重庆产业集群发展的必由之路——建立、提升、整合专业市场

马 凌[1] 张亚男

(重庆邮电大学，重庆 400065)

【摘 要】专业市场是产业集群的市场主体。本文以重庆为例，结合其专业市场现状，提出建立、提升、整合专业市场的途径和措施，以促进产业集群的日臻完善。

【关键词】产业集群;专业市场;措施;途径

【中图分类号】F713.581**【文献标识码】**A

产业集群是一种重要的经济组织形式，对我国经济发展做出了巨大贡献。目前，重庆的产业集群正处于发展初期，专业市场的建立、提升、整合将有效地促进产业集群的发展和完善。

1 重庆专业市场的现状分析

1.1 产业集群与专业市场

1.1.1 产业集群

产业集群((industrial clusters)又称企业集群，产业群簇，是美国学者迈克尔·波特在《国家竞争优势》一书中正式提出的，主要是指在特定的领域中，具有共性和互补性且相互关联的专业化产业组织。产业集群是一种世界性的经济现象，从国际范围看，产业集群已经成为工业化进程中的普遍现象，工业发达国家几乎所有较强竞争力的产业都采取集群方式。

1.1.2 专业市场

专业市场是指在一定区域内形成且具有较强辐射能力，以一种或几种有逻辑关系的商品为主要的交易对象，根据市场经济规则运行的有形或无形的现货商品交易市场。与传统市场相比，专业市场具有分工细、运转速度快、吞吐能力强、辐射范围广等特点。

专业市场是一个集贸易、管理和服务于一体的商贸集群，与产业集群的发展具有较好的互动性。产业集群能产生显著的外部经济性，较好的降低市场交易费用，提供市场低价位的支持，有利于专业市场交易规则的确立及竞争优势的发挥。

结合重庆产业集群的发展现状，专业市场作为一种节约交易成本的制度安排而存在是毋庸置疑的。重庆是西部经济中心，经济发展具有明显的区域层级差异，城市化的总体水平不高，低收入人口占有相当高的比例，这些都给专业市场的存在提供了

[1]**收稿日期**:2007-10-17
基金项目:2006 年重庆市哲学社会科学规划项目“重庆与沿海产业集群发展模式的比较研究”(项目编号 2006-JJ31)
作者简介:马凌，重庆邮电大学经济管理学院教授，管理科学与工程研究室主任。研究方向:管理学、组织行为学、人力资源管理。张亚男，重庆邮电大学经济管理学院管理科学与工程专业硕士研究生。研究方向:管理学、市场营销学。

前提。

1.2 重庆产业集群及专业市场的现状

重庆是我国的老工业基地，在机械制造、金属材料、医药、农业等方面都具有良好的基础。重庆是我国最大的摩托车生产基地，汽车产量现今已跃居全国第四位，重庆拥有亚洲最大的铝加工厂，是全国十大机电产品出口基地之一。

目前，重庆正在着手打造两车(汽车、摩托车)核心部件产业群，生物医学工程高端产品集群等形式多样的产业集群。但是，重庆集群整体发展水平还处于初级阶段，其经济结构、产品结构、企业组织、技术水平还未能适应国内经济发展和市场总体环境的阶段性变化。与沿海地区相比，重庆专业市场形成较晚。

朝天门服装交易市场成型于 1991 年，批发的商品除面向重庆外，还覆盖了云南、贵州、陕西甚至西藏等两百多个市县。现今，随着服装产业的升级，朝天门服装批发市场也相应的处于再造期。2003 年，璧山鞋业的崛起打造了中国西部鞋都的美誉，预计到 2010 年，鞋都出口数量将达到 1000 万双，加之“东鞋西移”，西部鞋都将进一步发展壮大。

2007 年，重庆巴南区投资 25 亿建设的五大特色专业市场已基本落成，已建成凯恩国际家居名都、重庆闲置设备交易市场、渝南汽车超市等市场。这些市场已产生明显的集聚和辐射效应，成为该区招商引资的重要途径。

预计待五大特色专业市场全部建成后，年经营收入可达 115 亿元，实现利税 26 亿元能解决 3 万人以上就业。尽管重庆专业市场的发展呈现上升势头，但与浙江、广东等发达省市相比，其整体水平仍处于起步阶段。

2 专业市场对发展和完善产业集群的重要作用

在我国，义乌的小商品批发市场、浙江海宁的皮革城、永康科技五金城等都是较具代表性的专业市场，对区域产业的发展显示出良好的促进作用。迈克尔·波特在竞争优势理论基础上对产业集群进行研究，指出产业集群的成功与否最终取决于市场。专业市场作为产业集群市场主体，对产业集群发展的重要作用主要表现在以下三个方面:

(1)专业市场作为我国现阶段一种高效的产品交易市场，可以促进分工的深化，带动产业集群的形成。

产业集群内部企业之间的关系中隐含着专业化分工与协作，这是集群化的基础条件。专业市场大大降低了分工深化初期的协调成本，打破了集群间市场分割，协调了集群内分工，从而增加了企业数量，扩大了企业规模，产业集群相应形成。

(2)专业市场的信息优势，能促进区域内产业集群的良性发展。

专业市场的交易行情作为社会大市场基本行情的缩影，汇集了产、供、销的大量信息，并快速、低成本向集群企业提供信息，成为企业调整产品结构、开发新产品的主要决策依据之一。企业通过专业化市场信息的迅速反馈和传递，对变化的市场做出快速准确的应变，促进产业集群的持续发展。

(3)专业市场的激烈竞争，形成对产业集群升级的强有力支撑。

专业市场近似于完全竞争市场，强化了竞争机制的作用力度，带来了集群企业技术进步的动力。激烈的市场竞争能够促进企业不断改善经营管理、提高产品质量和降低生产成本推动产业集群内部产品、技术和企业结构的优化，促进集群产业升级及产业结构调整。

