

温州人经济研究中心

要 报

2014年第5期

(总第21期)

浙江省温州人经济研究中心办公室

2014年12月15日

※温州时尚之都打造与内外温商互动研究

温州时尚之都打造与内外温商互动研究

2013年，我市提出打造温州“中国时尚消费之都”的战略发展规划，力争5年之内初步造就中国重要的国际时尚消费品展示中心、贸易中心、集散地及精品制造基地。当前，温州经济转型升级相对停滞，技术和人才缺乏积累，使得本地创新资源不能满足企业转型的需要，难以支撑产业升级，集聚创新要素的能力也相对下降。本地资源的匮乏导致很多企业将中高端生产活动外迁，也增加了本土企业的创新成本，延缓了打造时尚之都的战略进程。在全球化产业分工时代，如果能够依托245万在外创业发展的温商，依托在全国各地建立的252个商会以及在世界各国成立的300多个侨团，借助内外温商形成的庞大网络形成紧密的战略联盟，一定能够有效推动时尚之都的战略布局。

一、本土温商、国内温商与海外温商网络的发展

本土7万家私营企业和超过32万家个体工商户是温州本土经济的创造者，借助本土温商网络已经创立了多个中国驰名商标、中国名牌产品以及国家级生产基地，多家企业跻身中国企业集团竞争力500强。随着超过200万温州人在国内各大城市成功创业，以及250多个在外温州商会的成立，国内温商已经在全国各地建立了发达的社会网络。而随着近60万

温州人在世界131个国家和地区的成功创业，海外温商已经成为中国民间外交以及温州在海外的重要资源；各国和地区相继成立的各种以海外温州人为主的社团，标志着海外温商网络已经初步形成。本土温商和海外温商与生俱来的温州传统文化基因，为温商内外互动提供了强大的经济发展动力与人力资本支持。

无论是国内温商还是海外温商，在创业初期均与本土温商紧密相连，温州传统产品成为其拓展国内和海外网络的重要资源；但随着其逐步融入当地经济，与本地温商和温州经济的联系日益减弱。然而，由于受到海外不同文化背景的限制，海外温州商人无论在人数和经济活动的总量上，在与当地经济的融合程度以及与当地商业网络的拓展深度方面都存在发展瓶颈，不可能完全融入海外的主流社会，对于所在国经济的影响非常有限。尤其是在金融危机之后，越来越多的欧洲温商，已经感受到欧洲经济衰退的影响，也遭遇了越来越多的竞争壁垒。此外，由于海外温商长期在外，对国内高速增长的经济形势缺乏了解，回归之路顾虑重重。相比之下，中国国内经济的快速增长给国内温商提供了发展良机，他们的商业网络已经完全融入了当地经济，并积累了大量商业上、政治上的人脉关系，已经经历或者正在经历着比温州本土更为快捷、高效的产业转型升级。基于上述原因，很多海外温商表现出强烈的回国发展意愿，这为温州本土经济提

供了国际化发展的新契机。

二、基于温商内外互动的价值网创新优势

海外温商由于能够获得所在国的独特资源，国际化优势明显，在整个温商网络演化过程中承担重要的推动作用，尤其是在时尚产业价值网的构建过程中将成为价值创造的关键节点。另一方面，由于国内温商的商业网络已经与当地经济深度融合，国内温商将产业搬离所在地回归温州的可能性微乎其微。因此，本研究认为探讨海外温商群体与本土温商群体在时尚产业中的网络互动价值，梳理海外温商与本土温商的网络嵌入形式及实施路径将更具可行性。

内外温商互动的核心在于建立涵盖顾客、供应商、竞争者、商业伙伴、联盟企业、中介机构（渠道商、贸易商等各种服务提供者）、政府等经济主体的价值网络，不同类型的参与者之间通过特定的方式建立起直接或间接联系，互为依存、彼此联动构成了一个共享价值文化、复杂的利益共同体。基于温商互动的价值网创新优势就在于通过内外温商的资源互补、信息互补、网络互补在实现价值链整合的同时，完成核心价值的创造。当前，海外温商网络已经形成，占据全球时尚信息网络的重要节点，但其在温商全球网络中的战略地位尚未凸显；因此，发挥其结构洞的信息纽带作用，提高全球温商网络的联系密度和强度，将成为打造时尚温州的重

