

# 产业集群视角下的总部经济发展问题

陈柳钦

(天津社会科学院 城市经济研究所,天津 300191)

**摘要:**为分析总部经济的发展问题,基于总部经济是产业集群发展的必然趋势,分析了产业集群和总部经济的关系、总部集群对区域经济发展的效应,提出了总部集群发展的路径选择:积极实施集群创导战略;总部集群发展与区域创新体系建设的结合;加强总部集群空间载体建设;培育促进总部集群的区域社会文化环境;创新总部集群区域品牌等。

**关键词:**产业集群;总部经济;区域经济;全球价值链

**中图分类号:**F127

**文献标志码:**A

**文章编号:**1671-6248(2009)01-0055-08

总部经济是一种新的经济现象,是工业化、城市化的产物,发展总部经济对于推动城市经济和区域经济的发展意义重大。总部集中的区域一般具有区位优势,能够吸引更多的人才、资本和信息等创新要素向该区域流动,在价值链分工中占据高端地位,获取更高的利润回报,不但能够补偿其较高的费用成本,而且能够提升本区域的产业水平,扩大大地区的经济总量,提高区域竞争能力<sup>[1]</sup>。总部经济是在有效融合企业价值链理论和区域经济理论的基础上建立的一种新的理论体系,是区域经济发展的一个重要组成部分,是对区域经济发展战略的拓展和深化。在总部集群发展过程中,不同产业的同种功能,如研发、商务等由于需求的一致性在一个区域集群分布。正是由于这一同种功能在人才、信息等各类资源的需求上具有相似性,便产生了金融区、贸易区、中央商务区等一系列功能集群区。功能集群区由于主体众多、需求相似所产生的“磁石效应”能够吸引一大批各种服务机构在周边分布。这种成熟的服务环境反过来推动与其相同的企业功能向本区域集聚,形成区域经济的良性循环和健康发展。

## 一、产业集群和总部经济的关系

### (一) 总部经济的集聚性

产业集群是产业内部和相关产业的企业以及相关社会机构,由于自然、历史和制度等原因,为了达到资源共享、降低风险、降低成本、提高收益的目的,在某一个地理空间集中于—地区并结成相互关联、相互合作、相互竞争的网络结构的一种现象。产业集群不同于一般的企业集聚,它具有以下特征:(1)地理集聚性;(2)互惠共生性;(3)竞争协同性;(4)产业根植性;(5)资源共享性;(6)创新组织的开放性。上述特征使产业群具有集聚效应,具体表现为外部经济效应、规模经济效应、知识溢出效应、品牌与广告效应等,从而引致产业群的成本优势、创新优势和自增强机制,最终表现为强劲的竞争优势<sup>[2-3]</sup>。国内外实践证明,产业集群是提高区域经济竞争力的有效途径,在当前被不少专家认定为区域经济发展的新亮点。

所谓总部就是企业的首脑。根据各处所在行业

收稿日期:2008-07-23

基金项目:国家社会科学基金项目(05BJL066)

作者简介:陈柳钦(1969-),男,湖南邵东人,教授。

性质的不同,总部的设立大体上可以分为两种情况:一种是“母子分离”式,即子公司与总公司之间以及子公司与子公司之间的业务流程近似。一种是“大脑、肢体分离”式,即将企业的生产组织过程在地域上进行分拆,使得生产场地与决策、销售地分离。

北京社会科学院赵弘研究员在2002年9月第一次提出了“总部经济”这一概念。随后的几年中赵弘通过理论论证和北京总部经济战略实践进一步研究了总部经济中涉及的各类现象的内在动因。总部经济是一个全新的经济学概念,是对中国经济学研究的一个重要贡献,使中国在经济学领域有了原创性的突破。国内学者曾从多个角度来对总部经济进行了定义,林文俏给出了总部经济的概念与内涵的描述:“总部经济是指通过创造各种有利条件,吸引跨国公司和外埠大型企业集团总部入驻,企业总部在中心城市集群布局,生产加工基地则安排在营运成本较低的周边地区或外地,从而形成合理的价值链分工”<sup>[4]</sup>。他同时认为:“总部经济的特点主要体现在其经济效益的集聚性、扩延性、示范性、辐射性、吸引力方面”<sup>[4]</sup>。赵弘从企业角度提出:“总部经济指某区域由于特有的资源优势吸引企业将总部在该区域集群布局,将生产制造业基地布局在具有比较优势的其他地区,而使企业价值链与区域资源实现最优空间耦合以及由此对该区域经济发展产生重要影响的一种经济形态”<sup>[5-6]</sup>。史忠良和沈红兵提出:“总部经济是指企业和城市在使双方都能获取更高经济效益的目标驱动下形成总部在城市集聚并产生外部经济效应的经济现象”<sup>[7]</sup>。刘世锦从产业角度出发认为:“总部经济是一种高级形态的产业集群。之所以说其是高级形态的产业集群,很大程度上是因为与它相关的要素大多数是属于高级生产要素,比如像高水平的科技管理人才、研发、金融、营销、物流、会计、律师等知识和技术含量比较高的组织等等”。余钟夫称总部经济为“首脑经济”,可作广义和狭义的理解。从广义上说,总部经济是指经济与非经济的、官方与非官方的,带有总部性质或总部派出性质的各种机构和组织相对集聚所产生的社会经济活动的统称,这些机构包括政治、文化、教育、科研组织,也包括生产、研发、营销和管理等各种组织。从狭义上说,总部经济是带有总部或总部派出性质的各种经济组织相对集聚所产生的社会经济活动的总称<sup>[8]</sup>。贺灿飞从空间经济视角认为:“总部经济是从事增值经济活动的各种类型的企业总部在一定空间内集聚,与相关产业强烈关联并产生外部

