

基于产业集群的产业竞争力及区域经济影响力

——以安徽芜湖汽车产业集群为例

卢姗

(华东师范大学 中国现代城市研究中心, 上海 200062)

摘要: 本文以安徽芜湖汽车产业集群为例, 分析了产业集群的发展和形成的条件。然后根据波特的钻石模型, 从生产要素、需求条件、企业的战略与竞争、相关与支持性产业、政府支持和机遇六个方面分析了影响安徽芜湖汽车产业竞争力的因素。最后, 通过安徽汽车产业的数据分析总结了产业集群对区域经济影响的作用机制。

关键词: 产业集群; 汽车; 区域经济

中图分类号: TU352.110.4 **文献标识码:** A

芜湖集聚了一批以奇瑞整车生产为核心的汽车及其零部件生产企业, 产业集聚非常明显。该地区围绕汽车及其零部件产业集聚所产生的灵活生产和创新, 形成了区域竞争的优势, 具有一定代表性。本文通过分析以奇瑞为主的产业集群及区域经济竞争力形成和发展过程, 探讨其内在机理及其在区域经济发展中的意义。

1 产业集群发展和组成

1.1 安徽芜湖汽车产业集群的发展历程

(1) 起始阶段(1997—2000年)。芜湖奇瑞成立于1997年, 由安徽省和芜湖市的6家国有投资公司共同出资创建, 投资总额为人民币45亿元。建厂之初, 凭着“初生牛犊不怕虎”的勇气, 打出了自主开发“造中国车”的大旗, 成为奇瑞汽车对中国人最具吸引力的东西。

(2) 成长发展阶段(2000—2004年)。随着芜湖经济技术开发区公共基础设施的完善, 为以后芜湖汽车产业的发展奠定了基础。2004年, 奇瑞共有员工8000多名, 有11条各式生产线, 能向国内外市场供应3种发动机, 4款车型, 9个型号的轿车。市场扩大及提升质量的要求, 一方面促进了制造规模的迅速扩张; 另一方面促进了价值链不断细化和延伸。在芜湖经济技术开发区, 汽车生产被分解成近十个专业化的生产环节, 零部件生产构成了一个较完整的汽车生产系统。生产技术和产品质量都较以前有了很大的提高。2004年, 在20万辆汽车下线的同时, 奇瑞公司制定了中长期的发展规划, 充分认识自己的竞争态势和中国汽车市场的发展状况, 在车型系列、成本构成、销售网络建设等方面加大了开发的力度。

(3) 扩张时期(2005年至今)。随着中国加入WTO, 芜湖奇瑞迅速朝外向型转变, 大量国际资本和涉外企业进入芜湖, 一批具有国际先进技术的汽车零部件企业围绕着奇瑞落户芜湖国家级经济技术开发区, 2005年上半年, 奇瑞已生产汽车超过10万辆。奇瑞汽车的出口扩大了芜湖奇瑞的国际影响, 芜湖奇瑞逐渐面向更广阔的市场, 奇瑞汽车销往叙利亚、伊朗等国家, 表明其打拼国际市场获得了巨大的成功。推动了地方对外贸易的发展。企业加快技术改

造、提高产品质量的同时,在开展、出口业务、与外商长期直接交易的过程中,不断了解并接受国际贸易规则,在一定的程度上推动着企业管理和经营方式的变革,有利于我国汽车在中国加入 WTO 后能更快速地适应国际准则。

1.2 安徽芜湖汽车产业集群形成的条件

一般而言,企业、客户、政府和中介组织是产业集群形成的四要素。其中企业和中介组织在安徽芜湖汽车产业集群的形成中起了非常重要的作用。由于汽车产业的产业特性,研发机构和零部件等配套企业对于汽车产业的发展具有重大的意义。

