

我国纺织产业聚集现状和经济机制研究^{*}

张熙东

(上海财经大学财经研究所, 上海, 200083)

[摘要] 首先对我国纺织产业聚集出现的宏观层面上向浙江、江苏、广东、山东等省份集中现状进行分析,在此基础上分析微观层面上纺织企业在这些省份的一些市镇大量聚集,使这些市镇成为我国乃至全球范围内罕见的纺织企业群落这一特殊产业生态区。最后总结分析了产生和促进我国纺织产业聚集的客观、主观条件和经济学机制。

[关键词] 纺织产业, 聚集, 现状, 原因, 机制

一、我国纺织产业宏观上的聚集现状

纺织产业是我国的优势产业,纺织产业聚集动态上指在特定区域内纺织企业及关联企业在内在专业分工协作基础上形成的大规模集中现象。静态上指在一定区域内纺织企业和相关企业组成的互相依赖、互相竞争的企业群落。我国纺织产业的国际竞争力的不断提升与国内纺织业聚积现象是紧密联系着的。

纺织产业的聚集有宏观和微观两个层面,宏观上的聚集指全国纺织产业主要集中分布在一些比较大的省份,使这些省份成为全国主要从事纺织产业的省份的同时其他省份的纺织产业不断地退出和萎缩。微观上的聚集指在一些非常小的地理空间点(小城市和镇)上大量纺织企业和相关产业高度集中,成为全国性乃至全球性的纺织业专业化生产经营基地和市场平台。这里首先分析我国纺织产业在省际之间的分布和向极个别省份集中地现状和趋势。

我国纺织业朝几个省份集中不断地集中的趋势首先出现在20世纪80年代,在20世纪90年代进一步发展,在本世纪初已经非常明显地表现为两大趋势:

(1) 纺织产业从原料生产地向市场集中,河北等原来的纺织业大省逐渐衰落,与此同时,江苏、浙江、广东获得长足发展。

(2) 纺织产业从国有经济强大的地区向民营经济发达的地区集中,上海等地的纺织产业迅速退出市场竞争。现在形成了江苏、浙江、广东和山东四大纺织业集中地的局面。2001年江苏、浙江、山东、广东、河北、上海六省市纺织业从业人员占全国纺织业从业人员的比重分别达到17%、12%、14%、7%、6%、3%,合计59%。六省市纺织业产值占全国纺织产业产值的比重分别是25%、29%、13%、10%、6%、4%,合计达到77%。其中江浙两省的纺织行业利润合计超过全国的一半以上,合计产值达到全国纺织产业总产值的44%(见图1^[1]),产业的省际集中程度可见一斑。

从我国纺织产业的省际集中趋势来看,从1992年到2001年10年期间,上海的纺织产业不断退出,纺织业产值占全市工业产值中的比重从1992年的8%锐减到2001年的3.5%以下(见表1)。同期河北的纺织产业产值和企业数占全国纺织行业的比重从1992年的6%和5%降至2001年的5%和4%左右。而浙江省、江苏省、山东省的纺织产业在全国纺织行业产值中的比重分别从13%、21%、10%增加至20%、24%、13%(见图2)。可见我国纺织产业向具有纺织产业发展优势的地区不断集中,而同时在丧失优势的地区不断地萎缩。

