

基于多重动力机制的集群企业迁移及区域影响 ——以温州灯具企业迁移中山古镇为例

朱华晟¹, 王缉慈², 李鹏飞², 李伟¹

(1. 北京师范大学地理学与遥感科学学院, 北京 100875; 2. 北京大学城市与区域规划系, 北京 100871)

摘 要:我国沿海发达地区的企业迁移通常被认为是企业优势延伸或再造的扩张型迁移,其动力来自于资源稀缺、要素成本上升、技术升级以及环境规制等多重压力,主要体现比较优势的思维逻辑。选择温州灯具企业迁移中山古镇一例,采取半结构式访谈,透析集群企业迁移的多层面的动力机制。研究表明,发达地区在要素价格上的差距并不显著,不足以导致非空间邻近的、大规模群体式外迁。迫于同质产品竞争的压力,突破核心技术瓶颈的制约成为企业迁移的重要内在动力。开放的地方网络组织能够减少企业外迁的交易成本和潜在风险,地方行业自律机制及政府公共治理产生的正向集聚力或负向离心力,均影响到迁移决策过程。集群企业的迁移路径具有显著的集群指向性,这意味着,基于集体创新能力和集群治理效率的地区竞争优势构成企业迁移的外部推力或拉力。群体迁移短期容易造成迁出地的产业空洞化甚至引致集群衰退,在增强迁入地集群效应的同时,也会对其原有的市场结构和创新环境产生深刻影响。

关 键 词:产业集群;企业迁移;网络组织;集体创新;竞争优势

1 引言

企业迁移(firm migration)是企业经营活动的空间再配置^[1]。如果发生迁移的企业集中于某一特定的产业领域,则引起产业转移(industry relocation)。目前,在国际产业转移的大背景之下,多数企业迁移研究聚焦于大型企业及跨国公司。在特定产业中,大企业迁移既可能是对劳动力与土地等要素成本价格变化及地方环境规制的被动反应,也可能是出于技术创新或竞争战略的积极反应。前者比如,近几年来由于土地、劳动力、能源和人民币汇率的影响,广东省推行的鼓励产业、劳动力由珠三角地区向两翼和山区的“双转移”政策,将劳动密集型产业和低端的劳动力转移到欠发达地区,目的在于“腾笼换鸟”,发展新兴产业^[2]。后者则比如,一些国内二、三线城市中成长的企业将总部迁移到北京、上海等一线城市,甚至国外(如四川东方希望、浙江宁波杉杉、温州正泰、均瑶等企业将公司总部迁往上海;山东浪潮、湖南创智、远大、大连冰山等企业将公司总部迁往北京;联想总部迁到纽约)。

以往的研究侧重于企业个体的迁移行为,近年

来有研究者^[3-5]观察到企业群体的迁移活动。并且由于地区竞争开始转向集群间的竞争,更优越的集群地区成为企业迁移的目的地,企业的这种迁移是受更高的外部性收益所驱动,而并非仅出于成本节约的目标追求,“第二性后天优势(second nature advantages)^[6]”的影响越来越重要。但是这方面的研究总体上不够深入,尤其缺乏个案分析。而且,当前多数研究侧重于考察地理的和经济的变量,将集群企业迁移简单地归结为受当地成本上升以及迁入地优惠政策的驱动,而并非真正站在集群的视角,对企业所处的集群环境与网络组织的约束或激励讨论较少。本文以浙江温州灯具产业(“灯具产业”在广东中山古镇被称为“灯饰产业”,本文统一采用“灯具产业”的说法)集群为例,探讨我国沿海发达地区集群企业迁移的动因以及对迁入地和迁出地的影响。

2 文献回顾

2.1 国外企业迁移理论与研究方法

企业迁移活动比较复杂,它既可以指企业从原

收稿日期:2009-01;修订日期:2009-02.

基金项目:国家自然科学基金重点项目(40535027)。

作者简介:朱华晟(1974-),男,安徽枞阳人,副教授,博士,中国地理学会会员,研究方向是产业集群与地区经济发展。

E-mail:zhuhs@bnu.edu.cn

区位完全撤离出来,迁入新区位(即“整体搬迁”),又可以指企业维持在原区位的经营活动的同时,在新区位设立新的部门(即“部分搬迁”)。此外,即使企业完全撤离原区位,“迁移”还可以意味着企业从原来多个区位向某个新区位集中或者由原来多个区位向多个新区位扩张。

企业发生区位迁移或空间调整,往往是由于要实现市场拓展、资源开发、优势延伸和资本运作等多个目的^[5],而当前的区位环境无法再满足这些新的需求。新古典理论、行为理论、制度理论以及演化经济学理论等相关理论均重新认识并诠释这一特殊的区位活动(表 1)。

