

传统企业与战略性新兴产业对接路径与模型

熊勇清, 余 意

(中南大学 商学院, 长沙 410083)

摘要: 培育和发展战略性新兴产业同时也给传统产业开启了“机会窗口”, 传统企业只有主动契合国家产业政策, 并与战略性新兴产业有效对接, 才有可能获得新的增长元素并实现可持续发展。分析了传统企业对接战略性新兴产业的决策影响因素, 提出了“高端”匹配对接和“低端”匹配对接两种模式, 以及“转型对接”、“升级对接”、“关联对接”和“辐射对接”四条具体匹配对接路径, 同时建立了传统企业与战略性新兴产业匹配对接的路径决策模型, 并以A地区10家样本传统企业为例, 验证了决策模型的有效性及其可行性, 为传统企业实现与战略性新兴产业的匹配对接提出了新的决策思路。

关键词: 传统企业; 战略性新兴产业; 产业对接; 路径决策

中图分类号: F272; F260

文献标识码: A

文章编号: 1002-0241(2013)09-0107-09

0 引言

我国传统产业量大面广, 占企业总数的2/3, 并创造了我国GDP的87%和我国财政税收的70%^[1]。但总体而言, 我国传统产业缺乏可持续发展力, 推动传统产业的转型升级是我国目前产业发展所面临的关键性问题之一。为适应全球产业结构深度调整的新趋势, 我国确立了培育和发展战略性新兴产业的重大战略部署。培育和发展战略性新兴产业同时也给传统产业开启了“机会窗口”^[2], 传统企业只有主动契合国家产业政策, 并与战略性新兴产业有效对接, 才能获得新的增长元素并实现可持续发展。

国内外学者围绕传统企业转型升级开展了大量研究, 例如, Bell等(1999)认为, 实现传统企业的转型升级, 一是要关注核心竞争力, 二是要关注动态能力^[3]。Griffin(1999)将转型升级划分为企业内部转型升级、企业之间转型升级、本土或国家内部转型升级和国际性区域转型升级四个层面^[4]。Humphrey和

Schmitz(2002)提出了传统企业升级的四种模式: 过程升级、产品升级、功能升级和跨产业升级^[5]。毛蕴诗等(2009)通过对9家典型企业的案例对比分析, 提出了企业由OEM→ODM→OBM转型升级的演进路径^[6]。

由于我国提出培育和发展战略性新兴产业的时间并不长, 针对传统企业与战略性新兴产业匹配对接的具体路径等操作层面问题的研究鲜见于文献。本文拟基于我国当前培育和发展战略性新兴产业的背景, 研究分析传统企业与战略性新兴产业匹配对接的具体路径和决策方法, 以期为传统企业转型升级并实现与战略性新兴产业的对接提供具体的操作方法。

1 匹配对接的主要模式、路径及决策影响因素

1.1 主要模式与路径

Kolinsky和Readman(2002)认为, 发展中国家传统企业转型升级并对接全球经济存在两种模式: “低端道路”模式和“高端道路”模式^[7]。借鉴这一观点, 可以将传统企业与战略性新兴产业匹配对接的模式

收稿日期: 2012-10-25

基金项目: 国家自然科学基金项目(71173243); 教育部人文社会科学研究规划基金项目(10YJA790208); 教育部留学回国人员科研启动基金(教外司留[2012]940); 湖南省自然科学基金项目(11JJ3089)

第一作者简介: 熊勇清(1966—), 男, 江西临川人, 管理学博士, 中南大学商学院教授, 博士生导师, 副院长, 研究方向: 区域创新、战略管理。

势”、“企业转型能力”和“企业升级能力”等相关领域的一些研究成果^[8-14],影响传统企业对接战略性新兴产业路径决策的内部因素可以归纳为六个方面。

- (1) 企业财务:传统企业财务能力强,则更倾向于通过“高端对接”模式对接战略性新兴产业,反之,则更倾向于选择“低端对接”模式。
- (2) 企业成长:传统企业对接战略性新兴产业,不论是选择哪一种模式和路径,企业成长能力都是必不可少的最基础的能力。
- (3) 生产运营:传统企业需要具有更高的劳动效率、运营管理水平 and 设备能力,才能成为战略性新兴产业的相关支持产业(配套企业,上下游企业等),该项指标越强,传统企业越适合选择“关联对接”的路径。
- (4) 营销能力:一般而言,传统企业的市场营销能力越强,则越倾向于通过“升级对接”的路径实现与战略性新兴产业的对接。
- (5) 组织管理:战略性新兴产业的培育和发展可以对传统产业产生溢出效应、置换效应和联动效应^[15],传统企业组织管理能力越强,则越能够充分利用战略性新兴产业的“辐射”效应,分享战略性新兴产业的相关资源。
- (6) 创新技术:在传统企业与战略性新兴产业对接的四条路径中,“转型对接”更加依赖传统企业的创新技术能力,因此传统企业的创新技术能力越强,则越适合于通过“转型对接”的路径实现与战略性新