(1) 企业间的联系

竞争性的专业化分工与合作促使奇瑞汽车产业链条的形成。近年来,国内汽车行业发展迅猛,芜湖开发区内形成了具有专业化分工与协作的产业链体系,并带动了相关零部件生产企业的发展,围绕奇瑞形成的完整产业链条。奇瑞汽车产业链内企业间的专业化分工与合作是奇瑞组织模式的本质特征和核心所在。由于汽车整车生产企业负责从接单、组织生产、质量检测等一系列活动,需要协调与各类专业供货商的关系,这种垂直联系是多向且复杂的。零部件生产商或贸易商是汽车产业链条网络中的主要成员,他们或是有自己的产品销售机构,或接受区外的订单,并将区内的各类专业供货商有效地组织起来,形成自己的地方生产网络。这些网络呈现动态的特征,即网络成员并非一成不变。汽车生产商或贸易商在地方网络中的地位并非主要取决于他们的资本(包括社会资本和经济资本)拥有量,而是订单。由于信息占有有很强的支配作用,因而,各个网络具有不同的结构,零部件生产以水平合作网络为主。

(2) 中介组织的作用

汽车产业集群中,研发机构是重要的中介组织。奇瑞与欧美 12 家世界一流的轿车研发机构建立了合作关系,200 多名奇瑞的科技人员常年在国际著名的汽车研发部门工作,参与全过程的研发,使奇瑞的技术研发迅速跃上世界先进水平的平台。奇瑞每年用于产品研发的资金,都保持在当年销售收入的 10%以上。先后投资 4 亿元人民币建设的奇瑞汽车工程研究院是国内装备最为先进的汽车研发机构之一,拥有发动机台架试验室、排放分析室、整车道路试验室、总成零部件试验室、气道试验室、电子试验室等,初步形成了有自己特色的具有国际水准的技术开发平台。

奇瑞的研发机构呈现矩阵式结构,既有传统项目的研发部门,也有许多的基础项目部,包括车身部、底盘部、座椅部、电器部等等。经过十年的发展积累,奇瑞对于汽车产品各个总成部分有了一定的了解,对于汽车各子模块的掌握已经非常完备。奇瑞非常重视对汽车的“心脏”——发动机的研发。奇瑞目前不仅完全自主开发了具有世界水平的 372 / 472 发动机,还与著名的奥地利 AVL 公司合作,开发出 3 个达到世界先进水平的发动机系列。除此之外,奇瑞还开发、制造了十几款排放达到欧IV标准的发动机。

2 影响产业竞争力的因素分析

按照波特的观点,一个国家(或者地区)内有特色的产业能持续创新与升级,从而获得竞争优势主要取决于该国或者该地区以下四个方面的条件:生产要素条件、需求条件、相关和支撑产业以及企业战略、结构和同业竞争。这四个因素形成一个菱形构架,形似钻石,所以又称该理论为钻石理论或者钻石模型(见图 1)。模型的各个顶点相互强化,共同构成动态的激励创新的竞争环境,从而成为一国产业国际竞争力的源泉。此外,还有两种辅助因素也可能影响产业的竞争优势,即政府和机遇。

2.1 生产要素

生产要素分为基本要素和高级要素。基本要素指人力资源和自然资源禀赋,例如天然资源、气候、地理位置和一般劳动力;高级要素指被创造出来的生产要素,包括知识资源、资本资源和基础设施,例如现代化的通信设施,高新技术人才以及大学等研究机构。

安徽奇瑞公司能够成为中国汽车工业的领头羊除了因为其具有优越的区位和其他资源禀赋之外,更重要的是其自身创造的人才和研发条件。奇瑞公司现有两个轿车厂、两个发动机厂、一个变速箱厂和汽车工程研究院、规划设计院等生产、研发单位。其中汽车工程研究院,基础建设投资 1.5 亿预计总投资将达 4 个亿,已于 2004 年 8 月正式投入使用。该院为奇瑞承担所有的开发、设计和测试任务。办公楼总建筑面积为 24162 平方米,其中主楼 16430 平方米,造型室 3504 平方米,中心服务楼 4228 平方米。早在奇瑞公司建立之初,在 8000 多名员工之中就有技术研究人员 1200 多人,博士 40 余人,还有很多学成归国的海归人员。现今奇瑞公司已汇集了来自美国、日本、德国等汽车强的外籍专家,也有从海外学成归来的高级技术人员以及清华大学、北京大学、上海交大等国内著名大学的博士、硕士数百名。公司已派出多批技术人员赴德国、奥地利、美国、英国、日本等国家深造,旨在把研究院打造成为世界一流的汽车工程研究院。可见,高素质的人才和先进的基础设施是安徽芜湖汽车产业竞争力的重要来源。

