

经济空间视角下消费中心与生产中心之争及化解¹

周 勇

【摘要】：空间既承载经济，也制约经济。消费中心（城市）建设正成为我国国内经济大循环、内需激发、城市经济和区域经济发展的一件大事情。现代经济社会不仅需要发展生产中心，还需要发展消费中心，在一个特定区域，两者可能规模有大小，层次有区别，但往往彼此支撑，谁也离不开谁。生产中心的人员需要就近消费，消费者需要生产中心提供就业收入，消费品及时就近供应需要有生产中心的配套，等等。但是在资源、环境、国土空间约束下，建设消费中心必定会与建设生产中心产生冲突，包括在土地、基础设施、劳动力人口、资本等方面。因此，需要通过扩展空间容纳更多生产和消费、深化内涵促进生产和消费升级、分区划片避免生产和消费的冲突、改善设施条件强化生产和消费的联系、精准配套实现生产和消费的完美对接、更高层次统一融合生产和消费、区分消费层次以进行区域分工等化解消费中心与生产中心之争。

【关键词】：消费中心城市；生产中心；经济空间；内需；国内大循环

【中图分类号】：F724 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1004-518X（2023）02-0052-13

一、引言及文献综述

消费中心与生产中心协调事关我国高质量发展和新发展格局构建。^[1]党的二十大报告强调，要“着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用”^[2]。商务部等 14 部门印发《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》提出，要利用 5 年左右时间，指导基础条件好、消费潜力大、国际化水平较高、地方意愿强的城市开展培育建设，基本形成若干立足国内、辐射周边、面向世界的具有全球影响力、吸引力的综合性国际消费中心城市，带动形成一批专业化、特色化、区域性国际消费中心城市，使其成为扩大引领消费、促进产业结构升级、拉动经济增长的新载体和新引擎。^①《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》提出，培育建设国际消费中心城市，打造一批区域消费中心。^②我国居民消费占 GDP 比重远低于美国、日本、韩国等发达国家，这也说明中国经济还有非常大的消费经济增长空间。^{[3][4]}随着《关于开展国际消费中心城市培育建设工作的通知》发布，上海、北京、天津、广州、重庆五个城市开始试点国际消费中心城市。在地方层面，各省区消费中心（城市）建设热潮更是高涨，据不完全统计，包括深圳、武汉、杭州、成都、西安、郑州、南京等 20 多个城市都有消费中心城市建设的计划。^[5]但不容忽视的是，我国各大城市消费中心的建设有其生产中心发展背景。

改革开放以来，我国城市尤其大城市主要以生产制造为基础而获得大发展，随着经济扩张、人员拥挤、环境恶化、通勤困难、人居条件下降、空间效率降低，许多大城市已经不堪重负，再大幅增加消费中心功能，势必进一步加重“城市病”。几十年的发展实践、近年外部环境的复杂变化、成功抗击新冠疫情的经验，不断证明，工业制造业不能丢，中国必须继续走制造强国之路。中国已经建成世界门类最齐全的工业体系，下一步还要继续升级水平，由中国制造向中国“智造”升级。这意味着，中国由工业发展而来的资源、环境和空间约束不但不会整体缓解，还会强化，同时进一步发展消费中心也会带来新的资源、环境和空间负载。建设消费中心是否有违制造强国的基本发展导向？因此，我们对生产中心和消费中心之争应引起关注。

¹ **【基金项目】**国家社会科学基金重大项目“建设人才强国背景下激发科技人才创新活力研究”（21ZDA014）、中国社会科学院创新工程项目“推动创新驱动发展战略有效实施的体制机制及政策研究”（IQTE2023-08）

周勇，中国社会科学院数量经济与技术经济研究所、中国经济社会发展与智能治理实验室研究员；（北京 100732）中国社会科学院大学应用经济学院教授。（北京 102488）

当前，学术界对消费中心与生产中心的相关研究主要集中在以下几方面：一是对消费中心转型的研究。基于发展现状，理论界认为中国还未完全进入消费社会，但是种种迹象表明中国正在经历着一场影响深远的消费革命，尤其是经济发达地区日益与世界接轨，消费发展水平已经非常接近西方水平；一些大中城市也正在由工业中心、生产中心向文化中心和消费中心转型。季松认为，我国城市经历了空间中的生产与消费向空间本身的生产与消费的转变。^[5]付敏杰指出，城市既是生产的中心，也是生活和消费的中心，世界上的大城市群，往往也是世界最主要的消费中心，城市的生产功能和消费功能应平衡发展，比如以土地制度改革为核心，全面控制生活成本和生产成本，推动城市宜居宜业。^[6]王念祖、王育民提出，发展文化产业是促进后工业时代城市生产与消费转型的重要手段。^[7]毛中根等实证发现，长三角城市群工业化率对当地消费水平有正向影响。^[8]二是对消费与生产的空间适应性研究，主要从经济空间竞争方面去研究，经济空间竞争是经济空间适应性分析的重要内容，主要有以下两种视角。第一种基于某类产品或者经济活动，研究生产和消费在空间内的适应性。比如，张永生等分析了我国现有能源生产结构和消费结构后认为，如果处理不好能源生产和消费的空间结构性关系，国家发展将会受到严重制约。^[9]余慧容、杜鹏飞对京津冀地区消费端的耕地需求及供给来源进行分析，并将其与生产端的耕地资源进行对比，探讨不同情景下的耕地生产与消费均衡。^[10]段健等分析了青藏高原粮食生产和消费的空间变化特征，发现青藏高原粮食生产与消费空间分布不均衡，粮食生产呈环形分布在青藏高原东部湟黄谷地、藏东和藏南沿江河谷地带，中部和西部粮食产量较低，粮食消费呈东高西低格局，本地粮食生产不能满足居民消费需求。^[11]何友、曾福生分析了中国各省级行政区粮食生产和消费的空间格局，发现粮食生产和粮食消费的空间匹配性在不断下降，空间布局和粮食利益矛盾进一步加深，区域利益矛盾激化。^[12]罗怀良基于重心模型，分析了中国粮食生产重心与消费重心的移动方向、速度、距离等演变特征，及两者的空间耦合关系，发现粮食供需的空间分布具有明显空间差异性。^[13]第二种基于特定场域，包括特定国家、城市、地区，研究生产和消费的综合适应性。如肖蓉等以南京新街口为例，对城市的生产和消费均衡进行分析，发现传统城市是顶层设计下的空间生产机器，在特权消费与大众生产之间维持着精妙的平衡，商业则是这一复杂系统中的辅助性制度设计；近代城市工业化转型破坏了这一系统，但受地缘政治、工业基础等多因素影响，并未能在工业生产与居民消费之间重建平衡，商业空间发展两极分化；现代城市通过制度干预，重建商品生产供给与消费需求之间的均衡关系，商业空间发展逐渐回归市场机制与公共政策的双重调节，并出现中心极；在当前大众消费需求日趋分化的趋势下，应从等级设定、规模预测、区位选择、主体特征以及空间组织等方面科学规划城市空间。^[14]

