

走内源型发展路子建设具有竞争优势的 特色小镇：以贵州省为例¹

李宇军 张继焦

(中国社会科学院, 北京 100028)

【摘要】: 建设特色小镇是中国新型城镇化道路和产业转型升级相结合的一种政策实践。在全国各地的特色小镇竞争中, 贵州特色小镇建设注重本区域的自然资源和本地的历史文化/民族文化特色。贵州省民族/历史文化型、生态旅游型、资源禀赋型等三种类型特色小镇的各种关键要素相互联结和强化, 相应地形成了不同的产业集群现象。产业集群内部的相关企业之间形成了互助关系, 既可以上下游企业之间联动, 也可以平行企业之间互动; 集群内部各个企业之间既能够保持信息交流, 也保持着持续和积极的竞争氛围; 特色小镇形成了强劲的竞争优势。这种内源型的系统性竞争优势, 不但可以使特色小镇整体产业的发展速度和质量都具有可持续性, 而且可以提升当地的城镇化发展水平、促进城乡一体化发展。

【关键词】: 特色小镇 内源型发展 竞争优势 城镇化

【中图分类号】: F120.3 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1002-6924(2018)11-123-128

一、研究背景

经过 40 年我国城市高速发展的实践, 以规模为中心的传统粗放型发展方式不仅带来了诸多问题和矛盾, 也影响了城市发展的质量和内涵。在经济新常态条件下, 我国特色小镇建设既是一种优化生产力布局、推动产业转型和产业升级的经济模式, 也是一种破解有效供给不足、注重内涵的发展模式, 还是一种促进多元参与、协同共享的社区或社会治理模式。^[1]

特色小镇建设作为我国供给侧结构性改革的一种新型城镇化发展模式, 其发展动力应该来自于哪里? 是应该重视外来的资源和机遇, 还是必须更加着眼于本地区自身的内部资源?

二、本文的分析思路

本文拟从“内源型发展”角度, 对贵州省(简称“贵州”)的特色小镇的类型、特点和发展状况进行分析。围绕着后发展国家和地区如何选择“发展模式”, 早在 20 世纪 60-70 年代就有过“外源型”和“内源型”的争论。最典型的是联合国第一个发展十年计划(1960-1970), 由于采取“外源型”发展模式, 结果无功而终。“外源型”模式的做法为:“发展即铺设道路, 好让亚洲、非洲和拉丁美洲的大部分地区复制世界经济发达国家的典型环境:工业化、高度都市化和高度普及高等教育、农业技术化, 对现代化价值观和法则的广泛接受, 包括特定的秩序、理性和个人目标, 这种意义的发展既承认又否认差异的存在:第三世界的

¹**基金项目:** 中国社会科学院城市发展与环境研究所创新工程项目“城市群重点领域雾霾源协同治理研究”; 中国社会科学院民族学与人类学研究所创新工程项目“多民族国家的社会治理”。

作者简介: 李宇军, 中国社会科学院城市与环境研究所副研究员, 主要研究方向: 生态环境、城乡发展; 张继焦, 博士, 中国社会科学院民族学与人类学研究所研究员, 主要研究方向: 社会学、人类学。

存在体现着差异，而发展则正是消灭差异的机会。”^[2]这种“发展模式”的本质不是完全内生和自发的，而是按照发达国家已有模式的“复制”。经过几十年的探索，到20世纪90年代，内源型发展模式逐渐成为联合国所重视和鼓励的一种新发展观。内源型发展指的是，“在形式上，发展应该是从内部产生的；在目的上，发展应该是为人服务的”。“每个社会都应该根据本身的文化特征，根据本身思想和行为结构，找出自己的发展类型和方式。有多少社会，就应该有多少发展蓝图和发展模式。共同适用的发展模式是不存在的。”^[3]内源型发展战略否定了西方发达国家发展道路和发展模式的惟一性，否定了只注重经济增长而忽视社会文化发展的模式。具体而言，贵州省的特色小镇建设应该走内源型发展模式，还是应该走外源型发展模式，或者应该走复制型发展模式？

