,这就需要在全球价值链中实现升级^[4],即通过嵌入全球价值链与外部组织(如跨国公司、全球采购商等)价值活动的关联和互动作用,创造、保持和捕捉更多的价值。然而,如果地方性集群的创新能力不足,

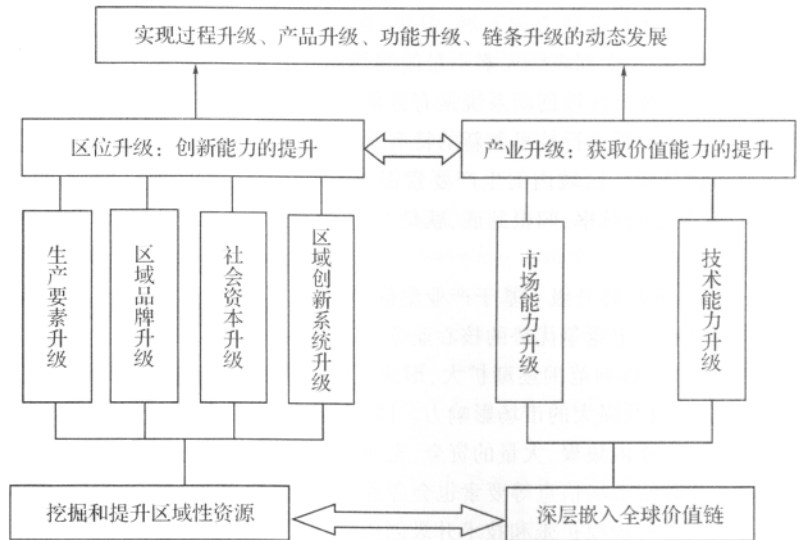


图2 地方产业集群升级的“两维性”机理

即使存在频繁的外部联系,却缺乏创新能力支撑它主动与全球产业链中其它结点的互动,无法调整自身与全球价值链的整合方式,使地方产业集群的升级受控于外力,最终只能是嵌入全球价值链中一个丧失自主性的环节。

国内外学者多从狭义的角度分析地方产业集群升级,即在全球价值链上获取价值能力的提升,往往忽略了集群区位的创新功能及其对集群升级的影响。由此,本文提出一个地方产业集群升级“两维性”的研究框架(如图2所示)。地方产业集群作为产业演化发展的一种地缘现象,集群升级问题不仅是一个具体的产业升级问题,更是一个和本地化资源及其制度文化密切相关的区位升级问题。其核心理念是,首先要挖掘和提升集群的内部资源,强调集群区位的“内生性要素”对创新活动影响,提升产业集群的创新能力;然后再以全球价值链治理为视角,通过嵌入全球价值链与全球经济行为主体的互动和作用机制,提升产业集群的获取价值能力。这样,建立在持续创新的基础上,才能保证地方产业集群在与全球价值链耦合时,获得更高的价值并创造效益。

3 地方产业集群升级的途径和实现要素

3.1 区位升级:创新能力的提升

(1)生产要素升级。生产要素涉及该产业发展中所投入的各种资源。生产要素分为初级要素和高级要素两类。初级要素是指一个地区拥有的资源禀赋,如地理位置、人口数量、自然资源等,它对某些产业比较优势的建立具有决定性影响。生产要素不仅包括低级生产要素,还包括经过长期投资或培育才能创造出来的高级要素,如现代化的通信基础设施、高质量人力资源、大学和科研机构等。无论在任何时期,自然的生产要素都没有被创造、升级和专业化的人为产业条件重要。随着知识经济的发展,初级要素的重要性日益下降,高级要素的作用却越来越重要。生产要素如果不能持续升级和专业化,它对竞争优势的价值就会越来越低。地方产业集群的演化过程会促使区域内的生

产要素不断向专业化方向发展,但是,在产业集群发展到一定程度,往往受到高级要素不足的制约而升级乏力。集群的创新环境与区域创新系统是有区别的,前者指的是集群促进企业不断进行技术创新的特有的环境因素,包括硬环境和软环境。区域内的生产要素需要不断地改善其品质,提升其运行效率,归根到底,就是要创造良好的区域创新环境。