从现有文献来看，关于消费中心（城市）的研究很少，涉及城市生产中心与消费中心两者关系的分析少之又少，仅零散讨论，还没有作者进行专题研究，未形成系统研究框架。研究生产与消费空间适应性的文献虽然还不多，但从中可以看出，随着中国由生产大国向消费大国转变^[15]，生产和消费协调这一议题将会越来越受到关注。目前相关文献主要从一般经济活动层次如产业、产品、场域等讨论生产和消费的空间协调，较少从极化、中心—外围层次，尤其经济中心层次，讨论生产和消费的空间协调。已有文献^{[16][17]}也只是零散碎片化地论及生产中心和消费中心的协调发展问题，本文拟通过专门研究，弥补系统论述文献的不足。

经济原理不断启示，实践经验一再证明，供给和需求需要平衡，生产和消费需要同步发展，国内外贸易需要平衡，过高的国际收支落差不利于经济可持续发展，刺激内需、稳定外需、扩展消费也是既定的基本发展策略。应该说，真正的问题不是要不要既发展生产中心又建设消费中心，而是应该明确，我国既要发展生产中心也要建设消费中心，关键是如何看待两者的对立统一关系，同时采取有效的协调措施，化解矛盾。本文围绕生产和消费之争，研究生产中心和消费中心如何构建协调关系，形成统一机制，更全面有效地服务新发展格局。

二、相关概念辨析

（一）消费中心

消费是社会再生产过程中的一个重要环节，也是最终环节，它是指利用社会产品来满足人们各种需要的过程，分为生产消费和个人消费。前者指物质资料生产过程中的生产资料和生活劳动的使用和消耗。后者指人们把生产出来的物质资料和精神产品用于满足个人生活需要的行为和过程，是“生产过程以外执行生活职能”，它是恢复人们劳动力和劳动力再生产必不可少的条件。^{[18][19]}本文研究的消费主要是个人消费。

近年来政策文件和学术文献中，与消费中心相关的概念有多个，如消费城市、消费中心城市、区域消费中心、国际消费中心城市等，因此需要结合本研究特点，区分它们的政策提法和学术概念，厘清它们之间的差异与联系，以免混淆概念。“中心”有多种释义，一是在某方面占据首要地位的城市或地区，如政治中心、文化中心、经济中心。二是跟四周距离相等的位置，比如有人站在大厅的中心，其反义为外围、边缘。三是事物的主要部分，如思想中心、领导中心、战略中心，相近的词是核心。四是处于主导或关键地位，如中心人物、中心环节。其中第一种、第二种释义与消费中心有关，如第一种释义是城市或者地区意义上的，按照这种释义，消费中心首先是指消费城市或者消费地区，其次是指在一区域范围内占据首要消费地位的城市或者地区。把握消费中心的含义需要注意三方面：其一，消费中心的“中心”是一个地域概念，可指城市或者地区；其二，消费中心是一个位置概念，是指占据消费首要位置的消费城市或者地区；其三，消费中心是一个区域概念，是与外围区域相对而言的中心。从当前我国的建设实践看，消费中心更多指消费中心城市。从研究边界看，本文在城市的框架内探讨消费中心，所以将相关概念辨析如下：消费中心位于城市；消费中心是消费城市，但反之不然；消费中心就是消费中心城市；区域消费中心就是区域消费中心城市，反之亦然；国际消费中心就是国际消费中心城市，反之亦然；国际消费中心与区域消费中心，国际消费中心城市与区域消费中心城市在中心指向上一致，只是圈层范围不一致。“消费中心”“消费中心城市”“区域消费中心”“国际消费中心城市”几个概念中，“消费中心”更本质和一般，消费中心的“中心”既包括城市也包括地区（本文不讨论消费地区），消费中心直接指代消费中心城市，区域消费中心也就是区域消费中心城市。总之，消费中心的“中心”已经包含了区域、范围概念，而且主要以城市为载体，因此，当提到“消费中心城市”“区域消费中心”“国际消费中心城市”时，本文以“消费中心”泛指，如不特别说明，消费中心和消费中心城市在内涵上具有一致性，国际消费中心城市和区域消费中心城市只是消费中心外延的不同。

