
论浙江民营企业的竞争情报环境

蔡文彬

(浙江大学, 杭州 310028)

【摘要】改革开放以来,浙江经济取得了举世瞩目的成就。本文通过大量的事实数据,见证了浙江经济中非常典型的“块状经济”特征。块状经济营造了一种得天独厚的区域性竞争情报环境,为块状内的所有企业开展竞争情报活动提供了较明显的便利条件,很大程度上方便了企业能够频繁、灵活、高效地收集、吸收和利用各种经济、管理、技术等方面的竞争情报,从而极大地提高了企业管理经营水平和市场竞争力。

【关键词】浙江; 民营经济; 块状经济; 竞争情报; 环境

【中图分类号】G350

【文献标识码】A

【文章编号】1008- 0821(2007) 01- 0172- 03

改革开放以来,浙江经济取得了举世瞩目的成就。2005 年全省生产总值 13 365 亿元,“十五”时期年均增长 12.4%。财政总收入突破 2 000 亿元,其中地方财政收入突破千亿元,分别达到 2 115 亿元和 1 067 亿元,按可比口径年均增长 14.1%和 14.7%。GDP 突破 1.3 万亿元,人均 GDP 超过 3 363 美元,成为全国首个人均 GDP 突破 3 000 美元的省份。国家统计局 2005 年全国百强县排名中浙江就占了 30 个。在全国 532 种主要工业产品中,浙江有 56 种特色产品产量居全国第一,有 336 种位居前 10 位。综观浙江民营企业的发展,我们不难发现其带有非常典型的“块状经济”特征。在对浙江民营企业的实地走访中,我们也发现了一种富有特色且较为理想的竞争情报环境。块状内的广大企业充分利用这一环境,较好地开展了竞争情报活动,极大地提高了企业的经营管理水平和市场竞争力。

1 浙江经济的成功范式——块状经济

“块状经济”是我国经济发展中最具发展前景的发展模式之一,也是目前经济管理界讨论得最为热烈的经济现象之一。“块状经济”首先表现为一种同行业或产业链密切相关的若干厂商的“扎堆”现象,这些企业密集,地理位置相距较近。结合我国的情况,浙江省委政策研究室提出,构成“块状经济”的企业个数至少要 10 家以上,且销售总收入超过 1 亿元。现在我们所关注的“块状经济”主要是相对于传统的城市大工业而言,它偏重的一种含义是指“乡村小工业的集聚”,如意大利北部地区、日本大田、德国巴登、中国的浙江、珠江三角洲的一些地方(顺德古镇灯饰,东莞厚街家具、虎门服装、长安电子等);另一种含义是描述表征“城市边缘的新兴产业群落的快速崛起”。如美国西部的硅谷、印度班加罗尔、北爱尔兰、中国大陆的东莞、苏州、昆山,中国台湾新竹等。“块状经济”一般都经过萌芽、发育、成熟和衰落的周期更新。由粗放到集约,由模仿到创新,从工艺简单、利润微薄、前店后厂、专业市场、工业小区、连锁经营、网上交易、物流配送、市场体系,最后发展成全国性市场和营销系统乃至全球性营销网络。以浙江省为例,至 2004 年底,全省 88 个县(市、区)中有 85 个县(市、区)形成了块状特色经济,如占全国出口量 90%以上的温州打火机、眼镜制造;乐清的正泰集团、德力西集团等占据全国 1/3 以上的低压电器产值;年产 60 亿双袜子的诸暨大唐;占全国 80%产量的嵊州市领带;占全国 1/3 产量的安吉转椅;拥有 200 多家制笔企业的丽水“中国制笔生产基地”。名列全国前一位的义乌中国小商品城带动了义乌 3 000 多家小商品生产企业,第二位的绍兴柯桥中国轻纺城带动了绍兴几千家轻纺印染

收稿日期: 2006— 07— 12

作者简介:蔡文彬(1968—),男,浙江大学文理图书馆咨询部主任,副研究馆员,研究方向:信息检索、竞争情报、图书馆事业管理,已发表论文 20 余篇。

企业的发展。此外,还有台州的汽、摩配基地,海宁皮革服装,永康五金制品,云和木制玩具等不胜枚举。一般来讲,浙江的“块状经济”普遍具有相对低成本的优势,都有快速扩张、信息反应灵敏的特点。温州打火机刚开始自产自销,后来为日本、韩国知名品牌代加工,再后来自己创牌子,从而打败了日本、韩国的打火机厂商,垄断了世界金属打火机市场。这一过程用了不到 10 年的时间。“块状经济”的快速发展,提高了产品的市场占有率和竞争力,所有企业表现出突出的市场竞争力和良好的发展势头,特别是企业高效地收集、吸收和利用各种情报的能力,更是引起了全国经济管理部门和专家学者的浓厚兴趣,也值得信息管理专业人士、情报学家和企业管理专家深入研究探讨。

