

# 产业升级——一个共生学的解释

杨玲丽

(中山大学 社会学系, 广东 广州 510275)

**摘要:** 改革开放以来, 珠江三角洲地区的产业集群获得了快速发展, 出现了服装、鞋业、玩具、电子、摩托车、陶瓷等的劳动密集型轻型加工业产业集群, 对区域经济发展做出了重大贡献。但随着激烈的全球竞争, 集群开始面临走向衰退的趋势, 产业升级显得日益重要。本文通过实证研究, 以江门摩托车产业集群为例, 从共生理论的视角分析了产业升级。本文认为集群内企业要正确看待竞争压力, 与价值链上的企业形成利益共同体, 提高共生体中持续合作学习的氛围, 在“共同成长、共同繁荣”的基础上共同进化, 从微笑曲线的底部向两边延伸, 推动产业升级。

**关键词:** 产业集群; 产业升级; 共生; 共生理论

**中图分类号:** C912      **文献标识码:** A

## 一、引言

20 世纪 80 年代以来, 经济全球化背景下区域经济发展的重要性重新被发现, 产业集群成为区域经济发展的新模式, 出现了以硅谷为典型代表的集群现象。但随着时间的推移, 在激烈的全球竞争背景下, 部分集群走向衰落却是不争的事实, 例如美国底特律汽车城、匹兹堡钢铁产业群、温州桥头镇纽扣小企业群、永康市保温杯企业群、嘉兴羊毛衫产业群等。这些衰落的产业集群一个共同特征就是发展缓慢, 没有适时地实现升级。中国的珠三角等地的产业集群在改革开放以后获得了快速发展, 出现了服装、鞋业、玩具、电子、摩托车、陶瓷等的劳动密集型轻型加工业产业集群, 对区域经济发展做出了重大贡献。但从全球经济发展的视角来看, 珠三角的产业集群内企业生产方式落后、自主创新能力不足, 严重制约了产业的持续发展, 产业升级迫在眉睫。

在产业升级理论研究方面最有影响的是 Kaplinsky&Morris(2001)从价值链升级的角度研究产业升级, 认为产业升级主要有四种类型: 过程升级、产品升级、功能升级和链升级。过程升级指通过重新组织产品系统或引入高技术, 增加投入产出水平; 产品升级指新产品的研发、采用更复杂的产品线、比竞争对手更快的质量提升; 功能升级指接受新功能或放弃旧功能, 提高技能; 链升级指转向新的、价值量更高的相关产业价值链(Kishimoto,2004)<sup>[1]</sup>。Humphrey&Schmitz (2002)<sup>[2]</sup> 从创新的角度提出产业升级的形式, 提出了产品升级、功能升级、过程升级和部门间升级, 前面三种升级的定义同 Kaplinsky&Morris(2001), 部门间升级指运用现有的生产技术和能力转而生产另外一种产品的过程。Porter(1990)<sup>[3]</sup>从竞争力的角度研究产业升级, 认为发展中国家要保证在从事贸易中对劳动和资本的收益获得竞争力的最佳办法就是升级——制造更好的产品、更有效率地生产, 或移动到更具技能的环节。

上面学者所提出的产业升级模式有一个共同的特点是从低附加值的生产环节转向更复杂、更有效率的高附加值的生产环节, 即产业升级的模式是企业的经营向微笑曲线的两端延伸, 在品牌运作、研发创新等领域占据一席之地。这一延伸过程往往不是单个企业所能独立完成的, 因为现代社会企业与企业之间的联系日益紧密, 集群内企业间的紧密合作对品牌运

作、研发创新，从而对产业升级的影响非常重要。这就需要从共生理论的视角将集群内企业放在一个共生网络中来看待：集群内企业与企业之间已经不是纯市场经济的竞争关系，也不是简单的竞争合作关系，而是一种**互惠互利、相互依赖、共同进化**的共生关系。只有依赖这种共生关系，集群内企业才能形成互相激励，避免过度竞争而导致的柠檬市场、区域锁定、木桶效应等风险，共同推动产业升级。本文以江门摩托车产业集群为例，从共生理论的视角探讨如何实现产业升级。

