

产业集群、城市扩张与文化融合的城市化策略

祁晓红

(中国人民大学国际关系学院,北京 100875)

摘要: 现代有竞争力的城市都是产业集群和城市文化高度融合的城市,所以城市的发展也是产业集群的培育和新文化的形成的动态的综合性过程。要想建设一个立意新、功能专、起点高、理念超前的城市,必然要实行科学策划和统一的开发。中国目前处在一个城市化的加速期,大中城市的扩张日渐成为中国城市化低成本推进的首选,该本文立足中国现实,探索由产业集群、城市扩张和文化高度融合的城市化策略。

关键词: 产业集群;城市扩张;文化融合;城市化

中图分类号: F062.9 **文献标识码:** A **文章编号:** 1671-2404(2008)29-0070-05

产业集群是产业发展演化过程中的一种地缘现象,即某个领域内相互关联(互补、竞争)的企业与机构在一定的地域内集中连片,形成上、中、下游结构完整、外围支持产业体系健全、具有灵活机动等特性的有机集成的生产和交易体系。产业集群已日渐成为国家或城市经济发展和提升国家或城市竞争力的关键。美国的硅谷集聚了微电子、生物技术、风险资本,形成了微电子产业集群。底特律集聚了汽车设备与零部件,形成了汽车产业集群。许多发达国家和新兴工业国家的产业也都具有类似的特点和发展轨迹。

1 产业集群是城市经济竞争优势的重要源泉

1.1 城市的竞争力在于培育产业集群

城市综合竞争力是指一个城市通过市场化方式占有、配置和利用生产要素和经济资源的能力,集中体现为城市集群和扩散功能的强弱,它是城市的生产能力、生活质量及其对外影响能力强弱的综合反映。产业集群强调发挥区域各种资源要素的整合能力,追求适合于区域具体特征的区域发展道路,运用集成优势将那些在生产或分配上有着密切联系,或是在产业布局上有着共同指向的产业,按一定比例布局在某个拥有特定优势的区域,形成一个地区生

产系统。在系统中,每个企业都因与其它关联企业接近而改善自身发展的外部环境并从中受益,系统的总体功能大于各个组成部分功能之和。

国内外的实践经验表明:产业集群是经济优势和城市经济竞争优势的重要源泉。

第一,产业集群形成区域经济、城市经济的特色竞争力。产业集群的形成过程中,生产要素、需求条件、相关产业和支柱产业的发展、企业战略、结构和竞争态势演化和升级,从而形成具有竞争力的人力资源、技术、设备、知识、资本、基础设施等生产要素,形成良好的产业配套和竞争环境,涌现具有极强竞争能力的各类企业,成为区域经济、城市经济的支柱产业。在中国,正在形成一些以产业集群为特征的区域和城市,例如,以金融业为龙头的上海,小商品贸易集群的义乌等城市。

第二,产业集群的集群和辐射功能强化城市和区域的吸引力、影响力,加快城市经济和区域经济的国际化步伐,促进资源集群,提高城市、区域乃至国家对经济的影响力和控制力。产业集群有利于提升城市竞争力,主要表现在:通过产业集群形成地方产业分工,应对经济全球化的背景;形成有利于创新的文化环境,创造更好的内生增长机制;打造区位品牌,吸引更多的资金和技术;基于本地资源基础,走区域特色发展道路;形成生产和开发的基础结构,从而提高城市竞争力。例如,美国的华尔街和硅谷在全球经济中就扮演着吸引全球金融资本,引进高科技人才的重要角色。

第三,产业集群还强调区域发展要素中资源整合的协同效应。投入要素不仅包括一般意义上的资

本、劳动力、自然资源,而且强调企业家资源的培育及其在发展中担当的作用,还有地方政府、行业协会、金融部门与教育培训机构对产业发展的协同效应。除了积极寻求外来资本、技术、管理经验等要素的作用外,更强调区域自身发展能力的培育,使区域成为有很强“学习能力”的学习型区域,不断整合自身资源与外界经营环境相适应,使区域具有动态的竞争优势。正因为产业集群强调区域内全要素的投入,最终出口产品在区域内具有巨大乘数效应(对每个具体区域可以用投入——产出计量模型进行计算),而且区域内收入分配相对平均,区域内基尼系数差异较小,有利于区域的持续发展。

