区位理论、区位因子与中国产业集群形成机理

刘 强

(河南大学 环境与规划学院 河南 开封 475001)

摘 要 20世纪初以来的区位理论经历了五个发展阶段,各个阶段的区位理论虽然研究视角不同,研究方法有别,但不是绝对对立的,它们相互补充,共同揭示出影响企业区位分布的多种区位因子。区位因子和区位条件的结合决定了企业的区位分布,基于此,本文将中国产业集群的发育状况、集群形成区位的初始条件与各种区位因子结合起来进行分析,对中国产业集群的形成机制作出了如下判断:中国产业集群的形成从总体上说源于五种效应,不同的产业集群有不同的形成机制,但每个产业集群都是多种效应非线性叠加的结果,因而对欠发达地区发展产业集群有重要的启示。

关键词 区位理论; 区位因子; 中国产业集群; 形成机理

中图分类号 F12

文献标识码 A

文章编号 :1007-905X(2008)01-0064-03

一、引言

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,形成强劲、持续竞争优势的现象^[1],它是一个世界性的经济现象。随着经济全球化的发展,特别是1980年代以来,世界经济呈现出显著的区域化特征,大量企业及相关支撑机构集聚于一定的区域空间,以集群的形式参与市场竞争,形成强劲持续的竞争优势,获得集聚发展的效益,从而使所在区域成为众多区域中引人注目的亮点。目前,国内外关于产业集群的研究,成果颇丰。这些研究概括起来有以下几个特点:在研究对象上多着眼于一个具体的地区或一个具体的产业;在研究内容上多集中于集群的竞争优势及其来源、集群发展的动力机制、集群存在的问题和对策及产业集群与区域经济增长的关系,而着眼于中国这个大区域,全面综合地研究产业集群形成机理的成果较少;在研究方法上,涉及新古典经济学、新经济地理学、新兴古典经济学和制度经济学等学科领域。本文基于区位理论的视角,对中国产业集群的形成机理进行全面系统的探讨。

二、区位理论回顾

区位理论是关于经济活动的区位选择和区位结构以及如何创造区位条件的理论,是区域经济学的核心基础理论之一。20世纪初以来,区位理论经历了五个发展阶段^[2]。1950年代的区位理论以新古典经济理论的假定为主,被称为新古典区位理论,其以韦伯、勒施等人代表。韦伯是企业区位选择成本

决定论的代表,他认为只有成本因素即运输成本、劳动成本和聚集影响企业区位选择,最低成本是企业的区位因子,如果企业从产业集聚中得到的好处大于它们从分散布局地迁往集中地而引起的运输和劳动费用增加,集聚就会发生^[3]。以勒施为代表的利润最大化区位理论从需求出发,认为企业区位选择的最重要的决定因素是成本、市场和收入间的均衡即纯利润,最佳区位不是费用最小点也不是收入最大点,而是利润最大点。新古典区位理论因为假设经济活动主体的完全理性和拥有完全信息、市场结构的完全竞争性以及企业管理和组织形式的静态性和单一性,在1960年代受到很多批评。基于行为经济学的区位理论认为,区位主体在企业内外环境下进行区位选择,从而形成空间形态。区位选择主体有多样的动机和目标,个人行为因素包括个人成本、个人收益、个人心理收入、环境偏好和安全动机等,是影响企业区位选择的重要因素^[4]。企业的区位选择受到企业结构和组织管理及外部环境的影响,有不同结构和组织管理目标的企业会产生不同的区位选择。1970年代以结构主义为主的区位理论重视社会因素、结构因素或体系因素在区位选择和区位结构中的作用,认为区位及其变化是宏观经济结构的产物,突破了以往区位研究的“微观化问题”。马斯特别注意社会与空间的关系,认为空间就是社会,社会就是空间,没有社会意义的空间作用根本不存在。马斯认为,作为历史产物的产业区位被新古典区位理论转变成“非历史性抽象空间”。虽然行为区位理论涉及企业内部

