

水晶产业集群价值增值链升级路径比较研究

——基于浙江浦江和江苏东海的案例分析

李 敢

(浙江工商大学 公共管理学院, 浙江 杭州 310018)

摘要: 价值增值链理论运用于工业地理的产业升级研究已经颇为丰富,但是,这一理论在文化产业集群方面适用性尚有待于补充完善,例如,在象征意义浓厚的工艺美术品市场,是否存在传统产业集群优势分析中尚未涉及到问题,如果存在,则其有哪些体现,等等。基于对浙江浦江和江苏东海水晶产业集群的比较分析,试图探究价值增值链分析视角下两类水晶产业集群的升级路径及其所产生的社会—经济效应。

关键词: 价值增值链; 文化产业集群; 水晶产业; 浦江; 东海

中图分类号: C91; F069.9; G124 文献标识码: A 文章编号: 1672-6049(2015)02-0001-06

一、研究问题提出

水晶属于稀有矿物大类,宝石的一种,石英结晶体,主要化学成份是二氧化硅,纯净时,多形成无色透明晶体,因其用途广泛而大受工艺装饰品等多种市场青睐。在成因类别上,水晶大致包含了人造水晶(也称之为水晶玻璃)和天然水晶两大类。按照国家统计局《文化产业及相关产业分类(2012)》标准,作为文化产业的一个分支,水晶产业生产制造和加工销售从属于“文化产品生产”门类之下工艺美术品的生产范畴,为文化产业的有机构成部分。

在我国,水晶产业集群主要位于江苏东海县和浙江浦江县。两地水晶产业都具有一般产业集群特质。只不过,前者主要从事天然水晶,后者主要从事人造水晶。有意思的是,东海和浦江两地在同一时间获得“水晶之都”的封号。总体而言,这些年,东海和浦江两地的水晶产业发展都较快,也都衍生出不少经济社会问题。而且,

对于东海和浦江而言,水晶产业都是它们的支柱性产业之一。“水晶之都”也是两地对外宣传的一张好名片。基于对东海和浦江两地水晶产业演化历程与优劣势的比较分析,本文尝试以价值增值链理论为出发点去解答两地水晶产业集群各自可能的升级路径,借此讨论希冀其有助于拓宽价值增值链理论在文化产业范围的适用性。

二、核心概念和分析框架

(一) 价值增值链

价值增值链(value added chain),适宜反映价值链具体环节部分的增减变迁,这一术语当为科洛特在其论文“全球战略设计:竞争和比较的增值链”中所提出:价值增值链是技术、原料和劳动在生产环节的融合,经由组装形成商品之后得以进入市场交易和消费,终而实现价值增值,在此过程中,企业在价值链可能的位置取决于其核心竞争能力的大小^[1]。该定义的要义在于强调,在价值链生成过程中,哪些经营活动和技术为公

收稿日期: 2014-03-06

基金项目: 浙江省社会科学界联合会研究课题成果,课题号 2014N100;浙江工商大学公共管理学院行政管理重点学科建设经费资助,课题号 1150XJ3514003

作者简介: 李敢(1975—)男,江苏睢宁人,浙江工商大学公共管理学院教师,研究方向为比较经济社会学。

司决定所有,哪些外包给了其它企业,这些不同的经营活动分布在哪里^[2]。实际上,关于价值链及其如何增值,波特也指出,增加附加价值的创造与保护是价值链的核心经济活动,不同产业的价值创造过程可能不一样,而且,每个环节在价值创造和增值过程中所发挥的作用也不尽相同,其中,可以创造最大价值的环节被称之为“战略性环节”,基于此战略性环节之上的资源优化配置对于企业实现价值最大化和竞争优势极其重要^[3]。

(二) 文化产业集群

截至目前,整体而言,国内事关文化产业集群的系列讨论中很少见到相对系统的理论模型和分析框架。例如,倘若从集群性质、要素、功能、竞争力以及集群内价值链构成等角度去考察,如波特关于集群界定的阐释,国内其实并无多少真正实现产业化意义之上的文化产业集群,遑论文化化意义之上社会效益的实现了。而倘若将国内水晶产业集群置于文化产业议题加以审视,则可以见到其已经初步具有了文化产业集群的一些基本特质。