表 1 企业迁移研究的四大理论与方法
Tab.1 Outline of four schools of firm migration theory

	新古典理论	行为理论	制度理论	演化经济理论
基本假设	理性人、完全信息	有限理性、有限信息	社会文化制度和价值系统的影响	创新、竞争和惯例
核心观点	<ul style="list-style-type: none">● 企业区位与成本因素(如劳动力成本和金融刺激等)● 区位因子(如运输成本、劳动成本和市场规模)是驱使企业迁移的主要力量	<ul style="list-style-type: none">● 强调企业内部因素的作用以及企业家个人的社会、心理等变量● 迁移实际上是包括多个阶段的复杂决策过程的结果,强调迁移动机与决策过程的影响分析	<ul style="list-style-type: none">● 经济空间过程主要受社会文化制度和价值系统所决定● 企业区位是企业投资战略的结果,与供应商、政府、工会和其它机构之间相互作用	<ul style="list-style-type: none">● 依存于特定地方环境的知识、惯例和能力是企业竞争力的基础● 路径依赖和惯例使企业不太愿意移出当前区位
分析方法	解释模型	问卷调查、经验分析	网络分析	定性分析
主要缺陷	过分关注区位因素,忽视迁移成本及与企业内部生产、投资与增长过程的联系	过分关注社会的、心理的和文化“软”因素,而忽视新古典的“硬”因素	对中小企业的实际区位活动的解释力不够强	对企业迁移的解释还处于发展早期

资料来源:根据文献[8-9]整理。

Nakosteen 等以新古典区位理论为基础,从当前区位和可选择区位的角度,认为企业迁移受推力、拉力和阻力等三种力量的共同作用,如果推力和拉力之和超过阻力,企业迁移就会发生^[7]。推力通常来自于现区位,缺少扩张空间是首要推力,其次是可达性。拉力的强度则取决于新区位对企业的满足程度,新区位补贴也会对企业迁移产生激励作用。阻力是使企业留守现区位的惯性力,也可以看作是沉积成本,其中劳动力通常是阻碍企业迁移的重要因素,如果现有员工的迁移成本过高,企业通常会放弃迁移决策。事实上,阻力还可能来自于非经济因素,例如,由于我国农村和城镇的产权交易市场缺失和不规范,以及其他非经济因素的介入,农村企业的外迁损失较大,迁移战略难以实施^[10]。

上述观点仅停留于迁移行为的表层,其解释仍显肤浅。Townroe^[11]和 Pen 等^[12]曾先后以行为理论为基础,将企业迁移决策细分为若干阶段,并将其模型化,探讨各迁移决策阶段的影响因素,但是多数模型在经验研究中的应用较少。Louw 在这方面有所突破,他认为企业迁移决策过程可以分为定位(orientation)、选择和谈判三个阶段,“空间因素”(包括地理位置、可进入性、停车可能性、设施和公共交通接近性、空间环境不平等性等)在前两个阶段中的影响显著,金融和合约因素在第三个阶段更为重要^[13]。Lloyd 等注意到,不同的决策行为主体(包括房

地产代理商、开发商、咨询师、会计师、设施管理者以及政府官员等),基于不同的考虑,可能对迁移决策过程产生迥然不同的影响。可以将影响企业迁移决策的因素分为三类,①企业内部因素(如组织结构、目标、管理等),②区位自身因素(如占地规模及空间扩张的可能性、占有属性、空间接近性、政府土地政策等),③企业外部因素(如供应商或客商数量、构成及其区位变化、劳动力市场、其他可进入的区位、政府的促进或约束政策等)^[14]。这三类因素中,企业对其内部的变化和发展拥有更多的控制能力。

Dicken 等的观点与制度学派关于企业区位选择与迁移的思想有相似之处。无论新产业区理论、学习型区域理论还是创新环境理论,均从不同侧面关注企业与区域内部的公共部门或私人机构之间的相互作用。这些来自于企业外部的制度或机构的因素对企业空间调整(如扩张、合并、收购以及迁移等)产生重要影响。一方面,从演化经济学的角度来看,空间集聚体的出现往往并不是企业和客户的理性区位选择的结果,而是依托于历史形成之初时的有限考虑和地方知识基础,另一方面,正是由于地方化的知识与惯例成为企业竞争力的重要基础,因此企业不太愿意迁移出去。而且,组织间的网络关系会限制企业的空间行为,导致其空间锁定(spatial lock-in)^[9]。从这个角度来看,企业迁移实际上可以看成是摆脱路径依赖的束缚制约并突围地方网络