1.2 培育产业集群,推进产业升级

产业集群是城市竞争力的来源,产业发展是城市经济的基础,产业发展必须与城市化进程相一致。城市新区开发要迅速产生城市综合性社区的功能,核心就是促进城市的产业集群成长。集群特指在某一特定领域内互相联系的、在地理位置上集中的、获得不同寻常的竞争利润的公司和机构的集合。集群一旦开始形成,就会出现一个自我强化的循环,这个循环能促进它的发展,尤其是当地方机构支持和地方竞争富有活力时更是如此。当集群扩大时,它对政府、公众以及民间机构的影响也将随之扩大。城市新区实行集群式开发,在城市新区的开发过程中,迅速集群一批同一领域内的公司和机构,而若干个集群的聚集则构造起发展核心,形成城市综合性社区的功能。

目前世界上的产业集聚基本上由两种形成方式:一是自发形成,一是政府促成。但不管哪一种方式,其形成的基础因素皆是由于其基本生产要素和高等要素所致,而各自不同特色的形成则是因为其要素在种类和数量上的差异。早期的产业集聚主要表现为自然资源禀赋拥有的差别,而现在世界上蓬勃发展的高科技园区中高等要素的作用更加突出并具有了决定性的力量。不同类型的国家在产业集聚的表现上也拥有鲜明的特点,自发形成的集聚多出现在市场经济比较发达的西方国家(虽然发达国家也有一定数量的集聚是政府促成的),而新兴工业国家和发展中国家的产业集聚则基本上都是在政府指导和规划下形成的。自发形成的集聚多是成功的,政府规划的集聚成功的不多,特别是在发展中国家中更是表现出产业结构雷同、低水平重复建设、设

备大量闲置等现象。新的以科技园为代表的产业集聚区表现出了鲜明的特点,正在成为区域经济发展中的主要动力。

培育产业集群,推进产业升级,就要做好以下几个方面:

(1) 抓重点:一是要根据特色优势、有关方面的积极性、发展的相关条件等方面,选择好发展重点,条件具备一个发展一个,不搞行政区域平衡。二是把握好发展机遇,对加快集聚发展的各项工作,分清轻重缓急,突出重点、逐步推进。

(2) 高起点:产业集聚不是同行业企业的简单罗列,集聚不是企业的简单凑合,更不是为了集聚而集聚,而是有规划、有组织的有机融合,要在集聚过程中发生聚合反应,围绕增强国际竞争力、提升档次,充分发挥集聚效应,体现国际先进水平。

(3) 规模化:发展集聚必须要有一定的经济规模,要体现“重”和“大”的要求,不但行业地位重要、规模比较大,而且还要对产业升级转换、国际竞争力增强、经济社会发展带动作用大。

(4) 专业化:一是以同类企业的企业集聚发展为主体,以产业链为纽带,吸引、带动相关企业集聚与发展。二是中心区块要为区域内各个企业提供配套的一体化公用工程、一体化服务设施、一体化物流配送体系。

(5) 国际化:要着眼于全球范围的经济结构调整,提高产业国际竞争力,立足区域、辐射全国、面向国际分工,改善在国际分工中的地位,努力使每个产业集聚要品牌响、打得出。

(6) 市场化:产业集聚建设过程中一定要充分尊重市场机制对资源配置的基础作用,决不能搞拉郎配、行政命令等,政府主要做好整体规划和布局,通过制定优惠的政策以及创造良好的基础设施条件和创业氛围,吸引众多企业自愿前来。

总之,产业集聚产生于企业的规模经济和外部效应的共同作用。单个企业内部成本较高而使得该类企业在某一地点集中生产从而降低了该行业的成本,企业的规模经济效应就可以实现。当规模经济存在于整个行业内而不是单个企业内部时,就产生了外部经济效应。因此,产业集聚将会在各国家和地区的经济发展中扮演越来越重要的角色。

