
金融危机下的浙江产业集群发展和区域品牌建设

俞杰龙, 曹 垣, 李 勇, 钱大可

(嘉兴学院商学院, 浙江嘉兴 314001)

【摘要】金融危机为浙江产业集群实现转型升级提供了良好的契机, 集群中产品性价比的竞争优势凸显, 有利于龙头企业创建名牌, 有利于浙江加快建设区域品牌注入资金, 改善投资环境。为此, 集群内的无牌企业应加大自主创新投入, 所有企业都应该加强品牌营销活动, 争创名牌, 地方政府要加强对区域品牌的建设和培育, 以促进集群经济的发展。

【关键词】金融危机; 浙江; 产业集群; 区域品牌

【中图分类号】F127.55

【文献标识码】A

【文章编号】1008- 6781 (2010) 02- 0009- 03

当前, 席卷全球的金融危机给世界经济蒙上了衰退的阴影。以产业集群为特色的外向型浙江经济也面临着严峻挑战。能否以科学发展观为指导, 机智地应对挑战, 抓住机遇, 实现浙江产业集群和区域品牌建设的新发展, 是一个值得探讨的课题。

一、浙江产业集群发展和区域品牌建设的关系

(一) 产业集群发展是区域品牌形成的载体

浙江在产业结构调整中注重以某一主导产业为龙头, 相对集聚在一定区域内以形成在区域经济总量中占有较大比重的产业集群, 这就是被誉为浙江特色的块状经济, 或称为产业集群。如濮院羊毛衫市场、海盐的“千斤顶”基地、绍兴纺织业等。产业集群有效降低了集群内部的交易成本, 产业集群规模经济与分工经济的相互作用、相互增强又促成新企业的衍生。随着产业集群的纵深发展及横向扩大, 体现集群区域属性的产品、服务和形象差异化程度表现明显, 已经可以将特定产业所在区域与它自身的名称开始等同, 或者“以地区作为一个品牌的特定名称”, 使该区域同其他区域区别开来, 如“中国皮革之都——海宁”“中国保温材料之乡——王店”等等。这样, 相伴产业集群的发展, 区域品牌便形成了。区域品牌作为一个品牌的特定名称, 是在一定范围内形成的该地区(地域)特定行业、产业、产品系列具有较高的知名度和美誉度, 是地域内企业品牌集体行为的综合体现。^[1]因此, 区域品牌实质上是一个建立在企业品牌和企业产品品牌之上的品牌体系。区域品牌的出现, 表明了产业集群已发展到一个高级阶段。可以说, 区域品牌的形成是产业集群发展的一种必然结果。^[2]

(二) 区域品牌的建设对产业集群的发展具有促进和提升功能

区域品牌形成之后, 对产业集群的可持续发展会产生一种互动效应。因为产业集群的发展除了所在区域本身的区位条件、自然条件等因素以外, 很重要的因素是区位的服务品牌。

收稿日期: 2009- 12- 19

基金项目: 嘉兴学院青年基金项目(70107053)。

作者简介: 俞杰龙(1973-), 男, 江西广丰人, 嘉兴学院商学院讲师。

良好的服务品牌可以成为吸引更多企业向集群内集聚的重要参考条件。此外,产业集群的区域品牌有助于区域内企业产品的促销,为消费者选用商品起导向作用,通过构建区域品牌还可以引导产业集群内企业实现有序的竞争,完善产业链,降低重复建设,引导企业走上健康有序的发展道路。^[3-4]

二、金融危机对浙江产业集群和区域品牌建设的影响

这次全球性的危机,席卷了包括美日欧在内的整个发达国家。金融危机导致经济衰退,对于经济外向度越来越高的浙江企业来说,影响是巨大的。受出口急剧下滑的影响,不少外向型企业出现经营困难,甚至歇业、倒闭、破产。出口的下降反过来又加剧了国内行业的竞争,连累其他企业出现经营困难。这些是负面的影响,但主要应看到正面的影响。

(一)为浙江产业集群实现转型升级提供了良好的契机

一方面,浙江面临产业集群转型升级的关键时刻,且集群内企业在经历创业、成长、成熟等阶段后,也普遍存在着产业转型升级的要求。但由于种种原因,一些企业始终下不了决心,迈不出这关键一步。这一次国际金融危机对国内制造业特别是劳动密集型、技术含量较低的纯加工型或初级生产企业的巨大冲击,对以“低小散”产业为主的浙江中小企业来说,却无形之中形成了一种促使其转型升级的“倒逼机制”。^[5]另一方面,为了应对国际金融危机和解决当前我国经济运行中存在的突出问题,国家出台了一系列有利于企业转型升级的政策,包括增加信贷计划额度、上调纺织品等的出口退税率、减轻企业负担、鼓励加工贸易企业转型升级、稳定资本市场等针对性很强的政策措施。这些政策的实施,对于浙江产业集群内企业应对国际金融危机,实现转型升级,无疑是一个重大的战略机遇。