（二）经济空间

经济空间是人类社会空间在经济维度的抽象与具象，是经济发展的基本前提和基础条件，没有空间的人类经济活动是不可想象的。经济空间理论从属于西方空间经济学，其发展大致可分为三个阶段，第一阶段是19世纪初期到20世纪40年代前后，这一阶段主要是对不同产业、企业的区位选择以及交通、劳动力、集聚等影响因素进行规律性研究，形成了经典的区位理论；第二阶段是20世纪40年代到20世纪80年代，研究的重点转向了区域总体空间架构与形态，开始探索空间中各主体的优化组合，从主要考虑经济因素转向注重社会、环境、行为、信息等因素的影响，逐渐发展为区域空间结构理论；第三阶段是20世纪80年代以来，区域经济空间结构理论发展为新空间经济学，研究的重点立足于空间、贸易、集聚的分析，引入数学模型并进行计算机模拟实证分析。国内对经济空间的研究缘起于20世纪80年代，进入21世纪后逐步成为热点。[20]已有相关经济空间理论包括新经济地理理论、集聚经济理论、新贸易理论、空间相互作用理论、空间结构理论等。国内相关经济空间理论的应用研究能够有效支持本文的分析。值得进一步说明的是，随着互联网和数字技术的发展，经济形式进一步分化为线上和线下，经济空间也由此分化成线上空间和线下空间，其中线上空间主要为数字化虚拟空间，线下空间主要是传统的地理或者实体空间。以店铺为例，现在既有实体店，也就是传统店铺，也有虚拟店，如淘宝上的众多电商门店。反映在消费领域，当前线上线下消费分化加速，线上消费方兴未艾，为拓展和经营好消费空间，需要线上线下融合发展。^{[21][22]}

三、消费中心与生产中心的经济空间统一

消费中心和生产中心的空间统一有其内在逻辑，两者功能上存在固有联系。供给和需求构成完整的经济体系，生产与消费整合才能实现完美的生产与再生产，而人们日常的生产和生活活动范围总是有限的，地理交通总是存在成本，包括物质成本、服务成本、市场成本和交易成本。尽管设施条件不断改善、技术水平不断提高，但地理交通的障碍和瓶颈总是在一定程度上和范围内存在。通过进行合理的空间分工，在一定的地域内实现供给和消费的一体化，有其必要，且可能。

（一）生产中心的人员需要就近消费

运输成本是影响人类经济活动区位决策的重要因素之一。德国经济学家杜能将运输成本作为影响区域地租的重要因素，他将随着距离城市远近形成的地租差异作为影响农业区位的主要因素，包括对农业土地利用方式以及生产专业化水平的影响，杜

能认为运输成本和运输距离、运输重量呈正向相关关系。^[23]运输服务过程中付出的各种成本代价，如时间成本、货币成本等，特别是时间成本，对旅客运输以及高价值货物运输而言十分重要。^[24]生产中心的生产者、居民、商务白领、投资者等需要就近消费。在经济的社会化方面，先是生产的社会化，即通过社会生产满足家庭消费，而后是消费的社会化。随着生产成果越来越多，交换越来越多，产生更多的收入用来社会消费，即消费更多由家庭转向社会。比如以往人们更多付出家务劳动，自己做饭吃，现在更多去餐馆吃饭或者点外卖。生产和消费都是人们日常的活动，而且需要就近配套，很多情况下，生产者既是消费者，消费者又是生产者。生产中心的人员为满足各种需求需要进行多种消费。

一是日常生活需要就近基本消费。人们通常边生产边消费，一天有较为固定的生产时间，并形成了一定的工作时间制度，如8小时工作制，也有较为固定的消费时点，如早、中、晚餐的安排。生产中心的人员为了日常衣食住行等需要基本消费，基本消费是为了持续工作所必需的，一般需要就近补给、近距离安排。

二是工作之余需要就近消遣消费。工作越繁忙，越需要消遣，压力越大，越需要放松，为消遣和放松，人们需要休闲消费。对于生产中心的人而言，一般的休闲和日常消费地不能距离工作地太远，不能因为路途时间长而耽误工作，更不能因为远途的日常消费而加重消费负担。比如休闲消费是为了放松，缓解压力，如果消费距离过长，就会让休闲变成紧张的长途跋涉，路途辛苦让人们达不到休闲的目的。

三是为工作联络需要商务消费。生产中心的人为了商务沟通需要进行商务消费，一个订单协议的达成不仅是生产协作关系的建立，而且是人情关系的搭建、信任关系的建立，通过一定的商务消费更有助于工作联系的形成。为协调工作和商务消费，商务中心和休闲设施往往设在一起，比如星巴克品牌就是瞄准了这种商机，它往往在写字楼的过道空隙处营业，让商务人员随时随地可以坐下来轻松洽谈。

四是创新创意需要就近休闲消费。创新创意是高强度的脑力劳动，专业人员需要身处一定的宽松环境；同时高强度脑力劳动的人往往身体运动量不足，脑力活动和体力活动需要协调，因此他们需要补充运动消费。研发中心和运动休闲中心往往紧挨着，休闲中心相比办公室可能更有利于创意人员出成果、研发人员搞创新。

五是照顾身体需要就近医疗消费。在生产中心，高强度劳动极易对人造成损耗损伤，无论是精神创伤还是生理创伤。所以在生产中心的人离不开生理医疗和精神治疗等健康消费，而且治疗需要及时，一旦生病或者工伤需要急送医院。对于日常小病小痛，更需要就近医治，如果距离太远，人们可能权衡医疗交通成本和预期治疗成效后，会选择不治疗，从而耽误病情，影响医疗质量，不利于工作的开展。

六是为技能提高需要就近培训消费。随着现代生产技术水平提高和生产复杂化，生产中心对人们劳动技能的要求也越来越高，而且技术更新速度在加快，劳动者需要不断学习新技能。以往一技养一人越来越不现实，变得只能养人一时，为保证不被淘汰，劳动者需要不断进行人力资源投资，培训消费占据了人们越来越多的消费份额。在工作之余“充电”已经成了大城市许多年轻人的生活常态。既然技能培训是在工作之余，时间有限，培训消费就不能距离生产中心太远，因而需要就近获得培训服务。