的锁定效应。

以上观点对研究集群企业迁移均具有不同的启示,尤其制度学派和演化理论不仅提供了一个新的视角,而且其解释力的薄弱事实上也表明了此命题的研究价值。网络组织与集体效率惯常被看作是产业集群的重要特征^[15]。这意味着集群企业迁移存在着有别于单个企业的特点与机制。

2.2 国内企业迁移研究概述

国内学术界主要关注大企业^[16]及某些特定类别的企业迁移活动(如城市工业企业向周边郊区迁移^[17]、乡镇企业向邻近中心城镇迁移^[18])。研究表明,扩张性迁移或政策性迁移较为常见;从企业内部组织来看,整体搬迁活动较少,通常是部分搬迁,即随着企业规模扩张,将公司部门、研发机构、生产基地等职能部门迁到更合适的区位,其背后的驱动力来自于对要素资源的可得性与经济性的考虑以及受地方政策的激励。与这类企业个体迁移行为不同的是,近年来在我国珠江三角洲地区出现企业群体式迁移现象。在该地区以外资为主导的发展模式中,龙头企业及其配套企业相继迁入并由此快速形成规模较大的产业集群。然而,因外资的根植性较弱,受要素资源价格的影响较大,外商迫于成本压力而群体迁出,使地区发展陷入危机^[4,19]。与此同时,在民营企业高度发达的浙江省也频频发生相似的企业群体迁移事件^[3],本土企业一方面把重要的职能

部门迁往国内一线大城市,另一方面则将劳动密集型、环境污染型的生产环节迁往内地中小城市^[15,20]。这其中的原因通常也被归结为发达地区劳动密集型产业所面临的技术升级、环境规制、资源稀缺和要素成本上升等多重压力^[5]。研究认为,企业迁移能够增加迁入地的税收和就业机会,并加速迁出地产业结构调整与优化,促进迁入地和迁出地建立空间分工协作关系^[21]。然而,也不乏有部分集群因为企业整体外迁而增长滞缓,甚至由此出现产业空心化的迹象^[3]。

3 多重动力机制下的温州灯具企业迁移

3.1 研究方法

在实地调研之前,通过相关文献资料,掌握了浙江温州灯具集群的企业外迁一般情况。选择温州企业的主要迁入地——广东省中山市古镇为调研区域。实地调研工作集中在 2007 年 1 月,采取半结构式访谈方式 (semi-structured depth interview),访谈对象包括古镇政府部门、行业协会、21 家温州籍企业和 8 家古镇本地企业(下文提及某个受访企业时,皆用其中文名称的首位拼音字母替代),对以上四类对象事先确定主要的问题和框架(表 2)。对每家企业的访谈时间为 40 分钟左右,现场访谈的录

表 2 古镇灯具集群半结构式访谈框架

Tab.2 Framework of Semi-structured Depth Interviews in Guzhen Lamp-making Cluster

	主要问题	访谈对象
政府部门	灯具集群起源与演变;地区竞争;政府招商与集群治理;发展构想与产业规划	古镇副镇长、古镇经济贸易办公室副主任
行业协会	组织机构与主要职能;会员规模;近年工作重点	灯饰行业协会 秘书长、照明协会会刊主编、温州商会副会长
温州籍企业	从业经历;搬迁原因;温州与古镇的地区优劣势比较	2 位总经理, 16 位副总经理, 3 位部门经理
中山籍企业	温州企业迁入的影响;与温州企业的合作与竞争	1 位总经理, 6 位副总经理, 1 位技术主管

音材料后期被转换成文字记录,以便在研究时提取,进行定性分析。该研究方法近年在国内地理学界也有运用^[22-23]。此外,上述访谈对象所提供的数据、文字素材及宣传资料也被用来作为现场访谈的支撑及补充,并通过古镇官方网站获取部分最新的经济统计数据。

3.2 温州灯具集群企业迁移规模及其地域分布

20 世纪 90 年代,温州曾是国内最大的灯具产销基地,很多地区生产的灯具产品主要通过温州市场销往全国各地。1998 年,仅温州东方灯具大市场的销售企业就达 600 多家,全市灯具产业年产值为 50 多亿元,占当时国内市场的 1/4 左右。然而,自

2000 年开始,集群企业相继外迁,甚至不少企业整体搬迁到青岛、郑州、武汉、中山等地,以中山市古镇较为集中。据不完全统计,至今迁出的温州灯具企业经营者已在全国各地创办了 300 多个市场^[24]。古镇行业协会提供的数据显示,目前在中山创业的温州人约有 2 万,其中从事灯具产业的居多,仅在古镇就集中了四五千。据粗略统计,温州迁到中山的灯具企业已有 1200 多家,还有不少灯具配件企业正迁往此地。

