

地方消费主义、城市舒适物与 产业结构优化*

——从消费社会学视角看产业转型升级

王 宁

提要:伴随着消费单位的扩大,消费者的消费层级也将提高到更高的层次。更高的消费层级意味着消费对象的范围扩大,即从具体的物品消费上升到一个地方或城市的整体的消费。这种对更高层级或更大范围的消费对象的价值偏好和额外的价格支付意愿,可以称为“地方消费主义”。具有高人力资本的人才往往是地方消费主义观念的携带者。他们的择地行为影响了高新技术产业公司的选址行为。而城市政府为了吸引高新技术公司,不但要考虑这些公司的盈利需要,而且要考虑人才的舒适物偏好或人才的地方消费主义观念。在劳动力自由流动的条件下,地方消费主义构成助推城市产业结构优化升级的社会—文化力量。

关键词:舒适物 产业结构 高新技术产业 地方 消费主义

一、问题的缘起

产业升级是经济学、管理学的热门研究话题。按照波特的说法,产业升级是指随着一个国家的人力资本和物质资本相较于其他国家更充裕,该国借此从事资本和技术密集型产业而实现的比较竞争优势的过程(Porter, 1990)。按照陈羽与邝国良的文献梳理结果,在我国的现有文献中,“产业升级”通常是在两个不同的意义上使用:第一,产业升级指的是产业结构的调整;第二,产业升级指的是一个公司或经济体在全球价值链中实现从低利润到高利润、从低附加值到高附加值,以及从劳动力密集型产业向资本密集和技术密集的产业的转变过程(陈羽、邝

* 本文得到国家自然科学基金资助项目“城市舒适物、人才流动与城市产业结构研究”(项目批准号:71103207)的资助。郑姝莉和李梦迪为作者搜集了部分统计资料和访谈资料。匿名评审专家提出了宝贵修改意见。在此一并致谢。文责自负。

国良,2009)。汉弗莱和施米茨(Humphrey & Schmitz,2002)则把这两种含义整合到一个统一的分析框架。他们把产业升级区分为四个不同的方面:(1)流程升级;(2)产品升级;(3)功能升级;(4)跨产业升级。前三者为产业内升级,后者为产业间升级。产业升级既包括价值链升级,也包括产业结构优化。

现有关于产业升级的文献量非常大,概括起来,有三个领域的研究比较突出。第一,全球价值链研究。按照这一视角,在经济全球化的背景下,任何一个参与全球化的公司或经济体都在全球价值链中占据某个特定位置。而产业升级指的就是一个公司或经济体在全球价值链中实现从价值链低端(“微笑曲线”的中部)到价值链高端(“微笑曲线”的两端)的转变过程,它体现为公司或经济体从低利润到高利润、从低附加值到高附加值,以及从劳动密集型产业向资本密集和技术密集产业的转变。从这一视角出发,学者们对不同国家和地区的产业升级过程及其规律进行了研究(如 Vernon, 1966; Ishikawa, 1992; Gereffi, 1999; Humphrey & Schmitz, 2000, 2002; Pavlínek, 2009; 张向阳等, 2005; 隆国强, 2007; 陈荣耀, 2009; 刘志彪、张少军, 2009)。例如,格莱菲就区分了两种不同的全球价值链升级路径:生产者驱动的路径(如:飞机、汽车、电脑、半导体、重工业)和购买者驱动的路径(如服装、鞋帽、玩具)。他认为,东亚地区走的是购买者驱动的全球价值链升级的道路(Gereffi, 1999)。第二,产业周期及演化阶段研究(如 Kiyota, 2014; 汪建成等, 2008; 张其仔, 2008; 姚洋、张晔, 2008; 蔡昉等, 2009)。按照这一视角,产业发展是有周期性的,其升级过程是分阶段进行的。比如,从早期的国际代工、加工组装等劳动密集型产业,经技术引进和消化吸收,进而形成自主设计和自主品牌阶段(汪建成等, 2008)。第三,发展中国家或地区产业升级的阻碍因素研究(如 Choi, 1997; Chen, 2007; Grabher, 1993; 张杰等, 2007; 刘哲明, 2010; 官华平、谌新民, 2011; 张明志、李敏, 2011; 罗来军等, 2012),以及产业升级的各种影响因素研究,其中包括:政府、政策与制度因素研究(Grabher, 1993; Hsu & Chiang, 2001; Engstrand & Stam, 2002; 郑江淮等, 2008),人力资本因素研究(刘玉、孙亮, 2008; 张若雪, 2010; 官华平、谌新民, 2011)等,其中,格莱伯(Grabher, 1993)的研究令人印象深刻,他认为功能锁定、认知锁定和政治锁定等三种锁定形式,构成一个区域产业升级的最难逾越、却不得不逾越的妨碍因素。总的来说,现有关于产业升级研究的文

献,主要都是从生产的角度来展开。从消费的角度对产业升级所进行的研究,尚未见到。仅仅从生产的角度来研究产业升级,导致学者在关注产业升级所需要的各种要素条件的同时,忽略了从事产业活动的人的需求,尤其是消费需求。

这种对人的消费需求的忽略,导致现有文献对某些城市之间在产业升级上的差异的解释力不足。尽管越来越多的城市都提出产业转型升级的口号,并纷纷建立各种名目的科技产业园区,出台各种吸引高新科技公司和人才的优惠措施,但各地高新科技产业的发展水平却呈现出巨大的差异(如:深圳和东莞)。造成这种巨大差异的原因,并非全是产业政策的不同。事实上,面对高新技术产业上日趋激烈的竞争环境,各地出台的吸引高新技术公司和人才的优惠政策出现了趋同现象。当然,除了产业政策,区位因素也可能是造成高新科技产业差异的一个原因。但是,就珠江三角洲地区来说,处于相同区位的深圳和东莞等地的高新技术产品产值却呈现出巨大差异,仅仅用传统的政策优惠和区位等古典因素来解释,难以令人信服。显然,要有效解释各地在产业升级上的差异,分析的视角必须扩大。

本文的目的,就是从消费的角度来分析产业结构优化升级的路径。本文试图说明,在当代社会,居民作为消费者,不但重视对具体的物品和服务的消费,而且越来越把地方作为一个整体性产品来消费(Urry, 1995)。这种把地方作为一个整体性消费品来进行选择的消费偏好和价值观念,就是地方消费主义。而一个地方作为整体性消费品的质量(即地方质量),不但取决于舒适物的数量与水平,而且取决于舒适物与反舒适物的比例关系。地方消费主义构成一个地方或城市产业升级换代的重要影响因素之一。毋庸置疑,地方消费主义是影响产业转型升级的必要条件之一,但它不是充分条件,更不是充分必要条件。尽管如此,地方消费主义在产业转型升级中的作用却是不可以忽略的。遗憾的是,在过往关于产业升级的文献中,这一因素却被忽视了。

或许很多人无法把消费与城市的产业结构优化升级联系起来。为什么会这样呢?一个很重要的原因在于我们过去对消费单位的界定过于狭小,相应地,已经发生的消费模式的变化对经济发展模式的影响,也未能进入主流学术界的视野。例如,在以往的消费研究文献中,消费单位往往被界定为个体或家庭(如 Bigelow, 1938; Margavio & Mann, 1989)。这种界定符合私人消费的情况。但是,如果把这种消费单位

看作惟一的消费单位,忽略其他类型的消费单位的存在,就会妨碍我们对消费与其他各种现象之间内在联系的认识。

事实上,许多消费过程是不能以个体或家庭为消费单位(或消费预算单位)的。例如,自来水、管道煤气、电力、电视、广播、文艺演出、医院、学校、公园、公共交通、环境质量、垃圾处理、社会福利与社会保障等等,只能以社区、城市,甚至以全国为消费单位。这一类超越个体或家庭消费单位的消费,就是“集体消费”(Castells, 1977:459 - 462)。集体消费的存在,意味着更大范围的消费单位的存在,如:社区、城市与国家。伴随着消费单位的扩大,消费者的消费层级也提升到更高的层次;更高的消费层级意味着消费对象的范围扩大,即从具体的物品消费上升到对一个地方或城市之整体的消费。这种对更高层级或更大范围的消费对象的价值偏好和相应的价格支付意愿,可以称为“地方消费主义”。

