
基于生态位理论的湖北省小微企业 生存状况研究^{*1}

王渐勤，池海莲

（华中农业大学经管学院，湖北武汉 430070）

【摘要】：小微企业在财产、组织与市场方面的特征决定了其经济生态环境中的从属地位。借助于生态位理论的宽度、密度和重叠度三个维度分析不同生存策略对小微企业生态位的要求，以及由此形成的企业“态”“势”。湖北省 17 各市州的小微企业生态位实证研究表明，良好的生态环境会孕育出大量的小微企业，小微企业的生存策略以集群和寄生最为显著，但密度适当才是小微企业持续存在和发展的条件。

【关键词】：小微企业；生态位；生存策略

【中图分类号】：F279.27 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1003-8477（2016）12-0068-07

一、引言

一个经济组织的存在，就其结构而言，至少应表现出三个构面：一是财产，二是治理，三是市场。财产特征作为基础的构面，决定或影响着其他两个构面。微型主拥有或可以直接控制并支配使用的财产，这部分财产和企业主个人其他财产之间的法律边界往往又是模糊的，甚至存在连带关系，无限责任是很多小微企业的根本经济特征。微型企业的第二个特征在于其组织结构方面，小微企业因其财产规模细小而无力支付较高的组织费用，倾向于采用“市场替代”，将组织功能“外部化”，通过支付部分市场费用，以市场替代组织，维系简单细小的组织规模；小微企业的市场构面看，就单体企业而言，它是市场的被动适应者，遵循适者生存的生存法则。J. Grinnell[1] (p427-433) 早在 1917 年就在生态学杂志上明确提出生态位的概念，生态位指物种在生物群落中的地位和角色。发源于 20 世纪 80 年代的组织生态理论将生态学中的相关理论概念引入到企业研究，该理论的引入对于环境依附性强、环境适应性要求高的小微企业尤其适用。

二、生态位理论

美国生态学家 Grinnell 将生态位视为“恰好被一个物种或一个亚种所占据的最后分布单位”。企业生态位是企业特定生存环境条件下能动地与环境及其他企业相互作用所形成的相对地位与功能作用。企业生态位主要分两种，一种是代表种群的生态位，认为生态位是企业战略环境中占据的多维资源空间；一种是代表个体的生态位，认为生态位是企业资源需求和生产

¹**作者简介**：王渐勤（1970—），女，博士，华中农业大学经管学院副教授；池海莲（1993—），女，华中农业大学经管学院硕士研究生。

基金项目：国家社科基金一般项目“抵押、非抵押方式下银行小微企业信贷风险控制比较研究”（15BJL030）。

能力方面的特性，前者也被称之为基础生态位，后者又叫实际生态位。

从生态位表征测度来看，分为企业生态位宽度、密度和重叠度。生态位的宽度、密度与重叠度三个维度不仅描述了特定经济环境下单体企业的生存状况，也影响着企业间的竞合关系：共生、互斥、互补。企业生态位宽度是指生态位涵盖生存空间的大小，是衡量企业对所处生态系统中的环境资源如技术、资金、市场等利用的多样化程度指标。一个企业的生态位宽度是它的资源 z 利用率的方差，其测算方式为：

$$w_i = \int (z - \bar{z})^2 u_i(z) dz$$

式中 z 代表资源， u 为该资源的效用，宽生态位意味着适应范围的扩大但适应效率的降低，使企业具有通用化或多元化趋势；窄生态位意味着企业环境适应度的提高但适应范围的受限，使企业具有专业化趋势。[2] (p104)

生态位密度是指一定的生态资源中企业的数量。逻辑学上人口增长的模型可表示为：

$$\frac{dN}{dt} = rN \left(\frac{K - N}{K} \right) \quad (a)$$

K 为市场最大承载力， N 为企业总体数量，系数 $r=a_0-b_0$ 称为固有增长率。它表示，在没有资源约束的情况下企业数量的增长速度。即，企业数量小于其市场承载能力的时候，其增长率等于 r ；当企业数量等于其承载能力时，其增长率为 0；当企业数量超过其承载能力（可能是由于一些灾害或冲击降低了承载能力）时，增长率为负。

已实现承载能力时，竞争对手数量对于生态密度的影响是线性的。在两个竞争群体存在的情况下，其模型为：

$$\frac{dN_1}{dt} = r_1 N_1 \left(\frac{K_1 - \alpha_{12} N_2 - N_1}{K_1} \right) \quad (b)$$

$$\frac{dN_2}{dt} = r_2 N_2 \left(\frac{K_2 - \alpha_{21} N_1 - N_2}{K_2} \right) \quad (c)$$