以笔者有限的阅读去观察,国内关于文化产业集群暨治理实证研究较有代表性的有:刘蔚认为“文化产业集群是以国际大都市为集聚点,以柔性的生产组织网络为生产模式,并嵌入到突破公司界线的个人关系网络中的集群网络”^[4]。周国梁从外部经济效应、创新效应以及交易成本降低效应三方面对文化产业集群的定义进行了界定,认为文化产业集群研究包括文化产业集群研究、文化产业区位研究、文化产业园区研究以及文化城市研究^[5]。如此等等,不一而足。在这其中,严俊关于深圳大芬油画村的分析当是一个典型案例,也是较早以经济社会学视角开展文化产业研究的一个示范,其博士论文从广义市场过程出发,提出了一个“价值—价格”关系的互动分析模型,并以此市场分层模型去分析艺术品交易的现实过程和不同的运作逻辑,丰富了原有经济学视角下的艺术品市场研究^[6]。李敢和刘米娜提出了一个以“两翼推进”与“五星共建”互动为标志的运作模型,对文化产业集群运行机制与内在的转型升级行动逻辑予以了分析,指出文化产业集群具有集群的一般特征,但也具有一般工业产业集群所欠缺的内容,即其具有可以同时面

向经济发展、文化参与和社会融合相协调共生的特质^[7]。

综上所述,文化产业集群不同于一般工业产业集群的一大特征即在于,其既可以体现于拉动经济增长,也可以体现于推动社会文化发展的转型,还有助于民众生活质量和区域形象的提升^[8]。

(三) 分析框架

依据上述研究宗旨和核心概念的界定,本文提出的分析框架为,在一定程度上,地方文化产业集群升级路径可以循沿一个“产业资本—商业资本”交织互动的分析模型予以调试。当然,关于此分析框架的构建,其既是基于对科洛特的价值增值链与加里·格里芬等人提出的全球商品链理论(Global Commodity Chain, GCC)关于产业升级阐述的修订改造^[9],也是对国内一些文化产业集群的实际发展状况的综合与提炼,例如,一方面,致力于产业全球一体化视角下对某特定地理范围内价值链各类组成活动的聚焦,以突出产业链条的组织化、产业地理位置特殊性、当地社会地方属性以及它们之间的相互融合,另一方面,希冀借此分析框架进一步去探讨东海和浦江水晶产业集群升级而可能选择的路径,以及在推动当地经济社会合作发展中可能发挥的功能和作用。

三、案例研究:两个“水晶之都”的强与弱

(一) 浦江水晶产业演化历程、成就与问题

1. 浦江水晶产业演化历程和成就概况

浦江县,位于浙江中部,隶属于金华市,素有“书画之乡”、“中国艺术之乡”、“水晶之都”等美誉,其水晶工艺品产量占据国内同类产品生产总量的80%以上,市场占有率多年保持在60%以上,为全国最大的人造水晶产品集散地。21世纪初,中国水晶博物馆的建成和中国水晶首届博览会的召开都成为浦江水晶产业发展骄人业绩的写照。

浦江水晶产业始于上世纪80年代初中期的山区乡村家庭磨珠作坊,历经十年左右的摸索性发展,到90年代中期,开始了规模性水晶灯具和水晶工艺品生产,从而为当地水晶产业大繁荣奠定了基础,并掀起了千家万户做水晶的热潮。大概又经历了十年左右,即从90年代中期到21世纪初期,是浦江水晶产业继续大发

展时期,例如,受益于浦江既有绘画等民间工艺底蕴的影响,除了原有水晶灯饰品之外,花卉首饰等各类水晶工艺产品开始繁荣,同时,这期间也是发展问题逐渐暴露的时期,例如“地下加工户”一度是正规企业的两倍以上,“僧多粥少”和不计成本的恶性竞争等行业秩序混乱问题相继浮出水面^[10]。官方媒介甚至为此专门发文呼吁“浦江水晶产业已经到了生死关头”^[11]。而最近十年则是浦江水晶产业曲折行进的十年。尤其是到了2013年,浙江省委省政府发出“五水共治”的强势治污声音,“五水共治”政策出台开始倒逼浦江水晶产业转型升级,浦江水晶产业也因此需要痛定思痛,否则,将不可避免地走往下坡路。

