

<<集群的力量>>

图书基本信息

书名：<<集群的力量>>

13位ISBN编号：9787801934178

10位ISBN编号：7801934172

出版时间：2006-6

出版时间：中华工商联合出版社

作者：姚向军

页数：205

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;集群的力量&gt;&gt;

## 前言

从第一次为嵊州市的领带产业做咨询，不知不觉已过去六年了。六年来，我前前后后到嵊州去过十多次，考察了嵊州的许多领带企业，甚至亲眼看到嵊州一大批领带企业由小到大，迅速发展。

我记得，当时巴贝公司的年销售额只有几千万元，现在已经到8亿元了。

姚向军先生分管领带产业已近十年。

我和他算得上是老朋友。

这些年来，曾为全国几十个县市做过咨询，结识了大量的政府官员，但在我的印象中，一位副市长连续十年管一种产业，似乎只有姚向军一人。

正因为这样，他不仅已经成了一位地道的领带专家，也有了深厚的领带情结。

有人称姚向军先生为领带市长，我看一点也不过分。

嵊州领带产业有今天，“领带市长”功不可没。

姚向军先生不仅是一位实践者，也是一位思考者、探索者。

《集群的力量》这本书，既是对嵊州领带产业集群的系统总结，也是作者主抓领带产业集群十年实践的思想结晶。

产业集群在中国已经不少，但从我所研究过的集群看，嵊州作为一个县级市，围绕一条小小的领带发展了1000多家企业，年产量3亿多条，在全世界领带市场的占有率已近40%，这在全国的确突出。

