

本书是国家社会科学基金青年项目

“我国大都市知识服务业空间布局研究（项目编号：09CJY035）”的研究成果

我国大都市知识服务业空间布局研究

■ 吴 艳 陈跃刚 著



我国大都市知识服务业空间布局研究



上海财经大学出版社
SHANGHAI UNIVERSITY OF FINANCE & ECONOMICS PRESS

我国大都市知识服务业空间布局研究

■ 吴 艳 陈跃刚 著



上海财经大学出版社
SHANGHAI UNIVERSITY OF FINANCE & ECONOMICS PRESS

图书在版编目(CIP)数据

我国大都市知识服务业空间布局研究/吴艳,陈跃刚著. —上海:上海财经大学出版社,2016.8

ISBN 978-7-5642-2300-7/F·2300

I. ①我… II. ①吴… ②陈… III. ①大城市-知识经济-咨询服务-研究-中国 IV. ①C932.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 102462 号

☐ 责任编辑 石兴凤

☐ 封面设计 杨雪婷

WOGUO DADUSHI ZHISHI FUWUYE KONGJIAN BUJU YANJIU

我国大都市知识服务业空间布局研究

吴 艳 陈跃刚 著

上海财经大学出版社出版发行

(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海华教印务有限公司印刷装订

2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷

710mm×1000mm 1/16 9.25 印张 186 千字

定价:36.00 元

序 言

知识服务业空间布局问题越来越受到国内外专家学者的广泛关注,在国际大都市如纽约、伦敦集聚着大量的知识服务业,而这些大都市通过知识服务业控制着全球经济的脉动,进而极大地促进了经济增长。为什么这些知识服务业都不约而同地汇集在国际大都市呢?知识服务业在我国是否也集中在一个或几个大都市呢?如果是,那么原因是什么?更深入一步的话,知识服务业在一个都市的内部空间是如何布局的呢?

本研究在全球化、信息化视野和空间计量经济学框架下,基于数据可获得性,采用中国省际数据,选用地理空间权重矩阵(W),根据全局 Moran's I 指数、散点图和各省际区域的空间相关模式,认为中国省域知识服务业存在着地理空间分布上的依赖性和异质性。在此基础上,构建了知识服务业集聚影响因素空间计量模型,分别对空间滞后模型和空间误差模型进行估计,根据相关统计指标,选取了空间模型之后,提供了相关计量检验。接着以北京、上海这两座大都市为典型案例,对我国知识服务业在大都市的内部空间布局进行实证研究,分析其存在的问题,并提出相应的发展对策。

具体来说,本研究的主要内容如下:

第一章和第二章分别为引言和文献综述。在文献综述中首先梳理了国内、外学者对知识服务业概念的界定,其次对知识服务业的空间分布进行了归纳和总结,特别是归纳了国外学者关于信息技术对知识服务业布局影响的研究,文献表明信息技术对知识服务业确实产生了一定的影响,但信息技术并没有取代面对面的交流。结合知识本身的特点对这一现象产生的原因进行分析,发现信息技术只是使其布局模式变得更加复杂,其中每个部门都显示出集中和分散的不同组合模式。

第三章论述了知识服务业的特征及其研究范畴的界定。知识服务业与传统服务业相比,既有传统服务业的特征,也有其本身的专门特征,表现为产品一般体积小、重量轻但价值很高,单位产品的运输成本几乎微乎其微,服务与消费的可分离性,产品非标准化,提供以知识为基础的中间产品和服务。其主要特征为高度的交互性、高度的创新性、高附加值和从业人员的高度专业化等。从知识服务业的特征出发,知识服务业的研究范畴主要是以金融业等为代表的信息依赖型服务业和以设计等为代表的创新型知识服务业。

第四章对知识服务业空间布局的因素进行实证分析。首先,在构建影响知识

服务业空间布局的指标体系的基础上对知识服务业在全国的发展情况进行排序,思路是选取相关指标来表示我国各地区知识服务业的发展情况,然后用主成分分析法从中提取公因子,并按公因子的大小对我国各地区知识服务业的发展现状进行排序。其次,运用了 GeoDa 软件,用 Moran's I 统计指标对知识服务业空间布局集聚情况进行全局自相关和局部自相关分析,接下来用空间计量方法对影响知识服务业空间布局的因素进行分析,并从三个层面对知识服务业集聚大都市的成因进行了分析。