兴产业的成功对接。

2 决策步骤、方法与模型

匹配对接路径决策的阶段、模型和功能如表1。

2.1 阶段 I :匹配对接目标的综合评价

- (1) 指标及指标评语集。基于前文分析,本文选择了“就业促进”、“产业带动”、“可持续发展”、“增长潜力”四个准则层指标,并建立了相应的二级指标,各指标评语集为{一般,良好,优秀},如表2。
- (2) 权重确定。邀请来自政府、高校和企业的12名专家,应用德尔菲法对各指标重要程度作出评价,得到一级指标权重专家综合判断矩阵

$$A=\begin{pmatrix}1&\frac{1}{2}&2&\frac{1}{2}\\2&1&2&2\\\frac{1}{2}&\frac{1}{2}&1&\frac{1}{2}\\2&\frac{1}{2}&2&1\end{pmatrix}$$

首先对 A 中每行元素连乘并开 n 次方,并计算相应权重:

$$W=(0.1953,0.3905,0.1381,0.2761)$$

然后进行一致性检验:

$$\lambda_{\max}=\sum_{i=1}^4w_is_i=5.5\times w_1+2.5\times w_2+7\times w_3+4\times w_4=4.1215$$

$$CI=\frac{\lambda_{\max}-n}{n-1}=\frac{0.1215}{3}=0.0405$$

$$CR=\frac{CI}{RI}=\frac{0.0405}{0.90}=0.045<0.1$$

表1 传统企业与战略性新兴产业匹配对接路径决策的步骤和模型

阶段	模型	功能	内容概述
第Ⅰ阶段	匹配对接目标综合评价模型	判断匹配对接目标(战略性新兴产业)企业的发展前景	● 建立对接目标(战略性新兴产业)企业发展前景指标体系建立指标因素集 ● 根据优秀、良好、一般三个类别,建立相应指标评价集 ● 建立适宜的隶属函数,并根据隶属函数和样本数据确定模糊综合评价矩阵 ● 模糊综合评价并处理评价结果
第Ⅱ阶段	传统企业对接能力评价模型	确定传统企业匹配对接具体模式和路径	● 分别评判转型对接、升级对接、关联对接、辐射对接所需各企业能力的权重 ● 对去量纲化的样本数据进行线性加权综合评价,取企业四个“对接能力”中的最大值 ● 将“对接能力”中最大值相对应的路径,作为传统企业匹配对接战略性新兴产业(企业)的具体路径

同理,求得各二级指标(C1~C10)相应权重并进行一致性检验。由此得到各一、二级指标权重,如表3。

(3) 综合评价。构造指标隶属度函数,计算出每一个指标相对于各类型的隶属程度 r_{ij} ,由此确定第二级模糊综合评价矩阵 R_i , $i=1,2,3,4$ 。再利用二级指标的权重向量 A_i 求第一级的模糊综合评价矩阵:

$$R_1=(a_1,a_2,a_3)\begin{pmatrix}r_{11}&r_{12}&r_{13}\\r_{21}&r_{22}&r_{23}\\r_{31}&r_{32}&r_{33}\end{pmatrix}$$

同理可求得 R_2, R_3, R_4 。因此,第一级模糊综合评价矩阵为: $R=(R_1, R_2, R_3, R_4)^T$ 。

最后利用一级指标的权重向量 W ,计算 $B=W\times R$,若 $\sum b_i \neq 1$,则对其进行归一化处理,得到 $B=(b_1, b_2, b_3)$ 。

取与评价结果中的最大值 $b^*=\max b_j$ ($j=1,2,\cdots,m$) 相对应的评语元素 v_i 所对应的类型作为最终评价结果,即: $V=\{v_i|v_i\rightarrow\max b_j\}$ 。