本文的研究问题是,地方消费主义是否以及如何促进城市的产业结构优化升级?文章从三个方面来回答这个问题。第一,从概念层面上对消费单位、消费层级和消费对象进行澄清和界定,以揭示消费者的消费从私人消费到市民消费、再到公民消费的逐级上升过程,从而为“地方消费主义”的观点提供理论依据。第二,从三个层面论述产业结构升级的消费介入机制:首先分析地方消费品质量(即地方作为一个整体性消费品的质量,简称为“地方质量”)与舒适物的关系,然后论述地方消费主义对人才择地行为的影响,最后分析人才流动所导致的人才聚集如何影响公司选址,进而影响城市产业结构优化升级的过程。第三,通过对珠江三角洲地区的深圳和东莞的高新技术产业的差异及其根源进行比较个案研究,揭示地方质量(舒适物系统)如何影响产业结构的优化升级。本文的分析框架示意如下(图1):

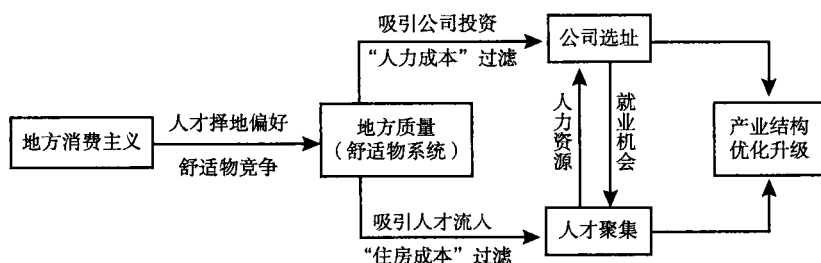


图1 产业结构优化升级的消费介入机制

二、消费单位、消费层级与消费对象

所谓消费单位,指的是消费预算、消费资源配置和消费摄取(access)的制度性范围。从一个国家的角度看,往往存在三个不同层级的消费单位:微观、中观和宏观消费单位。微观消费单位指的是消费者个体或家庭。在这里,消费预算、消费资源配置和消费摄取权都限定在个体或家庭的范围内。中观消费单位指的往往是社区或城市。在这里,消费预算、消费资源配置和消费摄取权限定在社区或城市范围内。宏观消费单位通常是主权国家范围内的社会。在这里,消费预算、消费资源配置和消费摄取权限定在一国范围内。

消费单位越大,意味着消费层级越高。微观消费单位的消费属于初级层次的消费,即私人消费层次。中观消费单位的消费属于中级层次的消费,即市民消费的层次(或社区/城市层级的消费)。宏观消费单位的消费属于高级层次的消费,即公民消费的层次(或社会层次的消费)(表1)。^①消费层级越高,意味着消费对象的范围越大。在私人消费层级,消费对象主要是具体的私人消费物品以及有限的消费服务。在市民消费层级,消费对象除了私人消费物品,还包括更大范围的集体消费品,即以社区或城市为单位所供给的集体消费品(包括舒适物)。这一类消费品大多不具有可分割性,如:公园、学校、图书馆、歌剧院、医院、自来水等,居民往往凭借其市民身份摄取这些集体消费资源。而这些集体消费品的供给,不是个体或家庭可以胜任的。在公民消费层级,消费对象的范围进一步扩大,变成一国范围内的全国一体化的公共品或公共服务,其中包括一体化的社会保障和社会福利(如英国的医疗保障)。表1简要概括了消费单位、消费层级与消费对象的对应关系。

消费层级不同,表明系统整合机制的不同。在当代社会,私人消费的系统整合机制是市场,^②市民消费的系统整合机制主要是社区结构或城市社会结构,公民消费的系统整合机制则主要是国家。很显然,从消费社会学角度看,消费并不仅仅是个体或家庭层面的事情,而且是一

① 在中国的情境下,由于中央政府和地方政府的分权,公民消费的资源常常由地方政府供给,所以,社会公民权常常与市民权重合在一起。

② 在市场经济出现以前,私人消费体现为自然经济的一部分,其系统整合度很低。

个系统的事情。而系统整合机制分别包括市场、社区和国家。但是,在以往的消费研究中,我们往往侧重市场这个系统整合机制,忽略了社区和国家这两个系统整合机制。

表 1 消费单位、消费层级与消费对象的对应关系

消费单位	消费层级	消费对象
社会消费	公民消费	全国一体化社会保障与福利
社区/城市消费	市民消费	地方消费品(城市舒适物系统)
个体/家庭消费	私人消费	具体物品/服务

如果我们只看到市场这一系统整合机制,那么,我们会习惯性地把消费单位界定为个体或家庭,也就是只从初级层次来看待消费。一旦社区和国家这两个系统整合机制开始对消费进行整合,消费就从私人消费层级分别上升到市民消费(社区/城市消费)层级和公民消费(社会消费)层级。经过社区和国家所整合的消费,就是集体消费。

如果仅仅从微观消费单位来看,那么,个体或家庭的消费往往属于消费性支出,但是,从中观或宏观消费单位看,消费不仅仅是一种消费性支出,同时也是一种投资。例如,社区/城市或国家在教育上的支出表面上看属于消费性支出,但同时也是一种投资,即人力资本投资。大量经济学研究表明,一个社区/城市或国家的人力资本水平越高,经济发展水平就越高(如 Fleisher et al., 2010; Fu & Gabriel, 2012)。再比如,社区/城市或国家在公共交通、道路、图书馆、自来水、电力、管道煤气、医疗保障、住房保障、儿童教育等集体消费设施和服务上的支出具有正外部性,给公司运营带来便利,并降低了公司运营成本,从而吸引外地公司前来安家落户,促进当地经济发展(Love & Crompton, 1999)。在中观或宏观层次上,消费与生产在功能上不再是截然分开或对立的。集体消费上的支出,既是消费,又是投资;既是生活,又是生产。在此意义上,集体消费品构成消费型资本(王宁,2014)。

三、产业结构优化升级的消费介入机制

(一)地方质量与城市舒适物

既然从中观和宏观消费单位(从社区/城市或国家的范围)看,集

体消费具有投资的性质,那么,接下来要问的是,中观或宏观层级的消费是如何带来经济回报的?在中国的情境下,由于中央政府和地方政府的分权,公民消费的资源常常由地方政府供给,所以,社会公民权常常与市民权重合在一起。因此,要回答这个问题,我们可以集中分析中观消费层级(即市民消费层级)的状况如何影响经济发展。但在回答这个问题之前,我们有必要先搞清楚市民消费层级的内容。

前面说过,市民消费层级高于个体/家庭消费层级,前者的对象是作为整体的某个地方或城市,更具体地说,是某个地方或城市的集体消费系统。从一个地方或城市来说,许多消费资源(如医院、学校、自来水、道路与公共交通、商店等)具有不可分割性,必须以一个地方为单位来进行供给和配置,并让居民以市民身份来摄取(Chen, 2009)或分享(Belk, 2010)。很显然,我们要分析一个地方的消费水平,不能仅仅着眼于个体或家庭的私人消费,而且必须分析以地方(或城市)为基本单位的分享型(Belk, 2010)或摄取型消费(access-based consumption),即市民消费层级的消费。

既然以地方为单位的消费系统(市民消费层级)具有完整性和不可分割性,那么,我们就完全有理由把它当作一个完整的产品,即由各种不可分割的消费资源所组合成的共享型或摄取型的系统。由于这种消费系统是以一个地方为载体或基本单位来供给和配置的,因此,它可以简称为“地方消费品”,即一个地方被当作一个整体性的消费品。

那么,这个地方消费品的主要内容是什么呢?一个地方消费品质量的高低,可以根据居住其中的居民是否总体上感到舒适来判定。而居民的舒适感觉是有着明确的、具体的、可分析的来源的。既然这种来源明确的东西引起居民舒适的感觉,那么,这些东西就可以称为“舒适物”。在此意义上,地方消费品的主要内容,就是各种舒适物的组合,即舒适物系统。由此出发,地方消费品质量的高低,可以分别从两个方面来判断:一方面,舒适物种类的多寡及其等级的高低,另一方面,反舒适物与舒适物的比例。