2. 浦江水晶产业发展演化产生的问题

(1) 环境污染

浦江水晶产业集群具有浙江条形块状经济的一般特征,量化规模经济依然是其最大特质。只是这种量化规模经济优势的代价也相对沉重,首当其冲的就是环境污染问题。例如,在生产制造过程中,水晶玻璃(人造水晶)加工过程中诸如噪声、粉尘以及铅类物质污染等一直为民众所诟病,因此,尽管浦江的水晶产业产值一直较为可观,但其环境污染问题也非常严峻。

(2) 业态芜杂混乱

由于人造水晶行业入门门槛相对较低,“家家生火、户户开灶”现象一度在浦江县内遍地开花。依据浦江经贸局2010年的一组数据,浦江县共计有12800多家水晶产品加工单位,但有工商营业执照的只有2332户,在这其中,照章纳税者为2118户。如此下去,恶性竞争和环境污染之类的负外部性势必无人承担,同时,众多杂乱劣质加工作坊的生产经营也势必引发当地水晶产业整体性的混乱无序,结果导致浦江水晶产业整体上呈现缺失具有核心竞争力的企业、产品结构单一、工艺技术相对滞缓落后、附加值低、品牌意识不强等亟待转型升级的问题。

(3) 衍生出足以影响当地经济社会稳定的破坏性力量

多年来,“低、小、散、乱”的水晶市场已经成为浦江当地发展转型面临的一个较为严重的经济和社会问题,这是因为,在浙江省内,水晶产业为经济并不突出的浦江县的三大产业支柱之一,且行业所涉人员庞杂,总从业人员达10万以上,占据浦江人口总数的1/3左右。在这其中,相当一部分从业人员为来自浙江省外的外来务工人员(也有来自浙江省内、浦江县外的人员)。这些人员起初大都曾在浦江当地水晶企业打过工,往往工作一两年后,便从各自家乡拉一帮人马陆续在浦江租房开始自立门户。浦江在环境整治过程中,这些人员一度采取不合作态度,而且,当地多起上访和群体事件中都有这些从业人员的身影。

因此,相对于地方文化制造业集群发展而言,浦江水晶产业集群尽管带来了当地工艺品市场一时的繁荣,但同时也正有鉴于其产品整体尚位于价值链中低端,产品的高品质和“高文化”意义价值均相对缺失,从而使得浦江水晶产业集群面临迫切的升级压力,如果再不改革,则很难在既有基础上实现产业的进一步发展。

(二) 东海水晶产业演化历程、成就与问题

东海县,位于江苏省东北部,总面积2037平方公里,总人口116.24万人(2011年数据),全国百强县之一(2012年—2013年)。东海县是全国最大天然水晶专业市场和世界性天然水晶原料买卖集散地,其天然水晶储量大概为30万吨上下,且品质优良,号称“东海水晶甲天下”。

东海水晶产业正式发迹于上世纪90年代初,当时一块名为“哈雷彗星”天然水晶的命名及其商业运作开启了东海水晶产业新时代,^①正是凭借其独特的审美观赏型和丰富的文化内涵,东海水晶产业逐渐由工业用途向珠宝首饰、收藏典当等方向过渡,而在此之前,东海水晶主要应用于工业。

如今,水晶产业为东海县重要经济支柱之一,全县从事水晶产业人员超20万,水晶企业3000多家(未包括家庭式小作坊),大多为中小型家族企业,年产值超100亿元。2012年,东海

^①该水晶石命名取自现今“石来运好”水晶工艺品有限公司董事长朱景强先生的创意,朱号称“水晶收藏第一人”也是东海水晶产业的最早开拓者和整个行业的领军人物,如今,被朱美化过的多个水晶观赏石案例被业内奉为经典,而这一切都是文化赋予水晶价值的结果。

水晶荣获“长三角最具影响力旅游地理标志产品”称号,2013年,东海水晶成功晋升为20个“江苏符号”之一,其它荣誉称号还有“中国观赏石之乡”、“中国珠宝玉石首饰特色产业基地”、“中国水晶之都”、“中国政务商务礼品基地”等。近年来,以“国际知名水晶之都”营建为目标,东海水晶产业正在向“品牌集聚化、销售连锁化、产业规模化、服务提升化”方向努力前进。当然,东海水晶产业发展也存在不少问题,例如,龙头企业匮乏,品牌知名度有限,家族式管理的小企业扎堆,以及滥竽充数的欺蒙坑骗事件也时有发生等等。

