

泉州模式演变过程中内生型区域集群发展及启示

——基于晋江鞋业集群的研究

刘闲月^{1,2}, 孙锐^{3,4}

(1. 北京大学 光华管理学院; 2. 北京大学 战略研究所, 北京 100871;

3. 华侨大学 工商管理学院, 福建 泉州 362021; 4. 复旦大学 管理学院, 上海 200433)

摘要:泉州模式是对泉州经济发展本质特征的高度概括,是我国四大典型区域经济发展模式之一。从起步时的小、专、活、广、洋模式到股份制经济形式、外向型市场经济模式及五缘经济网络模式,再升级为发达的集群经济模式、特色县域经济、活力品牌经济、发展创新经济和新型文化经济,其内生型集群经历了生命周期的3个阶段:起源阶段、成长阶段、成熟阶段,且每一次演变都克服了发展瓶颈,既遵循了区域经济、集群经济发展的产业共性,又融入了地方品质、县域特色的情境个性。以鞋业集群为例,研究泉州模式演变过程中内生型集群的成长特征,对其它地区发展集群经济、特色经济和品牌经济具有一定的借鉴意义。

关键词:泉州模式;内生型区域集群;集群经济

DOI:10.6049/kjbydc.2013020067

中图分类号:F263

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2013)21-0029-07

0 引言

经济发展模式是经济主体运行的本质特征,是对一定区域、一定历史条件下的经济发展特征、过程及其内在机理的高度概括,主要包括所有制形式、产业结构和经济发展思路等。改革开放以来,中国总结出了18种典型区域经济发展模式,这些模式有力地推动了区域经济与社会的快速发展,构建了基于地方内在异质性而衍生形成的竞争性区域^[1],对其它区域经济的发展起到了很好的示范与带动作用。近年来,中国形成了多个核心经济圈、经济隆起带和城市组群,其主体功能、要素禀赋和历史发展路径各不相同。那么,如何根据地缘实情及其组合选择匹配性的区域经济发展战略和路径,是当前必须解决的前导性问题。虽然模式研究具有普遍性意义,但受金融危机冲击和后危机时代的影响,各种模式的优劣势各不相同,简单模仿复制已不可行。再者,随着全球化、信息化和无边界市场的深入发展,地理终结、距离死亡、去区域化思想^[2]与全球分散、区域集中的集聚理论在对辩中不断演绎发展,全球价值链陷阱与集群内部锁定风险等众多外生复杂因素

考验着区域政策和集群政策的可行性。

本文在这一宏观经济背景和理论争鸣中,以中国农村工业化样本、四大典型区域经济发展模式之一的泉州模式演变为时间主轴,从产业集群这一众多区域皆有的中观经济组织载体出发,研究其区域内生型集群发展经验和模式的特殊作用及集群的经济合理性,为中国其它地区(尤其是经济低谷区和欠发达地区)如何因地制宜、变区域潜在资源优势为现实经济优势,如何发展区域特色经济和集群经济、发挥区域比较优势并持续健康发展提供可供参考的建议和发展路径,同时对中国情景集群案例研究也是一个有益的补充。

1 泉州模式及其内生型集群概况

1.1 泉州模式概况

泉州模式由1986年复旦大学首席教授苏东水先生首次提出,他认为泉州模式建立在社会主义市场经济体制的基础之上,因地制宜、充分利用本地资源发展小、专、活、广、洋和多种经济形式的区域经济发展模式,包括股份制经济形式、外向型市场经济、侨洋式生

收稿日期:2013-03-25

基金项目:国家软科学研究计划项目(2010GXQ5B293);国家自然科学基金项目(71102183);华侨大学基本科研业务费专项基金项目(JB-SK1123);华侨大学校级课题项目(10HSK06)

作者简介:刘闲月(1982-),男,江苏滨海人,北京大学光华管理学院、战略研究所博士后,研究方向为战略管理、产业集群;孙锐(1970-),男,山东蓬莱人,复旦大学管理学院博士后,华侨大学工商管理学院教授,研究方为战略管理、知识管理。

产条件、灵活的经济管理和五缘经济网络^[3-4]。习近平指出,泉州模式是发挥侨乡优势,以市场经济、股份制经济和外向型经济为主的具有泉州特色的发展模式^[5]。多年来,泉州模式经历了三闲起步、三来一补开路、乡镇企业铺路、三资企业上路、成片开发的经济发展阶段,经过 3 次历史性跨越发展,演变成为今日发达的集群经济、特色县域经济、活力品牌经济、发展创新经济和新型文化经济模式^[6]。历来与苏南模式、温州模式和东莞模式并称为我国民营经济四大标本模式,并在 1994 年中国农村发展道路研讨会上,成为中国农村工业化样本(三大产业发展情况见图 1),三大产业比重由 1978 年的 38.59:32.85:28.56 调整为 2011 年的 3.56:62.47:33.97,成功走出了一条工业立市、工业强市的道路。金融危机以来,相对于东莞模式、苏南模式和温州模式,泉州模式的经济稳定性、抗风险能力、对外依存度、贸易结构和资本来源等优势得到充分体现,不仅抵御了危机的冲击,还具有较高的回暖度^[4,7]。