建设特色小镇是中国新型城镇化道路和产业转型升级相结合的一种政策实践。在全国各地的特色小镇竞争中，为什么有的特色小镇成功了？有的特色小镇失败了？这似乎已经成为当今中国最热门的话题之一。如此看来，特色小镇建设应该具备一定的竞争优势。在此，笔者参考迈克尔·波特的企业竞争优势理论，构建起了如下剖析特色小镇竞争优势的分析框架：分析特色小镇竞争优势的基本单位是“产业”，因为产业（包括工业、服务业）是由一群企业以产品生产或服务直接进行竞争的。特色小镇竞争优势的持续力取决于三项重要条件。第一个重要条件是特殊资源的优势。比如，具有某种差异性的产品或服务，是比较稳固牢靠的竞争优势。第二个重要条件是竞争优势的种类与数量越多越好。第三个重要条件也是最重要的一项，是一种持续的改善和自我提升。特色小镇竞争优势可以分为四个发展阶段：第一是生产要素导向阶段，引发经济发展的产业大多是以当地的民族/历史文化、天然资源为主的产业，主要依靠民族/历史文化、自然资源或廉价劳动力。第二是投资导向阶段，其一出现了政府起主导作用的大规模产能扩张，其二有些产业已形成较强的竞争力，不但形成一定程度的进入壁垒，而且可以将自己的产业优势扩展到相关产业上面。第三是创新导向阶段，竞争焦点在技术和产品的差异，产业集群不但出现上下游之间的垂直深化发展，而且出现了横向水平发展。第四是富裕导向阶段，经济进入衰退，出现了大量的企业兼并和收购现象，反映了各行业希望减少内部竞争以增强稳定性的愿望。在中国，分区域来看，北上广深等一线城市已开始进入第三阶段，东部沿海发达地区（如广东、浙江、江苏等省）在第二阶段中后期，正在崛起的中部地区（如湖北、湖南等省）在第二阶段前期，西部欠发达地区总体上还在第一阶段。但是，从贵州全省来看，有的特色小镇开始进入第三阶段，有的特色小镇在第二阶段中后期，有的特色小镇在第二阶段前期，有的特色小镇还处于第一阶段。

本文拟探讨贵州特色小镇建设是否关注“内源型竞争优势”，即是否注重本区域的自然资源和本地的历史文化/民族文化特色？特色小镇建设是否对提升贵州的城镇化发展水平、协调贵州大中小城市发展及促进贵州城乡一体化发展等都起到了一定的作用？简言之，贵州的特色小镇建设是否走内源型发展路子，它所建设的特色小镇是否具有了一定的竞争优势。

三、不同类型的特色小镇：探索不同的竞争优势和内源型发展路径

对特色小镇的类型，本文将采用目前学术界较为常用的特色小镇十大类划分法：历史文化型城郊休闲型、新兴产业型、特色产业型，交通区位型，资源禀赋型，生态旅游型，高端制造型、金融创新型，和时尚创意型等。

2016年，贵州省住建厅下发的《贵州省特色小镇建设工作实践》指出，“十三五”期间，贵州省将紧紧围绕“特色”打造小城镇升级版，继续支持100个示范小城镇³建设发展，带动全省1000多个小城镇同步小康。

²参见[美]迈克尔·波特著，《国家竞争优势》（1990）（上下册），李明轩、邱如美译，中信出版社，2012年。

历史文化型特色小镇：一是要小镇历史脉络清晰可循；二是小镇文化内涵重点突出、特色鲜明；三是要小镇的规划建设延续历史文脉，尊重历史与传统。

城郊休闲型特色小镇：一是要小镇与城市距离较近，位于都市旅游圈之内，距城市车程最好在2小时以内；二是小镇要根据城市人群的需求进行针对性的开发，以休闲度假为主；三是小镇的基础设施建设与城市差距较小。

新兴产业型特色小镇：一是小镇位于经济发展程度较高的区域；二是小镇以科技智能等新兴产业为主，科技和互联网产业尤其突出；三是小镇有一定的新兴产业基础的积累，产业园区集聚效应突出。

特色产业型特色小镇：一是要小镇产业特点以新奇特等产业为主；二是小镇规模不宜过大，应是小而美、小而精、小而特。

贵州省国家级特色小镇是从省内 100 个示范小城镇中上报，经审核通过后人选的。目前，贵州国家级特色小镇共 15 个（第一批 5 个，第二批 10 个），主要分布在贵州省北部及中南部，其中遵义市 3 个、贵阳市 2 个、六盘水市 2 个、安顺市 2 个、黔东南州 2 个、黔南州 1 个、黔西南州 1 个。从特色小镇的类型上看，以民族/历史文化型为主，有 6 个，所占比例为 40%，约占近总数的一半；生态旅游型，有 4 个，约占 27%；资源禀赋型，有 4 个，占 27%；交通区位型最少，仅 1 个。（见表 1）

