DOI:10.19642/j.issn.1672-8505.2013.04.016

·经济与管理·

全球价值链下的安徽纺织产业集群升级障碍与对策

王 超[1] 冯德连[2]

(1. 安徽财经大学研究生部 安徽蚌埠 233041; 2. 铜陵学院经济贸易系 安徽铜陵 244000)

摘 要: 安徽纺织产业集群可分为中小企业纺织产业集群和中卫型纺织产业集群。中小企业纺织产业集群面临投资不足、目标市场定位趋同的问题,需要集约浓缩、兼并重组,建立创新平台,以及多样化目标市场。中卫型纺织产业集群面临核心企业实力不强、缺乏战略目标的问题,需要做大做强核心企业,完善及延伸纺织集群产业链,并培育企业的战略意图。

关键词: 全球价值链; 纺织产业集群; 集群升级

中图分类号: F426.86 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-8505(2013)04-0087-05

Upgrading Obstacles and Strategies of Anhui Textile Industrial Clusters under the Global Value Chains

WANG Chao[1] FENG De-lian[2]

(1. *Graduate Division, Anhui Finance and Economics University, Bengbu, Anhui*, 233041, *China*;
2. *Department of Economy and Business, Tongling University, Tongling, Anhui*, 244000, *China*)

Abstract: Anhui textile industrial clusters can be divided into two kinds: textile industrial clusters composed of small and medium-sized enterprises and the "hub-and-spoke" textile model. Textile industrial clusters composed of small and medium-sized enterprises have other problems, including under-investment and target market convergence. They need to merger and reorganize, establish innovation platform, as well as to diverse target markets. The "hub and spoke" textile model faces the problems of weak core enterprises and lacking strategic objectives. They need to make the core enterprises bigger and stronger, perfect and stretch textile industrial chains and cultivate enterprise's strategic intent.

Key words: global value chains; textile industrial clusters; upgrading of clusters

正如国内大多数纺织产业集群一样,安徽纺织产业集群最初也是以贴牌生产或间接出口的方式嵌入全球价值链的。随着国外市场的需求疲软、国内劳动力成本上升、低价订单产品持续向东南亚国家转移,简单的OEM生产方式已经难以为继。单一地按产业升级的瓶颈因素(生产要素、人力成本、创新能力等)来研究发展方式是远远不够的,还需将纺织产业集群置于全球价值链之中进行探讨。如果以有无核心企业为标准将安徽纺织产业集群分为中小产业集群和中卫型产业集群的话,那么它们在全球价值链下各自的升级障碍是什么?升级对策又如何?这都是本文亟待解答的问题。

一、文献综述

产业升级的定义尽管国内外学者的界定不尽相同,但都反映了共同的特点:产业由低技术水平、低附加价值状态向高技术、高附加价值状态演变[1]。Hobday(1995)总结的后进企业发展共同路径"OEM-ODM-OBM"普遍为国内外学者所接受[2]。2002

收稿日期: 2013-03-15
基金项目: 2012年度国家社科基金项目"全球价值链与我国劳动密集型产业集群升级研究"(编号:12BJY072)的研究成果之一;2012—2013年度铜陵学院与安徽财经大学联合培养研究生科研创新基金项目"基于全球价值链的纺织产业集群升级研究"(编号:2012tlxylhy03)的研究成果。
作者简介: 王超(1988—),女,硕士研究生,主要从事国际商务研究。

年,Humphrey and Schmitz 首次清晰地提出嵌入全球价值链的地方产业集群升级的四种类型:过程升级、产品升级、功能升级和链条升级,这从理论上把地方产业集群的升级研究推进了一大步。在市场关系型价值链上,工艺和产品升级趋势较慢,但功能升级的空间更大;网络型价值链升级条件最佳,但由于要求企业具有较强的竞争力,所以对于发展中国家的生产商来说最不可能[3]。