3.3 温州灯具集群企业迁移的多重动力

企业迁移决策的制定和实施受到多方面因素的制约和影响。这些因素既体现在企业内部层面,

也体现在本地的外部环境以及迁入区的经营环境方面。本文从企业内部、本地外部环境以及迁入区经营环境三个层面,讨论对温州灯具集群企业迁移的激励与制约。

3.3.1 企业内部的迁移动力与约束

第一,维持或扩张市场规模 早期,多数灯具销售企业以扩大销售市场为目的,迁往各大城市,并设立销售机构。近年来,外迁企业以灯具制造为主,而且多数是整体搬离温州。在这些企业当中,除少数核心企业出于规模扩张的动机之外,多数企业主并非被强烈的创业精神所驱动,而是为了继续在多年从事的产业领域内生存下去,并尽可能维持原有的利润水平。

第二,弥补关键性技术差距 温州企业普遍缺乏如灯具表面处理、电镀等关键技术,加工水平层次较低且始终未能突破,致使产品质量难以提高,“有的产品甚至会出现开箱就生锈的情况(M公司副总经理语)”。而早在20世纪90年代,台湾电镀厂在古镇投资建厂(据古镇灯饰协会提供的资料反映,当初台湾电镀厂在大陆寻找可选择的区位时,最初有意向在温州投资,温州出于环境因素的考虑,将其拒绝了。台湾的电镀企业最终选择了古镇),温州大量的关键性配件及技术便从古镇调入,导致成本上升,进而造成部分企业整体迁到古镇。

第三,流动性强的外来劳动力 温州灯具企业多数规模不大,组织结构简单,雇员数量不多,且绝大多数是来自外地的农民工,员工迁移成本不高。而且,由于普通员工的技术水平要求不高,具有可替代性,企业可以通过迁入劳动力资源丰富的地区或其他同类集群,以此降低劳动力因素对企业迁移的约束力。

第四,生产空间的沉没成本 多数企业属于家庭工场,自建有厂房。对于土地资源紧张且价格较高的温州地区来说,企业的沉积成本可以通过租售、转让等方式得以弥补,因此对企业迁移的约束程度不强。

3.3.2 温州当地的环境推力

第一,地方商务环境恶化 受访的21家温州籍企业中,16家企业是因为在国内外市场竞争日益激烈以及温州当地的产业环境不断恶化的双重压力下不得不做出搬迁决策的。由于灯具产品以外观设计为主且新产品生命周期短,知识产权难以维护,另一方面也由于当地未能建立起行业约束制度,因此产品相互模仿的现象曾极为盛行,企业之间的价格战愈演愈烈,产品利润日益摊薄,进而导致产品质量持续下降,地方信誉开始出现危机。向

外迁移成为冲破经营环境恶化、改善企业形象的重要原因。

第二,政府的不当治理 一方面,政府“无所作为”的土地政策使成长性较好的中小企业难以在本地扩张。另一方面,当时温州的灯具产业政策环境整体上与古镇相比差距较大。仅以乱收税费为例,P公司副总经理指出,“有些地方看到灯具生意好,就在交通道口设些关卡,采购车辆经过要收税,后来就有不少采购商转到了古镇……”。另外,温州籍企业S反映,当时温州灯具企业的销售主要被具有国企背景的东方灯具市场所垄断,该市场凭借其垄断地位收取高额租金,挤压了本地中小灯饰企业的利润空间。

第三,网络组织降低迁移成本 温州灯具集群曾依靠两大网络维持运营,即本地产业网络以及遍布全国甚至全球的营销网络。访谈结果显示,温州灯具企业群体外迁并不仅以继续维持产业配套关系为目的(事实上规模较小、技术层次较低的配件生产企业通常不具备搬迁的实力,而实力较强的配件企业往往会转向灯具产品制造,照明公司H就是由配件生产成功转向成品制造的一例),原有网络的核心企业(如2000年前后迁入古镇的A、H、D、M等企业)外迁及其成功经历,对其他成员企业产生直接而强烈的激励作用。这种先前的网络关系不仅降低了成员企业迁移的信息搜索成本与交易费用,减少了单个企业迁移的网络成本与收益损失,而且还能够以集体行动增强在迁入地的话语权,削减可能遇到的障碍和壁垒。作为非官方的民间组织,成立于2004年的中山市温州商会在重构温州籍企业网络、与世界各地温州商会建立联系等方面承担着极为重要的中介角色。该商会引领众多温州商人开辟了规模庞大的古镇“十里灯饰长街”,还积极组织各地温州籍商人来中山投资考察,2006年有40多家温州企业到中山投资发展,涉及投资额高达3亿多元。

