

B.9

制造的艺术：意大利的生活方式及其卓越性

〔意〕阿尔贝托·马蒂亚奇*

摘要： 本文从中小企业、产业区、农业食品、创新能力等多个方面讨论了“意大利制造”及其特点。意大利工业模式的成功之处包括：意大利是位居欧盟第二的制造业大国；在许多领域处于领先地位；产品拥有很高的知名度；拥有诸多独一无二且不可复制的优势资源。本文旨在揭示意大利在人力要素方面所具有的独特优势。意大利人的“技能诀窍”（know-how）源自其悠久的历史、对美的本能追求以及促使企业不断提高产品品质的同行竞争。意大利的中小企业体系具有极大的灵活性，能在快速响应客户需求的同时保证质量。这一体系也存在诸多弱点，也因此越来越引起人们对意大利模式能否在经济全球化和金融化的浪潮下实现长期可持续发展的担忧。然而，意大利人民对于品质的追求使我们有理由乐观地期待未来。

关键词： 意大利制造 产业区 中小企业 农业

在外国人看来，意大利是一个很难解读的国家。它充满矛盾，一方面能够在最先进的领域大展身手，另一方面又长期被难以解决的结构性弱点拖

* 阿尔贝托·马蒂亚奇（Alberto Mattiacci），罗马大学经济与工商管理系教授，意大利政治、经济与社会研究所（Eurispes）研究部主任兼学术委员会主席。



累。它是一个拥有悠久历史的制造业国家，其国民对此却不十分了解，甚至常常因为从媒体报道上得知本国制造业的卓越而惊叹。它一直在自视甚高（有时甚至脱离实际）与自怨自艾（有时甚至放任自流）之间来回摇摆。一切都应归因于生活在这片土地上的意大利人，这既是它最大的优势，在一定程度上也造成了它的缺陷。

本文将梳理分析意大利的制造业。可以说，制造业是意大利人最擅长的领域，他们惊人的才华和非凡的天赋在制造业中得到了完美展示。

一 工匠之国：意大利的工业结构

意大利的领土面积不大，却是世界上制造业规模最大、最多元化的国家之一。意大利制造业在诸多领域颇有竞争力，包括拥有先进技术的机械工程和制药业、致力于提高品质的高度专业化生产，以及享誉世界的农业食品制造。意大利还是企业家精神的宝库。尽管对外国语言不甚了解，但是得益于与世界各国建立的稳定的联系与交流，意大利能够在全球范围内寻找合作机会。

综观“意大利制造”在全球的影响力，意大利通过数量众多的外交网络（正式的和非正式的）塑造“存在感”的努力值得关注。

（1）政府网络：政府的官方外交，致力于支持意大利经济的国际化。

（2）企业网络：从埃尼集团到众多参与全球价值链的企业。

（3）商业网络：长期持续地参与感兴趣的市場，参加相关领域所有的世界博览会。

（4）文化网络：意大利在文化方面的软实力在全世界具有独一无二的影响力。基于其在文艺复兴时期就诞生的美的概念以及此后几百年的积淀，“意大利制造”已经代表一种高品质且优雅的生活方式。

（5）民间往来网络：古往今来，奔向全世界去寻找更好的经济机会的意大利移民通过一条条无形的“红线”始终与祖国保持着紧密联系。

得益于极其独特的自然地理特征和极为丰富的历史经验，意大利成为仅次于德国的位居欧盟第二的制造业大国，同时也是世界上工业化程度最高的国



家之一，其制造业增加值在全球排名第七（见表1）。考虑到意大利的国土面积仅相当于中国的3%，人口仅为中国的4%，其取得这样的成绩的确是了不起的。

表1 2018年制造业增加值占全球制造业增加值比重排名前十的国家

单位：%

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
国家	中国	美国	日本	德国	韩国	印度	意大利	法国	英国	印度尼西亚
比重	28.4	17.2	8.1	6.1	3.1	3	2.3	2.1	1.9	1.6

资料来源：笔者根据联合国贸易和发展会议（UNCTAD）数据制作。

（一）中小企业：“意大利制造”的引擎

意大利是欧盟企业数量最多的国家，有超过430万家企业，其中工业企业数量占整个欧盟工业的17%。意大利的企业密度也是欧盟成员国中最高的，平均每千名居民对应72.4家企业，远高于欧盟的平均水平（每千名居民对应47.8家企业）。意大利约99%的企业为中小企业，中小企业员工数占全国就业总人数的3/4。这些中小企业是“意大利制造”真正的主角，正是通过它们的品牌和产品，意大利的生活方式在全球才广为人知并获得赞赏。

“意大利制造”的真正成功之处在于“美观而又精巧”，而这应归功于企业家阶层。正是企业家们以不自觉的方式保存并传承了本国可以追溯到八个世纪以前的文化。早在12世纪时，意大利和其他欧洲国家就拥有蓬勃发展的手工艺品行业协会，那个时期的工厂主们就以品质、技术、细节和美学为标准，为“意大利制造”树立了最初的典范。

意大利的中小企业数量不仅多，而且规模偏小，企业的平均雇员数仅为3.8人，明显低于欧盟的平均水平（5.8人）。^① 规模过小使意大利企业在某些方面尤其是融资上处于劣势，但是也使企业具有相当大的运营灵活性，使

^① Istat, “Noi Italia, Strutture Produttive”, 2018 edition, <http://noi-italia.istat.it/>, 最后访问日期：2019年12月5日。