关于纺织服装业升级,国外研究的代表人物是 Gereffi,他从五个发展中国家(土耳其、斯里兰卡、孟加拉、莱索托、尼加拉瓜)的服装价值链升级实践出发,提出要从经济、人力发展、机构和新的全球—地方互动四个方面进行升级[4]。Andrew Schrank (2004)通过对墨西哥服装产业的研究,指出了外国投资、技术转移、观察中学习对服装贸易产业的出口升级起到的促进作用[5]。Jimmy K. C. Lam(2006)研究了香港的纺织服装业,认为其通过供给链管理提高了效率[6]。

国内也有不少相关研究。伏广伟(2004)强调了产业创新平台建设对于纺织产业集群升级的重要性[7]。黎继子等(2005)阐述了全球价值链与地方产业集群的供应链整合的三种模式,并以中国纺织服装产业为实例,通过苏(横扇镇)、浙(织里镇)、粤(沙溪镇)三地的纺织服装产业集群,分析了面对纺织服装产业"后配额时代"的到来,如何将全球价值链与集群供应链式整合并实现产业升级[8]。汪斌等(2006)在全球价值链分析框架下考察了杭州纺织、服装、钢构和针织等 14 个典型地方产业集群嵌入全球价值链的状况,并分析探讨了浙江地方产业集群嵌入全球价值链实现升级的模式和总体思路[9]。孙琪(2008)在对我国针织名城象山爵溪实地调研资料分析的基础上,剖析了全球价值链下我国贴牌针纺织业升级的七种不同路径和现实出路,提出实现规模经济、加快技术引进、转变经营方式等六条升级策略[10]。谭力文等(2008)则认为就现阶段我国经济发展程度与目标来说,全然从 OEM—ODM—OBM 来谈产业升级可能过于任意。中国服装企业要坚持同时走两条路:强化制造环节做强 OEM 是当务之急;积极主动地进行超越代工所需的额外学习,为实现 OBM 长期目标做好准备[11]。

由上可知,学界专门针对安徽纺织业的研究少之又少,针对其纺织集群在全球价值链下的升级研究更是一片空白。由于安徽纺织业对安徽工业作出了很大贡献、纺织业本身还有巨大的上升空间,以及全球协作的不可逆转趋势,研究安徽纺织产业集群在全球价值链下的升级具有非常重要的现实意义。

二、安徽纺织产业集群的现状

2005 年安徽省服装产业总量仅占全国 0.76%,排名全国第 16 位;到 2012 年,这一比例已上升至 2.07%,排名第 11 位。在 2004 年之前,全省没有一个真正意义上的纺织服装市场,到 2012 年全省服装市场经营面积约 200 万平方米,现在合肥的"安徽服饰第一街"已成为安徽最大的市场集群,在全国 21 个纺织服装市场集群中排名第 15 位。2005 年之前,安徽的服装产业在全国的产业版图上没有一个产业集群,现在已有中国服装出口制造名镇孙村镇、中国纺织新兴产业基地望江县和宿松县、中国手工家纺名城岳西县四个国家级纺织服装产业基地。

然而,总体来说,安徽的纺织服装业发展还是比较落后的,主要表现在:纺织集群少,集群不成熟;这些集群内企业数目虽多,但企业规模较小,以中小企业为主;集群内企业的创新能力严重不足,多数企业没有技术创新中心,产品开发能力十分有限;集群产品档次不高;企业信息不灵,反应不快;企业管理和信息化建设滞后,一些集群充斥着大量家族企业和夫妻工厂,管理方式十分原始;集群内企业开拓国际市场的能力有限;有些集群已经逐步树立了区域品牌,但集群内的企业一般没有企业品牌和产品品牌。

这些以中小企业为主体的安徽纺织产业集群基本上可以分为两类:一类是无主导企业、完全以相似规模的中小企业组成的集群;一类是具有核心企业的中卫型产业集群,在集群中,所有中小型企业都围绕核心企业进行协作。在中卫型产业集群中,大企业和小企业在创新上可以形成互补:大企业资金雄厚,对市场掌控能力强、创新不易被模仿,规模经济使新产品的引入更加顺利,政策常常倾斜于它们;另一方面,大企业的灵活性较差,投资及决策更趋于保守,而这点恰好是小企业可以弥补的[12]。不过,安徽的纺织大企业本就不多,中卫型纺织产业集群更是凤毛麟角,基本都由中小企业集群组成。