3.3.3 迁入地——古镇经营环境的拉力

(1)区位空间要素 与温州一样,古镇也面临土地资源紧张、地价上涨的困境,但是古镇政府一方面在土地价格与用地规模方面为龙头企业提供便利和优惠(例如,根据企业税收、社会贡献、品牌、质量等指标对镇内灯具企业进行排名,前10名企业可以按18万元/亩的价格(非优惠价)为20多万元/亩)获得100亩工业用地),保证其扩大规模所需。另一方面,在邻近镇中心区,交通十分方便的地段,预留约7000亩土地用于建设工业园,计划兴建20~30万 m^2 标准厂房。在解决中小企业用地紧张

的同时,也促使其改变“作坊式”经营,分散布局的状况,提高土地利用效率。温州籍企业 P 就在这种扶持政策之下,突破了多处租房、几地办公的发展空间瓶颈,建成自己的工业区和电光源检测中心,提高了产品质量与管理效率。其他受访的 20 家温州籍企业均已建有自己的厂房。

(2)较低的区位生产和销售成本 低税收、低地价对温州企业具有较强的吸引力。古镇对灯具企业实行减免或轻税政策,每户税收额仅为 1000 元左右,而东方灯具市场的税收则高出古镇几倍。古镇灯具市场门市租金也低于温州,前者一般为 25 元/平方米/月,而后者则达到 80 元/平方米/月。

(3)集群技术创新外溢 古镇临近港澳地区,灯具企业从港澳灯具市场获得产品设计的大量信息,从而能够生产出市场销路较好的新潮产品,而且技术和产品更新速度快,市场反应能力强。其次,如前文所述,20 世纪 90 年代中期以来,港澳台灯具企业大批投资广东地区,尤其灯具制造的关键技术不断被引入该地区,古镇灯具产品的质量显著提升。此外,古镇周边有众多与灯具产品相关的专业镇(例如,古镇相邻的小榄镇、南头和东风镇分别专门生产五金制品、家电和小家电,而与中山相邻的佛山市南海区和顺德区有照明灯饰、塑胶材料、五金、家用电器、金属制品、小五金等专业镇),所有的灯具零部件和生产销售环节,都有专业化的企业生产和经营,逐渐形成以古镇为核心、跨越周边若干个专业镇、而且配套完善的地方产业链。这方面的优势是温州所不具备的,甚至企业普遍认为,这正是国内其它地区在短期内无法复制和超越的地方核心竞争力。

(4)政府治理—区域品牌效应的全球吸聚力 政府对产业的大力投资与有效治理普遍被受访企业所认可。一是完善产业基础设施配套,先后斥资 10 多亿元,建成灯饰广场、沙水公路户外灯具展销区、“世纪灯王”等灯具产业配套设施。二是力推集群公共营销,通过举办国际灯饰博览会,打造集群品牌(“中国灯饰之都”),并成立了以镇长为首的“名牌战略推进委员会”,构建“地域(中国灯饰之都)—产业(古镇灯饰)—企业”三个层面的品牌体系(集群公共营销成效斐然,第一届博览会之后,温州企业及其他地区资本大量涌入,奠定了古镇在国内业界的核心地位,并成为继法国、意大利和日本之后的第四大灯具生产国(中国)的典型区域)。三是建设地方创新服务体系,已经形成以省—市—镇三级质量检测机构、行业—大企业—中小企业三级技术开发机构,完善古镇灯具产业发展服务平台(包括灯具

质量检测中心、照明工程创新中心、网络信息服务中心、市场开拓服务中心等),并加强与国内高校和科研院所(如复旦大学、华南理工大学等)开展产学研合作。

如果空间资源和区位生产成本是吸引温州企业迁移的充分条件,那么集群技术创新的外溢效应和政府治理下的产业环境优势则是真正留住这些企业的必要条件。从事灯饰生产多年的 L 公司从温州迁入古镇的决策过程正佐证了此点。1999 年该公司总经理参加了古镇首届灯博会之后决定来此地投资,“开始只是抱着试试看的心里来到古镇,租下厂房开始生产,后来发现这里产业配套非常成熟,政府对外地来的企业也非常关心,于是买地建厂,并关闭温州的厂”。