2.2 需求条件

需求包括国内需求和国际需求。当地顾客的需求是企业最敏感的市场组成,本国市场对产品的需求不仅通过经济规模对企业加以影响,为企业的投资和创新提供初始的动力,而且对企业的改良和创新进行动态调整。

产业集群是市场推动力的结果。国内市场对汽车的强烈需求为安徽芜湖汽车产业集群的形成奠定了基础。根据国家信息中心信息资源部的信息显示,在国际市场上,我国汽车消费量占全球总消费量的比例已由 2001 年的 4.3% 上升至 2006 年的 11%。到 2006 年底,国内汽车需求量将达 700 万辆,超过汽车消费大国日本,成为仅次于美国的世界第二大汽车消费国。未来我国乘用车市场的高速增长态势将至少再持续 15 年,需求年均增长率大致相当于 GDP 增长率的 1.5 倍左右。2009 年轿车将大量进入家庭(中等收入家庭具备购车能力)。

奇瑞汽车的成功在很大程度上归功于其敏锐的洞察力。在公司建立之初,为了从“外国车”手中争夺市场份额,奇瑞先大打价格战从而在短时间内达到一个可以支撑企业长久发展的销量。2001 年,奇瑞推出首款车“风云”便以价格优势在市场上竞争。此后,它又以独特的产品定位抓住了目标市场。2003 年 4 月推向市场的奇瑞 QQ 在外形设计上以“快乐”为主题,可爱的造型迎合了女性的审美眼光,而这部分市场却是不容小觑的。2006 年,奇瑞汽车销售突破 30 万辆,市场销售额接近 3 亿元/月。最近,为了满足细分市场的需求,奇瑞 QQ 将旗下各个车型按照其所强调的不同性能划分为五大类型,分别指向知识精英、都市丽人、幸福家庭、小康生活、专业致富五大不同的细分人群。

2.3 相关和支撑产业

相关行业和支持产业的存在或缺少对产业竞争力影响很大。芜湖的交通优势和快速发展中的奇瑞汽车,就如同一块巨大的磁铁,吸引了大量的汽配企业进驻,其中包括西门子威迪欧汽车仪表、美国亚新科、美国塔奥、意大利菲亚特马瑞利和瑞典 SKF 等国内外知名的汽车零部件企业。2005 年芜湖市已拥有的汽车零部件企业数量为 156 家,其中有 49 家在开发区落户,而奇瑞直接参股或控股的汽配企业有 23 家。

中心企业和配套关联企业的关系是互利共赢的关系。产业的集群化发展不仅完善了产业链条,为奇瑞提供了便利,也为汽车零部件企业带来发展的契机。在已经投产的企业当中,杰华、鹤安等生产汽车座椅的企业 2004 年销售收入均超过 1 亿元。汽车仪表龙头企业西门

子威迪欧拥有奥迪和奇瑞的仪表生产线和先进技术,国内市场占有率达 28%,带动了汽车仪表、制动系统、车内饰件及密封件等优势产品的高速发展。瑞典 SKF 在华投资的惟一全资子公司希尔公司,不仅为奇瑞提供配套产品,还为通用、福特和大众等国际知名厂商供货。依托奇瑞发展起来的汽车空调企业博耐尔汽车电气系统公司也于去年 3 月正式投产,并形成了批量生产的能力,使奇瑞摆脱了汽车空调受制于跨国企业的局面。

