

湖北省县区工业市场潜力及空间格局

敖荣军 蒋亮 梅琳 刘巧玉

(华中师范大学地理分析与模拟湖北省重点实验室, 中国湖北武汉 430079;

华中师范大学可持续发展研究中心, 中国湖北武汉 430079)

【摘要】运用真实市场潜力模型,分析2007—2012年湖北省县区工业市场潜力及其空间格局,并评估工业发展与市场潜力的空间匹配性。结果表明,市场进入性和市场规模决定了地区工业市场潜力。若仅考虑省内需求,湖北省工业市场潜力呈现以武汉、宜昌和襄阳为高值中心,以省域边缘地区为低值外围的空间结构特征。若同时考虑省内外需求,湖北省工业市场潜力则由东向西渐次下降。受生产供给能力和市场进入自由度等因素影响,湖北省工业发展与省内市场潜力县际分布虽显著正相关,但并不完全同步,与外省市场潜力的空间匹配性更差。

【关键词】县区工业市场潜力;空间格局;市场进入性;空间匹配性;湖北省

中图分类号:F429.9 文献标志码:A 文章编号:1000-8462(2016)06-0122-08

DOI:10.15957/j.cnki.jjdl.2016.06.016

产业区位选择和空间分布一直是学术热点。新古典理论主要关注自然地理条件、社会经济因素等地区自身特征对要素和产业区位选择的影响。

HairiS[1]较早考虑了周边地区的需求因素对本地经济活动的影响,指出厂商倾向于选择市场潜力最大的地区。地区市场潜力则是所有地区(包括地区自身和周边地区)对其产品需求的总和,它不仅取决于所有地区的市场规模,也受制于本地区产品对所有市场的进入性。Harris市场潜力(HMP)模型的优点在于数据易得,计算方便[2],当前国内相关研究大多基于该方法评估地区市场潜力[6]。但是,HMP模型没有分析经济主体的行为机制,故其构建的生产地与消费地的空间关系缺乏微观理论的支持;只考虑了消费地的市场规模,忽略了厂商在此集中的空间竞争效应和规模经济效应等因素的影响。这些在新经济地理学(NEG)框架下得到了拓展。在其经典模型[7]中,地区市场潜力决定于该地区对所有消费市场的进入性以及厂商集中所产生的规模经济和空间竞争等因素的综合作用。其中,市场进入性不仅取决于距离,还与开放程度、贸易壁垒等因素有关。NEG市场潜力模型拥有精妙的理论演绎的支持,但较为严格的理论假设及对实证数据的庞大需求限制了其在实证分析中的应用。当前国内利用NEG市场潜力模型开展的研究非常缺乏,已有的研究主要以全国为对象,以省区或地级市为空间单元,如石敏俊等[8]对中国地级行政区的市场潜力开展了系列实证分析;丁小燕等[9]研究了京津冀地区各地级市的市场潜力,但其将各地级市的消费地限于京津冀地区的做法是值得商榷的。如果研究对象是国内的某个次级区域,分析该区域内市场潜力的关键前提是合理界定各地区可进入的市场范围。本研究以湖北省为研究对象,以县级行政区为研究单元,试图在以上问题上有所突破。

湖北省是我国的老工业基地。新世纪以来,在国家大力实施区域均衡发展战略的背景下,省域经济发展水平快速提高。2013年GDP为24668.49亿元,其中非农产业增加值份额87.44%,工业增加值份额达到42.69%,总体上达到工业化中期水平。工业化仍是湖北省经济增长的基本动力,研究工业市场潜力对于促进工业发展具有重要意义。另外,湖北省工业经济发展的地域差异较为明显。以省域中心城市武汉、省域副中心城市襄阳和宜昌为总体格局的“一主两副”城镇体系,大体上把全省分为鄂东、鄂西北和鄂西南三大地区。无论三大地区之间还是各地区内部县区之间的工业经济都存在较为明显的差异性。这种特性鲜明的工业空间格局是开展工业市场潜力研究的理想“试验田”。

表1 2007—2012年湖北省县区工业市场潜力及其空间格局变化
 Tab.1 Evolution of industrial RMP at county level and its spatial distribution, 2007-2012

