

<<产业集群升级研究>>

图书基本信息

书名：<<产业集群升级研究>>

13位ISBN编号：9787514111279

10位ISBN编号：7514111271

出版时间：2011-11

出版时间：经济科学出版社

作者：张聪群

页数：249

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<产业集群升级研究>>

内容概要

经过多年来对产业集群的跟踪研究，我们认为：产业集群升级应该实行两轮驱动，即技术与品牌。因此，本书以产业集群比较发达的浙江省为例，在对产业集群及其升级的基本理论问题阐述的基础上，围绕技术和品牌展开产业集群升级的研究，着重从集群内中小企业技术创新、基于集群的产业共性技术创新、区域品牌建设、品牌战略的角度探讨产业集群升级的机理与路径，并针对上述主题作了案例分析。

<<产业集群升级研究>>

书籍目录

- 第一章 产业集群与产业集群升级
 - 第一节 产业集群的本质、结构与特征
 - 第二节 产业集群的创新功能
 - 第三节 产业集群升级的内涵
 - 第四节 产业集群升级的两大核心问题：技术与品牌
- 第二章 集群内中小企业技术创新与产业集群升级
 - 第一节 集群内中小企业技术创新的环境分析
 - 第二节 集群内中小企业技术创新的基本特征
 - 第三节 中小企业技术创新机制：产业集群技术升级的机理分析
- 第三章 基于集群的产业共性技术创新与产业集群升级
 - 第一节 产业共性技术的内涵与特征
 - 第二节 基于集群的产业共性技术的供求特征
 - 第三节 基于集群的产业共性技术创新体系
 - 第四节 构建产业共性技术创新体系
 - 克服集群升级的技术瓶颈
- 第四章 区域品牌建设 with 产业集群升级
 - 第一节 区域品牌建设的理论基础
 - 第二节 集群内企业之间的博弈与区域品牌建设
 - 第三节 区域品牌的属性与区域品牌建设
 - 第四节 加强区域品牌建设与维护
 - 促进产业集群升级
- 第五章 品牌战略与浙江产业集群升级
 - 第一节 品牌战略是实现浙江产业集群升级的选择
 - 第二节 浙江产业集群品牌建设战略
 - 第三节 浙江产业集群品牌功能拓展战略
 - 第四节 浙江产业集群品牌竞争力提升战略
 - 第五节 浙江产业集群品牌维护战略
- 第六章 浙江产业集群升级案例研究
 - 第一节 浙江柳市低压电器产业集群技术创新的案例分
 - 第二节 浙江台州泵类集群构建共性技术创新体系的案例分析
 - 第三节 浙江大唐袜业产业集群区域品牌建设的案例分析
- 主要参考文献

<<产业集群升级研究>>

章节摘录

(二) 集群内纵向关联企业技术的互补性--纵向合作机制 产业集群内企业纵向关联性主要体现在供应商和生产商、生产商和客户之间的互动关系上。具有纵向关联性的企业由于其资产专用性和资源与能力的互补性,它们之间的关系多建立在专业化分工协作或交易的基础上(张聪群,2007)。

针对浙江传统产业集群的研究发现,按照核心企业在产业链中位置的不同可以将纵向关联性企业的互动分为两类:一是以产品为中心的纵向互动。核心企业负责产品的研发和设计以及最终产品的组装和销售,而中小企业进行分工协作生产各种零部件和半成品。

二是以销售为中心的纵向互动。以大型贸易公司为核心,收购其他专业化分工企业的产品,负责专营销售,具体有两种实现形式:通过与加工企业签订合同进行生产;接单再进行组织生产。由此可见,纵向关联性企业之间不存在产品的竞争,更多的是产品之间的互补性和配套性。集群内纵向关联性企业间的合作创新也是出于对分工专业化的考虑,通过企业间的合作创新,加强技术互补性和提高企业所在工序的专业化程度,最终实现整个产品生产过程的效率提高。

在回顾文献时发现,现有研究成果大都集中在两个方面:一是对集群外具有纵向企业间R&D合作及产量竞争的研究;二是对集群内纵向关联企业间互动的定性讨论。

针对现有研究的不足,本节试图通过构建数学模型定量的分析集群内纵向关联企业间的合作创新问题;并提出纵向关联性企业间技术互补性系数,探讨其在集群内纵向关联企业间合作创新过程中的影响作用。

.....

<<产业集群升级研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>