2.4 企业战略、结构和竞争

在经济全球化的时代,企业的好坏、经营的得失常常可追溯到企业的经营战略。而在企业战略、结构和竞争中,竞争则为产业的改良和创新提供了推动力。

以安徽奇瑞汽车公司为例,坚持自主品牌的全球化合作战略是其成功的关键。

(1) 在新产品开发方面,奇瑞汽车公司采用委托设计(外包)、技术协作、股权参与等合作模式,与日本、意大利、德国的顶尖设计公司合作(协作)开发新车型。委托国外著名的设计公司设计高档轿车,委托国内设计公司(上海设计分院和北京设计分院)设计中档轿车。奇瑞汽车公司汽车工程研究院的设计人员设计新产品图纸,由外部的国内外设计公司帮助审核图纸,反馈修改信息后再交回奇瑞公司汽车工程研究院的设计人员改进,这样反复的设计—修改—改进的协作模式,从而培养较高层次的研发人才。

(2) 全球采购新产品。与合资企业相比,奇瑞才算得上是全球采购。就发动机而言,风云系列用的是自产的发动机,QQ 系列用的是中国东安发动机,东方之子系列用的是三菱发动机,而旗云系列用的是宝马—克莱斯勒发动机。然而奇瑞自身设计的所有整车拥有设计确认权,因而无论采购了什么零部件,从风云到 QQ、东方之子、旗云,都是中国自主品牌车。

(3) 全球合作建厂。奇瑞公司与伊朗 SKT 公司在 2001 年年底双方确立合作关系。SKT 公司是伊朗两家汽车制造厂的主要零部件配套生产厂家,近年来逐渐向整车业发展。2003 年 2 月奇瑞与 SKT 公司签约,由奇瑞提供技术转让和工厂设计,在伊朗北部马什哈德省威 SKT 公司监理一个汽车整装厂,包括冲压、焊装、涂装、总装四大工艺,一期工程设计产能为 3 万辆。值得一提的是,奇瑞出口这个整装厂以中国国产设备为主。奇瑞还将在俄罗斯、委内瑞拉赫巴基斯坦以 CKD 方式合作建厂。

(4) 全球人才引进。奇瑞汽车公司启动跨国人才引进机制,高薪聘请有技术专长的国内外人才,特别是实力强大的跨国汽车公司的独资和合资企业培养的大批人才。奇瑞汽车公司许多中高层管理人员都有在外资企业工作的经历。在汽车工程研究院的科研人员中,不少高级管理和研发人员,都来自国内外著名的汽车公司和零部件公司。奇瑞汽车公司的人才引进机制不只吸引来一大批国内外优秀的人才,同时也为其带来了国际与国内最先进的技术和管理理念,促进了奇瑞汽车公司快速的国际化发展。

(5) 全球销售。2005 年 11 月 14 日,奇瑞汽车公司和西班牙贝尔赫汽车公司签署一项合作协定,根据这项协定,西班牙贝尔赫汽车公司在南美洲地区代理销售奇瑞公司的汽车。截至到 2005 年底,奇瑞已在 38 个国家有 41 个地区代理销售商。

由此可见,在全球化时代,产业集群已不仅仅局限于一个特定的区域与范围内,而是通过互联网等现代通讯手段,将产业集群的网络拓展到世界的各个角落。产业集群也从一个实体的网络发展成为一个虚拟的网络。

2.5 机遇和政府

机遇在这里是外在因素,它存在于企业的影响力之外,绝非企业的影响力所能左右,比如外国政府的决策等。而政府在提高产业的竞争力中所起的作用实际上是通过政府行为影响

以上 4 个决定因素来实现的。政府在促进企业集群竞争力方面具有不可替代的作用。

奇瑞汽车有限公司作为芜湖汽车产业集群的核心，得到了芜湖经济技术开发区在资金、人才和资源等方面的倾斜支持。省财政无偿提供奇瑞汽车研发资金 5.6 亿元，从 2003 年开始，每年 7000 万元，分 8 年用完。