2 城市群是城市化的必然选择

伴随着经济技术全球一体化,没有城市圈的形

成,没有人口、产业的聚集,在未来国际市场上就没有竞争能力。实现大城市圈、大城市群发展也可以说是增强国际竞争力的一种重要形式。由于现代产业集群依附于城市,城市与城市间的竞争和合作将形成新的世界分工体系,在这种新的分工体系中世界性的大城市圈、大城市群将举足轻重。这种世界性的“城市分工体系”使原先各国都建立一个国内自我完结的产业分工体系模式不合时宜。专家预期,中国势必成为全球化“城市分工体系”中的重要一员,大城市群经济也将因之而在全球城市一体化中得到深化与发展。中国有可能形成三大世界性的大城市群:一是以上海为中心的长江三角洲大城市群,一是以香港、广州为中心的珠江三角洲大城市群,一是以北京、天津为中心的京津唐大城市群。21世纪是全球经济一体化的世纪,它不仅意味着全球性的城市分工合作,还意味着全球性的竞争,中国要想在竞争中取胜必须放弃粗放型经济发展方式,走集约型的城市化与城市群道路。

一座城市就是一个巨大的“磁场”,它通过“磁力线”向外发射出强烈的磁力,吸引着周围众多的人、财、物。这些人、财、物是被吸引到城市来,便会被“磁化”,从而与城市原来的人、财、物一起放射出更强的磁力。通过城市“磁化物”磁化了的这些“磁化物”——物质产品和精神产品,成为传播城市文明的重要媒介物,这就是磁场效应。城市之所以具有如此大的磁力,是源于城市的规模效益、市场效益、信息效益、人才效益、设施效益等,正是这些效益的吸引,使得区域中的二、三产业、人口、人才、原料、资金和科学技术向城市集中。当经济发展到一定阶段,城市的人口、资金、技术、产业、产品等由城区向周边区域扩散、转移,形成次级城区,次级城区发展到一定程度,又向更大范围扩展,以此连绵不断。扩展形式有周边式扩散、等级式扩散、跳跃式扩散、点轴式扩散等。近年来特别引人注目的是点轴式扩散形式,即由城市沿主要交通干道串珠状向外延伸,从而形成若干扩散轴线或产业密集轴带,交通干道往往是产业经济向外扩散的基本传递手段。

农业文明时期,城市是交易场所,是统治农村社会的据点;到工业文明时,城市既作为交易的场所,又是行政中心,同时还是工业生产活动的场所;而在信息化社会中,城市就不仅仅是物质生产的场所,更是信息生产的场所,是知识加工处理的场所。工业

经济时代的城市多少具有金字塔型结构的特点,而在信息时代,城市实际上是一个平台,是一个能使人的价值得以更全面实现、与其他人之间能够充分进行信息交流的场所。这种城市的人的水平性交流可以引发信息的爆炸性增长,有利于促进信息载体相互接触、碰撞,并在接触、碰撞中产生新信息,由中催生出商业模式、新的生产体系以及新的技能,从而导致在知识经济催生下的新的城市和产业聚集。

3 城市文化是城市的品牌

城市不是简单的物质现象,而是人类属性的产物。一流的文化造就一流的城市。美国与法国同属世界现代化国家,但普遍认为,法国城市更胜一筹,原因就在法国城市具有更多的文化底蕴和氛围。只有高楼大厦堆积的产业集群是僵硬的、缺乏生机、缺乏品位的,高楼大厦背后更重要的是人与文化或者说独特的人文精神,人文文化是产业集群的灵魂、是涵盖在其中的无形资产。产业集群也要靠文化特色见高低,文化是产业集群特色的深刻内涵。产业集群可持续性的价值和竞争力的核心之一就在于其文化个性。

中国一些城市曾经陷入重物质,轻文化、重建设,轻管理,重硬件、轻软件,重商品、轻服务、重经济、轻人本的怪圈。在开发建设城中之城——产业集群的时候,应该把物质与精神、建筑与文化、经济与社会有机地结合起来,把建设文明的产业集群作为追求的目标。浓郁的商务氛围与深厚的文化氛围两者交相辉映,是造就一流产业集群的两块基石。

