

# 新时期区域经济发展规划的基础条件分析

朱志军 张华 韩贞禄 (西南大学政治与公共管理学院, 重庆 400715)

**摘要** 区域经济发展规划是在区域发展战略指导下,对国民经济和社会发展所作的总体部署。它有助于保证区域经济可持续发展,有助于实现区域经济、社会、生态效益的有机统一。在制定具体的区域经济发展规划之前,必须以科学发展观为指导对所辖区域的经济基础条件进行大规模调查、分析。

**关键词** 区域规划; 科学发展观; 区域优势; 区域特点

中图分类号 F327 文献标识码 A 文章编号 0517 - 6611(2007)24 - 07712 - 02

## Analysis of the Foundation Condition of Economic Development in New Period

ZHU Zhi-jun et al (School of Politics and Public Administration, Southwest University, Chongqing 400715)

**Abstract** The region economy development plan is under the instruction of the region developmental strategy, which makes the overall deployment to the national economy and the social development. It is helpful in guaranteeing the region economy sustainable development, in realizing the region economy, social, ecology benefit organic unification. Before the formulation of region economy development plan, the science development view must be taken as the instruction and the economic basis condition should be investigated and analyzed on the large scale.

**Key words** Regional planning; Science development view; Regional advantage; Character

区域经济发展规划是区域生产力发展到一定历史阶段的产物,是对未来一定时间和空间范围内经济、社会发展和生态建设、环境保护等方面所作的总体部署<sup>[1]</sup>。其实质就是对一定地域系统进行调控,为实现地域系统的一定目标而选择、制定最佳的行动方案。

党的十六届三中全会确立了“坚持以人为本,树立全面、协调、可持续”的科学发展观,并提出了“五个统筹”的重要战略思想,这是全面建设小康社会的必然要求,也是推进区域经济、社会、生态环境可持续发展的战略选择。区域经济发展规划一般分为国务院、省(区)市、县三级。重庆在“十一五”规划中,将所辖地域分为城区商业中心圈、渝西经济走廊和三峡库区三大经济发展区。

### 1 对区域经济的优势、特点进行调查

一般而言,区域优势、特点很难区分,有人将现有的或自己做强的产业作为优势,这种观点是不对的。因此,评价区域条件、要素的优劣,需要进行综合分析,动态分析,反复比较论证。

**1.1 资源优势** 资源优势是通过对资源的数量和质量的不同区域间比较分析,认识到某个区域具有比其他区域更丰富、开发条件更好的资源富藏,并可以通过对资源的开发,形成优势的产业。如重庆武隆县,地处长江、乌江、芙蓉江交汇处,地域面积广,山林多而人口稀少,人均占有资源比较丰富,这为武隆种植无公害绿色蔬菜和养殖牛、山羊、冷水鱼,开发旅游业提供了便利条件。资源优势是最容易认识和利用的比较优势之一,但是,资源优势具有局限性,仅依靠资源来发展经济是不可取的。

**1.2 品牌优势** 品牌优势是指一个地区经过长时期的经济发展、资源组合、宣传而历史形成的在全国乃至世界范围内叫得响、值得信赖的知名商品名称。品牌是由长期的经济发展形成的,与历史文化背景有关,但不一定有资源优势,如上海宝钢、川酒云烟、重庆摩托车等。

**1.3 区位优势** 区位优势常包括临海、港口和交通路线的

结节点,对外交通、通讯方便等。古代文明一般都沿江河而兴。如上海的区位优势在于临海,与国际联系方便,逐渐发展成为集金融、贸易、加工、会展于一体的国际大都会;同时它又处于长江入海口,由长江连接向西直达中国中西部内陆广大腹地,可进行广泛的要素流动,为上海发展提供了不竭的动力。而处于上海周边地区的苏、锡、杭、甬等城市相对上海来说,具有接受上海辐射带动作用的区位优势。

**1.4 产业优势** 产业优势通常是由产业的产品优势、品牌优势和规模优势构成的。这些优势的形成,既需要一定的时间积累,产品被广大消费者认同,形成品牌;又需要不断地用高科技装备和改进,以不断推陈出新,适应不断变化的需求和创造新需求,从而使产业优势不断扩大。如中国一汽公司是新中国建国之初建设的第一个中国汽车制造企业,一直以“解放”牌汽车垄断国内市场。随着改革开放,一汽引进德国大众技术、装备和资金,生产奥迪等品牌,又不断地自主创业,不仅开发和改进了有自主知识产权的系列红旗轿车,而且生产出世纪星等新品牌车种。一汽的发展壮大,使长春具有汽车产业优势。其优势一方面表现在汽车整车制造上,另一方面又由于汽车产业的前后侧向关联效应,形成了集汽车零部件制造、汽车科研、汽车信息、汽车贸易、汽车维修与服务等为一体的整体汽车产业优势。