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	6年均值
RMP	均值	24.922	24.899	26.305	30.544	63.217	39.103
	标准差	2.136	2.125	2.252	2.607	5.271	3.294
	变异系数	0.086	0.085	0.086	0.085	0.083	0.084
	基尼系数	0.049	0.048	0.049	0.048	0.047	0.048
	Moran's I	0.860	0.859	0.859	0.858	0.856	0.858
RMP ^I	均值	0.700	0.733	0.819	0.984	2.116	1.274
	标准差	0.211	0.229	0.253	0.299	0.608	0.379
	变异系数	0.301	0.312	0.308	0.303	0.288	0.297
	基尼系数	0.153	0.158	0.157	0.155	0.149	0.153
	Moran's I	0.500	0.518	0.516	0.511	0.497	0.508
RMP ^{II}	均值	24.222	24.165	25.486	29.560	61.101	37.829
	标准差	2.015	1.988	2.102	2.432	4.926	3.073
	变异系数	0.083	0.082	0.082	0.082	0.081	0.081
	基尼系数	0.047	0.047	0.047	0.047	0.046	0.046
	Moran's I	0.8528	0.8517	0.8519	0.8514	0.8500	0.8491

1 研究方法 with 数据

1.1 市场潜力模型

1.1.1 RMP 模型推导

借鉴 Fujita、Ottaviano 等提出的基本框架[1213]。假设经济体由个地区、两个部门（工业 M 和农业 A）和两种要素（流动性工人和非流动性农民）构成。所有地区在生产技术、消费者偏好、贸易开放性以及要素初始禀赋等方面都是相同的。其中，农业是完全竞争行业，雇佣农民在规模收益不变条件下生产同质性农产品，农产品自由贸易且不用支付运输费用；工业是垄断竞争行业，雇佣可流动劳动力在规模收益递增条件下生产差异化产品。由于规模经济以及消费者对产品多样化的偏好，每种产品只在一个地区由一个专业化厂商生产。工业制成品贸易要承担“冰山”型运输成本。

消费者有相同偏好 $U = M^\mu A^{1-\mu}$ ， μ 和 $1-\mu$ 分别是工业制成品和农产品的支出份额，

$M = \left[\sum_{k=1}^K c_k^{(\sigma-1)/\sigma} \right]^{\sigma/(\sigma-1)}$ 和 A 分别是两种产品的消费量, c_k 是第 k 种制成品的消费量, $\sigma > 1$, 是任何一对差异化制成品之间的消费替代弹性。生产者基于利润最大化定价, 消费者基于效用最大化决定产品种类组合以及消费量。通过解决效用最大化问题, 可以得到消费地 j 的工业制成品的价格指数:

$$G_j = \left[\sum_i^n n_i (w_i T_{ij})^{1-\sigma} \right]^{1/(1-\sigma)}$$

式中: n 代表工业制成品的种类数; w 代表工资率。消费地 j 对生产地 i 的制成品的需求即消费量为 $c_{ij} = \mu Y_j (p_i T_{ij})^{-\sigma} G_j^{\sigma-1}$, Y 代表地区总收入。为了达到这样的消费水平, 在生产地装运的产品数量必须是它的 T 倍。由此得到地区 i 的制成品向消费地 j 的销售量为 $q_{ij} = \mu Y_j p_i^{-\sigma} T_{ij}^{1-\sigma} G_j^{\sigma-1}$ 。将所有消费地的销售量加总, 就得到生产地工业制成品的总销量:

$$Q_i = \sum_j^n q_{ij} = \sum_j^n \mu Y_j p_i^{-\sigma} T_{ij}^{1-\sigma} G_j^{\sigma-1} = p_i^{-\sigma} \sum_j^n \mu Y_j T_{ij}^{1-\sigma} G_j^{\sigma-1}$$

显然, 工业制成品的销售量取决于所有地区的收入、价格指数、运输成本以及出厂价。由于所有地区同种产品的交货价与出厂价成比例变化, 而且消费者对每种制成品的需求都有不变的价格弹性 σ , 所以每种产品相对于出厂价的总需求价格弹性也是 σ , 与消费者的空间分布无关。其中, $\sum_j^n \mu Y_j T_{ij}^{1-\sigma} G_j^{\sigma-1}$ 就是生产地 i 的工业市场潜力, 将价格指数方程代入:

$$\begin{aligned}
 MP_i &= \sum_j^n [(\mu Y_j T_{ij}^{1-\sigma}) / G_j^{1-\sigma}] \\
 &= \sum_j^n \left\{ (\mu Y_j T_{ij}^{1-\sigma}) / \left[\sum_i^n n_i (w_i T_{ij})^{1-\sigma} \right] \right\}
 \end{aligned}$$