“舒适物”(amenities)是西方经济学家提出的概念。早在20世纪50年代,厄尔曼(Ullman, 1954)就提出了舒适物吸引人口迁移,并促进地方经济发展的观点。什么是舒适物呢?简单地说,舒适物是各种使人感到舒适、愉悦、快乐、满意的事物。在早期,学者们主要把舒适物界定为气候、阳光、地貌等令人舒适的自然地理条件(Ullman, 1954),但

是,随后,学者发现,仅有自然舒适物,往往只吸引退休人群,而不足以吸引其他年龄群体(Clark, 2004)。因此,为了提高舒适物概念的解释力,揭示不同群体和阶层对不同舒适物类型的偏好,有学者(Clark, 2004; Glaeser et al., 2004)进一步对舒适物进行了分类。基于他们的观点,我们可以把舒适物分为以下类型:(1)自然舒适物(宜人的气候、气温和湿度、空气质量、冬季日照状况、临近江、河、湖、海等水域、地形地貌的景观、森林与草地等);(2)人造舒适物(交通运输基础设施、电力、自来水、管道煤气等生活基础设施、城市建筑的风格与格局、学校、医院、历史古迹与遗产、博物馆、图书馆、美术馆、音乐厅等文化设施与服务、体育场馆与设施等);(3)市场消费舒适物(商业服务网点、品牌店、街道生活气息、餐馆、咖啡屋、酒吧、茶楼、电影院等风格化消费设施与服务、商业化娱乐场所与服务、互联网等信息基础设施等);(4)社会舒适物(宽容与包容、当地公民素质、低犯罪率、地方政府的服务与作风、多元性、官方语言的普及程度等)。与舒适物相反的就是反舒适物(disamenities),即使人感到不舒适或难受的事物(如恶劣的气候、垃圾场、高犯罪率、交通堵塞、空气污染、环境嘈杂等)(Clark, 2004; Glaeser et al., 2004)。

格莱泽和戈特利布指出,一般来说,城市的舒适物多于乡村或小镇的舒适物。尽管城市也有交通拥堵、空气污染、环境逼仄等反舒适物,但由于城市拥有更为多样、系统和配套的舒适物,在很大程度上抵消了反舒适物的负面作用,因此,人们往往选择向城市迁移(Glaeser & Gottlieb, 2006)。乡村与小镇尽管在自然舒适物方面胜于城市,但在其他方面的舒适物水平往往不如城市,使得舒适物的配套性和系统性不足。之所以如此,是因为许多舒适物是“专用化”(specialized)的消费舒适物(如:珍稀二手书店),难以在乡村和小镇找到足够的市场,从而难以生存(Glaeser & Gottlieb, 2006; Lorenzen & Andersen, 2009; Rappaport, 2008)。

有人或许会说,舒适的气候、美丽的风景等自然舒适物只是一个自然环境,并不能看作消费品。的确,气候等自然舒适物没有市场价格,但是,这类自然舒适物却具有“隐蔽价格”(Sherwin, 1974),也就是说,它会助推市场交易型商品价格的提升。以住宅为例,那些靠近自然舒适物的住宅,比起那些远离自然舒适物的住宅,具有更高的售价(Tyrväinen, 2000)。在这里,非市场交易的自然舒适物,常常需要通过

市场交易品的中介来获取,因此,人们客观上为就近享受自然舒适物而支付了价格,只不过这个价格是转嫁到市场交易型的商品(如住宅)或服务(如旅游)上了。与此同时,为了保护自然舒适物不被破坏,地方政府往往需要借助公共财政的投入。在此意义上,自然舒适物的维持和保护,也是有经济成本的。显然,非市场交易品(如自然舒适物、社会—文化舒适物)是地方消费品的内在组成部分,因为它不但具有隐蔽价格,而且其供给具有经济成本。

(二)地方消费主义与人才择地行为

舒适物系统决定了一个地方或城市的宜居性、舒适性和享乐性。对于居民来说,居住地不但具有工具性功能(工作、创业),而且具有自目的性功能(如生活性享乐与愉悦)。随着生活水平的提高,现代人对居住地的选择,越来越看重其自目的性功能(享乐),而不仅仅是工具性功能(工作)。这一变化,揭示了人们的消费观念从物品消费主义上升到地方消费主义。过去,人们的消费享乐更多地来源于对一个具体的物品或服务的消费,如:住房、汽车、餐饮、奢侈品、电影等;今天,人们消费享乐的来源除了这些具体的物品或服务,还扩展到更大范围的对象,即一个承载了舒适物系统(包括自然舒适物、人造舒适物、社会—文化舒适物等)的整体性的地方。随着人们越来越把地方或城市之整体当作消费对象(即扩大的消费品),人们就越来越倾向于选择在高舒适物城市居住。因此,要分析人们的消费行为,我们不但要分析他们消费什么东西,而且要分析他们在哪里消费,因为“地方”也成为人们消费的对象(Urry, 1995)。以住房消费为例。人们不仅消费住房,而且消费住房所连带的各种舒适物资源。优质的居住环境给居民带来无形的“心理收入”。

通常来说,房屋越是靠近舒适物,房屋的价格就越高(Tyrväinen, 2000)。因此,地方消费主义的另一个体现在于人们为了享受某个城市更高等级的舒适物系统,愿意支付更高的住房价格或房租而居住在这个城市(Glaeser & Gottlieb, 2006)。换言之,人们愿意为居住在更令人舒适的城市而支付更高的住房价格或房租,是由某种价值观念所支配的。这种价值观念就是地方消费主义。它体现为对一个地方的生活质量或舒适物系统等级的偏好,并乐意为了满足这种偏好而支付额外的价格(高于其他地方的房价或房租以及其他生活成本)。

地方消费主义作为一种消费价值观,决定了知识精英或专业技术人才的舒适物导向的择地行为或移民倾向。一方面,他们的人力资本拥有更高的市场价值,使得他们有能力选择到高舒适物城市去就业。另一方面,知识精英和专业技术人才对地方质量(舒适物系统)有更高的要求(Florida, 2002),换言之,他们有更高层次的地方消费主义倾向。一旦某个地方的舒适物系统难以满足他们的要求,或者反舒适物过多,他们就会离开这些地方。在此意义上,地方消费主义体现为知识精英和专业技术人才对地方或城市实行“用脚投票”(Tiebout, 1956)。在这里,地方或城市作为一个整体性消费品(Urry, 1995),接受人才“用脚投票”的检验。

从人力资本拥有者的角度看,人的择地行动具有双重属性。一方面,人是理性人或经济人,追求人力资本的经济效用的最大化,体现在工作地的选择上,就是到物质回报最高的地方去工作。另一方面,人又是感性人,在选择工作地的时候,追求舒适和享受,即追求舒适物(Ullman, 1954; Tiebout, 1956; Clark et al., 2002; Waltert et al., 2011)。于是,人就在经济机会和舒适物之间进行权衡。而最能体现经济机会和舒适物统一的地方,往往是大型或中型城市,于是,拥有高人力资本(或教育资本)的人才,往往喜欢到大中型城市去工作和生活(Lorenzen & Andersen, 2009)。大中型城市不但拥有更多的消费舒适物,而且具有更大的宽容度和多元性(社会舒适物),从而更为创意人才所青睐(Florida, 2002)。

当人们为了摄取舒适物资源而不得不展开竞争的时候,住房价格就成为筛选城市舒适物摄取权的“过滤器”。对城市舒适物摄取权的竞争,一定程度上演变成住房成本的负担能力的竞争。通常来说,持有高人力资本的专业技术人员往往可以获得更高的工资收入,因而能够支付得起更高的房价或房租,从而往往更有能力选择在高舒适物城市居住。

如果说,经济资本决定了舒适物的竞争能力,那么,文化资本则决定了舒适物类型的偏好。一般来说,教育水平越高的人,文化品位越高,对文化舒适物就具有越高的需求(Bourdieu, 1984)。而文化舒适物,尤其是高雅文化舒适物,通常都集中在大中型城市,因为只有大中型城市才有足够人数的知识精英来支撑各种“专用化”的文化舒适物的消费市场(Clark et al., 2002)。为了这些文化舒适物以及其他各种舒适物,具有高文化资本的人往往愿意支付高房价或高房租,以居住在高舒适物城市,获取对这些舒适物的就近摄取权。