4 企业迁移对迁入和迁出集群的影响

4.1 企业迁出对温州灯具集群的影响

古镇灯具集群的崛起以及温州大批企业相继迁出,导致温州灯具产业出现空洞化的迹象,集群规模急剧萎缩,与古镇灯具集群规模的差距进一步拉大(表 3)。2003 年全市灯具产量占全国的比重由鼎盛时期的 1/4 降到 1/25,东方灯具大市场所经营的本地产品不断减少,而约 60%以上的产品则来自古镇^[25]。留守温州的部分企业开始转向为古镇提供配套产品,另有一小批规模企业在经历恶性竞争之后,开始变革经营模式,注重产品创新。以煌室灯具公司为代表的部分企业,从批发业务转向细分市场,为当地家庭和酒店等目标客户提供中高档灯饰产品,并与海外数十个品牌商建立正式合作关系。

温州政府开始关注集群治理。先后多次到古镇深入考察,并通过可行性研究,拟在平阳万全工业区建成全国最大灯具园区,意图吸引本地骨干企

表 3 1992—2007 年间温州与古镇两地灯具集群规模变化
Tab.3 Comparison of cluster size between Wenzhou and Guzhen during the Period of 1992—2007

年份	温州		古镇	
	企业数量	产值/亿元	企业数量	产值/亿元
1992	200	1	50	0.5
1998	600	50	395	8.2
2003	500	25	2016	61.4
2007	200	—	4700*	140.8

注:(1)资料来源于实地调研;(2)“-”和“*”分别表示数据不详和 2005 年数据。

业、在外地的温州企业和国外跨国公司。

4.2 企业迁入对古镇灯具集群的影响

温州企业迁入伴随着古镇灯具集群规模扩张。据当地政府提供的资料,以古镇为圆心向周边地区辐射,聚集了 1300 多家来自浙江的灯具企业,其中有 1200 家是从温州东方灯具市场迁移过来的。目前,灯具产业总产值占全镇经济总量的 75% 以上,全镇共有灯具企业/工厂 6500 多家,从业人员 7 万多人,产品占全国民用灯具市场 60% 的市场份额,并出口到世界 100 多个国家和地区,是世界上最大的灯饰专业生产基地和销售市场之一。

在受访的 8 家中山籍企业看来,温州企业具有相似的经营模式,其特点可以归结为以下三个方面。第一,相对于技术创新能力而言,温州企业更重视营销管理,企业品牌意识尤其较强;第二,对成本节约比较敏感和关注;第三,依赖于遍布全国的温州人营销网络(温州人的市场网络优势非常明显,全国专业灯具市场有一半以上是温州人在经营,古镇的灯具一半以上通过温州人销往全国各地)。这种经营模式一方面对古镇企业产生比较广泛的示范效应,并推动当地集群升级,另一方面加剧了集群内部竞争,迫使古镇加强了创新力度,并进而加速集群内部出现分异。

不少温州企业吸取了过去的教训,迁入古镇后注重提高产品质量及培育品牌。对于灯具这类极易模仿的产品而言,自有品牌是获得创新超额利润的有效策略。以 P 公司为首的一批温州籍企业运用品牌战略获得商业成功的经验为古镇企业树立了现实的模板,现有 200 多家企业先后通过中国长城(CCEE)、美国 UL、欧洲 CE、加拿大 CSA 等产品质量认证和 ISO9000 系列质量管理体系认证,1000 多个产品通过了国家 3C 认证。另一方面,多数温州企业在古镇学会并掌握最新的灯具制作技术和样式,利用遍布全国的温州人灯具营销网络,在利润日益摊薄、市场竞争更加激烈的形势下,仍然能够有利可图。相比之下,古镇本地企业迫于市场竞争压力增大,以及遭遇销售商拖欠巨额钱款的状况,不得不退出部分与温州企业竞争的市场(花灯市场即是一例),转而通过产品创新与技术升级寻找新的发展机会。部分核心企业开始转向技术门槛更高的工程照明,或开始转向注重开拓海外市场。

古镇政府基于温州集群衰落的先例,大力加强集群环境与品牌监管,引导集群升级。政府注册了“古镇灯饰”商标。为了规避搭便车行为对集群产品品牌的负面影响,灯具企业协会出台了《“古镇灯饰”商标推广使用管理办法》,明确提出该商标的使

用细则。同时,政府鼓励企业技术创新,并采取多种手段(如,通过聘用非正式编制的业内专业人员,建造成质量检查办公室,帮助不合格企业提高产品质量,并定期对企业进行质量检查。对于违规企业,依据情节采取在地方媒体公示、勒令整顿甚至停产等多种措施予以惩罚)来监督并帮助企业提升产品质量。