收稿日期 2007-11-10

作者简介 刘强(1969—)男,河南永城人,河南大学环境与规划学院博士研究生。

组织和外部环境之间的相互作用,但其理论分析较侧重于区位选择主体、组织内部结构以及管理特性,稍微忽略产业区位的基本原因分析。1980年代的生产方式区位理论认为,生产方式的变化影响区位选择的变化。一是基于弗农的产品周期理论,认为企业在不同的产品周期阶段具有不同的生产方式,从而具有不同的区位特征。二是基于柔性专业化理论,认为随着生产方式向柔性方式转变,企业的区位选择会发生变化。在柔性专业化生产方式下,企业外部联系增加,外部交易增多,为了降低成本,减少不确定性和风险,重视小规模企业间的互相合作^⑨,其结果形成马歇尔的产业地区的空间形式。1980年代以来的高新技术企业产生以柔性生产方式为主的区位特征,“区域创新环境”以及由其决定的新技术开发成本是高新技术企业最重要的区位因素^⑩。美国学者斯科特的“新产业空间理论”认为,当企业内部交易成本大于企业外部交易成本时,企业生产系统会出现垂直分离,分离后的专业化企业对地理集聚有强烈要求,其结果造成空间集中,反之,造成空间分散。1990年代克鲁格曼等经济学家在生产要素的收益递增及市场的非完全竞争结构的假定下研究空间,形成了“新经济地理学”的新研究领域和非完全竞争区位理论。他建立了较复杂的数学模型,回答某种产业为何聚集在某个地区。结果表明,企业区位均衡取决于初始条件,并且产业聚集具有历史和路径依赖的特征,一旦生产集中起来了,就发生累积循环的作用,如果有规模经济,企业具有集中倾向,如果运输(贸易)成本处于中间水平,企业具有集中倾向,产业聚集是收益递增、运输成本和要素移动之间相互作用的结果。

三、区位因子分析

如上所述,20世纪初以来区位理论经历了从新古典区位理论到行为区位理论、结构主义区位理论、生产方式区位理论再到非完全竞争区位理论的发展过程。作者认为,五个阶段的区位理论虽然研究视角不同、研究方法有别,但不是绝对对立的,它们都有各自的适用范围,相互补充,共同揭示出影响企业区位分布的多种因素即区位因子,主要包括运输成本、劳动力成本、市场、企业决策者的行为、企业的结构和组织管理方式、社会经济环境、交易成本和规模经济。

新古典区位理论认为企业是追求利润最大化或成本最小化的理性经济人,企业在追求利润最大化或成本最小化的过程中,会受到运输成本、劳动力成本等成本因子或市场容量和特性等收入因子的制约,因此,运输成本、劳动力成本等生产成本因子和市场因子是影响企业区位选择的最基本的区位因子。这虽然是在假定完全竞争市场结构、收益递减、完全理性和完全信息等条件下得出的结论,但至今仍有现实意义,因为利润最大化或成本最小化仍是众多企业较为普遍的决策目标。行为区位理论认为,企业在区位选择上有多样性的动机和目标,个人行为因素在区位选择中起着重要作用,企业的区位选择也受企业结构和组织管理及外部环境的影响。这样,企业决策者的行为包括决策者个人的成本和收益、偏好和动机、经营战略、区位决策模仿等,以及企业的结构及组织等是十分关键的区位因子。行为区位理论在新古典区位理论的基础上将区位因子扩展到企业决策者的个人行为和企业组织结构,更真实地反映了客观现实。由结构主义区位理论可知,企业的区位

及其变化是宏观经济结构的产物,一个国家或区域的社会经济环境即政治和经济体制、法律法规、国际国内形势、政府的政策、文化传统、风俗习惯等社会因素、结构或体系因素,也是影响企业区位选择的重要的区位因子。这表明结构主义区位理论洞察到了宏观因素对企业区位选择的重大影响,进一步完善了区位理论。生产方式区位理论和非完全竞争区位理论进一步表明,企业的区位选择会因生产方式和市场竞争结构的不同而不同。在柔性生产方式下,交易成本是最重要的区位因子,网络经济或网络效应以及作为其背景的区域文化是降低交易成本的关键因素。在非完全竞争市场结构和规模收益递增的情况下,规模经济是最重要的区位因子,初始条件良好的区位或有历史基础的区位有利于实现规模经济。

四、中国产业集群形成机制探究

根据中国产业集群的发育状况和形成区位的初始条件,结合区位因子分析,作者认为,中国产业集群的形成从总体上是基于以下五种效应,不同的产业集群具有不同的形成机制,但每个产业集群都是多种效应非线性叠加的结果。