由于将价格和规模经济等因素考虑在内, NEG 市场潜力也被称为真实市场潜力 (real market potential, RMP)。RMP 模型受以下因素的影响。一是生产地的工业制成品对消费地的市场进入性不仅取决于地理距离的远近, 还取决于地方开放程度、贸易壁垒等因素。二是空间竞争的影响, 其分母部分表征了来自各地的企业为争夺消费场所面临的空间竞争程度。

1.1.2 关键参数设定

差异化工业制成品之间的替代弹性 $\hat{\sigma}$ 和支出份额 M 是 RMP 模型中两个非常重要的参数。 $\hat{\sigma}$ 值越接近于 1, 意味着消费者倾向于追求更多种类的差异化产品。已有的相关研究发现, 1990

年代以来许多国家的 σ 值在 1.7~2.3 之间,并普遍随时间逐渐减小[14_15]。根据这些研究以及我们前期关于湖

北省的研究结果,设定 $\sigma=1.8$ 。由于 NEG 模型假设所有地区的消费者偏好相同,故工业制成品的支出份额 α 是常数:对 α 取不同的值,虽然会影响每个地区 RMP 的绝对值,但不会对地区间的相对值产生任何影响。根据相关研究提供的经验值,设定 $\beta=0.6$ 。

1.1.3 消费市场范围

RMP 模型衡量了生产地可以获得的所有消费市场对其工业制成品的总需求。因此,测度工业市场潜力的一个关键前提是合理界定工业制成品可以进入的消费市场。湖北省居中国中部,在国内市场一体化加快的背景下,“九省通衢”的区位优势意味着其对其他省份的市场进入性将大大提高。基于此,我们假设各县区工业制成品不仅可以自由进入省内所有县区,也可以自由进入外省市场。这时工业市场潜力可以称为国内市场潜力(记为 RMP),实际上是省内市场潜力(记为 RMP1)与外省市场潜力(记为 RMP2)之和。考虑到西藏和海南省的特殊性,暂不考虑这两个外省市场。基于数据可获得性和研究可操作性,将外省市场分别作为一个整体考虑,没有细分至县级区域。至于国外市场潜力,本文暂未考虑。

1.2 研究区域与数据

以湖北省县级行政区为实证区域单元。考虑到神农架林区作为禁止开发区的特殊性,不列入研究范围。将社会经济数据不可获得的一些市辖区和个别县市做了合并处理,得到 9 个地级市城区、11 个市辖区、24 个县级市和 39 个县共 83 个区域单元(为了行文的方便,简称为县区)。

地区总收入以地区生产总值衡量,工业制成品的种类数以规模以上工业企业个数衡量,工资率以城镇在岗职工平均工资衡量。我国统计制度中关于规模以上工业的统计口径在 2007 年发生了非常大的变化,为了尽可能减少这种主观因素对分析结果的影响,将实证分析的期间范围确定在 2007—2012 年。相应地,所有的数据来自于 2008—2013 年的《湖北省统计年鉴》和《中国统计年鉴》,其中缺乏的数据从湖北省各地市州统计年鉴中补齐。

RMP 模型中的运输成本实际上不仅考虑了两地之间的运输距离,也包含了贸易壁垒等因素。在假设所有地区完全对外开放的条件下,我们仅以随距离变化的运费成本衡量运输成本 $T_{ij} = e^{\tau D_{ij}}$,其中 τ 是单位运费, D 是两地距离。不同运输方式的单位

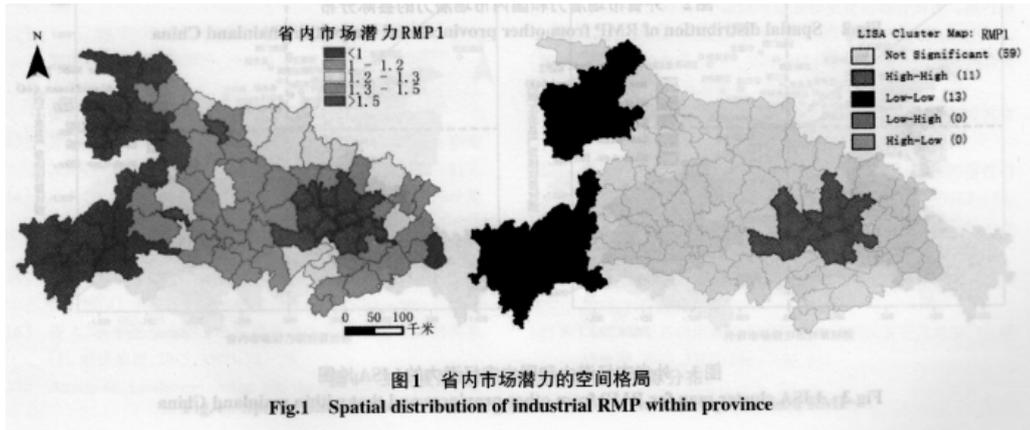
运费不同,本文主要考虑公路运输方式,并设定单位运费 $\tau = 0.8$ 元/t·km,且在研究期内保持不变。距离则以最短公路交通线路长度衡量。县内距离按 $d_{ij} = (2/3)\sqrt{A_i/\pi}$ 计算^[17],其中 A 表示该县的国土面积。

