# 从浙江现象看中小企业产业集群发展之路（最终5篇）

来源：网络 作者：悠然小筑 更新时间：2025-02-18

*第一篇：从浙江现象看中小企业产业集群发展之路从“浙江现象”看中小企业产业集群发展之路发布时间：2024-5-12信息来源：[摘要]近年来“浙江现象”引起了国内学者的广泛关注，浙江以许多中小企业产业集群模式表现出来的巨大经济活力，使浙江省成...*

**第一篇：从浙江现象看中小企业产业集群发展之路**

从“浙江现象”看中小企业产业集群发展之路

发布时间：2025-5-12信息来源：

[摘要]近年来“浙江现象”引起了国内学者的广泛关注，浙江以许多中小企业产业集群模式表现出来的巨大经济活力，使浙江省成为改革开放以来经济发展最为迅速的省份之一。本文从“浙江现象”入手，研究中小企业产业集群的特点，用发展的眼光发现其存在的问题并提出了切实可行的发展建议。

产业集群是指在某一特定领域中，大量产业联系密切的企业以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。迈克尔?波特曾形象地描述：“对于产业而言，地理集中性就好像一个磁场，会把高级人才和其他关键要素吸引进来。”中小企业集群是以中小企业为主体，特色产业为支柱，网络结构为基础的一种空间产业组织。

一、“浙江现象”——中小企业产业集群

依靠当地的商业传统和沿海开放地区的有利区位，形成了以小商品生产和零配件加工为主的中小企业集群，表现出“一镇一品，一乡一业”的专业化生产特色，学者称之为“浙江现象”。浙江的产业集群起源于20世纪世纪80年代初温台地区，20世纪80年代中期辐射到宁波、绍兴地区，而后扩展至金华等地，并于20世纪90年代末基本遍及全省，形成了“小企业、大集群”的区域经济发展模式。截至2025年全省年产值超亿元的产业集群区块有601个，其中10亿元以上的285个，100亿元以上的37个，产业集群区的产值约占全省工业总产值的三分之二。

二、中小企业产业集群面临的问题

1.缺乏创新与科研能力。从近年来的新生增量看，浙江大部分是原有区块的扩张或扩散，源于新技术新产品的新生区块不多。总体上看浙江块状经济产品低档次、低附加值的特征没有根本改变，仍然处在模仿创新为主、价格竞争为主阶段。产业集群中企业技术创新的速度不快、开发新产品能力薄弱、产品的科技含量不高是中小企业在转变经济增长方式中存在的棘手问题。

2.中小企业产业集群普遍面临着优化升级的困境。一是高素质的专业技术人才和经营管理人才太少，导致企业缺乏自主技术创新的人才基础；企业员工素质普遍较低，多数人只有初中以下的文化程度，导致企业缺乏自主技术创新的劳动力技能基础。二是中小私营企业贷款难，导致企业缺乏自主技术创新的经济基础。三是外资企业在产业集群多采用标准化的技术，而把核心产品的开发、设计和生产留在母国，外资企业的技术和管理知识的扩散十分有限。四是制度障碍和组织效率低下，使得一些大制造商宁可承担高额的运输成本在海外组织零配件的生产，也不愿与所在地企业合作，进一步限制了外资的技术扩散，影响了产业集群的优化升级。

3.产业集群内产业链未形成、欠科学。许多产业集群内企业之间业务关联性和技术关联不大，缺乏明确的产业分工和产业特色，产业结构趋同严重，难以形成各种能够推动企业有效互动和相

互促进的公共机制。大量“小而全”的企业在同一个集群中阻碍了产业链的延伸并危及集群自我发展和竞争力的提升。整个中小企业集群化经济中纵向的产业链条关系并未形成。

三、中小企业产业集群发展之路

“ 十一五”时期，是我国经济发展的重要战略机遇期，机会大于挑战，加快中小企业发展面临许多有利因素。同时“非公36条”的实施，为中小企业的新发展又一次提供随制度变迁而获得成长的新机遇。

