

产业集群产品组合模式研究

——以安溪茶产业集群产品组合模式为例

谭茜元, 高 群

(福州大学 公共管理学院, 福州 350108)

摘要:基于集群中跨越产业和机构的各种联系和协同性,首先提出了集群产品组合模式的模型。接着以安溪铁观音茶产业集群为例,在探讨该集群产品组合模式优势条件的基础上,阐述了该集群的产品组合模式,并提出具体的实施策略。望能对产业集群如何整合资源、创新集群产品组合模式有所借鉴。

关键词:产业集群;茶产品组合;产品组合模式;安溪

中图分类号:F127 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2011)07-0038-04

1 问题的提出

迈克尔·波特提出,产业集群(Clusters)是指在某一特定领域内相互联系的、在地理位置上集中的公司和机构的集合,是在某一特定领域中(通常以一个主导产业为核心),大量产业联系密切的企业及相关支撑机构在空间上集聚,并形成强劲、持续竞争优势的现象^[1]。目前中国的大多数产业集群具备相当优越的产业集群资源优势,但创新能力不足,企业各类产品之间缺乏较高的关联程度,各种资源要素之间尚未形成高耦合性、高系统性,无法带来集群和企业的规模效益和范围效益,使得集群的经营处于低水平重复建设阶段。因此,如何充分利用集群产业链上业已具备的各种产品资源,通过创新性、系统性地整合优化产品组合,提升集群产品品牌竞争力,成为本文的研究重点。

福建省安溪茶产业集群的产业链包含了茶叶生产、茶产品销售、包装印刷、机械制造、交通运输、观光旅游、教育培训等一系列相关行业。该集群茶叶企业众多,同样面临着产品同质化严重、产业资源整合能力有限等问题。本文将首先提出产业集群产品组合模式的模型,以茶产业集群为例进行阐释,在探讨茶产品内涵的基础上,具体分析茶产业集群产品组合的具体模式。

2 产业集群产品组合模式模型的提出

收稿日期:2011-04-14

基金项目:福建省 2009 软科学重点项目(2009R0049)

作者简介:谭茜元(1987—),女(壮族),广西百色人,福州大学公共管理学院,硕士研究生,研究方向:企业管理、人力资源管理。

基于集群边界^[1]中产业集群跨越产业和机构的各种联系和协同性,本文的集群产品组合模式的模型设计如下:集群中有 N 个组织机构,包括企业、行业协会、培训学校、生产基地、旅游公司等,每个组织的核心产品线中包含 n 个产品。横向上看,这些产品线构成了集群产品组合的宽度,纵向来看,组织中丰富的产品数量构成了产品组合的长度。所有组织提供的各类产品组合则成为该集群的产品组合模式。模型如图 1 所示。下文将通过安溪铁观音茶产业集群的产品组合模式进一步解释该模型图。

3 安溪茶产业集群产品组合模式的基础条件分析

本文先对安溪茶产业集群各种与茶产品组合相关的资源要素进行分析,包括多层次的茶产品模式及该集群中的一些优势基础条件,这些要素构成了该集群产品组合模式的基础。

3.1 茶产品的五个层次

菲利普·科特勒认为产品是指为留意、获取、使用或消费以满足某种欲望和需要而提供给市场的包括物品、服务、人员、地点、组织和观念,并包括核心产品、一般产品、期望产品、附加产品、潜在产品五个层次^[2]。因此本文认为,茶产品是指以提升竞争力为目标,企业能够提供给市场满足消费者多种需求,有形的、无形的与茶相关的商品。茶产品的范围包括茶