2.2 阶段Ⅱ:传统企业对接能力和类型综合评价

(1) 指标遴选。基于前文分析和郭斌(2001)、曾晓洋(2002)、孙淑英(2006)、毛蕴诗(2009)、陈松涛(2004)等学者的研究成果^[16-20],构建了6个一级指标和24个二级指标。如表4(I)部分所示。

(2) 权重确定。邀请了来自政府、高校和企业的12名专家,分别对各项指标相对重要程度进行判断,得到专家的综合判断矩阵,再利用层次分析法(AHP)得到相应的权重值 $W_j=(W_1, W_2, \dots, W_n)^T$,首先得到各二级指标权重(即:各二级指标对应所属一级指标的权重),然后得到一级指标权重(即:各一级指标对应于转型、升级、关联和辐射四种对接路径的权

表2 指标及评语集

指标		评语集		
一级指标	二级指标	一般	良好	优秀
就业促进(B1)	就业吸纳率(C1)/%	20	45	70
	就业增长率(C2)/%	5	10	15
	投入创造的就业率(C3)/%	10	30	50
产业带动(B2)	感应度系数(C4)	1	1.1	1.2
	影响力系数(C5)	1	1.5	2
可持续发展(B3)	能源消耗产值率(C6)/%	4	7	10
	成本费用利润率(C7)/%	6	9	12
增长潜力(B4)	需求弹性系数(C8)	1	2	3
	产业增长率(C9)/%	9	13.5	18
	技术进步贡献率(C10)/%	30	40	50

注: 二级指标及系数 X1、X2、X3 的确定借鉴了参考文献[8]~参考文献[14]的相关研究成果

表3 指标权重

一级指标	一级指标权重	二级指标	二级指标权重
就业促进(B1)	0.1953	就业吸纳率(C1)	0.5396
		就业增长率(C2)	0.1634
		投入创造的就业率(C3)	0.2970
产业带动(B2)	0.3905	感应度系数(C4)	0.2500
		影响力系数(C5)	0.7500
可持续发展(B3)	0.1381	能源消耗产值率(C6)	0.6667
		成本费用利润率(C7)	0.3333
增长潜力(B4)	0.2761	需求弹性系数(C8)	0.5396
		产业增长率(C9)	0.1634
		技术进步贡献率(C10)	0.2970

重),如表4(Ⅱ)部分所示。

(3) 综合评价。利用线性变换处理后的评价数据,设 P_i 为第 i 个系统的综合评价得分,根据线性加权综合评价公式:

$$P_i = \sum_{j=1}^{24} r_{ij} \omega_j$$

式中: r_{ij} 为评价对象 i 对接能力的综合分值; ω_j 为第 j 个评价指标的权重。限于篇幅,过程从略,结果如表4(Ⅱ)。

(4) 结果处理。取四个能力(转型对接、升级对接、关联对接、辐射对接)评价分值中最大值对应的能力及对应的路径,作为选择结果。

2.3 路径选择

根据综合评价结果,传统企业可以选择相应的匹配对接路径。

(1) 路径A(转型对接):当传统企业具有较强的“转型对接”能力时,应该选择“转型对接”这一路径,即:创新传统企业的技术、机制、管理等,成为高新技术企业,实现与战略性新兴产业的目标企业对接。

(2) 路径B(升级对接):当传统企业具有较强的“升级对接”能力时,应该选择“升级对接”这一路径,即:通过工艺流程升级、产品升级、功能升级等向产业链的上下游拓展,实现与战略性新兴产业的目标企业对接。

(3) 路径C(关联对接):当传统企业具有较强的“关联对接”能力时,应该选择“关联对接”这一路径,即:通过与战略性新兴产业的兼并、重组、整合,实现与战略性新兴产业的目标企业对接。