“意大利制造”具备了逐步发展为个人定制生产模式的基础，能够满足不同类型的国际客户的特定需求。

中小企业也是意大利参与国际贸易的主要行为体。在超过 12.5 万个出口企业中，雇员人数低于 250 人的中小企业数量占比达到 98.5%。中小企业出口额占意大利总出口额的 52%（见表 2）。意大利中小企业还通过与全球产业链上的伙伴合作以及并购业务展现着自身的活力。值得强调的是，虽然存在一些客观障碍，但是意大利企业家对“走向世界”的追求是自发的，并且始终坚持不懈。目前，全球有超过 2.29 万家外国企业由意大利跨国企业控股，这些企业在 160 多个国家和地区开展业务，总营业额达 5090 亿欧元，在海外雇用了约 170 万名员工。^① 欧盟是意大利跨国企业在国外子公司的主要所在地（54.2%），约占其总营业额的一半（49%）。在欧盟之外，美国是意大利对外直接投资的最重要的目的地国。2016 年，意大利在美国有 2400 多家子公司，雇员人数超过 25 万名，营业额达 1280 亿欧元。

表 2 2018 年意大利不同规模企业的数量及其出口额

企业规模 (按员工人数)	企业数量	企业数量 占比(%)	出口额 (10 亿欧元)	占总出口额 比重(%)
9 人以下	73434	58.3	20.7	4.9
10 ~49 人	40781	32.4	72.6	17.3
50 ~249 人	9832	7.8	124.8	29.8
250 人及以上	1871	1.5	200.8	47.9
总计	125918	100	418.9	100

资料来源：笔者根据意大利国家统计局（ISTAT）数据制作。

如前文所述，虽然意大利中小企业系统有其优势，但是也有明显的“短板”。全球市场的激烈竞争以及世界经济越来越被金融化所主导，可能会对意大利中小企业产生负面影响，并将逐步削弱其发展的可持续性。在意

① Agenzia ICE e Istat, “L’Italia nell’Economia Internazionale”, Ed. Agenzia ICE, luglio 2019, <https://www.ice.it/it/studi-e-rapporti/rapporto-ice-2019>, 最后访问日期：2019 年 12 月 5 日。



大利乃至全世界，将企业视为“家族产业”是中小企业共同的心理特征，这是中小企业的弱点，有时甚至是致命的弱点。

2008 年爆发的国际金融危机使意大利中小企业体系的缺陷彻底暴露出来。危机期间，意大利共有约 31.5 万家企业破产，2009 年的工业企业新开业率更是创下历史最低值（仅为 4.5%）。^① 然而，危机也为后来的转变提供了契机。实际上，近几年意大利中小企业在融资方面越来越充满活力。例如，在监管和税收减免措施的支持下，不少企业开始采用替代性融资方式，投资于新的企业创新项目。

（二）出口：意大利 4A 部门的实力

意大利自 20 世纪 70 年代即开始走制造业专业化的道路，并积极利用竞争性本币贬值和高度专业化的劳动力等优势参与国际贸易。自那时起，意大利制造业就开始顺应西方社会及此后的新兴市场的物质发展浪潮。“意大利制造”的含义逐步清晰，其蕴含的价值观也越来越明确。技术与审美是意大利制造业主张的有形和无形价值的结合。诞生于独特的人文环境中并且将传统、文化与审美紧密结合的“意大利制造”，如今已成为“品质”的代名词。

2018 年，意大利出口额达到 4552 亿欧元，创历史新高，与 2017 年相比增长了 3.4%，与十年前相比增长了 25%。制造业的贸易顺差也在同步增长，由 2007 年的 520 亿欧元增至 2017 年的 900 亿欧元，增长了 80%。欧盟是意大利出口的主要目的地。2018 年，对欧盟出口占意大利总出口的 56.3%。长期以来，德国是意大利的第一大贸易伙伴，其次是法国、西班牙和英国。在欧盟之外，美国和中国是意大利的两大贸易伙伴。2018 年，意大利对美国出口额占其总出口额的 9.2%。从 2007 年到 2018 年，意大利对中国的出口额占其总出口额的比重翻倍，达到 2.8%。^②

① ISTAT, “Demografia d’Impresa, anni 2005 – 2012”, 11 luglio 2012, https://www.istat.it/it/files//2012/07/Demografia_dimpresa_2012_rev2.pdf, 最后访问日期：2019 年 12 月 5 日。

② Agenzia ICE e Istat, “L’Italia nell’Economia Internazionale”, Ed. Agenzia ICE, luglio 2019, <https://www.ice.it/it/studi-e-rapporti/rapporto-ice-2019>, 最后访问日期：2019 年 12 月 5 日。

“意大利制造”成功的关键因素之一是意大利的工业体系能够保证不断提高产品品质。在过去 15 年中，“意大利制造”的品质升级一直优于其他欧洲国家，这一趋势在危机期间也未曾中断。近年来，意大利一直在高端市场占据一席之地，并不断有新企业在“利基市场”（niche market）脱颖而出，泰诺健（Technogym）、布鲁奈罗·古奇奈利（Cucinelli）、布雷博（Brembo）、马里内拉（Marinella）和盟可睐（Moncler）等就是典型代表。

如今，意大利在国际市场上的表现仍主要受到传统领域也即所谓 4A 部门的推动，包括服装与时尚、家庭装修装饰、自动化与机器、食品与饮料四大制造业门类（见表 3）。^① 在这几个领域，意大利已达到欧洲乃至世界顶级水平。

表 3 2018 年“意大利制造”4A 部门出口额及其比重

项目	出口额(百万欧元)	占总出口额的比重(%)
总出口额	462899	100
电气和电子设备、机器和机动车	172176	37.2
纺织品、服装、皮革制品、配饰	52691	11.4
农业、食品、饮料、烟草	41793	9.0
家具业	9829	2.1

资料来源：意大利对外贸易委员会（ICE）与意大利国家统计局（ISTAT）。

在农业食品领域，意大利的增加值位居欧盟第二（仅次于法国）。此外，意大利获得欧盟原产地保护认证^②的产品数量居欧盟首位，其中包括一些享有盛誉的产品，如帕尔玛奶酪、蒙达奇诺·布鲁奈罗葡萄酒、摩德纳香醋、帕尔玛火腿，等等。