纺织服装产业价值链可分为研发创新、加工、生产制造、营销、品牌服务几个部分,其中生产制造处于价值链的最低端,而安徽纺织业恰恰集中于成品的生产过程,这一部分贸易量大,而利润低微;在原料生产方面,许多原材料仍需依赖进口;原材料的开发方面(尤其是高新技术纤维的开发与应用)也十分薄弱;产品设计与营销尚处于起步阶段。拿安徽服装业来说,一直处于"加工厂"的地位,品牌严重

滞后; 本土自创品牌连在国内叫得响的都没有,更不要说开拓国际市场了。

三、基于全球价值链的安徽纺织产业集群的升级障碍

(一) 中小企业产业集群面临的升级障碍

1. 投资不足,阻碍产业创新发展。Bell 和 Albu (1999) 把知识系统的组成元素分为两种,即使用型知识(knowledge - using) 和改变型知识(knowledge - changing)。后者包括创新过程的管理,产品的设计和发展,(从集群外部) 寻找、修改和同化新产品或流程技术。改变型知识作为创新的来源,需要特定的资源: 对人员、组织安排和设备的投资。这种投资可能还要延伸到营销,以及维持与开发同购买商的关系[13]。Roberts 和 Tybout(1995) 指出进入出口市场的主要障碍是收集外国市场信息、建立营销渠道和为新市场量身打造产品的沉没成本[14]。这一切都需要大量投资。然而,在由一群小企业组成的集群中,本地产业的规模结构决定了获取大笔投资的困难性。更糟的是,集群中知识的易扩散性进一步限制了单个企业的投资、涉险。单个企业企图在一个集群中设置障碍、限制知识的流动几乎是不可能的。即使企业家不参观彼此的工厂或实验室,他们的雇员也会在企业间流动或是社交性地碰面。另外企业们还享有共同的供应商和客户,有无数的方法会使得新知识溢出。

2. 目标市场定位趋同。一般来说,由于集群内企业都存在技术相对落后、研发和营销力量薄弱的劣势,使得他们的定位难以走出中低端市场范畴。趋同定位引起价格竞争,企业很容易进入恶性循环,不但吸引不到全球价值链的跨国企业的加入,也很难再基于地方进行集群供应链式的整合。小企业在发展过程中普遍需要壮大,往往是先进行资源整合、延伸自己的产业链,为此,每个企业不遗余力地争抢各种本地资源; 而资源是有限的,把本应集中在一家或几家的资源分散到多家,就大大弱化了集群及其企业的实力。再加上集群内企业往往都盯着同一个目标市场或购买商,使得位于全球价值链的外国核心企业得以利用这种机会来打压地方产业集群的利润空间,进一步恶化了地方产业集群的生存和发展环境。

(二) 中卫型产业集群面临的升级障碍

1. 核心企业实力不强。2009—2010 年评出的中国纺织服装企业竞争力 500 强,安徽省总共入围了 7 家企业,仅占 500 强的 1.4%,而且排名最靠前的安徽京九丝绸有限责任公司在全国排名仅 56; 在安徽排名仅次于京九的华茂集团,国内排名已至 98; 余下的企业中,200 强之内只占 2 家,剩下的 3 家排名都接近 300。由此可推知安徽纺织产业集群核心企业的总体实力普遍偏弱。在中卫型产业集群中,核心企业的实力很大程度上决定了整个集群的实力。在准科层制治理模式下,购买商随时在寻找成本更低的供应商,如果核心企业不具备某种其他供应商短期内无法赶超的优势,随时都有被替代的危险,继而给整个集群带来毁灭性的打击。