(4) 路径D(辐射对接):当传统企业具有较强的“辐射(共享)对接”能力时,应该选择“辐射(共享)对

表4 传统企业对接能力指标及权重

(Ⅰ)指标		(Ⅱ)权重 ^②
一级(E)	二级(F) ^①	
企业财务(E1)	资产报酬率(F1)	一级:{0.239, 0.203, 0.239, 0.239}
	销售利税率(F2)	二级:{0.2776, 0.4669, 0.1603, 0.0959}
	成本费用利润率(F3)	
	总资产周转率(F4)	
企业成长(E2)	固定资产增长率(F5)	一级:{0.145, 0.117, 0.145, 0.145}
	税前利润增长率(F6)	一级:{0.1603, 0.4669, 0.0959, 0.2776}
	人员增长率(F7)	
	产品成本降低率(F8)	
生产运营(E3)	劳动效率(F9)	一级:{0.081, 0.069, 0.373, 0.081}
	运营管理水平(F10)	二级:{0.2599, 0.4126, 0.3275}
	设备能力(F11)	
企业营销(E4)	产品的市场占有率(F12)	一级:{0.081, 0.339, 0.081, 0.081}
	市场扩大率(F13)	二级:{0.3512, 0.3512, 0.1089, 0.1887}
	销售计划完成率(F14)	
	销售额增长率(F15)	
组织管理(E5)	团队强度(F16)	一级:{0.081, 0.069, 0.081, 0.373}
	人员培训强度(F17)	二级:{0.5396, 0.1634, 0.2970}
	战略规划水平(F18)	
创新技术(E6)	人均 R&D 经费支出(F19)	一级:{0.373, 0.203, 0.081, 0.081}
	R&D 投入强度(F20)	二级:{0.2436, 0.0886, 0.0886, 0.1505, 0.3751, 0.0538}
	R&D 人员比重(F21)	
	人均技术改造经费支出(F22)	
	每百人拥有专利发明数(F23)	
	新产品产值率(F24)	

注:① 二级指标设计借鉴了参考文献[16]~参考文献[20]的研究成果。② 各二级指标权重为:各二级指标对应所属一级指标的权重;一级指标权重为:各一级指标对应于“转型对接”、“升级对接”、“关联对接”和“辐射对接”四种对接路径的权重

接”这一路径,即:通过与战略性新兴产业合作,共享其人才、知识、技术等,通过实现与战略性新兴产业目标企业对接来对接目标(战略性新兴产业)企业。

3 模型与方法具体应用:以A地区10家传统企业为例

3.1 A地区产业发展概况

某市A地区地处中部省份,传统产业占该地区企业总数的71%。近年来,A地区坚持以“转方式,调结构”为主线,目前已初步培育了一批战略性新兴产业,其中以“先进装备制造制造业”发展最为迅速,累计有13家。考虑到规模较大的战略性新兴产业是传统企业匹配对接的首选目标,本文选择了5家规模较大的战略性新兴产业作为匹配对接目标,同时选择了在行业性质上与装备制造制造业密切相关并且规模较大的10家传统企业开展调研,并应用本文构建的路径决策模型分析研究。

3.2 A地区匹配对接目标(战略性新兴产业)企业综合评判

(1) 样本数据选取。依据A地区2011年统计年鉴的数据,换算得到A地区“先进装备制造制造业”5家样

本企业“就业促进”、“产业带动”、“可持续发展”、“增长潜力”四类基础数据,如表5。

(2) 综合评价。基于表5基础数据,并根据表4相应指标的权重,得到A地区匹配对接目标(战略性新兴产业)企业综合评判结果,如表6。

3.3 A地区传统企业(10家样本企业)匹配对接能力综合评判

A地区在行业性质上与装备制造制造业密切相关的10家规模较大的传统企业基础数据如表7。

应用线性变换法对表7基础数据进行预处理,得到标准化数据,然后根据表4计算所得相应权重,计算10家传统企业匹配对接能力综合得分,如表8。

3.4 A地区传统企业匹配对接路径建议

根据A地区匹配对接目标(战略性新兴产业)企业的综合评价结果,以及A地区传统企业对接能力实际评价结果,A地区10家传统企业的匹配对接路径的具体建议如图2。

4 结论与建议

(1) 培育和发展战略性新兴产业同时也给传统产业开启了“机会窗口”,传统企业只有主动契合国

表5 A地区匹配对接目标(战略性新兴产业)企业相关基础数据

一级指标	二级指标	目标企业 1	目标企业 2	目标企业 3	目标企业 4	目标企业 5
就业促进(B1)	就业吸纳率(C1)/%	79.5	78.9	61.2	75.4	82
	就业增长率(C2)/%	7.315	4.235	19.25	1.155	2.695
	投入创造的就业率(C3)/%	30.5	32.8	10.3	35.3	40.1
产业带动(B2)	感应度系数(C4)	1.146	1.246	1.171	0.997	1.196
	影响力系数(C5)	0.65	0.427	1.016	0.63	0.376
可持续发展(B3)	能源消耗产值率(C6)/%	6.12	5.78	24.21	7.38	7.24
	成本费用利润率(C7)/%	0.83	0.52	1.06	0.37	0.4
增长潜力(B4)	需求弹性系数(C8)	2.77	2.95	2.99	2.64	4.33
	产业增长率(C9)/%	9.373	6.077	10.3	5.459	5.15
	技术进步贡献率(C10)/%	54	53	38	52	55

