

营销经济与上海发展

郭洪仙 胡美群

摘 要:我国加入 WTO 以后,对于上海的发展是一个千载难逢的机遇,同时也给上海的发展带来新的挑战。本文通过详实的资料分析了上海经济发展的现状和制约上海进一步发展的问題,并运用市场营销新理论,提出构建上海现代化大都市的营销战略。

关键词:营销经济;上海发展;战略;城市

中图分类号:F 713.50 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-1894(2004)03-0020-05

上海作为中国的经济中心,在我国加入世贸组织之后面临着更好的机遇与更多的挑战,能否在未来的经济全球化过程中更快地推进上海城市经济现代化的进程,营销经济将起着重要的助推器作用。本文将在分析目前上海经济发展现状和问题的基础上,运用城市营销经济新理论,提出构建上海现代化大都市的营销战略。

一、科特勒的市场营销新理论

世界著名营销大师,美国西北大学著名教授菲利普·科特勒早就说明营销的思想不仅可以为企业所运用,而且能被各种组织包括国家、城市、公众团体等运用。最近他同其他几位著名学者一起出版了《科特勒看中国与亚洲》及《国家营销》等论著,试图运用战略营销理论和工具来指导国家与地区的经济发展政策与实践。哈佛商学院教授迈克·波特在《国家的竞争优势》一书中也运用竞争优势理论来解释国家和地区经济发展问题以及国别间、地区间增长与繁荣上的差异,认为国家与地区的繁荣与竞争优势的“升级”密切相关。当今,一个城市的经济和发展已被纳入整个社会分工的体系之中,其城市的基础建设水平、财政状况、消费水平、居民收入、福利待遇以及就业等社会问题都和这个城市在全国乃至全球的市场竞争力密切相关。不管这座城市愿不愿意,商业化社会的进程必然将城市带入一个开放的市场交易平台之中,如果这座城市不想被淘汰,就必须像营销产品一样营销这座城市,做出城市品牌,提高城市吸引力,进而争取外部有限资源的流入,保持该城市在市场竞争中的地位。所谓经营城市,是从政府角度出发,运用市场经济手段,对城市的自然资源、基础设施资源、人文资源等进行优化整合和市场化运营,实现资源合理配置和高效使用,促进城市经济发展和功能完善,提高城市素质。现在我国已加入 WTO,这对于上海的发展是一个千载难逢的机遇,把上海建设成经济、金融、贸易、航运中心的世界级城市,是上海未来的发展目标。然而,

就目前上海和中国的发展现状分析,上海目前已经形成了制造业的中心地位,一般认为,在中国加入 WTO 以后,上海制造业中心的地位可能被服务业取代,上海的金融、电信、运输、贸易流通等服务业可能比制造业的地位更重要。但事实并不完全如此,上海的经济与全国的经济是分不开的,上海不可能单纯在服务业、流通领域实现完全跳跃式的发展,上海的发展必须依托制造业,依托内地,上海的发展必须扎根全国,服务全国。而中国经济面临的转型和挑战远远大于上海自身的转型和挑战,这无疑给上海实现自身的梦想带来很多挑战。因此,未来 5~10 年,上海经济的发展依然必须重视制造业发展,同时加大金融、贸易、航运等第三产业的发展,实行二、三产业并重发展的战略。离开传统产业这个基础,服务业也很难得到持续的发展。只有明确了上海发展的定位,我们才能在世界级城市发展的现实格局中明确上海目前的位置,指明上海未来发展的路径。

营销城市的实质就是把城市作为一个经济组织来运作。营销城市的核心是追求城市社会效益和综合经济效益。美国著名管理学教授德鲁克早就指出,现代企业最重要的职能是创新和营销,创新是企业持续发展的动力,而创新需要资金、技术、人才等要素的支持,尤其是持续不断的利润的支持,营销的核心就是通过交换实现企业的利润。当一个企业不能创造利润,甚至持续出现亏损,在超竞争时代的今天,只能退出市场舞台。城市作为一个经济、政治、文化中心,与企业一样也需要营销,城市通过营销经济获得财政收入,在城市运作过程中产生财政支出,两者的差值形成了城市的经济效益。如果城市经济效益对于身处转型经济中的上海来说出现负值,特别是持续负值,将直接影响城市的持续稳定发展。上海要实现现代化、成为国际化大都市,必须保持较快的经济增长速度,经济增长是实现现代化、国际化这一目标的基础。基于上述判断分析,本篇的营销研究着眼于上海的经济发展、经济结构调整两个层面。