不过,总体而言,在一系列东海水晶节推动下,以开采、买进、加工、旅游为一体的东海水晶产业正在由加工制造业向水晶文化创意产业过渡。

四、东海和浦江水晶产业集群升级路径的比较分析

(一) 东海和浦江水晶产业差异性比较

基于以上介绍阐释,东海水晶产业和浦江水晶产业除了分别主要从事天然水晶和人工水晶这一差异之外,还存在其它一些差异,例如,在从业人员方面,前者大约在20万以上,且多为本地居民,后者为10万以上,且其中不少为外来人员;在地方财政贡献方面,前者已经超过100亿元,后者大约为20亿元左右;前者由于主要从事天然水晶经营,其环境污染问题远低于后者,也因此较少发生因环境整治而导致的诸种抵制或上访事件;前者尽管不如后者有着良好的民间艺术功底,但在市场经济中善于进取,积极开拓国际市场,例如,在自己开采之外,还从国外海量进口,且其工艺水准基本可以紧跟国际潮流,因而,在水晶产业知名度方面,东海要高于浦江。另外,也正因为两类水晶产业模态上具有差异性,相对而言,东海水晶产业的文化气息更重些,例如,东海水晶已经成为“江苏符号”之一,再如,东海系列水晶节的举办在很大程度上推进了其行业的发展壮大,而且,为了扩大影响,东海县政府将其驻地前的马路都更名为“晶都”路了,以便于向外界宣讲证明其“水晶之都”的实力。

而相较于东海水晶产业的发展状况,就浦江水晶产业发展而言,总体发展很不均衡,小而杂的企业规模、相对滞后的技术和设备等因素造成

浦江水晶产品档次的参差不齐,这类限制性因素在很大程度上制约了浦江水晶产业整体的进一步发展。而有效遏制(无证照)家庭作坊的繁衍当为浦江水晶产业发展的一项工作重点,这是因为,这类家庭作坊多倾向于采取竭泽而渔生存方式,往往不择手段去抢占市场,例如偷工减料和恶性压价,既冲击了合法企业的正常经营运作,也肆意破坏了当地的自然环境,还衍生了其它不少问题,例如偷税漏税和劳动用工安全无保障等。为此,要促进浦江水晶产业的再振兴,当务之急是对产业结构展开相应调整,规范市场运作,着力培育知名品牌和龙头企业。为推动浦江水晶产业由传统条形块状经济向现代产业集群的转变,浦江已经采取了个转企、园区集聚、市场展销平台拓展和严格行业标准等措施,致力于“集中治污、园区集聚、产业升级”的提升之路,计划通过水晶产业园区建设,以求达到集聚化和规模化产业效应,从而推进当地水晶产业的市场主体转型、产业布局优化和竞争力的提升^[12]。

(二) 东海和浦江水晶产业升级路径差异性比较

从文化产品价值生产角度去衡量,文化产业观念价值的重要性完全不亚于其经济价值^[13],因此,布迪厄所言文化产品的“魅力思想”(the charismatic ideology)其实正是文化产业适宜创造“高文化”(high-culture)的一种体现^[14],这一点假如反映在水晶产业价值链构建方面,则正是对水晶产品高附加值的追求了。

当然,从价值增值链去审视,论及产品附加值创制,涉及原料采购、产品设计、订单处理、生产加工、批零销售、物流运输、渠道广告以及对最终用户的支持与服务等环节。通常而言,价值链升级路径一般为,从生产环节向研发和营销环节延展,即从劳动密集逐渐向资本、技术方向密集,或者向信息和管理密集方向过渡,但这其中可能忽视了一个合适的“切入点”,例如,是否需要在做好中游生产制造的基础之上,再在上游价值链(如设计和科技创新)与下游价值链(品牌和销售渠道拓展)方面下大功夫呢?如何识别和夯实各自在价值链中的“战略性环节”呢?有鉴于此,基于以上东海和浦江水晶产业发展模式差异性的比较分析,可以看到,两地水晶产业升级路径还存在着一些具体性差异,这些差异大致可以