在家居装饰业，意大利 2018 年的增加值超过 420 亿欧元，占国内生产

① 这四大部门的意大利文名称分别为 Abbigliamento-Moda（服装与时尚）、Arredamento-Casa（家庭装修装饰）、Automazione-Meccanica（自动化与机器）、Alimentari-Bevande（食品与饮料），都是以字母“A”开头，故常常被简称为“4A”部门。

② 欧盟原产地保护认证，英文为 Protected Designation of Origin，缩写为 PDO；意大利文为 Denominazione Origine Protetta，缩写为 DOP。——译者注



总值（GDP）的5%，其中出口额为165亿欧元。目前意大利家居装饰业拥有8万家企业和32万名员工。在此领域，意大利通过传统与创新的独特结合始终引领着市场，独特的设计、优质的原材料加上精湛的制造工艺，使产品充满了美感。在环保与可持续发展等家居装饰的新领域，意大利也处于领先地位。第一把由镁合金制成的椅子和由100%天然塑料制成的椅子都来自“意大利制造”。例如，家居业高端品牌领导者卡特尔公司（Kartell）长期与国际知名的顶级设计师合作，设计制造环保节能家具，如今营业额已超过1亿欧元，其中60%出口至国外。再如，通过物联网专门从事新一代照明设计的依古姿妮照明公司（iGuzzini illuminazione）也在2018年实现了超过2.3亿欧元的营业额，其中出口占到80%。2019年11月，家具领域最重要的国际展览会之一——米兰国际家具展览会（Salone del Mobile）在上海举行了第四届展览，有127个代表意大利设计与创新最高水平的品牌参展，这也表明了意大利家具制造在中国的知名度与声望。

2018年，意大利时尚产业占全球市场总份额的6.45%，^①仅次于中国，位居世界第二。纺织服装业是“意大利制造”的核心部门之一，^②拥有近4.6万家企业，雇员人数达40万名。2018年，意大利纺织服装业的总产值为552亿欧元，同比增长2.1%，出口额达315亿欧元。生态环保的再生纤维产业是近年来意大利时尚业最盈利的部门。许多意大利时尚企业已跻身全球知名品牌行列。例如，普拉达公司（Prada）的年营业额已超过30亿欧元，出口比重超过80%。再如，和普拉达公司共同代表意大利高端时尚品牌的阿玛尼公司（Armani）的年营业额超过23亿欧元，它还通过其在米兰和迪拜的阿玛尼酒店向顾客提供高端服务。还有其他因独特风格而享誉全球的品牌，如古驰（Gucci）、菲拉格慕（Ferragamo）、米索尼（Missoni）、芬迪（Fendi）和盟可睐等。

① Symbola, I. T. A. L. I. A 2019 *Geografie del nuovo made in Italy*, Collana i Quaderni di Symbola, Roma, 2019.

② M. Fortis, e A. Quadrio Curzio, “Industria e Distretti un paradigma di perdurante competitività italiana”, Collana della Fondazione Edison, Il Mulino, Bologna, 2006.

机械制造也在意大利工业中占据重要地位。简言之，意大利不仅生产产品，还制造用来生产产品的机器。2018年，意大利机械制造业拥有5150多家企业和19.38万名雇员，营业额达492亿欧元，其中67%出口至国外。就机械制造业而言，意大利对欧盟整体行业增加值的贡献位列第四（占11.2%），工业营业额排名第三（占11.9%），拥有25个活跃的产业区，并且在电子机械和机器人行业具有强劲的竞争力。意大利机械制造业的代表性企业包括汽车业的法拉利集团（Ferrari）、生产冰激凌机的卡皮尼亚尼公司（Garpignani）、自动化包装行业的IMA集团（年营业额达到14亿欧元）等。此外，意大利邦飞利集团（Bonfiglioli）是欧洲电子机械和风能领域的领先企业，在中国、欧洲和拉丁美洲均设有办事处和研究中心。

（三）4A部门之外：利基市场

“意大利制造”的卓越源于将历史、地域特点和创新技术完美结合，源于对完美品质的追求。这种真正的“精神张力”使其不局限于传统领域，能够不断发现和创造新的利基产业，这也是“意大利制造”最强大、最不易被模仿之处。

在运动服饰领域，意大利一直被视为高质量的户外运动鞋生产国。例如，意大利一家企业于1978年设计的月球靴（Moon Boot）就是世界上第一款以宇航员靴子为灵感设计的雪地靴，后被纽约现代艺术博物馆（MOMA）收藏展出。意大利在运动装备出口方面处于世界领先地位，前文提及的泰诺健公司就是全球知名的自行车制造商之一。

此外，意大利还是世界主要的豪华游艇设计与生产国之一。在全球最大的20家豪华游艇生产厂家中，意大利就占了8家，包括阿泽默特（Azimut-Benetti）、法拉帝集团（Ferretti Group）、马尔凯造船厂（Cantiere delle Marche）等。^① 2018

① Boat International, *Global Order Bo*, Annual Report, 2019. 意大利8家豪华游艇生产商分别是Azimut-Benetti、Ferretti Group、Baglietto、Cantiere delle Marche、Palumbo、Sanlorenzo、The Italian Sea Group和Perini Navi。（因部分厂商名称无相对应的中文译名，故保留外文原名。——译者注）