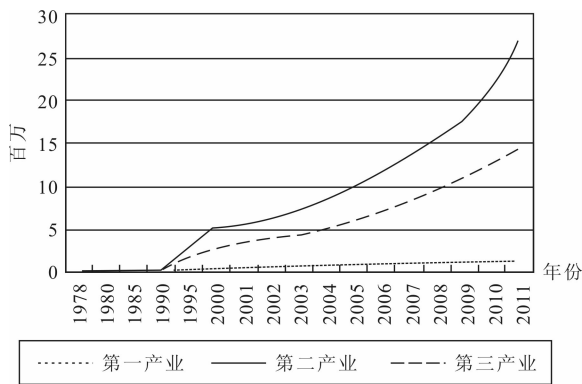


图 1 1978—2011 年泉州三大产业产值

1.2 泉州内生型集群概况

泉州集群经济由开始的就地办厂、离土不离乡、依村傍户的离散型布局^[8],到一村一品、一镇一业的专业村和专业镇型产业区,再到专业市场、产业集聚等一系列经济向心活动,形成了区域集群组团式发展格局和“小产品、大市场,小区域、大产业,小企业、大集群”^[9]的特色产业经济和集群经济。错位发展、块状分割、链网交织的内生型产业集群支撑着泉州经济的迅速发展。截至 2013 年初,在 20 多个内生型产业集群中,超亿元的企业有 1 704 家,纺织、鞋服两个集群的产值已超千亿规模^[10]。

在泉州众多内生型集群中,晋江鞋业集群是最有代表性的集群之一。其制鞋产业经历了从专业村到产业集群,再升级为中国鞋都的过程,实现了从有品无牌到贴牌代工再到自主品牌三阶段质的跃迁,至今已成为中国最大的旅游及运动鞋生产基地、世界运动鞋重要生产基地和国内鞋业原辅材料主要集散地。2010 年,已有鞋类企业 3 500 多家,从业人员超过 38 万人,产量达 9.5 亿双,产值达 479 亿元,其中运动及旅游鞋占全国产量的 50%,占世界产量的 20%^[11],体育运动鞋类占超过 75% 的国内市场份额,是我国三大主要鞋业生产基地之一(见图 2)。

2 泉州模式内生型集群起源与形成

根据路径依赖理论,区域内生型集群的产生带有一定的历史性和偶然性^[12]。晋江鞋业集群是在特定历史时期,在外生力量和内在偶然因素的共同作用下孕育形成的,它的出现既遵循我国集群产生的共性路径特征,又具有自身的独特之处(见表 1 和表 2)。

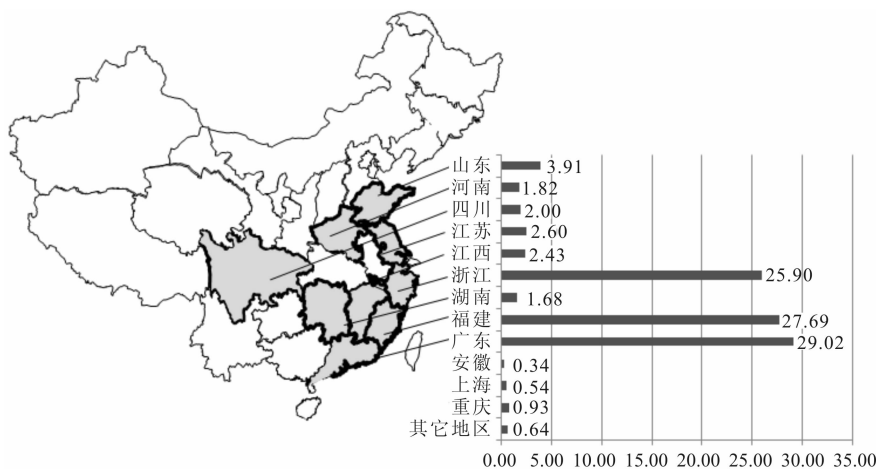


图 2 2010 年 1 月—10 月中国皮革鞋靴产量空间分布及比重

注:深色区为比重≥1%的省份

表 1 泉州模式演变特征

一论泉州模式(1986年)	再论泉州模式(2006年)
股份制经济形式	发达集群经济
外向型市场经济	特色县域经济
侨洋式生产条件	活力品牌经济
灵活的经济管理	发展创新经济
五缘经济网络	新型文化经济