1.产业集群区域大力创新，增加中小企业的竞争力，将产业集群与区域创新体系建设紧密结合起来。一是建立以产业集群为基础的科技创新平台，形成具有较强创新能力的科技创新网络。积极吸引省内外高校和科研院所在块状经济内设立研发中心。同时鼓励规模企业建立技术中心等研发机构。二是建立创新储备基金制度。克服创新资金的不足，提高区域内企业的技术创新能力，推动高新技术企业孵化器的建设。

2.加快品牌建设, 向高端市场拓展, 以品牌力量引领传统块状经济向现代产业集群转变。一是要制订产业集群品牌梯队培育建设规划。编制出台区域产业集群品牌指导目录，建设一批品牌产品、品牌企业和品牌产业，形成若干个品牌集群。二是要实施产业集群品牌建设扶持政策。整合政府各部门资源，争创中国名牌产品、重点培育和发展的出口名牌商品。三是要注重培育和树立企业家品牌。产业集群能否发展成为品牌集群，关键是看能否培养出一批知名的具有战略眼光的大企业家。

3.构建中小企业管理机构，充分发挥商会和行业协会的作用。实践表明企业的自组织产业协会在产业区发展中发挥了重要作用。所以要推进行业协会的建设, 鼓励组织中小企业协会、商会、行会或合作社。政府应及早制定专门支持中小企业集群的法规，同时健全完善市场体系和社会信用机制,特别是在培育行业协会、引导差异化竞争、加强职业技术培训和社会化服务等方面做更多的努力。

4.产业集群内设立相应的物流园区。产业集群的企业众多，相应的物流需求大而集中，而广大中小企业从经营成本和竞争压力以及技术等诸多因素考虑，没有能力也没有必要的物流进行过多的投入，这为在产业集群设立集原材料供应、产品分校和第三方物流企业于一体的综合物流区成为必要。

5.努力形成以价值链为基础的分工协作网络。以少数大企业为主导、大量中小企业配套协作、产业链专业分工为基础的分工组织网络，能形成产业内部分工替代产业之间分工，有助于增强企业组织的资产专用能力，增强产业竞争力。形成以价值链为纽带，形式多样的专业化协作网络。《商场现代化》 2025年第15期

■ 孙玲玲

**第二篇：发展产业集群内中小企业融资探讨**

发展产业集群内中小企业融资探讨

发布时间：2025-6-4信息来源：

一、产业集群内中小企业融资方式选择

1.间接融资

在间接融资方式上，由于存在着信息不对称问题，银行针对不同类型的企业开发出了基于不同类型信息的多种贷款方式。美国经济学家伯杰等人将其分为四大类:财务报表型贷款、抵押担保型贷款、信用评分型贷款、关系型贷款。其中，财务报表型贷款依赖企业的财务信息做出贷款决策，主要适用于信息透明度高的大型企业和具有明晰产权的优秀中型企业，一般小企业难以得到。抵押担保型贷款有利于缓解贷款中的信息不对称问题，降低道德风险的发生概率，但中小企业通常缺乏有效的抵押品，担保也只有实力相对较强的中小企业才能获得，且抵押担保贷款一般成本较高，手续繁杂，易产生融资失效型的信贷缺口。信用评分型贷款主要依赖对客户的信用记录分析做出贷款决策，这种贷款成本较低、效率较高，但对于客户信息系统和数据积累的要求很高，使用受到很大的限制。关系型贷款则主要依靠通过长期多渠道的接触所积累的关于借款企业及其业主的相关信息做出贷款决策。可见关系型贷款不拘泥于企业能否提供合格的财务信息和抵押品，因而很适合信息不透明和可抵押资产不足的中小企业。根据该理论，结合当地产业集群的特点，在此我们应大力发展关系型融资，积极发展互助担保型贷款，适度开展信用评分型贷款。

(1)推行关系型贷款

推行关系型贷款不同于对单个企业的贷款，因为关系型贷款融资主要依赖不可量化统一的“软信息”(相对于可量化统一的“硬信息”而言)来缓解信息不对称问题，降低内生交易成本。而产业集群后由于地域上的邻近性和产业的相关怀，将更有利于银行对软信息的获取，同时，在集群内开展关系型融资更有利于银行取得规模经济效应。另外，在关系型融资模式下，银行与企业建立了长期的交易关系，增加了彼此之间的了解和信任，使得一些交易手续得以省略，节省了时间，增加了企业融资的时效性。