年，意大利豪华游艇生产企业获得的订单量占全球订单总量的 45.7%。^①

在化工领域，尤其是制药业和生物医学领域，意大利也占据着重要地位。2018 年，意大利化工业拥有 6.65 万名员工，产出总额为 322 亿欧元，其中出口占 80%。制药业是意大利第三大研发投资领域，尤为注重环保，其中约一半的投资用于清洁技术领域，90% 的创新企业在生产过程中采用数字技术。值得强调的是，欧盟范围内 18% 的临床研究是在意大利开展的，其中 37% 的研究围绕生物技术药物进行。^② 意大利知名制药企业众多，仅举三个例子：美纳里尼制药集团（Menarini）的年营业额高达 36 亿欧元，其中 75% 来自出口；安杰里尼制药公司（Angelini）的年营业额为 26 亿欧元，产品出口至 70 多个国家；生物制药公司 Dompé 的年营业额为 2600 万欧元，产品出口至 40 多个国家。此外，制药业还是 2007 ~ 2018 年意大利出口增长最快的行业（增长了 17%）。^③ 多数生物技术保健企业主要研究治疗罕见疾病的技术。目前欧盟已批准投入商用的六种针对罕见疾病的先进治疗技术中，有三种是由意大利企业研发的。^④

意大利在化妆品行业的表现也颇为突出。意大利化妆品业的全产业链价值约为 150 亿欧元，位居德国、法国、英国之后，是欧盟第四大化妆品市场。另外，有关意大利在化妆品行业的利基产品，还要提到卡拉布里亚大区，因为全球 90% 的佛手柑精油都产自这个大区。佛手柑因含有对皮肤有益的成分而被制成精油，也因此成为世界上需求量最大的柑橘类水果之一。

意大利拥有 55 项联合国教育、科学及文化组织确认的世界遗产，其中既有罗马、佛罗伦萨和维罗纳等地的古城区，有皮埃蒙特的葡萄园，也有锡耶

① Deloitte, “Boating Market Monitor, Yachting Market Monitor in the Luxury World”, Maggio 2019, Report presentato in occasione del salone della Nautica, Viareggio, 2019.

② Federfarma, “I numeri dell’industria farmaceutica in Italia”, luglio 2019, <https://www.farindustria.it/studi-e-dati-page/>, 最后访问日期：2019 年 12 月 5 日。

③ Agenzia ICE e Istat, “L’Italia nell’Economia Internazionale”, Ed. Agenzia ICE, luglio 2019, <https://www.ice.it/it/studi-e-rapporti/rapporto-ice-2019>, 最后访问日期：2019 年 12 月 5 日。

④ Assobiotech ENEA, “Bio In Italy Report, le imprese delle biotecnologie in Italia, Facts and Figures”, 2018.

纳赛马节这样的历史性活动，还有奥尔恰山谷（la Val d'Orcia）这样的自然景观。旅游业在“意大利制造”中扮演着重要角色，既能带来经济收益，也让游客们有机会直接接触意大利产品。意大利每年吸引的外国游客超过 5800 万人，是世界旅游中心，也是游客到访最多的国家之一，在受外国游客欢迎程度方面排名第五。^①

在弗留利·威尼斯·朱利亚（Friuli Venezia Giulia）大区的乌迪内有一个椅子产业区，以“椅子三角区”而闻名。该产业区共有约 500 家企业，150 多年以来一直致力于生产各种用途的椅子，是工匠知识、新的生产技术和创新材料结合的典范。位于威尼托大区的威尼斯是一个以狂欢节而闻名的城市，同时为欧洲和全世界的游乐场提供游乐设施。威尼斯拥有 70 多家游乐设施企业和大约 500 名员工，不仅提供相关产品，还提供设计、维修、改造和回收服务。

在汽车零部件行业，意大利是车门镀层、门板及汽车内垫制造、汽车盘式制动器生产的领导者，同时在航空航天领域的循环滚珠丝杠生产方面也处于领先地位。此外，意大利还是航空航天技术最先进的国家之一，以 130 亿欧元的年收入额在全球排名第七，其中 50% 出口至国外，同时也是世界第三大直升机出口国。^②

二 制造的艺术：意大利产业区

产业区模式这个概念由英国经济学家马歇尔最先提出，在意大利一直备受推崇，也是意大利生产体系的驱动力之一。实际上，正是凭借产业区的生产与出口，“意大利制造”在 20 世纪 60 年代中期即已在全球市场中占据重要地位。意大利国家统计局（ISTAT）曾基于地方劳动力系统（SLL）确认

① 参见旅游咨询网站 tripadvisor 的数据，<https://www.tripadvisor.it/TravelersChoice-Experiences>，最后访问日期：2019 年 12 月 5 日。

② The European House Ambrosetti, “Riflessioni sulle radici della competitività italiana”, nell'ambito dell'incontro con il Territorio del Comitato Leonardo “Made in Italy Made in Beauty”, Portogruaro, 5 ottobre 2018.



了141个制造业产业区,这些产业区在雇员人数方面(占全国总就业人数的24.5%)和企业数量方面(占全国总企业数量的22.4%)都占全国生产系统比重的大约1/4。^①

(一) 意大利产业区模式的主要特征

基于其特殊的结构,产业区享有重要的经济外部效应,这种效应由高度的灵活性、高度专业化的生产、高质量的人力资源和有利于创业的社会经济结构共同塑造而成。产业区模式建立在企业之间强大的网络效应以及生产链各环节的紧密联系之上。^② 这种联系有助于信息流通和技术转移。^③

意大利的产业区模式没有明确的定义,也很难被定义,而是存在于一系列约定俗成的规则中。社区和特定区域的共同价值观能直接影响产业区的生产能力和结构。产业区不仅是一个经济结构,还具有社会意义。换言之,意大利的产业区模式不仅仅是能动性、技术和历史人文知识融合聚集在一个特定区域的结果,也是社会文化同一性和共同价值观的体现。^④ 因此,产业区并非随处可见,它需要特定的地理位置、历史时间和空间接近性等前提,所有这些因素本质上都指向集中和汇聚,而非分散。地理位置接近是产业区形成的决定性因素之一,因为它有利于信息共享、建立信任关系、开展基础设施建设以及建立适用于某一部门或某类生产活动的规则与行为规范。^⑤

① M. Fortis e A. Quadrio Curzio (eds.), *Industria e Distretti: un Paradigma di Perdurante Competitività Italiana*, Collana della Fondazione Edison, Il Mulino, Bologna, 2006.

