

马芜铜产业带的 构建和发展研究

MAWUTONG CHANYEDAI DE
GOUJIAN HE FANZHAN YANJIU

◎ 孙都光 等著

安徽人民出版社

MAWUTONG CHANYEDAI DE
GOUJIAN HE FANZHAN YANJIU

马芜铜产业带的 构建和发展研究

◎ 孙都光 等著

安徽人民出版社

责任编辑:秦 闯

装帧设计:栗 皇

图书在版编目(CIP)数据

马芜铜产业带的构建和发展研究/孙都光等著. —合肥:安徽人民出版社,2007.10

ISBN 978-7-212-03109-1

I. 马… II. 孙… III. 产业经济学—研究—安徽省 IV. F127.54

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 144607 号

马芜铜产业带的构建和发展研究

孙都光 等著

出版发行:安徽人民出版社

地 址:合肥市政务文化新区圣泉路 1118 号出版传媒广场

邮 编:230071

发 行 部:0551-3533258 0551-3533292(传真)

编 辑 室:综合编辑室

经 销:新华书店

印 刷:马鞍山矿山研究院印刷厂

开 本:889×1194 1/32 印张:9.5 字数:250 千

版 次:2007 年 10 月第 1 版 2007 年 10 月第 1 次印刷

标准书号:ISBN 978-7-212-03109-1

定 价:24.00 元

印 数:00001-02000 册

本版图书凡印刷、装订错误可及时向承印厂调换

目 录

上 编

马芜铜产业带的构建和发展研究

引言 加快推进安徽经济融入长三角·····	(3)
第一章 本项课题研究提出的背景·····	(7)
第一节 国际国内区域经济的—体化发展态势·····	(9)
一、全球经济发展的跨国化转移趋势 ·····	(9)
二、国内区域经—体化的发展态势·····	(11)
三、加快发展的城市化催生都市圈经济·····	(15)
四、南京都市圈构想应运而生·····	(18)
第二节 安徽经济面对国内区域竞争的战略演变 ·····	(21)
一、国内区域经济发展的六大走势·····	(22)
二、安徽经济发展战略演变的三个阶段·····	(27)
第三节 马芜铜地区经济发展概况 ·····	(29)
一、产业发展状态和特点及其竞争力·····	(30)
二、马芜铜地区的资源禀赋情况·····	(34)
第四节 与本课题研究相关的概念界定 ·····	(37)

第二章 本项课题研究的理论基础	(43)
第一节 对当代西方区域经济理论研究的述评	(45)
一、西方区域经济理论的形成	(45)
二、西方区域经济理论的新发展	(48)
三、对西方区域经济理论的评价	(53)
第二节 对党的三代领导集体的区域经济发展 思想的研究	(55)
一、充分利用沿海,实现均衡布局	(56)
二、优先发展沿海,实现共同富裕	(59)
三、缩小地区差距,实现协调发展	(64)
四、坚持以人为本,实现和谐发展	(69)
第三节 对国内经济发展战略理论研究的述评	(73)
一、关于区域均衡发展战略的理论	(74)
二、关于区域重点发展战略的理论	(75)
三、关于区域开放发展战略的理论	(81)
四、关于区域协调发展战略的理论	(83)
五、几点结论	(86)
第三章 马芜铜产业带与其他产业带的比较研究	(89)
第一节 国内四大产业带的发展态势及主要经验	(91)
一、四大产业带的发展状态	(91)
二、四大产业带的发展经验	(94)
第二节 马芜铜产业带与苏锡常产业带的比较	(96)
一、两大产业带的相似性分析	(96)
二、马芜铜产业带与苏锡常产业带的比较	(98)
第三节 影响马芜铜产业带发展的因素分析	(105)
一、自然条件对马芜铜产业带发展的影响	(105)
二、社会条件对马芜铜产业带发展的影响	(107)