灯具企业从温州迁移到古镇,但这可能并不是其空间轨迹的终点。大量灯具企业迁入也造成古镇当地厂房和门市租金迅速上涨,一些地段 10 年前只有 6 万元/亩,现在已经达到了 600 万/亩。高额的经营成本使迁到古镇的企业不得不再次考虑迁移。一些温州企业开始将工厂迁往古镇周边地价便宜的城镇(如横栏),并借机实现规模扩张。温州籍企业 X 即是一例,该厂在古镇仅租了 800m² 的厂房,而在横栏则买下了 3 万多亩土地用于发展。这种将厂房建在横栏、在古镇租店销售的做法正成为古镇灯具企业的主流空间分工模式。

5 结论与讨论

我国沿海发达地区的企业迁移通常被认为是企业优势延伸或再造的扩张型迁移,其动力一方面来自企业降低生产成本和转移环境污染的需求,另一方面来自企业面临的技术升级、资源稀缺的压力,因此客观上这类迁移具有推动迁出地产业结构优化的积极效果。但这种观点在发达地区集群之间发生的大规模、跨区域的整体式迁移方面没有较强的解释力,虽然一些研究注意到集群网络在企业迁移过程中的连带效应,但其分析视角仍集中在基于比较优势的逻辑。温州灯具集群的案例则表明,发达地区通常在要素价格上的地区差异并不显著且呈逐渐弥合之势,因此不足以导致非空间邻近的、大规模群体式外迁。迫于同质产品竞争白热化的压力,突破核心技术瓶颈的制约成为企业外迁的重要的内部动力,基于集体创新能力和集群治理效率的地区竞争优势即构成了企业迁移的外部推拉力。因此,企业外迁可以看作是企业与集群内外不同行为主体间相互作用的结果。

从本案例研究中还可以得出以下三个结论。首先,集群企业的迁移路径具有显著的集群指向性。那些集体效率高、创新环境优的同类集群具有强大的“磁场”效应,吸引企业迁入,并使迁入企业快速完成再地方化的过程,以获取技术外部溢出效应。其次,开放的地方网络组织能够减少企业外迁的交易成本(如信息搜索成本、谈判成本等)和潜在风险,

客观上推进企业迁移的决策过程。而且,核心企业影响其网络成员的区位选择与调整。以核心企业引导下的群体迁移能够降低单个企业外迁所出现的组织约束(如网络组织成本与网络收益损失),以集体谈判能力克服迁入地在位企业的壁垒,并能获得迁入地政府的更多支持。第三,地方行业自律机制及政府公共治理影响集群效益,产生正向集聚力或负向离心力,进而对企业迁移发生作用。

温州灯具集群企业群体搬迁的实例对在国内外产业转移背景之下的地方发展具有重要的启示意义。第一,由于技术创新和知识产权制度尚未完善,在传统产业领域内,我国多数地区仍然走的是依赖成本优势的低端道路(low road)。同类集群竞争加剧放大了这条道路的脆弱性。如若不改变这种发展模式的惯性,则容易引发集群内部的过度竞争,并进而导致企业外迁及地方产业衰退。第二,增强集体效率并完善创新体系是增强集群“粘性(stickiness)”的重要手段。这就需要企业群体加强自律行为,尤其应发挥核心企业的网络发动与治理功能,整合周边甚至更大地域空间内的关联资源和技术,建立合理的地域分工与完善的创新体系,增强集群竞争优势。第三,地方网络流动性增强对地方公共管理提出了更高的要求。在“以脚投票”的地区竞争格局下,地方政府不仅要当地对公共服务需求的变化及时准确地响应,还要洞悉其他同类集群的动态,并快速采取适宜的集体行动。发达地区的集群政府要创造公平的市场竞争环境,促进集群创新体系的建设与完善。欠发达地区的地方政府则需要部分承担企业家的职能,此外还可以通过政府公关与集群营销,增强地方吸引力。