② Intesa Sanpaolo, *Economia e Finanza dei Distretti Industriali*, 2018.

③ F. Signorini, “Il Modello Distrettuale nel Contesto dei Problemi dell'Economia Italiana: Sfide Competitive e Issues di Politica Economica”, in *I Distretti Industriali dal Locale al Globale*, a cura di B. Quintieri, Collana dell'Osservatorio Nazionale per l'Internazionalizzazione degli Scambi, Rubettino, Catanzaro, 2006.

④ G. Beccattini, *Distretti Industriali e Made in Italy. Le basi reali del rinnovamento italiano*, Bollati Boringhieri, 1998, p. 195.

⑤ D. Castellani, E. Rullani and A. Zanfei, “Districts, Multinationals and Global/Digital Networks”, *Economia e Politica Industriale*, Vol. 44 (4), 2017, pp. 429 – 447.

如今，尽管处于危机后的困难时期，但是受到区内产业链紧密联系、开放外国投资与国际贸易、工业 4.0 技术和数字技术逐步普及等因素的驱动，意大利产业区仍充满活力。^①

（二）作为“意大利制造”杠杆的产业区

产业区还被视为意大利竞争力的支柱。在意大利国家统计局确认的全部 141 个产业区中，有多达 131 个（92.9%）涉及典型的“意大利制造”部门，即所谓 4A 部门：自动化与机器（27%）、服装与时尚（22.7%）、家庭装修装饰（17%）、食品与饮料（10.6%）（见表 4）。^② 追溯起来，早在 20 世纪 60 年代末，意大利就已通过产业区进行出口活动了。然而，自 2000 年开始，由于“意大利制造”的传统部门要在全球市场面对新的竞争者，产业区的危机开始隐约显现。2001~2011 年，意大利官方确认的产业区数量由 181 个降至 141 个，缩减了近 40%。

表 4 2011 年意大利产业区的生产专业化部门及其比例

部门	数量			占比(%)		
	产业区数量 (个)	企业数量 (家)	员工人数 (人)	产业区数量	企业数量	员工人数
纺织和服装业	32	48278	386335	22.7	29.3	25.7
皮革和制鞋业	17	18335	150866	12.1	11.1	10
家居用品业	24	19200	179656	17.0	11.7	11.9
珠宝、乐器业	4	7353	63217	2.8	4.5	4.2
食品业	15	7326	62810	10.6	4.4	4.2
机械工业	38	55167	572370	27.0	33.5	38
冶金工业	4	2147	22819	2.8	1.3	1.5
化工、石化和橡胶业	5	4421	45350	3.5	2.7	3
造纸和印刷业	2	2510	21067	1.4	1.5	1.4
总计	141	164737	1504490	100	100	100

资料来源：笔者根据意大利国家统计局（ISTAT）数据制作。

① Intesa Sanpaolo, *Economia e Finanza dei Distretti Industriali*, 2018.

② ISTAT, *Censimento Distretti Industriali*, 2011.



虽然数量有所减少，但是意大利产业区在危机期间仍显示出顽强的抵御能力和适应能力，并努力转型以应对形势变化。^① 那些在“创造性破坏”的过程中进行有效的市场营销、与国际价值链融合并实现国际化的企业能够存活下来，而那些不适应新形势和新的生产创新要求、出口急剧萎缩的企业则不得不破产倒闭。^②

意大利产业区之所以在危机期间也能保持较好的发展势头，在一定程度上得益于区内已经形成的纵向生产结构。产业区内大量的中小企业通过相互竞争形成横向生产链，同时也在龙头企业的带领下逐步发展出纵向的网状结构。龙头企业指那些因在营业额、规模、创新能力方面表现突出而在产业区内占据战略地位并主导生产链的企业。^③

意大利联合圣保罗银行（Intesa Sanpaolo，意大利最重要的银行集团，也是欧盟最大的商业银行集团之一）2019 年所做的研究专门考察了产业区的 1600 家龙头企业（见图 1）。这些企业是真正的增长冠军，其中有 16.9% 凭借较强的竞争力跻身中型企业行列，这在意大利通常被称为“第四资本主义”。根据意大利联合圣保罗银行的统计，拥有冠军企业数量最多的 10 个产业区分别是：布雷西亚的金属加工产业区（168 家），布雷西亚的冶金产业区（95 家），蒙扎的机械制造产业区（83 家），特雷维索、维琴察和帕多瓦的塑料加工产业区（67 家），维琴察的机械制造产业区（62 家），利文扎的家具产业区（49 家），普拉托的纺织服装产业区（47 家），布里安扎的木质家具产业区（33 家），桑塔科洛切的制革产业区（26 家），以及菲尔莫的制鞋产业区（25 家）。^④

① D. Castellani, E. Rullani and A. Zanfei, “Districts, Multinationals and Global/Digital Networks”, *Economia e Politica Industriale*, Vol. 44 (4), 2017, pp. 429 – 447.

② M. Armenise, “L’Industria Italiana nei Mercati”, in *L’Industria Italiana nel Contesto Internazionale. 150 Anni di Storia*, a cura di B. Quintieri e M. Vasta, Collana dell’Osservatorio Nazionale per l’Internazionalizzazione degli Scambi, Ed. Rubettino, Catanzaro, 2011.

③ Intesa Sanpaolo, *Economia e Finanza dei Distretti Industriali*, 2018.

④ Intesa Sanpaolo, *Economia e Finanza dei Distretti Industriali*, 2018.