银行长期政策性贷款、专项研发资金等政策使奇瑞汽车今后发展所需的巨额资金得到了保障，更有利于企业降低融资成本，增强国际竞争力，大踏步走向国际市场。国家开发银行承诺：在“十一五”期间，为奇瑞公司总投资 143 亿元的年产 15 万台发动机换型改造等高科技项目提供贷款支持；先期贷款 24 亿元，用于支持年产 20 万台 CVT 无级变速箱等项目的试验、试制和研发建设。2005 年 3 月，中国进出口银行和奇瑞汽车有限公司在北京签署《出口信贷支持国际经营合作协议》，协议金额为 50 亿元人民币，主要支持奇瑞公司在未来 3 年内的机电产品、成套设备、高新技术产品出口以及境外投资、对外承包工程等“走出去”项目。政府的支持无疑为提高芜湖汽车产业集群的竞争力提供了坚实的基础。

3 产业集群对区域影响力的影响

3.1 安徽芜湖汽车产业集群的数据分析

1990 年以来安徽汽车的产量呈跳跃式发展，从图 1 中可知尤其是安徽芜湖汽车产业集群成立以后，安徽汽车产量的增加更为迅猛。2000 年汽车的产量约是 1995 年的 3 倍，

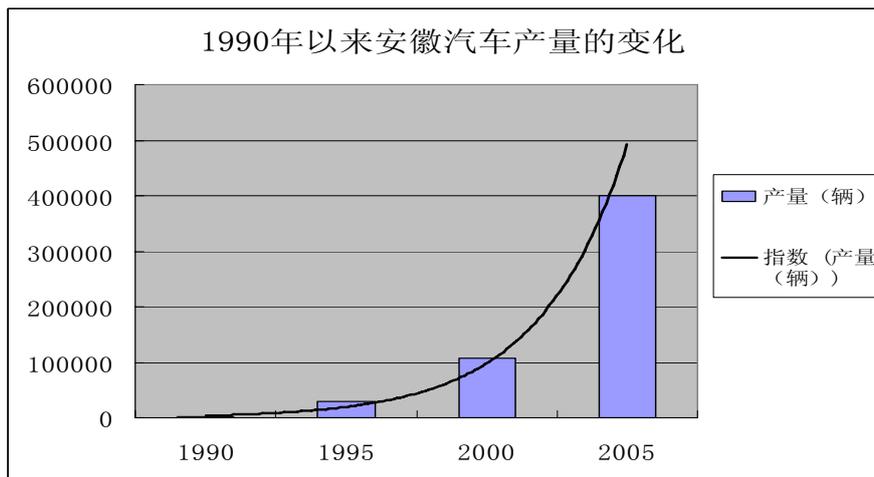


图 1 1990 年以来安徽汽车产量的变化

2005 年汽车的产量则约是 2000 年的 4 倍。2000 年至 2006 年安徽汽车产量的年平均增长达到了 31.38%，2005 年比 2004 年增长了 48%。