## 二、共生理论的发展及应用

“共生”(Symbiosis)概念最早是由德国真菌学家德贝里(Anton de Bary, 1879)提出，在生物学界的研究已经有 100 多年历史了。德贝里将共生定义为不同生物密切地生活在一起(living together)。1884 年他进一步论述了共生，指出由于生存的需要，两种或多种生物之间必然按照某种模式相互依存和相互作用地生活在一起，形成共同生存、协同进化的共生关系。Scott (1969)<sup>[4]</sup>明确提出共生是两个或多个生物，在生理上相互依存程度达到平衡的状态。原生动物学家 Dale.S.Weis (1982)<sup>[5]</sup>指出共生是几对合作者之间的稳定、持久、亲密的组合关系。可见，生物学中的共生强调生物之间密切、持久、稳定的联系，强调共同生存与协同进化。

20 世纪中叶以来，生物学上的“共生”概念开始被越来越多的社会科学家所关注。生物学上的共生理论在国外被引进社会科学领域首先是研究工业共生(Industrial Symbiosis)，成为工业生态学(Industrial Ecology)的一个重要分析工具，也是目前共生理论在社会科学研究中最普遍的一个领域，主要是从循环经济学角度来研究区域产业共生网络，重点是生态工业园的发展，如卡伦堡生态工业园、美国特立尼达(Trinidad)岛上企业的工业共生、澳大利亚的矿区生态系统、中国的贵港生态工业园。工业共生是指传统意义上独立的企业，通过物质、能量、水和副产品的交换，以合作的方式来共同提高企业的竞争力；工业共生的关键是地理上的靠近所提供的合作(collaboration)与协同(synergistic)的可能性(Chertow,2000)<sup>[6]</sup>。工业共生是一种狭义上的企业间共生，强调物质、能量、水和副产品的交换。

物质之间的联系是普遍的，物质是通过生态循环保持着生物圈的继往开来、生生不息的。由于生存的需要，很多企业之间必然按照某种模式互相依存和相互作用地生活在一起，形成共同生存、协同进化的共生关系，这是一种广义上的企业间共生关系。而本文所讲的集群内企业与企业之间就是上面所讲的广义上的共生关系。在这种共生关系中，企业之间不一定交换物质、能量、水和副产品，企业之间形成的是一种相互依赖的、密切、持久、稳定的合作关系，比如价值链上的制造商与供应商所形成的共生关系、制造商与销售商所形成的共生关系、销售商与顾客所形成的共生关系等。因为按组织生态学观点，企业就像生物一样，不是孤立存在的，必须通过彼此的合作，实现资源依赖和资源互补以求得生存与发展。在产业集群内，不同企业之间的相互协作所形成的网络与生物界种群之间的共生关系极为类似。正如自然界中不同生物按照类别、地理条件等形成不同的生物群落，并在一定的食物链下共同生存和协同进化一样，企业之间也会由于企业类型、外部因素而集结在一起形成集群，在一定的价值链上共同生存和协同进化，达到共同繁荣的目的。因此，产业集群实质上是一个共生系统，是由具有互补性、彼此之间存在共生关系、产生共生效应的企业聚集在一起，通过**互利共存、优势互补**而形成的具有共同利益和目标的企业利益共同体。在这一利益共同体中，企业无论是以竞争、合作，还是合作竞争的形式共存，都要在相互作用中发展进化，结果是共同体的“协同进化”。共同体中的个体既独立又相互依赖。因此，企业在积极增强自身的同时，也要密切关注与自己相关的企业是否得到了同步发展，以免将来这些企业拖了自己的后腿，出现“木桶效应”。

在国内，最早将生物学中共生理论引入来研究企业间共生关系的是袁纯清(1998)<sup>[7]</sup>，

他提出了用于分析经济现象的共生理论，即以共生三要素(共生单元、共生模式和共生环境)描述共生的本质，以共生密度、共生界面、共生组织模式(点共生、间歇共生、连续共生和一体化共生)、共生行为模式(寄生、偏利共生、非对称性互惠共生和对称性互惠共生)分析共生关系状态的理论框架，用于研究大小企业之间的共生、金融机构与企业之间的共生等。此后，陆续出现了一系列基于袁纯清共生理论的研究，吴飞驰(2002)<sup>[8]</sup>阐明了经济学中“看不见的手”的本质就是共生律，孙天琦(2001)<sup>[9]</sup>提出了企业共生网络的概念，曹玉贵(2005)<sup>[10]</sup>认为企业集群实质上是一个互利共存和协同进化的共生系统，王子龙等(2005)<sup>[11]</sup>建立集群企业生态位宽度、生态位重叠及生态位协同进化数学模型，卜华白等(2005)<sup>[12]</sup>运用共生进化理论对企业战略联盟进行仿生化研究等。但总的来说，将生物学上的共生理论引入来分析产业升级的还相对较少，本文就是从共生理论的视角来分析产业升级。