2. 核心企业缺乏战略意图,阻碍集群升级。出于实用主义,集群常以一种低风险的嵌入模式来开始自己的全球化业务,而且这种初始模式通常是贴牌生产或间接出口。这种模式能够极大地降低集群嵌入全球价值链的不确定性,从而避免可能的失败风险,但集群不会积极地寻找盈利能力更强、更具有战略意义的嵌入模式。只有当贴牌生产或间接出口模式不可行或不能盈利时,企业才会转而寻求更有效的嵌入模式。因而,面对竞争加剧的全球环境,集群可能会被更积极的市场开拓者抛在后面[15]。安徽纺织产业集群也是如此: 以 OEM 或间接出口的方式嵌入全球价值链以后,集群很可能会安于现状,直至危机出现后才考虑升级。此外,即使集群有功能升级的意向,往往也会遭到群内核心企业的阻挠: 一方面,投资新市场、新功能具有很大风险,而升级所需要的投资主要来自核心企业; 更重要的是,升级很可能会触犯到购买商的核心利益、甚至与其形成竞争关系,购买商势必会迁怒于核心企业,取消合作关系,从而损害核心企业的既得利益。

四、基于全球价值链的安徽纺织产业集群的升级对策

(一) 中小企业产业集群的升级对策

1. 集约浓缩、兼并重组,促使大企业的形成。一方面,与小企业相比,大企业资金雄厚,能够负担起高昂的技术创新费用; 另一方面,大企业对市场的控制能力强,其创新不容易被模仿,更有可能通过技术创新获得并维护持续的垄断租金,从而进行持久投资。随着经济的发展,产业集群有向集约化发展的趋势,这种趋势已经在部分产业集群地区得到体现。如广东西樵镇曾经有 2000 多家纺织企业,经过近几年的发展后,工业总产值不断增加的同时,企业数量却减少了三分之一,涌现了一批产值过亿的中型企业。此外,集群中大企业的形成还可聚合生产资源、完善产业链,促使集群生产效率的提高。

2. 积极发展产业创新平台。产业创新平台是指在产业集群地区由地方政府出资兴建的有针对性的服务于本地区中小企业的公共服务体系。产业创新平台能从一定程度上缓解中小企业资金不足、创新乏力的情况。比如说用会员制运营的产品研发中心(产品研发中心在产业创新平台中起核心作用):由会员企业的技术人员利用研发中心的设备和信息资源开发本企业的对路产品,研发中心的管理人员只负责将会员组织好,将设备维护、管理好,将国内外产品开发专家请进来为企业解决产品开发和生产中遇到的问题;由产业集群所在地的地方政府利用专项基金,建立服务于产业的创新平台,产业创新平台建成后,由行业协会管理和经营创新平台,通过创新服务和会员维持其生存和发展[16]。

3. 目标市场多元化。中国纺织产业最大的三个出口市场是美国、欧盟和日本。同个产业集群内的企业往往挤破头去寻求与大购买商的合作机会,并且往往以压低价格作为手段,展开一场"直奔底线"的价格竞赛。如果集群长期以低价竞争方式(主要指 OEM)嵌入全球价值链,可能会重蹈某些拉美国家的覆辙,步入"贫困化增长"[17]。殊不知,中国本身就是一个巨大的市场,如果能发挥大国优势、做好本国市场,也可以赢得丰厚利润。另外,也可以进军更加边缘的市场,如非洲国家,在这些国家另辟蹊径,逐步步入设计和品牌创立的高附加值环节。目标多样化亦可以分散风险。当年苏维埃市场崩塌的时候,长期以之为最大出口市场的印度羊毛针织品集群在短短一年时间内就迅速反弹、甚至增长,其中一个重要原因就是集群中的中小企业在向苏维埃的低端市场供货的同时,从未放弃本国高端市场的发展,同时也在积极开拓与海外中小购买商的关系[18]。

(二)中卫型纺织产业集群的升级对策

1. 支持核心企业做大做强,培育和延伸纺织产业集群产业链。促进集群产业链整合和产业链演化,以产业集群内的核心企业为主,推动兼并重组、技术创新,优化结构,全面推进安徽纺织产业集群上水平、上规模。如以华茂集团为龙头,组建棉花、纺织、整染、服装综合性产业集团,形成纤维—服装棉纺织产业集群,发展棉纤维及各类新兴纤维、纺纱、织布等产业链;以鸿润羽绒制品为龙头,发展水禽生产和羽绒加工及制成品产业链等等。根据纺织业的生产特点,结合其所需资源和外部环境,形成横向多元化产业链,强化生产能力,加快反应速度。核心企业应由原来追求生产成本最低的精益物流(Lean Logistics)战略逐渐调整至敏捷物流(Agile Logistics)战略,及时快速地进行本地化的生产和采购,打造其他供应商难以赶超的"快速反应系统",降低可替代性。

