

# 中国城市正在向功能专业化转型吗？

## ——基于跨国公司区位战略的透视

○ 贺灿飞 肖晓俊  
邹沛思

发达国家城市正向功能专业化转型，企业组织形式变革直接导致了城市的功能转型。在功能专业化背景下，城市间将出现更多的信息联系、决策联系以及资本联系，更需要面对面的交流。一些城市专业化高端功能，成为区域的控制中心，另一些城市则承担价值链中的低端功能。本文基于全球 500 强跨国公司在华投资数据，探讨中国城市功能专业化趋势。结果表明，中国城市尤其是在城市体系高端的城市具有吸引价值链高端功能的竞争力，呈现一定功能专业化趋势。跨国公司在东道国内部的功能布局提供了考察城市经济转型的独特视角。

### 作者信息：

贺灿飞，北大-林肯中心 副主任、研究员；北京大学城市与环境学院 教授

肖晓俊，北京大学城市环境学院 研究生

邹沛思，北京大学城市环境学院 研究生

自改革开放以来，中国经历了人类历史上最快速的城市化过程。随着城市快速扩张，大城市面临着土地、环境以及劳动力成本上升的压力，纷纷寻求产业升级换代或功能升级，甚至提出发展总部经济的战略，吸引企业总部入驻，提升城市竞争力。近年来，像北京、上海、广州等大城市确实吸引了不少国内大中型企业总部和研究开发机构以及跨国公司的高端功能。然而这是否意味着中国城市正在转向功能专业化呢？

城市功能专业化与企业组织形式变化联系在一起。为了追求成本最低化和提高全球竞争力，跨国公司不仅在全球范围内实行生产片段化，将不同功能布局在不同国家；在东道国内，尤其是像中国这样的战略性市场，跨国公司也会通过功能片段化来获取各城市的比较优势和优惠政策。因此跨国公司空间组织提供直接审视中国城市功能专业化趋势的重要视角。跨国公司一般会采取渐进方式进入国际市场，逐步积累国外市场知识经验，对外直接投资不是一次性决定，是连续多次完成的。面对中国这样的转型经济体，产权模糊、财产权保护能力弱、市场结构不完善、政府干预多、进入壁垒较高和政策较多不确定性，跨国公司更倾向于采取渐进式投资策略。

本文先阐述跨国公司的功能区位，然后以财富全球 500 强描述跨国公司在中国的功能升级和地理扩张，最后基于离散选择模型探讨跨国公司是否采取功能集聚的区位战略。

## 一、跨国公司功能区位

在进入中国这样的经济转型国家时，跨国公司基本上都是采取渐进式的扩张策略，进行多次跟进式投资。跨国公司多次投资于同一东道国，但投资前期和当期投资的功能可能不同，前期投资可能是办事处，当期可能是制造、研发和服务，甚至总部。一方面，不同功能的不同区位要求可能会阻止前期和当期投资的空间集聚。另一方面，价值链上不同活动的地理临近可能节省协调成本，甚至获得规模经济。跨国公司是全球功能片段化的关键因素，他们从全球范围内选择不同功能的区位。在一个国家范围内，城市从部门专业化向功能专业化转变。企业管理和生产机构的日渐分离正在改变着城市的经济结构。

跨国公司跟进投资于不同功能环节，这些功能有不同区位模式。销售活动通常是寻求当地市场机会，生产活动寻求效率或知识，研发寻求知识，总部寻求战略资产。不同功能对规模经济敏感性、知识密集度和竞争强度都有不同要求。销售和客户服务活动表现出空间非敏感性，而生产和企业支持活动表现出空间敏感性。研究和发展与企业支持是空间最敏感和知识最密集的。最后，不同功能环节的要素组合机制不同。

同时，价值链上不同功能存在互补性。如果价值链的每个阶段都远离其他阶段，企业可能会面临额外的协调成本。跨国公司可以将价值链上不同功能布局在相互靠近的地方，以节省协调成本，并受益于互补性和经济联系。空间临近性对有特殊职能的公司来说是至关重要的，因为并非所有信息都可以无成本地被转换和传输。区域总部可能与研发机构合作，因为这两个功能都需要面对面的交流。总部和研发机构也会重视与生产机构的地理临近，从而节省协调成本。总之，跨国公司的功能既有分散在不同城市的倾向，也存在共聚于同一城市的可能。

## 二、跨国公司在华投资特征

### (一) 跨国公司功能渐进式扩张

跨国公司在华进行渐进式扩张，逐步提升投资功能，扩大地理范围。为了展示在华跨国公司渐进式跟进投资过程，我们从《跨国公司中国报告》（王志乐主编）中收集财富全球 500 强在中国的投资数据（不包括中国大陆企业），同时访问相应的跨国公司网页

来补充数据。对于每一个分支机构，我们可以找出母公司、来源国、东道城市、功能类型以及成立年份等。总共确认了 5391 个分支机构，其中有 430 家分支机构缺少建立的时间。在对全球 500 强跨国公司时间模式的描述中，我们排除了有缺失的时间数据，但这部分数据包括在空间分析中。参照 Defever(2006) 的研究，我们将跨国公司的职能分为地区总部、办事处、研发培训、商服（包括银行，保险和物流）、生产、销售以及社会服务等 [7]。

