

获取动态比较优势的湖南花炮产业发展策略^①

陈 懿^{1, 2}

(1. 中南大学商学院, 中国湖南长沙 410089;

2. 湖南省国税局科研所, 中国湖南长沙 410007)

【摘 要】动态比较优势理论是随着1950年代企业竞争趋向于产品与服务的差异化等新特点而产生的。在技术内生的情况下,静态比较优势并不是永恒,而是随着时间的推移而逐步演进的,需要通过创新,加强政府监管和规划等措施来促进静态比较优势的初始模式发生转化,从而获得持久的动态比较优势。这对分析湖南花炮行业发展现状,通过利用既有产业优势、规划花炮产业长远发展、获取持久的动态竞争优势具有重要意义。

【关键词】动态比较优势; 湖南; 花炮产业

【中图分类号】F590

【文献标识码】A

1 动态比较优势理论概述

动态比较优势理论是在比较优势理论的基础上发展起来的。该理论认为在技术内生的情况下,比较优势并不是永恒不变的,而是随着时间的推移而逐步演进的。一国当前的比较优势模式可能与其长远的发展相冲突,按照当前比较优势从事的专业化生产未必能够带来国家的福利最大化,甚至有可能带来经济福利上的损失。此外,静态贸易理论无法提出赶超战略,解决产业结构升级情况下的产业跨阶段发展等现实问题。与侧重于静态分析方法,强调资源禀赋等方面的比较和贸易交往中的扬长避短,提倡劳力、原材料、生产规模等比较优势相联系等的传统比较优势理论比较,动态比较优势理论更强调技术、信息等渗透力强的新型要素对产业发展的持续的、动态的影响力,更强调在发展中形成的要素竞争优势对整体的辐射作用,以及这种能力的持久性和稳定性。

花炮产业是湖南特色产业之一。湖南花炮产业的既有优势,主要在于数量型的人力优势、传统技术和市场等方面。但因为人才挖掘、传统技术流失、市场恶性竞争等情况的存在,这些优势已不突出,影响了湖南花炮规模化、品牌化和技术化产业格局的形成。目前,花炮产业正处于一个激烈竞争的时期,国内从事花炮生产的省份已超过了80%。同时,传统产区还演绎着恶性竞争,产业内仍以拼成本、拼资源为基本竞争模式。尽管外销花炮市场的销售在持续增加,但所进行的仍以贴牌生产为主,赚取得是少量加工费,巨额利润多被国外经销商所掠走。以“ST花炮”为代表的湖南花炮产业,已连续几年亏损。因此需要从动态比较优势理论角度,对花炮产业的发展策略进行分析。目前,国内关于花炮产业的比较优势研究仍多侧重于静态优势研究方面,如梁仲(2006)从浏阳花炮的安全经济角度分析了比较优势,曹休宁(2006)分析了花炮产业集群与区域经济发展中的比较优势,周强(2006)从品牌角度探讨了创立花炮产业比较优势的思路。

¹ ① 收稿日期:2007-08-15; 修回日期:2007-11-20

作者简介:陈懿(1974—),男,湖南永顺人,博士生。主要从事财税政策、产业政策研究等。E-mail:Chenyiyun2005@yahoo.com.cn。

2 湖南花炮产业发展的动态比较优势分析

2.1 花炮产业基础优势的分析

花炮产业的形成，有其特殊的资源背景、技术条件和人力等优势背景。湖南素有“花炮之乡”的美誉，湘东北地区的浏阳等地，早在1 000 余年前就开始了花炮的生产，有着较为雄厚的文化背景；其次，花炮的生产技术，在湘东北地区得到了世代传承和发展，有着其他地域无法比拟的人脉渊源和技术基础；再次，花炮生产仍无法实现大规模的集约化生产，属于劳动密集型的产业，需要大量的产业工人。这是花炮产业为什么兴起于湘东北的主要原因。

2.1.1 数量型人力资本。花炮生产是劳动密集型生产，所需劳力甚多，资本劳力比为3 万元 人。目前，花炮生产还无法实现大规模的机械化生产。从花炮的原料加工、烟火药制作到制成产品，有包装、运输和储存等大约20 余道工序，基本依靠人力完成。由于湖南是花炮的传统产区，熟悉并可从事花炮生产的熟练工人多。劳动力密集、传统制作经验丰富的优势，是新兴花炮产区所无法拥有的。在花炮产业实现技术升级和转型的情况下，将这些熟练工人进行再培训所需的成本也较低。

2.1.2 主产地优势。湖南是国内最大的花炮产区。集中于湘东北浏阳、醴陵等地的花炮产区，2005 年共有各类花炮企业2 300 余户，产品远销世界150 余个国家和地区，并解决了当地逾70 万人的就业，而且是当地主要的财政收入来源。其中，仅浏阳2005 年就内销花炮18 亿元，占国内市场18.8%，外销19 亿元，占国际市场的37.2%，实现税收收入5.16 亿元。醴陵2005 年内销花炮15 亿元，占国内市场的15.68%，外销花炮3 亿元，占国际市场的5.9%，实现税收收入0.87 亿元。强有力的国内外市场占有份额，以及稳步增长的财政收入支持，是湖南花炮产业转型升级的基本前提。