表 1 贵州省国家级特色小镇类型统计表

| 类型和数量 | 特色小镇名称 | 批次 | 特色 | 主导产业 |
|-------------------|-------------|-----|-------------------------|-----------|
| 民族/历史文化型 (6 个) | 贵阳市花溪区青岩镇 | 第一批 | 庙宇祠堂古建筑、古为军事重镇 | 旅游业 |
| | 六盘水市六枝特区郎岱镇 | 第一批 | 夜郎文化、古镇、民族风情 | 农业、旅游业 |
| | 黔东南州雷山县西江镇 | 第一批 | “千户苗寨” | 旅游业 |
| | 黔东南州黎平县肇兴镇 | 第二批 | “千户侗寨”“侗乡第一寨” | 旅游业 |
| | 六盘水市水城县玉舍镇 | 第二批 | 彝族风情文化、玉舍国家森林公园 | 农业、旅游业 |
| | 黔南州瓮安县猴场镇 | 第二批 | “猴场会议”（革命老区）、全国民间艺术龙狮之乡 | 旅游业 |
| 生态旅游型 (4 个) | 黔西南州贞丰县者相镇 | 第二批 | 双乳峰、三岔河（国家级） | 旅游业 |
| | 贵安新区高峰镇 | 第二批 | 樱花园 | 农业、旅游业 |
| | 安顺市镇宁县黄果树镇 | 第二批 | 黄果树瀑布 | 旅游业 |
| | 安顺市西秀区旧州镇 | 第一批 | “安顺粮仓”（大米山药），古镇 | 农业、旅游业 |
| 资源禀赋型 (4 个) | 遵义市仁怀市茅台镇 | 第一批 | 中国第一酒镇 | 旅游业、酒加工制造 |
| | 铜仁市万山区万山镇 | 第二批 | 全国最大的汞化工产品集散地、朱砂古镇 | 工业、旅游业 |
| | 贵阳市开阳县龙岗镇 | 第二批 | 富硒农产品、煤、重晶石、硫铁矿 | 轻工业、农业 |
| | 遵义市播州区鸭溪镇 | 第二批 | 煤电、汽车制造、酿酒和包装产业 | 制造业、工业 |
| 交通区位型 (1 个) | 遵义市湄潭县永兴镇 | 第二批 | 黔北通往黔东和湘西的交通要塞 | 物流业、商业 |

资料来源:全国特色小镇名单（贵州省）

从贵州省三类比较典型的特色小镇来看，生态旅游型特色小镇体现的是当地特有的自然风貌与人文景观，如安顺市镇宁县黄果树镇的黄果树瀑布风景名胜区；资源禀赋型特色小镇突出的是当地特有的自然资源及其形成的产业，如遵义市仁怀市茅台镇的中国第一酒镇；民族/历史文化型特色小镇体现的是当地独特的民族/历史文化特色，如黔东南州雷山县西江镇的“千户苗寨”。

交通区位型特色小镇:一是要小镇交通区位条件良好，属于重要的交通枢纽或者中转地区，交通便利；二是小镇产业建设应该能够联动周边城市资源，成为该区域的网络节点，实现资源合理有效的利用。

资源禀赋型特色小镇:一是要小镇资源优势突出，处于领先地位；二是小镇市场前景广阔，发展潜力巨大；三是对小镇的优势资源深入挖掘，充分体现小镇资源特色。

生态旅游型特色小镇:一是要小镇生态环境良好，宜居宜游；二是产业特点以绿色低碳为主，可持续性较强；三是小镇以生态观光、康体休闲为主。

高端制造型特色小镇:一是要小镇产业以高精尖为主，并始终遵循产城融合理念；二是注重注重高级人才资源的引进，为小镇持续发展增加动力；三是突出小镇的智能化建设。

金融创新型特色小镇:一是要小镇经济发展迅速的核心区域，具备得天独厚的区位优势、人才优势、资源优势、创新优势、政策优势；二是小镇有一定的财富积累，市场广阔，投融资空间巨大；三是科技金融是此类小镇发展的强大动力和重要支撑。