要抓手。温州是世界温商网络的中心，资本是联系世界温商的纽带；本土温商和国内温商拥有强大的资本运作能力，海外温商所具备的时尚嗅觉为国内的温商资本注入世界流行元素，内外温商互动能够推动资本与流行元素的相互嵌入，成为建设时尚温州的重要战略举措。

三、基于温商内外互动的社会网络特征分析

温商在世界范围内创造了大量的社会资本，温商网络中成员的密切互动，促进了网络的演化，增强了彼此的信任，促进了深入合作并形成社会规范，在传承商业文化以及共享价值观的同时，不断提高社会资本总量，对社会网络基本特征的解读有益于挖掘实现温商内外互动的创新要素。

（一）社会网络的结构特性

社会网络的结构特性主要指企业所嵌入的社会网络的网络规模和网络密度，以及企业与外界互动的强度及交流深度。企业通过构建并占据结构洞位置，以获得异质信息，借助社会关系网络的中心位置识别创新机会，优先获得创新资源，提升创新能力；与外部组织互动的强度越高意味着双方交流渠道越畅通，与外界知识源建立的关系越密切越能够促进知识和技术诀窍的跨组织转移、实现互惠互利共赢的局面；与外部组织建立的广泛而多样化的联系，又可以为企业提供多元化的、丰富的资源支持进而有益于开拓新产品和新

业务。

（二）社会网络的关系特性

社会网络中企业的关系特性主要表现为企业与其网络成员间的相互信任、义务和期望，建立在信任基础上的互动使得企业与外界合作更为高效，加速了新思想、新观点及新技术在企业中的传播速度，提高了企业对外界环境的响应速度，营造了相对稳定及安全的经营环境。在高度信任的情景下，双方愿意利用各种方式来增进学习、交换资源、共享智力资本，也更容易获取社会网络内部有益的管理模式与管理技巧，提高自身的市场运作和内部运作效率。

（三）社会网络的认知特性

社会网络的认知维度体现着企业与网络成员间所共享的文化和目标。共享的文化体现了组织间共同的语言及网络成员普遍认可的行为准则，能够提升网络成员对彼此信息的理解能力；共同目标包含企业间共有的期望和价值观，目标共享程度越高，则集群内网络成员间的价值观越趋于一致，越能够使松散的系统聚集。组织间共享的相互认知能够产生一种激励精神，使得网络成员能够在熟悉的情景环境中沟通交流，促进成员间积极主动的展开社会资源交换和知识共享，同时在社会资源和信息的交换组合过程中产生新知识，培养企业良好的创新氛围，提升企业创新绩效。

四、基于温商内外互动的时尚之都构建策略研究

本土温商资本雄厚，海外温商掌控丰富的时尚资源，基于内外温商互动的时尚之都构建需要以本土温商为主，整合内外温商的资源禀赋优势，从结构、关系、认知三个层面实现互动，加速产业资本的聚集与商业模式的转型。

（一）基于结构优化的内外温商互动策略

大力促进温州本土经济的发展是实现内外温商互动的基本保障，加强温州作为温商网络中心的作用，打造“世界温州人资源平台”，将成为互联网时代构建内外互动的重要载体。

温州需要打造世界温州人信息中心和时尚产业信息中心，在收集和发布世界温州人信息的同时，完成时尚产业专业信息的分类对接。借助信息中心，将全球温商的经济信息、时尚产业信息分类发布，使温州成为内外温商网络的核心，发挥结构洞的创新资源汇集优势。借助“世界温商”APP和微信等互联网科技，整合全球温商资源，实现全球温商信息共享、时尚讯息互联互通；对时尚产业的市场趋势、政策导向、行业动态、商业模式进行实时精选，常态化推送；对时尚产业的特色资讯进行现场发布，邀请领袖人物针对时尚趋势发表独家观点。还可以邀请时尚领域专家、知名温商和其他智库专家组建项目评估团队，为时尚产业投资项目进行客观评估，第一时间发布权威投资指南，共享先机。上述资源

整合平台的打造建议由温州本土高校的专业研发机构和本地商会协会联合牵头，政府可以通过招标采购公共服务的形式，将信息平台的设计和资源整合的任务外包给第三方机构执行，集中精力进行线下主题性资源的专项整合与监控。