2. 核心企业一定要具有升级的战略意图。对于纺织服装业来说,附加值最高的部分在于微笑曲线的两端,即设计和营销部分,生产环节是获利最低的环节。拿 Nike 全球价值链环节的价值分布来说,服装供应商属于生产环节,增值率为 9.04%,处于整个环节附加值最低的位次。虽然有不少港台企业创建自主品牌以失败告终后又重新退回到 OEM[19],虽然像联泰、溢达这样的公司通过提高制造能力和整合能力降低可替代性,虽然代工也能赚取高额利润,但制造环节毕竟是纺织服装链的最低端,核心企业一定要有向更高附加值的 OBM 升级的战略意图。在为大品牌代工的过程中要有意识地积累设计、营销方面的知识和经验,在做强 OEM 的基础上,伺机向 OBM 挺进。比如说在适当的时机并购国际知名品牌,再延伸到设计研发和国际营销领域(广东红珏高级时装公司就是在成功代理了华伦天奴、皮尔卡丹之后,控股了意大利品牌 GIADA,并逐步在国内开拓国际奢侈品市场);也可以先在本土发展自主品牌,再进军国际市场;或尝试在第三世界的市场打造国家服装市场的强势品牌。

参考文献:

[1] 张向阳,朱有为. 基于全球价值链视角的产业升级研究[J]. 外国经济与管理,2005,27(5).

[2] Hobday,M. *Innovation in East Asia: The Challenge to Japan*[M]. Edward Elgar,1995.

[3] Humphrey,J. and Schmitz,H. How Does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading in Industrial Cluster? [J]. *Regional Studies*,2002(a),36(9).

[4] Gary Gereffi,Karina Fernandez - Stark and Phil Psilos. *Skill for Upgrading: Workforce Development and Global Value Chains in Developing Countries*[C]. Duck CGGC,2011.

[5] Andrew Schrank. Ready - to - wear development? Foreign investment,technology transfer,and learning by watching in the apparel trade[J]. *Social Forces*,2004,12(7).

[6] Jimmy K. C. Lam,R. Postle. textile and apparel supply chain management in HongKong[J]. *International Journal of Cloting sciences and technology*,2006,18(6).

[7] 伏广伟. 纺织产业集群的产业升级与产业创新平台建设[J]. 纺织信息周刊,2004(34).

[8] 黎继子,刘春玲,蔡根女. 全球价值链与中国地方产业集群的供应链式整合——以苏浙粤纺织服装产业集群为例[J]. 中国

工业经济,2005(2).
[9] 汪斌,侯茂章. 浙江地方产业集群嵌入全球价值链的若干问题研究——以杭州典型地方产业集群为例[J]. 浙江学刊,2006(4).
[10] 孙琪. 论全球价值链下我国贴牌针纺织业的升级路径[J]. 企业经济,2008(4).
[11] 谭力文,马海燕,刘林青. 服装产业国际竞争力——基于全球价值链的深层透视[J]. 中国工业经济,2008(10).
[12] 赖小琼,程宏. 中卫型产业集群: 当前我国产业技术升级的现实选择[J]. 发展研究,2001(5).
[13] Bell,M. and Albu,M. Knowledge Systems and Technological Dynamism in Industrial Clusters in Developing Countries[J]. *World Development*,1999,27(9).
[14] Roberts,M. J. and Tybout,J. R.. *An Empirical Model of Sunk Costs and The Decision to Export*[R]. Washington,D. C.. Policy Research Department,Fianance and Private Sector Development Division,The World Bank,1995.
[15] 于斌斌,鲍熹懿. 地方政府与集群企业创新行为的进化博弈分析[J]. 四川经济管理学院学报,2010(1).
[16] 曾咏梅. 产业集群嵌入全球价值链模式及其权变选择[M]. 长沙: 湖南人民出版社,2012.
[17] 刘志彪. 中国贸易量增长与本土产业的升级[J]. 学术月刊,2007,2(2).
[18] Tewari,M.. Successful Adjustment in Indian Industry: the Case of Ludhiana's Woolen Knitwear Cluster[J]. *World Development*,1999,27(9).
[19] 瞿宛文. 代工、品牌与产业升级[EB/OL]. http://www.sinica.edu.tw/~wwchu.