2 工业市场潜力的空间格局

随着社会经济发展和市场规模扩大,2007—2012 年湖北省县区工业市场潜力不断提高(表 1)。全省 83 个县区工业的国内市场潜力平均值由 2007 年的 24.922 增加至 2012 年的 64.728,其中,省内市场潜力由 0.700 增加至 2.291,外省市场潜力则由 24.222 增加至 62.438。但是,市场潜力的空间分布随时间变化并不大。可以看到,变异系数和基尼系数值的年际波动都非常小,县际市场潜力的相对差异变化不大;MoralsI 值的年际变化也很小,市场潜力的空间集散程度基本上保持稳定。基于此,以各县区 2007—2012 年 6 年间工业市场潜力的平均值分析空间格局。这样也可以在一定程度上减少县级行政区统计数据的年际波动的影响。

2.1 省内市场潜力

在不考虑外省市场需求的情况下，湖北省工业市场潜力的县际相对差异比较大，省内市场潜力县际分布的变异系数和基尼系数分别为 0.297 和 0.153(表 1)。总体上看，全省 83 个县区工业的省内市场潜力呈现以武汉市及其邻近县区、宜昌城区和襄阳城区为高等级中心，以广大中部地域为次等级区域，以偏居鄂西、鄂南和鄂东边缘地区的县区为低等级区域的空间特征(图 1)，与湖北省“一主两副”的城镇和经济发展空间格局基本一致。其中，武汉城区(包括江岸区、江汉区、硚口区、汉阳区、武昌区、青山区和洪山区)的工业市场潜力值最高，达到了 3.169;宜昌城区(包括西陵区、伍家岗区、点军区、猇亭区)的潜力值为 1.596,排名第 12;襄阳城区(包括襄城区和樊城区)的潜力值为 1.554,排名第 14;鄂西的咸丰县潜力值最低，仅为 0.716。



市场潜力高的县区相互邻近，市场潜力低的县区相互邻近，凸显了省内市场潜力县际分布的空间集聚态势。而衡量全局空间自相关程度的 $Momr^sI$ 值等于 0.508(表 1)，也验证了省内市场潜力的县际分布的确具有显著的全域集聚特征。图 1 为省内市场潜力值的 LISA 地图。在 $p < 0.05$ 的显著性水平下，湖北省工业的省内市场潜力分布存在显著的局部空间集聚。武汉及其邻近地区一共 11 个县区形成了潜力高值集聚区，鄂西北和鄂西南地区一共 13 个县区形成了潜力低值集聚区，中心—外围格局非常明显。

2.2 国内市场潜力

在考虑外省市场需求的情况下，由于外省市场潜力占国内市场潜力的份额在 95%以上(表 1)，故其空间格局主导了国内市场潜力的空间格局。总体上看，外省市场潜力的县际差异很小，直接导致了国内市场潜力较低的县际相对差异，变异系数和基尼系数只有 0.084 和 0.048。图 2 的左图表明，省内市场潜力明显地由东向西逐渐降低。其中，偏居鄂东边缘的黄冈市各县区以及武汉城区和鄂州市是高值连片集中地区，而潜力值最高的黄梅县正位于省域最东端；深处鄂西北和鄂西南边缘的恩施州、宜昌市和十堰市的各县区则是低值连片集中地区。外省市场潜力自东向西逐渐降低的基本格局，说明了市场进入性对地区工业市场潜力的直接影响。在完全开放的条件下，鄂东地区由于其在交通距离上对市场规模较大的中国东部经济发达地区的可进入性较高，外省市场潜力普遍较高；随着向西部延伸，对东部地区的进入性逐渐降低，外省市场潜力随之逐渐降低。