时尚创意型特色小镇:一是小镇以时尚产业为主导，并与国际接轨，引领国际时尚潮流；二是小镇应该以文化为深度，以时尚为广度，实现产业的融合发展；三是小镇应该打造一个时尚产业的平台，促进国内与国际的互动交流。

2012 年，贵州省省委、省政府在全省第一届小城镇建设发展大会上，出台了《中共贵州省委、贵州省人民政府关于加快推进小城镇建设的意见》（黔党发〔2012〕25 号），提出要重点打造 100 个示范小城镇。同年 10 月，省委、省政府下发的《关于加快推进小城镇建设的意见》中指出要重点扶持 100 个交通枢纽型、旅游景观型、绿色产业型、工矿园区型、商贸集散型、移民安置型等各具特色的示范小城镇。2013 年 3 月，省政府办公厅印发《贵州省 100 个示范小城镇建设 2013 年工作方案》中表明，30 个省级示范小城镇编制“四小”（“小而精、小而美、小而富、小而特”）发展规划，70 个市（州）级示范小城镇根据自身发展情况适时编制。

上述这三种类型的特色小镇都是在充分挖掘和利用当地特有的内源型自然资源和历史文化资源，表现出了基于“内源型竞争优势”的特色小镇发展路径。

比较而言，上述三种类型的特色小镇在贵州的产业和城镇化发展中处于不同的发展阶段，体现了不同的竞争优势。

类型之一：民族/历史文化型特色小镇——西江镇“千户苗寨”

笔者 2014 年实地考察了黔东南州雷山县西江镇的“千户苗寨”。“千户苗寨”的特殊资源的优势为：这是目前中国乃至全世界最大的苗族聚居村寨，拥有深厚的苗族文化底蕴，宛如一部苗族发展史诗，就像一座露天博物馆，正在发展成为一个民族/历史文化型的特色小镇。作为一种显著的竞争优势，“千户苗寨”所拥有的民族文化的种类丰富与数量众多，它由 10 余个依山而建的自然村寨相连成片，展示着苗族的建筑、服饰、银饰、语言、饮食、传统习俗等，完整保存着苗族原生态文化，是人们观赏和研究苗族传统文化的大看台，“千户苗寨”这类民族/历史文化型特色小镇处于第一阶段后期，即主要依靠当地的民族/历史文化、廉价劳动力等形成以旅游为主导的产业集群。其中，独特而丰富的当地民族文化起到了关键性的作用。

联合国教科文组织给发展下的定义为“发展就是转化成为文化的科学（技术、经济、环境等等，总之是人类的一切活动）”，是“以人为中心的内源发展”，强调了文化因素的重要性。^{[3]17}从内源型发展角度看，社会-文化因素被认为既是发展的决定性因素，也是发展的最终结果。贵州地处中国西南腹地，地貌为“八山一水一分田”，可资利用的土地很少。然而，在贵州漫长的历史发展过程中，各民族创造了丰富多彩的民族历史和民族文化。从现代经济发展水平来看，贵州是比较落后的，但是，贵州的民族文化并不落后，这些丰富的原生态民族文化是一笔取之不尽、用之不竭的文化资源。民族文化资源不单是贵州内源性的生产要素，而且是贵州独特的文化资本。民族文化资源的积累是一个动态的历史过程，民族文化资本具有一定的物化形式与现实载体。比如，贵州“千户苗寨”里苗族的建筑、服饰、银饰、语言、饮食、传统习俗等，不但是民族文化资源，而且是文化资本，可以转化为西江镇发展的现实生产力。把苗族文化资源作为当地内源性的生产要素，经过一番开发、重组、创新等，赋予时代性、现实存在感，展示在来自国内外的访客面前。开发和传承民族文化关键是要在传统与现代之间找到富有生命力的文化要素和具有活力的文化生长点。在开发和传承民族文化当中，既要延续过去，又要使过去的文化在现实场景中呈现出来。“千户苗寨”在进行民族旅游开发中，除了开发自然风光之外，注重挖掘当地本土文化，注意当地人的文化认同问题，充分调动当地少数民族同胞的参与意识，发挥他们的主人翁作用，把旅游业与当地民族文化结合起来。