七是为抚养后代需要就近教育消费。生产中心的雇员有家庭，有小孩，需要履行培养下一代的义务，如果中小学校离生产中心太远，雇员们花费大量时间接送小孩，会不利于其工作。当前，许多城市之所以难去生产功能，与大量生产人员需要照顾家庭、小孩需要上学紧密相关。往往能够解决小孩上学的企业更有人才招揽吸引力，没有高质量教育配套设施的生产中心较难留住年轻人才。

（二）消费者需要生产中心提供就业收入

收入是消费的基础，没有稳定的收入就没有稳定的消费，没有较高的收入就难有高档次的消费，消费中心需要生产中心提供劳动报酬机会。当前，一些城市区域有不断向消费中心发展的趋势，比如县城、乡镇，甚至还有偏远、落后地区的中心城市。一个地方之所以能够以较为单一的消费经济发展下去，主要通过两种方式：一种是外向外源方式，即利用消费服务的经济造血功能吸引外来消费，促进本地消费经济发展，其中“外向”是指基于外来消费人群，“外源”是指消费支出外来；另一种是内向外源方式，即本地人员在外地生产中心就业，但所获得的收入被寄回老家，用作本地消费，用于促进本地消费经济发展，其中“内向”是指基于区内消费人群，“外源”是指消费支出是外来的，尤其来自区外生产中心，如打工经济。打工经济是一种特殊的经济形式，通过劳动力流动，实现打工者和家庭远距离分隔，打工者生产和家庭消费的远距离分立，生产中心和消费中心分置。更普遍的形态是近距离的同地分区，如城市生产区和消费区之间、城乡之间、城郊之间、大城市和卫星城之间。无论是哪种方式，以消费经济发展促进消费都是有限的，也即消费服务提供尽管也能产生经济增值机会、就业机会和劳动收入，但消费更多以生产为基础。一个经济体要全面可持续发展，需要通过生产中心产生劳动收入、生产出劳动成果，供消费中心消费，因而消费需要“生产”，消费中心需要“生产中心”匹配，生产中心和消费中心需要统一。因此，生产中心与消费中心的位置最理想的是邻近统一，即一个区域或者城市既有生产中心又有消费中心，劳动力跨区域转移、两地分居会带来经济和社会方面的负面影响，不利于经济高质量发展和生活质量水平的提高。

（三）消费品及时就近供应需要生产中心配套

尽管现代交通解决了大部分物品的长途运输问题，但这种解决只是缓解，不可能完全消除，成本、运输时间仍然在一定程度上制约消费品的长途供应。远距离供应导致物流成本提高，并给货物带来一定程度的损耗风险，对生产者和消费者而言都增加了成本，抬高了消费品价格，并最终影响市场需求。从保鲜、及时响应消费者需求来看，就近生产供应更有优势，尤其对于一些生鲜产品，消费者需求近乎即时。如，一些消费者喜欢“农家乐”消费，因为农业生产中心提供了原生态、地道的生鲜供应；湖南人喜欢“鱼吃跳”，养殖鱼塘和餐馆就建在一起；广东人爱吃新鲜海鲜，经营者常常在海边甚至海上开餐厅，生产中心和消费中心合二为一。一些地方特色消费，主要基于当地的自然资源禀赋，如地方土菜消费，所用食材甚至食具均来自当地，并当地生产。又如民俗和非物质文化消费，生产设施就在消费基地。因此，在一定程度上，消费品需要就地生产，将生产中心和消费中心截然分开，尤其相隔较长距离，并不可行。另外，对于一些特色类、专业性消费中心，其之所以能够特色化、专业化，是因为生产中心提供了直接的基础，也就是说生产中心是消费中心形成的直接原因。比如四川自贡灯会久负盛名，拥有“天下第一灯”的美誉，灯会消费很有吸引力，其有较为发达的灯饰制造业为基础，灯饰制造和灯市消费，一个生产中心和一个消费中心，共同造就了自贡灯会、灯饰产业的辉煌。

四、消费中心与生产中心的经济空间对立

生产、分配、流通、消费对于经济体而言，任何一个环节都不可或缺，只有所有环节同步发展，经济才可能全面发展。一个全面发展的区域或者城市不仅要建设生产中心，还需要建设消费中心，但全面发展往往带来规模扩张和资源竞争压力。无论是消费中心还是生产中心，都需要占用空间资源，包括空间中的自然资源和社会资源，不仅仅是土地、矿产等自然资源，还有资本、资金、劳动力等经济资源，两者不加区分地全面建设必然造成资源紧张。在资源环境约束和区域要素总量限制下，消费中心与生产中心不可避免地产生经济空间对立。

（一）土地之争

城市的国土面积有限，而且越是中心城区地价越高，用地矛盾越难协调。城市经济发展的服务业分为生产服务业和生活服务业，前者对应生产中心，后者对应消费中心。围绕城区土地，生产服务业和生活服务业之争一直以来比较激烈。生产服务业如大企业的总部、设计中心等，它们是生产中心的高端部分和引领者，往往以实力强劲的生产制造业作后盾，话语权大、影响力强，而生活服务业代表了广大居民和消费者的诉求，该领域的一般投资者、从业者、经营管理者实力远不如生产服务业的强大，他们话语权小，影响力弱。换言之，生产服务业背靠生产制造型大企业或者体系庞大的企业群，这些大企业或者大企业群有庞大的产业链体系和巨大的产能为基础，且行业集中度高，有规模优势，实力强劲，往往也是纳税大户，而生活服务业以

中小企业为主，大多数是小微企业，企业不仅规模小而且行业分散，需要政策扶持，非创税大户。因此，中心城区土地的划分可能不是依据产业体系协调、配套效益来定的，发展哪一类经济中心可能受该城市话语权大的企业影响。当前，我国许多城市，尤其发展中的二线、三线、四线城市，他们之所以经济社会功能紊乱，土地规划配置不当是首要原因。如果没有一定的政策扶持，消费中心往往在土地之争上不敌生产中心。