2.1.3 市场发展优势。据有关资料显示，花炮需求近年呈高速增长的趋势。1998 年全世界花炮销售收入为50 亿元，1999 年为65 亿元，2000 年则达到了70 亿元，2002 年突破了100 亿元大关，2003 年达到了130 亿元。同时，随着近年国内各大城市对花炮燃放的解禁，花炮市场的需求将进一步放大。加之花炮产业的调整和一批中小企业的关闭，花炮产业的集聚度也在增加。从长远发展看，花炮的市场需求是逐步递增的，花炮产业仍处于产业发展的上升期，这是湖南花炮产业发展的大背景。

但这些静态优势从另一角度看，又是较为脆弱的。湖南花炮产业的发展，与其他产地基本处于同一水平，基本处于“粗、散、小”的粗放发展阶段。迄今为止，湖南花炮产业的生产所采取的密集劳力投入，家庭作坊式生产为主的模式没有得到根本改变。花炮生产安全性差，技术含量偏低，生产技术基本靠“传、帮、带”的情况，尚不能有效解决。这样，随着湖南花炮产区劳动力成本的增加，花炮资源的逐渐耗尽和传统技术的逐步外流，以及外销弱格局的无法改变，这种既有优势很容易被突破。从根本上分析，构建湖南花炮产业的动态比较优势，促进花炮产业研发、监管和安全生产的逐步升级，并逐步提高市场控制能力，是保证湖南花炮产业有效发展的关键。

2.2 湖南花炮产业存在的动态比较优势

2.2.1 雄厚的文化基础和研发优势。礼仪在“礼仪之邦”的汉文化社会的传统生活中占有极其重要的地位。花炮燃放是这一地区传统节日所不可或缺的节目，并给民族民俗文化注入深沉厚重的内涵。除了过年、除夕、元宵、清明、端午、中秋、重阳等传统节日，需要用燃放爆竹烟花来以示庆祝外，诸如燕尔新婚、生子添丁、高堂祝寿、生意开张、功成名就，或者丧葬亲朋，重大庆典等等，也通常用燃放烟花爆竹的方式来表达喜庆或哀悼。特别是元宵节那天，无论是达官显贵，还是平民百姓，都会在这一天燃放大量的烟花来表达喜庆欢愉的心情。湖南浏阳等地是花炮的原产地，花炮生产的历史十分悠久。自唐宋以来就开始制作的“鞭炮”，是现代花炮的鼻祖。浏阳市区至今尚存花炮祖师李畋的祭庙。2002 年后，又将国际烟花协会总部永久设在了浏阳，并每两年举办一次国际性的“国际花炮节”。这种独有的文化背景和优势，是其他地区所无法拥有的。此外，湖南花炮已多次获得国际大奖，也研制出礼花、火箭等6 大类产品，拥有200 余项专利和1 000 余种新产品，花炮文化正向以冷光烟花为代表的安全、环保、艺术型烟花迈进。此外，湖南开办有专业的花炮研究所，在高等院校也开设了专门的花

炮高职班，并创办了全国唯一的花炮学校，是国内最为集中的花炮人才培训基地。在湖南、广东、江西、江苏、河北等省区，还建有花炮质量监督检测中心，保证了花炮售后安全。

2.2.2 较为丰富的监管经验。在浏阳等花炮主产区，当地政府经过数十年的治理，已经积累了较为丰富的管理经验，花炮管理形成较为严密规范的网络。在部分产区，花炮规模集团也在组建，现代化的生产方式正进入这个传统产业。同时，当地政府在加强安全生产，取缔小作坊、黑作坊生产方面也很有成绩。在浏阳等地，花炮生产中“村村点火，户户冒烟”的格局得到初步解决，促进了湖南花炮产业布局的优化。而且，在税费政策、银行信贷等政策支持上，政府集中对有市场、有技术和发展潜力的企业实行了倾斜，取消了部门创收，割断收益部门化的来源。

2.2.3 优越的区位地理优势。从湖南发展花炮产业的区域优势分析，地处湘东北的花炮产区，与我国第二大花炮产区——江西的上栗等地毗邻，形成了我国现有花炮生产格局中的“金三角”区域。尽管目前两省在花炮生产的协调中尚有较多工作要做，但这种自然的产业集聚格局一旦得到充分利用，是可以发挥突出作用的。