受外省市场潜力空间格局的直接影响，湖北省工业的国内市场潜力也显著地由鄂东向鄂西渐次下降(图 2 右)。按照国内市场潜力值可以把各县区分为 5 个等级：第一等级市场潜力值在 43 以上，连片集中在鄂东边缘地区，包括黄冈市各县区和武汉市的主城区及新洲区和黄陂区；第二等级市场潜力值在 40~43 之间，包括武汉市的东西湖区、汉南区、蔡甸区和江夏区，黄石市，鄂州和孝感全域以及咸宁、荆州和随州的部分县区，在第一等级区域以西对其形成环抱之势；第三等级市场潜力值在 38~40 之间，主要第二等级县区以西邻近地域以及鄂西北的襄阳市，包括荆门、咸宁、荆州、襄阳辖属县区以及仙桃、潜江、天门等地区；第四等级市场潜力值在 36~38 之间，主要集中在鄂西北和第三等级县区以西邻近地域，包括十堰和宜昌的东部县区以及随州城区；第五等级市场潜力值在 36 以下，主要集中在恩施州以及宜昌市和十堰市的西部县区。

与省内市场潜力相比，外省市场潜力和国内市场潜力的空间集聚格局也产生了非常大的变

化。首先,全域集聚度大幅提高(表 1),外省市场潜力县际分布的 $MoralesI$ 值大幅提高至 0.850,在其主导下,国内市场潜力县际分布的 $MoralesI$ 值高达 0.858。其次,局部空间集聚模式产生了较大变化,高值集聚区明显向东转移。图 3 为外省市场潜力和国内市场潜力的 LISA 地图。可以看到,以武汉、黄冈、黄石和鄂州 4 市全域为主体的 23 个鄂东县形成了工业市场潜力的高值集聚区,以恩施全域以及宜昌和十堰两市的部分县区为主体的 16 个鄂西县区形成了工业市场潜力的低值集聚区。

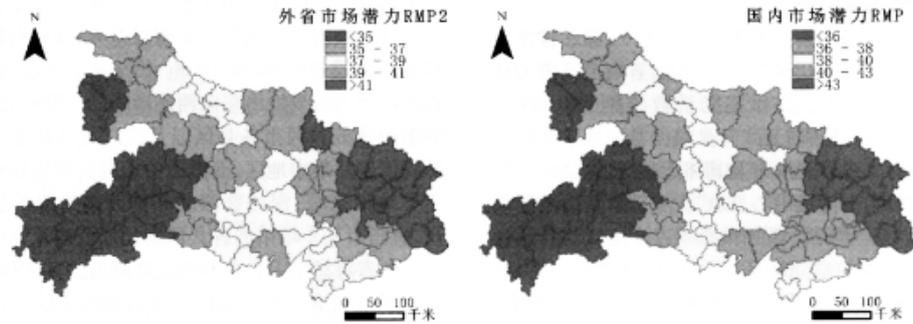


图2 外省市场潜力和国内市场潜力的县际分布
Fig.2 Spatial distribution of RMP from other provinces and that within mainland China

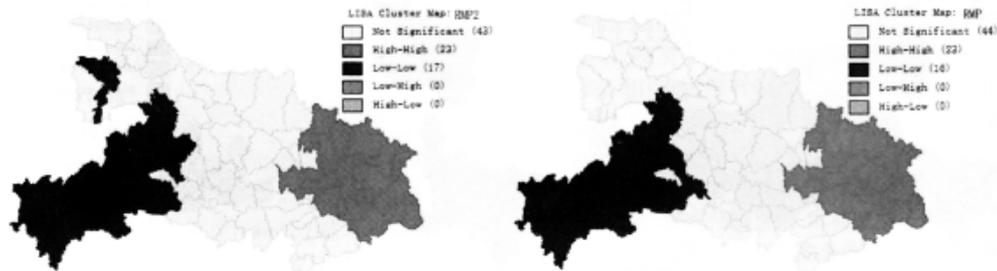


图3 外省市场潜力和国内市场潜力的LISA地图
Fig.3 LISA cluster map for RMP from other provinces and that within mainland China