表6 A地区匹配对接目标(战略性新兴产业)企业模糊综合评价结果

匹配对接目标	模糊综合评价向量 B	max b _j	对应 V _i	评价结果	
				前景	适宜
目标企业 1	(0.328,0.378,0.294)	0.378	V ₂	良好	首选目标
目标企业 2	(0.454,0.193,0.353)	0.454	V ₁	一般	备选目标
目标企业 3	(0.295,0.318,0.387)	0.387	V ₃	优秀	首选目标
目标企业 4	(0.433,0.306,0.261)	0.433	V ₁	一般	备选目标
目标企业 5	(0.311,0.340,0.350)	0.350	V ₃	优秀	首选目标

表7 A地区传统企业(10家样本企业)基础数据

一级指标	二级指标	传统企业 1	传统企业 2	传统企业 3	传统企业 4	传统企业 5	传统企业 6	传统企业 7	传统企业 8	传统企业 9	传统企业 10
企业财务(E1)	F1(%)	12.00	38.35	46.07	31.26	16.03	15.47	20.07	40.12	16.87	17.35
	F2(%)	8.00	32.19	40.95	26.35	24.45	20.86	6.79	38.56	10.45	21.04
	F3(%)	8.73	59.97	61.43	48.24	42.42	43.14	8.60	60.37	11.69	22.22
	F4(%)	150.00	132.25	112.50	87.46	65.57	74.65	295.46	147.58	188.64	105.63
企业成长(E2)	F5(%)	106.67	103.14	105.26	101.12	138.39	142.08	102.53	108.24	101.41	102.78
	F6(%)	275.14	239.78	243.67	149.34	231.77	222.78	106.21	233.38	174.68	187.58
	F7(%)	119.05	112.47	118.89	108.56	116.98	128.79	143.50	116.29	111.40	126.26
	F8(%)	92.92	95.88	94.78	95.42	96.12	92.33	97.67	94.07	95.76	96.54
生产运营(E3)	F9(万/人)	142.86	78.42	125.00	134.19	29.30	162.14	48.18	99.20	53.23	47.25
	F10(万/人)	11.43	21.66	51.19	45.21	7.16	64.52	3.27	21.44	8.96	7.50
	F11(万/人)	95.24	99.62	111.11	147.14	44.69	126.39	16.31	32.47	58.11	34.21
企业营销(E4)	F12(%)	19.36	10.78	12.34	11.38	25.65	20.25	38.12	14.82	37.75	14.39
	F13(%)	103.31	101.03	107.05	102.68	110.99	108.49	104.93	102.36	109.50	105.05
	F14(%)	90.00	85.00	85.00	90.00	100.00	80.00	80.00	85.00	95.00	90.00
	F15(%)	226.67	204.36	211.11	179.25	218.35	190.53	108.24	146.88	221.98	125.22
组织管理(E5)	F16(%)	38.10	24.06	55.56	14.54	13.95	14.31	16.31	42.71	16.31	41.28
	F17(%)	500.00	200.00	333.33	150.00	150.00	200.00	400.00	333.33	150.00	400.00
	F18(%)	100.00	80.00	90.00	90.00	95.00	90.00	90.00	85.00	85.00	95.00
创新技术(E6)	F19(万/人)	11.90	187.13	20.00	42.09	299.32	87.45	1.13	287.46	15.31	15.00
	F20(%)	8.33	48.17	2.67	10.26	49.89	33.89	2.34	45.21	11.52	12.79
	F21(%)	9.62	17.24	16.67	7.21	4.88	3.98	4.40	15.97	5.56	8.09
	F22(万/人)	9.52	11.79	0.56	4.33	11.63	8.56	0.54	10.61	1.85	1.01
	F23(项/百人)	2.38	8.00	7.78	1.27	0.23	1.04	2.38	6.76	1.32	4.23
	F24(%)	66.67	80.46	111.11	41.45	69.69	54.77	3.95	150.20	63.60	11.24