（二）基础设施之争

为发展专业化、专门化的消费中心和生产中心，必须有基础设施作支撑，而且是各自功能相异、条件不同的专业化、专门化基础设施。而一个城市的城建投资是有限的，为了创税、增加财政收入或者基于经济人动机，政府往往对生产制造类大企业有更多政策倾斜，从而让生产中心获得更多的基础设施投入。而消费作为民生事业和社会产业，在政绩考核的约束下，尽管有社会各界的强烈要求和经济学的理论支撑，也可能在基础设施投入上不敌生产制造业。当前，我国消费基础设施建设往往落后于生产基础设施建设，各地更多按照生产制造中心的思路在搞建设，而消费的基础设施呈现“老、破、小”的局面。比如，随着消费中心扩容，一些城市给排水管道还是原来的规模，基础设施超负荷运行，俗称“小马拉大车”。

（三）劳动力人口之争

一个区域乃至一国的劳动力总量在一定时期是有限的，从长期来看，是受资源环境的约束，且人口增长也有其上限。根据世界各国的生育情况来看，近年大多数国家、地区、民族生育率均在下降，因此，未来劳动力的增长空间极其有限，甚至有规模萎缩的可能。而生产制造和消费服务都需要占用劳动力，发展消费服务占用了更多劳动力意味着生产制造的可用劳动力减少，所以生产中心和消费中心存在着劳动力之争。从劳动强度、劳动环境、劳动舒适度来看，总体上生产中心不敌消费中心，如果大规模发展消费中心，生产领域的劳动力将被更多吸引至消费领域，而造成制造业缺工。当前我国已经出现了制造业招工难问题，消费服务是劳动力密集型行业，服务越精细越需要密集使用劳动人员，如何平衡劳动力应该成为我国生产中心和消费中心布局的重要课题，如果平衡不好，不仅消费中心不可能持续发展，生产中心的发展也会受损，最终将影响整体的国民经济和社会福利。生产领域和消费领域的劳动力之争还有另一种表现，即消费领域的低工资并不能对劳动力形成挤出效应，许多劳动者宁愿守着消费领域的低工资，也不愿意去生产领域相对高的工资岗位，两个领域的劳动力市场出现脱节。

（四）资本之争

发展生产中心和消费中心都需要投入资本，而一国一定时期的资本总量是有限的，把资本更多地投入消费中心就意味着生产中心投入的资本量将减少。目前我国已经出现了相当规模潜在生产资本的消费替代，许多投资者不再涉足制造业，大量制造业投资者从生产制造领域退出，进入消费服务业。生产制造业投资减少，加上国内大量生产制造产业向越南、印度等地转移，这让我国制造业投资尤其是民营投资不容乐观。影响制造业投资的第一个重要因素是投资成本，制造业投资成本提高与消费服务业投资占用有关，消费资本扩张过快影响了生产资本的稳定投入。第二个重要因素是投资效率，消费服务业比制造业投资见效快。尽管制造业对一国的经济基础、产业国际竞争力和社会民生保障等起着重要作用，但因为消费服务业的投资见效快，制造业竞争强度大、利润微薄而受到一定程度的冷遇。同时，过度资本化也使消费服务业的内部资金成本提高、服务成本提高，但并没有因此形成消费资本向生产领域的外溢，反而内卷化严重，一边消费资本膨胀，效益下降，一边生产资本投入增长放缓，两者没有形成良性互动。

（五）积累之争

生产中心和消费中心积累之争首先表现在长期积累和短期花费之争上。生产中心生产出产品，创造劳动成果，消费中心尽管也能在服务中产生经济增值，但其产生机制是在消耗生产劳动成果中产生增值，其经济增值越多，意味着直接生产劳动成果被耗费越多。但不可避免的是，生产是手段，消费是目标，人类生产归根结底是为了幸福生活，不消费仅生产不仅有违人性，

也不利于经济发展，更不利于社会稳定，会严重影响人民群众的获得感。因此，需要发展消费，建设消费中心。对社会而言，是为了未来发展积累财富还是仅顾眼前而消耗财富，一直是一个争议很大的问题，这类似于我国计划经济时代的重工业和轻工业发展之争，前者主要为了生产积累，后者更多为了生活消费。社会由个人组成，对个人而言，是为了长远的奋斗目标而积累还是只顾当下消费，这也需要平衡。生产中心和消费中心积累之争还表现在物质财富和精神财富积累之争。我们不能把消费中心建设仅仅看作消耗，认为只是消耗物质产品、资金，消费中心也创造经济价值，更创造精神文化价值。消费是生活过程，在一定程度上会积累精神文化财富。如教育消费，不仅获得知识财富并创造知识财富。服务消费的提供过程也是文化创意、技术创新、精神文化财富积累的过程。物质财富和精神文化谁更重要，相关认识决定着生产中心和消费中心的建设选择。

（六）市场之争

生产中心和消费中心之间还有市场之争，人们更多购买了消费服务，就可能减少对产品的购买。比如，现在很多网络消费者，衣食住行都很简单，衣服能穿就行，吃饭能饱肚子就可，住有一张床就满足，出门有公共交通工具就行，主要的资金、时间、精力都花在网络上，如给网络明星打赏、浏览各类付费网站、沉迷于网络付费游戏等。这种消费不但不能平衡生产，反而导致生产过剩。消费者是购买消费服务还是购买生产的商品，如果不能有效平衡，还会直接导致某一类产业市场兴旺，另一类产业市场萎缩。当前越来越多的实体门店关闭，而网络低俗直播服务越来越火爆。实体店的很多功能是网店所不能替代的，替代的结果是生产中心的功能越来越难实现，网络消费的片面化、简单化损害了生产制造市场。

五、消费中心与生产中心的经济空间协调

消费中心与生产中心的适应性需要以良性合作替代恶性竞争，以空间协调的思路化解消费中心与生产中心之争，更新观念，改变思路，采取有效措施，实现两者关系的协调，最终实现共同发展。