第五章以北京、上海为例,对以金融业等为代表的信息依赖型知识服务业空间布局进行实证研究,深入地分析上海与北京金融服务机构的空间分布情况,归纳出上海与北京两座城市金融服务机构集聚区的特点和功能,并进一步探析金融服务机构在两座城市空间布局的原因,提出金融服务机构空间布局存在的问题。

第六章以北京、上海创意产业空间布局为例,讨论以设计等为代表的具有创意色彩的知识服务业的空间布局模式,深入地分析上海与北京创意产业的空间分布情况,归纳出上海与北京两座城市创意产业集聚区的特点和功能,并提出创意产业空间布局存在的问题。

第七章结合影响知识服务业空间布局的因素以及北京、上海两座都市知识服务业存在的问题,提出我国大都市知识服务业空间布局的相应对策。

本书中的一些内容尽管在理论和实证层面进行了一些探讨,但这也仅仅是初步研究,对于很多问题仍有待深入探讨,希望这些问题能够带给大家一些小小的启发和兴趣,更希望读者提出更多的看法和建议。在这里,要特别感谢上海交通大学高如熹教授,还要感谢上海大学 2008 级工商管理本科专业学生陈志敏、赵倩、褚敏讷、李凝威对本书的大力支持。当然,本研究中所有内容文责自负。

上海立信会计金融学院 吴 艳

上海大学

陈跃刚

2016 年 4 月

目 录

序言/1

第一章 引言/1

- 1.1 问题的提出与选题意义/1
- 1.2 本研究的研究方法/2
- 1.3 本研究的研究框架及创新点/2

第二章 与知识服务业空间布局相关的文献综述/4

- 2.1 与知识服务业相关的文献综述/4
- 2.2 知识服务业空间布局的文献综述/6
- 2.3 目前研究存在的不足之处/9

第三章 知识服务业的发展、含义、特征及其研究范畴的界定/10

- 3.1 知识服务业发展演化历程/10
- 3.2 知识服务业统计指标变化情况——以美国统计指标为例/12
- 3.3 服务业与知识服务业的特征/15
- 3.4 知识服务业研究范畴的界定/17

第四章 知识服务业布局的空间计量分析/18

- 4.1 指标设计、样本选取和数据来源/18
- 4.2 我国知识服务业显示性综合竞争力、发展力、创新力和开放力的主成分分析/20
- 4.3 全局空间自相关/28
- 4.4 局部空间自相关/30
- 4.5 空间自相关检验实证分析/30
- 4.6 知识服务业集聚大都市的原因分析/32
- 4.7 影响知识服务业集聚的空间计量模型/40

第五章 以金融业和楼宇经济为代表的信息依赖型知识服务业空间布局实证研究 ——以上海、北京为例/46

- 5.1 上海市金融服务机构空间布局实证研究/47
- 5.2 上海都心楼宇经济空间分布的实证研究/55
- 5.3 北京市金融服务机构空间布局实证研究/71
- 5.4 北京、上海金融服务机构空间布局的主要问题/101
- 5.5 国外大都市金融机构楼宇经济空间布局分析/104

第六章 以设计等为代表的创新型知识服务业空间布局实证研究 ——以上海、北京创意产业空间布局为例/109

- 6.1 创意产业的属性及基本内涵/109
- 6.2 上海市创意产业空间布局的实证研究/113
- 6.3 北京市文化创意产业空间布局的实证研究/121
- 6.4 上海、北京创意产业集聚区空间布局存在的主要问题/127

第七章 我国大都市知识服务业空间布局对策研究/129

- 7.1 政府要做好知识服务业统筹规划工作,注重资金扶持/129
- 7.2 注重大都市“都心”土地资源的有效利用,加强“强心”战略/130
- 7.3 打造产业链,走集群化道路/131
- 7.4 加强硬件基础设施投入,搭建研发服务公共平台/133
- 7.5 培育创新环境,吸引和培养创新型人才/134
- 7.6 加大开放力度,加强知识产权法律制度的建设/135