(三)人才流动、人才聚集与产业结构优化升级

大量的实证研究表明,舒适物促进地方的经济发展(如 Gottlieb, 1994; Clark et al., 2002; Glaeser & Gottlieb, 2006; Silver et al., 2010; Waltert et al., 2011; Marlet & Van Woerkens, 2007)。随着交通设施的发展和交通运输成本的下降,产业越来越倾向于定位于拥有更多舒适物的地方,而不是靠近自然资源(煤矿、铁矿等)的地方(Florida, 2002; Glaeser & Gottlieb, 2006)。之所以如此,是因为生产要素中的人力资本或人力资源在生产中的作用提升了(Glaeser & Gottlieb, 2006)。

既然人力资本是生产要素中最重要的因素之一,那么,产业的投资选址就越来越趋向于靠近人力资源或人力资本充足的地方。于是,资本或公司的选址,就在很大程度上取决于人的选址(Florida, 2002)。人才的择地偏好,很大程度上决定了公司的选址偏好。越是高新技术产业公司,就越是人力资本密集型产业,往往就越需要跟随技术人才的择地偏好进行公司的选址。

既然高新技术人才对舒适物系统等级往往具有更高的要求,或者说,他们的地方消费主义更为显著,那么,公司,尤其是高新技术产业公司,在选址的时候,不但要考虑投资环境是否有利于利润的最大化,而且要考虑投资地的舒适物的最大化,因为舒适物是吸引人才的重要影响因素之一。而公司追逐舒适物,其实在很大程度上就是追逐人才。过去,是人才追逐工作,哪里有工作,人才就去哪里;今天,是工作追逐人才,哪里有人才,公司就到哪里落户,并提供工作机会(Florida 2002; Florida & Gates, 2002)。这不但在西方是如此,而且如今中国也出现了类似的趋势(董福荣、李萍,2009)。

然而,随着越来越多的人因为追逐舒适物而聚集到舒适物系统等级较高(高舒适物)的城市,不可避免地导致当地房租和房价的上涨以及生活成本的提升(Long, 2009)。在这种情况下,难以支付高工资的劳动力密集型产业,就会因为各种生产成本的提升而迁出城市。而那些具有更高劳动生产率水平、从而能够支付相对较高工资水平的公司或产业,才能在高舒适物(high-amenities)城市生存下去。这一过程导致高舒适物城市的产业结构的变化:投资回报率高的产业排挤了投资回报率低的产业。由于创意产业(包括高新技术产业)属于投资回报率高的产业,因此,它在高舒适物城市所占的比重就加大了。

如果高舒适物城市不能有效排挤那些低端的、污染物排放量较大

的产业,那么,往往会导致反舒适物(环境污染、空气质量恶化等)的增加。这种状况常常驱使高素质人才的迁出,以及随之而来的高新技术产业的外迁,或阻吓外地高新技术产业公司的移入,从而导致当地经济的衰落(Banzhaf & Walsh, 2008)。而经济衰落导致本地就业机会的减少和失业人口的增加,进而引发犯罪率的提高,后者则进一步加剧了高端人才和高技术公司的出走(Gottlieb, 1995)。

可见,舒适物和反舒适物分别从正、反两个角度影响城市的产业结构。舒适物从正面促进城市产业结构的优化升级,反舒适物则不但影响城市产业的升级,而且驱使已经进驻的高新技术产业的迁出,或阻吓外地高新技术产业的进入。

四、深圳和东莞:个案比较研究

地方消费主义促进城市产业结构升级的理论是建立在自由市场的前提条件基础上的。它是否适用于中国呢?尽管中国还未实现充分的自由市场,但是,就劳动力自由流动的条件来说,它已基本实现。20世纪80年代农村劳动力就开始离开农村从事非农工作,90年代以后,国家为了建设劳动力市场,着力解除对农村劳动力向城市流动,包括跨省流动的各种限制,于是,农村人口向城市转移的速度大大加快。除了农村劳动力向城市以及沿海地区流动,精英,包括知识精英或专业技术人才的流动也在加速。他们的流动去向,不但考虑到流入地的经济机会,而且也考虑到流入地的舒适物系统等级。如果说,农民工流动的主要动机是经济机会取向的,那么,知识精英流动的动机则是双重取向的:既注重经济机会,也考虑舒适物系统等级。尽管中国的户籍制度依然存在,并在外来人口的户籍获取上存在严格的甄选条件,但这并没有妨碍劳动力跨省份、跨地区的流动。那么,在中国,是否知识精英或专业技术人员的迁移具有舒适物取向?是否城市舒适物有助于产业结构的优化升级?要回答这些问题,可通过对深圳和东莞进行比较得到答案。

从方法论角度看,要从深圳与东莞的比较个案研究中论证地方消费主义促进产业结构优化升级的论点,必须分三步进行:第一,对深圳和东莞的人口规模、经济产值、产业结构及其高新技术产业水平与产值

进行比较;第二,了解这两个城市的产业结构及其高新技术产业产值的差异与各自的人力资源结构的联系;第三,分析这两个城市在高端人才吸引力上的差异所在,揭示高新技术人才对两个城市在舒适物系统的感受和体验上的不同。

本节所引用资料有两个来源:第一,有关深圳与东莞的相关统计年鉴以及“六普”数据;第二,访谈资料。从2013年下半年到2014年3月,我的课题组在深圳对数个高新技术产业公司的技术人才和人力资源主管进行了访谈。受访者所在公司既有国有企业,也有民营企业和外资企业。受访者累积43人,年龄最小的23岁,最大的36岁,其中,23-29岁的受访者34人,30-36岁的9人。访谈时间从40分钟到70分钟不等。

(一)背景介绍

深圳和东莞的地理区位大体一致,都位于珠江三角洲南部,分别毗邻香港和广州,具有相同的气候和地理特征,自然舒适物的类型和级别基本一致。他们的不同,在于城市的级别不同。深圳是特区城市,拥有一些其他城市所没有的特殊政策(特区本身就是一种制度舒适物)。在行政级别上,深圳是副省级城市,而东莞则只是一个地级市。这种行政级别上不同的状况导致二者在舒适物系统等级上的不同。在中国,地方的行政级别越高,往往所拥有的人造舒适物等级越高(如医院等级、重点高校等)。这是因为,在中国,行政权力的级别在舒适物的配置上起着重要的作用,这使得所在地方的行政权力等级越高,人造舒适物越多,其级别也越高(如:北京作为首都,拥有最多的优质医院和重点高校)。同时,由于深圳是特区城市,政府在产业政策上有明显的高新技术产业的偏好。^①而这种产业结构本身,既是深圳的经济机会,同时又是深圳的舒适物,因为产业水平越高的城市,越容易吸引高端人才,而高端人才多的地方,社会舒适物等级较高,同时,各种专用化的舒适物也越多。

① 早在1985年7月,深圳市政府就与中国科学院联合创办了深圳科技工业园,它是深圳高新区的前身,是我国第一个高新技术园区。深圳在高科技产业上的政策创新还包括:在高新区成立了我国第一个由企业投资的科技开发基金;首次提出R&D强度需达到2.5%的目标,首次推出系统化配套政策;首次对政府不作为需承担相应的法律责任做出了明确的规定;首次施行了土地集约化管理的政策,等等。

尽管如此,深圳和东莞在某些方面还是具有可比性的。第一,深圳和东莞都是移民城市,户籍人口占常住人口的比例都很小,2010年,在深圳,这个比例是27.3%,在东莞,这个比例是22.55%(表2)。如果回溯到1979年,深圳的户籍人口只有31.26万人,非户籍人口才0.15万人(殷勇、谢作正主编,2012)。从1979年到2011年一共有1015.33万外地移民来到深圳。第二,深圳和东莞都处在珠江三角洲地区,它们之间的区位因素、地理环境和自然舒适物因素基本一致。第三,深圳和东莞都算不上历史文化名城,缺乏具有全国性知名度的历史文化古迹和遗产,这意味着它们在文化舒适物的起点上是一样的。如今呈现出来的文化舒适物的差异,是改革开放以后的结果。第四,从人口规模来说,深圳和东莞都是大城市,深圳的常住人口是1054.74万人,东莞的常住人口是829.23万人(表2)。尽管深圳比东莞多出225.21万人,但二者均属于大城市。第五,深圳和东莞都不是教育名城,均缺乏名牌或教育部所属重点高校,二地的高校所能够培养的高新技术人才的数量有限,需要依靠从外地引入专业技术人员弥补本地所培养的人才数