3 市场潜力与工业发展格局

市场潜力是产业和要素区位选择的重要影响因素,大量的实证研究也揭示了地区经济规模与市场潜力的显著正相关。然而,现实中地区经济规模与市场潜力并不完全同步。显然,市场规模只是经济发展的需求方面的影响因素,资源条件、要素禀赋、技术状况等生产供给能力因素也会直接影响经济规模,由此导致经济规模与市场潜力不相关或负相关。另外,市场进入性是市场潜力能否转化为经济增长动力的关键因素。如果地区工业产品对消费市场的进入性受到限制,市场潜力就不能转化为现实的市场需求,工业发展水平因此会落后于市场潜力水平。一方面,外生性的地理障碍或政策安排,可能降低制成品对周边消费地的进入性,研究者称之为“边界效应”;另一方面,生产地的制成品结构与消费市场的需求特征不一致,也可能降低其制成品对这些消费市场进入性。

以每个县区 2007—2012 年人均工业总产值的 6 年均值作为衡量工业经济水平的基本指标,考察湖北省工业市场潜力与工业发展县际分布之间的相关性。结果发现,人均工业总产值与省内市场潜力显著正相关, Pearson 相关系数为 0.551;与省外市场潜力和国内市场潜力的 Pearson 相关系数虽然都大于 0,但在统计意义上都不显著。这说明,湖北省县区工业发展总体上显著地依赖于省内消费市场的进入性,而与省外市场需求的关联性并不高。根据相关程度也可以判断:湖北省县区工业发展与省内市场潜力并未表现出完全匹配,与外省市场潜力的匹配性则更差。

为了更加微观地探讨湖北省各县区工业发展与市场潜力的匹配程度,绘制图 4。其中,纵坐标是人均工业总产值相对值(以县区人均工业总产值与全省均值的比值衡量)对数,横坐标是工业市场潜力相对值(以县区工业市场潜力与全省均值的比值衡量)对数。零值曲线把散点图分成了四个象限,通过零值曲线交点的 45° 线是完全匹配线。第一象限表示工业规模和市场潜力均高于全省均值,第三象限表示两个指标均低于全省均值。落入这两个象限县区的工业发展

与市场潜力的匹配性较好，而且越接近 45° 线，匹配程度越高；第二象限和第四象限表示一个指标高于全省均值，另一指标低于全省均值。落入这两个象限县区的工业发展与市场潜力的匹配程度较低，而且越远离 45° 线，匹配性越差。

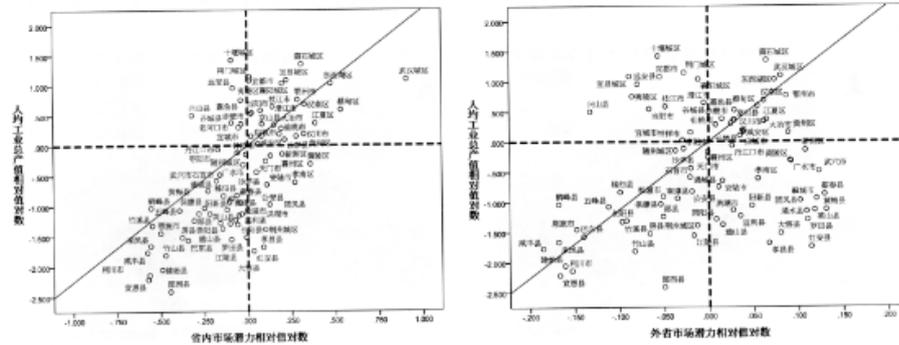


图4 工业发展与市场潜力匹配性的县际分布
Fig.4 Spatial distribution of matching between industrial development and RMP

图 4 的左图显示，全省 83 个县区中的 65 个落入了第一和第三象限，仅有 18 个县区落入了第二和第四象限，而且大部分县区向 45° 线逼近的趋势较为明显。这种空间格局直接导致了全省工业发展与省内市场潜力分布之间显著的正相关。右图表明，全省 47 个县区落入了第一和第二象限，36 个县区落入了第二和第四象限，而且相当多的县区远离 45° 线离散分布。这种空间格局直接导致了全省工业发展与外省市市场潜力分布的不相关。根据图 4 可以把湖北省 83 个县区分成四种类型（图 5）：第一类落入第一象限，市场潜力高且工业规模大（记为 HH 型），第二类落入第三象限，市场潜力低且工业规模小（记为 LL 型），第三类县区落入第二象限，市场潜力高但工业规模小（记为 HL 型），第四类县区落入第四象限，市场潜力低但工业规模大（记为 LH 型）。其中，HH 型和 LL 型是工业发展与市场潜力相匹配县区，HL 型和 LH 型是工业发展与市场潜力不匹配县区。