集聚效益而形成一种经济形态”<sup>[9]</sup>。徐金发等则从产业集群的角度分析了总部经济的形成机理和核心要素,认为“总部经济是产业集群的结果,但是总部经济的成功与否和政府行为有一定的关系”<sup>[10]</sup>。他们还在实地调研的基础上实证分析了总部经济对促进区域经济发展的积极意义。

从以上各位学者对总部经济的理解看,尽管关于总部经济概念和内涵不尽相同,但是可以看出,他们都有一个共同点,那就是都强调了总部经济的集聚性。

## (二) 总部经济是产业集群发展的必然

总部经济是跨国公司和大型企业集团总部集聚在特定区域形成的一系列经济活动的总称,总部集聚区域表现了很多产业集群的特性。在经济发展中,随着生产规模的扩大、社会化的分工,企业为了追求外部规模经济的最大化而在空间上产生集聚。空间范围内集聚的强化,使企业扩展成为具有产业分工联系的企业集群,形成产业集群。当产业集群里的核心企业,特别是规模比较大的核心企业出现后,空间集聚对这些企业的意义开始发生微妙的转化。一方面,集聚的“经济性”对于这些企业而言是下降的;另一方面,集聚的“不经济性”又是日益明显:优越的融资条件、与上级政府部门的紧密关系、高素质的技术人员等高级生产要素对于企业发展更为重要,而这些资源在当地都难以获得。这样,当“非经济性”超过“经济性”时,企业的某些部门就会出现“离心化”的趋势。此时,产业集群在空间上的扩展表现为一部分企业在更大的区域范围内进行资源配置,把生产过程中的不同环节置于具有不同比较优势的区域<sup>[11]</sup>。

产业集群存在着影响其形成、发展壮大的核心因素,而不同类型产业集群的核心要素是不同的。传统的农业集群、工业集群的核心要素是土地、自然资源、一般劳动力资源、生产管理,高新技术集群的核心要素为知识性劳动力资源、核心技术、知识与信息、管理。总部经济的形成和发展,也存在相应的核心影响因素。当某区域的产业形成一定规模时,因其规模经济和范围经济吸引类似企业加入,从而使该产业集群规模更大、竞争力更强。随着经济的日益全球化,无疆界世界的现象越来越普遍。无疆界世界的概念是由美籍日本管理大师大前研一提出的,是指跨国公司在全球战略方面不再局限于疆界,总部不一定要设在自己的国家,而且生产、营销和研

发也可以战略性地分布在世界各地。由此可见,职能机构的区域分离并在全球寻求最佳资源配置将日益普遍,特定区域以其综合资源优势有可能成为组织职能机构的总部集聚地,例如美国硅谷已成为全球信息技术的研发中心,印度班加罗尔已成为全球软件的研发中心,中国香港和新加坡是跨国公司亚太地区的总部。这些总部的集聚和产业集群一样具有相似的属性,总部集聚也是产业集群的一种现象。总部集群的正外部性能够给企业和当地带来竞争优势,而且由于企业总部是组织形态的高端部分,总部集群给企业和所在地带来的影响要深刻得多。

### (三) 总部经济实质上是一种集聚经济

集聚经济是由于经济活动与相关生产设施的区域集中而形成的正外部性及规模经济、范围经济,产业的空间集聚不仅会带来产业的自然优势而且会带来技术溢出等外在优势,对跨国公司的直接投资具有较强的吸引力。迈克尔·波特认为,一个区域之所以对跨国公司直接投资有吸引力,就在于它的基础设施、服务设施和熟练的劳动力具有好的区域形象及大量的产业集中等。总部经济是产业集群在形式上的一种特例,更进一步地说,产业集群视角下的总部经济是企业总部在空间地理上由功能集群所形成的一种集聚经济。具体来说,(1)总部经济是各种经济社会要素的大聚合,集聚于某一产业,但又不局限于同一产业内部、或是一条产业链上相互关联企业的集聚,将其外延拓展到不同产业在同一区域的功能集聚。(2)总部经济的典型形式是企业总部在中心城市的高度集聚,如果区域内总部或总部派出机构集聚的数量不够多,就不会产生一种地域经济现象,也不会产生与总部经济相联系的外部规模经济。(3)总部经济不是一种低级的、杂乱无章的企业集聚,它所集聚的总部是一个大企业、大集团内部的融资中心、结算中心、研发中心、营运中心和公关中心等,并与企业的生产环节、物流环节等形成一个合理的空间布局<sup>[12]</sup>。总部经济在宏观上表现为功能集群,功能集群区由于主体众多、需求相似,所产生的“磁石效应”能够吸引一大批各种服务机构在周边分布。