(一)基于生产成本因子的区位指向效应

区位指向是指企业在区位选择过程中表现出的趋向于某种区位的倾向。企业的区位选择之所以表现出一定的区位指向,是因为某些经营活动必须使用某种资源或必须具备某种条件,难以用其他东西替代,如物耗和能耗高的经营活动要耗费大量的物质资源和能源,劳动密集型的产业必须拥有一定数量的劳动力资源。区位条件的差异和经济活动区位指向的趋同引起特定产业及其相关支撑产业的众多企业和机构在特定区位的集聚,这就是产业集群形成的区位指向效应。对一种经济活动而言,不同区位提供的生产条件是不完全相同的,而区位因子又决定了经济活动的区位选择表现出一定的区位指向性,这样,区位指向相同(含实际所指的地方相同)的经济活动都趋向于集中在具备相应区位条件的区域,形成产业集群。现实经济生活中,那些从事燃料、动力耗费量大或物耗高或密集地使用劳动力的经济活动的企业,一般会将在燃料、动力丰富的地区或原材料产地或劳动力充足的地区,以降低生产成本。20世纪90年代以来,中国珠江三角洲地区之所以成为国际劳动密集型产业转移的重要基地和外资企业的集聚区,劳动力资源丰富是一个十分重要的原因。

(二)基于企业家行为因子的衍生效应

企业家的行为是影响企业区位分布的十分关键的区位因子,一些产业集群的形成是基于企业家行为和社会关系网络而产生的衍生效应。一是领先企业家的经营行为会通过一定的社会网络和地缘因素产生较强的外部效应,引起产业集群的形成。这表现为企业家的成功经营产生示范作用,带动新经营者的产生。企业家的不断涌现,新企业的不断衍生,最终会形成产业集群。在科研院所和高校集中的区域,科研工作人员和高校教师也可能依托原单位创业,促进集群的形成。北京中关村高技术产业群的一批高科技企业就是从科研院所和大学中衍生出来的,因此,中科院各研究所和北大、清华等大学是中关村高技术产业群的“孵化器”(牛洲涛,等,2006)。

(三)基于交易成本因子的网络效应

企业出于加强相互联系的需要和对低交易成本的追求而

趋向于在空间上集聚形成分工合作、密切联系的网络,这就是产业集群形成的网络效应。随着经济的发展、分工的深化,以及市场需求的多变和多样化,新生企业多采用柔性生产方式,已有企业也尽可能由福特制刚性方式向后福特制柔性生产方式转变,企业生产系统出现分离。在这种情况下,企业的外部联系增多,外部交易增加。为加强相互联系、降低交易成本、提高交易效率等一些内在联系密切、相互依赖性大的企业趋向于集聚在一起,形成分工合作、密切联系的网络,以共享联系距离缩短、交易的快速性和交易确定性增加引起的成本节约和效率提高,网络的形成又对新生企业和外部企业产生了强大的吸引力,促进新企业的产生和外部企业的加入,最终形成产业集群。中国有一些较大的公有制企业,其生产方式逐步向柔性生产方式转变,形成了以这些大企业为中心的、大中小企业之间基于外部交易关系的互补共生的产业集群。如山东青岛的海尔、四川重庆的嘉陵摩托、辽宁营口的东北钢琴等集团附近,都有相关企业繁殖,形成相关产业集群^[7]。