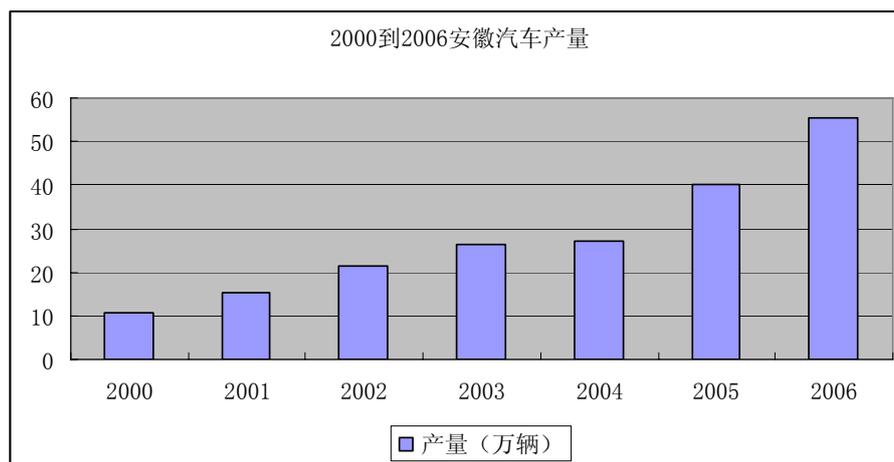


图 1 2000 年到 2006 年安徽汽车产量

从 2004 年开始, 汽车产业已成为芜湖市发展速度最快、对经济拉动最大的支柱产业; 轿车、轻型车、微型车、专用车、专用改装车及零部件为基础的产业集群迅速地以奇瑞为中心发展起来。2004 年芜湖市 69 家规模以上汽车及零部件生产企业共完成产值 76.64 亿元, 实现销售收入 81 亿元, 其中零部件生产企业实现销售收入 23.1 亿元, 同比增长 25.5%, 产销上亿元的有西门子威迪欧等 4 家公司。

3.2 产业集群对经济的贡献

随着芜湖产业集群的发展, 安徽汽车产量逐年上升, 安徽省交通运输设备制造业增加值每年的递增量从之前的个位数增长发展为现在的两位数增长。交通运输设备制造业总产值从 2000 年前每年递增 20 亿元, 发展到目前年均递增 56 亿元。

表 1 安徽省交通运输设备制造业增加值及工业增加值

	交通运输设备制造业增加值 (亿元)	工业增加值 (亿元)
1999	20.1685	494.51
2000	26.2805	507.08
2001	45.6962	577.18
2002	58.6258	690.64
2003	75.7292	881.52
2004	70.8170	1190.47
2005	91.9855	1483.80

资料来源: 2000 年—2006 年安徽省统计年鉴

根据 Pearson 相关性分析, 规模以上工业企业的交通运输制造业总产值与地区生产总值间呈明显的相关性, 相关系数达 0.968。安徽汽车的总产量与地区生产总值间也呈明显的相关性, 相关系数达 0.956。这说明汽车产业对安徽省的经济发展有着积极的贡献。

从交通运输设备制造业对安徽地区生产总值的贡献率来看 (见表 2), 交通运输设备制造业占 GDP 的比重逐年上升, 2002 年当芜湖汽车产业集群迈入全面发展阶段时, 交通运输设备制造业在 GDP 中的比重超过了 5%, 成为安徽省的支柱产业。2000 年之前交通运输设备制造业占工业生产总产值的比重约为 6%, 而 2001 年之后交通运输设备制造业占工业生产总产值的比重上升至年均 9%。

交通运输设备制造业增加值指全部国有及规模以上非国有工业企业工业增加值

表 2 交通运输设备制造业占工业总产值和地区生产总值的比重

年份	交通运输设备制造业总产值(亿元)	工业生产总值(亿元)	交通运输设备制造业所占比重(%)	地区生产总值(亿元)	交通运输设备制造业所占比重(%)
1999	85.84	1533.9	5.60%	2908.59	2.95%
2000	105.15	1661.44	6.33%	3038.24	3.46%
2001	163.31	1824.64	8.95%	3290.13	4.96%
2002	211.11	2123.61	9.94%	3553.56	5.94%
2003	283.23	2610.21	10.85%	3972.38	7.13%
2004	306.92	3659.56	8.39%	4759.30	6.45%
2005	385.28	4567.23	8.44%	5375.84	7.17%

资料来源: 2000 年—2006 年安徽省统计年鉴

从新产品和贸易的角度来看, 芜湖汽车产业集群形成后, 新产品的比重明显上升。1999 年交通运输设备制造业中新产品的比例仅为 17.03%, 而 2001 年新产品的比重则上升为 53.31%, 近五年中新产品的比重平均为 46.72%, 接近一半。可见产业集群有助于提升地区的创新能力, 从而使经济更具活力。此外, 出口交货比重也在逐年提升, 1999 年工业销售产值中, 出口占 2.75%, 而 2005 年出口比重则占 5.52%, 提高了近一倍。这说明产业集群在发展外向型经济方面也功不可没。