(2)推行互助担保型贷款

在意大利中小企业集群里，小企业或手工业协会常通过社会公众或协会成员集资组建成互助合作的担保基金会。接受存款的银行以优惠利率向小企业发放总额高于存款金额数倍的贷款。基金只担保部分金额，还有部分风险由银行承担。这种互助担保基金向中小企业贷款效果显著，1996年伊美利亚—洛马格纳地区就有这类基金会23个，担保贷款金额高达4590亿里拉，违约率只有0.03%，而其利率一般比正常利率低0.5%。在我国很多产业集群内，也建立有很多的行业工会、商会等，因此产业集群内的工会也可以通过协会成员集资成立互助担保的基金会，统一与银行协议低息优惠贷款。

(3)适度推行信用评分型贷款

这种贷款倾向于对个人的信用贷款。在各地的许多产业集群中，出现了越来越多的品牌企业、龙头企业，而产业集群的一个特点在于依靠信息的迅速交流和对融资主体较为熟悉的了解而建立起基于对个人的信任，因此可在此基础上创新性地建立起基于对个人信誉的贷款或者受信额度。这在浙江温州的产业群内已经得到了实践。一些企业主可以利用自己得诚信获取高额的签名贷

款，如美特斯邦威董事长周成建第一笔就获得工行温州市分行额度为2700万元的贷款；正泰集团董事长南存辉获得农行温州市分行给予的授信额度就达两亿元；天正集团董事长高天乐在2025年7月第一笔签名贷款额度也高达3000万元。但这一种贷款需要辅之于相应的机制，故目前情况下，只能适度推行。

2.直接融资

(1)整合资源，推动集群龙头企业上市，带动相关联企业

产业集群内往往聚集了大量的中小企业，激励的同质化竞争有可能产生核心的龙头企业，在积累了一定的资本和具备一定的实力后就可以上市融资。比如，伟星股份2025年5月在深圳中小企业板块上市。该公司专业从事中高档钮扣、拉链等服装辅料的生产经营，是依托温州市桥头镇钮扣、拉链市场而发展成长起来的企业。同时，它的上市又可以带动上下游关联企业的融资，给以给予上下游合作企业更多资金支持。

(2)捆绑发行债券

从国际范围看企业通过债券市场融资的规模往往是其通过股票市场融资规模的3～10倍。在发行企业债券方面，集群内的企业主要是在资信方面具有一定的优势，相关的资信评级机构可以针对该地区产业特点做出客观的评价，降低了评级成本。目前中关村科技担保公司的一项融资首创—挑选20家高新技术企业，以“中关村”的名义捆绑发行债券就是一种尝试，对于结构稳定、效益良好的各地产业集群完全可以效仿中关村的做法，拓宽中小企业融资方式，解决中小企业融资难的问题，提高中小企业的融资效率。

二、发展产业集群内中小企业融资的建议

1.加大政府对产业集群的政策引导和扶持力度

首先我国各省各地市级政府应为产业集群发展营造一个良好的外部环境，可根据当地特点，政府研究确定产业重点，划定产业区区域，建设好水、电、通信等专业性基础设施，兴办大学、研究院、职业培训等软性基础设施。其次，加快有关制度的建设，比如信用制度、技术创新制度等。信任是企业间交流与合作的捷径机制，也是减少交易成本的有效途径。因此，政府应联合工商、专利、质检、金融、公安等部门，进行企业资信认证评估工作，帮助企业建立一个信用历史查询和公证体系，以减少企业的交易成本;同时各级政府要通过宣传、教育和示范，巩固和提高区域方化、价值和目标一致性。技术创新是企业发展的根本推动力，同时它是一个社会过程，是在企业之间、人与人之间交流和互动的基础上产生的，通过“人”来传播。政府一方面应积极鼓励创新、保护创新，提高产业集群的竞争力，另一方面还要建立起既有利于企业加强员工的职业培训、职业教育，又有利于技术人员流动的良性互动机制。