2.1 晋江鞋业集群形成的历史性因素

改革开放以来,中国发挥劳动力成本低、市场广阔等优势,出现了三波产业承接浪潮(见表3)。晋江鞋业集群就是在第一波产业转移中孕育并在自我强化作用机制中逐渐成长的。1979年,晋江陈埭镇村民林士秋等14人联办第一家服装鞋帽厂后,经济效益和社会效益良好,他们充分利用当时本地工业基础薄弱、劳动力

严重闲置的双重条件,满足了短缺经济时代的社会需求^[13]。因此,政府及时制定措施,鼓励农民利用当地“三闲”发展副业致富,地理邻近性和区位集中性使得这种能人示范效用、创业意识和企业家精神在面对面交流、干中学、用中学及集体学习效应的驱动下得以有效放大。市场诱发和引导人们竞相跟进与模仿,纷纷兴办同类企业,使得制鞋业得到快速发展^[14]。

然而,历史事件的偶然性并不是晋江鞋业集群孕育、成长的关键,只有当内部资源及能力与外部机会相匹配时,历史的偶然性才能从潜在机遇变成现实机会。晋江鞋业集群形成和健康成长的关键在于泉州模式这一特有的区域内生优势,为集群发展解决了原始资金、技术和市场信息等决定性生产要素匮乏的问题。

表 2 晋江鞋业集群发展阶段及特征

特征	形成期	成长期	成熟期
集群发展阶段	20世纪70年代末— 90年代初(有品无牌)	20世纪90年代初— 90年代末(贴牌代工)	2000年至今 (自主品牌)
社会经济网络	五缘文化社会网络 三来一补经济网络	社会网络 贸易性产业网络 本地分工网络	全国化产销网络 国际性贸易网络 开放式创新网络
主导知识领域	产品知识 生产知识 市场知识	技术知识 管理知识 经营类知识	品牌运作、营销知识 现代化经营方式 高新技术/产品知识
阶段性特征	创业创新精神驱动 简单生产要素空间集聚 作坊为主、小而全 产业分工不细 劳动力和资本要素驱动 弱组织、强关系阶段	中小企业持续衍生、稳定增长 生产/管理方式专业化程度提高 价值链拆分、知识分工开始 纵向一体化生产网络形成	分工及产业配套逐渐完善 企业与集群外联系频繁 知识生产和创造,创新服务体系开始形成 产品、技术持续创新 网络式创新系统开始形成
重要历史事件	第一家鞋业企业成立 专业生产区形成	领袖式企业出现 OEM方式嵌入全球价值链 进入外入链、内结网阶段	安踏模式、品牌集群 集群品牌、中国鞋都 各内外研发机构成立

资料来源:笔者总结整理

表 3 改革开放以来中国承接的三次产业转移浪潮

波次	时间	转移地	承接地	转移产业
第一波	20世纪80年代	中国香港、台湾	广东、福建等东南沿海地区	纺织、服装、制鞋、五金
第二波	20世纪90年代	中国台湾	长三角、珠三角、闽南三角等地	电子、通信设备、机械制造
第三波	21世纪初	日本、韩国、欧美	长三角、珠三角、大陆其它地区	汽车、钢铁、石化、电子、金融等

资料来源:朱明.泉州发展研究[M].福州:福建人民出版社,2006:107

2.2 泉州模式助推晋江鞋业集群形成

这一时期,泉州模式的股份制经济形式、外向型市场经济、侨洋式生产条件、灵活的经济管理、五缘经济网络等内生特色优势促进了外部范围经济多样化和外部规模经济专业化发展^[15],形成的产业区和专业市场也为后期内生型集群成长奠定了产业基础。

(1)五缘网络的同源性促进要素集聚。内生型集群一般是基于集群成员在地缘上的邻近、血缘上的联接和亲缘上的扩散等社会网络的有机架构及对产业传统的继承与发展而产生的,具有很强的地方根植性和地方特质,正是这种同源性克服了地方内生型集群

资金和技术等系列要素短缺的瓶颈,从而度过最艰难的起步阶段^[16]。在泉州内生型集群成长过程中,五缘网络的人文归属感有效促进了生产要素的区域集聚。

晋江市总人口106万,海外侨胞和港澳台同胞200多万,独特的侨乡资源成为晋江无形的社会资本。1978年底,晋江便开始依托外部侨胞关系,承接来料加工、来样加工、来件装配和补偿贸易业务,三来一补策略使晋江第一次参与国际大分工,并引进了当时较为先进的技术和设备资源,培养了一批生产骨干和企业家人才,积累了充足的资金^[13],侨资促进了生产要素的空间集聚(见表4)。以晋江陈埭镇为例,1984年

成为福建省第一个亿元镇,有 3 225 户农民,集资 3 570 万元办起了 645 家企业,其中集侨资 1 960 万元,出资比例达 55%,侨属闲房办厂的比例占 82%,另外侨资还投入 500 万元,引进了大量的专业设备、技术和样品^[5]。