3 构建花炮产业动态比较优势建立的制约因素

3.1 花炮产业的品牌张力不足

湖南花炮产业缺乏知名品牌的问题较为突出。即使是著名的“浏阳花炮”，也仅仅是一个地名商标而不是具体的产品品牌。花炮企业的利润增长和市场拓张，受到了较大的制约。缺乏知名品牌，是导致企业始终处于市场末端、科技技术无法提升、抗风险能力差等原因的基础。这在国际市场中体现的更为明显。尽管花炮产品早已步出国门，但最终使用的都不是国内品牌。其结果是花炮企业承受了国际市场的动荡风险，却只获得微薄的加工生产利润。可以讲，品牌张力不足的直接后果，就是既有的资源和产品优势，无法转化为效益和品牌优势。

3.2 花炮产业存在的无序竞争

花炮产业进入门槛较低，对厂房、设备等资本要求较少，而且长期以来都是以手工传授为主，使得花炮生产有着迅速扩大的基础。但同时花炮产业又是一个高危产业，且不论因生产布局分散、企业规模小、竞争秩序混乱和利润空间小等问题所带来的影响，即使从产业集聚度和规模生产的角度，也需要进一步改进现有的生产模式。提高花炮产业的准入门槛，不仅可提高生产安全性和提升产品质量，也有利于解决由于生产布局散乱等所带来的储存、运输等系列问题。

4 基于动态比较优势的湖南花炮产业发展策略

4.1 建立安全型的产业新格局

花炮作为娱乐性和文化性象征的产品，人们在观赏娱乐之余，最看重的就是消费的安全性。花炮生产的安全性，不仅是企业生产的自身风险，也是湖南花炮产业面临的整体性风险。每一次重大安全事故的发生，都会面临全面的整顿和对品牌的严重冲击。这对于维护花炮产业的国际国内形象，提高产业竞争力也是很重要的。湖南可成立省级花炮管理综合协调机构，以解决花炮生产的安全性，规划长远发展，协调管理等问题，并从技术、资金、管理和人才等方面，予以必要支持。

4.2 鼓励知名品牌的创建

“一类企业做标准，二类企业做销售，三类企业做产品”。今后一段时期，随着花炮燃放解禁，以及传统文化风俗的升温，国内花炮消费将迎来一个黄金期。因此，确立品牌战略，利用集团优势创建知名品牌，使品牌成为提高市场占有率的高速

通道。通过整合花炮发展资源，逐步摆脱为外商贴牌生产的尴尬局面，培养一批拥有自主产权的知名品牌，建立高质量、高安全、高清洁的湖南花炮形象，不仅是当务之需，更是治本之策。在国内，积极通过媒体、网络等媒体，引导树立花炮消费的品牌意识，实现“人无我有，人有我优”。在国际上也要建立有效渠道和国际品牌，增加竞争筹码。

4.3 积极推进技术创新

创新是解决花炮产业面临的竞争、资源等问题的根本途径，这种创新体现在：①技术支撑创新。需要确立湖南花炮产业发展的技术优势，重视研发力量的整合，注重技术研发的应用，实现技术的隔代储备和及时更新，保持技术上的领先地位。②信息技术创新。这能够提高产业管理、市场营销等活动的效率。③资金运作创新。资金瓶颈是困扰产业发展，特别是新设企业成长、企业创新等问题的关键。除了既有的银行融资、上市筹资等途径外，建立创新基金，引进外来资本也是要考虑的途径。

4.4 构造“金三角”花炮产业群

花炮产业的高危险性质及产业集聚生产的特点，要求加强对产业的规划和政府监管。一方面，非集聚产地的危险性远大于集聚度高的主产区。政府可以制定长远规划，利用市场和行政手段，有计划实现花炮产业非主产区的逐步退出，逐步实现花炮产业从不具备动态比较优势的非主产区逐步退出。另一方面，根据目前花炮主产区的基本布局，应当协调湖南主产地的分工，构造花炮产业“金三角”地带，进一步发挥产业的集聚效应。初步的考虑，可以实现湖南与江西花炮生产联手，利用湖南既有的产、学、研优势，实现两省四地生产的分工。浏阳建成以花炮外销为主，兼顾国内花炮科研、教学的主基地，而其余三地则负责内销产品的生产，并根据各自优势适度分工，避免无序竞争的内耗。同时成立类似职能民间自律组织，统筹花炮监管等。

参考文献：

- [1] 曹休宁.产业集群与区域经济发展[J] .经济地理, 2006 , 26 (6):992-1005 .
- [2] 陈平. 我们的企业为什么做不大[J] .辽宁财税, 2002 , (7):4 -6.
- [3] 张海燕. 浅析产业集群创新的竞争优势发挥[J] .经济理论研究, 2005 , (5):16 -20 .
- [4] 邓特. 试析浏阳聚集经济及其科学发展[J] .特区经济, 2004, (9):19 -21.
- [5] 陈懿. 湖南花炮产业发展调查报告[R] .湖南省国税局, 科研所:湖南省税源建设调查报告, 2006 .
- [6] 梁仲. 基于安全经济的花炮产业集聚研究[D] .长沙:中南大学, 2005 .32 -49.