表2 2012年深圳与东莞人口、经济与高新技术产业比较

指标		深圳	东莞
人口	常住人口(万人)	1054.74	829.23
	户籍人口(万人)	287.62	187.02
	户籍人口占比(%)	27.3	22.55
	非户籍人口(万人)	767.13	642.21
	非户籍人口占比(%)	72.7	77.45
	2000-2010年新增人口(万人)	334.95	177.45
	十年人口增长率(%)	47.79	27.53
	年均增长率(%)	3.98	2.46
经济	地区生产总值(亿元)	12950.08	5010.14
	第一、第二、第三产业比例(%)	1:44.3:55.6	4:46.9:52.7
	人均生产总值(元)	123247	60556
高新技术产业	高新技术产品总产值(亿元)	12931.82	3323.48
	专利授权量(件)	48662	20900
	发明专利授权量(件)	13139	1381
	发明专利占专利授权的比重(%)	27.00	6.60

注:数据来自殷勇、谢作正主编,2012;梁佳沂等主编,2012;“六普”数据。

量的不足。第六,自从汪洋在2007年到2012年主政广东、担任省委书记并提出“产业转型升级”的战略以后,深圳和东莞都有了发展高新技术产业的压力,都需要进一步采取措施促进产业升级。

(二)经济产值与产业结构的差异

从经济产值和产业结构的角度看,尽管深圳和东莞都是大规模的移民城市,二者的差异却十分显著。表2显示,在2012年国内生产总值(GDP)这个指标上,深圳是12950.08亿元,东莞是5010.14亿元,深圳是东莞的2.54倍。从第一产业、第二产业和第三产业的比例关系看,深圳的比例是:不足0.1:44.3:55.7,而东莞是比例是0.4:46.9:52.7,深圳的产业结构和水平优于东莞。从人均生产总值来看,深圳是123247元,东莞是60556元,深圳是东莞的2倍,深圳具有比东莞更高的劳动生产率。从2012年高新技术产品总产值的指标看,深圳的数据是12931.82亿元,东莞是3323.48亿元,深圳是东莞的3.89倍。在2012年,深圳的专利授权量是48662件,东莞是20900件,深圳是东莞的2.33倍。同年,深圳的发明专利授权量是13139件,东莞是1381件,深圳是东莞的9.51倍。同时,深圳发明专利占专利授权的比重达到27.00%,东莞则只达到6.60%。在高新技术产业方面,深圳不但比东莞具有大得多的产品产值,而且具有更高的效率和质量。^①

深圳与东莞经济中的科技含量或产业结构的差异,也可以从2011年深圳与东莞万元地区生产总值能耗、万元工业增加值能耗、万元地区生产总值电耗的差异中显示出来。每生产万元地区生产总值,深圳耗费0.472吨煤,而东莞则消耗0.632吨煤。同时,在这个指标上,深圳低于全省平均水平,而东莞则高于全省平均水平。显然,由于深圳具有比东莞更优化的产业结构,深圳的产业比东莞的更为低碳。

尽管深圳常住人口是东莞的1.27倍,但深圳的地区生产总值却是东莞的2.54倍,深圳的人均生产总值是东莞的2倍,深圳的高新技术产品总值是东莞的3.89倍,深圳的专利授权量是东莞的2.33倍,深圳的发明专利授权量是东莞的9.51倍,很显然,深圳具有比东莞更优化

^① 在2011年,深圳具有自主知识产权的高新技术产品的产值达到7220.36亿元,同比增长18.05%,占高新技术产品产值的60.8%(殷勇、谢作正主编,2012)。由于缺乏东莞在这些方面的数据,无从就自主知识产权的高新技术产品产值的指标对深圳和东莞进行比较。

的经济结构,更高级的产业水平,更高的劳动生产率,在高新技术产业对国内生产总值的贡献上,深圳的也比东莞的更大。如果说,深圳是一个技术创新型城市,那么,东莞则基本上还是一个制造业城市,高新技术产业在经济结构中所占的比例相对较小。这些差异无法用人口规模上的差异(即深圳比东莞多出 225.21 万人)来解释(它最多只能解释一小部分),只能用其他因素来解释。

(三)产业结构与人力资源结构的联系

那么,究竟是什么因素导致二者在区位上和人口规模上差异不太大,但经济效率、经济结构的优化水平和高新技术产业竞争力的差异如此巨大呢?不可否认,深圳和东莞在享受国家的优惠政策上存在差异(尤其是改革开放的前半程),这些差异导致了深圳的超常规发展。但是,深圳作为经济特区而享受到的特殊的政策红利,自 20 世纪 90 年代之后,随着全国各地享受的政策逐步趋于一致,而慢慢趋于消失。与此同时,在前省委书记汪洋自 2007 - 2012 年主政广东期间提出了“产业转型升级”的政策后,东莞等地也采取了措施进行“腾笼换鸟”和“转型升级”,尽管其实际效果并不理想。的确,既有的产业结构会对随后的产业发展构成“路径依赖”,但造成东莞的产业转型艰难的原因,除了产业结构上的“路径依赖”因素,还有其他的因素。

同样不可否认,深圳和东莞的政府产业政策也是造成这种差异的重要原因。2010 年,在地方政府财政科技拨款上,深圳达到 116.66 亿元,而东莞才 7.98 亿元,二者显然不处于相同的重量级。除了政府财政投入,深圳与东莞在研究与试验发展(以下简称 R&D)的经费投入(包括企业的投入)上也存在较大差异。2010 年,深圳市的 R&D 经费达到 333.31 亿元,占深圳 GDP 的 3.48%,而东莞的 R&D 经费则只有 51.67 亿元,占东莞 GDP 的 1.22%。很显然,在产业偏好上,深圳比东莞对高新技术产业有更高的偏好。政府的产业政策和财政扶持,的确是两地高新科技产业发展差异的一个重要原因。^①

除了特区政策和两地政府在高新技术产业上的财政扶持差异,另外一个可以解释深圳和东莞在经济效率、产业结构,尤其是高新技术产业

^① 数据来源:《2010 年广东省科技经费投入统计公报》,见广东统计信息网(http://www.gdstats.gov.cn/tjzl/tjgb/201112/t20111205_88042.html)。

业上的差异的重要原因,就是两地的人力资源结构和水平的差异。或许部分地是因为这个原因,导致两地政府对高新技术产业的不同扶持力度。根据第六次全国人口普查的数据(表3),在2010年,深圳在高端人才(大学程度)数量上,远远高于东莞所拥有的人数。在中端人力资本量(高中或中专),深圳所拥有的人数也超过东莞。与此相反,在初中程度人口占常住人口的比例上,或只具小学程度的人的数量上,则是东莞大于深圳。很明显,深圳的人力资源结构和水平都优于东莞。深圳拥有更多的高端人力资本量和中端人力资本量,东莞则拥有更多的低端人力资本量(表3)。虽然都是移民城市,深圳吸引了更多的大学毕业生、科技人才和熟练工人;东莞则吸引了更多的“农民工”或教育程度较低的劳动力。深圳和东莞各自的产业结构与人力资源结构存在高度的一致性。这一事实验证了外来人力资本量及其结构与地方经济发展水平及其结构存在相关性的论点(董福荣、李萍,2009)。

表3 2010年深圳与东莞人口教育水平比较

教育水平		深圳	东莞
		常住人口 10357938	常住人口 8220237
大学程度 (大专以上)	具有大学程度的人口(人)	1779018	583890
	占常住人口比例(%)	17.18	7.10
	每10万人中具有大学程度的人数	17175	7103
高中程度 (含中专)	具有高中程度的人口(人)	2482326	1668829
	占常住人口比例(%)	23.97	18.92
	每10万人中具有高中程度的人数	23965	20301
初中程度	具有初中程度的人口(人)	4562697	4471698
	占常住人口比例(%)	44.05	54.40
	每10万人中具有初中程度的人数	44050	54399
小学程度	具有小学程度的人口(人)	920142	1109920
	占常住人口比例(%)	8.88	13.50
	每10万人中具有小学程度的人数	8883	13502
文盲(15岁及以上不识字的人)	文盲人口	50213	52467
	文盲率(%)	.48	.64