表 4 1980—1990 年泉州使用外资情况

外资情况	1980	1985	1990
新批三资企业合同数(个)	3	103	326
新批三资企业合同投资额(万元)	41	5 076	23 792
其中:外资(个)	22	3 231	20 373
三资企业开业投产数(个)	2	56	170
实际利用外资(万美元)	16	633	5 161

(2) 股份制形式促进企业衍生。泉州模式在我国首次提出社会主义市场经济和股份制的观点^[6]。这一时期大量中小企业出现,并在有限空间内高度集聚,在经济横纵向联合和重组中不断演绎,区域经济活力比较旺盛。1980 年,晋江县委、政府因势利导,使全县乡办、村办、联户办、个体企业迅猛发展,一年内创办了 500 多家联户企业,1981—1985 年,全县乡镇企业数量增长了 1.87 倍,联户办企业增长了 28 倍^[13]。1986 年,泉州共有乡镇企业 21 800 家,其中股份制企业 13 853 家,股份制企业总收入 12.89 亿元,占全市乡镇企业总收入的 68%^[5]。大量企业的衍生和各种经济社会关系的确立,为泉州构建专业化分工、产业链完善、“弹性专精”的生产网络奠定了产业基础。

(3) 鞋业产业区、专业市场形成。泉州模式小、专、活、广的经济管理方式促进了专业化生产和各专业市场的形成。鞋业集群和其它内生型产业集群都是这一时期专业市场通过社会系统自身再造推动产业空间内生发展的产物^[6,17]。因为小,所以企业进入门槛低;因为活,所以迅速建立了市场信息网络和销售网络;因为专,所以一业为主、配套协作的生产方式促进了专业化和区域化格局的形成,外部经济收益在产业空间内得以快速增加;因为广,所以很快获取了范围经济和集群内部经济收益。因此,改革开放初期,泉州就形成了多种专业生产区和专业市场,仅 1985 年,全市的专业市场就已有 197 个^[18]。晋江鞋业专业生产区即是在此背景下产生的。依托侨胞关系,积极与外商合作,借助外部专业知识扩散和转移,弥补了产业起步时的专业知识缺口。随着国际化分工协作的深入发展,很快形成了专业性知识、产品集聚区和扩散地,大量原辅料供应商纷纷出现,最终形成了以池店镇、陈埭镇为主的鞋业专业村,产地型专业市场和销地型专业市场两种市场特区得以同期出现^[19]。

(4) 政府有效作为。产业集群的产生和形成并非完全依靠市场力量。资金等要素是高度流动的,一个地区能否吸引投资,区位优势、资源优势、合理的制度安排和有效的政策措施等十分重要^[20]。政府是产业

集群的重要行为主体之一,政府职能的发挥对集群成长起催化作用。早在 20 世纪 70 年代中期,晋江就有弃农经商的传统,敢于突破传统思维发展外向型市场经济,创造新县域经济发展格局和运行机制,当时的政府因利势导、顺势而为,制定了一些有利于集群形成的方针、政策。在集群形成之初,提出了甩开手脚搞外经工作,发挥侨乡优势、发动群众集资,联户办企、大力发展乡镇企业,发展商品生产、发展农村商品经济、加快发展外向经济等,这些都加速了专业市场和集群的形成,为内生型集群的形成和成长提供了政策条件。

3 泉州模式过渡期内生型集群成长

泉州集群形成初期,虽然企业数量、规模在不断增长,但此阶段主要是依靠文化同源性和本地根植性形成的简单要素空间集聚,产业分工并不完善,而是以小而全、前店后厂、粗放式经营的家庭作坊为主,产品链、生产链和知识链并未实现协同,是弱组织、强关系、集而不群的阶段。进入 20 世纪 90 年代后,晋江鞋业生产区瓶颈初现,制鞋业即是在不断克服这些困难中蜕变和成长起来的。

3.1 侨洋式优势促进 OEM 和外向型经济发展

泉州模式是在其独特的社会经济基础和优越的生产力结构、生产条件基础上建立起来的,侨洋式生产条件和外向型经济较好地释放和放大了生产力中的人、财、物等要素的价值^[18]。当时,泉州通过兴办民企、引进外资、侨资发展三资企业,顺应国际产业转移趋势,及时由进口替代型模式向出口导向型模式转变,利用侨洋优势,发展加工贸易^[21]。此阶段企业数量大量增长,尤其是三资企业,在之后的发展中与国际经济、产业形势紧密相连,见图 3(两段下降坡线是受两次国际经济危机的影响)。