2 块状经济体中的竞争情报环境

竞争情报(Competitive Intelligence, CI)是指竞争主体为保持竞争优势所需要的一切有关竞争对手和竞争环境的情报及情报活动,它是企业感知外部环境变化的预警系统,能帮助企业及时洞察政治、经济、社会、市场的变化以及这些变化对企业可能构成的威胁和机遇。它能为企业的竞争决策提供依据和论证,是企业为适应外部环境变化而做出战略决策的支持系统,是企业经营管理者的智囊和参谋。在我国加入 WTO 之后,企业间的竞争已日趋激烈,每个企业最需要充分掌握竞争对手、用户、市场行情、供应商、本行业技术发展动向、相关市场等情报,从而有针对性地制定有关投资决策、营销策略、生产计划、库存和储运量、新产品上市、技术研发战略等重要的决策。相反,一个企业如果不能对竞争情报有充分和及时的把握,就会导致经营决策上失误,很难规避市场风险和交易风险。

“块状经济”中的企业已经意识到传统意义上的商业竞争,是一种你死我活的竞争,很少会有真正的胜利者。例如美国航空业在 1990-1993 年进行的价格战,其损失的利润要比从莱特兄弟建立航空业以来全部时间所创造的价值还要多;再如前些年我国彩电业所进行的价格战,其状况空前惨烈,但其结果还是两败俱伤,给各彩电企业都留下了惨痛的回忆。因此浙江民营企业并非像传统企业那样注重自身的独立性,而非常讲究与相邻相关企业的有机关联,相互配套,追求共同塑造一个优化的价值链与快捷的技术传递链,具有强烈的相互依存意识和合作观念;同时在企业管理上还是采用联而不合,自主经营,自负盈亏。“块状经济”中的企业间有横向关联,也有纵向关联。还有一些关联企业通过股权置换、参股甚至控股,进一步提高关联度,形成稳定的金字塔状企业群落结构,这些企业由于产权关系密切,利益上有共同点,在信息交流上较为畅通,大量信息通过非正式接触得以迅速传递和扩散。可以做到不需要库存甚至于可以不建库房,达到基本可以参照现代化生产管理中应用的及时生产方式组织厂家之间的协调。同时,也只有集中布局才会出现基础设施利用的邻里效应和共享机制,信息的交流才有地理之便,技术外溢和创新才会发生连带效应。

“块状经济”中的企业依据国家的相关法规规范企业间竞争(包括竞争情报活动)。一些“块状经济”体还自己形成了自我规范制度,民间商会和中介组织、工会等社会组织的职能作用得到重视。在市场经济中,商会作为一个自治组织,它的职能首先是保护自己的利益,协调和政府的关系;其次是处理与大家共同利益有关的问题;第三是自律,即由自治组织自我执行行规,对违反行规的行为加以惩治。浙江省温州现在已拥有服装商会、鞋革协会、烟具协会、眼镜商会、家具商会、五金商会、合成革商会、塑料协会等 100 多个行业协会和商会。这些民间行业组织积极地承担着行业自律、维权、组团参展、服务、协调、管理等大量工作,有效地引导和促进了行业的健康发展,实实在在地起到了各个产业发展助推器的作用。例如,温州烟具商会拟定了一个整整 3 页纸的《维权公约》,明确规定违规者自愿接受商会没收模具和成品等处罚,使得会员企业的新产品得到“专利”般的保护,不再被同行无偿抄袭使用,保护了技术进步的积极性,限制了无序性竞争情报活动。对于温州企业来说,申请维权这个“业内专利”比申请专利热情还高,因为行业维权周期短、速度快、程序简单,特别适合温州轻工产品聚集的产业结构。如打火机、剃须刀、锁具、灯具、笔类产品,更新换代快,外观变化多,单靠申请专利跟不上行业发展的需要,行业产品维权就很好地起到了补充作用,发挥了行业的自我约束功能,一定程度上保护了企业进行技术研究开发的积极性和利益,避免了块状行业内部的恶性竞争,维护了市场经济的基本秩序。因市场而生,依市场而运作,行业组织最重要的目的就是为企业维权,促进整个行业的健康发展。块状内企业间共同维护正常的生产秩序和良好的竞争情报环境,符合所有成员企业和全社会的利益。