叶、茶饮料、茶籽等核心产品,以及期望与附加衍生品如茶具、茶点、茶食、茶俗文化旅游、茶艺礼品等,更包括茶叶作为文化载体的本身,带给消费者的文化体

验、价值观选择、情感寄托和品味象征等形式的潜在产品。茶产品层次模型如图 2 所示。

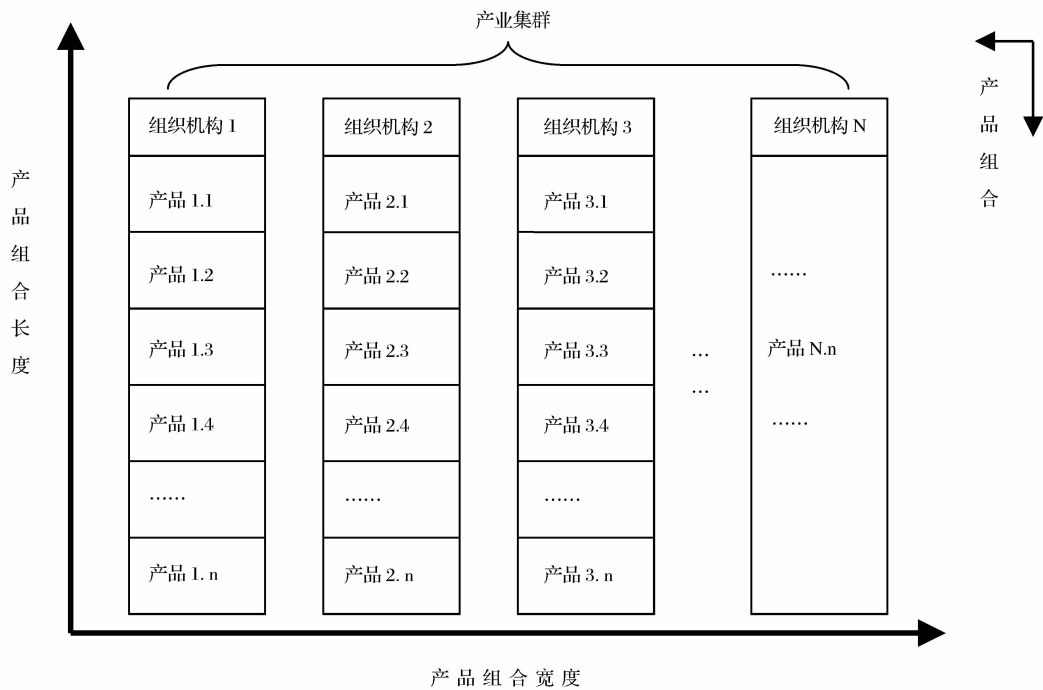


图 1 产业集群产品组合模式模型示意图

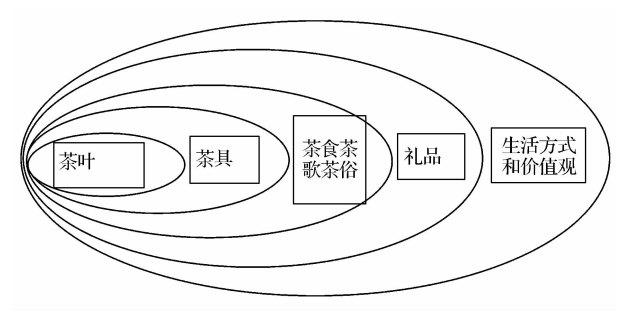


图 2 安溪茶产品五层次模型

3.2 安溪茶产业集群优势条件分析

安溪茶产业集群中的企业和组织在位置上具有相近性,相互独立而又非正式联盟,它们间的重复性交换有利于更好的协作和信任^[3],使集群成为一种富有活力、效率、有效性和灵活性等优势的组织形式。具体表现如下。

3.2.1 产业链完善,组织机构齐全

安溪茶产业的发展带动了茶叶种植、包装印刷、礼俗餐饮、教育培训、度假旅游等一系列相关行业的发展,产业链上各类组织较为齐全。

首先,目前安溪有各类茶叶加工企业 530 多家,其中年产值在 500 万元以上的占 10%,包括全国最

大的乌龙茶精制厂安溪茶厂有限公司,以及福建省十佳龙头企业之一的中国茶都。同时还有许多以茶叶连锁销售为主,兼售茶具茶食的茶叶企业,如八马茶业、铁观音集团、日香茶业、华祥苑、魏氏茗茶、三和茶业等。其次,安溪于 2004 年成立了县茶叶协会,它是由安溪县及安溪人在外从事茶叶生产、加工、流通、科研、教学、监督、管理的法人和自然人自愿结成的地方性、非营利性的社团组织,由它发起组建了 45 家茶业专业合作社,在茶叶主产区推广“种植大户—规模制茶—专业经商”的模式,促进茶业集约化生产^[4]。再次,安溪旅游局和旅游公司非常重视旅游资源开发利用。安溪现拥有国家级旅游区 2 个,省级文物保护单位 4 处,县级文物保护单位 84 处,已初步形成“县城大龙湖水面旅游、凤山森林公园旅游、清水岩宗教朝圣旅游、中国茶都茶文化旅游、龙门生态旅游”等五大旅游体系,茶文化旅游专线被列为中国三大茶文化黄金旅游线路之一^[4]。最后,集茶叶种植、加工、科研、包装、茶园管理、市场营销、茶文化与旅游、茶叶连锁管理等为一体的茶技培训学校,也为丰富和扩展安溪茶产业集群产品组合提供了良好的条件。