2.加强产业集群内行业协会等建设，充分发挥其作用

如前所述，目前金融体制和金融结构并不完善，产业集群内的社区银行与当地经济的发展并不相匹配，为了更好地促进集群内中小企业的发展，必须加快社区银行的发展，为中小企业提供融资服务，并建立良好的长期的互动关系。中小企业集群的地域根植、信任、承诺等特点强化了Bnaereje等(1994)关于中小企业信息优势的“长期互动”假说和“共同监督”假说，社区银行与产业集群之间存在着天然的密切关系，因此建立社区银行是对这一优势的有效利用并且可以

实现产业集群的金融服务深化。社区银行作为过渡性的制度创新步骤，可以分设社区信贷银行和社区储蓄银行，各自专门负责信贷资金的放与收，由金融监管当局或委托国家银行进行存款资金和信贷资产的打包转售，以此规避民营社区银行的账外经营和存款支付风险。如在台州市路桥区，拥有各类民营企业4.5万家，形成有特色的产业集群，而在该区除了四大商业银行和交通银行以外，共发展了9家信用社，其中泰隆和银座两家社区性的民营银行占有当地存款总额的55%，除去定点存款项目，这个比例高达80%。这两家民营银行针对的就是协作关系密切，相关程度较高的中小企业群，优势就在于能及时快捷的满足中小企业的资金要求。因此发挥社区银行在企业集群中优势，加强与产业集群的协作，以实现中小企业集群与社区银行的紧密联合，提高中小企业的融资效率，促进当地经济的发展。

3.加快产业集群区域内社区银行的发展

意大利的产业集群和我国的产业集群有许多类似的地方，大多属于劳动密集型产业，但意大利的许多产品在世界上享有很高的知名度，具有很强的竞争力，其中很重要的一点就是意大利的行业协会在产业集群发展中发挥了十分重要的作用，它是集群内中小企业和政府之间的媒介。行业协会一方面要收集散布的产业信息、推广出口、开拓国际国内市场、为中小企业融资提供担保等，另一方面充当中小企业的代言人，与政府打交道，争取政府对产业政策的支持。目前，浙江省成立了很多行业协会，如温州共有市级行业协会(包括同业公会、商会、行业联合会)76家，但从总体上看，行业协会的作用和力量还比较薄弱，不能适应产业集群进一步发展的需要，特别是在浙江的产品屡屡受到西方发达国家的反倾销调查的情况下，行业协会的作用更加显得薄弱。因此我们必须学习和借鉴国外先进经验，加强行业协会的建设，引导、培育和规范自己的行业协会，充分发挥行业协会在产业集群中的重要作用。

参考文献:

[1]崔宇明:中小企业集群融资优势探析——中小企业融资问题新思路，技术经济，2025(2)

[2]马建会:推进中小企业集群融资，金融理论与实践，2025(10)

[3]张炳申马建会:改进我国中小企业集群融资的对策分析，商场现代化，2025（5）

[4] 魏守华，刘光海，邵东涛，产业集群内中小企业间接融资特点及策略研究[J].财经研究，2025(9)

**第三篇：产业集群发展**

产业集群发展

一、集中一集聚一集群

（一）集中

在集群发展的起始阶段——集中过程中，产业园区的政策环境要素和设施配套要素是吸引园外企业入驻的最大原因。

在此阶段，园内企业因为地理上的集中而形成了有别于分散的单个企业的生产效率优势和成本优势，即基于资源共享的效率优势和基于议价能力提升的成本优势。但是，由于集中仅仅是整个集群过程的最初状态，初步地表现出集群的地理集中性特点，产业关联及其薄弱，不能形成相互配套的产业协作和产业链关系，产业层面的集群优势几乎为零。同时园区企业对地域的嵌入性和依附性不强。

因此，处于集中阶段的产业园区产业集群利用空间上集中的已基本形成了园区经济总量上的规模，赋予了集群企业一定的竞争优势，但难以较好发挥集群的外部规模效应。

（二）集聚

产业园区由集中而集聚的提升，是产业园区向集群方向发展的中间阶段，在此提升过程中，园区企业依托的主要是区位优势、产业基础、市场规范和服务配套要素，四者构成了园区企业向某一产业集聚的基本条件。由此，在具备了上述四大要素的企业集中的园区中，产业具备了明显的行业特征，产业园区的发展指向了特定的产业，从而形成集聚。