民族/历史文化型特色小镇西江镇“千户苗寨”在民族文化旅游业上的竞争优势，并不是一开始就以完整的面貌出现。它以民族文化旅游为主的产业发展在开始时主要以苗族历史文化这个关键要素为基础，加上中国刚刚掀起的民族风情旅游大潮才逐渐形成了一定的规模。由于保存着完整的苗族原生态文化这个独特的生产要素，为“千户苗寨”在民族风情旅游市场上提供了基本的竞争优势，由此形成了旅游餐饮、歌舞表演、民宿等产业集群的原动能。就地取材是“千户苗寨”产业发展的第一把利器。在刚刚兴起的特色小镇，产业的形成往往靠当地的初级生产要素。每一个关键的生产要素（如民族餐饮、民族歌舞表演、民族建筑、民族习俗等）不仅决定能否催生一个有竞争力的产业，而且关系到其他各项关键要素是否可以发挥作用或能否被创造。“千户苗寨”应该逐渐走出主要依赖生产要素的第一阶段后期，逐步走向第二阶段，即投资导向阶段。要使“千户苗寨”的产业不停滞于萌芽期，应该充分利用各种关键的生产要素，进行垂直或水平的产业扩散，引导产业向更高层次的形态发展。

类型之二：生态旅游型特色小镇——黄果树镇

黄果树镇，位于贵州市镇宁布依族苗族自治县，是以黄果树瀑布风景名胜为中心进行特色小镇建设，是一种生态旅游型特色小镇。这个特色小镇最为明显的竞争优势是黄果树瀑布，它已被吉尼斯世界总部评为世界上最大的瀑布群，已被列入吉尼斯世界记录。³黄果树瀑布作为世界性的天下奇观，是先天存在的，不是需要人类投入大量技术开发才能得到的风景，只需要简

³简称“西江千户苗寨”。据有关统计，西江千户苗寨的游客数量持续增长，2006 年 7.5 万人，2008 年游客数量猛增至 77.7 万人次，2009 年游客量为 64.6 万人次，2010 年游客量为 68.9 万人次。仅 2009 年就创收门票纯收入 1216 万元，2010 年为 1407 万元。

单的社会投资就能够拥有。黄果树瀑布之成名，始于明代旅行家徐霞客之后，经过历代名人的游历、传播，逐渐成为一个国内外知名的景点。它是第一批国家重点风景名胜区和首批获得国家评定的 5A 级风景名胜区之一，也是贵州省最受欢迎的景点。旅游旺季，日均游客 1 万人次，游客量呈现饱和状态。

当我们把黄果树镇的竞争优势建立在初级生产要素和一般性生产要素时，它通常是浮动不稳的，一旦类似的风景名胜区出现之后，黄果树瀑布的竞争优势就丧失了。经过多年的发展，黄果树镇已结束了第一个发展阶段，即生产要素导向发展阶段，正在逐渐向第二个发展阶段，即投资导向阶段发展。生产要素不但是自然生成的，而且也是可以由政府主动创造出来的。高级生产要素和专业性生产要素通常是由政府主导而创造出来的。黄果树镇如果想要经由黄果树瀑布风景名胜区建立起产业强大又持久的竞争优势，必须发展高级生产要素和专业性生产要素。这两类生产要素的可获性和精致程度也决定了竞争优势的质量，以及竞争优势将继续升级或被超越的命运。黄果树镇目前发展动因源于产业升级压力。在黄果树镇，出现了以政府为主导的大规模产能扩张，旅游、餐饮、酒店等产业已形成较强的竞争力，形成了一定程度的进入壁垒，而且可以将自身旅游的产业优势扩展到轍、酒店、食品等相关产业上面。

黄果树镇基于黄果树瀑布风景名胜区，开展生态旅游型特色小镇的建设，体现了一种具备内源型竞争优势的发展路子。

类型之三:资源禀赋型特色小镇——茅台镇

茅台镇，是贵州省遵义市仁怀市的下辖镇，位于赤水河畔，是川黔水陆交通的咽喉要地，历来是黔北名镇，古有“川盐走贵州，秦商聚茅台”的写照。清道光年间，由于域内资源独特，微生物体系奇异，具有得天独厚的酿造环境，以盛产美酒而闻名海内外，1915 年，茅台酒在巴拿马万国博览会上荣获金奖。茅台镇域内白酒业兴盛，被誉为“中国第一酒镇”、“世界酱香型白酒主产区”。