### 三、案例分析--江门摩托车产业集群

#### 1. 江门摩托车产业集群介绍

江门市位于广东省中南部、西江下游、珠江三角洲西部，毗邻港澳，有地理位置上得天独厚的优势。20世纪80年代末，在摩托车还是只能依赖进口的紧俏货时，江门依靠其地理上的优势以及大量华侨归国时携带进口商品的配额，引进大量的摩托车，再分销到全国各地，从而使江门成为摩托车的集散地。20世纪末，中国经济的快速发展，国内外市场对摩托车的需求大量增加，江门的一部分从事摩托车贸易的企业利用前期积累的资金，开始直接投资摩托车生产行业，摩托车生产企业迅速扩张。加上得到当地政府在政策和资金上的大力支持，江门的摩托车产业得到了快速发展，目前已经成为摩托车“四大集群”(重庆、江浙、广东、鲁豫)中最具竞争力的集群。到2006年底，江门市共有摩托车整车生产企业15家，零部件及相关配套生产企业300多家(包括发动机、化油器、消声器、减震器、车架、轴承、车座、塑料件、仪表等)。2006年，江门市摩托车产量达到279.8万辆，占全国摩托车产量的13%以上。江门市摩托车产业还有一个特点是“大长江集团”一枝独秀，形成了大企业主导型的产业集群。大长江集团连续四年产销量位居全国第一，2006年的产量为228万辆，占江门市摩托车总产量的81.5%(江门市政府文件)。江门摩托车产业在取得可喜成绩的同时，也和国内其它摩托车产业集群一样，近年来出现产品同质化、低价竞争的现象，面临着产业升级的压力。“越南教训”<sup>[13]</sup>也进一步让更多的摩托车生产企业认识到，同质化的产品只能依靠低价竞争，最终必将遭遇惨痛的教训，只有进行产业升级从而提高产品的科技含量和品牌形象，生产出有企业自己特色的产品，才能最终稳占市场。

#### 2. 集群内企业共生关系的形成

摩托车的生产是一个从原材料供给开始，经由材料加工，零部件加工，到摩托车组装的上游至下游的完整分工体系。这一体系中，制造商与供应商之间的共生关系尤为重要，如果任何一个环节出错，都很难生产出合格的摩托车。所以本文主要探讨如何通过制造商与供应商之间的共生关系实现产业升级。

江门摩托车产业中制造商与供应商之间的关系经历了一个从“竞争”到“合作”到“合作竞争”最后到“共生”的不断演化发展的过程，如图1。我们假定制造商与供应商之间的关系从竞争开始。(1)竞争阶段。20世纪90年代，在江门摩托车产业发展的初期，制造商与供应商均以民营企业为主，企业规模相对较小。制造商不具备相应的谈判权力地位，为了取得竞争优势，制造商不得不求助于在产品和技术方面都相对比较专业的供应商，两者在供货价格上展开激烈的竞争。当时的中国是卖方市场，只要有摩托车生产出来，不愁销不出去，市场环境很好，摩托车行业的进入壁垒又较低，因此市场上出现了越来越多的制造商和供应商，加上没有登记注册的地下工厂，最多的时候全国制造商曾达到近千家，供应商就更多了，而江门的制造商最多的时候也有20多家(某制造商企业高层的访谈记录)。因此，制造商