总之,从上面分析可以得出:第一,总部经济作为一种重要的经济形态,它是产业集群发展的必然趋势。从产业集群的角度看,总部经济是企业总部在空间地理上由功能集群所形成的一种集聚经济。第二,总部经济以总部基地为载体,以企业总部为集

聚对象,通过企业集聚形成产业集群,引发外部经济效应;使集聚的企业总部相互受益,从而带动整个区域经济的发展。第三,由于总部集群效应,从而产生总部经济。总部集群是指众多企业总部集聚在中心城市,衍生出金融、保险、资产评估、会计师、会议展览、广告传媒和战略咨询等一系列知识型服务业集群。总部集群效应是指集聚一定数量企业总部的城市将会吸引人才、金融和高端服务业等资源要素,从而改善企业总部的商务环境,加上总部企业之间可能存在的业务关系,从而吸引更多的企业总部落户,而更大规模的总部集群又会吸引更多的资源要素,由此形成一种良性循环。任何产业集群都存在集群效应,而这正是产业集群的魅力所在。

## 二、总部集群对区域经济发展的效应

### (一) 总部集群能够提升中心城市的集聚和辐射功能

按照总部经济发展思路,总部集群能够增强中心城市的集聚力和辐射力,有利于中心城市和周边地区统筹合作发展。第一,发展总部经济可以有效地集聚和扩散高端生产要素,加快金融、房地产、产权、技术、人才和信息等要素市场的建设,使市场结构日趋完善、功能日趋完备,进一步完善城市的集聚功能;通过发展总部经济,可以较快建设商业设施和综合商厦,形成大规模、高档次的发展平台,将汇聚在城市的科研、开发、技术等生产力充分利用,加快技术创新,加快科技成果转化速度,强化中心城市开发创新功能。如以北京为地区总部,以天津、唐山、大连、青岛、秦皇岛为代表的制造业集聚的渤海湾区域经济圈。第二,总部经济使城市的发展不再局限于本地的资源,而是跳出本地,通过与周边区域其他城市的合作,构建总部经济链条关系实现协调、互动式的发展。通过技术的转让、资本的输出、信息的传播等多种方式,实现物流、人流、资金流及信息流向周边地区的辐射,通过“总部—制造基地”链条带动区域协调发展。中国珠三角和长三角地区的经济发展在很大程度上就得益于香港与珠三角之间、上海与江浙之间形成的“总部—制造基地”区域经济合作关系。

### (二) 总部集群能够不断促进城市产业结构优化升级

产业结构优化升级是指产业结构向协调化和高

度化的方向演进。它包含了2个方面的含义:一是结构效益优化,即产业结构演进过程中经济效益不断提高;二是转换能力优化,即产业结构对技术进步、社会资源供给状况和市场需求状况变化的适应能力的优化,包括传统产业向现代产业转换的能力、长线产业向短线产业转换的能力、新兴产业不断产生的能力。总部集群将带动区域内产业的迅速升级换代,改变区域内第一、二、三产业的比例。总部本身就是产业价值链的高端环节,它的集聚就会带来整个产业的提升。同时,总部的集聚还带来现代生产服务业的发展。总部集群通过企业总部等高端环节的集聚,推动制造业由生产制造向研发、设计、营销和品牌等价值链高端延伸和升级,既提高了制造业的生产效率,也促进了“微笑曲线”两端分化出的现代服务业的发展,特别是知识型服务业的发展,形成一个为企业总部服务的产业链,具体包括由通信、网络、传媒、咨询等组成的信息服务业,由银行、证券、信托、保险、基金、租赁业等组成的金融服务业,由会计、审计、评估、法律服务等组成的中介服务业,由教育培训、会议展览、国际商务、现代物流业等组成的新型服务业等等。例如,纽约的曼哈顿以华尔街为中心形成金融带,是大银行、金融、保险等公司的集聚地;以第五大道为中心的商业区云集了世界顶级品牌和娱乐、餐饮等商业服务业。总部集群通过促进现代服务业的发展,促进中心城市产业结构由以制造业为重心转向以服务业为重心,从而推进城市产业结构向高度化方向演进,从而优化本区域的产业结构。