3.1 城市文化品牌

城市品牌定位是研究现代城市发展战略的前提和基础,是城市品牌营销的核心。如意大利的威尼斯,就是以其瑰丽的中世纪建筑、丰富的历代艺术珍品和奇特的“小城”风貌而闻名于世。要构建城市文化,必须以提升中心城市品位为突破口。按照世界文化发展委员会的定义,文化教育独特的精神、物质、智力和情感的综合体。城市文化,首先表现在城市建筑与环境的特色与个性之上。一个现代化的城市,除了必须拥有与之匹配的现代化文娱设施以外,还须拥有具有历史的、民族的、地方的、自然的艺术特色的建筑与环境。即使在各种文化大融合的信息时代,其地方的、民族的艺术特色亦不会凭空消失,而是改变其原有性状,转化为信息元,融入更广

义的城市文化范畴,使城市文化和公信力长存。其次,城市文化也表现在那些最富于开放与合作意义的城市窗口人员的行为举止之上。通过观察与感受这些人的市民文化,如衣食住行、言谈举止、精神风貌、文化素养、服务态度、办事效率,即可判断一个城市的精神文明程度。再次,城市文化还表现在城市文化名人身上。现代化城市既要有长期积累的文化名人,更要有能不断孕育新的文化名人的“温床”,以不断为城市现代化进程中的精神文明建设提供示范群体,构建文明城市。

一个强品牌城市,会吸引众多外来人口和外来投资,这些外来人口和外来投资的加入,会产生系列连锁反映,引发更多的生产和消费需求。这样最初的消费支出和生产投入,导出一系列次级的消费支出。这一系列的消费初级支出是无止境的,但其数值逐渐减少,而其总和将收敛于一个有限的数值。城市随着其聚散效应的能量释放而不断升级、扩展。一方面,不断将周围的资金、人才、信息、能量吸引到中心城市,促使城市的技术基础、加工水平、经济实力等进一步增强;另一方面,城市作为一个强大的经济场,其对周围又具有强大的辐射力。即通过向外扩散商品、转让技术、转换产业、从而既为中心城市的金融、贸易、信息、技术、服务等第三产业的发展腾出空间,保证中心城市持续发展,又通过不断向外扩散技术、产品及产业,带动周围地区的经济发展,缩小外围地区与中心城市区的“经济落差”,从而促进中心城市地域的空间扩展。

3.2 城市品牌与产业集群

在现代市场体系中,城市是经济增长要素流动和积聚的平台,经济要素在城市之间的积聚和流动也是按照市场规律进行。在市场经济条件下,一个城市对经济增长要素具有的吸引力、积聚力和增值力,来自城市资产的独特个性和品牌。随着城市的发展,城市之间的竞争将成为市场竞争的主要内容。在企业竞争的基础上出现的城市竞争,将会使中国21世纪的市场竞争呈现错综复杂的格局。城市之间竞争的加剧,必将刺激城市经营的兴起,这正是城市要进行品牌营销的原因所在。在市场竞争推动下出现的城市经营,决定了中国城市的经营也必须按照市场规律进行,不仅需要提高城市总资产的质量,更要提高城市资产独特性和城市个性,形成吸引产业集群的城市品牌。

如果高楼林立、公司密集、商务氛围浓是世界各地产业集群的共性的话,那么,包括功能规划特色、建筑设计特色、文化特色和产业特色等在内的城市品牌特色及凝聚力才是产业集群的灵魂和生命力。产业集群的名气与力量不在其所拥有的地理面积和高楼大厦的数量,而在于其是否具有鲜明的特色和凝聚力,而产业集群所在的城市特色正是关键所在。产业凝聚特征的形成有赖于产业调节政策和良好的投资经营生态环境,包括吸引投资和公司进入的优惠政策、人才汇聚、一站式办公、行政效率高、鲜明的国际性,即资本、贸易、人才、信息的无国界、无障碍的自由流动。城市建筑设计是产业集群的标志之一。通常,建筑被称作凝固的音乐,产业集群作为城市风貌的眼睛、窗口,必须要具有鲜明的特色和风格,包括城市文脉的传承与现代风格的有机结合,艺术性与实用性、功能性与智能性的统一。德国GMP建筑设计公司总裁冯格康认为,超越时代局限的建筑可以成为体现卓越的媒介。缺乏个性张扬的建筑体系的产业集群与随处可见的街道一样、难以与其他地方的产业集群相区别。巴黎产业集群建在城市的西北部边缘与老城区严格分开,使整个城市既保持了古城文化,又融入现代气息,两者完美结合、相得益彰。