*收稿日期: 2004-03-09

*本文系国家社科基金课题阶段性研究成果,项目批准号: 01CJ1011

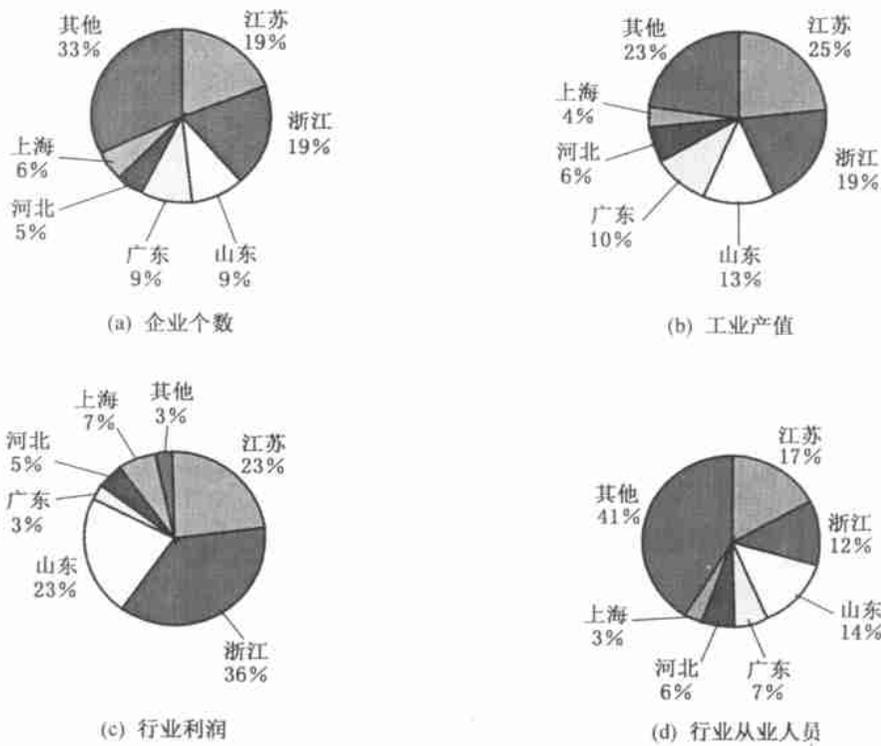
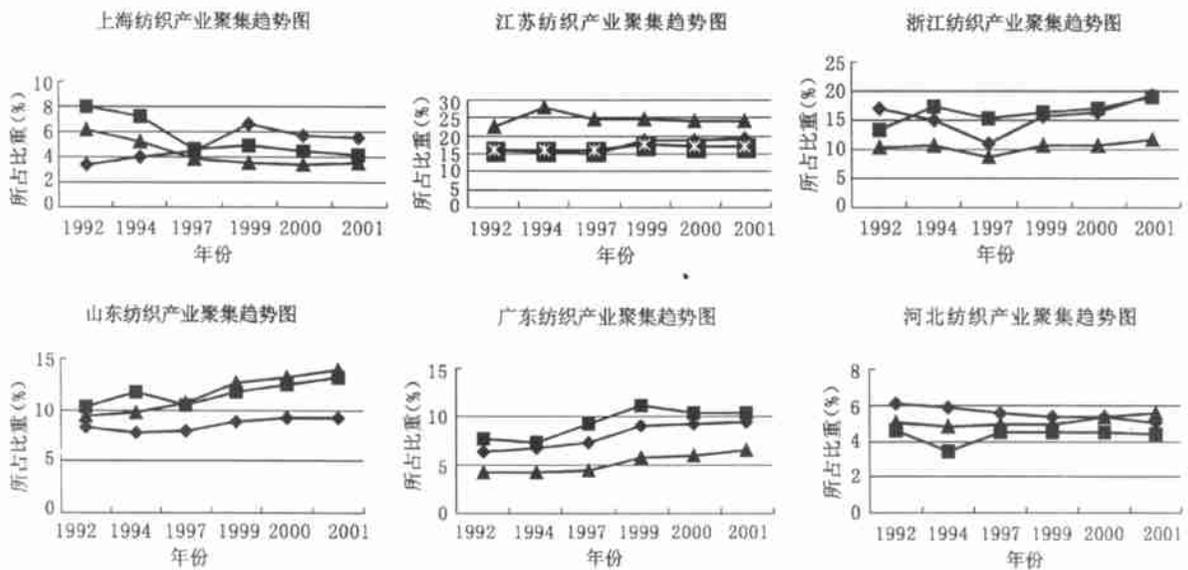


图1 2001年全国主要纺织业省份的纺织产业经济指标占全国比重地理分布扇形对比图



菱形折线为企业个数变化趋势;正方形折线为纺织行业产值变化趋势;三角形折线为从业人员变化趋势

图2 1992~2001年全国主要纺织业省份纺织业经济指标占全国纺织产业比重变化趋势

表1 2001年全国主要纺织业省份纺织行业经济指标占全省工业总量的比重与全国平均水平比较表 (%)

各指标比重	江苏	浙江	山东	广东	河北	上海	全国平均水平
行业企业数	11.93	12.49	9.06	5.44	7.82	6.88	7.05
行业利润	7.34	10.38	5.32	0.69	3.33	2.01	2.79
行业总产值	11.50	13.61	7.88	4.15	9.13	3.38	5.89
行业从业人员	16.15	15.38	12.67	5.38	9.77	7.97	8.78