### (三) 总部集群能够提高地区的城市综合竞争力

总部集群体现了城市的综合竞争力。一个城市的综合竞争力由多方面构成,可分为软件的和硬件的、传统的和现代的、低层次的和高层次的综合竞争力。总部集群的发展代表了一个城市或地区高端竞争力的水平。综观世界总部集聚的城市,纽约、伦敦、香港等都是高度国际化的大都市,集聚于此的公司总部凭借当地优良的区位条件,赢得市场竞争的主动权,在全球范围内配置和使用资源;这些总部型城市具有较为完善的法律法规体系、开放公正的商务活动环境、快速便捷的信息服务、高效廉洁的行政管理;这些有利条件和因素不仅为吸引企业总部增添了法码分量,也为整个城市在国际经济大舞台上

参与竞争塑造了形象<sup>[13]</sup>。

### (四) 总部集群能够推进地区的城市化和市场化进程

总部集群的发展也能够大大促进城市化进程,通过建设和营造总部集群区域,对于城市的布局、城市的规划、城市的建筑都是巨大的推进。中国区域统筹发展面临着城市化和市场化的严峻挑战,在寻求区域协调发展中必须充分考虑区域间的资源类型和禀赋差异,寻求利用市场机制实现区域间合作发展的路径与模式。总部集群为解决区域统筹发展中面临的矛盾和问题,使中心城市与周边欠发达地区之间由产业合作拓展到功能合作,可以有力地促进与周边地区的经济合作。总部集群对城市化的助推作用主要体现在:引导要素集聚、拓展城市地理空间、降低城市化成本、增强城市功能、提供物质支撑等。总部集群区域的建设对于市场化也具有极强的推进力,如大量金融企业总部集聚在一起,促进金融市场的建设。总部经济还推动了企业、社会和文化的进程。企业家的集聚使每个企业的文化都处于互动当中,互相取长补短,互相影响,同时带动了企业的服务领域、服务产业<sup>[14]</sup>。

### (五) 总部集群有利于形成集群区域品牌

集群区域品牌(以下简称:区域品牌)指以某区域内的优势产业为基础,反映该区域特征和产业特点的品牌。区域品牌主要有3个要素:(1)地域性。它代表着一个产业区域的形象,具有很强的地域特色。(2)品牌内涵。区域品牌是某一区域的企业品牌、产业品牌集体行为的综合体现。(3)产业实力。产业实力构成了区域品牌的基本内容。区域内特定产业、产品所具有的生产规模、市场占有率、技术和质量水平、产业内部分工合作程度等,其所体现的实力水平与区域品牌的影响力成正相关<sup>[15]</sup>。总部集群的特征与区域品牌的构成要素是相吻合的。由于总部集群具有地理集聚的特征,因此产业关联企业及其支撑企业、相应辅助机构,如地方政府、行业协会、金融部门与教育培训机构都会在空间上相应集聚,形成一种柔性生产综合体,构成区域的核心竞争力。总部集群的形成使政府更愿意投资于相关的教育、培训、检测和鉴定等公用设施。这些设施的设立又明显地促进了集群内企业的发展。公共物品共享使资源在产业集群内具有更高的运用效率。随着总

部集群的发展完善,集群所依托的产业和产品不断走向世界,自然就形成了一种世界性的区域品牌。区域品牌是一种经济文化象征,是该区域的信息载体,区域品牌已成为一种无形资产。国内外区域经济发展的实践表明,区域品牌的形成具有明显的集群依赖性,大量相同、相近、相关生产企业的区域集中是区域品牌形成的依托。通过总部集群的自我强化效应,集群逐步成长壮大,区域产业整体竞争力随之提升,逐渐支撑起一种有影响力的产业整体品牌,这就是区域品牌。区域品牌与总部集群间存在着相互促进、相互影响的关系。一方面,区域品牌的形成有着明显的集群依赖特征,是集群发展的重要成果之一。总部集群的形成和发展必然会相伴形成区域品牌。总部集群的地理集中性已隐含着区域品牌的内涵和要素。这是打造区域品牌的支撑条件和基础。另一方面,作为总部集群的无形资产,区域品牌一经形成,对总部集群的进一步发展具有明显的推动作用<sup>[16]</sup>。