与制造商、制造商与供应商、供应商与供应商之间展开激烈的竞争，恶性竞争现象开始出现，企业的利润空间越来越小，而顾客的要求却是越来越成熟、越来越理性。所以，企业为了保持利润的持续增长，不得不加强制造商与供应之间的合作，如质量控制、产品技术提升等方面的合作，以增强企业的竞争优势。(2) 合作阶段。为了在激烈的环境中获得竞争优势，制造商与供应商开始结成相对稳定的长期合作网络，共同协作来提高企业的管理水平、质量控制能力、产品的技术含量等，这一阶段使江门摩托车产业的整体水平、产品质量、区域社会资本、区域品牌影响力等迅速提升。因为长期、稳定的合作所形成的社会联系不仅减少了信息的交流成本，而且还确保了信息的质量，通过信息共享和资源互补，提高了区域竞争力，同时也增强了企业的核心竞争能力。但随着产品逐渐走向成熟阶段，市场和利润空间变得越来越小，为了分享有限的市场利润，制造商与供应商之间又开始展开供货价格的竞争。(3) 合作竞争阶段。制造商与供应商之间的合作使得制造商与供应商的核心能力都得到了提升，但是由于产品趋向成熟，利润的增长空间已经非常有限，合作企业间就必然会展开新的竞争。制造商通常同一零部件同时向 2-3 家供应商采购，早期是因为供应商的规模太小，一家供应商不能满足制造商的生产需求所迫。而到了合作竞争阶段，制造商的目的已经有所改变，制造商通过同一零部件同时向 2-3 家供应商采购，迫使供应商之间竞争，不能跟得上制造商发展步伐的供应商将被淘汰，而同样，不能与供应商同时成长的制造商也会被供应商淘汰，这也是给制造商与供应商之间的竞争提供过分依赖 1 家企业而引起的“敲竹杠”现象。制造商与供应商都开始选择与信得过和有成长潜力的企业合作，而淘汰与企业发展不同步的供应商或制造商。而且即使选择了长期合作的制造商与供应商之间的关系也开始变得非常微妙—表面上合作、暗地里竞争，或者在这一领域合作在另一领域竞争。这一阶段使行业内的制造商和供应商的数量明显减少，全国共有注册登记的制造商 2002 年 207 家，2006 年 126 家(《摩托车世界》)<sup>[14]</sup>，而江门 2006 年只剩下 15 家摩托车制造商(江门市政府文件)，其中还有一半以上的是外地的摩托车制造商在江门设立的分厂。(4) 共生阶段。合作企业间的竞争使得市场环境变得更加动荡不稳，经过 20 多年的激烈竞争、优胜劣汰，摩托车产业的产业格局基本形成，产业集中度已经明显提高，2006 年，全行业共有企业 126 家(含子公司)，产量 2144.4 万辆；前 10 名企业产量是 1324.9 辆，占 61.8%；前 20 名企业产量是 1732.9 辆，占 80.8%；前 30 名企业 1866.0 辆，占 87%；31 名之后的 96 家企业产量仅为 280 万辆，占 13%(《摩托车世界》)<sup>[14]</sup>，但与日本等摩托车强国相比还有很大差距，日本基本上是四大公司(本田，铃木，川崎，雅马哈)垄断全国的摩托车产业，主要生产高端摩托车，不仅是世界上摩托车的生产大国，还是生产强国。而江门也已经形成更为集中的产业格局，摩托车制造商--大长江集团从 2003 年起连续 5 年产销量和利润率位居全国同行业第一，2006 年的产量为 228 万辆，占江门市摩托车总产量的 81.5%(江门市政府文件)。市场格局还在变化，国内各大中城市的相继禁/限摩、国际反倾销等使国内和国际市场的竞争环境越来越激烈，因此制造商之间的竞争也将会更加激烈。为了保持市场地位和竞争优势，单凭制造商的努力将会势单力薄，因此大的制造商都开始将自己的供应商纳入自己的战略联盟(供应商网络)，从而使企业间的竞争转变为价值链之间的竞争，同一条价值链上的企业结成战略联盟，相互协作、共同对抗敌对的价值链，共生关系由此形成。而对供应商来说，能加入到主导制造商的供应商网络中并与其形成共生关系将意味着企业持续利润的获得，意味着企业不被市场竞争所淘汰。由此可以看出，企业之间的关系是复杂、动态的，随着环境因素的变化，制造商与供应商的关系从“竞争”到“合作”到“合作竞争”最后到“共生”，完成一次“共生进化”。但当市场环境发生急剧变化，市场出现新的利润点时，联盟企业可能又会重新洗牌，新一轮竞争又将会开始。通过这样周而复始的共生关系的形成，制造商与供应商通过不断地进化与发展，共同推进产业升级。