本书将产业集群描述为“四小、四大”，即“小企业大集群、小区域大产业、小产品大市场、小政府大服务”。

这种描述非常贴切。

而隐藏在产业集群背后的许多深层东西，仅用“四小、四大”是难以表达的。

本书以嵊州领带产业集群为样板，深入系统地研究了有关产业集群的各种理论问题和运作问题。

在我所阅读的国内关于产业集群的研究文献中，这本书算得上是系统深入、对实践操作比较有指导价值的一部作品。

产业集群既是一个产业经济概念，又是一个区域经济概念。

中国的区域经济有两种模式：一种是“专营店”模式，这就是产业集群；另一种是“百货公司”或“杂货店”模式。

到目前为止，中国大部分县市都采用百货公司模式，只有浙江等少数省份以专营店模式为主。

因此，如何看待产业集群问题，涉及中国区域经济和产业经济的发展道路。

这本书很值得一读。

首先，这本书很值得全国各地的地方政府官员一读。

尤其是中西部地区的县市长、乡镇长们，通过读这本书，会重新思考和规划本地的经济发展模式。

已经开始发展产业集群的县市，则可以从这本书中学习和借鉴嵊州产业集群许多宝贵经验。

其次，这本书很值得广大的经济理论工作者和新闻工作者一读。

通过读这本书，将会更深入、更系统地了解产业集群的本质及其优势，了解什么样的道路才是中国老百姓的富强之路。

最后，这本书也值得广大企业家一读。

读了这本书，大家就会更加理解我反复宣传的一个观点，即“产业集群是最好的投资环境”。

如果你投资领带产业，你会坚定不移地选择去嵊州；如果你投资纺织产业，你会首选绍兴县。

而一旦你去这些地方投资，你的成功率就会比其他地方高得多；你日后的经营活动也会比在其他地方顺畅、轻松得多。

这本书既是嵊州领带产业的成功之道，也是宣传嵊州领带产业集群的重要宣传品。

我相信，随着这本书的发行，嵊州领带将会为更多的高层人士所知，其知名度将会进一步扩大，美誉度将会进一步提高。

因此，姚向军先生为嵊州领带产业作了十年贡献之后，又通过自己的这部作品，为嵊州领带产业做了一件大好事。

<<集群的力量>>

2006年5月1日

## <<集群的力量>>

### 内容概要

《集群的力量：一场实战与理论的对话》将产业集群描述为“四小、四大”，即“小企业大集群、小区域大产业、小产品大市场、小政府大服务”。这种描述非常贴切。

而隐藏在产业集群背后的许多深层东西，仅用“四小、四大”是难以表达的。

## <<集群的力量>>

### 作者简介

姚向军 1963年出生，浙江嵊州人，硕士学位，现任中共嵊州市委常委、常务副市长、中国服装协会服饰专业委员会顾问。

曾任中国服装协会常务理事、中国服装协会服饰专业委员会常务副主任，分管嵊州领带产业十年期间。

致力于推动领带产业，打造世界领带制造业基地，构建国际性领带都市。

同时，对产业集群理论进行了深入的研究，提出了“经营产业”、“集群品牌”等一系列创新的理念，为领带产业集群发展为世界领带制造业基地、进军国际性领带都市做出了贡献。

荣获中国服装设计师协会颁发的“产业发展杰出贡献奖”，在服装服饰界素有“领带市长”之称。曾在《文汇报》、《经济导报》、《东方企业家》等报刊上发表文章二十多篇。

## &lt;&lt;集群的力量&gt;&gt;

## 书籍目录

序言 钟朋荣前言 摸到一条集群的河 姚向军引言篇中国领带：以集群的力量打动世界 产业集群的巨大力量 嵊州领带现象 嵊州领带现象的启示成因篇成因：全球化和本土化的协同 基于生物圈的启示：集群形成的基本动力 三种不同的视角：集群的形成路径 最大的外因和内因：全球化和本土化 全球化和本土化的协同：集群的成因全球化机遇：领带产业的梯度转移 东西方文化的融合使领带来到中国 全球化产业梯度转移的偶然与必然 微妙的“竞合”关系加速梯度转移本土化力量：领带产业“花落” 嵊州肥沃的土壤 先天优势：嵊州领带的“落地八字” 后天成长：“竹海效应”与“看样经济” 领带产业集群发展的五个时期网络篇网络：集群力量之基 完整并向完美升级的产业链 庞大的地方产业网络 专业市场在地方产业网络的特殊地位 集群的地方生产系统 全球网络和地方网络的交叉互动 地方产业网络的“磁力”功能 全球网络对地方网络的倚重 社会网络与产业网络的二维合一 集群的“根植”特征 社会网络与集群起步 集群谱系与跳槽文化 家族企业和虚拟集团 社会网络与产业联系 社会网络的演进重构集群的竞争优势：网络产生竞争力 集群激发竞争 集群造就外部规模经济 集群带来外部范围经济 一个互悖的命题决定区域的比较优势创新篇创新：集群生命之源 集群是创新的空间 三种创新路径模式 三维创新系统 集群的三级创新动力 创新动力之一：“经营产业”的地方政府 地方政府是集群创新的领导力量 “经营产业”——地方政府的经济职能创新 权力影响和非权力影响 地方政府推动集群创新发展 创新动力之二：集群英雄——地方企业家 集群是英雄用武之地 地方企业家是集群创新的中坚力量 从优秀走向卓越的团队 地方企业家推动集群创新发展 创新动力之三：“独立自主”的产业大军 集群造就产业大军 独立自主的集群产业工人 产业工人推动集群创新发展 品牌篇 国际性领带都市：“集群品牌”的理想国 集群也有品牌 集群品牌的“五项修炼” 国际性领带都市：“集群品牌”的理想国附录 嵊州领带产业发展大事记

## &lt;&lt;集群的力量&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘“集群”这一概念迄今为止还没有形成统一的定义。

“集群”又称为“产业集群”，另外还有“企业集群”、“区域集群”、“地方生产系统”、“新产业区”等多种称谓，都是从不同角度定义同一经济现象。

哈佛大学商学院教授迈克尔·波特所做定义是：产业集群是某一特定领域内相互联系的企业及机构在地理上的聚集体。

集群的上游包括原料、零部件、机器设备和服务的供应商、专用性基础设施及相关服务的供应商等，向下游拓展到销售渠道和客户，横向扩展到互补产品的制造商和在技术、技能上相关或有着共同投入的企业。