参考文献/137

第一章 引言

1.1 问题的提出与选题意义

据世界银行的数据,2008 年全球服务业增加值占全球生产总值的比重已经达到 69%,比 1995 年提高了 4 个百分点。其中,高收入国家的服务业比重由 1995 年的 68%提高到 2008 年的 73%;中等收入国家的服务业比重由 1995 年的 51%提高到 2008 年的 53%;低收入国家的服务业比重由 1995 年的 43%提高到 2008 年的 47%。

据经济合作与发展组织(OECD)2009 年发布的数据,2007 年,美、英、法、日等发达国家的服务业增加值占各国总增加值的比重几乎达到了 70%以上,其中商务服务、信息服务、金融服务、创意产业等成为发达国家经济发展较快的领域,金融、保险、房地产和商务服务业创造的增加值在各国国内生产总值中所占的比重均有大幅提高;教育、卫生、社会服务以及其他服务业在国内生产总值中所占的比重也明显提高;而传统的服务业如批发、零售、餐饮和旅馆等在国内生产总值中所占的比重则略有下降。

因此,服务业占国内生产总值的比重和发展水平,已成为衡量一个国家和地区现代化程度的重要标志之一。而知识型服务业已成为发达国家明显区别于发展中国家的竞争优势,是发展中国家经济发展努力的方向。“经济的服务化”和“服务的知识化”未来将构成经济发展的主要特征,服务业的发展也将是各国经济发展的重要内容。

我国“十二五”规划提出,把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点,营造有利于服务业发展的政策和体制环境,不断提高服务业的比重和水平。在营造有利于服务业发展的环境中特别提出优化服务业发展布局,推动特大城市形成以服务经济为主的产业结构。

以健康、金融服务和商务服务为代表的知识服务业越来越成为国际大都市服务业的核心产业。从全球产业链来看,国际大都市正占据服务业的高端环节,日益成为高端知识服务业的集聚地。

由此引发我们思考一个问题:为什么这些知识型服务业都不约而同地汇集在国际大都市呢?知识服务业在我国是否也集中在一个或几个大都市呢?如果是,那么原因是什么?更深入一步的话,知识服务业在一个都市的内部空间是如何布局的呢?

正是由于对以上问题饶有兴趣的思考引发了对本研究的写作动机。我们认为知识型服务业的发展是未来中国经济发展中一个非常重要的领域,目前尚处于起步阶段,整个产业的发展状况和空间布局的研究都很不成熟。在这样的背景下,本研究显得更加迫切,因此具有一定的理论意义和现实价值。

本书以北京市、上海市为例,研究全球化、信息化背景下知识型服务业的发展以及空间结构的变化。我们力争在现有的统计数据基础上对以上这些问题作进一步分析,并试图回答上述问题。

1.2 本研究的研究方法

本研究主要采用了大量、详实的实证分析和空间计量的研究方法,具体有:

- (1) Moran's I 方法;
- (2) 因子分析方法、空间计量回归分析方法;
- (3) 案例研究、实证分析方法。

1.3 本研究的研究框架及创新点

一、本研究的研究框架

二、本研究的创新点与不足之处

(一) 本研究的创新点

本研究的创新性分为三个部分,分别表现在影响知识服务业空间布局指标体系的构建、研究方法、使用数据和理论研究上:

首先,本研究构建了影响知识服务业空间布局的因素,主要有发展力、创新力和开放力,而发展力、创新力、开放力又由若干指标组成。

其次,在研究方法上,运用了 Moran's I 的全局自相关和局部自相关对知识服务业的集聚情况进行了分析,并选取了空间滞后模型(SLM)对影响知识服务业的因素进行了分析。

最后,针对我国大都市,以北京、上海为例,对知识服务业在城市内部的空间布局进行实证研究,并且运用邮政编码来查找金融服务机构,运用 ArcGIS 图形来描述创意企业空间分布,具有很强的现实意义。