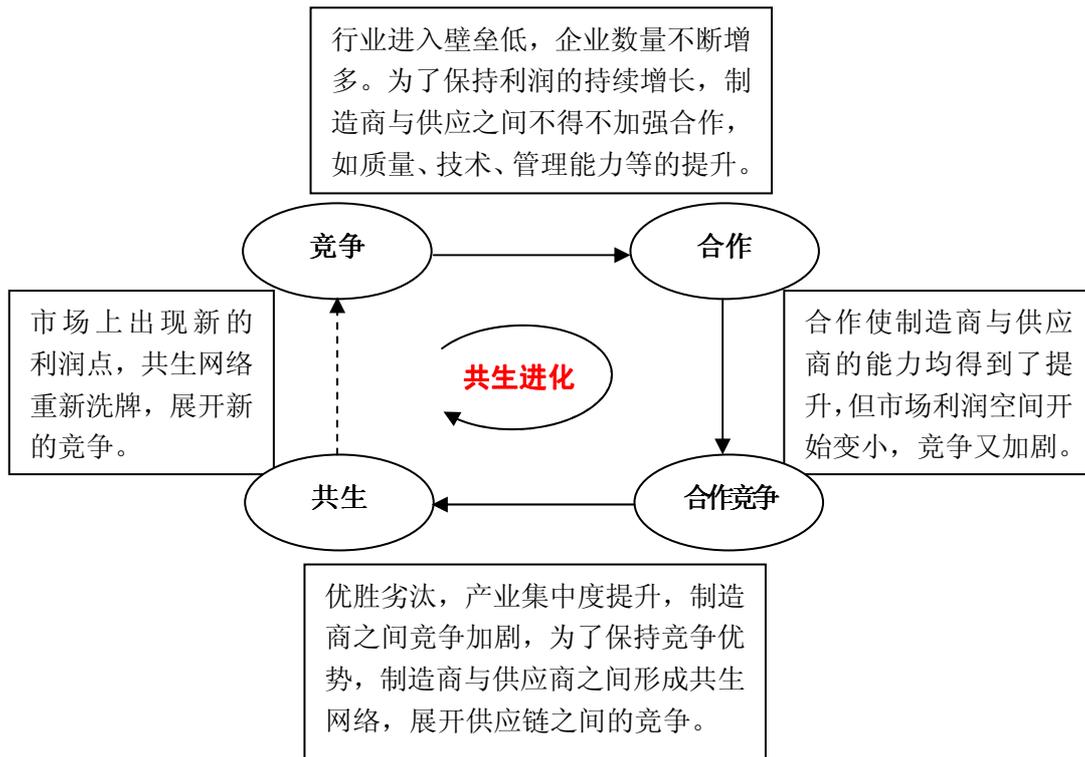


图 1 企业共生关系的形成

### 3. 集群内企业的共生结构

20 多年的激烈竞争，江门摩托车产业中制造商与供应商之间，经过从“竞争”到“合作”到“合作竞争”最后到“共生”的不断演化发展，最终形成了以制造商（核心企业）为中心，众多中小供应商（分包企业）为外围的共生结构。在该共生结构中，大的制造商处于网络的核心地位，中小供应商处于外围，主要为“核心企业”提供特定的专业化零部件加工，形成一种“嵌入型企业共生网络”，如图 2。在这种共生网络中，企业之间的合作通常是长期的，特别是大的制造商的有些零部件供应商从制造商一成立一直与制造商合作到现在，网络关系表现出较强的忠诚度。制造商通过与供应商的合作，能把更多的精力投放在企业战略研究、质量控制体系建设、市场开拓和研究开发上，提高了企业适应市场变化的灵活性。中小供应商在与大制造商的长期关系中，可以获得较为稳定的定单，并在专业化的道路上，谋求更精尖的技术专长。长期的联系纽带使大制造商在技术创新方面乐于与中小供应商合作，并对参与技术合作的中小供应商给予一定的帮助与提升。

从制造商与供应商的特点来看，这一共生网络中，制造商规模一般较大，为了保证合格零部件的及时供应，同一零部件一般同时找 2-3 家供应商供应，其中既有较为稳定的长期交易对象，也有非长期的交易对象，让供应商之间形成竞争机制。制造商对供应商每月按价格、供货的及时性、产品质量等进行的考核等级评比后排名，形成一种压力机制，排在后面的供应商给其限期整改，否则就要退出制造商的配套体系。供应商也不只为该制造商 1 家供应零部件，即使与这家制造商有较为稳定的长期交易关系的供应商，大多数也与其他制造商就同一类产品或其他产品进行交易，形成制造商与供应商之间的“山脉型”的交叉交易关系（渡边幸男,1996）<sup>[15]</sup>。这种“山脉型”的共生关系，既可以避免机会主义行为出现，又可以为企业间的协同进化提供动力。

从产品结构来看，江门摩托车产业是一种以产品为中心的共生网络，核心企业主要负责

产品的最终组装与生产技术难度高、附加值大、对规模效应反应敏感的配套产品，而中小企业大多分工生产技术要求低、批量小，专业性分工度高的各种零部件等。参与到网络中的中小供应商往往又有一次承包、二次承包、三次承包甚至更多次承包之分，即把核心企业委托的生产业务根据专业分工要求分包给其他中小供应商，从而形成以产品为中心的“多层次”的共生网络。