最终，许多集群还包括政府和其他相关机构，比如大学、标准化机构、智库、职业培训机构及商会等，这些机构提供专门化的培训、教育、信息、研究和技术支持。

从波特对集群的定义，我们可以引申出集群的两项特性：一是产业联系性；二是空间集聚性。产业联系性和空间集聚性的统一，使得集群既不同于企业内部的网络组织——它是一种外部化的网络组织；也不同于一般的经济区域(如某个普通的城市)——众多企业和机构之间存在着密切的产业联系。

产业集群很早就已经存在，并自产业革命以来规模不断扩大，数量日益增多。

然而在资本主义的近代发展历程中，随着资本的集中与垄断，生产的日益大规模化和高度现代化，人们的注意力为不断出现的大公司、巨型公司和跨国公司所吸引，中小企业的发展长期以来一直遭受忽视。

20世纪70年代末80年代初，面对世界性的经济危机，一些区域呈现出经济衰退的景象：大型企业纷纷破产，大量工人失业，人们生活质量相对降低。

在此同时，许多中小企业集聚的产业区却表现出惊人的增长势头，引起了世界的瞩目。

国外经济学家从19世纪以来开始关注产业集群现象，从马歇尔(Marshall)、克鲁格曼(Krugman)等的外部经济理论，到韦伯(Webb)、胡佛(Hoover)等的集聚经济理论，都强调了地理集中带来的产业联系和专业分工的优势。

波特把产业集群纳入竞争优势理论的分析框架，开创了新竞争经济理论，带动产业集群研究成为当代世界经济研究的潮流。

20世纪末，产业集群已成为经济地理学、经济学、管理学以及社会学等学科的共同热点，并引起了决策部门和产业规划部门的极大兴趣。

联合国工业发展组织(UNIDO)和经济合作与发展组织(OECD)极力提倡并推广集群战略。

产业集群之所以能引起全世界的高度关注，关键在于其强大的生命力和竞争力。

在美国，大约有380个产业集群，它们雇用了57%的劳动力并创造了61%的国民产出，其中加利福尼亚州的“硅谷”集中了上万家高技术企业，销售额占全美的40%；在意大利，70%以上的制造业、30%以上的就业、40%以上的出口通过产业集群来实现，其中以东北部和中部地区(“第三意大利”)最为典型，该地的纺织、家居、珠宝、食品、金属纤维等产业集群构成了最重要的国家竞争优势；印度约有350个产业集群，出口产品占全国的60%，其中班加罗尔一地的IT产业就占了出口的25%。

另外，如德国的巴登罗马格纳、法国的欧叶纳克斯、丹麦的竹特兰、瑞典的斯迈兰、西班牙的巴塞罗那等地的产业集群都有相当杰出的表现。

产业集群的巨大力量在中国也得到了充分的验证。

凡是经济环境良好的区域，产业集群也往往得到较好的发展，其区域经济也往往表现出强劲的增长性，集群经济已成为中国最活跃的一种经济力量。

P8-9

## <<集群的力量>>

### 编辑推荐

在“中国(嵊州)集群品牌”高峰论坛上，专家学者研讨的一个话题就是：嵊州领带为什么能够成为卓越的集群品牌？

塑造集群品牌需要一种新的能力。

嵊州领带从哪里来？

往哪里去？

它的发展动力来自何方？

它的制约要素包括哪些？

.....嵊州市委、市政府依靠国内外的专家，深入研究领带这种特殊产业的发展规律，不断掌握集群发展的一般规律。

嵊州市副市长姚向军在长期的工作实践中，专门撰写了一本名为《集群的力量》的著作，解剖嵊州领带集群品牌的打造历程，受到了专家的肯定，被认为可以作为研究集群的案例教科书。



<<集群的力量>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>