将 (a)、(b)、(c) 三个式子进行比较，竞争者的存在使第一个群体的承载能力从 K_1 降到了 $K_1 - \alpha_{12} N_2$ 。竞争系数 α_{12} 和 α_{21} ，反映了随着竞争者密度的增加，每个群体的承载能力降低的情况。这个模型将每个群体的增长率分成了三个部分：(1) r_i 是在没有资源限制和竞争的情况下，影响增长速度的内在性质；(2) K_i 反映资源可用性的条件增长限制；(3) α_{ij} 体现与特定群体的竞争（系数表明群体间竞争的影响所在，是按比例缩小后的统一体。[2] (p101) 生态位密度小意味着竞争强度小、失败风险小和生存机会的增大。

生态位重叠度是指企业之间生态位类似程度或者说生态位因素相同的比例，是对密度的进一步刻画。

人口生物学家们依靠竞争理论和定位理论之间的关系，从按照资源利用率来定义的生态位重叠获得间接估计。一个群体的资源配置是对其不同层次和种类的连续或离散资源的一个总结。

假设两类厂商， i 和 j ，他们有相同的资源基础但是资源的配置不同。其竞争系数表示为：

$$\beta_{ij} = \frac{\int u_i(z)u_j(z)dz}{\int u_i^2(z)dz}$$

这个公式指的是一个 i 类厂商与一个 j 类厂商同时达到资源状况平均数的概率除以它们和同类厂商在任一状态下实现相等的概率。所以，此竞争系数表明群体内资源获取的相互作用相对于群体间相互作用的几率。[2] (p104) 生态位重叠会导致市场份额的相对缩小，竞争就会日趋激烈。减少生态位重叠度的主要途径是资源需求和市场定位的差异化。

从企业演化理论框架来看，企业生态位的本质内涵集中体现在企业特征、资源状态和环境关系三个方面。透过企业特征可以管窥到企业内部的人、财、物、信息等要素的健康状态及要素之间的联结模式与结构关系，并从结构层面了解到企业的功能形态以及企业未来的发展走向。由此，衍生出了“态”“势”理论。“态”即企业状态，是企业过去成长、学习、社会经济发展以及与环境相互作用积累的结果。“势”即企业对环境的现实影响力或支配力，是企业自身对集群以及集群中其他企业的影响和支配能力。“态”决定了企业内在的质的规定性，它是其行为的依据，反映的是企业内部构成要素的完整性及功能的完好性，是企业过去创建、发展过程中与环境相互作用积累的资源控制及其他无形影响力之和，企业内部构成要素之间相互协调性；外化为企业生态位“势”属性，“势”反映的是企业与环境之间的物质、能量、信息交流转换情况，主要是指企业对环境的主动适应性和创新的进化能力。（万伦来，2004；胡振华、张宁辉，2010）就小微企业而言，“势”基于小微企业对于生态环境中各种关系的洞察：小微企业群体内部、小微企业与非小微企业以及小微企业与商业生态环境的关系。[3] (P73-74) [4] (P68-69) 对这些关系所衍生出的生存机会的识别和利用是小微企业生存的依据，并由此形成了小微企业的生存策略。

三、生态观下小微企业生存策略

基于生态位分化的缝隙策略。由于资源、能力、管理经营等各方面的原因，小微企业与大企业正面竞争一定处于不利地位，因此若要使小微企业获得稳定的生存与发展就必须主动与大企业的生态位分化，小微企业与大中企业互补共生构造了一个完善的市场系统[5] (p122-123)。实现生态位分化的一个途径是寻找并填补企业生态系统中的生态位空缺，从而创造适宜自己生存和发展的空间。在企业生态系统中存在着许多小生位，即狭小的市场空间，它们有的是大企业不愿涉足的、被视为鸡肋的批量小、品种多、零销微利的领域；有的是大企业尚未涉足的新兴市场领域，或大企业未曾积极开拓的局部区域；有的是市场需求变化大、大企业不敢涉足的领域。另外，大企业在追求规模经济的过程中，要求助于社会化工分协作，在客观上强化了大企业对小微企业的依赖性。这些小生位被大企业放弃或忽略，却正好给小微企业提供了生存、发展空间。小微企业可以根据自身的资源条件与能力，选择大企业不愿涉足、无法涉足或是尚未涉足的小生位，或者选择依附于大企业，而且在选择不同的小生位时应采取不同的战略。