二、我国纺织产业微观上的聚积现状

纺织产业向一定地理范围的省际集中是纺织产业聚积的外在表现和数量关系,产业聚积才是产业集中的内在原因和本质。我国纺织产业经过二十多年的发展已经形成比较成熟的产业聚积现象。指大量纺织企业和相关企业在特定地点相互竞争,相互协作,高度影响和依赖的产业组织关系和生态关系。我国纺织产业的成熟聚集地主要有辽宁省海城市,江苏省常熟市、江阴市、张家港市、浙江省海宁市、绍兴县、杭州市萧山区、广东省东莞市、开平市、中山市等下辖的29个纺织业市镇。合计的纺织工业总产值为2378亿元,占这29个纺织市镇工业总产值的47%, 171亿元,占全部利税额45%,纺织产业全行业从业人员181万人,占总从业人员的53%。即这些县(市)镇已经发展成为名副其实的纺织业专业生产交易地。在年产30亿双袜子的诸暨大唐袜业集群中,53.8平方公里的土地上聚积了袜子生产企业2453家,还有550家袜子生产原料企业,400余家原料经销商、312家缝头卷边厂、5家印染厂、112家定型厂、305家包装厂、208家机械配件供应商、635家袜子营销商和103家托运服务企业,建有占地26.67公顷、共有商铺1600多间的大唐轻纺袜业城。东莞虎门镇更是纺织业名城,短短十余年虎门已拥有规模服装生产企业上千家,18个大中型服装专业批发市场,销售额高达120多亿元。服装生产的集群与服装市场集群发展互相呼应。2002年全镇服装产量超过1亿件(套),产值80亿元,利润4.5亿元。每天到虎门的外地客商平均超过10万,全镇70多万人口(其中本地人口11万,外地60万)中纺织产业从业人员达20多万人,拥有配套完善的托运公司30多家,通过海、陆、空不同渠道,把货物发运到全国及转运到世界各地;常州市从1998年来,全市纺织产业中年销售500万元以上工业企业的生产总值、销售收入、利税和利润四项经济指标年平均增幅都达到了20%以上,2002年全行业工业总产值59.8亿元、销售收入58.1亿元、利税4.68亿元、利润2.67亿元,分别占全市工业经济总量的5.12%、5.1%、5.4%和5.8%,比五年前分别提高1.22%、1.44%、1.9%、1.9%。全市服装产量达2.14亿件(套),占全国服装生产总量的2.44%,出口6.45亿美元,分别占江苏服装出口总值的11.03%和常州市外贸出口总额的24.3%。

三、我国纺织产业聚集的经济学分析

(一) 市场机制环境的确立是纺织产业聚集的前提

可以认为,产业聚集是资源配置在空间范围内的优化和高级化、国际化。而市场经济的本质是独立产权激励下的自由经济主体高度竞争,分散决策,以使其拥有的经济资源实现最大收益,从而使得全社会实现资源配置的优化和不断高级化、国际化。农业经济和小商品经济时代也存在产业聚集,但其规模小,影响与全球市场经济体制环境下的产业聚集不可同日而语。真正意义上的产业聚集是一国经济资源在一国或全球范围内的最优空间配置状态,其规模巨大,影响空前,效率极高。也就是市场经济的建立和发展必然会导致产业聚集,市场经济本身就是一种在全球范围内不断追求和创造更优的经济资源配置方式的力量,一旦确立这种基本经济制度,其必然会推动产业在空间上的流动和转移,在特定时机和空间形成相互紧密联系的特定企业的生态群落。纵观我国纺织产业的几个主要聚集地的形成,无一不是首先从市场经济观念领中国之先,市场经济制度基因最为丰富的广东、江苏和浙江3个省份成长成熟。这绝非偶然因素。所以市场经济制度是催生和实现纺织产业聚集的前提。

(二) 经济资源在地理空间分布差异性为纺织产业聚集的基础

产业聚集的实质说穿了是经济活动在空间分布上的专业化,但这种专业化不是一般意义上的经济活动在空间上的专业分工,而是在产业结构不断实现高级化和经济全球化背景下的专业分工的细化和深化。而专业分工的基础是经济资源在地理空间上分布的不平衡性,特定的地理区域具有一定规模和质量的特殊经济资源,从而使得这些地区具有发展依靠这些经济资源的产业的独特优势,产业聚集才得以萌芽和发展壮大。我国纺织产业聚集的发展和壮大的根本原因是我国具有近乎无限供给的便宜和勤劳的劳动力资源,从而在全球范围内具有从事纺织业这一劳动密集产业的优势,在我国经济加入世界市场体系的大背景下会不断地把全球的纺织产业吸引到中国来。而在中国广阔的土地上纺织产业最终分布何处取决于与纺织产业