注:(1)数据来自“六普”数据。(2)以上各种受教育程度的人包括各类学校的毕业生、肄业生和在校生。

(四) 高端人才的舒适物偏好和深圳与东莞的舒适物差异

一般来说,高新技术产业往往到高端人才聚集的地方去投资,而低端制造业则往往到低端人力资源丰富的地方去投资(董福荣、李萍,2009)。高新技术产业是人才密集型的产业,高度依赖受过良好教育或培训的人力资源,因此,高新技术企业往往选择到高端人才聚集(或对高端人才有吸引力)的地方去落户。人才的聚集很大程度上决定了高新技术产业的选址,进而决定了一个城市的产业结构优化水平。问题的关键在于,为什么更多具有大学程度的人会选择去深圳而不是去东莞就业。

在东莞,低附加值的制造业占据重要部分,并为农民工提供了大量的就业机会。因此,大量的农民工选择到东莞。但是,相对于深圳,东莞能够为高新科技人才所提供的机会就少了很多。东莞的这种经济机会结构决定了它往往只能吸引更多的教育程度较低的移民(如农民工),而难以吸引更多的教育程度较高的人才。与之相反,在深圳的产业结构中,高新技术产业占据的比重相对较大,从而为高新科技人才提供的就业机会也越多。因此,尽管深圳也吸引农民工,但它比东莞等城市吸引了更多的高新科技人才。

但是,仅仅用经济机会还难以充分解释高端人才的择地行为。我们在调查中发现,原来位于东莞的某高新技术产业公司(从事手机、MP3、MP4的制造)前两年不得不把其研发部门搬到深圳,之所以如此,就是因为该研发部门在东莞招聘研发人员遇到困难——这些人才大多不愿去东莞就业。可见,一个地方即使有适合高新技术人才的工作机会,也未必能吸引到高新技术人才。要吸引到这些人才,公司所在地还必须具备其他相应的条件。

反过来,有些位于深圳的高新技术产业公司出于减少成本的考虑,决定搬到东莞的松山湖高新科技园区,但是,这些公司在对员工做摸底调查的时候,员工大都表示不愿意去东莞,一些员工甚至因此辞职。^①我们的调查佐证了这一点。在我们的访谈中,当被问及受访者的公司即将或可能搬去东莞,他们是否愿意前往东莞的时候,绝大多数的人都表示不愿意。

我们的受访者分两种情况:一类受访者原先曾经在东莞工作,后来

^① 资料来源:2014年1月18日上午10:30-12:00对W科技公司人力资源主管的访谈。

随着公司搬迁来到深圳,另外一类是那些一直在深圳工作、未曾在东莞工作过的人才,前者有对东莞和深圳的切实生活体验,后者只有在深圳的生活经历,缺乏在东莞的实际生活经历,他们对东莞的评价是基于他们对东莞所形成的形象。不论是后一类还是前一类受访者,在深圳和东莞这两个候选的工作地的选择上,均选择深圳,而不是东莞。

我们的受访者还可以进一步分为“过渡型—工作导向型”和“定居型—生活导向型”,前者往往是刚刚大学毕业或毕业年限较短者,处于人力资本的积累期,其择地行为偏重就业与薪酬待遇;后者则往往已有一定的工作年限和经验积累,并具备了一定的经济基础,其择地行为不但重视工作机会和待遇,而且也重视与生活相关的各种条件。不论是后一类还是前一类,在东莞和深圳之间进行定居地的选择意愿上,受访者无一例外选择深圳,而非东莞。

为什么会这样呢?除了两个城市的就业机会结构的差异,主要的原因在于两个城市的舒适物系统等级的差别。受访者是如何评价东莞和深圳的舒适物的呢?受访者分别从舒适物和反舒适物方面来比较东莞与深圳。从舒适物角度看,受访者认为不论在商业繁华、环境清洁、市容与城市规划、空气质量、交通设施(如地铁、机场等)与交通便利度,还是医疗、教育、文化娱乐设施等方面,东莞都比不上深圳。但受访者更多是从反舒适物的角度来评价东莞与深圳的差距。第一,东莞环境质量较差。“就觉得整个城市的水平还是有差距的,就我们有一次,在东莞的闹市区吃饭,街边都是很臭的味道,就是沿街卖东西的都丢在那里……就突然有个感觉,东莞这管理的不行啊,好臭啊……整个东莞市还是一个有点乱的感觉”(02-M-32)。“那边主要是在东莞长安镇嘛,那一块附近环境要比深圳差很多,那边主要是工厂很多,那个河里面全部都是污水……我们待的那个地方污染太严重了……我们住的地方就是臭水沟,一大条臭水沟那样,来了深圳这边就发现污染没有那边严重,空气也没有那种刺鼻的味道”(08-M-24)。“东莞那个地方,都是工厂,然后废气,工业污染比较多,然后不管对我们自己也好,对小孩也好,伤害非常大,病害也非常多”(14-M-24)。

第二,东莞治安较差。“我没在东莞待过,但我听别人说过。我姐在东莞待过,东莞经常会有人抢手机”(05-M-34)。“治安不好。特别是在过年的时候,那个治安特别不好,经常有抢劫”(08-M-24)。

第三,东莞人口素质较低。“其实两个城市都是打工城市,不同的

地方在于……我这样说吧,东莞是一个低端的打工城市,深圳是一个高端的打工城市,像高薪人才在深圳这边就很多,但东莞一片一片的都是工厂,然后打工的都是普工,都是高中没毕业啊,或者是初中毕业、高中没毕业的那种……但你在深圳这里工作,一般都是大学毕业嘛,整个水平都是不一样的”(10-M-26)。

受访者除了描述东莞比深圳拥有更多的反舒适物,还描述了吸引他们前往深圳的舒适物。从受访者的访谈资料中,我归纳出吸引高新技术人才的几个不同类型的舒适物:第一,社会舒适物,包括:(1)包容度,深圳居民主要由移民构成,因此,没有本地人和外地人的区别,大家都讲普通话,居民不排外;(2)深圳的人口年轻人居多,是一个充满活力的城市;(3)在深圳的人口中,大学毕业以上文化程度人口所占的比例大,人口素质高,居民的文明素养较高;(4)户口制度,相较于北京和上海,外来高新技术人才在深圳比较容易获得户口;(5)政府办事效率高,相较于内地小城市,公务员服务态度好,刁难人的官老爷习气少。第二,自然舒适物,包括:(1)气候好,气温温和,冬天不冷;(2)空气质量好,没有北京、上海、广州等城市常有的灰霾现象;(3)环境好,树木花草多;(4)靠近海边;(5)靠近香港,方便前往香港购物。第三,人造舒适物,包括:(1)交通基础设施好,有机场、地铁、高速公路,交通顺畅,出行便利;(2)城市规划好(特别是关内),城市整洁干净;(3)城市发展快;(4)文化娱乐设施丰富(如深圳红树林的自行车道)。

但受访者也反映,教育和医疗是深圳的“短板”,不过,由于受访者的年龄因素,这两块还未被他们列入“反舒适物”的范畴。同时,深圳的“关外”与“关内”的差距,也被高新技术人才所诟病。深圳的高房价则被那些大学毕业没几年、经济积累比较薄弱的年轻的高新技术人才当作融入深圳的障碍。在此意义上,高房价构成他们的“反舒适物”。不过,由于深圳是一个充满发展机会的城市,且工资水平高,因此,也有受访者表示,深圳的房价不是大问题。同时,深圳的低房租,则降低了那些尚未购房的年轻的高新技术人才的居住成本。

此外,个人因素也影响高新技术人才的择地行为,如:在深圳有亲属、恋人、同学或朋友,深圳离家乡近,或个人还处于工作经验积累期、偏重就业机会等,均会对选择前来深圳就业构成正向影响。

很显然,从高新技术人才的角度看,深圳不但比东莞具有更多的发展机会,而且具有更高等级和更为配套的舒适物系统,或更少的反舒适

物。在各种舒适物类型中,深圳对外来高新技术人才最具有吸引力的是社会舒适物。而高新技术人才在深圳和东莞的选择上,偏好深圳,而不是偏好东莞,在很大程度上,是由二者在舒适物系统等级上的差异所引起的。