此时，产业园区的竞争优势逐步扩大；生产效率优势一方面表现为基于资源共享的效率提高，另一方面表现为专业分工引起的效率提升；产业园区内的产业协作增强，企业间的合作规模扩大，使得成本优势覆盖了生产成本和交易成本两大部分。

（三）集群

集群是产业园区的发展方向，而集群形成的基本要件除了上述两阶段的要素外，还必须具备人文环境、集群特色、产业配套及创新企业家群体四大要素。

真正意义上的产业集中，例如中关村、硅谷、新竹等，都具备了地理集中性、根植性、柔性精专、合作网络性、创新性、自组织性等特征，创新体系逐步形成，产业园区的发展进入新的层次。同时，产业园区也不再是集中于集聚状态下的“松脚型”的产业园区，而是嵌入本地社会文化中的园区集群。

二、辐射接受中心一向内辐射中心一向外辐射中心

（一）辐射接受中心

在辐射接受中心的产业园区产业集群层次上，园区进入集群发展阶段，相对集聚，辐射接受中心的产业形成了明显的优势产业，显示出较好的产业链效应和较强的产业竞争力。但是，辐射接受中心往往只实现了产业园区的生产加工功能，园区功能相对简单，其竞争力的提升相对而言是被动的，有赖于外部技术的流入。

因此，此类园区具备一定的集群优势与产业竞争力，但产业升级与竞争力提升主要依靠接受外部产业辐射。

（二）向内辐射中心

辐射接受中心发展到一定阶段，产业园区的产业集群将超越生产加工的简单功能，而跃升到向内辐射中心的层次。在此阶段，产业园区的优势产业形成了面向集群内部辐射作用，即优势产业中的具备了较高的研发、生产、营销、管理等各方面实力的龙头企业，首先产生了寻找新技术、开拓新市场的意识，并在市场竞争中不断扩张，从而对园区集群内部相对弱小的企业发挥辐射作用和示范效应，带动整个集群共同提升竞争力。产业集群的竞争优势充分扩大到整个地域范围，区域品牌逐步形成，区域创新功能得到发挥，集群在当地的根植性也有所增强。

（三）向外辐射中心

向外辐射中心具有强大的品牌效应和技术输出效应，是所属行业的品牌中心和技术创新中心，它不仅对园内企业有辐射力，使集群整体呈上升式发展，同时对于同行业的园外企业都有极强的示范效应和辐射力，使大批的外部企业成为其代工生产企业，甚至使外部企业形成专门的集群为其提供配套支持。

分散的企业由集中而集聚而集群，产业园区的集群由辐射接受中心而向内辐射中心而向外辐射中心，这就是产业园区产业集群发展的基本逻辑轨迹。

**第四篇：产业集群是发展小企业的战略途径**

产业集群是发展小企业的战略途径

在小企业发展中有一种现象值得高度关注，即产业集群内的小企业虽然通常规模较小，但同集群外的小企业相比，其竞争力和抗风险能力都很强，多数小企业甚至是长盛不衰。认识这一现象的内在机理，对于引导小企业健康发展有着重要意义。

产业集群是指同一产业及相关产业的企业与法人机构，在地理位置上集结成群的产业 成长现象。集群内企业数量多，且大部分乃至全部是小企业；各企业的生产经营活动围绕一个产业链或产业链上的某个、某几个环节进行，彼此间在横向或纵向上关联，专业化分工程度较高；空间集聚，即在地域上集中；集群内的企业遵循市场法则，既互相竞争，又互相合作，优胜劣汰，促进繁荣。产业集群中的产业，不是指概念宽泛的大产业，如机械产业、化工产业等；而是指具体的行业，如服装行业、领带行业、袜子行业、制鞋行业等等。产业集群内的小企业成长和竞争能力之所以强，主要是因为：

第一，集群内小企业开办比较容易，成长动力强。集群内小企业专业化分工程度较高，每个企业只从事某种产品甚至某种产品的某个、某几个零部件生产，不需要花多少投资就可以把企业开办起来，实现批量生产。而且这样开办的小企业，绝大多数是民营企业乃至家族式企业，股东只有少数几个人，甚至只有一个人。清晰的产权使得所有者责任心强，企业成长力旺盛。