除了对时尚信息的及时把控，上述平台还可以与温州民间资本投资服务中心或者温州股权营运中心等投资服务平台对接，为时尚产业项目提供部分融资功能，在推动信息对接的同时实现资本对接。“世界温州人资源平台”不仅是资源整合的平台，也是服务的平台，更是智力资本融合的平台，时尚产业的商业经验与商业资源能够借助网络结构的重构实现商业模式创新与企业流程再造；资本的合作既帮助海外温商向时尚产业链的微笑曲线的中高端迁移，也为本土温商的转型升级提供了路径。基于移动互联网的整合平台将有效联动全球的温州资源，为传统的人脉资源赋予互联网的思维与活力，实现全球温商的资源互补，达成共振与共赢，帮助温商积极有效的由传统产业向时尚产业转型升级。

（二）基于关系优化的内外温商互动策略

海外温商从事的产业依然依赖于温州传统的轻工产品，主要涉及服装、鞋业、眼镜、打火机等，高科技产品很少；海外的温商商会、协会、联合会数量众多，能够将散落的温商资源予以整合，但实力不够强大。海外温商的网络拓展之路正遭遇瓶颈，迫切需要温州本土提供情感和资源上的双重

支持。因此，按照“六城联创”的方针，大力改善温州的硬环境和软环境以提升城市竞争力，健全海外温商交流机制，将是促进内外温商关系优化的基本保障。

一方面，通过聘请海外从事时尚产业的温商参与温州时尚产业发展水平的评估，对时尚产业的发展环境、制度设计进行评估并及时提供反馈意见，借助与世界时尚产业巨头的对话，形成时尚温州的战略思维，改善温州环境，增强温州综合竞争能力。另一方面，由于海外温商之间以及海外商会之间的联系非常有限，因而需要通过市政府、国内合作办或者各个行业协会的名义，每年适时举办各个层面和各个行业的在外温商互动活动，充分利用温州作为世界温州人中心枢纽的情感纽带作用。例如，市政府组织海外商会会长代表，针对时尚产业发展趋势每年举行定期和不定期的时尚产业项目招商会和温州时尚产业发展情况通报会，设立时尚项目推进专项基金，在听取海外温商意见的同时，加强内外温商互动，增强双方的信任，并逐步形成资源共享的合作规范。此外，温州市政府应借力正式外交和民间外交，协调全球时尚产业链的价值分配体系，帮助海外温商协调与所在国的经济合作与利益分配关系，形成风险共担与利益分享、制度信任与文化信任共建的内外温商关系网络。

（三）基于认知优化的内外温商互动策略

内外温商互动要以文化认同为根基，以天下温商对于温

州文化的强烈认同为纽带。政府应精心策划网络互动项目，以产业联系为主，兼顾乡情，增加网络的沟通渠道，推动深层交流。以世界温州人大会为纽带，定期召开海内外温商的互动研讨，举办温商领袖论坛，打造具有一定影响力的民营经济论坛平台；在提升产业集群集聚程度的同时提高集群效率，在集群中培育领军企业进而推动集群网络结构的优化和收益的提高，借助核心企业的认知引领提高知识溢出效率。在此基础上依托温州轻工产业、民间资本、空间要素的禀赋优势，大力发展高品质的时尚产品制造以及与之相关的服务集群，打造快速响应的高品质供应链。

海外温商大都生活在欧洲和世界的其他时尚之都，且从事与时尚相关的商贸流通行业，如普拉托的服装、佛罗伦萨的箱包等。利用海外温商所处的地域优势，收集全球时尚信息并搭建时尚信息数据库，将成为最经济可行的开放式创新的平台。针对本土温商时尚信息滞后的瓶颈，在国内建立时尚产业策划基地，为有意进行快时尚转型的企业提供基于时尚理念的企划服务，为时尚要素的匹配提供配置平台，实现从商品企划、设计、生产到销售一体化的控制，帮助海内外温商达成一致的认知预期。

综上，借助海外温商的时尚信息获取优势与国内温商形成时尚产业的信息互动将成为政府促进国内外温商合作的重要任务，一旦双方建立起深层次的资源共享与信息互动机

制，海外温商网络的信息嵌入就能有效推动本土时尚要素的配置，加快打造时尚之都的步伐，推动温州城市转型和产业转型。

课题来源：温州大学时尚之都建设相关问题再研究课题组

执笔人：张敏，温州大学商学院副教授，温州大学浙江省温州人经济研究中心研究员

本期发送：省社科联；校办、校领导；各有关部门。

编辑：杨黎慧 **校对：**张洪斌 **签发：**刘玉侠

浙江省温州人经济研究中心办公室编印 2013年12月15日印发(100份)

联系电话：0577-86689005