五、结论与讨论

在以往的产业发展观念中,城市的产业转型升级似乎只是地方政府的产业政策所导致的,本文则揭示了,城市的产业转型升级还涉及更深层次的社会—文化动力。这个动力,就是地方消费主义。地方消费主义的兴起,意味着消费者的消费对象从单个的、具体的物品扩展到整个地方或城市(Urry, 1995)。这个扩大了的消费品(城市或地方)质量的好坏,直接影响了人才的择地行为。

一个地方或城市之所以能够构成一个扩大了的消费品,是因为地方或城市是消费者所居住的环境。这个环境质量的好坏,取决于它所具有的舒适物的多寡、配套性和等级,以及反舒适物的多寡。人们选择一个城市工作或生活,往往是因为这个地方或城市拥有更多、更配套、更高等级的舒适物系统,或更少的反舒适物。随着生活水平的提高,人们越来越看重地方或城市作为一个整体所带来的综合效用。这种对一个地方的整体性产品的质量(由舒适物系统决定)的渴望、追求和偏好,就是地方消费主义。

从扩大了的消费单位来看,即从地方或城市的范围来看,地方质量(舒适物系统)具有促进产业结构转型升级的功能。

优质的地方质量或舒适物系统之所以能带来经济产出,在很大程度上,源于地方消费主义的兴起。越是拥有高人力资本的人才,对地方或城市的舒适物系统的要求就越高,并越是有能力移居到舒适物系统等级高的地方或城市,因为他们的人力资本拥有更高的市场价值。而舒适物系统等级越高的城市,会吸引越多的人口移入,从而导致其住房成本提高。房价和房租越高,意味着劳动力成本越高,这就促使无法支付高工资的低端制造业的外迁。由于高新技术产业是高端人力资本密集的产业,因此只能顺应高端人力资本拥有者对舒适物的偏好和需求。于是,高新技术产业公司在选址的时候,偏向于选择进驻高舒适物城市,因为这些地方高端人力资源更为丰富。与此同时,高新技术产业是

具有更高的劳动生产率的产业,因此,它比低端制造业更有能力支付相对更高的工资。事实上,许多消费者愿意忍受实际收入的下降,而享有地方或城市舒适物的就近摄取权。例如,他们愿意在工资没有提高的情况下,选择支付更高的房价或房租,以达到居住在高舒适物城市的目的。

舒适物的供给具有双重功能:自目的性功能(舒适物本身就是目的)和工具性功能(舒适物促进城市产业结构优化升级,促进城市经济发展)。一旦舒适物系统具有了工具性功能(促进经济发展和产业升级),那么,地方政府在城市环境的维护与文化遗产的保护,以及其他各种舒适物系统的供给上,更容易形成内生动力。

很显然,一个地方或城市的产业结构优化升级,并不仅仅遵循经济的逻辑,而且也遵循社会—文化的逻辑。地方消费主义的兴起,促使劳动者,尤其是高端人力资本的拥有者形成对特定类型舒适物的偏好以及相应的移居行为。而高端人力资本密集型公司则不得不追逐高端人力的去向,哪里高端人力资源丰富,就到哪里落户。而那些对高新技术产业有偏好的地方政府,则不得不考虑高端人才对舒适物的偏好,并不得不把保护和建设城市舒适物当作一个具有经济产出的事业来做。经济、文化与权力于是在城市舒适物这个问题上,将有可能达成某种一致。这种一致,构成可持续发展与消费的内在机制。其中,消费文化的演变发挥了不可或缺的作用。

参考文献:

- 蔡昉、王德文、曲玥,2009,《中国产业升级的大国雁阵模型分析》,《经济研究》第9期。
- 陈荣耀,2009,《进口替代Ⅲ期与中国产业升级》,《社会科学》第4期。
- 陈羽、邝国良,2009,《“产业升级”的理论内核及研究思路述评》,《改革》第10期。
- 董福荣、李萍,2009,《广东人力资本与产业结构的互动关系分析》,《中国人力资源开发》第3期。
- 官华平、谌新民,2011,《珠三角产业升级与人力资本相互影响机制分析——基于东莞的微观证据》,《华南师范大学学报(社会科学版)》第5期。
- 梁佳沂、王志勋、叶力强主编,2012,《东莞统计年鉴2012》,北京:中国统计出版社。
- 刘玉、孙亮,2008,《珠三角经济区劳动力结构与产业升级》,《城市发展研究》第4期。
- 刘哲明,2010,《产业集聚过度、技术创新与产业升级——基于珠三角产业集群的研究》,《特区经济》第8期。
- 刘志彪、张少军,2009,《总部经济、产业升级和区域协调——基于全球价值链的分析》,《南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学)》第6期。
- 隆国强,2007,《全球化背景下的产业升级新战略——基于全球生产价值链的分析》,《国际贸

易》第7期。

罗来军、史蕊、陈衍泰、罗雨泽,2012,《工资水平、劳动力成本与我国产业升级》,《当代经济研究》第5期。

汪建成、毛蕴诗、邱楠,2008,《由OEM到ODM再到OBM的自主创新与国际化路径——格兰仕技术能力构建与企业升级案例研究》,《管理世界》第6期。

王宁,2014,《城市舒适物与消费型资本——从消费社会学视角看城市产业升级》,《兰州大学学报(社会科学版)》第1期。

姚洋、张晔,2008,《中国出口品国内技术含量升级的动态研究——来自全国及江苏省、广东省的证据》,《中国社会科学》第2期。

殷勇、谢作正主编,2012,《深圳统计年鉴2012》,北京:中国统计出版社。

张杰、张少军、刘志彪,2007,《多维技术溢出效应、本土企业创新动力与产业升级的路径选择——基于中国地方产业集群形态的研究》,《南开经济研究》第3期。

张明志、李敏,2011,《国际垂直专业化分工下的中国制造业产业升级及实证分析》,《国际贸易问题》第1期。

张其仔,2008,《比较优势的演化与中国产业升级路径的选择》,《中国工业经济》第9期。

张若雪,2010,《人力资本、技术采用与产业结构升级》,《财经科学》第2期。

张向阳、朱有为、孙津,2005,《嵌入全球价值链与产业升级——以苏州和温州两地为例》,《国际贸易问题》第4期。

郑江淮、高彦彦、胡小文,2008,《企业扎堆、技术升级与经济绩效》,《经济研究》第5期。

Banzhaf, H. S. & R. P. Walsh 2008, "Do People Vote with Their Feet? An Empirical Test of Tiebout's Mechanism." *The American Economic Review* 98.

Belk, Russell 2010, "Sharing." *The Journal of Consumer Research* 36.

Bigelow, Howard F. 1938, "The Consumption Unit of Society—The Family." *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 196.

Bourdieu, Pierre 1984, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Trans. by Richard Nice. London: Routledge.

Castells, Manuel 1977, *The Urban Question: A Marxist Approach*. Trans. by Alan Sheridan. London: Edward Arnold.

Chen, Yu 2009, "Possession and Access: Consumer Desires and Value Perceptions Regarding Contemporary Art Collection and Exhibit Visits." *Journal of Consumer Research* 35(6).

Chen, Xiangming 2007, "A Tale of Two Regions in China: Rapid Economic Development and Slow Industrial Upgrading in the Pearl River and the Yangtze River Deltas." *International Journal of Comparative Sociology* 48(2-3).

Choi, Alex Hang-Keung 1997, "The Political Economy of Hong Kong's Industrial Upgrading: A Lost Opportunity." *China Information* 12(1-2).

Clark, Terry Nicholes 2004, "Urban Amenities: Lakes, Opera, and Juice Bars: Do They Drive Development?" In Terry Nicholes Clark (ed.), *The City as an Entertainment Machine*. New York: Elsevier.