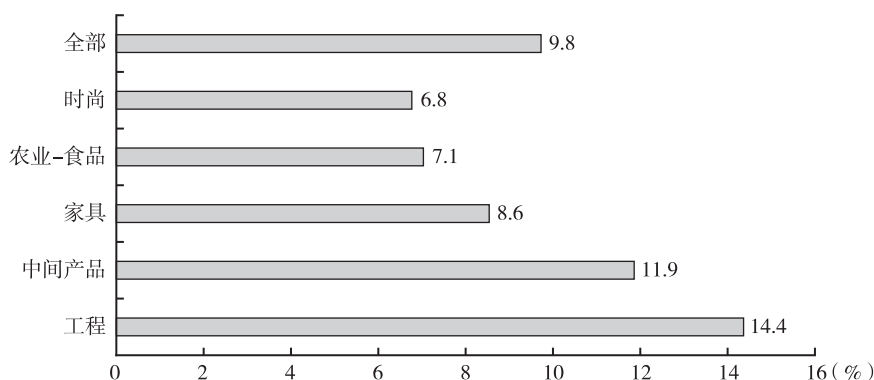


图1 2019年意大利产业区不同部门冠军企业比例

资料来源：笔者根据意大利联合圣保罗银行数据库数据制作。

（三）近年来意大利产业区的发展

2017年意大利产业区取得了抢眼的成绩，按市场价格计算的营业额增长了4.3%，高于非产业区企业（4.0%），劳动生产率的增速也高于非产业区。产业区的出口也呈积极态势，2007~2017年出口额增长了20%。意大利产业区出口的目的地国处于动态变化当中，但是主要的目的地国相对稳定：德国长期位列第一（占意大利产业区总出口额的13.5%），其次是法国（11.1%）、美国（9.2%）、英国（6.1%）和瑞士（6%）（见表5）。除了欧盟国家和北美，意大利产业区的产品还出口到更遥远的国家：2017年，中国是意大利产业区出口的第七大目的地国，占意大利产业区总出口额的2.9%。^①

意大利联合圣保罗银行根据2017年的数据，基于专业化程度、营业额增长和收益表现评出了20个卓越的产业区，其中金属加工产业区表现得最为突出，生产率和出口方面的冠军企业最多。此外，机械产业区的共同特点

^① Intesa Sanpaolo, *Economia e Finanza dei Distretti Industriali*, 2018.



是具有高度的创新性，且涵盖多个高度专业化和极具创新活力的具体部门，包括机电产品、农业机械、机械器具、食品机械和机器人等。^①

表 5 意大利产业区出口的目的地国排名

出口目的国	2008 年			2017 年			2008 ~ 2017 年 增长(%)
	出口额 (百万欧元)	排名	占比 (%)	出口额 (百万欧元)	排名	占比 (%)	
德国	11875	1	13.4	14394	1	13.5	21.2
法国	10233	2	11.5	11823	2	11.1	15.5
美国	6289	3	7.1	9827	3	9.2	56.2
英国	5724	4	6.5	6478	4	6.1	13.2
瑞士	3778	7	4.3	6362	5	6.0	68.4
西班牙	4695	5	5.3	4654	6	4.3	-2.8
中国	1637	14	1.8	3140	7	2.9	91.8
波兰	2032	11	2.3	2559	8	2.4	26.0
荷兰	2227	8	2.5	2504	9	2.3	12.4
澳大利亚	2035	10	2.3	2365	10	2.2	16.4
比利时	2113	9	2.4	2349	11	2.2	11.2
俄罗斯	3811	6	4.3	2322	12	2.2	-39.1

资料来源：笔者根据意大利联合圣保罗银行数据库数据制作。

食品产业区的表现也很抢眼，2017 年实现了 5.3% 的营业额增长，而且几乎所有规模的企业都呈增长态势。食品产业区的出色表现一方面得益于产业区内部企业间地理位置接近、供应距离短的优势，另一方面则应归功于拥有欧盟地理标志保护认证^②的产品数量多（意大利排名第一）^③和地区食品生产的特色。

时尚产业区也一直在国际市场上散发活力，2007 ~ 2017 年的年均出口增长率为 3%。在营业收入增长排名前 20 的意大利产业区中，有两个

① Intesa Sanpaolo, *Economia e Finanza dei Distretti Industriali*, 2018.

② 欧盟地理标志保护认证，英文是 Protected Geographical Indication，缩写为 PGI；意大利文为 Indicazione Geografica Protetta，缩写为 IGP。

③ 2017 年，意大利拥有 821 种注册了欧盟地理标志保护认证的产品，包括 299 种食品和 524 种葡萄酒。

属于时尚业，分别是贝卢诺的眼镜产业区和佛罗伦萨的皮革与制鞋产业区。

木制家具装饰业自 20 世纪 90 年代起就成为“意大利制造”最卓越的领域之一，现在仍然如此。2017 年，该行业年营业额为 274 亿欧元。从 2008 年到 2017 年，意大利木制家具装饰产品出口路线的距离延长了 30%，开始跨越欧洲边界去开拓更遥远的市场，尤其是东南亚市场。^①

（四）外资在意大利产业中扮演的角色

目前，意大利有约 1.5 万家外资控股企业，雇员人数约为 140 万人，年营业额超过 5720 亿欧元。外资对研发领域的投资达 33 亿欧元，主要用于技术转移方面的研究。^② 自 20 世纪 90 年代起，意大利各产业区吸引的外国直接投资持续增长，至 21 世纪初达到顶峰。对意大利产业区投资最多的是欧盟国家：首先是德国，2017 年在意大利有 2073 家控股企业，当年的营业额达到 720 亿欧元；其次是法国，该国在意大利的控股企业一直在增加，2017 年底达到了 1987 家。^③ 2015 ~ 2017 年，法国企业在意大利完成投资并购 128 项，交易总额达 105 亿欧元。^④ 其中，法国时尚集团是收购意大利奢侈品品牌的主角。例如，宝格丽（Bulgari）、塞乔·罗西（Sergio Rossi）和诺悠翩雅（Loro Piana）被路易威登集团（LVMH）收购；葆蝶家（Bottega Veneta）和宝曼兰朵（Pomellato）被开云集团（Gruppo Kering）收购。

近年来，在经济全球化的浪潮下，外资对意大利企业的收购一直呈增长趋势，尤其是国际金融危机爆发后，交易数量由 2009 年的 38 笔（价值 74 亿欧元）增至 2018 年的 300 笔（价值 192 亿欧元）。^⑤ 这一趋势背后的原因主要包括：意大利企业资金不足，为外国投资者收购提供了恰当的时机；一

① Intesa Sanpaolo, *Economia e Finanza dei Distretti Industriali*, 2018.