(二)产品性价比竞争的优势凸显,有利于浙江产业集群内龙头企业创建名牌

金融危机背景下,产品性价比的优势使其在市场竞争中的地位和重要程度上升。2008年以来具备高性价比优势的企业,如华为科技、比亚迪汽车、烟台万华等都取得了销售额和增长率的较大增长,正如温总理指出的,不是所有企业都处在冬天,上述企业则迎来了冬天里的春天。而戴姆勒奔驰、宝马等品牌附加值高的企业受金融危机影响,销售呈现出明显的回落。如奔驰公司2009年1月和2月的销售额都是负增长,且负增长率都在20%以上。而浙江集群内的大企业大都经过产业集群低成本低端竞争走向规模化,自主创新和高性价比走向国际化的历程,与发达经济体的产业集群相比,浙江产业集群的龙头企业具有相对较高的性价比竞争优势。此种优势在金融危机背景下被显著放大。以嵊州的领带产业为例,嵊州市共有领带企业1900多家,从业人员5万多人,年产领带近3亿条,占全国的90%,世界的40%,被浙江省政府命名为“21世纪国际性领带都市”。从1984年生产出第一条领带到现在20多年来,这个地区的自主品牌出口甚至还没有实现零的突破。嵊州领带规模以上企业,如绍兴鑫利达服饰印染有限公司、嵊州市百威服装服饰有限公司、绍兴市金帅旗领带服装有限公司等可以抓住机会加快建设自主品牌的步伐。

(三)有利于为浙江加快区域品牌建设注入资金,改善环境

浙江多数产业集群产值规模小,集群内以中小企业为主。企业发展壮大的前提是充足的资金,没有资金,企业的扩大、技术的改造、新设备的引进都无从谈起。而集群中的绝大多数小型企业,本身实力有限,若要得到发展就需要资金的注入。^[6]而金融危机下中国经济保持了较好的稳定性,中国的发展对世界经济的发展的贡献率提高。一些国际机构和资金把目光聚焦于中国,它们为了避开由于金融危机而处于动荡的发达国家,选择像中国这样的高增长、高潜力的发展中国家作为新的目标市场。这赋予了浙江企业参与国际合作的极好机会,也在一定程度上优化了浙江建设区域品牌的环境。

三、加快浙江产业集群发展和区域品牌建设的对策

(一)无牌企业要加大自主创新的投入

抓住金融危机后的企业转型升级机会,充分利用国家增加信贷计划额度、减轻企业负担、鼓励加工贸易企业转型升级等利好政策,吸引寻求稳定的国际资金和国际机构合作,利用金融危机裁剪下来的高端人才,抱着“破釜沉舟”的决心,加大自主创新投入,积极走 OEM-ODM-OBM 之路,加快嵌入全球价值链的步伐,提高产品的技术含量和附加值,以科技含量推动自有品牌的打造。集群内各中小企业可以采用联合创牌,共享区域品牌的方式。通过开展各种形式的合作来改变浙江企业集群的“低、小、散、弱”和竞争力不强的弱点,增强竞争优势。共同创建区域品牌,分担品牌建设费用和风险,共建共享区域品牌的机制能强化企业间的联系,整合资源,加速区域品牌的构建。

(二)加强品牌的营销活动,争创名牌

金融危机使得产品性价比的优势成为最重要的竞争优势,而一定阶段内高附加价值品牌的产品销售下降。凭借高性价比优势的浙江产业集群的龙头企业在获得销售额、利润增长的同时,应该抓住时机投入更多的资金加强品牌营销活动,做强区域品牌,创建国际和国内名牌。采用形式多样、创新与实效并重的方式宣传自己的产品和企业形象。将有效的品牌传播资源与产品性价比优势相融合,围绕品牌的核心竞争优势来进行诉求,保证产品包装、平面形象、终端道具的一致性,保证空中、地面的统一诉求,有效实施品牌传播;可以到大中城市开设品牌产品专卖店、连锁店,到境外开设分公司进行区域品牌的国际化连锁经营;举办各种项目推介会、招商洽谈会、商品交易会、产品博览会、新闻发布会等活动重点宣传产品产地,并在宣传中巧妙地突出产品性价比的优势和其他竞争优势。

(三)地方政府要深化对区域品牌的建设和培育

政府作为区域品牌的所有者,应统筹建立基础标准体系、鼓励有条件的企业采用国际标准,提高产品质量,实现从自发创牌到自觉创牌的转变。应鼓励产业资源整合,以龙头企业为支柱,整合产业链条,扩大产业集群的规模,提高其国际竞争力。在金融危机的特殊时期,要给予品牌企业在财政和税收等各方面的倾斜和支持,对于开发国际知名品牌产品的企业,可以进一步降低其贷款利率,还可以用风险投资、持股资助等方式助其拓展海外市场。

此外,政府作为区域品牌的管理者,要加大对制假贩假的打击力度,加强对产权的保护,为培育区域品牌提供良好的环境。统筹处理好区域核心产业品牌和外围产业品牌的关系,以发展外围的区域旅游品牌和区域文化品牌,提高一地的知名度和美誉度,为区域核心品牌建设提供有力的支撑。

参考文献:

- [1]胡大立.区域品牌机理与构建分析[J].产经论坛,2005(4):29-32.
- [2]江旺龙.区域品牌体系的动态评价与协同发展研究[J].江苏商论,2009(8):103-104.
- [3]沈占波.品牌竞争力的理论基础分析[J].商业研究,2005(22):46-48.
- [4]戴科成.浙江产业集群发展现状、面临的问题及对策研究[J].新西部,2008(10):52-53.
- [5]赵永华,蔺清冰.国际金融危机下的民营企业:挑战与对策[J].中小企业科技与管理,2009(22):141-142.
- [6]曹垣.也谈中国品牌的国际化之路[J].江苏商论,2006(6):107-108.