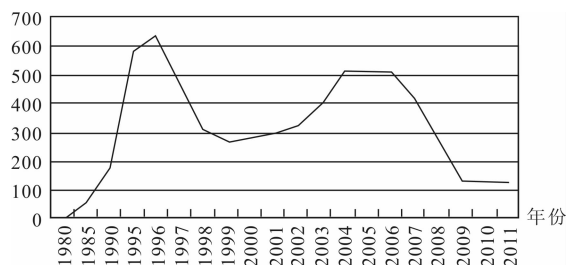


图 3 1980—2011 年改革开放后泉州三资企业投产数

资料来源:根据泉州市统计数据绘制

这一时期的外向性战略提升了内生集群参与分工与竞争的层次,延伸了集群产业边界并扩大了集群资源获取和产品销售的范围。20 世纪 90 年代初,晋江鞋业生产区发生了两个重要改变:一是在当地政府扶持下,部分企业开始吸引外资、引进先进设备、增资扩营;二是随着产业水平的提升,一些企业开始通过华侨关系,为国际知名企业代工,开始了 OEM 的生产

方式^[13]。如安踏、寰球等实力型企业通过社会关系和市场关系,以 OEM 形式嵌入 Nike、Adidas 等国际知名企业的全球价值链,参与国际分工合作,并同时接受国际先进地区和企业知识与技术转移。这些有实力的企业通过承接国外企业定单,将超出自身产能的部分再次转包给集群内其它中小企业,在不断转包过程中促进了集群内部分工的细化,最终出现了产业链拆分现象,知识片断化、本区域生产网络化,龙头企业+网络结构的分工模式和生产方式逐步形成。这种外入链+内结网的方式充分调动了晋江内外部的社会关系资源和市场关系资源,有力推动了外向型经济的发展,至今晋江外销鞋仍占当地产量的 60% 左右,远销全球 160 多个国家,且外销产品中大部分仍是贴牌生产。

3.2 品牌经济提升集群质量

泉州内生型集群大都是价值链低端劳动密集型集群,OEM 形式和资产专有性的作用使得这些集群长期扮演着国际打工者的角色,成为低价格接受者。这种全球价值链陷阱不仅使集群企业整体丧失了研发和创新能力,还使整个集群进入高同质、低差异、模仿强、创新弱的锁定阶段。而安踏模式的成功,使本地企业和政府看到了品牌价值的创造作用,同行企业纷纷模仿,政府也因势利导,出台了一系列推动品牌经济形成的政策,使泉州诞生了很多国内知名企业和产品。“九五”至“十一五”期间,泉州品牌经济经历了质量立市、质量强市和品牌强市 3 个主要阶段^[22],2008 年泉州入选“中国品牌之都”,成为国内目前仅有的 11 个中国品牌之都城市^[23]。这一时期,品牌效应和集群效应为泉州区域经济和特色经济发展带来了丰厚的经济红利。

(1) 品牌企业和品牌产品集聚。产业集群地理邻近性和产业邻近性使得优势企业的产品与管理方式很快被模仿跟进,这也是集群企业区别于非集群企业的优势之一。1999 年,领袖企业安踏“CCTV5 十明星”式营销模式的成功掀起了本地鞋企的模仿潮,集群竞争挤压效应驱使其它鞋企纷纷从 OEM 向 OBM 转型,并实现了从模仿创新到自主创新的战略跨越,众多核心企业如特步、361°、鸿星尔克、匹克、国辉等也开始注重营销投入和品牌建设,到 2004 年晋江陈埭已形成鞋业企业品牌金字塔^[24]。2005 年,在全国旅游鞋认定的 15 个中国名牌中,泉州就占 11 个。至 2012 年,泉州经国家工商总局认定的中国驰名商标总量共 73 件,分别占全国驰名商标总数的 2.32%、福建省的 35.96%,位居全国地级市首位,是国家商标战略实施示范城市^[25]。

这一阶段政府出台的一系列政策工具催生了品牌企业和产品的快速集聚,并使其健康成长。例如,“九五”时期,“泉州市实施奖励驰名、著名商标和名牌

产品”领导小组印发了《关于争创驰名、著名商标和名牌商标产品的通知》,出台了奖励创驰名商标、著名商标和省名牌产品的措施;“十五”时期明确提出“质量强市”,并出资千万元奖励创建国家级品牌名牌企业;“十一五”时期提出“品牌强市”,并出台了《泉州市人民政府办公室关于成立泉州市争创中国世界名牌产品工作领导小组的通知》。三阶段的有效衔接和政、企二元主体的合作,有效促进了企业品牌建设和发展^[22]。“十一五”期间,泉州品牌经济取得了辉煌成果,品牌产品生产企业对地方经济、区域品牌的发展作出了重要贡献。具体表现在:2006 年全国雨伞评出 6 个中国名牌,泉州占 4 个;水暖器材全国认定 7 个,泉州占 4 个;2007 年针织面料认定 3 个,泉州占 2 个;蛋黄派认定 3 个,泉州占 2 个;果冻认定 4 个,泉州占 2 个^[26]。