基于生态共生的寄生策略。与缝隙策略不同的是，在寄生策略下小微企业所关注的不是大中企业所忽视的，而是其所需求的。企业的价值创造是通过一系列互不相同但又相互关联的生产经营活动构成的，在这个创造价值和增加附加值的纵向一体化的经营过程中龙头企业为了追求更大的经济利益不会面面俱到，往往会把价值链上一些次要环节外包，而这正是小微企业与其

联盟的切入点。小微企业应充分发挥市场反应灵敏、决策灵活的优势，利用特有的商业模式或技术积极融入龙头企业上下游的产业链，并成为其中的一个重要环节为其提供高质量的相关配套服务，使龙头企业的产品或服务增值，从中也获得更多的发展机会。小微企业动态而持续地为核心大企业提供配套协作服务，将自己的发展同核心大企业紧密结合，成为企业集群生产经营体系中的一个组成部分。通过集群协作，小微企业建立起相对稳定的供销渠道，一定程度上减缓了市场竞争压力，降低了经营成本，依附核心大企业而融入全球价值链。

基于生态“势”集聚的集群（联盟）策略。集群化生存是指小微企业通过借助网络型区域产业组织内部发达的分工协作体系，经由密集的产业联系和知识交流等途径，将自己有机地纳入区域产业体系中，形成企业与区域环境的良性互动机制，从而使企业核心竞争力得到大幅度的改造和提升。一般而言，小微企业能在集群化生存中获取以下好处：集群化可以分享外部经济收益、可以共享区域营销网络，扩大市场半径；可以降低不确定性贴现；可以增加企业知识存量；可以降低进入成本，扩展市场机会；可以形成稳固有效的区域人脉关系或社会资本；集群内的强竞争可以使企业得到更大程度的锻炼，实现集群化发展。集群化的发展非常适合小微企业自身实力弱小的特点，凭借群落组织提升对环境变化的适应性，构筑长寿企业。[6] (p411-412) 所谓战略联盟是指两个或多个企业之间为了实现一定的战略目的，在一定时期内进行的一种联盟合作，通过各成员企业间“技术”“资金”“管理”“信息”和“市场资源”的重新组合和延伸，形成新的、更强的协同优势。[7] (p84-85) 与寄生策略不同的是，寄生策略下市场是外生的，小微企业需要做的是发现和利用市场，在联盟策略下市场是内生的，小微企业可以通过积小为大将众多小微企业的“势”集聚为大市场。联盟的实质是形成规模化的商业圈，形成统一对外促销、规范品质标准、认同专项技术、推广共同商标、共享集群信誉等效应，比如小商品一条街、美食城。除此之外，互联网信息技术的运用带动了大众消费模式的变迁，越来越多的小微企业借助于网络平台与社会大众形成互动式、便捷的商业团体，目前存在的一种新型的、流行的联盟方式是“虚拟企业”。“虚拟企业”是指两个或多个拥有核心能力的企业或项目组，依托信息网络资源，以业务包干形式独立完成策略联盟的某一子任务块，通过共享彼此的核心能力，使共同的利益目标得以实现的统一体。如美团、大众点评等，不仅可以帮助小微企业获得更多订单，也有助于规范小微企业的商业行为，实现市场的自我约束，降低政府管治成本，并更容易得到政府产业政策的优惠。

基于生态圈小众群体的定制策略。大中型企业着眼于生态环境中的大众品味，大规模的标准化生产和服务是工业化时代一个基本特征，为小微企业服务于小众提供了机会。与标准化的产品和服务相比，个性化的产品和服务更能满足用户的需要，更能提升产品与服务的质量。信息技术的发展使得生产个性化产品及提供个性化服务的成本大大降低，社会经济的进步激发了用户对个性化产品与服务的巨大需求。个性化定制和服务将是信息化时代的一个基本特征。总体来说，大企业通过规模生产来降低成本，从而获利。大企业设备功能强大，更具专业性，但这也决定了他们生产单个产品的高成本性，行业转换与退出困难。小微企业经营优势在于决策简单、灵活，便于迅速抓住商机，创新顾客价值。所有权与经营权未发生分离的小微企业，有着更加强烈的市场信息捕捉动机，因此，更利于产品和服务创新。

不同生存策略下，对生态位的要求如表1 所示。

表 1 不同生存策略下的小微企业生存“态”“势”