相关的经济资源的分布状况。现实情况证明了这一点:我国纺织产业聚集区集中在企业家精神资源(创业精神和学习能力)和交通发达信息灵通的地方,因为中国的劳动力资源可以以非常低的成本流转,所以教育发达、产业技术基础雄厚、信息灵通、思想开明、商业基因多、营商环境好等“软”性经济资源是决定我国纺织产业聚集的关键经济资源(简而言之,哺育企业家成长的人文和社会资源是关键性的)。虎门的便利交通、全球化人脉和视野、历史遗传的创业和开放精神;江苏的经世事功精耕细作的传统和雄厚的纺织产业技术基础;浙江的经商务实、艰苦创业的人文基因和以亲缘、地缘为线索的庞大商业网络等“软”性资源正是把东莞、常熟、萧山等地变成全球纺织业界大名鼎鼎的发动机的关键。

(三) 种子企业和种子企业家是纺织产业聚集的源泉

具备上述两条前提条件的区域在我国也是很多的,但纺织产业聚集区最终在什么地方发芽生长壮大还取决于一项偶然因素——种子企业和种子企业家在特定地区的涌现,依靠种子企业和种子企业家实现相关企业(产业链的上下游企业和配套企业)的成功复制、裂变和衍生,不断地在一定地域生长出特定产业集群。虎门的富民纺织城,常熟的服装招商城等龙头企业正是种子企业的典型,它们是几百亿甚至几千亿产值规模的纺织产业聚积群的酵母。一个种子企业适应一个地方的资源禀赋和文化、制度、基础设施水平,然后被成功地复制和衍生出成千上百相关企业,一个纺织产业聚集地就这样出现了。

(四) 纺织产业聚集存在着明显的“极化”现象

种子企业和种子企业家在一个适合产业聚积的地方上生根发芽后,能否最终出现产业集群的聚集和旺盛的产业生命力和广泛的影响力,到什么时候才算产业聚集形成呢?固然可以从统计数据表明在聚集区内相关企业数量和规模达到在国内相当份额来反映,但除了规模以外关键是要在聚集地形成特定产业的生长极:特定产业在聚集地已经形成一定的生态群落(指空间上占据相当规模,时间上经历了较长时期,群落内部形成比较稳定的竞争与协作关系,基础设施数量和服务质量能支撑未来产业发展的需要,在此基础上聚集了具有活力的大量相关企业),聚集地对特定产业的企业具有明显的“聚集效应”,呈现不断吸收聚集地以外经济资源和产业资本的能力。

(五) 纺织产业聚积的内部动力是追求“聚积效应”

一旦产业聚集地的促进纺织产业发展的“极化”功能开始发挥作用,便会使生态内部的企业获取内容丰富的“聚集效应”。首先是产业聚集产生的规模经济效益^[2]:(1)聚集企业的外部规模经济:主要指同类企业大量聚集可以形成对原材料、劳动力和资金的大规模需求,从而降低生产和交易成本;也指大量相关产业链上下游企业就地分布和相互竞争所导致的企业的运输费用和交易费用的节约;渠道和物流更加专业化和规模化,实现集约经营;(2)聚集企业的内部规模经济:指产业集群中的企业的非核心业务可以实现社会化和专业化,腾出手脚,专心做大做强,企业分工精、细、专、深,实现规模化。其次是纺织产业聚集所产生的外部经济效应^[3]:(1)产业聚集导致的高素质大规模基础设施提供成为可能性,大大提高了聚集群落中企业的价值;(2)产业聚集导致企业需要的相关专业服务尤其附加值高的专业服务如咨询、研发等的提供成为现实;(3)产业聚集使得在聚积生态中的企业相互竞争、协作、效仿、联合、交流和合作更加方便,学习能力增加很快,创新气氛浓厚,创新成果易于及时转化为经济成果,知识资本容易形成和积累^[4];(4)集群中的企业尤其名牌企业迅速传播,逐渐使得产业集群整体和所处地方也变成品牌,从而使集群中每个企业在市场交易中具有优势和品牌价值。

参考文献

- [1] 国家统计局. 中国工业统计年鉴(1992—2001). 北京: 中国统计出版, 1992—2001
- [2] Geoffrey A Jehle, Philip J Reny. *Advanced Microeconomic Theory*, Second Edition. Shanghai: Shanghai University of Finance and Economics Press, 2001: 124
- [3] 高鸿业. 西方经济学. 第二版. 北京: 中国人民大学出版社, 2003: 422
- [4] David Romer. *Advanced Macroeconomics*. Second Edition. Shanghai: Shanghai University of Finance and Economics Press, 2000: 115