从清朝晚期直到 1990 年之前，茅台镇的发展处于第一阶段，即生产要素导向发展阶段。1990 年代到 2000 年，茅台镇的发展处于第二阶段，即投资导向阶段，目前，茅台镇作为资源禀赋型特色小镇处于第三个发展阶段，即创新导向发展阶段。全国白酒的竞争已经进入了白热化的程度。茅台镇根据自身的水质特点和地理环境发展出了独具特色的酱香白酒产业，这只是中国 6000 亿白酒市场上一小部分（约为 15%），照样可以为茅台镇带来产业上的竞争力。由于水质、工艺、时间、粮食等各种因素，导致酱香型白酒的价格偏高，一般人喝不起，也喝不上。人们对酱香白酒的预期市场需求催生了茅台镇的竞争力，而酱香白酒的市场规模和成长模式则有强化茅台镇竞争力的效果。市场对酱香白酒的巨大需求是酱香白酒产业竞争优势的一个关键要素。⁴这

2009 年以来，中国成为世界最大的国内旅游市场。近些年，贵州开展了声势浩大的“多彩贵州”活动，挖掘和展示贵州丰富多彩的民族民间文化，形成了贵州民族文化旅游的新模式。

1977 年，筹建黄果树风景名胜区。1980 年 6 月，贵州省政府批准成立“黄果树风景名胜区管处”。1982 年，其成为国家重点风景名胜区后，仍然保持管理处的设置，是政企合一的事业管理机构。1999 年 4 月 28 日，撤销黄果树风景名胜区管理处，成立贵州省黄果树风景名胜区管理委员会，同时组建了贵州黄果树旅游集团有限公司，实行政企分开，赋予管委会相应的政府职能。黄果树瀑布，即黄果树大瀑布，为喀斯特地貌中的侵蚀裂典型瀑布，属珠江水系西江干流南盘江支流北盘江支流打帮河的支流可布河下游白水河段水系，分布着雄、奇、险、秀风格各异的大小 18 个瀑布，瀑布平均高度为 77.8 米，其中主瀑高 67 米；瀑布宽 101 米，其中主瀑顶宽 83.3 米。其成因可以上溯至 2 亿多年前的中三叠纪。

⁴1638 年（明崇祯十一年）4 月 23 日，明代地理学家、旅行家、散文家徐霞客经黄果树瀑布人滇，对黄果树瀑布进行了考察和记录。其后 历代文人墨客作诗撰文赞颂黄果树瀑布。

1982 年，被评为第一批国家级重点风景名胜区;2001 年，被评为全国首批国家 4A 级旅游区;2007 年 3 月，被国家旅游局评定为首批国家 5A 级旅游景区。

清朝乾隆十年（1745 年）贵州总督张广泗奏请开凿赤水河道，始通舟楫。

四川食盐经赤水河道运人，至茅台起岸，称“仁岸”，成为川盐入黔四大口岸之一。

此地炎热、少风、高温，使微生物群易于生长而不易被刮去，大量参与茅台酒的酿造过程;此地风速小、冬暖、夏热、少雨、少风的特殊小气候，十分有利于酿造茅台酒微生物的栖息和繁殖。

据《遵义府志》记载：“茅台酒，仁怀城西茅台村制酒，黔省称第一。……茅台烧房不下二十家，所费山粮不下二万石”。清光绪年间，“茅春、茅台烧春、回沙茅台”已远销诸省，其独特工艺也大体定型。

茅台镇出产的贵州茅台酒是与苏格兰威士忌、法国科涅克白兰地齐名的三大蒸馏名酒之一，是大曲酱香型白酒的鼻祖。

1991 年中央政府决定加强小城镇建设后，从 1992 年起茅台镇先后得到“全国小城镇重点建设集镇”、“全国综合改革试点镇”、

种市场特征会影响酱香白酒企业认知、解读和回应客户的需求，会刺激酱香白酒企业不断改进和创新。比如，茅台类白酒更加突出了其酱香白酒在产品、技术和口味等方面的差异，其酱香型白酒的产业集群不但形成了上下游垂直深化发展，而且形成了水平式横向水平发展。