(二) 本研究的不足之处

第一,由于数据获得的局限性和空间计量 GeoDa 软件地区图层获得的有限性,只在省域数据范围内做了 Moran's I 的全局自相关和局部自相关研究,而没有深入市级层面。

第二,对知识服务业的界定只限于定性方面的研究,缺乏用定量的指标来对知识服务业进行分类。

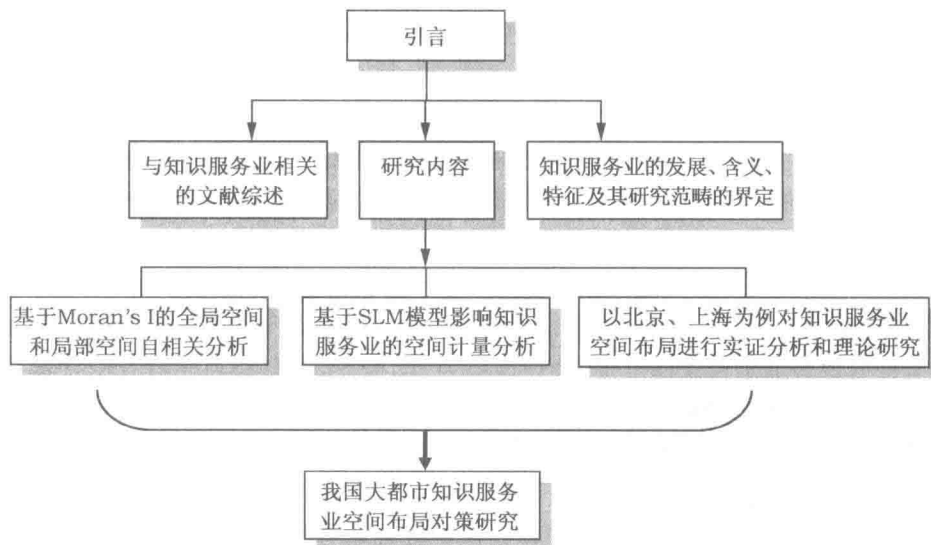


图 1-1 本研究的研究框架

第二章 与知识服务业空间布局 相关的文献综述

本章先对知识服务业的相关理论进行梳理,然后对与知识服务业空间布局有关的研究进行回顾,以作为本研究的分析基础与方向。

2.1 与知识服务业相关的文献综述

丹尼尔·贝尔首次提出了“知识服务业”的概念,但目前尚还没有统一的知识型服务业的定义。Miles(1995)的观点被引用较多,他认为知识型服务业是指那些显著依赖于专门领域的专业性知识,向用户和社会提供以知识为基础的中间产品和服务的私营公司或组织。

经济合作与发展组织(OECD)将知识型服务业分为七类:信息服务业、研发服务业、法律服务业、金融服务业、市场服务业、工程服务业、管理咨询业。

美国商务部对知识服务业定义为“提供服务时融入科学、工程、技术等产业或协助科学、工程、技术推动的服务业,包括通信服务、金融服务、商业服务、电脑软件、电脑及信息处理、研发与工程服务以及其他服务、教育服务和健康医疗服务”。

在中国台湾,有学者认为知识服务业是为社会提供以知识为基础的中间产品和服务的产业,构成这些产业的公司和组织极大地依赖于专门的知识和技能,而不是依赖于资金和自然资源。

国内有学者从产业归属、生产要素组合和产业发展阶段三个方面对知识服务业进行全面的把握。从产业归属来看,知识服务业是知识产业的一个重要组成部分;从生产要素组合来看,知识服务业是有别于劳动密集型、资本密集型和技术密集型的新型产业,知识服务业是一种知识型服务产业,知识资本在总资本中的比重很大,主要是提供知识产品,包括技术服务、知识服务、培训服务、信息服务(如法律咨询服务、管理咨询服务和一般信息咨询与培训等);从产业发展阶段来看,知识服务业属于第四产业。