品牌企业和品牌产品集聚提升了集群整体竞争力,放大了集群极化效应,加快了生产要素的区域集聚,形成了具有特定地方特质的经济体,培育了做品牌、推品牌、用品牌、爱品牌的品牌氛围^[26],泉州也拥有了“中国品牌经济城市”的称号。

(2) 产业集群区域品牌塑造竞争性区域。区域品牌是指产业在区域范围内形成的具有相当规模和较强生产能力、较高市场占有率和影响力的企业及企业所属品牌的商誉总和。产业集群区域品牌是区域经济、产业集群和品牌营销等行为活动的复合体,体现集群区域属性的产品、服务和形象具有一定的知名度和美誉度,可以用产业符号将该区域同其它区域区别开来^[24]。内生型集群产业优势和名牌簇群效应使泉州获得了 20 多个国字号产业集群区域品牌和县域品牌称号。这些独特的地方品质产生了特定的外部性效应,提升了地区整体吸引力和功能,产生了适合特定区域发展的经济和社会动力^[1]。

在泉州众多产业集群区域品牌中,以纺织鞋服产业集群产业链最为完整,是泉州五大传统产业中的支柱性产业,在区域经济体系中拥有较高的产业地位,与其它省份同产业、同省其它产业相比都有着较高的区位熵(LQ)。区位熵主要用来衡量某一区域要素的空间分布情况,反映某一产业部门的专业化程度。其值越大,表示该产业在该地的集中度越高、优势性越强、产业地位也越高。因为福建纺织鞋服产业主要集中在泉州地区,所以本文用省份数据比较来论证,2005 年福建纺织鞋服产业区域熵见表 5^[27]。

表 5 两种区位熵

同产业不同地区的 LQ		同地区不同产业的 LQ	
上海	1.17	纺织鞋服业	1.82
江苏	1.48	非金属矿业	1.51
浙江	1.55	烟草制品业	1.40
福建	1.82	化纤制品业	1.30
广东	1.04	食品制造业	1.28

注:LQ>1,表明该产业具有优势地位,是区域职能的主要载体;LQ>1.5,表示该产业有明显比较优势;LQ<1,表明该产业在本地区处于劣势地位,在区域产业竞争中处于弱势地位

同类品牌集聚和较高的产业地位带来了综合效应,为内生型集群成长提升了综合动力。在竞争性区域内,基础设施的不断升级改善了区域可进入门槛,逐渐激发了存在于不同市场的正外部性经济潜力,如规模经济、范围经济、集聚经济、密度经济和网络经济,从而提高了劳动生产率,降低了生产成本^[1]。

然而,泉州模式在过渡期,其内生型集群在成长中出现了很多问题,如产业雷同导致同行竞争、简单模仿不断但自主创新不强、泉州制造的利润空间逐渐压缩等^[3],这些都制约了集群的持续性成长。集群内一些核心企业和领袖企业通过率先突破,实施集群网络传导机制,带动集群逐渐走向成熟和完善。

4 泉州模式提升过程中内生型集群走向成熟

经过前两个阶段的发展,泉州模式的地方品质已成型,其内生型集群也随之进入成熟阶段。这一阶段“创新、创业、创造”的激发和内涵外延式发展方式使泉州模式更具活力和竞争力。

4.1 集群网络系统成熟健全

随着各类集群正效应和向心力的完善,泉州大部分集群产业链体系趋于完善,鞋业集群也迈进了成熟阶段。这一阶段,泉州很多集群企业都建立了全国化产销网络、国际性贸易网络和开放式创新网络,集群内的分工体系和组织功能都已健全和完善,其中最具有代表性的就是鞋服业集群。这一时期晋江鞋业集群内已有千家鞋机、鞋材和鞋模等原辅料供应商,形成了配套完善的产业生态链,内结网区域产业组织系统已经成熟,见图4。

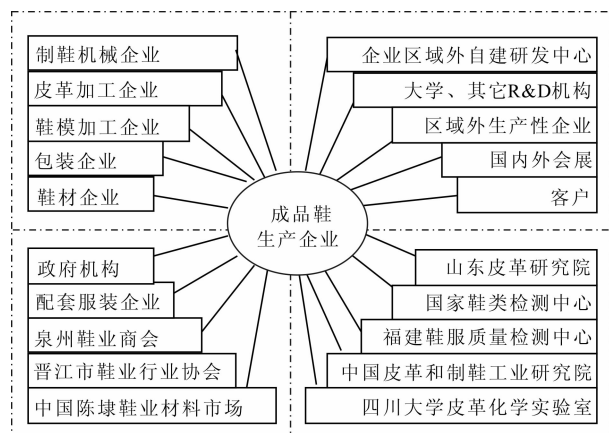


图4 晋江市鞋业产业集群网络结构

完善的产业网络体系为集群企业提供了较好的组织情境,集群整体功能和集群企业竞争力得到了极大提升。以产销网络为例,2011—2012年,鞋业集群进入“万店时代”:安踏、特步、匹克、361°等集群龙头企业的渠道店面总数已接近万家^[28]。鞋业集群分工网络已十分发达,集群外的交流也日益频繁,各种经济