注:F1~F24为二级指标,详见表4

表8 A地区传统企业(10家样本企业)匹配对接能力综合评价结果

企业	类型分值				
	转型对接	升级对接	关联对接	辐射对接	最适宜路径建议
传统企业 1	0.488	0.585	0.541	0.635 [*]	路径 D: 辐射(共享)对接
传统企业 2	0.784 [*]	0.745	0.669	0.684	路径 A: 转型对接
传统企业 3	0.742	0.764	0.816	0.858 [*]	路径 D: 辐射对接
传统企业 4	0.501	0.592	0.680 [*]	0.571	路径 C: 关联对接
传统企业 5	0.578	0.661 [*]	0.476	0.556	路径 B: 升级对接
传统企业 6	0.542	0.627	0.724 [*]	0.583	路径 C: 关联对接
传统企业 7	0.354	0.512 [*]	0.350	0.473	路径 B: 升级对接
传统企业 8	0.820 [*]	0.773	0.666	0.785	路径 A: 转型对接
传统企业 9	0.389	0.571 [*]	0.417	0.472	路径 B: 升级对接
传统企业 10	0.464	0.537	0.437	0.616 [*]	路径 D: 辐射对接

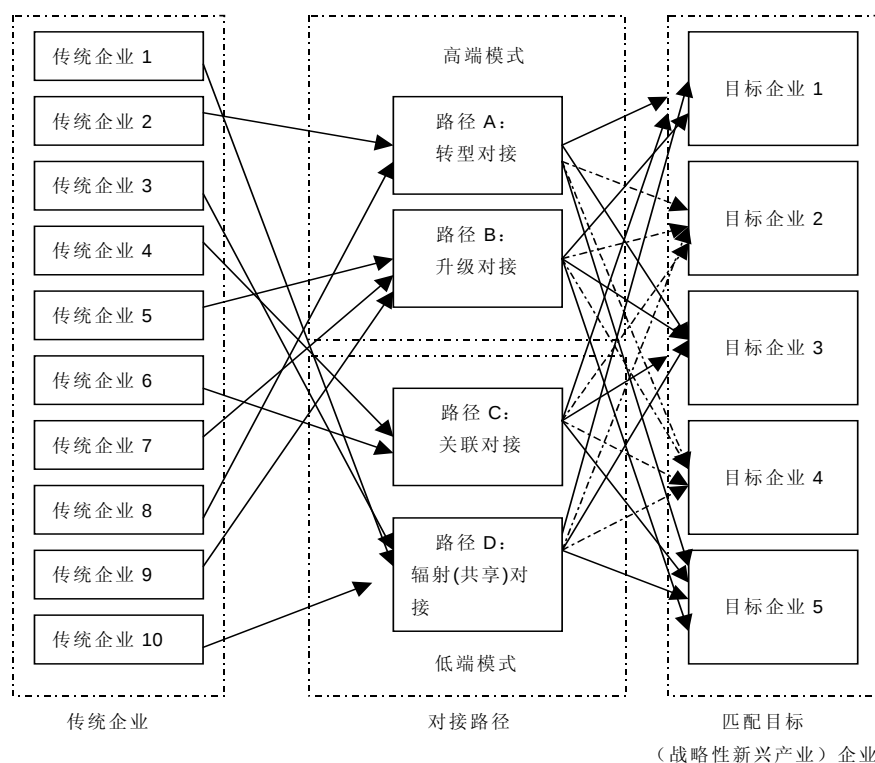
注:标有*的值为该企业匹配对接能力中对应的最大值

家产业政策,并与战略性新兴产业有效对接,才有可能获得新的增长元素并实现可持续发展。

(2) 传统企业与战略性新兴产业的匹配对接存在“两种模式四种路径”,即“高端”匹配对接和“低端”匹配对接两种对接模式,以及“转型对接”、“升级

对接”、“关联对接”、“辐射对接”四条具体匹配对接路径。

(3) 不同类型的传统企业具有不同的匹配能力和类型,因此,需要根据传统企业自身的资源与能力,同时综合考虑匹配对接目标(战略性新兴产业)企



注:实箭线为首选对接路径;虚箭线为备选对接路径

图2 A区传统企业(10家样本企业)与战略新兴产业(目标企业)匹配对接路径建议

业的实质和类型,在内部和外部两个维度综合评价基础,准确选择与战略性新兴产业的匹配对接路径。

(4) 通过对A地区传统企业(10家样本企业)与战略性新兴产业匹配对接的具体分析表明,本文提出的路径决策模型具有较好的操作性,为传统企业与战略性新兴产业的匹配对接提供了一种新的决策思路。