第四章 安徽经济融入长三角突破口的选择研究	(111)
第一节 安徽经济融入长三角经济圈的战略选择	(113)
一、主动承接长三角经济圈的产业辐射和转移	(113)
二、积极参与长三角经济圈的经济合作与分工	(115)
三、积极融入长三角经济圈的战略定位	(117)
第二节 马芜铜产业带的发展取向	(120)
一、以构筑产业平台为基础来承接长三角的 产业延伸和转移	(121)
二、以推动产业集聚为支撑来促进与长三角的 经济一体化	(122)
三、以强化产业链为主线来推进马芜铜地区 产业集群的发展	(124)
四、以整合工业园区为载体来扩大马芜铜 地区产业功能区	(125)
第三节 地区经济一体化是安徽的发展基础 和活力所在	(125)
一、实现安徽区域经济一体化合作的基本原则	(125)
二、推动安徽经济一体化,加快融入长三角的 基本思路	(127)
三、融入长三角是安徽省加快发展的重要战略取向 ..	(131)
第四节 推进马芜铜产业带融入长三角的政策取向	(134)
一、要加大政府的行政推动力量	(135)
二、构建马芜铜经济一体化的合作框架	(137)
参考文献	(141)

下 编

课题组已发表的研究马芜铜产业带
构建和发展的论文

努力寻求实现在发展中的和谐与稳定

——从“中部崛起”看我党三代领导集体的

区域和谐发展的战略思想演变…………… (147)

马芜铜产业带概念的提出和综合竞争力分析…………… (167)

浅析马鞍山市在融入长三角经济带中的发展定位…………… (188)

以观念的更新推动面向长江三角洲的新一轮开发开放

——马鞍山市加速融入长江三角洲经济圈、主动

参与国际国内分工体系的思路…………… (198)

以品牌和技术来推动产品升级和产业集聚

——以新材料产业为例再谈马鞍山市的产业结构

调整和产业定位…………… (206)

“东向发展”的助推器

——浅析在融入长三角中加快构建皖江产业带

的必要性和可行性…………… (217)

在中部“奋力崛起”中争取“率先突破”

——马芜铜产业带与苏锡常产业带比较研究…………… (228)

赣湘鄂沿江城市群的崛起及其启示…………… (248)

开发区发展撑起区域经济的蓝天

——湘鄂赣经济技术开发区考察报告…………… (259)

国内外高科技园区的比较研究及启示…………… (267)

关于皖江城市跨江发展的研究…………… (277)

目 录

促进中部崛起与区域经济协调发展的 现代市场体系建设	(286)
------------------------------------	-------

上 编

马芜铜产业带的构建和发展研究

引言

加快推进安徽经济融入长三角

——构建安徽经济融入长三角的马芜铜产业带研究

经济全球化和区域经济一体化,是当代世界经济大趋势的具体表现。全球经济一体化的经验表明,大都市圈(经济带)在区际乃至国际经济竞争与合作中的作用越来越重要。经济带有以下三个特点:一是以大城市为中心。这是由大城市的经济地位和特点所决定的,它能够领导和带动周围地区的经济发展。二是开放式的。经济带是由经济发展的内在联系和客观经济规律的作用而形成的松散型的经济共同体。它在本质上不受行政区划的限制,打破了条块分割和地区封锁,广泛开展区内的联系与协作。三是多层网络结构。以大城市为中心的经济带内有许多规模不等的“块状经济”,像“众星捧月”般环绕在大城市周围,随着大城市而运转。大城市与经济带内其他的城市、集镇、乡村,形成多层次的有机结合的经济链,并利用自身优势,推动周围地区的社会分工,实现最优的专业化协作和合理的经济联系,组成以城市为枢纽的纵横交错的经济网络,打破城乡分割,促进城乡共同繁荣,从而加快经济发展。自法国学者戈特曼 1957 年提出“大都市经济圈(带)”概念以来,都市圈已成为衡量一个国家或地区社会经济发展水平的重要标志。