Clark, Terry Nicholes, Richard Lloyd, Kenneth K. Wong & Pushpam Jain 2002, "Amenities Drive

- Urban Growth." *Journal of Urban Affairs* 24(5).
- Engstrand, Åsa-Karin & Erik Stam 2002, "Embeddedness and Economic Transformation of Manufacturing: A Comparative Research of Two Regions." *Economic and Industrial Democracy* 23(3).
- Fleisher, Belton, Haizheng Li & Min Qiang Zhao 2010, "Human Capital, Economic Growth, and Regional Inequality in China." *Journal of Development Economics* 92.
- Florida, Richard 2002, *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Florida, Richard & Gary Gates 2002, "Technology and Tolerance: Diversity and High-Tech Growth." *The Brookings Review* 20(1).
- Fu, Yuming & Stuart A. Gabriel 2012, "Labor Migration, Human Capital Agglomeration and Regional Development in China." *Regional Science and Urban Economics* 42.
- Gereffi, Gary 1999, "International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain." *Journal of International Economics* 48.
- Glaeser, Edward L. & Joshua D. Gottlieb 2006, "Urban Resurgence and the Consumer City." *Urban Studies* 43(8).
- Glaeser, Edward L., Jed Kolko & Albert Saiz 2004, "Consumer and Cities." In Terry Nicholes Clark (ed.), *The City as an Entertainment Machine*. New York: Elsevier.
- Gottlieb, Paul D. 1994, "Amenities as an Economic Development Tool: Is There Enough Evidence?" *Economic Development Quarterly* 8.
- 1995, "Residential Amenities, Firm Location and Economic Development." *Urban Studies* 32(9).
- Grabher, G. 1993, "The Weakness of Strong Ties: The Lock-In of Regional Development in the Rhur Area." In G. Grabher (ed.), *The Embedded Firm: On the Socioeconomics of Industrial Networks*. London and New York: Routledge.
- Hsu, Chiung-Wen & Hsueh-Chiao Chiang 2001, "The Government Strategy for the Upgrading of Industrial Technology in Taiwan." *Technovation* 21.
- Humphrey, J. & H. Schmitz 2000, "Governance and Upgrading: Linking Industrial Cluster and Global Value Chains Research." IDS Working Paper, No. 12, Institute of Development Studies, University of Sussex.
- 2002, "How Does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading in Industrial Clusters?" *Regional Studies* 36(9).
- Ishikawa, Jota 1992, "Learning by Doing, Changes in Industrial Structure and Trade Patterns, and Economic Growth in a Small Open Economy." *Journal of International Economics* 33.
- Kiyota, Koza 2014, "Industrial Upgrading in a Multiple-cone Heckscher-Ohlin Model: The Flying Geese Patterns of Industrial Development." *Review of Development Economics* 18(1).
- Long, Joshua 2009, "Sustaining Creativity in the Creative Archetype: The Case of Austin, Texas." *Cities* 26.
- Lorenzen, M. & K. V. Andersen 2009, "Centrality and Creativity: Does Richard Florida's Creative Class Offer New Insights into Urban Hierarchy?" *Economic Geography* 85(4).

- Love, Lisa L. & John L. Crompton 1999, "The Role of Quality of Life in Business (Re)Location Decisions." *Journal of Business Research* 44.
- Margavio, A. V. & S. A. Mann 1989, "Modernization and the Family: A Theoretical Analysis." *Sociological Perspectives* 32(1).
- Marlet, Gerard & Clemens Van Woerkens 2007, "The Dutch Creative Class and How it Fosters Urban Employment Growth." *Urban Studies* 44(13).
- Pavlínek, P. 2009, "Industrial Upgrading through Foreign Direct Investment in Central European Automotive Manufacturing." *European Urban and Regional Studies* 16(1).
- Porter, M. E. 1990, *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Rappaport, Jordan 2008, "Consumption Amenities and City Population Density." *Regional Science and Urban Economics* 38.
- Sherwin, Rosen 1974, "Hedonic Prices and Implicit Markets: Product Differentiation in Pure Competition." *Journal of Political Economy* 82(1).
- Silver, Daniel, Terry Nichols Clark & Clemente Jesus Navarro Yanez 2010, "Scenes: Social Context in an Age of Contingency." *Social Forces* 88(5).
- Tiebout, C. M. 1956, "A Pure Theory of Local Expenditures." *Journal of Political Economy* 64.
- Tyrväinen, L. 2000, "Properties Prices and Urban Forest Amenities." *Journal of Environmental Economics and Management* 39.
- Ullman, E. L. 1954, "Amenities as a Factor in Regional Growth." *Geographical Review* 44(1).
- Urry, John 1995, *Consuming Places*. London: Routledge.
- Vernon, Raymond 1966, "International Investment and International Trade in the Product Cycle." *Quarterly Journal of Economics* 80.
- Waltert, F., T. Schulz & F. Schlapfer 2011, "The Role of Landscape Amenities in Regional Development: Evidence from Swiss Municipality Data." *Land Use Policy* 28.

作者单位:中山大学社会学与人类学学院
责任编辑:杨典

PAPER

Social Mentality and Chinese Feeling in the Era of Transformation: A dialogue with the paper “Social Mentality: Social Psychological Research on Transitional Society” *Zhou Xiaohong* 1

Abstract: Social mentality refers to the changeable and emergent macroscopic socio-psychological state diffused in the whole society or in certain social groups, which is most distinct in the era of social transformation or social reform. It is one of the most intensively studied issues among sociology-oriented social psychologists. This paper discusses the concept and disciplinary genealogy of social mentality, followed by the historical background of the emergence, decline and revival of this subject of study. Integrating psychology and sociology into a dual perspective, the paper uncovers the formation mechanism of social mentality through psychological processes such as group representations and individual identity in the special era of social transformation. The author advocates a paradigm of social psychology with Chinese characteristics based on the analysis of social mentality. Hopefully, through the research on the particular social mentality of the Chinese during the era of change, termed as “Chinese feeling”, the transformation of Chinese society will be studied on the spiritual level as well, thus endowing the transformation process with all-around significance and value.

Place Consumerism, Urban Amenities and The Optimization of Industrial Structure: Industrial upgrading seen from the perspective of the sociology of consumption *Wang Ning* 24

Abstract: With the expansion of consumption unit, consumption layers will be upgraded to higher levels. This indicates that the subsequent extension of the object of consumption, namely, from the object of consumption as concrete goods to the object of consumption as a whole place or city. The preference for higher layers of consumption or larger object of consumption and the associated willingness of paying extra money for this preference, can be called “place consumerism”. Those people who have higher levels of

human capital are usually the one whose location selections are dictated by place consumerism. Subsequently, their location selections influence corporations' location selections. In order to attract high-tech corporations, urban governments need to consider not only the corporations' demands for profits, but also the talents' preference for amenities or talents' place consumerism in their policy making. Thus, under the condition of free mobility of labor force, place consumerism becomes a socio-cultural force that helps optimizing urban industrial structure.

Re-examining the Measurement Quality of the Chinese New Environmental Paradigm (CNEP) Scale: An analysis based on the CGSS 2010 data
..... *Hong Dayong, Fan Yechao & Xiao Chenyang* 49

Abstract: Using the 2010 Chinese General Social Survey (CGSS) data, this study re-examines the measurement quality of the Chinese New Environmental Paradigm (CNEP) scale, which was first proposed and tested in 2007 by the authors using the 2003 CGSS data. Data analysis results show that the 2007 CNEP scale, specifically designed to gauge the level of environmental concern among the Chinese public, has strong measurement validity and reliability, which is highly consistent with our 2007 study. We thus conclude that the CNEP scale is an effective measure of Chinese people's environmental concern in both urban and rural regions. Furthermore, the authors offer insights on ways to continue improving the quality of this scale and emphasize the necessity of the belief system perspective in environmental concern research.

From Capital to Habitus: The class differentiation of family educational pattern in urban China *Hong Yanbi & Zhao Yandong* 73

Abstract: Based on Bourdieu's concepts of "capital" and "habitus" in his class theory, this paper examined the differentiation of capital investment and parenting habitus on children's education between Chinese urban middle class and lower class. By analyzing a survey data of grade 4 and 8 students in urban areas in 2009, the authors found that middle class parents had significant advantages in capital investment, but showed no significant difference from lower class families in parenting attitudes. This finding indicates that the current Chinese middle class largely relies on capital possession, but displays few differences on class habitus compared with lower class. The so-called "class solidification" is primarily maintained through economic capital, but not through distinctions on inner dispositions.

The Alienation of City Residents: Based on data of 2010 Shanghai survey
..... *Zhang Haidong & Bi Jingqian* 94