与知识服务业紧密相关的一个概念是生产者服务业。

生产者服务业的定义因研究者的研究面不同而不同。Machlup(1962)认为,

生产者服务业必须是知识产出的产业;Browning and Singelman(1975)提出,生产者服务业包括金融、保险、法律工商服务、经纪等知识,为顾客提供专业性的服务业;Grubel and Walker(1989)对生产者服务业的定义为“用来生产其他产品或服务的中间投入,提供中间产出给生产者,是生产物质产品过程中的媒介,并指出生产者服务业的服务对象是生产者,而非消费者”;Hubbard and Nutter(1982)则把消费者服务业以外的服务业看作生产者服务业;Noyell and Stanback(1984)认为,生产者服务业是中间投入而非最后的产出;而 Stull and Madden(1990)认为,生产者服务业是涵盖中间产出的服务,也就是协助企业或组织生产其他商品及劳务,而非提供给私人或家庭部门消费的服务。

对于生产者服务业的定义,各学者的意见逐渐趋同,认为它是一种中间投入,如 Coffey(1991)、Noyell and Stanback(1984)、Grubel and Walker(1989)等都指出,生产者服务业是中间投入,在商品或服务生产的投入中扮演中间需求的角色;而 OhUallachain(1991)则提出生产者服务业就是商业服务业;Juleff(1996)进一步明确,生产者服务业就是依靠制造部门,提供其所需要的服务业。

美国等国则采用另外的分类方法——版权产业。早在1990年,美国国际知识产权联盟(IIPA)已利用“版权产业”概念来计算这一特定产业对美国整体经济的贡献。

为了与国际标准相一致,IIPA 采用由世界知识产业组织(WIPO)界定的四种版权产业分类,即核心版权产业、交叉产业、部分版权产业、边缘支撑产业。以上四个部分合称为“全部版权产业”。

1998年,英国创意产业专责小组首次对创意产业定义为“源于个人创造力与技能及才华,通过知识产权的生成和取用,具有创造财富并增加就业潜力的产业”。根据英国政府对“创意产业”的定义界定,共有13个行业部门包含在内:广告、建筑、艺术品和古玩市场、工艺品、设计、时装设计师、电影与录像、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件和电视与广播。

不同国家、地区或城市对这一产业内涵的理解各有不同。近些年,“知识产业”、“生产者服务业”、“创意产业”、“高级服务业”、“文化产业”、“版权产业”等新鲜的提法频频见诸报端和某些研究中,而其中很多国家或地区的研究一般都关注到这样一个产业的经济贡献或就业结构,但仍没有界定的统一标准或分析工具,而且就统计口径而言,与传统的经济统计也有差异,有些产业根本无法从经济研究的传统类型中鉴别出来。作为一门新兴服务业,知识型服务业尚处于动态发展之中,其内涵和外延均难以预期。因此,要给知识型服务业下一个精确的定义比较困难。

我们在此对知识服务业的定义不做过多的讨论,只是对其进行一个梳理。本书对知识服务业的研究内涵为知识服务业是生产者服务业中的一部分,但知识服务业不等同于生产者服务业,它是生产者服务业中的高端部分,即需要高知识含量的生产者服务业。我们在书中讨论的知识服务业,主要针对以金融业等为主的信

息依赖型服务业和以创意产业等为主的知识创造型服务业。

2.2 知识服务业空间布局的文献综述

城市经济学者 Weber(1929)在解释一个地区内产业的集中或分散的原因时,强调聚集经济或不经济的重要性,此为著名的聚集法则(The Laws of Agglomeration)。

Hoover(1948)认为,聚集经济分为两种类型:一种是大规模经济(large scale):厂商在某一地点扩大生产规模所产生的利益;第二种是地方化经济(localization economics)。

Howells 和 Green (1986)、Keeble 等(1991)、Dano' Donoghue 等(2004)等采用区位熵计算了英国服务业及其商务服务业的空间集聚和变化情况。Rubalcaba 和 Cuadrado (1997)、Wernerheim 和 Sharpe (2001)分别研究了欧洲一些国家与加拿大生产性服务业的集聚状态。