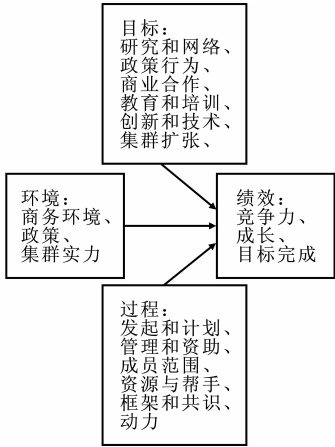


图 1 集群创导实施模型

为产业和研究机构的对话设定未来发展的重点框架,确定参与对话的各方并开始对话过程。实践证明,集群创导和总部集群政策很重要的功能就是消除区域创新系统中的失效问题。

虽然总部集群大都是在市场机制的作用下自发形成的,但是在引导总部集群合理有序发展、创造一个有利于创新的良好外部环境以及防止总部集群退化甚至走向衰退等方面,政府政策的作用都是十分重要的。当然,无论是中央政府还是各级地方政府,对总部集群的这种“干预”必须建立在市场经济体制的基础之上,而不能以“干预”取代市场机制,这样只能起到相反的效果。政府在集群创导方面既可以发挥传统的功能和作用,如基础设施提供、土地利用规划等,又可以增加一些新颖的内容。政府在集群创导方面的作用,集中体现在生产要素资源配置(包括资金供给、本地劳动市场形成、企业家的培育等);区域营销;活跃私营经济,促进公营、私营企业合作发展;优化区域产业组织形式(发展行业协会、降低企业进入退出集群壁垒等);营造区域创新环境等<sup>[16]</sup>。

(二) 总部集群发展与区域创新体系建设的结合

区域创新体系是指在一国内的一定地域范围内,将新的区域经济发展要素或这些要素的重新组合引入区域经济系统,创造一种新的更为有效的资源配置方式,实现新的系统功能,使区域内经济资源得到更有效地利用,从而提高区域创新能力,推动产业结构升级,形成区域竞争优势,促进区域经济的跨越式发展。按照创新体系理论,创新过程实质上是各种组织相互作用的过程,单个企业或机构作为政

三、建设总部集聚区域、加快总部集群发展

作为一种产业集群的表现形式,总部经济的发展应从产业集群的角度加以考虑。但是,总部集群毕竟是产业集群的一种高端形态,对一个城市的经济状况、人才、金融、基础设施要求较高<sup>[17]</sup>。因此,总部集群发展应有其特殊的路径选择。

(一) 积极实施集群创导战略

国家或地方为了促进集群的发展,通常在一个或几个集群形成之后,对集群采取一系列推动、治理和创新政策,即实施集群创导。集群创导涉及集群企业、政府和研究机构,是有组织的活动,其目的在于推动一地区内集群的成长和提高其竞争力。集群创导实施模型为理解、分析、评价集群创导提供了概念框架。该模型基于 4 个要素:3 种驱动力(地区或国家的社会、政治、经济环境,集群创导的目标,集群创导的过程)和集群创导的绩效,见图 1 所示。

围绕总部集群和关联企业的政策,集群创导有 2 种基本思路。一种是自下而上的方法,针对市场自发形成的集群,政策的关注点是如何发挥市场机制的动力、消除市场失效,政府的角色是总部集群的推进者和仲裁人;另一种是自上而下的方法,即政府

策作用的对象,以实现区域内整体创新能力的提高。根据已有的研究成果和实证资料可以看出,总部集群的一个最主要的优势便是其创新的效应,总部集群实际上就是一个特殊的创新系统。由于总部集群内的企业和其他机构集聚在某一特定区域内,而且存在创新的条件和环境,如果各行为主体间的创新活动能够以网络或系统的联系方式出现,总部集群和区域创新体系就构成必然的联系。

提高区域整体创新能力的关键在于促进各种组织建立长期合作机制。总部集群正成为提升区域创新能力的有效途径。但是,总部集群并不意味着区域持续创新活动和竞争优势的长期保持。区域创新网络形成良性的创新循环状态,有赖于其内部运作机制的有效运转。区域创新体系的内部机制主要有:交互式学习、知识创造和分享、邻近性和社会嵌入性。区域创新体系中的创新要素正是通过系统的内部机制,相互结合、相互作用,产生了某种输出意义上的改变(新产品、新技术的产生等),进而影响了区域创新系统的发展,提高了区域创新系统的效率。区域创新体系作为一个经济区域内与技术创新的产生、扩散和应用直接相关,并具有内在相互关系的创新主体、组织和机构的复合系统。其获得成功的前提是基于本地的创新网络,即建立在企业间以及企业与科研机构间长期合作的基础之上。区域创新体系的有效运行会加速形成总部集群和空间集聚、产生集聚经济性。

总部集群作为一个创造、扩散和应用知识的体系,从本质上讲就是一个区域性创新体系,是区域创新体系的重要模式。因此,要将总部集群建立与发展 and 区域创新体系的建设结合起来,营造创新创业环境,形成活跃的创新创业局面<sup>[18]</sup>。

### (三) 加强总部集群空间载体建设

总部集群的空间载体主要有中心商务区和总部基地。一是中心商务区的建设。中心商务区是总部集群发展的重要空间载体,总部集群发展与中心商务区建设是相互促进的。一般来说,地区总部总是倾向于建立在中心城市的中心商务区。这样,区域内的金融业、证券业、保险业、房地产业、广告业、市场调查、会计、法律事务以及信息服务业的发展状况等为跨国公司所关注。在国外大城市,政府非常重视中心商务区的建设。众所周知,曼哈顿中心商务区是纽约总部经济的重要空间载体,对纽约经济的