近年来,中国逐渐形成了京津唐经济带、长三角经济带和珠三

角经济带。这三大都市经济带(圈)的竞争力走向,已经受到海内外的广泛关注。在这三大经济带中,长江三角洲经济带最具活力,也是发展态势最为迅猛的地区,有人甚至形象地提出了“得长三角者得天下”。在整个长三角区域范围内,在仅占全国 2.2% 的陆地面积上,密集分布着在全国举足轻重的装备制造业、IT 产业、家电产业、金融服务业等众多企业,形成了强大的区域经济载体。其产业链的延伸、部分产业的转移都必然形成外向辐射。显而易见,随着区域经济的对外带动力明显增强,区域内部经济竞争日益加剧,反过来又大大推动了区域的产业集聚。产业集聚是市场经济的必然产物,是现阶段城市竞争力的重要来源和集中体现。从国际范围看,产业集聚是工业化进程中的普遍现象。我国产业集聚真正发展始于改革开放,并于 20 世纪 90 年代中期以后进入快速发展轨道。据统计,目前全国多个省份都有了相当的产业集聚,并形成产业集群,如北京、上海、天津、重庆、江苏、福建、辽宁、河北、四川、河南、山东、云南等,但主要集中在广东、浙江和江苏等省境内。进入 21 世纪以来,随着长三角经济一体化的发展,沿江各省市也展开了新一轮竞争,形成了沿江大开放、大开发的格局。长江中上游的江西、湖南、湖北和重庆等省市也纷纷采取重大举措,动员各方面力量,强力推进工业化,扩大对内对外开放,呈现出你追我赶的强劲发展势头。

当前,正是以上海为龙头、江浙为两翼的长三角经济带逐步融合、初步形成和发展的阶段,对于安徽来说既存在难得的历史机遇,也存在着严峻的现实挑战。一方面,我们可以抓住机遇,成为长三角经济带中的一员或紧密联系的经济伙伴,从而享受由此带来的“溢出效应”红利,通过参与区域内的分工与合作激活生产要素,促进资源高效配置,实现经济的集约化和跨越式发展;另一方面,我们一旦失去在其逐步融合、初步形成这样的阶段而融入的机会,将存在着被“边缘化”的严重危险,即发达地区对相邻的落后地

区经济上客观存在着“抽血”作用,将使落后地区的人才、资源等生产要素出现大量流失的“马太效应”现象,从而给这些地区的经济发展造成严重“内伤”,使其在竞争中处于更加不利的地位,经济发展的“落差”将被进一步扩大。对此,我们必须有清醒而深刻的认识。我们要不断增强融入长三角经济带的紧迫感和使命感,积极研究和探索经济带的形成和发展规律及其影响,及早谋划和应对融入长三角经济带的策略和举措,把融入长三角经济带作为加快当地经济发展的重要战略,努力实现安徽经济的跨越式发展。

1990年7月,安徽省委、省政府提出了“抓住机遇、开发皖江、强化自身、呼应浦东”的重大战略决策,拉开了皖江开放开发的序幕,也可以看作是安徽经济融入长三角的序幕。十多年来,皖江地区取得了经济和社会发展的新成就。在皖江地区中,马鞍山、芜湖、铜陵三个地区的产业发展在全省乃至全国都处于中上等水平。21世纪初,芜湖的产业发展水平上了一个新台阶,在安徽省仅次于合肥;马鞍山在产业发展上得南京的地理优势,更是如虎添翼;铜陵的矿产资源非常丰富,在利用自身优势发展新材料上也取得了突破。该区域已经成为安徽省发展最快、全省经济最活跃、最具发展潜力的地区。

进入21世纪,长三角已成为巨大的经济漩涡,吸引着人们的目光,整合着资源的配置,寄托着人们的期望。这一漩涡对安徽的吸引力也颇为强劲。面对长三角经济一体化的迅猛势头,面对浙江、江苏等省大开放大开发新战略的提出,面对中部崛起战略的大背景,处于长三角自然地理边缘的安徽,如何抓住这一历史发展机遇,实现对接长三角、融入长三角都市圈,尤其是在安徽经济的高速发展中的马芜铜地区如何率先突破,这是摆在马芜铜地区人民面前的一个亟待解决的课题。