(2)区域品牌升级。基于产业集群的区域品牌是指依托区域具有一定竞争优势的核心业务,成为了某些产品主要的供应地,影响范围逐渐扩大,形成了区域产业的知名度、美誉度以及强大的市场影响力。区域品牌将促使更多的企业向产业内集聚,大量的资金、充沛的劳动力、先进的技术、及时的市场信息等要素也会源源不断地涌入区域,为产业集群的规模扩张和技术升级创造了有利条件;同时通过建立一种秩序来规范集群企业的竞争行为,这种秩序化的竞争会激励企业不断地创新,去获取市场的认同^[5]。区域品牌的升级从企业层面上说,集群企业要树立区域品牌意识,在与国际客商的交易过程中诚实、守信,遵守国际贸易规则,自觉维护区域品牌形象。从行业商会层面来说,行业商会发挥协调和规范行业的作用,保护创新企业的利益不受损失;从政府层面上说,地方政府要发现自己区域内该产业的独特资源和优势,准确定位,通过政府网站、报纸、组织参加各种博览会、建立商品批发专业市场、举办各类产业主题节会等形式,宣传推广区域品牌。同时,政府还需要加大对各种损害区域品牌形象行为的监督与处理力度,为区域品牌升级提供强有力的制度保障。

(3)社会资本升级。集群具有基于社会关系、信任和共享互补资源等特别管理特征的网络特性,扩大了自己的社会网络,积累了社会资本。社会关系被认为是通过信息流动、地域靠近以促进信任的网络形成的最重要通道,集群可以利用畅通于信任和分工合作基础上的密集的关系网络,进行资源的交流、分配及技术创新。因此,地方产业网络的绩效、创新能力都受到特定的社会文化环境的影响,集群的根植性与其社会资本密不可分。社会资本是指通过人际和企业关系网络所能获得的资源,包括信任、凝聚力、互惠、忠诚、情感支持等,它们一起构成了集群创新网络的无形纽带和精神源泉。社会资本的升级主要表现为本地信任网络和规则的不断规范化和标准化、内部要素和外部关联的合理交融,以及本地竞争优势与全球竞争环境的恰当契合等^[6]。这说明全球价值链环境下,地方产业集群不仅要促使本地网络的强联系,更应该重视加强与全球其它经济行为主体的对话和交流,积极地参与国际产业制度、产业标准和规范的制定,通过社会资本的融合来创造一个公平、公正、合理的国际竞争环境。

(4)区域创新系统升级。技术创新是一个极为复杂的过程,单个企业难以支配创新的全过程,因而企业与外部环境的联系就显得十分重要。产业的区域集聚为形成创新的产业网络奠定了基础。通过创新系统的主体(企业、科研机构、大学、中介服务机构和地方政府)构成有效的网络,

不仅有利于知识技术的创新与扩散,而且正是知识技术的创新溢出效应,进一步衍生了集群区企业的创新动力,从而推动创新向更高层次发展。OECD2002年的一份研究报告认为:地方产业集群是一个微观的区域创新系统,其内部成员通过集体的学习、互动式创新而成长。因此,区域创新系统的核心宗旨是通过系统要素之间的互动和学习来提高区域创新绩效。当集群竞争优势的源泉从低成本转向获取全球价值链上的更高价值的能力的时候,集群升级需要从根本上提升集群创新的知识基础,突破深度嵌入全球价值链的技术壁垒。这有赖于区域创新系统的构建和升级,即实现由线性创新模式向网络创新模式的转变,由企业的纯经济结网过程扩展到区域层面上的多维度的结网行为;同时区域创新系统必须是开放的,能不断吸收对创新系统成长的有利因素。

3.2 产业升级:获取价值能力的提升

(1)市场能力升级。对于与国际客户关系紧密的地方产业集群,可以尝试采用市场扩张型升级路径。处于全球价值链之中的企业,可从为跨国购买商和生产商“贴牌”和“代工”起步,凭借自身的国际客户资源优势,首先在集群内部组织和协调生产与物流,然后逐步组建自己的分包网络,并将网络范围扩展至全国乃至国际,自身则转变为生产网络的协调者,最后集中力量从事品牌创造和营销推广,成为全球生产网络中的龙头企业^[7]。深度嵌入全球生产网络要求企业具有较强的市场开拓能力,涉及市场定位、营销网络的构建、广告策划、品牌的运作和维护、销售和售后服务等能力。发展中国家企业一般先在国内创立品牌,整合营销战略,扩大产品和品牌的知名度,创建出在全球市场有一定影响和声誉的品牌;随着自有品牌经营能力的提高,有条件的大企业应该尽可能摆脱中介代理的控制,力求更直接地面对客户和消费者,以获得有关全球市场变幻最具时效性的信息。通过在重要的出口市场设立营销中心或利用国际营销网络等形式稳固原有市场、开拓新市场,打造和提升自有品牌,获得升级所需的资源。