生存策略	态	势
缝隙策略	侧重个体生态位, 要求有与主体市场的供给相补充的适宜的生态位宽度, 对生态密度和重叠度没有特定要求。	对现有市场的补充, 虽然不具有市场控制和影响力, 却能够有效补充现有市场。
寄生策略	侧重个体生态位, 要求有与主体市场的需求相匹配的生态位宽度, 对生态密度和重叠度没有特定要求。	满足区域或者大中型企业的零星需求, 建立健全现有市场体系。
联盟策略	侧重种群生态位, 对生态宽度没有特别要求, 但是要求生态密度达到一定水平, 允许生态位适度重叠, 要求有一定的生态宽度。	市场内生, 不依赖于区域或者大中型企业, 通过小微企业集群形成具有一定吸纳力的市场。
定制策略	更加侧重个体生态位, 生态位重叠度极小, 生态密度较小, 对生态位的宽度没有特定要求。	专业化特色明显, 要求小微企业具有灵敏性和灵活性特点, 形成企业特有的竞争优势, 具有锁定效应。

四. 湖北省小微企业生存状况实证研究

1. 湖北省小微企业概况。

虽然从理论上构建了上述一系列关于小微企业生存状况测度指标, 在实践中这些指标的可测性以及获取成本的局限, 我们只能基于部分数据进行实证研究。构造以下测度小微企业生态的“态”与“势”的变量, 并建立“态”与“势”的多元回归方程。数据来源除了地市资源禀赋、经济环境数据取自于 2010 年度中国统计年鉴, 实证部分的其他所有数据为湖北省统计局提供的湖北省第三次经济普查数据, 统计时间为 2013 年。至统计截止日, 全省 17 个地市的小微企业数量为 292369 个, 小微企业从业人数为 5302393 人, 小微企业平均寿命为 5.17 年。

表 2 统计了全省排名前十的市州和行业, 小微企业集中分布于武汉、宜昌和襄阳等城市, 其小微企业比例分别为 35.46%、14.6%和 12.45%, 累计占到全省的 62.51%, 小微企业数量与该地区的人口、面积等自然禀赋密切相关, 集中于相对较大的城市。就行业而言, 小微企业集中于批发和零售业、制造业以及租赁和商务服务业, 其比例分别为 39.83%、19.85%、9.12%, 累计占全省的 68.8%, 第三产业小微企业累计达到七成。

从近二十年的数据来看, 小微企业数量增长迅猛。若将其分解为三个产业的增长, 不难发现第三产业小微企业的增长趋势与全省小微企业的总体增长趋势几乎趋于一致, 由此可以看出第三产业对小微企业的带动作用。而第一产业小微企业数量增长极为缓慢, 第二产业增长速度居中。结合三个产业的从业人数增长趋势, 除第二产业之外, 其余两个产业的从业人数与小微企业数量同增, 反映了: 第二产业在劳动成本激增的背景下, 生产要素结构有了明显的调整; 近二十年来第三产业发展迅速, 服务业小微企业在提供就业机会、缓解就业压力方面做出了巨大的贡献。进一步, 在第三产业中, 战略新兴产业—信息服务与软件的增长非常迅猛, 与第三产业和企业总数趋势一致, 新兴产业的小微企业与法人企业相比二者差异悬殊, 前者增长十分悬殊迅猛。截至 2013 年底, 战略新兴产业的小微企业数量达 6859 家, 所占比例为 2.34%。但从新增就业人口来看, 法人企业明显强于小微企业。类似于第二产业, 从业人数与开立企业数并未同步增长, 暗示战略新兴产业小微企业的生产要素也在发生变化, 是否知识与技术的含量增加需要进一步验证。

表 2 小微企业数量分布表

区域排序	频数	比例	累计	行业排序	频数	比例	累计
1 武汉	103,703	35.46%	35.46%	1 批发和零售业	116,454	39.83%	39.83%
2 宜昌	42,741	14.60%	50.06%	2 制造业	58,026	19.85%	59.68%
3 襄阳	36,424	12.45%	62.51%	3 租赁和商务服务业	26,655	9.12%	68.80%
4 十堰	15,926	5.44%	67.95%	4 建筑业	15,420	5.27%	74.07%
5 黄冈	14,658	5.00%	72.95%	5 房地产业	12,755	4.36%	78.43%
6 黄石	11,686	4.00%	76.95%	6 科学研究和技术 服务业	11,194	3.83%	82.26%
7 荆州	11,403	3.9%	80.85%	7 住宿和餐饮业	9,712	3.32%	85.58%
8 孝感	9,836	3.33%	84.18%	8 交通运输、仓储和 邮政业	9,162	3.13%	88.71%
9 咸宁	9,185	3.12%	87.30%	9 居民服务、修理和 其他服务业	8,034	2.75%	91.46%
10 恩施	8,595	2.92%	90.22%	10 信息传输、软件 和信息技术服务	6,859	2.36%	93.82%