[责任编辑　陈玉兰]

(上接第 86 页)

在生产经营过程中利用集聚的规模效用节省生产成本,提升影响力。

当然,也应该看到,基于路径依赖而形成的沧水铺镇包装产业集聚规模已经形成,集聚效应也正在显现,但路径依赖也带来了一些负面的影响: 大量的小微企业管理模式单一化、转型升级压力很大; 各企业产品同质化现象严重,市场竞争日趋激烈; 集聚区域内过多地沿用传统技术范式,不重视知识产权保护,知识溢出泛滥,影响了企业技术创新的积极性; 集聚规模扩大而产生的日益恶化的环境问题等等。这些都是当地政府要进一步思考的问题。

参考文献:

[1] 王綾, 陈国先. 大力扶持微型企业 振兴四川县域经济[J]. 四川经济管理学院学报, 2010(3):5-7.
[2] 王建秀,等. 不同行业的小型企业发展状况研究[J]. 中国软科学, 2010(12):176-181.
[3] 汪三贵,刘湘琳,史识洁,应雄巍. 人力资本和社会资本对返乡农民工创业的影响[J]. 农业技术经济, 2010(12): 4-10.
[4] A. Roy Thurik,Martin A. Carree,André van Stel,David B. Audretsch. Does Self-employment Reduce Unemployment? [J]. *Journal of Business Venturing*,2008, 23(6):673-686.
[5] Greve A., Salaff J. W.. Social Networks and Entrepreneurship[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2003, 28(1): 1-22.
[6] Kim T., Oh H., Swaminathan A.. Framing Interorganizational Network Change: A Network Inertia Perspective[J]. *Academy of Management Review*, 2006,31(3):704-720.
[7] 汤勇,王福民,宋娟. 个体社会网络与创业意向形成关系研究[J]. 软科学,2012(12):32-35.
[8] 黄洁,等. 农村微型企业: 创业者社会资本和初创企业绩效[J]. 中国农村经济,2010(5):65-73.
[9] 杨隽萍,唐鲁滨. 浙江省创业者社会网络对创业绩效影响研究[J]. 情报科学,2011(12):1876-1881.
[10] Elfring T., Hulsink W.. Networking by Entrepreneurs: Patterns of Tie-Formation in Emerging Organizations[J]. *Organization Studies*, 2007,28(12):1849-1872.
[11] Burt. R. S. Decay Function[J]. *Social Networks*, 2000, 22: 1-28.
[12] David P A. Why Are Institutions the Carriers of History? Path Dependence and the Evolution of Conventions, organizations and institutions[J]. *Structural Change and Economic Dynamics*,1994,5(2):205-220.
[13] 尹贻梅,刘志高,刘卫东. 路径依赖理论及其地方经济发展隐喻[J]. 地理研究,2012,31(5):782-791.
[14] 覃成林,李二玲. 中国内地农区产业集群研究[J]. 地域研究与开发,2007,26(4):1-6.
[15] Hite J. M., Hesterly W. S. The Evolution of Firm Networks: From Emergence to Early Growth of the Firm[J]. *Strategic Management Journal*, 2001, 25: 275-286.
[16] Robert D. Dewar, Jane E. Dutton. The Adoption of Radical and Incremental Innovations: An Empirical Analysis[J]. *Management Science*, 1986, 32(11):1422-1433.
[17] Page S. E.. Path Dependence[J]. *Quarterly Journal of Political Science*, 2006(1): 87-115.

[责任编辑　陈玉兰]