（一）扩展空间容纳更多生产和消费

人类在经济社会发展过程中，起初以发展生产中心为主，只有在生产中心高度发展，劳动剩余和收入水平提高的背景下，消费中心才得以渐渐分化出来。尽管也有封建社会后期的商人城市，但随着工业革命的到来，很长一段时期，城市几乎由工业主导。[25]随着技术进步和生产发展，工业规模越来越大，现有城市空间越来越不堪重负，连日益庞大的制造业都容纳不下，更何况是新发展起来的消费服务业。改革开放以来我国的城市发展也是同一趋势，先集中发展了生产制造功能，消费功能只是生产制造功能的补充。随着经济规模的扩大，分工越来越广泛而细密，生产体系越来越复杂而庞大，在一个狭小的传统城区范围内很难排列开这些功能，生产如此，消费也同样如此。现代城市为适应生产和消费的体系化、规模化发展，需要不断更新城区的经济部门、突破已有的城区范围。比如一些城市以往有中心城区和郊区之分，后来城郊界限消失，都变成了统一的城。接着，城市发展的概念又发生单城向多城、不同城向同城的转变。再接着，同城发展又开始转向都市圈、城市群发展。现在更进一步转变为跨区域发展、经济区一体化发展、经济带发展。城市的内涵不断丰富，外延不断扩展，城市能够容纳更多的生产和消费功能，这也为生产中心和消费中心专业化、专门化发展创造了条件。近两年全国多省份的省域副中心建设正是大城市扩容的重要体现，中国城市化发展实践充分证明，城市扩容是解决消费中心与生产中心之争的重要途径。

（二）深化内涵促进生产和消费升级

现代消费是一项重要的城市功能，同时，城市也因有消费中心功能而更加内涵丰富，在以往生产功能基础上进一步强化消费功能是现代城市发展的基本导向。城市之所以能够在已经很复杂的生产功能之外再增加消费功能，在于现代的城市提炼了自己的核心内涵，扩展了已有的空间外延，不断将非核心的生产功能外迁，同时将现代化的核心消费功能内移。现代的城市更多是“乡城”概念、“郊城”概念、都市圈概念、城市群概念、经济带概念等。“乡城”是指以乡村支撑的城市。乡村作为城市的“治下”，其资源由城市统率，城市向乡村转移生产和服务功能，如农家乐、农产品深加工等。以农产品深加工为例，以往更多是将农产品原料运到城市加工，现在更多是在农产品原料地就地加工农产品，深加工产品直接通过物流转运至各地城乡市

场。“郊城”是指以郊区支撑的城市。郊区作为城市的近邻，以前与城市是分割的，城区政策和郊区政策有差别，大多数城市在做区域各项事业和各类产业规划时通常将中心城区和郊区区别对待，郊区更处于边缘和弱势地位。如 20 世纪 80 年代的长沙，除了东区、南区、西区、北区是中心城区之外，其余偏远区域，围绕长沙的周边地带统一叫作郊区，基础设施和产业项目投资主要在中心城区。随着现代城市的发展，城市建设中郊区的概念在淡化，郊城不断一体化，甚至离中心城区稍远的地带反而成了开发的重点区。仍以长沙为例，在 20 世纪 90 年代政府撤销了原来区划后，新成立的美蓉区、开福区、岳麓区、雨花区都就近涵盖了一部分原来的郊区。由分立的城市和郊区合并形成“郊城”后，城市发展空间更大，在土地财政背景下，原来的郊区区域迎来了前所未有的发展契机，城市中心的生产制造业纷纷外移，抢占富余空间，享受低地价带来的好处，从而缓解了劳动力和投资约束。生产和消费升级后，城市在既定的空间范围和资源约束下，能够以更精细化、更高层次的生产和消费支撑自己的高端发展，从而创造出更大的经济能级，实现资源、环境、空间等的协调。

（三）分区划片避免生产和消费的冲突

生产和消费的功能属性不同，一方面两者谁也离不开谁，需要互补，一方面都有各自的发展诉求。因此，清晰、合理的分区划片是避免冲突的有效途径。生产更多是为了生产出产品，消费更多是为了获得消费满足；生产人员为劳动者，消费人员为消费者；生产以厂商为组织，消费以家庭或者集体为组织；生产是为了发展经济，消费是为了改善生活；一个更多创造成果，一个更多享受成果。组织形式、人员身份、发展目标和经济社会功能的不同，决定了两者尽管允许一定程度的融合，如生产厂区也应该建有生活小卖部，但更广泛意义上两者应该分置。另外，生产和消费所需的设施条件、运转要求也不同。比如生产中心可能需要二十四小时运转，但消费中心需要夜间安静以满足周边居民的睡眠需要，所以两者不能建在一起。生产中心的电力全天候重负荷，而消费中心晚上可以降低电负荷，所以两者适当分立有利于资源的调配。生产中心，尤其是生产制造中心污染较大，不利于人们长期生活，因此在生产中心之外，相隔一定距离才能建设居住消费中心。为实现生产和消费的分工与专业化，需要区别性打造设施条件，生产中心应多建厂房、工业区，消费中心应多建绿地、市民休闲区和生活区。生产中心更多是一家工厂独立、封闭式布局，消费中心更多是一片片生活区、消费商圈，为便于人们交流，应有更多开放性平台，如大型广场。