发展起到了巨大的促进作用。而纽约市政府在曼哈顿中心商务区的形成和发展过程中发挥了重要作用。政府在改善中心商务区总体环境方面采取了很多积极的措施。在国内中心商务区的建设上,一般采取2种途径:一种是对城市原来的商业街区加以改造和扩建,如沈阳的沈河区等;另一种就是择地新建,如上海的陆家嘴、重庆的江北城等。2种方式各有特点,至于最终选择哪一种,则主要根据当地建设过程中的投入产出比加以确定。当然,中心商务区的功能定位应当与总部集群的条件相互配合。二是总部基地(新区)的建设。发展总部集群最活跃的就是总部基地建设。总部基地是一个具体推进总部集群发展的项目。反过来,总部集群加快了总部基地的建设,又对总部集群的形态作了进一步的归纳和总结。总部基地是政府、企业和研究机构相结合的产物,是高科技、新经济、新地产结合的产物。当今世界的先进城市,无不经历了从“制造基地”到“总部基地”的重大经济转型。当然,总部基地绝不仅是一个地产概念,总部基地的功能定位是:投融资功能、决策功能、市场功能、研发功能和财务决策功能。在所有功能中,投融资功能首当其冲。总部基地自身不是金融企业,但是可为银行体系、机构体系、信托体系搭建一个平台,使之与总部基地的企业快速对接。随着总部基地的建设,一个日益完善的总部产业链逐步形成。总之,总部基地的规划应当考虑总部集群的形成要素和发展总部集群的条件<sup>[19-20]</sup>。

### (四) 培育促进总部集群的区域社会文化环境

按照美国人类学家林顿的论述:社会文化是“某特定社会成员共享并相互传递的知识、态度、习惯行为模式等的总和”。区域的社会文化环境主要包括区域内居民的风俗习惯、动力的文化水平、心理素质、主流价值观念、社会风气以及社会关系网络等内容。它直接影响着人们是否有追求创新的热情,人与人之间能否建立起相互信任、相互合作的关系。其具体包括:(1)行为主体的创新精神。它包括人们对创新的接纳、认可程度,敢于冒险的热情和勇气等,是人们创新的原动力。(2)彼此信任的协作关系。彼此信任的协作关系是集群创新的关键。(3)开放的思想交流氛围。平等、自由、宽松的工作环境和开放的信息交流环境有利于新思想、新技术在区

域内的传播、学习。相互信任和开放的心态,使得人们之间交流和互动频繁,加快了新思想、信息和创新扩散的速度。

总部文化是一种经济文化、区域文化,这种区域文化与当地的经济紧密相连。总部文化来自于总部经济,是在总部基地的环境中诞生的。总部基地实际上是一个经济区域,而一个经济区域的发展离不开区域文化的支撑。总部集群形成和发展的根本动力在于区域创新网络的构建,而区域创新网络的核心是营造一种有利于区域行为主体(企业、大学、政府机构)相互之间进行交流与协作的良好的区域产业文化。这种区域产业文化维持总部集群的运行,并使其在面对外来竞争者时拥有独特的竞争优势。集群具有根植性,集群的形成与发展是建立在该区域的制度文化基础之上的。对于那些还没有形成地方优势的总部集群的区域,重要的是培育区域内的企业家和有利于创新的制度文化氛围;对于已经形成地方优势的总部集群区域,也要重视制度文化的创新,以发挥总部集群的竞争优势。为了使总部集群得到持续发展,应通过发展总部文化为获得初期成功的总部集群提供新的动力源,但发展总部文化必须使总部集群与总部文化能够协调发展。通过营造总部集群文化,创造有利于总部集群发展和城市区域形象提升的文化氛围,从而提高总部集群的文化竞争力<sup>[16]</sup>。

### (五) 开展集群营销,创建总部集群区域品牌

区域品牌可以从以下方面提高总部集群的竞争力:一方面,可以提升集群的整体形象。建立区域品牌相当于为区域内的企业建立一个区域形象平台。随着区域品牌的发展,区域内的产品和服务的品牌形象价值可以得到相应的提升,使区域内的所有企业都从中受益,起到传播信息、创造市场需求、树立消费者信心以及排斥竞争对手的作用。另一方面,能够获得持续的品牌效应。区域品牌是众多企业品牌精华的浓缩和提炼,与单个企业和单个产品的品牌效应相比,一个地区的品牌效应更形象、更直接,影响力更大,具有更小的风险系数,更高的价值,更广泛、持续的品牌效应。