(四) 基于社会经济环境因子的诱导效应

一个区域的社会经济环境与该区域能否出现产业集聚关系很大。第一,政府的正式制度分割会使某些区域形成对企业有吸引力的社会经济环境,从而对产业集群的形成产生诱导作用。例如,中国在1970年代末和1980年代初实行了东部沿海地区率先发展的区域非均衡发展战略,中国政府的这一正式制度分割使东部沿海地区获得了先发优势,较早形成了有利于产业发展的宽松的社会经济环境,这对中国制造业在东部地区的集聚产生了巨大的诱导作用。第二,一个区域的非正式制度和文化背景也会对产业在该区域的集群发展产生诱导作用。一方面,作为非正式制度的关系规则以及以重视和强调血缘、亲缘、地缘关系为基本特征的家族文化同我国一些产业集群尤其是欠发达地区农村地域产业集群的形成有着不可分割的关系。诺斯认为,从人格化交易向非人格化交易的转变是现代经济产生的必由之路。我国企业发展的实践也表明,家族关系、同乡关系、同事关系、朋友关系等在企业资源组织过程中具有重要的作用,利用各种关系配置资源是一种极为普遍的经济行为。在我国欠发达地区的一些农村地域,长期的贫困环境孕育出人们的吃苦耐劳、朴实忠厚、勇往直前的优秀品格和创业精神,以此为基础,企业家资源大量涌现。企业家资源和家族文化的融合使产业集群起步于家庭小作坊式经济。在家族化的组织方式下,创业者充分利用关系配置资源,使企业在形成之初具有强固的凝聚力和信任关系,大大地降低了企业的管理成本,增强了企业的竞争能力和抗风险的能力,从而也就使企业的进入和运营成本较低,推动了产业集群的产生。另一方面,一个区域的市场竞争环境的优劣、人们市场意识强弱,也会影响产业集群的产生。市场竞争环境好、人们的市场意识强的区域,对企业的进驻有一定的诱惑力。这是因为,区域市场竞争环境好,会大大地降低企业的交易成本;人们市场意识强,经济活动会被推崇,观念上的创业门槛比较低,有利于培育创业者和企业家阶层。

(五) 基于规模经济因子的循环累积因果效应和路径依赖在非完全竞争市场结构和规模收益递增的情况下,规模

经济是最重要的区位因子。初始条件良好的区位或有历史基础的区位有利于实现规模经济。规模报酬递增促成生产集中,而运输成本核算则有阻止生产活动集中的作用。由于规模报酬递增,企业会将区位选择在市场需求大或投入品供应便捷的地方,以降低运输成本,获得规模经济,而市场需求大或投入品供应便捷的地方又取决于其他企业的区位选择。这样,具有历史基础或初始条件良好的区位,会对相同或相关经济活动的进入产生向心力,这种向心力在规模报酬递增、运输成本和生产要素的移动三个方面通过市场传导的相互作用产生累积因果效应,使经济活动在该区位不断集聚且集聚趋势不断增强,形成路径依赖。如中国东部地区成为制造业集聚区,在很大程度上是因为东部地区人口密集,市场规模远远高于其他地区,外部投资者一般倾向于向这一区域投资。制造业的规模收益递增,中国运输(贸易)成本或一体化水平处于中间水平,以及劳动力等要素跨区域向东部地区移动,共同促进了制造业向东部地区的空间集聚^[8]。

五、结语

综上,对欠发达地区发展产业集群具有以下四个方面的启示:第一,营造良好的创业环境,促进企业家资源的大量涌现,可为产业集群的发展提供源泉。第二,对于有柔性生产潜力的企业,可引导其进行改革和改制,调整组织结构,面向市场和技术变化实行柔性生产,这样可以促进以改革和改制企业为中心的产业集群的发展。第三,引导和培育企业之间的联系,企业之间的广泛联系建立起来以后,对分工经济和低交易成本的追求会使它们在一定的空间集聚,形成网络经济。第四,为产业集群的发展创造良好的社会经济环境,包括实施合理的区位政策和产业政策、健全法律法规、营造良好的市场竞争和开放环境等。

参考文献:

- [1] M.E.Poter. Clusters and new economics competition[J]. Harvard Business Review, 1998, (12): 45—52.
- [2] 金相郁. 20世纪区位理论的五个发展阶段及其评述[J]. 经济地理, 2004, (3): 9—12.
- [3] A.Weber. English Translation: The Theory of the location of Industries[M]. Chicago: Chicago University Press, 1929.
- [4] M.L.Greenhut. Plant Location in Theory and Practice: The Economics of Space[M]. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1956.
- [5] Ruigrok W&R van Tulde. The Logic of International Restructuring[M]. London: Routledge, 1995.
- [6] KRIHS. Industrial Agglomeration and Regional Clusters in Korea[M]. Seoul: KRIHS, 2001.
- [7] 于树江, 李艳双. 产业集群区位选择形成机制分析[J]. 中国软科学, 2004, (4): 18—20.
- [8] 范剑勇, 王立军, 沈林洁. 产业集聚与农村劳动力的跨区域流动[J]. 管理世界, 2004, (4): 55—58.

责任编辑 姚佐军

(E-mail: yuid@163.com)