Donald Grimes 等(2007)利用面板数据模型研究了 20 世纪 90 年代以后美国计算机服务业集聚的影响因素,结果表明专业的人力资源供给、产业关联、港口邻近性等因素对该行业集聚存在显著影响。

在知识经济时代,现代通信技术和网络信息技术的飞速发展大大减少了对空间和时间的限制,减少了对原材料的依赖,企业在选择区位时有了更强的灵活性。马歇尔(Alfred Marshall)曾指出,运输成本的每一次下降都会使经济活动更加分散。

在最近对信息技术的影响研究中,很多学者对这个议题进行了激烈的讨论。特别是信息技术对产业布局的影响方面,国外许多学者有着诸多的争议。

(1)一部分学者认为,先进的信息技术预示着城市中心作为信息交流的主要焦点将会消失,并声称信息技术在空间组织方面将带来彻底的变革。就算你选址在山顶上,也不妨碍与其他组织保持紧密的、实时的联系,因为网络可以把你和大都市里同样使用这个网络的人们联系在一起。

他们的主要观点是:①运用信息技术,信息可以很容易地在相距较远的代理商之间传递,摆脱了代理商之间原先空间的限制,大量的信息能够实时、可靠地传递到任何地方,因而信息技术不断地进步大大降低了沟通成本;②信息技术代替了面对面的交流;③经济活动越来越以信息为基础。

如果真是这样,那么可以预期经济活动的分布是均匀的。这就是“城市分解”论的人争论的中心问题,它使美国传统的逆城市化理论复活。这同样也是边缘城市理论的核心基础(Garreau, 1991)。Garreau 提供了一些令人信服的证据,即通过发展迅猛的运输和通信技术使得美国都市区在地理分布上发生了转变,如在美国的一些郊区出现了新的就业中心。这意味着生产者服务业和前台功能的选址是在

中央商务区(CBD)还是在郊区开始有了竞争。在 20 世纪 80 年代末 90 年代初开始出现高层次服务或前台功能城郊化的新浪潮。原因也许在于人口郊区化的快速增长,意味着住在郊区的雇员需要行进很长的一段路程才能到达 CBD,因此,一些服务业可能会选择离劳动力近一些的地方。由于市场的全球化,尤其是对于那些最大的服务公司来说,可能会减少它们对当地信息和联系的依赖,提高它们对成本的关注,从而使它们在郊区选址。

有人认为,信息依赖型企业可能会离开高地租的城市中心。由于这类活动的决策制定是非常复杂的,这使得它们成为高的信息依赖型行业,传统上这类活动的选址是在城市中心位置的。因为一旦距离成为信息传播的障碍,那么信息的交换就会产生空间的外部性,即如果信息的扩散是受空间限制的,那么信息依赖型的产业就要布局在相邻的地方。所以,信息的交换有很强的非市场性,这种从信息交换中所得到的好处与我们所熟悉的经济外部性的属性相类似。但随着信息技术的发展,很大程度上削弱了地理上集聚在一起的力量。因此,他们认为信息技术对于服务业和商业活动的空间影响是巨大的。

(2)然而,在最近的一些文献中,另一部分学者却表明了对以上这些预测的怀疑。事实上,有证据表明尽管具备先进的信息技术,一些产业特别是生产者服务业,仍然在中心城市集聚。基于城市持续的发展和繁荣的现实,他们认为信息依赖型产业的选址与信息技术的联系,比原先想的更加复杂,面对面的交流仍然是集聚的主要力量;换句话说,不能把信息通信技术和面对面的交流看作是替代品,因为通信系统不能完全等同于交通系统。这个观点被倡导全球城市观点的学者(Friedman and Wolff, 1982; Sassen, 1991; Knox, 1995)支持,他们认为信息技术增强了城市中心的经济力量。在不断增多的、关于城市和郊区就业中心的文献中,强调经济活动的郊区化并不意味着 CBD 中心作用的下降。况且,就算网络技术基础设施在哪里都能被复制,但社会关系不能,有些活动需要借助社会关系网、关联事实的演绎和一些推论。