得天独厚的产业环境、众多组织机构的支撑和丰富的旅游资源为安溪茶产品组合的深度开发奠定了

良好基础。

3.2.2 产品线及线内产品项目丰富

首先是茶业企业。八马茶业、中闽魏氏、三和茗茶、华祥苑等茶企均拥有产品线 8 条以上。著名茶企“华祥苑”公司,光铁观音产品线就有“钓鱼台铁观音系列”、“皇家礼铁观音系列”、“英伦风尚系列”、“陈年铁观音系列”、“清香型铁观音系列”等 11 个产品类别;茶食品产品线有“铁观音海苔酥”、“铁观音花生轧糖”、“铁观音瓜仁酥”、“中秋月饼系列”等共 30 项产品;而茶具类产品线则有“儒士茶器”、“14K 华彩鎏金系列”、“陶器系列”、“琉璃系列”、“烧水壶系列”、“茶盘系列”等 10 个产品项。其他茶企的产品线也相当丰富,产品项目众多,为不同的产品组合奠定了良好基础。

其次是茶业旅游资源项目。以茶文化为特色的旅游项目包括中国茶都、茶叶大观园、特产城、大龙湖、凤山公园、品种园、茶作坊、茶艺表演厅、茶餐厅、茶叶博物馆、铁观音探源地、高山生态观光园等;以青少年和企业团队为目标市场的休闲度假旅游的项目有温泉世界、天湖(理源)旅游休闲中心、志闽生态游园、尤俊农耕文化园等;以历史、宗教朝圣为主题的旅游产品则有洪恩岩、玉湖殿、泰山岩、太王陵威镇庙、东岳寺城隍庙、相第府衙群、魁斗佛仔格和金谷东溪等^[5]。

再次具有茶乡特色的美食产品项目。它们以旅游酒店、茶叶庄园、美食园、美食街、特色乡村、特色农家乐为依托,提供茶饭、茶菜品、茶叶粥、茶甜品、名小吃等地方特色的美食产品。

3.2.3 具有良好的集群品牌优势

安溪茶产业集群的品牌是集群内众多组织、机构在对茶产品长期的生产经营中积累形成的,具有为外部购买者、合作者以及其他相关者所广泛认可的知名度、美誉度的名称和标识^[6],是一个公共物品。它是实现集群产品组合模式的基础条件之一,更是产品深度开发和整体开发的灵魂。安溪铁观音荣获“福建省改革开放三十年最具影响力贡献力品牌”,入选“福建省十大名片”和“2008 年度影响世界中国力量品牌 500 强”,被国家文化部评为“中国民间文化艺术(茶文化)之乡”。良好的集群品牌声誉建立起来后能够为各企业、各机构所共享,在进行集群产品组合开发时,强势的集群品牌能够将对产品形成整合的合力,消费者会对各种产品组合产生整体认同感,使得安溪茶产业集群产品组合模式的实现具备现实的可能性。

4 基于茶产业集群优势条件的产品组合开发模式

基于影响消费者购买心理和连续购买行为模式的生理因素、心理因素、行为因素和经济因素对营销策略的作用,茶产品组合的开发不仅是对各种茶产品的打包,也不是简单的产品组合分配的设计,而是在产品的五个层次概念尤其是产品附加值概念的层面深入挖掘,以茶本身的饮用价值、保健价值、文化价值、收藏价值、社交价值为依托,对一切关联的优势要素进行整合,开发出涵盖茶饮、茶艺、茶具、餐饮娱乐、茶技培训、体验旅游、商贸购物等一系列的产品组合,这同时需要产业集群中各种机构和组织间高度的联系和协同性。因此,安溪铁观音茶集群的产品是一种组合型的整体产品,在集群中需要依靠各企业和机构资源之间的协同作用来实现整体性开发。

