

长三角：“产业同构”与“同质竞争”

景志强

最近召开的首届长三角一体化论坛上传出这样一组信息：苏、浙、沪三地产值在前 10 位的行业基本相同，长三角有 11 个城市同时选择汽车作为未来发展的重点产业，沿海城市竞相定位为港口城市，长三角经济圈“十五”高新科技产业发展规划中，集成电路产业的同构性达 35%，纳米材料为 48%，计算机网络为 59%，软件产业为 74%。见《扬子晚报》11 月 15 日消息。

长三角各城市间产业设置的雷同现象具体表现在城市间，而产业间的雷同同样非常普遍。常熟市在总结产业构成时，对于上千家大大小小的服装加工厂在推动常熟市场形成规模区域优势的产业链中所占位置给予了肯定。

常熟服装城 13000 多个体经营户托起了常熟服装市场成为国内几大服装市场的美名。而没有样式、技术、加工和经营方式十分类同的众多服装生产经营企业的群居，也不会形成上百亿经营收入的大市场，同样不会形成常熟服装城今天的规模。据《南京晨报》10 月 7 日报道

在市场经济背景下，地区竞争和企业竞争都具有趋利和排他的属性。那种类似计划经济下的“井然有序”，是不可能存在的。如果没有各路“诸侯”全方位、多角度、立体化的超规模竞争，就没有此起彼伏的成本洼地，就不会竞相改善投资环境，也就不会有外资源源不断注入长三角，从而把长三角的竞争优势上升为国家在世界上的竞争优势。

长三角的“磁场引力”，就是靠透彻的多元竞争堆积起来的。

城市间的“同质竞争”与产业间的“产业同构”，一方面产业的多样性，使区域本来形成的产业链在相当长的时间内不能形成产业规模效应，在某种程度上制约了地区经济的发展。而城乡企业间重新分工，导致了新的经济格局的出现，这种变化是在人们不断指责结构同类、重复办厂之声中出现的。浙江义乌的日用小商品市场，光袜子加工厂就拥有数百家，每年加工的袜子就达十几亿双，每年的产值高达几十亿元；小小的柳市镇就有三家电器集团，年销售总量在 160 亿元，还不算上数十家中小电器企业，该镇并没有因为产品同类、重复建设而影响发展，反过来正是这种“扎堆”才成就了柳市镇电器生产规模和涌现了“德力西”等领头企业的“航母”。而久负盛名的盛泽丝绸生产规模也是在重复建厂中，大量的乡镇纺织企业的崛起，一批规模纺织集团的涌现，才使长三角的纺织业更具了竞争力。

另一方面“同质竞争”直接培育出区域发展的整体竞争力和影响力。早些时候，上海市政协提交的一份调研报告显示，长三角各城市间的发展水平已无悬殊落差。

近年来，上海周边地区接受国际辐射的力度在增强，上海与周边城市间的产业梯度正在逐渐弱化。专家们据此认为，基于长三角各城市先发效应和后发效应的双重作用，以往形成的发展水平的落差已明显缩小，而各城市以自我为中心的发展态势有所显现。

再一方面长三角地区产业同构、重复建设可能导致产业风险爆发始终是存在的，但是长三角众多城市把电子信息、新材料、生物医药作为自己的发展重点，起点都较高，与国际产业发展水平同步进行，相互间的产业链扣得较紧，生产配套较为完备，上下游产品基本能在长三角范围内自我平衡，由市场逐步组建多个产业集群。

市场经济条件下的重复建设有着良性的一面，目前市场投资主体已日趋多元化，即使投资失败，也主要由企业自身承担，对区域主体并不会造成直接危害。

按照行业大类来看好像“同构规划”、“同质竞争”的问题较大，但从具体产品分类角度看却并非如此，在大的产业分类上出现同构是一种集聚效应的结果。也就是说，不管是在长三角还是在全国其他地区，区域内部产业的所谓“内耗”，实际上是提升竞争力的必要代价。

而当苏州、无锡、上海都在发展汽车、芯片等现代制造业时，在用高附加值产业来替代低附加值产业的过程还未完成。适度的产业结构趋同、一定阶段的重复建设现象、某个时期产品出口市场领域相近似等等，都是助推长三角经济发展进一步做大做强的作用力。目前各城市已经确定的产业方向都是经过了前期的酝酿、蓄势与选择，许多也已“初尝甜果”，因此，此刻选择“合纵连横”比选择一味地“舍彼取此”，更理性也更有效。当然，对于目前长三角的“同质竞争”和企业间的“产业同构”，不要急着用行政计划、规划来解决，更不宜过早地以“恶性竞争”来下结论。

责任编辑：杨玉中