(3)C. Boiteux-Orain and R. Guillaing(2004)分析了 1978~1997 年生产者服务业在巴黎市区内布局的变化,提出信息技术是否进一步推进了空间分散,并提出下面几个问题:①在研究 FIRE^① 和商业服务业分散化的趋势中,对信息依赖更少的部门搬离 CBD 的数量更多一些吗? ②假如情况是这样,它们是分散在整个城市市内还是集聚在郊区形成新的就业极? ③这些分离的服务部门在郊区化中的表现还是繁荣依旧吗? 其研究结果表明,生产者服务业在法国确实是郊区化了。然而,郊区化与分散化并不是同义词。郊区化体现了在 CBD 之外形成专业中心的少量多中心模式,意味着面对面的交流在解释城市形态方面仍然是有用的工具,生产者服务业特别是商业服务在这个过程中扮演了重要的角色。这些活动的郊区化加强了

① FIRE 指的是金融、保险和房地产。

现存的许多极,意味着面对面的交流引起信息依赖活动位置靠近,并且新的信息技术并没有代替这种交流。

Daniels(1985)认为,虽然服务业会因聚集经济而获得收益增加或成本降低,但服务业的集聚也会产生聚集不经济的现象。即当服务业过度集中于一地,并超过该地所提供的服务限制时,将会产生聚集不经济现象,造成劳动力短缺、交通建设等公共设施无法配合其发展的需求,进而造成拥挤、交通成本增加及地价上涨等问题,由此造成服务业生产报酬逐渐下降。所以,当出现服务业聚集不经济时,为节省土地、降低劳动力及交通成本,服务业将会寻求都市边缘适合生存发展的区位,故服务业开始产生郊区化或是移出市中心的现象,但在寻求合适的发展区位的同时,仍会受聚集经济的影响,所以在空间分布上仍会有集中发展现象的产生。

(4)进一步地,有些学者把高层次服务业分解成几个部门,检验是否所有的生产者服务业都有郊区化的趋势,以及它们在城市市区内出现的重心到底是竞争还是互补。

Richard Shearmur and Christel Alvergne(2002)考察了巴黎市区 17 个独特的高层次服务业布局的模式,把商业服务业细化成 17 个小类,检验了是否所有的商业服务业都具有相同的布局模式。这些分析中有些是专门研究整个就业或者广泛意义上的部门(如制造业或服务业)的集聚。就单个部门而言,是否正在从 CBD 中相对地或者绝对地分散出来,还是在城郊就业中心集中? 在商业服务业市场属性的基础上,发现高层次服务业的布局模式是复杂的,每个部门的行为不同而且都体现了分散和集中的结合方式,它们的分布情况与市场(生产者与消费者,地方与全球)、每个部门的结构(大单位与小单位,地方分支,后台办公室,小的咨询公司)、每个部门的属性(技术性与非技术性)相关联。如在咨询行业(管理、工程、计算机服务、广告)中,大的全球咨询公司趋向于定位在中心,而小的咨询公司趋于分散。这种分散的模式是咨询本身具有的功能特性,因为咨询也可以由具备资格认定的个人组成的小办公场所来做。类似于这类部门,高度的扩散是一种新的工作模式的迹象,特别是由于信息技术的影响。据市场调查,计算机修理和研究发展部门没有分散的模式,但这并不意味着它们没有在一定的空间扩展开来,在这些部门的就业趋向于缩小,分散的模式并不明显。

Stanback(1991)、Immergluck(1997)也强调了 FIRE 部门在 CBD 和在郊区就业的不同,在 CBD 就业趋向更高的工资和前台办公活动,而在郊区就业趋向更低的工资和后台办公活动。而商业服务业有不同的组成部分,服务于不同的市场并且需要不同的技能和环境,因此可能有不同的布局模式。Schwartz(1992)对纽约大城市区的研究表明,服务业主要以市场为导向,在郊区的服务公司如数据处理和其他后台办公更倾向于和当地或地方市场联系,而曼哈顿的服务型企业一般服务于当地最大的公司,产品满足全国和国际市场的需求,因此经常与特定的聚集经济相关联。