网络和社会网络都已形成,各类辅助机构也已纷纷成立,集群功能更趋完善,经济—社会—技术三网耦合形成了“产业空气”,交易稳定性和非契约性、专业知识扩散和转移、生产系统竞争和合作等内生型集群优势以及集群的“合作剩余”利好都在网络化产业组织体系中得以充分发挥。随着集群功能的不断完善,竞争在不断加剧,集群内的离心力也在逐渐增强,尤其是产品同质、产业雷同、技术锁定和网络失衡等,因此创新成为突破集群退化的主要工具。

4.2 集群创新功能不断增强

创新是集群得以持续发展的动力和源泉,没有创新集群则会过早进入衰退期。新时期,泉州内生型集群企业已认识到创新的重要性,除了由传统的重视制造向重视品牌转移以外,还实现了从泉州制造向泉州创造的升级,有力推动了泉州模式的再次提升。

这一时期,晋江鞋业集群内部企业已经具备一定的创新投入能力和创新组织能力,然而单个企业垂直一体化的封闭的线性创新满足不了激烈的市场竞争需求和快速变化的消费需求,也不足以与同行国际巨头对抗。一些领袖企业通过突破组织边界,加强与群外机构的联系,扩大自身搜索知识的范围,接受网络式多主体的知识和技术扩散,有效获取了创新所需的互补性资源和异质性资源,在群内形成了差序梯度创新扩散网络,其它创新服务机构也相继进入集群(见图4)。

内外创新网络的有效衔接提升了集群创新功能,集群创新模式也由过去的模仿和集成创新向开发性创新和探索性创新迈进。这一嬗变推动了晋江鞋业集群整体创新能力的提升,区域创新系统功能趋向完善。集群内企业在专利、技术、实验室建设和研究中心投入方面成绩斐然,具体表现在:安踏公司国内首家体育运动科学实验室研发中心被认定为国家级技术中心、361°联合亚奥理事会成立了亚洲科技研发中心等。鞋类技术也因此走向高端,很多已达到国际领先水平,如安踏减震功能芯技术、鸿星尔克抗菌鞋质、亚礼得纳米技术、361°猎豹仿生、其它企业的高频泡绵和无纺科技等。截至2011年,晋江掌握的鞋业生产核心技术已达2000多项,拥有专利189项,部分产品和技术已接近国际领先水平^[11]。

5 启示与未来展望

5.1 启示

泉州模式内生型集群的成功有其偶然性和必然性,虽不可完全复制,但其成功经验和生命周期各阶段对关键成功因素的有效掌控,仍可为其它地区发展集群经济、特色经济和品牌经济提供借鉴。具体表现在:①挖掘潜在的具有地方品质的区域资源禀赋,将其变为现实经济优势。泉州模式就是充分利用侨乡

优势, 发展小、专、活和多种经济形式, 为后期承接产业转移、生产要素集聚、专业市场和区域特色经济的形成作了铺垫; ②主动承接产业转移, 积极参与国际产业分工。通过承接产业转移优化本地产业结构, 使内生型集群嵌入全球化分工产业链, 接受国际先进地区资金、技术和知识等高级生产要素, 提升集群企业个体和整体的管理水平及技术水平。接受转移能促进集群内的劳动分工和知识分工, 带动关联产业的衍生与发展; ③塑造集群区域品牌, 增强创新功能, 提升集群质量和持续竞争力。品牌产品和品牌企业的名牌集群能产生积极的集聚效应和扩散效应, 增强区位优势和对生产要素的虹吸作用。内生型集群企业应加强与群外大学、科研机构等创新服务机构、专业知识供给方的交流与合作, 通过内外结网等形式完善集群创新网络和区域创新系统, 突破集群内部知识锁定和网络失衡, 保持集群优势的持续性; ④政府的有效作为能促进集群健康成长。泉州内生型集群的成功很大程度上得益于政府在各阶段制定的前瞻性的产业政策和集群政策, 如改革开放初期制定的系列政策促进了商品经济、外向型经济、乡镇企业和股份制经济形式的形成。当时, 以下这些政策措施都走在全国前列: 放、帮、促和保护、引导、扶持的乡镇企业发展政策; 新、特、快和“小商品、大市场, 小洋货、大创汇”的经济格局等。