湖北省各市州小微企业所占的比例均在 45%以上，且小微企业所占比例最高的三个市州分别为武汉、宜昌和襄阳，这三个市州同时也是湖北省 GDP 的前三。经济越发达的地方，体现经济活力的小微企业创业活动也越频繁，小微企业所占比例越高。

表 3 变量定义

变量	测度
被解释—生存状况	
1.新增企业数	由于小微企业平均寿命为 5 年左右,最近五年成立的企业数
2.创业活跃度	一年成立的企业数
3.企业稳定性	企业加权平均寿命(企业家数作为权重,未包含 1949 年之前成立的企业)
解释—“生态位”	
1.市场空间	地区人口/小微企业数量
2.生存密度	小微企业数量/地区面积,反映地理空间上的密度
3.生态重叠度	通过行业密度反映,排名前五的行业的赫芬达尔指数。该数据越大表明行业集中度越高,重叠程度越高。
控制—生态环境	
4.产业结构	该地域全部法人单位的第一产业、第二产业比例
5.规模结构	该地域全部企业法人中小微企业所占比例
6.GDP	国民生产总值
7.面积	计量单位为平方公里

2. 湖北省小微企业生存状况多元回归分析。

为了反映企业生态对企业生存的影响,以新增企业数、创业活跃度和企业稳定性四项指标作为被解释变量,以生态位为解释变量,以代表中观经济环境的区域产业结构和经济结构以及代表生态环境的GDP、面积、人口为控制变量,构建多元线性回归模型,变量定义如表3 所示,相关分析未发现解释变量之间的显著相关性,统计检验排除了多重共线性。

实证结果表明,代表三次回归的方程整体性的F 值,分别为261.787、55.243 以及56.019,所有的回归方程整体上均通过了显著性检验,在一个企业生命周期内影响其新增数量的因素有生态位重叠度、产业结构、经济结构和国民生产总值;影响一年之内的创业活跃度的因素除了生态位重叠度之外,生存密度和第一产业的法人企业比例也显著影响小微企业开业数量,其他影响因素不变;而影响企业稳定性的唯一因素是企业的规模结构。

(1) 宏观经济环境是决定小微企业数量的关键因素。无论是一年以内还是5 年以内,市州的GDP都与小微企业数量存在显著的正相关关系,印证了小微企业的环境决定论,即小微企业是一个环境被动适应的经济群体,不仅寄生于一定的产业,更寄生于一定的区域经济。说明经济环境越好的地市,小微企业创业活动越活跃;小微企业创业越活跃,其所占企业法人比例也越高。

(2) 中观的经济结构也影响小微企业的创立，小微企业一定程度上与第一、二产业存在寄生关系。由于小微企业集中于第三产业，无论是5年内开业的小微企业还是年内开业的小微企业数量都与第二产业存在显著正相关，而年内开业的小微企业数还与第一产业法人比例相关，说明小微企业与第一、二产业的存在一定的寄生关系。

(3) 企业生态位影响小微企业的创立策略选择，小微企业以集群生存为主。虽然市场空间与生存密度没有对5年内新增企业数产生明显影响，但是进一步的生态重叠度却有显著影响。重叠度越高的市州，5年内新增企业数量越多，反映了企业的联盟策略，说明大部分小微企业是依据集群优势生存的。小微企业集群生存的另一个支持证据是经济结构，回归结果显示小微企业所含比例越高的市州新增小微企业数量也较高，“扎堆”是小微企业较为显著的特征。群生态的概念适合于解释小微企业，且小微企业群生态的特征较为显著。

(4) 地理空间上的过密不利于小微企业创业。依据回归二的结果，生存密度越大的市州年内新创立的小微企业数量越少，说明虽然小微企业的创立与产业结构关系较为密切，存在产业集群效应，但是地理空间上过密的生存状况意味着生存空间的饱和，符合生态位理论对生态密度的描述。

(5) 生存状况对小微企业退出的影响。由回归三，在小微企业比例越高的市州，小微企业的平均寿命越低。可能有两种理解：一是小微企业扎堆的地方创业机会多，企业进退较容易，反映了创业活动较为活跃；二是竞争更加激烈，小微企业不得不频繁地调整经营方向以维持生存。