体现为以下五个方面:

1. 为推进水晶商品价值链增值,就驱动力而言,东海水晶产业升级适宜采取以“商业资本为主而产业资本为辅”的价值链升级路径,而浦江水晶产业升级则适宜采取以“产业资本为主而商业资本为辅”的价值链升级路径。

2. 就核心能力建设而言,东海适宜采取以设计、市场营销为主的策略方针,而浦江适宜采取以生产和研发为主的策略方针。

3. 与此同时,高价值研究设计和加工、营销与金融服务组合当为东海水晶产业主要的前进方向,而规模、数量与技术利益依然应当是浦江水晶产业主要的前进方向。

4. 就产业特征而言,东海水晶产业适宜在范围经济方面持续发挥优势,浦江水晶产业适宜在规模经济方面持续发挥优势。

5. 就产业辅助支撑体系建设而言,东海水晶产业适宜于以贸易为主线,以营销网络拓展产业升级空间并在此基础之上打造区域品牌,而浦江水晶产业适宜于以投资为主线,在生产弹性专精基础之上打造区域品牌。

进而言之,结合上文提及的“产业资本—商业资本”交织互动的分析模型(此处具体体现为“商业资本为主而产业资本为辅”与“产业资本为主而商业资本为辅”两个类别),就东海和浦江两地水晶产品价值增值链升级而言,二者驱动力模式的不同直接关联着各自核心能力建设选择的不同,核心能力建设选择的不同又直接关联着各自竞争优势的差异性,因此,两地水晶产业高附加值的生成位置并不能简单按照产业集群升级一般理论关于从中游向上下游延伸的“微笑曲线”化路径去运作。例如,对于浦江水晶产业而言,除了直接向上下游提升路径之外,可以尝试采取增大价值链中部环节弹性的路径,即在生产制造层面做精做细,推进水晶产品价值链的扁平化,以相对“弱势”自巩固方式去争取更多的附加值。如此以来,可以着力于生产设备的及时更新和工艺水准的持续性进步,从而有助于推动经由工艺流程升级去推进产品价值链中加工流程的效率;或者,浦江水晶产业还可以通过对既有产品的改进与新产品的引进去推进产品升级,以助于增加单位产品价值,从而在获取有保障市场基础之上增强竞争能力。

对于东海水晶产业而言,有鉴于其较为成熟的商业运作,为提高其附加值,可以对价值链中的环节进行再组合,比如增进营销和设计环节比重,以新的功能代替既有的功能,即以功能升级方式去提升自身在行业价值链中的位置。而且,从东海水晶行业发展成熟性特质去观察,越来越多的文化艺术元素开始融入到该地水晶产业的发展大潮中,例如,对水晶赋予生命力和象征性内涵的文化体制的逐步深化,水晶文化在当地已经得到了进一步发展,这又在一定程度上进一步阐释了水晶行业的特性和底蕴,二者构成了补充性发展关系,因此,对于东海水晶产业价值增值链升级而言,还可以适当采用链条升级模式,妥善有序地将其水晶产业的能力更好运用于水晶文化产业,推进加工制造型价值链向文化创意型价值链—这一价值量更高的产业形式过渡。

五、讨论和结论

作为饰品产业和工艺礼品行业的一个类型,以水晶饰品为标志的各类水晶产品在一定程度上既是一种“物质文化”的体现,也是一种“观念文化”的体现,例如,其不单是一个新经济的增长点,还可以折射出在满足基本需求之外,人们对于时尚和更高生活品质的诉求,而从社会学角度去理解,这一点恰恰正是社会进步变迁的一个风向标,如可以得到长期良性发展,将有助于促进经济发展、社会融合及文化参与之间的互利共赢,这也正是文化产品类产业集群和一般工业产业集群在社会效应等方面的一个基础性差别。

东海和浦江,两地在水晶产业领域都取得了不错的成绩,但也都面临着进一步升级发展的空间。二者一个是天然水晶之都,一个是人造水晶之都,一个在产业价值链中拥有“市场标识”优势,一个在产业价值链中拥有独特的加工制造能力,即二者在水晶产业价值链中具有“战略性环节”各有千秋。因而,在水晶产业价值增值链升级过程中,东海和浦江两地适宜依据自身优势,对水晶产业价值链中相关环节进行有机重组,以便于获得更多的市场机会和更大的商品价值。也正由于东海和浦江各自于水晶产业价值链中价值创造、价值增值环节和过程的不同,以及相应资源优化配置与各自竞争优势实现路径的不同,于是,不论是在原料采购、产品设计和订单处理环节,抑或是批发经营、终端零售和物流