区域品牌作为总部集群的重要无形资产,在总部集群发展中发挥着不可替代的重要作用,作为总部集群发展主体的企业与总部集群推动力量的地方

政府应在明晰区域品牌效应的基础上,积极探索区域品牌管理的思路与对策,以便更有效地发挥区域品牌在总部集群可持续发展中的积极效应。区域品牌是消费者对一个集群全部产品的整体印象和评价,因此区域品牌的培育需要集群内所有企业的共同努力,发挥协同效应。总部集群内的各成员要齐心协力实施集群营销,实现营销方式的创新。在培育区域品牌的过程中,必须充分发挥企业、行业协会和各级政府的共同力量。总部集群中的各个企业是培育区域品牌的主体,企业的品牌形象直接决定了市场和消费者对区域品牌的印象和评价。各种行业协会则是区域品牌形成的经营与管理者。行业协会等中介机构应该配合政府,以专业化功能接受政府授权,通过一系列有计划的经营管理活动,推销区域产品,推广区域品牌,切实维护集群的整体利益,在区域品牌的培育和维护中发挥主导性作用。各级政府在区域品牌的培育和维护中扮演“引导者”和“护航者”角色<sup>[18,21]</sup>。

### (六) 积极推进总部集群融入全球价值链

积极与国际接轨,推进总部集群融入全球价值链。目前世界各国经济联系更加紧密,商品和生产要素的跨国流动日趋频繁,经济全球化的进程大大加快。跨国集团总部必然选择国际商贸和交流便利、通畅的地域。在这种背景之下,中心城市发展总部集群必须积极与国际接轨,在市场竞争规则方面国际化,建立与国际接轨的市场环境,同时要积极推进总部集群融入全球价值链。所谓全球价值链,就是为实现商品价值而连接生产和销售等过程的全球性跨企业网络组织,涉及从原料采集和运输、半成品和成品的生产和分销,直至最终消费者的整个过程,包括所有生产者和生产活动的组织及其利润分配,并且通过自动化的业务流程和供应商、合作伙伴以及客户的链接,以支持机构的能力和效率。在全球范围,有“纽约—伦敦—东京”的金融联系,有“硅谷—新竹—珠三角城市(带)”的生产联系,此类联系超越了地域的邻近关系,从非本地联系、全球联系研究区域集群创新管理问题恰恰是国际学术研究的一大热点。全球价值链为分析发展中国家的产业升级提供了新的方法和视角,这种升级更可以具体化为价值链中产业集群的升级问题。对一个区域来说,产业的有效升级一般有两条路径:一是沿着产业



层次的不断提升,即从传统产业向高新技术产业、从轻工业向重化工业演进,这是众所周知的产业升级路径。二是沿着全球分工体系中的价值链提升,即从低附加值产品向高附加值产品、从低加工度向高加工度、从生产普通零部件到关键的核心部件的基于专业化分工和协作的集群创新升级模式。大量的实证研究表明,由于总部集群能够获得建立在专业化分工基础上的报酬递增、企业间的互动学习和合作创新等优势,从而成为具有高端竞争优势的产业升级模式,进而促进区域经济和繁荣。而区域经济增长和竞争优势在很大程度上依赖于促进和发展集群的能力,其核心是集群式创新网络的发展。随着总部集群的成功,集群所依托的产业和产品不断走向世界。由于区域和全球化的联系日益增强,区域创新体系不是封闭的,而是开放的,要与其他地区和全球产业价值体系相融合,使创新要素在跨区域和全球流动。总部集群的发展也必须与全球价值链或全球市场的大背景相结合,只有融入更大区域乃至全球价值链,不断朝着全球价值链的高附加值环节攀升,总部集群才具有持久和旺盛的生命力。因此,地方政府在构建区域创新体系时,要积极实施科技开放互动战略,开展跨区域科技合作和跨区域创新体系建设,推进总部集群融入更大区域乃至全球价值链<sup>[16,22]</sup>。

## 四、结 语

总部经济作为一种重要的经济形态,是产业集群发展的必然趋势。从产业集群的角度看,总部经济是企业总部在空间地理上由功能集群所形成的一种集聚经济。总部集群是产业集群的一种高端形态,对一个城市的经济状况、人才、金融和基础设施要求较高。因此,总部集群发展应有其特殊的路径选择:实施集群创导战略;将总部集群与区域创新体系建设紧密结合起来;培育促进总部集群的区域社会文化环境,提高总部经济的文化竞争力;开展集群营销,创建总部集群区域品牌;建立有效的总部集群“竞合”机制;推进总部集群融入全球价值链等。

### 参考文献:

[1] 吴宣恭. 关于发展总部经济的几个问题[J]. 福建论坛:人文社会科学版,2005,25(10):4-6.