3 建立、整合、提升重庆专业市场的途径和措施

3.1 建立专业市场的三条途径

3.1.1 专业市场与龙头企业相互交融

专业市场与龙头企业都对产业集群具有依赖性，都具有辐射带动能力，都强调专业分工与协作，都依赖优良的公平竞争环境，都对区域经济具有强大的影响力。专业市场与龙头企业相互促进、共同发展，正确处理专业市场与龙头企业的关系，有利于专业市场的形成与发展。

众所周知，重庆是我国最大的摩托车生产基地，汽车产量也位居前茅，重庆长安、庆铃、重汽、嘉陵、建设、力帆等都是在国际、国内具有较好竞争优势的整车或零部件企业集团。建立与龙头企业产品相适应的市场体系，是建立专业市场的一个有效的途径。

3.1.2 专业市场与工业园区共同发展

浙江是我国产业集群和专业市场形成最早的区域之一，浙江近年形成了一批在工业园区产业集群基础上诞生的专业市场，在经济发展中显示了强大的竞争力。专业市场与工业园区交映的格局，将产业、生产、销售有机结合，有效的整合了资源，最大限度降低了生产交易成本从而形成了引领产业发展的中心。

2007 年重庆将加快北部新区、经开区、高新区、西永微电子工业园、长寿化工园区等 30 个特色工业园区建设，这将为专业市场的培育与发展奠定坚实的基础。

3.1.3 东部产业集群的西部迁移

东部产业集群的西部迁移，为西部专业市场的形成提供了难得的契机。以纺织行业为例，2007 年上海纺织控股集团将旗下的上海三毛股份有限公司 36.1%股份以国资划转方式，零置换给了重庆轻纺控股集团;山东如意集团投资 40 亿在三峡库区万州建立的世界上规模最大的紧密纺基地主体厂房也将竣工;雅戈尔西部公司在重庆投产的 15 万套西服也将下线。

纺织行业的大举西进，使得重庆有望打造西部最大纺织基地，从而形成服装、纺织品等新型专业市场。

3.2 提升与整合专业市场的相关措施

3.2.1 利用商品定位与品牌创建提升专业市场的整体形象

专业市场不应该是低劣产品甚至假冒产品的代名词，专业市场应该树立良好形象，对产品层次进行合理定位，产品应分为高中低等不同档次，以满足不同的市场需求。同时，专业市场应建立品牌战略，引入和开发名牌精品，打造鲜明个性的品牌形象。据 2006 年相关数据显示，重庆专业市场中新产品产值增长 39.5%，新获中国名牌 11 个，中国驰名商标 4 件，但与广东、浙江相比还存在差距。

打造具有影响力的品牌，形成专业市场内统一的品牌优势是提升专业市场整体形象的必要措施之一。另外，对于重庆汽车，摩托车这样大型集群内的专业市场，还可以考虑与国际知名展览公司合作办展，通过展会形式 J 决速提升国际市场知名度。

3.2.2 运用现代物流提升专业市场的集约化水平

专业市场作为商品中转基地，高效的运输速度和低廉的运输成本是专业市场的竞争优势之一。

专业市场的发展离不开现代物流的发展。2006 年，重庆实现物流增加值 252 亿元，占全市 GDP 的 7.2%，物流的发展对经济增长的贡献可见一斑。

重庆是西南地区的物资集散地和长江上游最具活力的商贸中心，现代物流建设直接影响专业市场在西部地区的拓展。重庆应充分利用两江通筒的便利交通，加快枢纽型、功能性、网络化公路建设，使物流产业更加多元化、专业化、集团化、信息化。

此外，重庆还应加强与国际知名物流公司合作，利用国际物流企业成熟的物流网络，积极拓展国际物流业务，适应国际化的发展趋势，促进专业市场的纵深发展。

3.2.3 在电子商务环境下对专业市场运行模式进行重新构建

电子商务作为现代信息交换系统，其信息传递不受时间空间限制且成本低廉，对传统有形市场的国际化意义重大。

目前，在我国仅有 8%的专业市场应用电子商务，且主要集中在浙江、广东、江苏等经济发达省份。重庆作为我国新近开发的经济试验区，电子商务在专业市场中的应用对西部城市具有示范作用。

重庆制造业、高新技术业等大型的专业市场应依托有形市场，大力发展电子商务以进一步提高信息沟通效率，积极促进市场交易方式的国际化。

3.2.4 充分发挥政府作用

在我国产业集群和专业市场的发展中，政府尤其是地方政府对市场经营环境起主导作用。

重庆地方政府应结合重庆及周边现有资源、网络优势，完善专业市场配套设施，加快金融、法律、安全体系等建设，为专业市场的发展提供高水平的监管和服务。

此外，政府还应结合产业集群的布局，合理规划专业市场布局，避免重复建设。

重庆的产业集群正处于发展和完善时期，与之相配套的专业市场也正处于一个全新的建设、提升、整合阶段。重庆专业市场应充分利用自身已有的集群优势，在政府的引导及相关产业的支持下，尽快发展成为开放、创新、国际化的商品流通业态，促进重庆产业集群的日臻完善。

参考文献

[1][美]迈克尔波特.竞争论[M].北京:中信出版社，2005

[2]郑勇军.解读市场大省:浙江专业市场现象研究[M].杭州:浙江大学出版社，2002

[3]陶全国.传统产业集群与专业市场发展[J].中国流通经济，2005,(5)

[4]杨强，姚岗.产业集群与专业市场的互动发展[J].经济纵横，2005,(6)

[5]陈红儿，麻勇爱专业市场面临的挑战及创新战略[J].农业经济，2004,(4)