（四）改善设施条件强化生产和消费联系

许多消费中心的形成具有历史传统和地域特色。比如一些旅游消费中心、历史上的河运和驿道交通要地，其与现代生产中心的配套关系不是很明显。对于远离生产中心的消费中心，需要改善其基础设施条件，强化生产中心和消费中心之间的长途连接配套。比如世界各地生产区域的人到湖南张家界旅游，旅游消费地和生产中心地往往相距遥远，因而张家界需要发展与各地相连的包括航空、高铁在内的快速交通。当前张家界已经形成了以公路、高铁、民航为主的立体交通体系，城市旅游消费活跃。又如发展信息基础设施，通过互联网平台、物流建设，将偏远地区的农业生产中心和大城市的消费中心紧密联系起来，农村通过直播带货将农产品销往城市，而农村居民通过手机、网络等享受大城市的文化娱乐消费，甚至农民通过信息手段获得技能培训服务，农村小孩通过网络获得更优质的城市教育服务。连接性的设施条件在一定程度上能够化解生产中心和消费中心远距离分立所带来的矛盾。比如在都市圈建设中，一些城市更多发展生活、消费功能，而与当地居民配套的生产功能却被配置在其他城市，通过高效的同城化设施打造，生活城市和生产城市实现了生产中心和消费中心功能的协调。

（五）精准配套实现生产和消费完美对接

生产中心可分为劳动密集型制造中心、技术密集型制造中心、研发中心等，相应的消费设施也应体现不同层次劳动者的消费特点。如对劳动密集型制造中心的消费配套以批发零售市场和一般消费服务为主，对技术密集型制造中心的消费配套以中高端购物和奢侈消费为主，对研发中心的消费配套以便利、休闲为主。在区域配套方面，一个消费中心需要对应一定的生产区域，而且随着中国经济不断走向国际化，不仅要有国内区域的配套，还要注意国际区域的配套导向，针对相关国际区域发展消费服务。比如，在中国国际消费中心城市布局中，国内部分，北京对应全国产业区域的消费，天津对应京津冀生产区域的消费，上海对应长三角生产区域的消费，广州对应珠三角生产区域的消费；国际部分，北京对应全球产业区域的消费，天津对应俄罗斯

远东、朝鲜半岛生产区域的消费，上海对应中国台湾地区、日本等生产区域的消费，广州对应东盟生产区域的消费，重庆对应南亚、东盟生产区域的消费，通过精准配套实现生产和消费的完美对接。

（六）更高层次的统一融合生产和消费

生产中心和消费中心发展到一定规模，需要突破现有的市域、省域甚至国家范围，因此涉及跨域行政协调、社会融合、文化交流等问题。比如将来上海建成的国际消费中心首先是上海自己的消费中心，其次是长三角的消费中心，再次是中国的消费中心，最后是世界消费中心。为有效集聚和扩散消费，上海需要与周边各省、全国各地衔接相关政策，对接相关基础设施。如深化长三角消费品制造业和终端消费市场的联动发展，优化消费品设计、制造和销售产业链的分工布局，为本土品牌孵化提供产业腹地支撑。建立“客流共享、平台互联、主体互动、宣传互通”的长三角联动办节机制，把“五五购物节”打造成为长三角消费资源联动推广的载体和平台，开展“满意消费长三角”行动。^⑥针对社会融合问题，随着农村人口非农转化，农民工亦工亦农，亦城亦乡，既是农村消费者也是城市消费者，不仅在农村区域发展也在城市区域发展，不仅在农村生产中心就业也在城市生产中心就业，这就不可避免带来了相应的社会和文化冲突。比如先锋化的城市消费在农村生产区被认为夸张，而朴实的农村消费在城市生产中心则被认为不合时宜。农村和城市都包含着各自的生产功能和消费功能，存在着一定的文化冲突，需要经过一定的融合才可能弥合彼此的分歧，因此，更高层次的协调促进措施很有必要。比如建设城市社区，推进基本公共服务由户籍居民向常住居民转变，帮助农民工不断融入城市，适应城市消费文化，提高消费的文明程度。

（七）适当分立消费层次以缓解生产中心和消费中心的区域分工压力

生产中心的人员有就近高层次消费的需求，但这种需求偏好正在被改变。随着生产的发展，经济水平的提高，人们需要的绝对劳动时间越来越短，社会对劳动力的需求总体上呈下降趋势。从消费角度看，这让人们更有时间消费，更有能力消费。同时从劳动角度看，更多的人可以脱离生产，从事消费服务。从消费基础看，甚至还产生了财富食利阶层，不需要劳动就可以消费。随着交通条件和社会交易条件的改善，汽车、高铁、飞机等快速交通工具的发展，以往消费可能只是在城内不同地点，现在可以从市中心到郊区消费，从一个城市到另一个城市消费，从城市到农村消费，甚至跨省、跨区域消费，跨国消费都越来越多。因而生产和消费的邻近性、同时性被打破。人们可以不依赖就近地进行消费，消费地紧靠生产中心的局面被打破，远距离的专门化的消费中心成为可能，这也为专业化、高品质、高层次的消费中心发展创造了条件。当前我国已经形成消费者基本消费和高端消费的区域分工，消费服务提供方面也逐渐形成基本消费和高端消费的区域分工。在生产中心内有消费场所，但更多是基本消费；在生产中心外诞生了更多的专门化消费场所，消费者在这里更多进行高端消费。对生产中心的消费者而言，日常的一般消费在生产中心内或者附近，高端消费则需要到距离较远的消费中心。尤其是处于现代生产中心的劳动者，生产效率高，收入高，对高端的消费需求多，也能够支付起高端消费，他们推动了不以就近为原则的专门化消费中心的发展。能够把现代消费要素整合起来并容纳，使之顺畅运转的场所，只有城市。因此高端消费必定由中心城市承担。

六、结语

生产和消费不仅同时存在，而且共同发展。在传统生产阶段更多是传统消费，在现代生产阶段更多是现代消费。现代消费不同于传统消费之处在于，它融合了资本、高素质劳动力、技术、社会化服务等生产要素，集现代设施、高尚环境、先进技术、专业服务、精品项目、综合体系、创新创意于一体，通过投资和创业推动是其发展的基本特征。传统消费更多是自助式，现代消费更多是社会服务式。传统消费场所更多是家庭作坊，现代消费场所更多是商务空间。高端、集约而规模化的消费功能，以及专业化服务、总部经济、研发中心等生产功能，都是现代中心城市发展所必备的。同时，一般生产功能和消费功能向城市聚集仍是一般趋势，因此，我们需要协调利用空间资源，对其作出合理的空间分工，最大程度化解两类中心建设在城市中的冲突。