五、结论与建议

1. 经济生态环境对小微企业具有决定性影响，适度的小微企业生态重叠度。产业结构影响小微企业创立，小微企业集中于第一三产业，第二产业比例高的地区，小微企业既有集群特征又有寄生策略。一个地方的经济越发达越利于小微企业生存，创业活动越活跃，小微企业比例也越大，但是当生存密度达到一定程度，小微企业面临更加激烈的市场竞争，因为高生态位密度和重叠度会缩小各企业的市场份额，加剧市场竞争，从而降低其稳定性，此时部分企业选择退出，生态系统达到一定稳态，因此，在经济发达地区信息服务尤为重要。

2. 自然生态环境与小微企业数量不相匹配。虽然小微企业对就业的贡献显而易见，但是小微企业与人口总量和人口密度均不存在关联性，意味着人口密度较大的地区并不一定小微企业数量就越多，即小微企业密度不足，如何扶持人口密度较大的地区的小微企业发展应该是未来的一个政策导向。在经济发达的城市，小微企业具有较为优越的生存环境，如完善的基础设施、相对广阔的市场及丰富便利的融资渠道，而在欠发达地区，落后的基础设施和公共服务不利于小微企业降低经营成本也难以吸引各种人力资源，长期以来处于一种相互锁定的滞后发展状态，政府更应立足本地为小微企业提供全方位的服务。若将产业相关的小微企业整合成产业集群，建立属于此群体的区域品牌，对众多小微企业的稳定性会有明显的提升作用。[8] (P220)

3. 小微企业之间既存在竞争关系，也存在共生和互补关系，适当扎堆更易于市场的形成，产业政策适度引导，构造功能完备、生态宽度适宜的的产业生态链，小微企业仍然是中观层面支持政策的重点。集群内的分工和协作使各企业专业化程度得到加强，有利于产业链的形成，对企业生产成本的降低、生产效率的提高有重要作用，产业集群形成之后，其市场竞争力和影响力逐渐增强，能够吸引更多投资者进入，进一步扩大区域品牌的影响力，集群规模扩大后，对其他行业产品和服务的需求也会随之上升。相关行业相互合作，进一步整合形成范围经济，将再次降低生产成本、提升市场竞争力。

4. 实现生态位分化，另辟生存发展空间。小微企业集群特征较为明显，但是在高生态位密度和重叠度的情况下，企业面临的生存风险和竞争压力较大，差异化策略还存在拓展空间。小微企业可采取缝隙生存策略，在企业生态系统中的生态位空缺处寻找生存和发展空间。小微企业应对自身掌握的各项资源条件进行分析，根据现有条件确定发展方向，可更多地考虑大企业未涉足或不愿涉足的行业，积极开拓新兴产业，此类领域生态位密度和重叠度都较低，生存风险较小。

5. 培养小微企业自身的资源意识和市场能力。由于自身的小规模特征，小微企业在发展中受到许多因素制约，如资金、人才等。小微企业资金来源渠道窄、获得成本高，影响小微企业的资金运转效率，阻碍其规模扩大的进程；且多数小微企业产品和服务品种过于单一，受季节性或经济周期的影响波动较大，抗风险能力弱。在激烈的竞争中小微企业应注重加强企业自身建设：提高管理水平，提升企业的生产运营效率；注重企业文化建设，增强企业凝聚力和向心力；树立良好的企业形象，增强市场影响力和竞争力；完善企业财务核算制度，为企业信用评级提供可靠基础；提升产品和服务质量，强化信息意识，增强抵御市场风险的能力。

参考文献：

- [1]Grinnell J.The niche-relationships of the California Thrasher.1917,The Auk, 34.
- [2]Hannan, Michael T., & John Freeman.Organizational Ecology.Harvard University:Cambridge, 1993.
- [3]万伦来.企业生态位及其评价方法研究[J].中国软科学, 2004（1）.
- [4]胡振华, 张宁辉.基于生态位构建的企业动态核心竞争力分析.当代财经, 2010（2）.
- [5]严莉, 吴桐.大中型企业带动小微企业发展研究综述[J].财会通讯, 2015,（36）.
- [6]李文博.集群情景下小微企业进化创业行为的驱动机理——话语分析方法的一项探索性研究[J].科学学研究, 2014,（3）.
- [7]王益锋, 吴亚萍.基于生命周期理论的小微企业发展[J].科技进步与对策, 2013,（4）.
- [8]朱元双.产业集群条件下小微企业品牌建设的路径分析[J].江西社会科学, 2015.（11）.