- [2] 陈柳钦. 产业集聚与产业竞争力[J]. 南京社会科学, 2005,16(5):15-23.
- [3] 魏守华,王缉慈,赵雅沁. 产业集群:新型区域经济发展理论[J]. 经济经纬,2002,19(2):18-21.
- [4] 林文俏. 发展总部经济:广州走向国际化的新机遇[J]. 珠江经济,2006,20(6):44-47.
- [5] 赵 弘. 总部经济[M]. 北京:中国经济出版社,2004.
- [6] 赵 弘. 总部经济:区域经济协调发展的理性选择[J]. 开放潮,2006,13(4):39-41.
- [7] 史忠良,沈红兵. 中国总部经济的形成及其发展研究[J]. 中国工业经济,2005,22(5):58-65.
- [8] 余钟夫. 总部经济大有可为[EB/OL]. (2005-03-04)[2008-04-21]. <http://www.industrycome.com/news/html/2008/4/5287.html>.
- [9] 贺灿飞. 总部经济再探[N]. 中华工商时报,2006-06-21(3).
- [10] 徐金发,江青虎,张 宏. 基于产业集群视角的总部经济分析[J]. 西北工业大学学报:社会科学版,2006,26(1):1-5,10.
- [11] 赖国毅. 产业集群视角下的总部经济:基于成都实践的思考[J]. 四川教育学院学报,2008,24(1):4-6,10.
- [12] 赵 弘. 2005~2006年中国总部经济发展报告[M]. 北京:社会科学文献出版,2005.
- [13] 曹 文,陈建成. 总部经济发展的内在机制及经济学分析[J]. 山东经济,2007,23(5):15-20,54.
- [14] 徐惠蓉. 总部经济与城市现代服务业互动[J]. 现代经济探讨,2007,26(12):59-61.
- [15] 陈柳钦. 产业集群的创新、合作竞争和区域品牌效应分析[J]. 湖北经济学院学报,2008,6(1):70-75.
- [16] 杨冬梅,赵黎明,陈柳钦. 基于产业集群的区域创新体系构建[J]. 科学与科学技术管理,2005,26(10):79-83.
- [17] 赵 弘. 总部经济:中心城市产业升级的动力引擎[J]. 中国城市经济,2006,8(7):80.
- [18] 涂山峰,曹休宁. 基于产业集群的区域品牌与区域经济增长[J]. 中国软科学,2005,20(12):111-115.
- [19] 许 惠. 总部经济理论及发展对策研究[D]. 南京:东南大学,2005.
- [20] 易孟秋. 总部经济与中心城市发展研究[D]. 成都:四川大学,2007.
- [21] 田新豹. 区域经济学对总部经济的解释[J]. 甘肃省经济管理干部学院学报,2006,19(3):15-17,23.
- [22] 吕文栋,张 辉. 全球价值链下的地方产业集群战略研究[J]. 中国软科学,2005,20(2):119-124.

(下转第68页)



- 民大学出版社,1990.
- [ 8 ] SAATY T L. A caling method for priorities in hierarchical structures [ J ]. Journal of Mathemmatical Psychology, 1997, 15 ( 3 ) : 234-281.
- [ 9 ] 赵 弘. 2006 ~ 2007 年中国总部经济发展报告 [ M ]. 北京:社会科学文献出版社,2007.
- [ 10 ] 倪鹏飞. 中国城市竞争力报告 No. 4 [ M ]. 北京:社会科学文献出版社,2006.

## Application and establishment for evaluation system of business costs under headquarter economic mode

YAO Jie<sup>1</sup>, GUO Peng<sup>2</sup>

(1. School of Earth Sciences and Resoures, Chang'an University, Xi'an 710054, Shaanxi, China;

2. School of Management, Northwestern Polytechnical University, Xi'an 710072, Shaanxi, China)

**Abstract:** In order to enrich and perfect the theoretical system under the headquarters of economic mode, this paper, after studying the existing documents, collects almost all the definitions at home and abroad of business cost and offers a new defintion of it in combination with the implication of headquarter economy. The authors in it summarize the features and construction of the business cost under it and establish an evaluation system with 3 class-one indices, 17 class-two indices and 31 class-three indices. With the introduction of AHP, they construct an evaluation mode for business cost with the grey system features under headquarter economy and finally discuss the concrete examples from target cities.

**Key words:** headquarter economy; business cost; indicator system; evaluation mode

(上接第 62 页)

## Headquarter economic development from view of industrial clusters

CHEN Liu-qin

(Institute of Urban Economics, Tianjin Academy of Social Sciences, Tianjin 300191, China)

**Abstract:** The headquarter economy takes one kind of important economic form, and it is inevitable trend in the industrial clusters development. This paper analyzes the relationship between the industrial clusters and their headquarters, and the effect of them on the development of the regional economy. The author in the paper proposes the approaches to the development of the clusters and the headquarters, they are: actively implementing the cluster strategy, combining the development of headquarters clusters with regional creative system, strengthening the space construction for the headquarters clusters, cultivating their social and cultural environment, and creating the famous brands of headquarters clusters in the region.

**Key words:** industrial cluster; headquarter economy; regional economy; global value chain