基于上述思路,本文对茶集群产品组合的模式进行了初步的研究性构想。如图 3 所示,横向组合(即组合宽度)包括茶叶企业、茶具公司、茶参观、旅游公司等核心产品线。纵向组合(即组合长度)包括横向层面各产品线所包涵的子项目,如茶叶产品包含的炭香型铁观音、清香型铁观音、花茶烘焙式的乌龙茶等项目;茶文化旅游产品包括的名山胜水、茶礼俗、茶歌舞、主体度假村、茶博园等项目。横向与纵向的产品组合构成了安溪茶产业集群整体的产品组合模式。

5 结论与启示

产业集群的产品组合模式的实现,需要完善的产业链、功能齐全的组织机构及丰富的产品资源。更重要的是打造集群内部合作机制,形成良性循环的沟通平台。该平台的建设需要地方政府规制、行业监督、产业沟通平台、区域绿色品牌共造、区域学习与创新等 5 个条件因子^[7]的共同作用,在集群升级的过程中形成良性运作,增强自我强化机制。以安溪茶产业集群为例,可以从以下方面来实现集群产品组合模式。

5.1 地方政府层面:产业整合,打造品牌,创新系统

站在县域经济发展的宏观角度,要深度整合集群现有资源,着力提升集群的档次,完善企业和其他组织获取公共物品的途径。

首先,政府要通过产业整合,为企业、公共部门、非政府组织创造对话和交流的平台,发挥行业协会“准政府”的作用,加强彼此之间的联合,创造一种成熟的相互信任的联系,形成良好的产业互助循环模式。比如共同探讨发掘有关茶产品的资源,共同开发新产品或产品组合、共同开拓一个新市场、共同承担产品重组和创新的风险等。



图 3 安溪茶产业集群产品组合模式示意图

其次要打造集群区域绿色品牌。一方面政府要进行区域绿色品牌的营销,宣传“安溪铁观音,和谐健康新生活”的品牌核心价值,采取迎合消费者整体需求的营销策略,让消费者在衣、食、住、行、娱、旅、购、学等全方面体验铁观音独特的“绿色”魅力,满足五个层次的产品需求。另一方面要加强对茶产品质量认证和检验,提高茶产品的绿色生态含量,使茶产业集群的升级建立在人与自然、人与环境、人与资源和谐发展的基础上。

最后要完善集群创新支持系统。政府出资兴办技术创新机构,投入启动资金、研发资金和行政经费,免费提供办公场所,为集群内企业提供特殊的公共服务,使创新成果为所有集群中的企业所共享。同时搭建集群内部的信息共享平台,让各类机构能够第一时间掌握最新的产业内部信息,迅速找到合作创新的切入点,实现知识资源优势的互补,使得知识转移和合作成为集群创新的桥梁^[8]。

5.2 企业层面:发挥优势,双赢合作

跨越产业和机构的各种联系和协同性使企业成为集群产业链中至关重要的一环。企业要转变观念,

首先盘点目前自身优势资源,确定发展的战略目标,积极参与集群内合作,从集群中选择适合当前发展水平的合作伙伴,通过优势互补,开发出创新的产品组合形式,实现双赢开发,让集群的力量带动企业共同进步与成长。集群中发展较快、凝聚力较强的强势企业,如“八马”、“华祥苑”、“中闽魏氏”等,应充当各企业的纽带,吸引为主导产业提供支持与服务的企业和组织,如包装公司、糕点制作企业、旅游公司、茶主题餐馆、茶技培训学校等,结成战略合作同盟,增强集群的聚集效应。实力较弱的中小型企业,应将生产经营的重心放在一两项核心的产品上,进行产品的异化开发,向集群产业链提供独一无二的产品,才能突出重围,构筑自己的核心竞争力。

参考文献

[1]波特·簇群与新竞争经济学[J]. 经济社会体制比较,2000,2(3):22-28.
[2]PHILIP KOTLER,洪瑞云,梁绍明,陈振忠. 市场营销管理(亚洲版·下)[M]. 北京:中国人民大学出版社,1997.
[3]李新权. 基于产业集群的区域品牌相关问题分析[M]. 北京:机械工业出版社,2005.