在茅台镇，出现了比较常见的因地缘而产生的产业集群。客户、供应商和竞争者在地理上的集中，可以提升效率和促进专业化。这个城镇形成了酱香白酒这个产业独特的竞争环境，产业信息交流、透视竞争对手的机会经常都发生。茅台镇上的各家企业把酱香白酒产业各个环节联结起来了，为茅台镇带来了显著的竞争优势。比如把酱香白酒行业中高端技术或高级工程的产品与服务结合起来，整合过的产业环节会指引本地企业提升竞争优势的路径，各家企业也会认清自己在酱香白酒行业中可持续发展的竞争位置，于是，各家各户的企业殊途同归，共同地把茅台镇的酱香白酒行业做强做大了。

茅台镇基于酱香白酒产业，开展资源禀赋型特色小镇的建设，走的是内源型的发展路子。因为它不但具备独特地理环境的资源禀赋，而且拥有竞争优势极强的酱香白酒产业。这类资源禀赋型的特色小镇建设在功能上可以服务于创造新经济、探索新型城镇化。

四、总结：建设具有竞争优势的特色小镇，探索内源型发展路径

贵州特色小镇建设注重本区域的自然资源和本地的历史文化/民族文化特色。比如，在西江镇，与“千户苗寨”有关的各种关键要素得到了相互联结和强化，形成了苗族民族文化产业集群现象；黄果树镇，与黄果树瀑布有关的各种关键要素得到了相互联结和强化，形成了黄果树景区旅游产业集群现象；在茅台镇，与酱香白酒有关的各种关键要素得到了相互联结和强化，形成了酱香型白酒产业集群现象。无论是文化产业集群，还是旅游产业集群或酱香型白酒产业集群，一旦形成，集群内部的相关企业之间就会形成互助关系，可以上下游企业之间联动，也可以平行企业之间互动。客户、制造商、供应商和关联企业之间保持着市场情况和技术信息的交流，是特色小镇的运作基础。如果特色小镇上每一个产业都能够保持这些信息交流而整个镇的各个企业之间充满的是持续和积极的竞争氛围，这个小镇的竞争优势必然是强劲的。通常，一个特色小镇产业集群内的各家企业，不但彼此互有差异，有时还会出现利益冲突，甚至恶性竞争。拥有竞争优势的特色小镇，通常会支持产业集群内部各个企业之间的互动。这种企业之间的互动机制不仅会促使信息流通的顺畅，而且可以缓和企业之间的利益冲突，为垂直关系或水平联结的公司创造合作和信任的空间。

贵州省特色小镇的竞争优势之所以能够持续，靠的是当地资源的扩大和升级。没有一个特色小镇能够拥有独一无二的关键要素。不过，一旦各个关键要素在特色小镇联结成一个环环相扣的系统，这个特色小镇的竞争优势就变得锐不可当。系统内部各个关键要素之间的相互依存与强化，是其他城镇很难模仿和移植的。这种内源型的系统性竞争优势一旦出现，这个特色小镇整体产业的发展速度和质量就会具有可持续性。总之，贵州特色小镇建设对提升贵州的城镇化发展水平、促进贵州城乡一体化发展等都起到了一定的作用。

参考文献：

[1] 周晓虹. 产业转型与文化再造:特色小镇的创建路径 [J]. 南京社会科学, 2017(4):12-19.

“全国财政体制改革试点镇”、“全国小城镇建设示范镇”等称号及各项试点政策，使之成为贵州省小城镇建设的前沿阵地。从1994年到2000年，通过三次大型的规划调整，树立了“发展特色产业，壮大特色经济，建设特色城市”思想，对茅台镇小城镇建设进行了准确定位，加快了发展速度。

2016年10月14日，茅台镇被列为第一批中国特色小镇。

目前中国白酒市场规模已经超过6000亿，其中浓香型白酒占据了七成以上的份额，也就是说浓香白酒市场份额在4200亿左右。在中国，酱香白酒的产量只占全部白酒产量的1.5%，但销售却占到了全部白酒销售额的15%，利润更是占到了35%。也就是说，酱香酒的平均销售价格大约是所有白酒销售价格的10倍。

高品质酱香酒的产地通常只限制在赤水河流域的中下游，比如茅台镇的茅台酒。因为此地的气候、土壤、微生物条件和水质都非常适合于酱香酒的酿造。但是，这种气候环境和水质条件全国少有。

[2] 中国社会科学杂志社, 编. 人类学的趋势 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2000: 74.

[3] 联合国教科文组织, 编. 内源发展战略 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 1988: 2.