② ISTAT, “Struttura e Competitività delle Imprese Multinazionali”, novembre 2019.

③ ISTAT, “Struttura e Competitività delle Imprese Multinazionali”, novembre 2019.

④ KPMG, *Rapporto Mergers and Acquisition: anno 2018*, 2018.

⑤ 此处数据来源于毕马威公司（KPMG）2011 年和 2018 年《兼并与并购报告》。



些意大利家族企业需要代际交替，创业企业家到了“退场”的年龄；另有一些企业由于资金或市场原因的确陷入了经营危机。外资对意大利产业区的投资主要以购买既有企业股份的方式进行，绿地投资不多，在“意大利制造”的传统行业尤其如此。

近几年，中国对意大利的直接投资增长迅速，2000～2018年累计投资额达153亿欧元。截至2018年底，意大利是中国在欧盟投资的第三大目的地国，仅次于英国（469亿欧元）和德国（222亿欧元）。^① 近期中国企业在意大利完成的重要投资项目包括：潍柴控股集团有限公司收购游艇设计公司领导者法拉帝集团（2012年）；上海电气集团股份有限公司由意大利战略基金手中收购电力工程公司安萨尔多能源（Ansaldo Energia）40%的股份（2014年）；光明食品子公司益民食品集团收购托斯卡纳地区橄榄油企业Salov集团多数股权，其集团旗下拥有Sagra和Filippo Berio两个品牌（2014年）；中国化工集团有限公司以74亿欧元收购倍耐力（Pirelli）集团26.2%的股份（2015年）；云峰基金收购意大利知名医疗设备集团百胜医疗（Esaote）（2018年）；

三 “意大利制造”之味：美酒美食

意大利的地理位置和地貌十分特殊：地形狭长，境内山脉绵延，位于地震多发带；水资源丰富，河流众多，降雨充足；三面环海，各个海洋的面积各不相同。作为古代西方最发达的国家之一，意大利境内留下了地中海各民族不可磨灭的痕迹。如今这些痕迹仍然存在，流淌在意大利人的血液里，体现在他们的生活习惯、容貌、饮食口味和方言等方方面面。

基于其地理和人文的多样性，意大利拥有世界上独一无二的遗产。即便是地理位置非常接近的两个地方，常常也存在着几个世纪以来形成的差别，

^① Rodhium Group, Merics, “Chinese FDI in Europe: 2018 Trends and Impact of New Screening Policies”, March 2019.

这种差别不仅体现在语言、传统、肤色、习俗、仪式和生活习惯等方面，还体现在饮食上，并由此形成了极具多样化的农业食品，即基于地中海三大农作物——小麦、橄榄和葡萄——而做成的食物。

意大利是世界上奶酪（超过 400 种）、橄榄（超过 500 种）、熏制肉类、葡萄和面包种类最多的国家，而且获得欧盟原产地保护认证的产品数量高居欧盟成员国榜首。意大利形成了独特的饮食体系，作为地中海饮食的一支，意大利的食物因健康美味而闻名世界。意大利饮食的知名度还得益于本国移民的传播，他们通常在餐饮业大显身手，把家乡风味推广到全世界。

农业食品业是“意大利制造”的旗舰部门之一，拥有很多享誉全球的品牌，如 Eataly 超市、意大利面品牌百味来（Barilla）、葡萄酒品牌西施佳雅（Sassicaia）和安蒂诺里（Antinori）、巧克力品牌费列罗（Ferrero）、咖啡品牌拉瓦萨（Lavazza）和意利（Illy），还有一些著名的特色产品，如摩德纳的香醋、圣丹涅的火腿、罗马的羊乳奶酪，以及其他众多知名葡萄酒品牌，如格拉帕（Grappa）、布鲁奈罗（Brunello）、阿马罗尼（Amarone）和巴罗洛（Barolo），等等。根据意大利农业食品市场服务机构（Ismea）的数据，2018 年意大利农业食品行业的总增加值超过 2050 亿欧元，占本国 GDP 的比重约为 12%，出口额为 418 亿欧元，占全国出口总额的 9%。^① 意大利美食是地中海饮食不可或缺的一部分，不仅体现了“意大利制造”与这片土地的特殊联系，也代表了全球消费者对意大利产品及其文化模式的赞赏。特别是，意大利葡萄酒的年出口额超过 50 亿欧元，为保持本国的贸易平衡做出了重要贡献。

（一）土地的价值与意大利的农业“天职”

意大利生产的每一种食品都体现着独特的“技能诀窍”（know-how）。意大利已利用的农业耕地面积占全国可用土地面积的 70%。2017 年，意大利的农业增加值达到 315 亿欧元，占 GDP 的 2.2%，这一比例在欧盟大国中

^① Ismea, *Rapporto sulla Competitività dell'Agroalimentare Italiano*, Roma, luglio 2018.