运输环节, 两地在水晶产业价值增值链升级和相应附加值创制过程中, 并不可以简单地依循价值链理论, 机械地采取从生产环节向研发和营销环节拓展的路径, 进而去片面地追求某些功能的优化, 而诸如经由中游制造环节努力以提升价值链弹性或以功能升级提升自身在价值链中位置等都是可借鉴的升级路径, 同样有助于推进产业价值增值和价值创造链状结构的优化。值得一提的是, 上述两地水晶产业价值增值链的升级路径之间并非相互孤立的关系, 也不宜单一进行, 而“组合式”升级路径可能更为可行, 这也正是本文提出以“产业资本—商业资本”交织互动分析框架为理论基础去剖析两地水晶产业价值增值链升级路径可行性的动因所在。

参考文献:

- [1] Kogut B. Designing Global Strategies: Comparative and Competitive Value Added Chains [J]. Sloan Management Review, 1985, 26(4):15-28.
- [2] 原贻玲. 基于全球价值链视角的产业国际化路径选择[D]. 太原: 山西财经大学产业经济学专业硕士学位论文, 2007:10-19.
- [3] 迈克尔·波特. 竞争优势[M]. 陈丽芳译. 北京: 中信出版社, 2014:19-22.
- [4] 刘蔚. 文化产业集群的形成机理研究[D]. 广州: 暨南大学管理学博士学位论文, 2007:32-36.
- [5] 周国梁. 美国文化产业集群发展研究[D]. 长春: 吉林大学世界经济专业博士学位论文, 2010:29-33.
- [6] 严俊. 艺术世界里的经济生活—关于大芬油画村的一个案研究[D]. 北京: 北京大学社会学博士论文, 2010:39-51.
- [7] 李敢, 刘米娜. 文化产业集群机制与转型升级的行动逻辑[J]. 重庆社会科学, 2014(6):66-75.
- [8] 埃德娜·多斯桑托斯. 2008 创意经济报告[M]. 张晓明、周建钢等译. 北京: 三辰影库音像出版社, 2008:19-22.
- [9] Gereffi, Gary. The Organization of Buyer-driven Global Commodity Chains: How U. S. Retailers Shape Overseas Production Networks. PP. 95-122 in: G. Gereffi and M. Korzeniewicz (eds.), Commodity Chains and Global Capitalism [M]. Westport, CT, Praeger, 1994:52-71.
- [10] 钟晨媛. 产业演化的组织生态学分析—浦江水晶产业的实证研究[D]. 杭州: 浙江工业大学企业管理专业硕士学位论文, 2012:11-12.
- [11] 何晖. 浦江水晶产业到了生死关头[N]. 金华晚报, 2004年3月23日.
- [12] 许光. 浦江县“五水共治”倒逼产业转型升级的经验研究[J]. 当代社科视野, 2014(5):11-16.
- [13] 戴维·思罗斯比. 经济学与文化[M]. 王志标, 张峥嵘译. 北京: 中国人民大学出版社, 2011:21.
- [14] Bourdieu, Pierre. The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature [M]. Columbia: Columbia University Press, 1993:61-77.

(责任编辑: 黄明晴)

A Comparative Study of Value Added Chain Upgrading Path on Crystal Clusters

——Based on the Cases between Pujiang County and Donghai County

Li Gan

(School of Public Administration, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: Application of value added chain theory on general industrial upgrading has been quite rich. However, the application in terms of cultural industry cluster is still yet to be perfected, for example, in the field of arts and crafts market, which is strong symbolism, the issue has not been involved well. Whether there are some difference between the two kinds of industry clusters considering the application of value added chain theory on industrial upgrading or not. If they are and what are they. Based on the cases between Pujiang County and Donghai County, the paper aims at a comparative analysis of the value added chain on the upgrading paths of Crystal clusters.

Key words: value added chain; cultural clusters; crystal industry; pujiang; donghai