William J. Coffey and Richard G. Shearmur 在研究加拿大蒙特利尔大都市区 1981~1996 年高层次服务就业的集中和分散程度时指出, FIRE 和商业服务业在空间上集聚在一起, 其中计算机服务业空间分散程度最大, 因为原来需要少数公司大型计算机来处理的某部门业务, 现在转变到只要用个人电脑就可解决。因此, 这个部门就业的空间分散是不足为奇的, 这一相似的动态性可应用到诸如广告和管理咨询等其他商业服务业。另一方面, 金融服务业(它主要由银行构成)在那一段时期变得更加集中。有可能是由于银行零售功能已从人工出纳转变到 ATMs (自动取款机); 银行部门的就业不断集中趋向于特定都市区, 从事高层次管理(而不是零售)功能。另外, 法律服务就业增长现象也大部分发生在 CBD。

2.3 目前研究存在的不足之处

首先, 目前的文献对空间布局的研究大部分主要集中于制造业, 而服务业的布局并没有引起人们的广泛注意。更让人觉得困惑的是, 目前的布局理论基本被基于制造业的空间布局理论范式所主宰, 服务业被硬性纳入这个框架, 没有抓住服务业本质的特殊属性。制造业的影响因素是运输费用, 但知识服务业受运输费用的影响几乎为零; 相反, 虚拟空间的信息道路是否是知识服务业最为关键的影响因素呢? 这都是需要进一步深挖的地方。

其次, 目前国内外学者对知识型服务业空间布局系统性的研究较少, 而且主要以定性为主, 定量的实证研究较少, 这是一个值得进一步改进的方向。所以, 我们试图在信息化背景下运用空间计量等实证分析方法对北京市、上海市知识服务业的空间布局进行研究。

第三章 知识服务业的发展、含义、特征及其研究范畴的界定

我们从学者们提出的经济增长理论以及产业结构发展的一般规律可以看出,随着经济发展阶段的演进,尤其是知识经济的到来,服务业将成为经济中的重要组成部分。本部分首先简要分析知识服务业的产生,然后提出知识服务业的含义、特征以及对研究范畴进行界定,以此作为本研究的分析基础。

3.1 知识服务业发展演化历程

经济学家费希尔(Fisher)1935年在《安全与进步的冲突》一书中指出,人类的生产活动可分成三个阶段:第一阶段是初级阶段,主要以农业和畜牧业为主;第二阶段以工业大规模的发展作为标志;第三阶段,出现了大量的服务业行业并逐渐占据经济活动的主要部分。接下来,经济学家克拉克(C. G. Clark)、库兹涅茨(S. S. Kuznets)和霍夫曼(W. G. Hoffmann)等人通过大量的统计分析得出:三次产业结构演化决定不同阶段的经济增长,经济发展到高级阶段时,第三产业将在经济中占据主导地位。1960年,罗斯托(Walt W. Rostow)在《经济成长的阶段:非共产党宣言》中进行了类似论述,认为人类社会发展阶段分为传统发展阶段、经济起飞前提阶段、经济起飞阶段、经济成熟阶段、高额消费阶段、追求生活质量阶段六个经济成长阶段,每个阶段的演进以主导产业部门的更替为特征。以上这些经济学家们通过各自的研究得出一致的结论就是:经济发展的阶段越高,服务业所占的比重和重要性也就越大。

随着社会经济的发展、社会财富的增加、知识经济的到来,无论是从人们的心理角度所引发的需求如追求更高的生活品质、更好的健康体魄、更高雅的精神需求,还是企业为了发展自己的核心业务,在考虑成本、风险和种种不确定因素的条件下把一部分业务分包给各种专业的智力服务部门如会计师事务所、律师事务所、咨询机构等或是研发部门,都在很大程度上催生了对知识服务业的需求。

马斯洛的需求理论告诉我们,人类的物质需求是有限的,而精神需求是无限的。随着人们生活水平的提高、物质生活条件的改善,人们的需求层次也在不断提