3 块状经济内竞争情报环境的内在机制

“块状经济”是由众多独立的企业组成的群体,充分体现企业之间合作与竞争的新型关系。合作竞争的存在基础——互补性,无论是产业或企业,都显得相当重要。合作竞争的竞争理论将使得竞争情报不仅应着眼于对竞争对手和竞争环境信息的搜集、分析,还必须要搞清楚谁是企业的互益者,了解企业间的互补性之所在。与块状外企业相比,企业集群的长期竞争优势来源于集群所拥有的资源禀赋及其资源整合能力,其中一个重要方面突出表现在形成的竞争情报环境。通常,作为独立的不在集群环境中的企业个体,其竞争情报活动主要取决于自身的投入和努力,但作为块状中的各个企业集合的集群,其总体竞争情报活动的优势却是非常显著的,由此也带来了群内企业的竞争情报活动能力的优势,而使块状外的企业难以望其项背。以下我们分析这种较为理想的竞争情报环境形成与运作的内在机理。

3.1 专业的相对集中效应

“块状经济”是经过专业市场整合,表现为同类企业群体的集中,主要由生产同类产品的企业构成。“块状经济”的特殊之处在于集群的产业氛围可以培养生产要素中劳动力要素对该种产业相关知识与创新的敏感性,尤其对于创造性要求高的产业,如计算机软件、高档时装业、工艺品制造业等。产业集群内知识与技术通常以隐含的、非正规的形式传播与扩散,粗看是一家一户,细看则是千家万户,联系程度虽然相对松散,各自成体,一旦组合成了“块”,不仅信息共享,技术共享,企业不出家门就能掌握产品供求,预知市场走势。更为突出的特点是,做大了的“块状经济体”由于有较高甚至很高的市场占有率和知名度,就有了品牌效应,这就把所有的企业放在一个吸引了行内人士注目的焦点地区,引来源源不断的相关信息流。同类产业集聚以后,由于同业竞争和信息交流,能进一步增强群落内各企业的学习能力和竞争能力,形成技术管理和创新的规模经济优势。一项技术管理创新在一个企业内部产生的直接经济效应是有限的,但是,通过企业之间的学习与模仿,对群落整体所产生的间接经济效应却成几何级数放大。群落集聚的企业越多,相应配套的专业市场的商品吐纳和信息汇聚的功能就越强,对外市场宣传推广产生的经济效益就越大。

3.2 众多企业产业链的相关效应

“块状经济”中另一种是龙头企业带动的,体现在上下游产业链企业间的纵向联系上。产业集群区具有组织化程度高、专业协作强、信息网络畅、成本费用低等诸多优势,能使企业在产业集群区如鱼得水,各得其所。据对全省年产值百亿元以上的专业区调查显示,企业向专业区集聚后,产业分工更加细化,产业链条不断延伸,企业间能够形成机械设备和原料的集中供应与配套服务优势,资源的循环利用率明显提高,一般可以节约工业用地 10%~ 20%,减少水、电、气等工业管网 10%~ 20%,缩短交通运输线 20%~ 40%,不仅可以最大限度地降低生产成本,而且还可以提高企业组织化程度,使企业在更高层次上发展壮大。在产业组织上,一方面形成一批小而精、小而专、小而特的优势企业;另一方面,一批骨干企业通过发挥其在市场营销、品牌、管理、规模等方面的优势,与一大批小企业以紧密或松散的形式联合,形成了专业化分工协作的企业群,竞争优势明显。骨干企业在竞争情报能力方面的优势放大为整个产业链的优势,带动了产业链内信息的快速传递和反应。目前,全省年工业总产值或销售收入在亿元以上的制造业产业集群区块有 604 个,其中 10 亿元以上的 283 个,100 亿元以上的 35 个,300 亿元以上的 5 个。这些产业集群区块涉及的行业领域十分广泛,有汽摩配件专业区、纺织服装专业区、制革皮鞋专业区、家用电器专业区、五金机械专业区、眼镜专业区、领带专业区、袜业专业区等等。专业区的经营范围,大到一个产业,小至一个产品(零部件),充分显示出“一地一品”的特色。在激烈的市场竞争中,龙头企业就是产业链竞争情报活动的领头羊,它们的快速成长,带动了中小企业发展。乐清的正泰、德力西集团是全国低压电器行业的排头兵,吸引近千家中小企业加入其产业链,带动了低压电器的技术创新、产品质量档次和品牌效应的提高。在龙头企业的带动下,产业链逐步向两头延伸。如诸暨袜业已从单一织袜向为袜业配套的抽丝、加弹、包覆发展,派生出了化纤加工业和电脑袜机、加弹机等机械制造业。