仅低于西班牙，高于德国和法国。^①此外，意大利农业食品业在整合供应链以及与餐饮服务业结合方面表现得十分突出。在过去十年中，意大利的农业旅游业也呈现出较好的发展势头，如今共有 2.27 万家农业旅游公司，比上一个十年增长了 28%。

总体而言，在不到一个世纪的时间里，意大利已将国土面积小、地形多样、土地不适合耕种等多种劣势转变成独一无二且不可被复制的农业资源优势。这个奇迹要归功于人力因素，具体包括长期积淀的浓厚的饮食文化、传统的以家庭为单位的生产模式以及激烈的行业内竞争。需要强调的是，行业内竞争一方面使企业间合并更加困难，另一方面也刺激企业精益求精、不断创新以超越竞争对手。

表 6 2017 年意大利贸易顺差的十大农产品

产品	顺差额(百万美元)	产品	顺差额(百万美元)
意大利面	1764	有馅意面	441
巧克力和其他可可类产品	1232	酒	371
番茄制品	1000	醋	257
肉类	763	豆类	216
烟草	713	无馅鸡蛋意面	191

数据来源：笔者根据联合国贸易数据制作。

即便在 2008 年国际金融危机爆发后，意大利农业食品业仍持续焕发活力。该行业的创新能力优于其他行业，并能适应新的挑战，其生产率在过去十年中呈持续增长的趋势。^②正因如此，意大利农业食品业创下了许多纪录。例如 2017 年（见表 6），意大利是欧盟第一大农业食品出口国，农业食品出口额达到 418 亿欧元，占本国总出口额的 9.2%。在过去十年中，该行业出口增长了约 59%。意大利在葡萄酒生产方面也处于领先地位。2018 年，意大利的葡萄酒产量为 5500 万公升，同比增长了 29%，其中近 2000 万公升

① Ismea, *Rapporto sulla Competitività dell'Agroalimentare Italiano*, Roma, luglio 2018.

② Ismea, *Rapporto sulla Competitività dell'Agroalimentare Italiano*, Roma, luglio 2018.

出口到国外，出口额达到 62 亿欧元，同比增长了 3.3%。意大利长期保持着世界第二大葡萄酒生产国的地位，仅次于法国，^① 并且创下了欧盟原产地保护认证的葡萄酒数量最多的纪录。

（二）产品质量和地区特色

“意大利制造”在食品领域取得的骄人成绩还得益于其对产品质量和特色的高度重视。意大利优质食品品牌的数量创下了世界纪录。2017 年，在全欧盟注册了地理标识保护认证的 3700 种产品中，意大利拥有 823 种，接近 1/4，其中有 299 种特色美食和 524 种葡萄酒（见表 7）。除了享誉全球的特色美食，意大利还拥有最先进的、可追溯的食品安全监管体系和完善的食品质量监管体系。

表 7 2017 年欧盟和意大利注册地理标识保护认证的产品数量及比例

	欧盟(种)	意大利(种)	意大利占比(%)
通过地理标识保护认证产品	3700	823	22.2
葡萄酒	1988	524	26.4
食品	1712	299	17.5

资料来源：笔者根据欧盟统计局（Eurostat）和意大利农业林业部（Mipaaf）数据制作。

欧盟的地理标识保护体系诞生于 1992 年，其法律依据是欧洲经济共同体第 2081/92 号条例，之后又通过欧盟第 510/2006 号条例得以更新。这一体系适用于欧盟所有国家，且同时建立了三种认证方式，即地理标识保护（PGI）、原产地保护（PDO）和传统特色保证（TSG），从不同的角度为地域特色和生产过程提供保证。通过 PDO 认证的意大利产品汇集了地中海饮食传统的特色食品，包括帕尔玛奶酪、坎帕尼亚水牛奶酪、圣丹涅火腿、博洛尼亚香肠，等等。2018 年，意大利通过 PDO 和 PGI 认证的产品总产值约为 152 亿欧元，占全国农业食品总产值的 18%，其出口额占全国农产品出

^① Agenzia ICE e Istat, “L’Italia nell’Economia Internazionale”, Ed. Agenzia ICE, luglio 2019, <https://www.ice.it/it/studi-e-rapporti/rapporto-ice-2019>, 最后访问日期：2019 年 12 月 5 日。



口总额的9%。意大利通过 PDO 认证的农业食品产业链涉及约 20 万家生产加工商和 283 个企业联合会。^① PDO 认证也是意大利食品产业区发展的重要驱动力。^② 目前,有 72% 的意大利农业食品产业区位于具有地理标识的区域,这在产业区企业的专有技术和商业实力与原产地产品的质量和市场价值之间形成了非凡的协同作用。此外,地理标识保护体系还涉及有机食品,就市场价值和覆盖面积而言,意大利是世界第六大有机食品生产国,并且是运营商、生产商和加工商数量最多的欧盟国家(2016 年约为 6.42 万家),有机种植的土地面积为 180 万公顷。从 2012 年到 2016 年,欧盟有机食品销售额增长了 19%,同期意大利有机食品销售额增长了 54%,这体现了意大利食品对产品质量和环境保护的高度重视,也体现了消费者对意大利食品的普遍认可。^③

四 结语

基于前文的论述,我们可以得出结论:“意大利制造”有其独特之处,意大利有能力生产具有重要价值和非凡影响力的产品。这是一种独一无二且不可被复制的优势,是人们将这片土地的历史、技术和人力充分结合的结晶。

当然,“意大利制造”也有其暗淡的一面,那就是缺乏有重要影响力的大型企业。在世界主要工业国中,意大利的大型企业一直缺席,仅有的为数极少的大型企业通常又是国有企业或国有控股企业,这并非偶然。在某种意义上说,或许正是因为意大利人不善于思考“大问题”和“做大事”,所以意大利才在中小企业和产业区模式上取得了成功,而在培育和经营大企业方面建树寥寥。

(陈习习译,孙彦红校)

① 此处数据来源于意大利农业与林业部网站, <https://dopigp.politicheagricole.it/>, 最后访问日期:2019 年 12 月 5 日。

② Ismea, “Rapporto 2018 Sulle Produzioni Agroalimentari e Vitivinicole Italiane DOP, IGP, STG”, <http://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/10497>, 最后访问日期:2019 年 12 月 5 日。

③ Intesa Sanpaolo, *Economia e Finanza dei Distretti Industriali*, 2018.