党的二十大报告不仅强调要“着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用”，还同时强调，“坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，推进新型工业化，加快建设制造强国”。可见我国的消费中心和生产中心要同步发展，不可偏废。在资源、环境、国土空间等约束下，消费中心与生产中心的发展必然会有冲突，但我们需要深化规律认识，勇于应对，积极探索化

解冲突之策。通过扩展空间容纳更多生产和消费、内涵深化升级生产和消费、分区划片避免生产和消费冲突、改善设施条件强化生产和消费联系、精准配套实现生产和消费完美对接、更高层次统一融合生产和消费、区分消费层次缓解区域分工压力。关于消费中心和生产中心的经济空间协调，北京正在先行先试，努力疏解城市非核心生产功能，同时建设国际消费中心城市，进一步强化国际消费功能。后续我们需要进一步探讨以空间协调化解消费中心与生产中心空间冲突的路径，比如城乡一体化，即以乡“辅”城，最大限度地满足城乡就近消费。城郊一体化，即以郊“融”城，并有效开展区域竞争。城市群一体化，即以群“合”城，在不同城市进行不同层次的消费项目布局。一般项目各城有，特色项目错开建，高端项目集中建，不是每个城市都要有各种消费项目，尤其高端消费项目应错开发展；在处于领头羊地位的中心城市建设精品项目、大型项目，定位于全国消费，开展国内竞争。经济带一体化，即以带“连”城，在中心区域建设大型项目、集群类项目，定位于国际消费，开展国际竞争。

参考文献

- [1] 周勇. 在区域共同发展中推进“国内大循环”[J]. 江西社会科学, 2021, (6).
- [2] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N]. 人民日报, 2022-10-26(01-05).
- [3] 刘志彪. 利用和培育国内市场问题的研究[J]. 学术研究, 2019, (10).
- [4] 张斌, 邹静娴. 中国经济结构转型的进展与差距[J]. 国际经济评论, 2018, (6).
- [5] 季松. 消费时代城市空间的生产与消费[J]. 城市规划, 2010, (7).
- [6] 付敏杰. 全球视角的高质量城市化及中国的公共政策取向[J]. 社会科学战线, 2021, (8).
- [7] 王念祖, 王育民. 我国台湾地区历史文化街区更新再造模式与策略研究——以台北大稻埕为例[J]. 中国海洋大学学报(社会科学版), 2021, (3).
- [8] 毛中根, 武优劭, 谢迟. 长三角城市群消费水平空间格局及其影响机制[J]. 经济地理, 2020(12).
- [9] 张永生, 董舵, 肖逸, 汪涛, 王家伟. 我国能源生产、消费、储能现状及碳中和条件下变化趋势[J]. 科学通报, 2021, (34).
- [10] 余慧容, 杜鹏飞. 京津冀地区耕地资源生产消费均衡分析[J]. 生态经济, 2022, (8).
- [11] 段健, 徐勇, 孙晓一. 青藏高原粮食生产、消费及安全风险格局变化[J]. 自然资源学报, 2019, (4).
- [12] 何友, 曾福生. 中国粮食生产与消费的区域格局演变[J]. 中国农业资源与区划, 2018, (3).
- [13] 罗怀良. 国内农业碳源/汇效应研究: 视角、进展与改进[J]. 生态学报, 2022, (9).
- [14] 肖蓉, 阳建强, 李哲. 生产-消费均衡视角下城市商业中心演化研究——以南京新街口为例[J]. 城市规划, 2016, (1).
- [15] 毛中根, 洪涛. 从生产大国到消费大国: 现状、机制与政策[J]. 南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学版), 2011, (3).

-
- [16] 周勇. 发挥社会工作在乡村振兴项目建设中的作用[J]. 社会工作, 2021, (4).
- [17] 周勇. 中国特色的消费中心: 从理论到实践[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2023, (1).
- [18] 宋健林. 马克思时间视域中的西方消费主义批判[J]. 思想教育研究, 2019, (6).
- [19] 刘飏. 消费主义视阈下我国面临的环境困境及其出路[J]. 广西社会科学, 2016, (12).
- [20] 袁红. 商业中心区地下空间属性及城市设计方法[M]. 南京: 东南大学出版社, 2019.
- [21] 王勇, 靳开元, 张玮艺, 孙震. 数字信用与在线社交对共享经济发展的影响——基于线上二手商品市场的分析[J]. 数量经济技术经济研究, 2023, (1).
- [22] 马玥. 数字经济对消费市场的影响: 机制、表现、问题及对策[J]. 宏观经济研究, 2021, (5).
- [23] (德) 约翰·冯·杜能. 孤立国同农业和国民经济的关系[M]. 吴衡康, 译. 北京: 商务印书馆 1986.
- [24] 王浩宇, 王永杰. 基础设施工具理性的缺陷及其价值理性的回归[J]. 中国人民大学学报 2023, (1).
- [25] (美) 弗兰克·萨克雷, 约翰·芬德林. 世界大历史(1571-1689)[M]. 闫传海, 译. 北京: 新世界出版社, 2014.

注释

①参见《商务部等 14 部门印发〈关于培育建设国际消费中心城市的指导意见〉》，中华人民共和国中央人民政府网，http://www.gov.cn/xinwen/2019-10/25/content_5444727.htm。

②参见《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》，中华人民共和国中央人民政府网，http://www.gov.cn/xinwen/2021-03/14/content_5592884.htm。

③参见《上海市人民政府办公厅关于印发〈上海市建设国际消费中心城市实施方案〉的通知》，上海市人民政府网，<https://www.shanghai.gov.cn/nw12344/20210918/1e04ac458e5c4ccb9a1ed0533ace1717.html>。