参考文献

- [1] 中国社科院工业经济所. 中国工业发展报告(2012)[M]. 北京:经济管理出版社,2012
- [2] 高峰,唐家龙. 新兴产业发展规律及启示[J]. 科技进步与对策,2011,28(1):56-58
- [3] Bell M, Albu M. Knowledge systems and technological dynamism in industrial clusters in developing countries[J]. World Development, 1999,27(9):1715-1734
- [4] Griffin G. International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chains[J]. Journal of International Economics, 1999(48):37-70
- [5] Humphrey J, Schmitz H. How does Insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters?[J]. Regional Studies, 2002,36(9):27-101
- [6] 毛蕴诗,吴瑶. 企业升级路径与分析模式研究[J]. 中山大学学报(社会科学版),2009(1):178-186
- [7] Kolinsky R, Morris Me, Readman J. The globalization of product markets and immiserizing growth: Lessons from the south African furniture industry[J]. World Development, 2002,30(7):1159-1177
- [8] Grant R M. The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation[J]. California Management Review, 1991,33(3):114-135
- [9] Jay W. The role of marketing capability in innovation-based competitive strategy[J]. Journal of Strategic Marketing, 2003(11):15-35
- [10] 刘思峰. 区域主导产业评价指标与数学模型[J]. 中国管理科学,1998(6):8-10
- [11] 赵玉林,张倩男. 主导性高新技术产业领域的评价与筛选[J]. 科学学研究,2007(6):435-442
- [12] 李晓非,韦静. 吉林省高技术产业素质评价的实证研究[J]. 科技进步与对策,2008(12):183-185
- [13] 贺正楚,吴艳. 战略性新兴产业的评价与选择[J]. 科学学研究,2011(5):678-683

- [14] Kilman R. Critical success factors of corporate transformation[J]. *European Management Journal*, 1995,13(2):175-187
- [15] 黎春秋,熊勇清. 传统产业优化升级模式研究:基于战略性新兴产业培育外部效应的分析[J]. *中国科技论坛*, 2011(5):32-37
- [16] 郭斌,蔡宁. 企业核心能力审计:指标体系与测度方法[J]. *系统工程理论与实践*,2001(9):7-15
- [17] 曾晓洋,李劲松. 论市场营销竞争力评价指标体系的构建[J]. *商业经济与管理*,2002(5):9-13
- [18] 孙淑英,王秀村,刘菊蓉. 我国企业营销绩效评价指标体系构建的实证研究[J]. *中国软科学*,2006(1):132-137
- [19] 毛蕴诗,姜岳新,莫伟杰. 制度环境、企业能力与OEM企业升级战略:东菱凯琴与佳士科技的比较案例研究[J]. *管理世界*,2009(6):135-145
- [20] 陈松涛,陈传明. 企业核心能力刚性的表现及评价指标设计[J]. *科学学与科学技术管理*,2004(1):69-73
- (责任编辑 徐 惠)

Research on the Docking Path and Model Between Traditional Enterprise and Strategic Emerging Industry

XIONG Yongqing, YU Yi

(School of Business, Central South University, Changsha 410083, China)

Abstract: The cultivation and development of emerging strategic industries has opened 'the window of opportunity' for the traditional industries. The traditional enterprises only actively comply with the national industrial policy and butt joint the emerging strategic industries effectively, will it be possible to get the new growth elements and the realization of sustainable development. This paper analyzes the decision-making influencing factors about traditional enterprises docking to the emerging strategic industries, also puts forward 'two patterns and four paths'. The two docking patterns are 'high-road' and 'low-road', the four specific matching paths are 'transformation butt-joint', 'upgrading butt-joint', 'relation butt-joint' and 'radiation butt-joint'. The paper has established the decision-making model about traditional enterprises docking to the emerging strategic industries. Take 10 traditional enterprises in A region for an example, verified the effectiveness and feasibility of the decision model. Provide a new thought for matching and docking the traditional enterprises and emerging strategic industries.

Key words: traditional enterprise; strategic emerging industries; industrial butt-joint; routing decision