二、上海经济发展现状和存在的问题

20 世纪 90 年代以后,上海积极探索具有“中国特色、时代特征、上海特点”的发展新路,抓住浦东开发开放的历史机遇,以体制创新和科技进步为动力,以经济结构的优化和升级为基础,坚持发展是硬道理,保持国民经济快速增长。1992~2002 年的 10 年中,年增长幅度始终保持在 10% 以上,平均增幅达到 12.5%,是新中国成立以来增长速度最快、增长质量最高的时期之一。上海经济运行的良好态势主要得益于以下因素:

1. 制造业的增长和升级换代,增强了上海经济的抗波动能力 2002 年上海实现国内生产总值 5 408.76 亿元,按可比价格计算,比上年增长 10.9%。其中,第二产业继续强势带动整体经济,增长速度明显快于第三产业和整体上海经济的增长速度。第三产业由于受金融行业的拖累,整体增长速度有所回落,但稳定维持在 8% 左右,强有力地支持了整体经济的增长。全年工业值为 8 476.05 亿元,比 2001 年增长 10.6%,高于 GDP 同期的增长率 10.2%。其中,按照产品性质区分,轻工业产值为 3 077.11 亿元,重工业总产值为 5 398.94 亿元,比 2001 年分别增长 5.6% 和 14.1%。

2. 产业结构在调整中不断优化 上海经济快速增长的主要支撑条件之一是结构调整,在过去的 10 年中,上海以“三、二、一”为序调整产业结构,第三产业迅速成长,2002 年第一产业增加值 88.24 亿元,比上年增长 3%;第二产业增加值 2 564.69 亿元,增长 12.1%;

第三产业增加值 2 755.83 亿元,增长 10%。使经济发展后劲大大增强,经济发展重心从“调整中发展”转向“发展中调整”,经济运行质量不断提高,经济格局由主要依靠第二产业推动,转向第二、第三产业共同推动。

3. 全社会投资高速扩张,强力推动经济增长 2002 年上海投资总量在结束多年徘徊局面后出现反弹性增长和恢复性扩张,固定资产投资继续保持 2001 年的高速扩张的态势。2002 年,上海全社会固定资产投资 2 187.06 亿元,比 2001 年增长 9.6%。从产业投向看,第一产业投资 5.09 亿元,比上年下降 21.7%;第二产业投资 726.19 亿元,比上年增长 6.2%;第三产业投资 1 427.13 亿元,增长 9.4%。第一、二、三产业的投资比例为 0.2:33.7:66.1。从投资主体看,国有经济投资 752.78 亿元,比上年下降 1%,占全市固定资产投资的比重为 34.9%;外商及港澳台投资 394.9 亿元,比上年增长 9%;民间投资 1 010.73 亿元,增长 15.9%,比重由上年的 43.7%上升到 46.8%,其中私营企业投资 162.7 亿元,增长 37.9%。

4. 集聚辐射效应,促进经济发展 外贸部门以加入世贸组织为契机,大力实施出口市场多元化战略,积极推进跨国采购中心建设,努力扩大外贸出口。2002 年外贸进出口总额 726.64 亿美元,比上年增长 19.3%。其中,进口总额 406.09 亿美元,增长 22.1%;出口总额 320.55 亿美元,增长 16%。

然而,2001 年以来,国际政治经济环境发生了一些变化,外部不确定因素增加,上海在发展的过程中仍然面临很多挑战,同时上海经济的自身发展中也存在一些值得注意的问题。主要表现在 4 个方面:(1) 商务成本提高。上海地区尤其市中心区、商务区的商务运作成本较高,已是不争的事实,主要体现为地价的迅速上升和劳动力价格的提高,仅仅一年多的时间上海的写字楼地价总体涨幅已达 30%。商务成本的提高给上海的发展带来了一定的负面影响,使相当一部分颇具实力的大公司望而却步,一些外商投资的产业项目已经向周边地区搬迁。(2) 产业结构及层次有待进一步优化。过去我们分析上海产业结构的变动,通常是以一个封闭系统为基本框架的。尽管也强调了上海与周边地区的经济联系,但没有从经济一体化角度考虑上海产业结构变动在地区产业分工体系中的定位。由于认识论和方法论上的偏差,造成近年来周边地区和城市的经济发展正通过市场的力量不断挤压上海,使上海的产业结构变得“残缺不全”。特别是制造业的竞争,正使上海不断丧失比较优势,比较优势正动态地转移到周边地区和城市。上海家电生产的比较优势转化就是明显的例子。因此,上海必须在众多比较优势的情况下,进一步区分哪些比较优势更具独占性,并且只有在此基础上构建新型产业体系,才能在地区产业分工中处于较高的层次,与周边地区的产业联系处于主动地位。(3) 扩大内需仍然以财政投资扩张为主,政府负担加重。长期以来,城市基础设施投资和建设主要是政府行为。政府既要负责投资建设,又要维护和管理,再加上由政府承担的社会保障支出持续增加,越来越不堪重负。进入 20 世纪 90 年代后,上海地方财政支出不断大幅度增长,其中大部分投资于城市基础设施,城市基础设施投资额平均每年增长 25.3%。过度依赖政府投资拉动内需,不仅导致政府运行负荷加重,而且无助于政企分开,不利于市场体制的发育。(4) 第三产业内部结构畸轻畸重。2002 年,上海第三产业增加值 2 755.83 亿元(占 GDP 的 50.7%),比 2001 年增长 10%。在第三产业不断增长的过程中,通讯、交通有了很大发展,金融、房地产、旅游等产业迅速兴起,产业结构战略性调整已初见成效,中心城市的综合服务功能进一步加强。但是,都市型经济本应具有的新的经济增长点在产业体系中的实际地位和对经济增长的贡献率似乎并不显著,如咨询业、软件业、环保产