5.2 未来展望

2011年, 在泉州模式 25 周年发展研讨会上, 苏东水先生三论泉州模式, 再次对泉州当前经济社会发展模式的本质作了高度概括: 海西现代化中心城市、发达的总部经济、繁荣的第三产业、强势的城市综合竞争力、优势的人居环境。通过产业、品牌、城市的深度融合^[29], 泉州提升了经济社会发展质量与层次, 从经济大市走向经济强市。在此情景下, 内生型集群应该发挥集群创新和网络创新优势, 向创新型集群升级转型, 克服嵌入性依赖和区域锁定, 防止变成封闭、僵化的生产系统。在国际分工中应该摆脱专有资产路径依赖, 克服能力刚性, 跳出比较优势陷阱, 向价值链高端延伸, 缩短与价值链治理者的差距, 摆脱国际打工者的角色。

总之, 新时期, 泉州模式将在产业共性规律与区域个性特色的作用下健康发展, 其内生型集群在遵循集群经济发展轨迹的同时, 也会融入地方元素, 形成具有特定地方品质的“经济马赛克”。

参考文献:

- [1] 王勇. 海峡经济区竞争性区域体系构建研究[M]. 北京: 九州出版社, 2010: 7-12.
- [2] 陆明祥. 地方产业集群的起源、生成和演进机理——基于佛山瓷砖集群的分析[M]. 北京: 经济科学出版社, 2010.
- [3] 苏东水, 刘志阳, 苏宗伟. 泉州模式的发展创新及其转型[J]. 经济管理, 2011(21): 110-114.
- [4] 黄建忠, 毛恩荣. 金融危机与区域经济发展模式的转变[J]. 国际贸易问题, 2009(8): 3-10.
- [5] 张明俊. 泉州八年纪事[M]. 北京: 中央文献出版社, 2002: 78-79.
- [6] 苏东水. 再论“泉州模式”[J]. 福建论坛, 2006(8): 4-9.
- [7] 郑甘澍, 毛恩荣. 后危机时代我国区域经济发展模式的思考[J]. 学海, 2010(3): 80-85.
- [8] 邵继勇. 中小企业集群与经济发展[M]. 北京: 科学出版社, 2007: 86-87.
- [9] 姚向军. 集群的力量[M]. 北京: 中华工商联合出版社, 2006: 71-73.
- [10] 2011年政府工作报告[EB/OL]. <http://www.fjqz.gov.cn>, 2011-02-28.
- [11] 黄速建. 中国产业集群创新发展报告 2010-2011[M]. 北京: 经济管理出版社, 2010: 27-36.
- [12] 陈佳贵, 王钦. 中国产业集群可持续发展与公共政策选择[J]. 中国工业经济, 2005(9): 5-10.
- [13] 林竞君. 网络、社会资本与集群生命周期研究[M]. 上海: 上海人民出版社, 2005: 312.
- [14] 孙丽辉. 区域品牌形成与效应机理研究[M]. 北京: 人民出版社, 2010: 231-248.
- [15] 刘春芝. 集群式创新[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2005: 24-25.
- [16] 魏丽华. 内生型产业集群的特征与升级影响因素及对策分析[J]. 农业现代化研究, 2010, 31(5): 277-280.
- [17] 朱海燕. 产业集群研究述评: 研究脉络、趋势与焦点[J]. 研究与发展管理, 2010, 22(12): 47-56.
- [18] 苏东水. 试论“泉州模式”的经济特点及其意义[J]. 复旦学报, 1987(2): 20-24.
- [19] 刘米娜, 丘海雄. 基于学科视角的专业市场集群形成机制研究述评[J]. 经济地理, 2010, 31(7): 1134-1138.
- [20] 周海涛, 郑海涛, 张墨琴. 产业集群中的政府行为研究[J]. 科学与科学技术管理, 2007(2): 47-51.
- [21] 汪威毅. 泉州外向型经济发展研究[M]. 北京: 经济日报出版社, 2008: 25-26.
- [22] 吕振奎. 泉州模式的新内涵: 品牌经济推进发展方式转变[J]. 福建论坛, 2011(2): 143-146.
- [23] 吕振奎. 从“泉州模式”探析泉州“十二五”发展战略[J]. 泉州师范学院学报, 2010, 28(9): 78-84.
- [24] 熊爱华. 区域品牌培植模式比较研究[M]. 北京: 中国财政经济出版社, 2009: 72.
- [25] 陈凌鹭, 李和楷. 泉州再添 9 件中国使命商标[N]. 泉州晚报, 2011-12-16.
- [26] 伍长南, 马晓红, 黄继炜. 海峡西岸经济区区域经济发展研究[M]. 北京: 中国经济出版社, 2009: 256.
- [27] 何广顺, 王晓惠, 朱凌. 沿海区域经济和产业布局研究[M]. 北京: 海洋出版社, 2010: 32-33.
- [28] 刘文艳. 泉州鞋企, 跨入万店时代[N]. 泉州晚报, 2011-10-12.
- [29] 朱明. 泉州发展研究: 泉州市 2005 年重点研究课题文选[M]. 福州: 福建人民出版社, 2006: 126.

(责任编辑: 王敬敏)