3.3 市场化整合效应

块状内专业市场也是专业化竞争情报的集散地,为块内企业的发展提供了极大的便利。浙江省已形成像宁波服装、温州皮鞋、绍兴化纤面料、海宁皮衣、义乌小商品等较大规模的专业化“块状经济”产销基地。如义乌中国小商品城的核心竞争力是建立

了遍布全国的低成本高效率的运输网络,商城设有 115 个托运点,1 200 多辆运输汽车,每天从业人员超万人,货运汽车直达全国 31 个省市的 140 多个城市,并能直达黑河、满洲里、拉萨、伊宁等边贸城市,基本形成了以专业市场为依托的现代物流业的中心和无形的专业信息集散地。“块状经济”体内的市场为适应信息化趋势,注重发展现代物流业和网上交易,通过运用现代信息技术和营销手段得到了更快的发展,保持与时俱进、旺盛的生命力。网络技术的发展促进了有形市场与无形市场的结合,而且二者呈此消彼长的态势。目前,全省大型专业市场都广泛使用了信息技术进行管理,有 17 个市场开展了网上交易,依托“块状经济”建立的“中华商埠”、“中国纺织网”、“中国塑料网”、“易创五金网”等网站都取得了明显成效。其中义乌的“中华商埠”自 2002 年 10 月开通以来,国内外注册会员有 5 万多人,拥有商品信息 28 大类 8 万多条。

3.4 人员互动交流效应

“块状经济”体与外界的联系是多途径的,最重要一种是销售渠道,只有在销售渠道中才能真实了解最关键的需求信息。在浙江“块状经济”中,大量销售人员走遍全国市场,及时和充分地掌握了大量市场信息。据统计,4 000 万浙江人中,有 300 万人在全国各地创业,有 100 万人在海外经商。正是这 400 万在全国乃至全世界跑市场的浙江人撑起一个个特色鲜明,活力四射的经济板块。另一方面,国内外众多的商务人士也纷纷涌向浙江,带来各地的专业市场信息。在“块状经济”体内部,关键性的知识表现为熟练工之间的隐性知识,就如同面包师的发面技术,面点师的拉面技术一样,行业内老资格的工匠都有各自的秘诀、绝活,师徒之间使用特殊的隐语、行话、市语。近距离交流和非正式接触对隐性知识形成极为关键,而专业人才如果离开一定的氛围和交流平台,便会很快出现专业技能的衰退甚至荒废。块状内集群企业的这种技术创新的优势被一些学者概括为三个方面。①基于技术轨道的顺轨性创新,如产品特性、形式或技术工艺得到持续改进,由于近距离甚至面对面的竞争,这种改进便很快被得到模仿和推广;②基于技术平台的衍生性创新,即企业群体在某一产品领域内,为追求产品差异化和避开模仿竞争而在设计、生产和制造系列产品所展开的创新;③向技术关联领域发展的渗透性创新,即一旦有新的产品或工艺技术在集群内出现,很快会在同类或相关企业内传播、溢出和渗透。海宁皮革业的发展就是一个很好的例证,20 世纪 80 年代,海宁制革厂的职工纷纷出来办厂,推广了皮革产业链的核心环节——制革技术,本地制革企业的集聚以及专门的皮毛市场的建立,使没有皮革资源的海宁变成了成品革的“原产地”,随后下游产业链——各类皮革企业如服装、箱包等得到了迅速扩展。

浙江是个资源小省,现在却是全国公认的经济强省,这固然得益于国家的改革开放政策,但“块状经济”的聚集效应功不可抹。借助块状体的聚集效应,大中小型企业都可在投入较少资源的情况下建立企业竞争情报系统,获得具备比较优势的竞争情报能力,能够方便地整合相关信息资源,从而极大提高企业的整体经营管理水平。虽然目前我们还不能定量地确定竞争情报对浙江“块状经济”体内企业的贡献率,但有一点我们可以断定,如果把企业放在“块状经济”体以外的普通区域,隔断它们与“块状经济”体的密切联系,每个企业的竞争力都会显著下降,甚至有些会难以生存。

参考文献:

- [1]刘辉,周慧文.我国块状经济中企业的竞争情报环境分析[J].情报理论与实践,2004,(3).
- [2]包昌火,赵刚,黄英,等.略论竞争情报的发展走向[J].情报学报,2004,(3).
- [3]王鸣鸣.论竞争情报在现代企业中的作用[J].探索与研究,2003,(6).
- [4]华瑶,王莉,蔡瑞雷.竞争情报在我国企业管理中的运用研究[J].情报科学,2004,(9).