表 3 全部国有及规模以上非国有工业企业交通运输设备制造业新产品及出口交货比重

	交通运输设备制造业总产值		工业销售产值		产品销售收入(万元)
	(万元)	新产品比重%	(万元)	出口交货比重%	
1999	858443	17.03%	852274	2.75%	827903
2000	1051471	26.21%	1029609	4.95%	959517
2001	1633085	53.31%	1628525	4.42%	1544967
2002	2111095	50.79%	2075455	4.61%	1464578
2003	2832278	43.81%	2780109	4.81%	2693335
2004	3069186	42.13%	3009509	3.35%	-
2005	3852782	43.56%	3821577	5.52%	-

资料来源: 2000 年—2006 年安徽省统计年鉴

3.3 产业集群对区域的作用机制

(1) 整合区域内部的资源

资源要素总量的稀缺性只有依靠生产活动所带来的经济剩余的积累才能实现量的增长, 而这种积累的速度快慢又取决于区域内将存量资源要素转化为资本的转换机制的效率。因为只有将一般的生产要素如资金、土地等转化为生产性的资本, 才能增加区域内资本存量。

在产业集群内部, 许多单个的、与大企业相比毫无竞争力的小企业一旦用发达的区域网络联系起来, 其表现出来的竞争能力就不再是单个企业的竞争力, 而是一种比所有单个企业竞争力简单叠加起来更具有优势的全新的集群竞争力。例如, 印度提若普尔地区发展过程中, 通过区域网络联系在一起产业集群在市场竞争中不但击败了其周边地区的许多相关产业单个的大企业, 而且甚至将孟买的大公司也打败了。由此, 就可以看出产业集群之所以比企业一

般性的地理集中具有更高的优势,主要在于其是一种区域内最有效的资源组织方式,它不但将许多原本无法组织起来的一直处于闲置状态的各种要素有效地组织起来,而且由此也增强了集群的整体市场竞争能力。事实上,产业集群之所以具有强大的区域内的资源组织能力,根本上在于其是规模经济和范围经济完美结合的一种经济组织模式。从产业集群外部来看,集群是一个大量生产某一同类产品的企业集团,其实现了某一产品生产的规模经济;而从集群内部来看,这一最终投向市场的产品在集群内部又通过弹性的分工体系来组织生产,可以认为其内部生产是建立在范围经济的基础之上。由此可以看出,产业集群在市场竞争中所表现出来的超乎寻常的竞争能力很大程度上来自于其是一种将众多存量资源要素向现实经济实力转换的有效转换体系。

(2) 节约企业的各项成本

企业成本包括生产成本、交易成本、员工培训成本等等。产业集群的组织方式能有效降低企业的各项成本,提高企业的竞争力从而提升区域的总体竞争力。首先,集群成员通过共同使用公共设施,减少分散布局所需的额外投资,并利用地理接近性而节省相互间的物质和信息流的运移费用,从而降低生产成本。第二,集群内的企业之间由于具有相同的产业文化背景和价值观,使得它们之间的信任感得到了增强,从而有利于企业节省搜寻市场信息的时间和交易成本,促使合作双方贸易协议很快达成。第三,区域内专业化劳动力市场的存在,一方面提高了劳动力的专业技能和素质,另一方面也实现了企业对劳动力的柔性需求,降低了企业劳动力成本支出。第四,集群内企业通过学习效用,在生产过程提高了生产者的生产技能和管理能力,从而降低了生产成本。