业、文化产业等。

三、推动上海新一轮经济发展的营销战略

根据上海发展的目标和对上海经济发展优势和问题的分析,上海要成为国际化大都市,必须保持较快的经济增长速度,经济增长是实现现代化、国际化这一目标的基础。

1. 明确上海发展的定位,加快产业结构的再调整 通过前面分析可知,未来5~10年上海经济的发展依然必须重视制造业发展,同时加大金融、贸易、航运等第三产业的发展,实行二、三产业并重发展的战略。按照十六大期间江泽民同志在参加上海代表团讨论时提出的“四新”要求,一个全新的建设世界级城市的战略设想已经浮出水面;未来上海将以结构调整、功能提升和布局优化为3个着眼点,大踏步向世界级城市迈进。

上海未来的产业结构调整,其核心目标应该是更加有效地参与国际分工,增强国际竞争能力。目前上海要利用世界性产业转移的时机,利用上海经济稳定快速增长的良好势头,在上海建设世界制造业中心。所谓建设世界制造业中心,首先在产业层次、产业技术水平和产品档次上,要达到国际先进水平、国内领先;其次,要确立制造业组织者的地位,即有能力承接国际产业转移,并有效地向周边地区扩散。这样,既可避免与周边地区不必要的竞争,同时也在制造业领域充当全国与国际接轨的平台和接口。在这一过程中,信息产业、装备工业、网络产业、生物工程与制药产业等,应该在上海新一轮经济结构调整中成为重点培养和发展的对象。

上海产业结构调整的目标是建设国际化大都市,因此,在发展第二产业的同时,要继续增加第三产业在国民经济中的比重。根据统计分析,到2010年,上海3个产业在国内生产总值中的合理而且可行的分布是:第一产业为1%,第二产业为39%,第三产业为60%。根据这一发展目标,第三产业在上海国民经济中的比重年均递增1.5个百分点,并形成以金融、贸易、交通、通讯、房地产、信息咨询、旅游业为新的支柱产业结构,基本达到国际化大都市的要求。

2. 增强自己的辐射能力,在长江三角洲的发展中起“龙头”作用 长江三角洲是我国经济最发达地区之一,也是我国城市化程度最高的地带。工业化发展,城市是非常重要的依托,中国的城市和西方的城市又不一样,特别是像美国这样的国家,它的城市可以粗放式经营,可以占地很大,像洛杉矶那样,因为它人口稀少,土地不重要。亚洲多数城市都有土地相对较少、人口相对较多的问题,城市需要集约化经营而不是粗放式经营,发展都市圈,即无数大城市的组合,以提供足够的物流量和足够的空间,使产业能规模集中,人口能够集中。这样,一方面是对外有了港口和市场,另一方面是对内有了腹地和市场,通过向杭州、南京、合肥等周边的延伸,整个腹地就在太湖流域、长江三角洲地区形成,获得了源源不断的物资流量,中国的土地资源也可以实现整个居住空间的集约化,城市也可以集约化发展。而上海将在长江三角洲地区的发展中起“龙头”的作用,起中心城市的作用。中心城市对腹地发挥“龙头”作用,就是要为腹地的经济发展提供综合服务,以其巨大的技术能量向腹地进行辐射和扩散,从而带动腹地经济更快发展。这样一来,上海就不是上海人的上海,大都市圈建立后,上海肯定就是华东地区的上海、长江流域的上海、全国的海、乃至世界的上海。

(下转第60页)