**1.5 环境优势** 环境优势是指一个地区拥有良好的自然环境和良好的人文环境,从而吸引更多的企业来此落户。良好的自然环境指废弃物的排放限制在一定的标准以内,空气新鲜,林木和草地覆盖率高,人们感觉的舒适度高。良好的人文环境指该地区浓郁的文化氛围、政府办事的高效率和当地人良好的生活习惯等,环境优势常成为吸引高技术产业、旅游业等新兴产业的主要条件。美国区域规划协会指出:表征生活质量的“3E”(经济—Economy;环境—Environment;公平—Equity)正日益成为评判区域在国内外竞争力大小的标准。

**1.6 市场优势** 市场是企业生产和发展的基础,同样也是整个区域经济发展的平台,所以要对所规划区域的市场进行系统的调查。产品市场优势调查。市场往往和品牌联系在一起,好的品牌常有较高的市场占有率。另外,在现代信息化社会,信息销售网络直接影响产品销售。所辖区域市

作者简介 朱志军(1978-),男,河南淇县人,硕士研究生,研究方向:马克思主义理论教育与实践。

收稿日期 2007-05-09

场消费水平调查,包括人口收入、人口数量、人口结构、消费倾向<sup>[2]</sup>。市场宣传。美国创造的花旗参品牌,对中国人的消费观念造成巨大冲击,带动了中国人对人参的消费热潮。

**1.7 政策优势** 政策优势指所规划区域在发展经济方面享受哪些国家优惠政策,诸如产业政策、投融资政策、财政税收政策、价格政策、土地政策等。如国家在西部大开发中对企业实行减免、免征企业所得税的特殊优惠政策,国家为振兴东北老工业基地对国有企业下岗职工较民营企业享受的优势政策等。

## 2 对制约区域经济发展瓶颈的调查

在制定区域经济规划之前,除了要进行区域优势调查之外,还要找到该区域经济发展的制约瓶颈。

**2.1 资源问题** 资源一般包括自然资源和人口、劳动力资源。在制定区域经济发展规划之前,必须搞清楚究竟是哪方面的原因制约了该区域经济的发展。如有些地方人口密度很大,但缺少经营人才、技术人才和管理人才,对症下药,或筑巢引凤,或加大培养人才的力度。

**2.2 产业问题** 首先研究产业内部和产业之间关系是否合理,是否建立起健全的产业链条。如重庆从20世纪80、90年代起开始打造汽车、摩托车产业,带动了汽车摩托车配件、发动机、维修、钢材、橡胶、交通、高校相关科研人才培养等一系列行业的发展。二是研究一、二、三产业的比例关系。农业社会的产业结构是“一二三”的顺序,工业经济时期的产业结构为“二三一”的顺序,而知识经济时代,产业结构变为“三二一”的顺序<sup>[3]</sup>。三是主导产业和支柱产业的选择。主导产业指在国民经济系统中发展速度较快,对地区的整体经济起引导和推动作用的先导性产业,至少应具备五个条件:有较高的区位商( $q > 2$ ),其产业主要是为外区服务,是出口导向的产业;在地区工业总产值中占有很大比重;有较高的需求收

入弹性和价格弹性;生产率增长较快,有较强的市场竞争力和对原材料的吸纳力;产业关联度大的产业,有较强的连锁反应<sup>[4]</sup>。在区域产业结构中还有一类所谓地区经济的支柱产业。一般讲,支柱产业大都是区域的优势产业,生产名、优、特产品,在区域产业结构中其产出所占比重较大,是区域的利润大户,对稳定和扩展区域经济总量发挥着重要作用,在一定程度上也体现着区域经济特色<sup>[5]</sup>。

**2.3 市场问题** 主要包括调查产品的市场需求及产品的市场适应能力。市场需求包括购买力大小、购买动机和潜在需要。产品适应市场的能力包括企业开拓市场能力、扩大再生产能力、新产品研发能力<sup>[2]</sup>。

**2.4 区域经济的增长点问题** 调查规划区域有没有新的经济增长点,应从三方面入手:一是促进现有产业的增长;二是现在没有的,就要增加新的经济增长点;三是都是一些传统的产业,要想办法寻找新的增长点。

**2.5 政策问题** 一是用足、用够现行对自己有利的政策;二是向上级争取对自己有利并有可能争取到的政策;三是打政策的擦边球,但前提是不违背国家的法律、方针、政策,并对区域经济社会协调发展有利。

通过上述统计分析、归类,找到带有规律性的问题。并在统计分析的基础上,进一步明确区域经济发展的优势及瓶颈所在,继而分清主次矛盾,找到制约经济发展的根本问题,以此作为制定区域经济发展规划的基本依据。

## 参考文献

- [1] 方创琳. 区域发展规划论[M]. 北京: 科学出版社, 2000: 1 - 3.
- [2] 朱志军. 怎样才能做出满意的经营决策[J]. 中外企业家, 2006(11): 47 - 48.
- [3] 辛晓梅. 区域发展战略与规划[M]. 合肥: 中国科学技术大学出版社, 2005: 76.
- [4] 孙久文. 区域经济规划[M]. 北京: 商务印书馆, 2004: 5 - 9, 188 - 189.
- [5] 张金锁, 康凯. 区域经济学[M]. 天津: 天津大学出版社, 2003: 157 - 158.