图 5 的左图反映了各县区工业发展与其省内市场潜力的匹配关系。可以看到，HH 型县区有 25 个，明显地沿 3 条轴线分布，即黄石城区—武汉，区—襄阳城区、武汉城区—潜江—宜昌东部以及襄阳城区—荆门城区—宜昌东部，这些县区对省内消费市场的进入性高且生产供给能力强，实现了工业发展与市场潜力较高程度的匹配。LH 型县区仅 7 个，呈点状分布，主要集中在十堰城区和宜昌西部县区，虽然对省内消费市场的进入性较弱，但其生产供给能力要素丰富，人均工业规模仍实现了较大发展。LL 型县区共 40 个，在县域边缘地带呈环状分布，对省内消费市场的进入性较差，生产供给能力也不高。HL 型县区共 11 个，包括武汉城区以北县区和孝感以及中部地域的天门、沙洋和荆州城区，虽然对省内消费市场具有较高的进入性，但其生产供给能力不足，未能充分发挥强大的省内市场潜力优势。

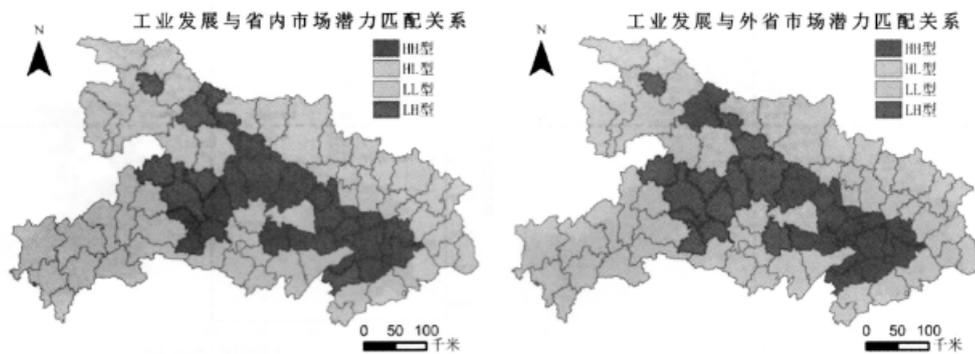


图5 各县区工业发展与市场潜力匹配关系类型
Fig.5 Type of county according to matching between industrial development and RMP

图 5 的右图反映了各县区工业发展与其外省市市场潜力的匹配关系。由于外省市市场潜力的分布重心明显向东偏移，与左图相比，襄阳城区—荆门城区—宜昌东部一线县区由 HH 型转变为 LH 型，使得 LH 型县区数量增加至 13 个并向东扩展，在中部偏西地域连片集中。虽然其对外

省消费市场进入性差,但是凭借较强的生产供给能力,人均工业规模仍高于全省均值。LL型县区明显地向鄂西北和鄂西南地区连片集中。HL型县区数量增加至23个,其中的22个集中在鄂东边缘地带,自北部地区的广水向东延伸至黄梅县后转向南至通城县再向西至监利。这些县区自身的生产供给能力较低,更为关键的是省际贸易壁垒大大降低了其对外省尤其是东部较发达地区的进入性,未能把外省市场潜力转换为现实的工业发展优势。

4 结论与讨论

基于新经济地理学经典模型,本文构建了地区工业真实市场潜力的测度方程,分析了湖北省工业真实市场潜力的空间格局及其与工业发展的空间关联性。相对于已有研究,本文通过界定地区工业产品的消费市场范围,实现了对市场进入性影响地区工业真实市场潜力的更为直观的解读。主要得到了以下结论:①市场进入性和市场规模决定了地区工业市场潜力。若假设各县区工业制成品可进入的消费市场在省域范围内,湖北省工业市场潜力呈现以武汉市及其邻近县区、宜昌城区和襄阳城区为高等级中心,以广大中部地域为次等级区域,以偏居鄂西、鄂南和鄂东边缘地区的县区为低等级区域的空间特征。若假设各县区工业制成品可自由进入国内任何地区,由于鄂东地区在运输距离上相对临近市场规模较大的东部发达地区,湖北省工业市场潜力呈现出由鄂东向鄂西渐次下降的空间格局。②地区生产供给能力以及市场进入自由度等因素影响了市场潜力作用的发挥,导致现实中工业发展与市场潜力之间并不完全匹配。由于各县区工业制成品对省内消费市场具有良好的可进入性,湖北省县区工业发展与省内市场潜力的总体匹配程度较高。相应地,主要由于现实中各县区工业制成品对省外消费市场的进入性较差,湖北省工业发展与外省市场潜力之间并未表现出显著的空间关联性。其中,鄂东边缘地带几乎所有县区的外省市场潜力高但工业发展水平低。