(下转第 81 页)

在最小范围内。

综上分析,上海世博经济影响力带来的益大于弊,我们应该把握住世博这个机会,将上海将中国的名声打出世界,让世界看到中国突飞的进步与发展。

参考文献

[1]韩静,宋马林,等. 基于统计学方法集的科学发展综合评价研究——以安徽省 17 个地市为例[J], 华东经济管理, 2010 (6):153—156.
[2]张厚明. 如何看待中国经济的影响力[J],统计与决策, 2005 (6X):1—1.
[3]刘新建 房俊峰 谢妹琳. 关于知识生产部门经济贡献率的测

算研究[J],统计与决策,2008(15):4—6.
[4]刘明智,译. 时间序列分析[M]. 北京:中国社会科学出版社, 1999.
[5]毛华富,张瑜. 2008 年奥运会对中国经济影响的实证分析 [J],金融与经济,2008(5):12—15.
[6]王文博,芮金萍,等. 包含管理创新因素的中国经济增长模型实证分析[J],统计与信息论坛,2003(2):38—41.
[7]唐林俊,杨虎. 因子分析法在区县经济综合指标评析中的应用[J],数理统计与管理,2003(5):24—29,42.
[8]卓武扬. 北京奥运会对我国经济的影响[J]. 经济论坛,2002 (12):12—14.
[9]耿修林,等. 计量经济学[M]. 2 版. 北京:科学出版社, 2006.

Model Based on Economic Impact of the Shanghai World Expo Impact Forecast

ZHU Jia-ming^{1,3}, YANG Peng-hui¹, YU Meng-na²

(1. School of Statistics and Applied Mathematics; 2. School of Finance;
3. Applied mathematics institute, Anhui University of Finance and Economics, Bengbu Anhui 233030, China)

Abstract: This article depends on the economy. From the establishment of the Expo 2000 Bid Committee, we analysis the GDP data about the three major industries ,expo visitors number, airport passenger throughput and other data, during the time, and use multiple regression analysis, grey prediction and combination forecast to construct long-term, short-term and Integrated economic impact Model, using Excel and Matlab software. Since 2000, long-term economic effect has been increasing trend. From January to August in 2010, short-term economic effect growth shows jumping, and steps for larger in May. These results indicated that the economic development of Shanghai expo 2010 exist role in boosting the long tail. Finally, in conjunction with the relevant material, This paper summarizes the impact on the economy of the Shanghai world expo with diversity, gradualness, unbalanced and long-term DaiDongXing, characteristics of Shanghai construction, and put forward reasonable Suggestions.

Key words: Expo; regression analysis; combination forecast; Matlab; Excel

(上接第 41 页)

[4]陈海翔. 安溪县茶产业调研报告[J]. 发展研究, 2007, 26(3): 70—71.
[5]安溪县政府. 安溪县人民政府关于印发进一步推动安溪县旅游产业发展的实施意见(试行)的通知[EB/OL]. (2010—11—12) . <http://www.fjax.gov.cn/OpenInfoCont.aspx?id=4400>.
[6]李德俊,何莉,陈承森. 产业集群与企业品牌建设的关系研究 [J]. 安徽工业大学学报:社会科学版, 2009, 26 (3):15.
[7]高群. 绿色食品产业集群生成机理研究[D]. 福州:福建农林大学, 2007.
[8]唐华. 地方政府对产业集群的促导机制和效应解析[J]. 科学管理研究, 2004, 22 (6):60—62.

[9]韦静. 消费行为与营销决策研究[J]. 经营管理者, 2010(12): 170—173.
[10]周丹青. 基于茶文化构建婺源旅游产品组合模式[J]. 商场现代化, 2009, 3 (9): 265—268.
[11]文南薰. 茶文化旅游产品组合性开发研究——以普洱茶文化旅游产品开发为例[J]. 云南财经大学学报, 2007, 23 (2): 81—85.
[12] PHILIP KOTLER. 市场营销[M]. 梅汝,梅清豪,译. 北京:中国人民大学出版社, 2001.
[13]纪宝成. 市场营销学教程[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2008.

Research on the Mode of Industry Cluster Product Combination

——An example on the mode of Anxi tea- industry cluster product combination

TAN Xi-yuan, GAO Qun

(School of Public Administration, Fuzhou University, Fuzhou 350108, China)

Abstract: In this paper, a mode of Industry Cluster Product Combination is introduced and take an exmple on AnXi tea- industry cluster. On an approach on Anxi cluster’s basic conditions, this paper elaborate the mode of AnXi tea- industry cluster product combination and implementation strategies is presented. Hope to do help to upgrade tea- enterprises and Anxi tea-industry cluster.

Key words: industry cluster; tea product combination; mode of product combination; Anxi