城市文化竞争力是城市竞争力的灵魂。提高城市竞争力,必须注重提高城市文化竞争力。“当今世界激烈的综合国力竞争不仅包括经济实力、科技实力、国防实力等方面的竞争,也包括文化方面的竞争。”“现代国际间的竞争,说到底还是综合国力的竞争,关键是科学技术的竞争。”其实质是教育竞争、人才竞争、文化原创力的竞争。从文化竞争力在城市竞争力中的地位来看,文化竞争力是城市竞争力的灵魂。社会、经济各个层面的发展,都有文化的支撑。文化是经脉,是网络。文化无处不在,从不同的角度有不同的分类:城市文化,企业文化,校园文化,社区文化、家庭文化;高雅文化,民俗文化,商业文化,产品文化,餐饮文化,酒文化,茶文化;体育文化,服饰文化;网络文化、传统文化;先进文化,落后文化等。先进文化促进人的素质提高,提升城市形象,提高城市竞争力,推动生产力发展和社会前进。

文化力诱导劳动力的需求偏好,决定和影响劳动力的创业冲动状况,是城市竞争力的最初始的深

层牵引力量,是城市竞争力极为重要的组成部分。城市的就业政策、劳动力管理和人才培育引进机制、城市的历史、建筑风格、风土人情、文化底蕴、文化氛围、文明环境、文化体育设施和发展水平等是构建文化力的重要因素,并由此影响到城市竞争力的其他组成部分的力度强弱,从而对城市综合竞争的大小产生正面或负面的影响。

总之,对于一个城市的发展来说,产业集聚、城市扩张和文化融合是相辅相成的一个整体,要提高城市的竞争力,必然要促进这三方面的互相融合。政府要制定产业的相关法规和政策,实现区域产业结构优化,以现有的或者是新兴的集群为前提制定相应产业集群规划,同时培育一批名、特、优产品,提

高一个地区或城市的知名度,依托城市扩张,突显独有的文化风格和特色,提高城市核心竞争力。

参考文献

- [1] 苏雪串. 城市化进程中的要素集聚、产业集群和城市群发展[J]. 中央财经大学学报, 2004, (1).
- [2] 魏守华. 集群竞争力的动力机制以及实证分析[J]. 中国工业经济, 2001, (10).
- [3] 石忆邵, 顾萌菁. 我国城市综合竞争力理论与评价方法探析[J]. 规划师, 2001, (3).
- [4] 倪鹏飞. 2008年中国城市竞争力蓝皮书: 中国城市竞争力报告[M]. 社会科学文献出版社, 2008.
- [5] 张彤军. 城市文化与城市可持续发展[J]. 北京行政学院学报, 2008, (2).

Urbanization Strategy: Combination of Industrial Clusters, City Expansion and Cultural Fusion

Qi Xiaohong

(Institute of International Relations, Renmin University of China, Beijing 100875, China)

Abstract: A contemporary city with competitiveness features industrial clusters combined with full-scale cultural fusion, hence the development of city is a dynamic and comprehensive process in which industrial clusters are cultivated and new cultures are formed. To build a city with brand-new design, specific function and superior start needs advanced planning and unified development. The expansion of first and second-tier cities have increasingly become the priority to boost low-cost urbanization in China, which is experiencing the acceleration course of it. Based on the reality in China, this article explores the strategy for urbanization featuring combination of industrial clusters, city expansion and cultural fusion.

Key words: industrial clusters; city expansion; cultural fusion; urbanization