参考文献

- [1] Pellenbarg P, Wissen L, D J. Firm migration. McCann P. Industrial Location Economics. Cheltenham: Edward Elgar, 2002:110-148.
- [2] 王珺.珠三角应实施“多向度”突围[EB/OL].<http://business.sohu.com>, 2008-10-30.
- [3] 吕文栋,朱华晟.浙江产业集群的动力机制:基于企业家的视角.中国工业经济, 2005(4): 86-93.
- [4] 王缉慈,李鹏飞.珠三角产业面临“空心化”? 中国报导, 2008(5): 48-49.
- [5] 黄冬梅,杜伟锦.浙江民营企业迁移的理论动因.经济论坛, 2006(5): 19-21.
- [6] 张华,梁进社.产业空间集聚及其效应的研究进展.地理科学进展, 2007, 26(2): 14-24.
- [7] Nakosteen R, Zimmer M. Determinants of regional migration by manufacturing firms. Economic Inquiry, 1987, 25 (2): 351-362.
- [8] Mariotti I. Firm relocation and regional policy: A focus on Italy, the Netherlands and the United Kingdom[EB/OL]. <http://dissertations.ub.rug.nl/FILES/faculties/rw/2005/i.mariotti/titlecon.pdf>, 2008-11-15.
- [9] Pellenbarg P. Firm migration in the Netherlands. Paper for the 45th European Regional Science Association Congress, August 2005, Amsterdam.
- [10] 鲁德银.企业家行为、企业迁移、产业集群与农村城镇化政策.财经研究, 2007, 33(11): 82-91.
- [11] Townroe M. Rationality in industrial location decisions. Urban Studies, 1991, 28(3): 383-392.
- [12] Pen C, Pellenbarg P. Central, provincial, and municipal government policy in the Netherlands and the impact on firm migrations. Paper for the 38th European Regional Science Association Congress, August 1998, Vienna.
- [13] Dijk J, Pellenbarg H. Firm relocation decisions in the Netherlands: an ordered logic approach. The 39th European Congress of the Regional Science Association, August 23-27:1999.
- [14] Dicken P, Lloyd E. Location in space: Theoretical perspectives in economic geography. New York: Harper & Row, 1990: 20.
- [15] 朱华晟.浙江产业群—产业网络、成长轨迹与发展动力.杭州:浙江大学出版社, 2003: 31-33.
- [16] 魏后凯,白玫.中国上市公司总部迁移现状及特征分析.中国工业经济, 2008(10): 1-13.
- [17] 傅晓霞,魏后凯,吴利学.城市工业搬迁的动因、方式和效果—以北京市为例.经济管理, 2007, 29(21): 66-71.
- [18] 黄继忠.论乡镇工业的集聚.中国工业经济, 1997(5): 36-38.
- [19] 项后军.外资企业的迁移及其根植性问题研究:以台资企业为例.浙江社会科学, 2004(3): 67-72.
- [20] 李王鸣,朱珊,王纯彬.民营企业迁移扩张现象调查:以浙江省乐清市为例.经济问题, 2004(9): 30-32.
- [21] 徐金发,张宏,江青虎.总部经济对区域经济发展的积极意义:基于对企业搬迁过程和效果的剖析.技术经济, 2006, 25(7): 45-47.
- [22] 张纯,王敬甯,陈平.地方创意环境和实体空间对城市文化创意活动的影响:以北京市南锣鼓巷为例.地理研究, 2008, 27(2): 439-448.
- [23] 周尚意,沈小平.北京美术产业对地方文化的嵌入性程度分析.人文地理, 2008(2): 26-42.
- [24] 郑海华.灯具业,璀璨背后的乡恋[EB/OL].www.wzdaily.com.cn, 2003-01-02.
- [25] 中国建材网.照明电器向集中化专业化统一化发展[EB/OL].www.bmlink.com, 2005-7-21.

Firm Migration of Clusters in East Coastal Areas of China: A Case Study of Lamp-making Clusters in Wenzhou, Zhejiang

ZHU Huasheng¹, WANG Jici², LI Pengfei², LI Wei¹

(1. School of Geography, Beijing Normal University, Beijing 100875, China;

2. Department of Urban and Regional Planning, Peking University, Beijing 100871, China)

Abstract: Firm emigration from the east coastal areas in China is generally explained as spatial expansion of firms, and can be attributed to these factors, such as resource scarcity, rising cost, technology upgrade, and environmental regulations. That point of view apparently follows the logic of comparative advantages. This article takes Wenzhou lamp-making cluster in Zhejiang Province as an example to analyze mechanism of firm migration in clusters. Based on the semi-structured depth interviews in Guzhen Town, Guangdong Province – one of the major immigration destination of Wenzhou firms – with local authorities, industrial associations, native firms, and Wenzhou firms, the article demonstrates that the increase of local resource price and the limitation of accessible space in Wenzhou can not be fully explained as powerful driven forces, while scarcity of core technology and deterioration of business environment actually push firms out. Furthermore, network organizations reduce transaction costs and potential risks of firm migration from Wenzhou to Guzhen and strengthen their bargaining power in the immigration area. Besides, such migration is typically cluster-oriented, which means that the competitive advantage based on the collective creativity and governance efficiency drive cluster firms to relocate. Firm emigration to some extent weakens the advantages of Wenzhou cluster. As far as Guzhen Town, firm immigration increases the cluster effects on one hand, and exerts some influence on the local innovation system on the other hand.

Key words: industrial clusters; firm migration; network; collective innovation; competitive advantage