从集群特点来看，江门摩托车产业集群内，大长江集团已经成为该共生网络中的“强领导者”，建立起了清晰的网络机制，通过影响供应商的经营理念、管理技巧、质量意识、技术重视等观念，使供应商跟随大长江一起“共同成长，共同繁荣”，在成长中互相交流、互相学习，不仅增强企业自身的竞争力，而且带动了当地供应商的成长，同时也带动了当地制造商的注重产品质量的理念，从而带动了产业升级。大长江集团的供应商网络机制包括：① ERP 运作系统，下单、付款、零部件的使用情况均可以通过网络查询到，省去供应商经常跑企业的许多麻烦。②定期召开供应商会议，讨论如何提高企业的管理能力、产品质量、产品技术等。③强大的技术服务部门，帮助供应商及时解决生产和经营过程中出现的各种问题。目前该部门共有几百名富有经验的管理人员和咨询人员，他们通过向供应商提供直接的现场帮助来促进网络中的知识共享和供应商的成长。正是由于大长江的成长，才使江门摩托车产业的竞争力日趋增强，在全国四大板块中成为最具竞争力的板块。

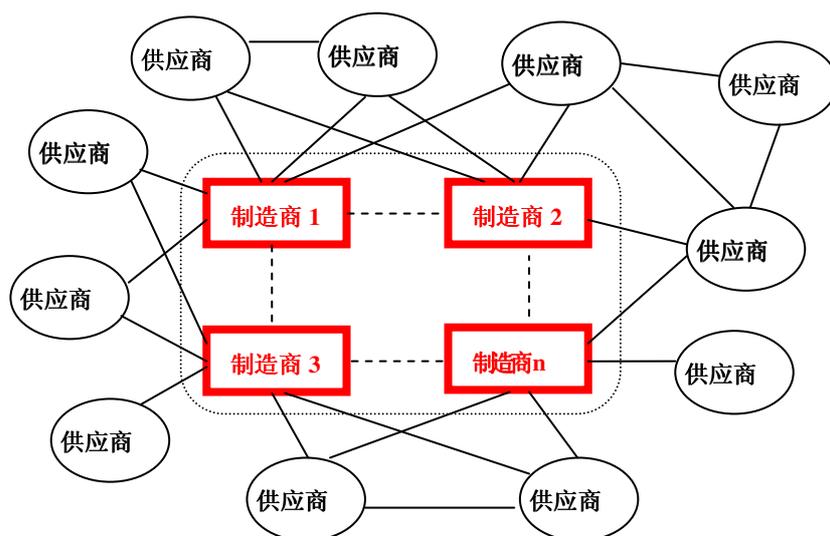


图 2 嵌入型企业共生网络

#### 4. 江门摩托车产业升级

从前面的分析可以看出，江门摩托车产业集群内制造商与供应商共生关系的形成过程就是一个产业升级的过程。通过制造商与供应商的共生关系的建立，江门摩托车产业从简单制造到重质量、重研发、重创新、创品牌的过程，是从微笑曲线的底端向两端延伸的过程，不仅提高了企业的竞争力，而且也形成了良好的区域品牌形象，如图 3。因为纯粹的加工企业虽然市场经营风险小，但利润薄，抗风险能力也较差；而通过研发、创新等树立企业品牌形象的策略具有高附加值的市场回报，但是市场经营风险大，这就需要制造商与供应商的共生合作，一旦取得成绩，企业的抗风险能力将会极大提高，制造商与供应商均会从中受益。因此，后工业化国家的产业升级之路主要是从低附加值的产品向高附加值的产品转移，即从微笑曲线的底部向两端转移。

对江门摩托车产业升级来说，供应商在其中发挥着越来越重要的作用，因为经过多年的供应商摸索成长、制造商影响、行业内的重新洗牌等，大规模的、有影响力供应商已经形成，他们已经不是以前那种依附制造商生存的企业，而是能够对制造商发展有影响力的企业，特别是大的制造商与大的供应商之间，已经形成了相对平等互惠的强共生关系，在共生共荣中共同发展。制造商之间的竞争已经变成了共生网络之间的竞争，制造商为了生产出高质量、高技术含量和有自己特色的摩托车从而树立企业的品牌形象，必须跟供应商之间建立紧密程度不同的共生网络，构成一个利益共同体，并逐步建立起了基于相互信任和利益联结的知识共享机制，有利于高水平的组织间或网络层次的合作学习成为可能，从而提升共生网络的竞争力。制造商仍然是共生网络中持续合作学习和共同提高的领导者，特别是制造商跟那些建立起长期合作经历的供应商之间，建立起了良好的信任关系，拥有相互补充的资源，利益捆绑在一起，有共同的激励，形成共生网络。在这一共生网络中，企业之间只有相互依赖、共同成长、共同进化才能实现集群可持续发展和产业升级，否则集群将会因某些相关行业技术能力参差不齐而导致的“木桶效应”无法形成整合优势，无法提升最终产品的档次而难以成功实现产业升级。