对安徽来说,融入长三角是一项庞大的系统工程,涉及的内容极其广泛。因为融入本身就是一种合作,而合作的前提就是要知

已知彼;否则,融入难以顺畅。但总的看来,可以分为两个层面:一是认识层面,就是要解决该不该、能不能融入的认识问题。就目前情形来看,这一层面已经超越,目前无论是官方还是民间对安徽融入长三角似乎已无异议。二是操作层面,就是要解决如何融入、怎样接轨的问题。认识上形成共识后,接下来的问题就是操作层面的设计与安排。粗略算来,这种设计与安排的内容至少应包括以下诸方面:基础设施的接轨、产业的分工与合作、旅游资源的联合、市场机制的衔接、环境的保护与利用、信息资源的共享以及科技、教育、人才方面的交流与合作等等。而这一融入的最高境界就是通过多方面、多层次的交流与沟通,实现“无缝接轨”。2003年9月下旬,安徽省组织了高层次的党政代表团以及阵容强大的经贸代表团开赴江苏和上海,进行多方位的经贸合作洽谈。这是继2002年安徽党政代表团赴浙江考察之后的又一次“东进”之举。这足以表明安徽的区域发展战略从此将向东侧重,融入长三角的步伐也必将加快。

在长三角区域经济合作势不可当的今天,快速融入长三角经济带,提升安徽的经济发展水平和综合竞争力是当务之急。我们切不可因为还存在一些融入的制约因素就放弃努力,只要决策正确,措施得当,就有可能在长三角经济一体化的大潮中扬帆远航。目前,融入长三角的目标就是要通过接轨、接受辐射和发展,提高安徽省经济的核心竞争力,形成与长三角地区协调发展的能力和机制,实现安徽省局部地区和长三角地区的经济一体化。2003年8月,安徽省的马鞍山、芜湖、铜陵三市召开互动发展协调会第一次会议,共同磋商联手打造马芜铜产业带大计,提出三市应立即着手编制马芜铜区域发展规划,以马芜铜三地6000多平方公里的大地为蓝图,以经济一体化发展为根本目的,培育平等互利的经济产业带发展大环境,率先融入长三角经济带。

第一章

本项课题研究提出的背景

第一节 国际国内区域经济 的一体化发展态势

自 18 世纪后半叶工业革命以来,全球经济中心已经出现了三次转移:19 世纪初从英国转移到德国,20 世纪中叶又从德国转移到美国,20 世纪 70 年代前后日本又挑战美国。现在全球经济再次走到了一个新的十字路口,与前三次不同的是,这次中国有幸站到了通往制造中心的起跑线上。

一、全球经济发展的跨国化转移趋势

经济发展的全球化转移总趋势是由发达国家向发展中国家转移,或由技术领先国向其他国家扩散。一方面,就传统劳动或资源密集型制造业而言,由于发达国家的劳动力成本日益增加,其成本优势逐渐丧失,迫使传统的劳动密集型制造业纷纷移向发展中国家,利用发展中国家廉价的劳动力取得在全球竞争中的成本优势,将发展中国家作为其生产基地,本国总部则负责全球经营;同时,由于发达国家企业面临来自环境保护方面的压力日益增加,迫使其将对环境具有较大负面影响的资源与劳动密集型传统制造业移向发展中国家,实行污染转移。另一方面,由于制造业从总体上来说利润呈递减趋势,而知识密集型的服务业则呈利润递增趋势,跨国公司出于追逐利润的需要,纷纷调整其战略,将竞争重点从产品制造转向客户服务。如通用公司(GE)明确提出要把 GE 由制造业公司转变为服务业公司,并已经进行了战略调整,其服务业所占比