(3) 提升区域的创新能力

在当今科技日新月异,竞争加剧的全球化时代,创新能力的大小直接决定着一个国家或一个区域的竞争力,产业集群凭借着内部有利于创新的机制和浓厚的创新氛围成为区域创新主体,促进区域科技进步。第一,企业之间的微观的竞争压力和动力能够促进创新。集群中同类企业同居一地,同行业相互比较,有了价格、质量和产品差异化程度评价标尺,为了满足集群内有经验的“挑剔”顾客们的要求,企业要承受竞争压力,激励和压力并存,只有不断创新才能脱颖而出。第二,集群环境促进创新系统的形成。集群内垂直联系的企业、水平竞争的企业、中介机构、教育与研究部门、有经验的顾客在地理上的集中,为企业提供了实现创新的重要来源以及所需的物质基础。第三,集群内本地供应商和合作伙伴可以紧密地参与创新过程,与客户的需求一致,适应创新的模式由线性模式向网络化创新模式转变,降低了创新风险。第四,产业集群有利于知识的传播与扩散。集群内部企业地理上的接近,使得它们之间形成共有的文化基础,这种共有的文化基础,促进了它们之间的相互信任,不仅可以加强显性知识的传播与扩散,更重要地可以加强隐性知识的传播与扩散,并通过隐性知识的快速流动进一步促进显性知识的流动与扩散。

(4) 增强区域开放的竞争力

产业集群的发展能够促进区域吸引对外直接投资,扩大出口贸易,带动区域经济对外开放。集群区内分工协作、信息交流、不断创新的区域生产效率成为当代跨国公司从外部获取并加以吸收为己所用的重要竞争优势源泉。而跨国公司从集群区内所获得的这种竞争优势更不易被其他公司模仿或移植,因为这种竞争优势根植于集群区域,存在于当地的社会文化网络中,其他跨国公司要想获得这种优势必须将这种集群区域的生产链纳入自身的全球经营网络中。由于这种效应,产业集群具有吸引区域外资本的功能。通过和跨国公司的合作,集群往往成为进出口贸易集中的地区,可以有效地带动整个区域的对外交流。另外,产业集群本身具有很大的集聚作用和自我发展的功能。社会分工不断细化,催生出大量新的企业,集群企业的数量和规模不断增加,这使得集群的整体规模不断增长,随着其产品供应能力的增

大,其市场必然会冲破集群所在区域,在更大范围实现资源的配置和产品的交流。这表现在产品的进出口和企业的跨国经营。从产业集群发展的国际经验来看,集群要想获得持久的生命力,其内部企业必然会走跨国经营的道路,抢占国际市场,带动区域对外开放。

参考文献

- [1] 梁宏. 产业集群及其竞争力研究 [J]. 哈尔滨工业大学学报(社会科学版), 2005, (7): 1
- [2] 谢永琴. 产业集群与区域经济发展 [J]. 经济师, 2005, (7)
- [3] 李新生. 论产业集群在区域经济发展中的作用 [J]. 经济师, 2006, (2)
- [4] 孙东升. 产业集群与区域经济发展的核心竞争力 [J]. 经济研究参考, 2005, (69)
- [5] 施昌奎. 产业集群的成因与作用——以北京顺义汽车产业集群为例 [J]. 城市问题, 2006, (6)
- [6] 陈柳钦. 产业集群与产业竞争力 [J]. 中国海洋大学学报, 2005, (2)
- [7] 蔡铂, 吉晓莉. 产业集群的创新特性 [J]. 科技进步与对策, 2003, (2)
- [8] 王缉慈. 创新空间: 企业集群与区域发展 [M]. 北京: 北京大学出版社

Industrial Clusters' Industrial Competition and Influence on Regional Economy

——Take Auto Manufacturing Clusters in Anhui Province for an Example

LU Shan

(East China Normal Univ. of Center for Modern Chinese City Studies, China)

Abstract: The article analyzes the conditions of the development and formation of industrial clusters taking automobile manufacturing clusters in Anhui Province for an example. The factors which affect the industrial competition of the automobile manufacturing clusters in Anhui Province are analyzed from production, demand, strategy and competition, correlative and supporting industry, government support and opportunities according to the diamond model of Porter. The influence mechanism of the industrial clusters on regional economy is concluded after the data analysis of the automobile manufacturing industry in Anhui Province.

Key words: industrial clusters; automobile; regional economy

收稿日期: 2007-08-20;

作者简介: 卢姗(1983-), 女(汉族), 上海人, 华东师范大学中国现代城市研究中心, 硕士研究生。