在产业升级的过程中，大长江集团的“强领导者”身份将会越来越强，他通过对其供应商提供长期的质量控制、质量管理、流程管理等方面的能力提升，同时给供应商压力机制，推动供应商与企业一起共同成长，形成共生网络，与其它制造商之间展开激烈的竞争。大长江集团某高层管理人员的观点是“这么多年来我们企业一直在成长，除了自己注重产品质量、注重技术外，也给供应商压力，让他们跟着我们一起成长。中国的环境不同，企业发展的阶段不同，供应商一般较小，企业的管理水平低、质量意识落后、质量控制能力差，如果你不引导他们、给他们压力，惰性就会使他们跟不上我们企业的发展，这样我们企业就很难生产出高质量的产品，也很难实现产业升级。因为摩托车生产企业实际上就是一个装配厂，所用的零部件不好，就不可能生产出高质量的产品，所以我们一定要带动我们的供应商跟我们一起共同成长”。

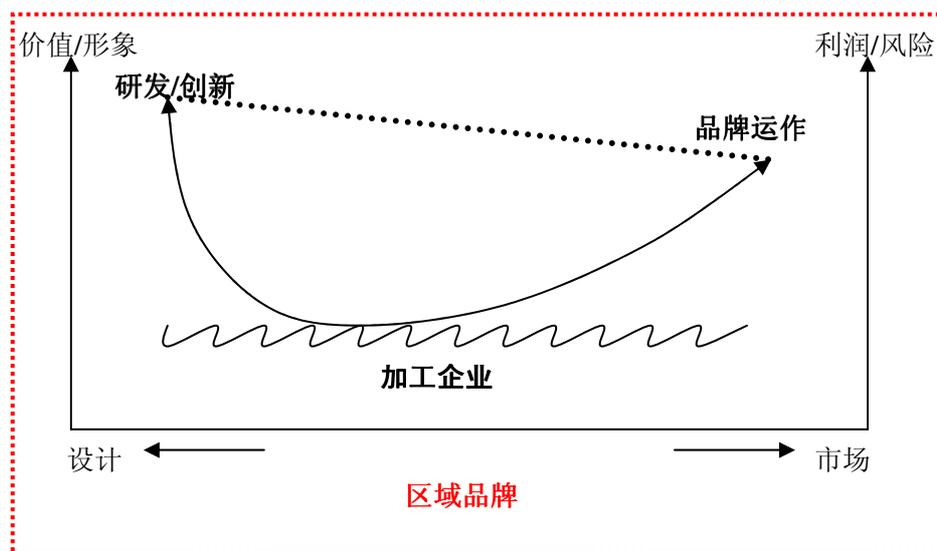


图 3 产业升级的微笑曲线

#### 四、总结

共生理论认为，产业升级是产业链上共生单元的共同进化过程，代表着产业升级的总趋

势,沿着这一途径,共生单元会在不断激励、不断促进中共同激励,共同发展,从而实现产业升级。江门摩托车产业升级也离不开摩托车生产链上的供应商,如车架、发动机、化油器、冷却系统、塑料、金属配件等生产企业的共同努力。他们只有集结在一起形成共生网络,通过共同激活、共同适应和共同发展来获得共同进化,才能真正地实现产业升级。