在外需持续疲软的背景下,对于身居中部的湖北省而言,充分利用对国内市场良好的进入性,将国内市场潜力转化为现实的市场需求优势是工业发展务实且可行的选择。其中,提高工业产品对省内外消费市场进入的自由度是发挥市场潜力的关键。为此,除了大力改善交通运输等基础设施外,湖北省更应大力推进和融入区域一体化。尤其是省域边缘地区,既要强化与邻近的省内中心城市的分工合作,又要主动加强与邻近省份的经济联系,提高对外省消费市场的进入性。鄂东地区更应抓住长江经济带、长江中游城市群建设的战略机遇,突破省际贸易的边界效应,将外省市场潜力转化为工业发展的现实优势。

参考文献:

- [1] Harris CD. The Market as a Factor in the Localization of Industry in the United States [J]. Annals of the Association of American Geographers, 1954, 44(4): 315-348.
- [2] 周伟林, 林琳, 郝前进. 市场潜能与我国制造业的空间集聚——以各省制造业(大类)工业总产值为例 [J]. 上海经济研究, 2011(3): 45-55.
- [3] 刘修岩, 贺小海, 殷醒民. 市场潜能与地区工资差距: 基于中国地级面板数据的实证研究 [J]. 管理世界, 2007(9): 45-55.
- [4] 赵增耀, 夏斌. 市场潜能、地理溢出与工业集聚——基于非线性空间门槛效应的经验分析 [J]. 中国工业经济, 2012(11): 71-83.
- [5] 王永培. 市场规模、外部性与工业集聚: 基于空间计量模型的实证研究 [J]. 南开商学评论, 2013, 22(2): 129-146.
- [6] 梅志雄, 徐颂军, 欧阳军. 珠三角县域城市潜力的空间集聚演化及影响因素 [J]. 地理研究, 2014, 33(2): 296-309.
- [7] Krugman P. Increasing Returns and Economic Geography [J]. Journal of Political Economy, 1991, 99(3): 483-499.
- [8] 石敏俊, 赵墨, 金凤君. 中国地级行政区域市场潜力评价 [J]. 地理学报, 2007, 62(10): 1063-1072.

- [9] 赵墨, 石敏俊. 东北地区市场潜力分析与区域经济发展地理研究, 2009, 28(1):203-214.
- [10] 赵墨, 石敏俊. 市场潜力与西部地区资源开发:J:. 经济地理. 2008, 28(6) : 1053-1058, 1063.
- [11] 丁小燕, 王福军, 白洁, 等. 基于市场潜力模型的京津冀区域空间格局优化及产业转移研究[J]. 地理与地理信息科学, 2015, 31(4): 89-93.
- [12] FujitaM, KrugmanP, VenablesA. TheSpatialEconomy : Cit-ies, Regions, andInternationalTrade[M]. MITPress, Cambridge, MA, 1999.
- [13] OttavianoO, PinelliD. MarketPotentialandProductivity : Evi-dencefromFinnishRegions[j]. RegionalScienceandUrbanEconomics, 2006, 36(5) : 636-657.
- [14] HansonG. MarketPotential, IncreasingReturnsandGeograph-icConcentration[J]. JournalofInternationalEconomics, 2005, 67(1): 1-24.
- [15] CrozetM. DoMigrantsFollowMarketPotentials?AnEstima-tionofaNewEconomicGeographyModel [j]. JournalofEconomicGeography, 2004, 4(4) : 439-458.
- [16] PonsJ, PaluzieE, SilvestreJ, DanielT. TestingtheNewEconomicGeography : MigrationsandIndustrialAgglomerationsinSpain[J]. JournalofRegionalScience, 2007, 47(2): 289-313.
- [17] ReddingS, VenablesAJ. EconomicGeographyandInterna-tionalInequality[J]. JournalofInternationalEconomics, 2004, 62(1): 53-82.
- [18] 赵永亮, 才国伟. 市场潜力的边界效应与内外部市场一体化 [J]•经济研究, 2009(7):119-130.