(2)技术能力升级。那些生产和技术实力比较强的集群企业,则可以选择另外一条升级路径,即通过技术能力升级,不断向附加值更高的价值环节或者价值链跃迁。从OEM起步,通过企业的自主研发努力,并与国际龙头企业建立起基于产权或者非产权的治理关系,逐步向产品开发和设计功能升级,并由OEM转型为ODM,最后通过企业的品牌努力成为全球价值链中的OBM厂商。在价值链的不同环节上,附加价值的大小不同,技术水平也不同,因而对不同参与者的技术能力要求也不同。在全球经济一体化和知识经济时代,技术能力作为生产力的直观表现,直接决定了集群(尤其是制造业集群)的制造能力及其在全球价值链上的地位,集群的升级必然表现为企业和集群整体技术能力的升级^[8]。融入全球价值链仅仅是技术学习的开始,并不意味着企业在技术能力阶梯上将自动得到提升,能否在全球竞争中提升技术能力还在于集群对获取的技术知识“杠杆利用”的程度。后发企业应该利用自己提供诸如低

成本制造这样的服务,去从发达国家和国际市场获得可能的资源,在引进技术的同时注重培育自主创新能力,培训创新人才,消化吸收外来技术,尽快实现从模仿型学习到创新型学习的过渡。

4 结束语

全球价值链背景下,Humphrey和Schmitz提出了地方产业集群在全球价值链中升级的4种方式,分析了发展中国家的地方产业嵌入全球价值链的目的。国外众多学者认为全球价值链升级方式与价值链治理具有内在联系,主导企业推动或阻碍升级的关键,在于地方产业集群是否侵害其核心竞争力,特别强调外部联系和价值链治理模式的重要性。这些研究都是从狭义上分析集群产业的升级,即在全球价值链上如何获取附加值能力的提升。从广义上讲,产业集群的升级不仅是一个具体的产业升级问题,更是一个和本地化资源及其社会文化制度密切相关的区位升级问题,包括“生产要素”、“区域品牌”、“社会资本”、“区域创新系统”等要素的发展问题。当这些区域性资源与全球生产网络中龙头企业的战略相匹配时,它们可以有力地支撑集群内企业,以及集群整体沿着“市场能力”和“技术能力”的双杠杆利用战略移动,不断攀升全球价值链中更高的价值活动环节。这表明,地方产业集群升级的双维性机理,蕴

涵着“创新为本”的升级理念,并结合了全球价值链的杠杆利用战略和学习效率,更好地指导地方产业集群的健康发展,以培育区域经济的持续竞争力。

参考文献:

- [1] HUMPHREY J,SCHMITZ H.Governance and Upgrading: Linking Industrial Cluster and Global Value Chain[R].IDS Working Paper 120,Brighton:2000.
- [2] 梅述恩,聂鸣.全球价值链与地方产业集群升级的国外研究述评[J].科技管理研究,2006(10).
- [3] 龚一斌,龚三乐.自主创新与全球价值链嵌入产业升级[J].经济与管理,2006(8).
- [4] 文婧.嵌入全球价值链的中国地方产业网络升级机制的理论与实践研究[D].华东师范大学博士论文,2005.
- [5] 侯可.基于产业集群的区域品牌建设研究[D].江西财经大学硕士论文,2006.
- [6] 梅丽霞.基于全球价值链视角的制造业集群升级研究[D].华中科技大学硕士学位论文,2005.
- [7] 李生校,王华锋.深度一体化:绍兴轻纺产业集群升级路径[EB/OL].新华网浙江频道,2007-04-26.
- [8] 梅丽霞,柏遵华,聂鸣.试论地方产业集群的升级[J].科研管理,2005(5).

(责任编辑:陈晓峰)

Study on the Two-Dimensional Characteristics of Local Industrial Cluster Upgrading

Wang Ying^{1,2}

(1.School of Management, Huazhong University of Science&Technology, Wuhan 430074, China;

2.Dept of Economics, Wu Zhou College, Wu Zhou 543002, China)

Abstract:Most local industrial clusters in developing nations locate on low extreme market, and it's necessary for them to be upgraded. This paper deals with the Inter-relation between innovation and upgrading of cluster in the global value chain background, refers to the mechanism of upgrading based on two-dimensional characteristics and the realization factors. It's important to pay attention to the effects on innovation activities by the location inner-factors of the cluster, and in the same time, it's needed to enhance the abilities of marketing and technology with leverages of knowledge acquisitions of global network connection. So, it can be sure to create, to keep, and to catch more value in the course when the local industrial clusters embedded into global value chain on persistent-innovation base.

Key Words:Global Value Chain; Local Industrial Cluster; Location Upgrading; Cluster Upgrading; Cluster Innovation