江门摩托车产业集群内制造商与供应商从“竞争”到“合作”到“合作竞争”最后到“共生”的演化路径可以看出:正是竞争的压力、产业升级的需要,使企业最终走向共生。因此,从共生理论视角考虑产业升级,应采取的对策是:(1)正确看待竞争压力,把竞争压力看作是企业技术进步和创新的动力,从而带动价值链上的企业升级;(2)与价值链上的企业形成利益共同体,在长期稳定的合作关系中,在彼此信任的基础上,不断适应环境变化,不断推陈出新;(3)在利益共同体中形成学习型组织的氛围,充分发挥集群的知识溢出效应,在共同学习中交流、成长;(4)要有利益共同体的领导者,带动共同体共同成长、共同繁荣,否则共同体就像一盘散沙,各自为阵,将难以带动产业升级;(5)共同体中的成员要有强烈的共同体意识---共同体的成员是一损俱损、一荣俱荣,“共同成长、共同繁荣”是共生体的核心;(6)共同体内企业文化要逐渐形成可融合性,以企业成员共享价值体系为核心的企业文化从根本上决定了企业成员对共生体及周边世界的看法及反应方式,从而也决定了共同体与共生环境的相互作用类型,使共同体对环境的适应性越来越强,也使共同体的竞争力越来越强。

#### 参考文献

- 
- [1] Kishimoto C. Clustering and upgrading in global value chains: the Taiwanese personal computer industry [C], in Schmitz, H. (ed), Local Enterprises in the Global Economy. Issues of Governance and Upgrading Cheltenham: Elgar,2004:233-264.
- [2] Humphrey J and Schmitz H. How does insertion in global value chains affect upgrading industrial cluster? [J] Regional Studied,2002,36(9): 1017-1027.
- [3] Poreter M E. Competitive advantage of nations [M]. London and Basingstoke, Macmillan, 1990.
- [4] Scott,G. D. plant symbiosis In attitude of Biology[R]. studies in Biology no 16 Edward Arnold London, 1969:58.
- [5] Dals S. VJeis. Protozoal Symbionta [C]. In "Experimental Microbial Ecology". edited by Richard G. Burna and J. Howard Slater. 1982:320.
- [6] Chertow, M. R. Industrial symbiosis: Literature and taxonomy [J]. Annual Review of Energy and Environmen,2000,25:313-337.
- [7] 袁纯清. 共生理论及其对小型经济的应用研究[J]. 改革,1998(02,03).
- [8] 吴飞驰. 企业的共生理论—我看见了看不见的手[M]. 人民出版社,2002.
- [9] 孙天琦. 合作竞争型准市场组织的发展与产业组织结构演进[J]. 中国工业经济,2001(03) :71-75
- [10] 曹玉贵. 企业集群共生模型及其稳定性分析[J]. 华北水利水电学院学报,2005(02):33-35
- [11] 王子龙,谭清美,许箫迪. 基于生态位的集群企业协同进化模型研究[J]. 科学管理研究, 2005(10):34-37
- [12] 卜华白,高阳. 共生理论及其对企业联盟战略的构筑启示[J]. 衡阳师范学院学报,2005(04):31-34
- [13] “越南教训”是指越南市场曾经是重庆市摩托车企业的第一大出口基地,随着中国摩托车企业蜂拥前去大打价格战,迫使日本摩托车不得不退出越南市场。但价格战略同时也使中国的摩托车企业的利润越来越薄,产品的质量口碑较差,最后,除了力帆等在越南设有工厂的少数摩托车企业能够坚守阵地外,其余的中国摩托车企业均先后忍痛撤离越南市场,使日本摩托车又重新占领了越南市场,坐享渔翁得利。因此,重庆摩托车企业把越南的价格战教训总结为“越南教训”。

---

[14] 《摩托车世界》杂志综合消息. 中国汽摩在线网 <http://www.dadi888.com>

[15] 渡边幸男. 中小制造业[J]. 三田商学研究,1996(02).

## Industrial Upgrading—a Perspective on Symbiosis Theory

Yang lingli

(Department of Sociology, Sun Yat-Sen University, Guangzhou 510275,China)

**Abstract:** Since Reform and Opening up, industrial clusters in Pearl River Delta experienced fast growing process. Clusters of labor-intensive light processing industry such as clothing, shoe-making, motorcycle, etc have made great contributions to regional development. However, with global competition becoming more intense, the PRD clusters enter a downward trend, which makes industrial upgrading becoming more and more important. Through empirical study on Jiangmen motorcycle industrial cluster, this paper analyses cluster upgrading with a perspective on symbiotic theory, and finds out that clusters should create a community of common interests, improve environment of cooperation, make co-evolution on the basis of "all growth and all prosperity", extend from the bottom of the smiling curve to both ends, and finally promote industrial upgrading.

**Keywords:** Industrial clusters; industrial upgrading; symbiosis; symbiotic theory

**收稿日期:** 2008-08-26

**作者简介:** 杨玲丽 (1975-), 女, 中山大学社会学系博士研究生

**基金项目:** 中山大学二期“985工程”(2006-90010-3173250)