第二，集群内外的市场需求，降低了企业的投资风险和市场风险。大量的同类企业聚集在一起生产，不但彼此间存在一定依存关系,而且形成了很大规模,从某种意义上讲，单个小企业本身所具有的风险，被形成规模的集群企业稀释了。集群内部产生的巨大、集中的需求，有利于新进入的企业捕捉市场机会，降低投资风险。另外，同类产品的生产规模大，区域的产业知名度高（这是很宝贵的资源），辐射范围广，更易于吸引客商，企业的原材料供应和产品销售要比集群外的企业更有有利条件。特别是在有些集群区域，还形成了产品的专业批发市场，为众多的生产企业提供了规模很大的共同的销售平台，这就大大降低了集群内小企业的市场风险。

第三，管理简单易行。集群内的小企业不仅规模小，而且只生产某种产品或某种产品的某个、某几个零部件，这就使得管理链条很短，管理工作比较简单，有利于克服小企业管理水平低的矛盾。不仅如此，由于集群内的小企业有着良好的外部协作、配套和支撑条件，还会使得管理工作更为简化，管理成本进一步降低，管理效率更为提高。比如，集群之外的小企业要从事生产经营活动，由于缺少外部协作、配套和支撑条件，往往需要独立配备采购人员、专业技术人员和销售人员，并且要为如何防止采购人员因拿回扣而损害企业利益、如何防止专业技术人员跳槽和销售人员将客户转走等，而耗费很大的精力和成本。集群内的小企业则不必如此。它要销售产品，可以卖给销售企业或直接进入本地的专业批发市场；它要安装设备或维修，可以请专门的技术服务单位解决；它要采购原材料，更是可以方便地就近取得。这些，都是集群之外单打独斗的小企业所无法比拟的。

第四，产品专、技术精。专业化分工程度较高，是产业集群的显著特征。它至少在两个方面对提高企业的经济效益有着重要作用。一是产品专，即生产的产品种类少、批量大，可以提高劳动生产率，降低成本，获得规模效益；二是技术精，即所使用的技术种类少，可以

使员工在较短的时间内熟练地掌握生产技能，并且精益求精，有利于企业提高产品质量，增强竞争力。

第五，信息成本低，传播速度快。产业集群既是生产经营的集聚地，又是信息的集散地。这些信息包括供求信息、价格信息、新产品信息、技术信息，等等。它们对于小企业的生存发展，至关重要。集群以外的小企业要获取这些信息，不仅费时费力，还要支付较高的成本。而在产业集群内，由于有众多的供货商、销售商和生产经营者，交易十分频繁，因而信息来源的渠道广泛，信息量丰富，传播方式多种多样，速度很快，真伪也容易鉴别。正是由于这些特点，使得信息的真实性较高，时效性和共享性强，获得的成本也较低廉。

第六，交易成本低。突出表现在四个方面：一是集群内企业交易的空间范围和交易对象相对稳定，且有众多的对象可供选择，寻找客户的成本很低；二是签约成本低。集群内的企业交往密切，同类交易很多，这就极易形成各方都需要共同遵守的良性惯例。合同的约定和签署也就变得十分简单，往往是一次简单的商谈，就可以将生意敲定。而集群外的小企业，由于对客户不熟悉，签约时需要将权利、义务、责任等各方面条文考虑得尽量周到，需要反复沟通、磋商，费时费力，有时还达不成协议；三是合同维护成本低。合同执行中，如果双方产生意见分歧，由于相距很近，无论是通过协商还是仲裁，都不难解决。而集群外的小企业，如果与合同对方产生分歧，由于距离较远，往返时间较长，解决起来不仅要多支出成本，有时还会贻误商机或遭受其他损失；四是集群内交易双方相距很近，运输成本也可大大节省。第七，注重创新。集群内生产同类产品（劳务）的企业众多，竞争十分激烈。由于大家都在有限的空间交易，产品（劳务）的质量、价格等都很透明，依靠信息的不对称牟利十分困难。要想在竞争中取胜，必须在改进、创新上下真功夫。而由于企业生产同类产品，工艺、技术、设备都有共同性，加之企业之间交往多，信息传播快，员工流动性也很大，因此，新知识、新技术扩散速度很快。当一项新成果在某一企业得到运用后，其他企业便会纷纷仿效。要想通过一次创新保持长久的优势，是不可能的。只有不断创新，不断进取，才能在竞争中立于不败之地。简言之，对利润的追求是企业创新的内在动力，而市场竞争则是对企业创新的外在强制。

第八，信用度较高。诚实守信，是集群内企业需要严格奉行的信条。这并不是因为企业天生就有这样良好的素质，而是经营环境使然。在集群内，供货商与企业、企业与销售商、企业与企业之间，经常打交道，彼此比较熟悉，而且交易对象众多，可以互相比较。靠坑蒙拐骗固然不行，就是不认真履约，代价也将十分高昂。一旦发生此类情况,会很快被传开,就会丧失客户,寸步难行。在有行业协会的地方，还会受到更严厉的制裁，甚至会被逐出市场。所以，诚实守信是集群内企业普遍推崇的风尚，也是其信用程度普遍较高的深层原因。第九，退出成本较低。在市场经济中，企业的退出和进入都是很正常的事。集群之外的小企业如因经营不善需要退出，主要困难在于，其拥有的土地、厂房、设备等很难处置，往往要遭受很大损失。集群内的小企业则不一样。由于集群内的企业数量很多，一些优质企业需要扩张，还有的外来者需要进入设立新的企业。因此，破产倒闭企业需出卖的资产，很容易找到买家，其受到的损失相对说来要轻得多。

这就启示我们，产业集群是小企业发展的良好载体。精心培育、壮大产业集群，是正确引导、促进小企业健康发展的重要战略途径。（作者单位：省建设银行）

**第五篇：从OA看中小企业信息化**

国内中小企业受到自身条件以及意识方面的限制，信息化起步较晚。由于OA系统属于信息化管理基础应用系统，使用简单、投入相对较小，大多数中小企业往往选择从OA着手，逐步进入信息化。过去我们发现，中小企业实施OA系统容易走进两个极端，一种是对企业信息化管理缺乏信心，抱着浅尝辄止的态度，去选择那些价格便宜、功能一般的OA产品，这样实施的结果往往是：OA产品功能有限、性能不稳定，系统上线后作用不明显，企业失去进一步信息化的信心。另一种是对企业信息化管理过分自信，贪大求全，选择那些功能繁多、名气颇大、价格不菲的OA产品，这样的企业往往容易陷入OA系统的应用困境，花费过多精力在OA系统，信息化被严重搁置。

承元OA建议：中小企业信息化，首先应该认清形势，然后结合自身管理现状，最后制定相应的实施规划，从OA系统开始，分阶段的实施，由浅到深循序渐进，才能取得全局的胜利。

1、企业信息化培训是提高企业整体素质、推进中小企业信息化的基础工作；

2、从OA系统开始，逐渐引进其它的信息化应用系统；

3、结合企业自身管理特点对部分管理软件进行二次开发，修改计划中某些难以适用当前工作所需的部分，使之能与企业当前的管理现状较好地融合在一起；

4、管理者的心态要及时调整，企业信息化获得企业内部领导、管理人员和职工的支持，尤其是管理者的支持是非常重要的。

中小企业信息化建设过程对软件产品的选择不只是选择产品质量的问题，更重要的是选择未来长久的合作伙伴关系的问题。从这样观点的高度出发，软件的选择，特别OA软件选择可以遵循以下几个原则：

1、OA产品性能稳定，维护要相对容易；

2、功能既要能满足企业长期发展成长的需要，又要能满足未来多样化的需要；

3、选择的公司要拥有完整的售后服务机制，可以提供升级、定制等二次开发服务；

4、尽量选择能在较短的时间内上线的OA方案；

5、在各方面的条件都一致的情况下，优先选择成本较低的。

中小企业信息化从OA开始已经是一种共识，承元OA建议用户选择技术先进的平台型OA，不仅提供实用的个性化OA产品，同时提供企业信息化建设的基础架构平台。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！