图 1 显示了每年财富全球 500 强跨国公司新建分支机构数。在 1979-1991 年间，跨国公司在华投资采取相当谨慎的态度，每年只有少数新成立的分支机构，投资规模小，以办事处和生产机构为主（图 2）。跨国公司还很难将地区总部、研发、商业服务等高附加值投资转移到中国。实际上，跨国公司也面临着这些高增值活动投资的更严格规定，这也限制了他们进入服务行业。如外资银行直到 20 世纪 90 年代后期才允许在少数城市进行人民币业务，很多生产者服务业直到 2002 年才对跨国公司开放。

在第二阶段，中国加速建立以市场为导向的经济体系，进一步向国际投资者开放中国市场。全球 500 强跨国公司沿着价值链建立了诸多分支机构，向价值链上游扩张，包括区域总部、研发中心，沿价值链向下游扩张，包括商业服务、销售和市场营销。仅在 1995 年，全球 500 强在中国成立了 450 多家分支机构。同时，全球零售商如沃尔玛、麦德龙、家乐福以及欧尚等迅速渗透中国市场。1995 年国家颁布了鼓励外资建立企业的暂行条例，鼓励跨国公司在华设立投资控股公司，从事管理投资、再投资、销售、培训和信息收集工作。这些投资控股公司实际上成了跨国公司的地区总部。

在后 WTO 时期中国逐步解除市场限制和地域限制，调整外商投资政策以落实 WTO 协定的承诺。面对更为有利的商业环境和 20 多年关于中国市场知识和经验的积累，一些跨国公司开始价值链式投资于中国，服务部门如银行、物流、保险和零售部门也跟随客户或竞争对手来到中国，并在中国寻找本地商业机会。截止到 2008 年，约 310 家全球 500 强跨国公司在华设立了分支机构。在跨国公司的功能结构中，生产功能重要性已经大大下降，研究开发机构等上游

图 1：财富全球 500 强跨国公司历年在华新成立分支机构数

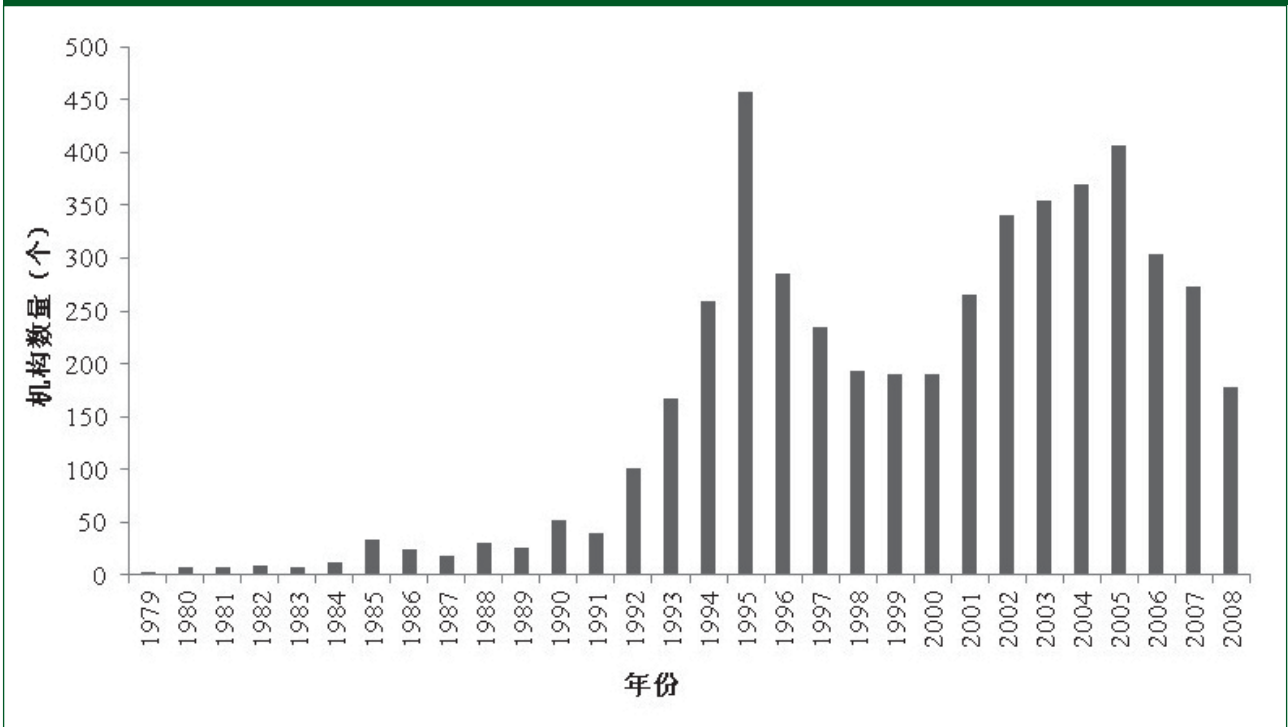
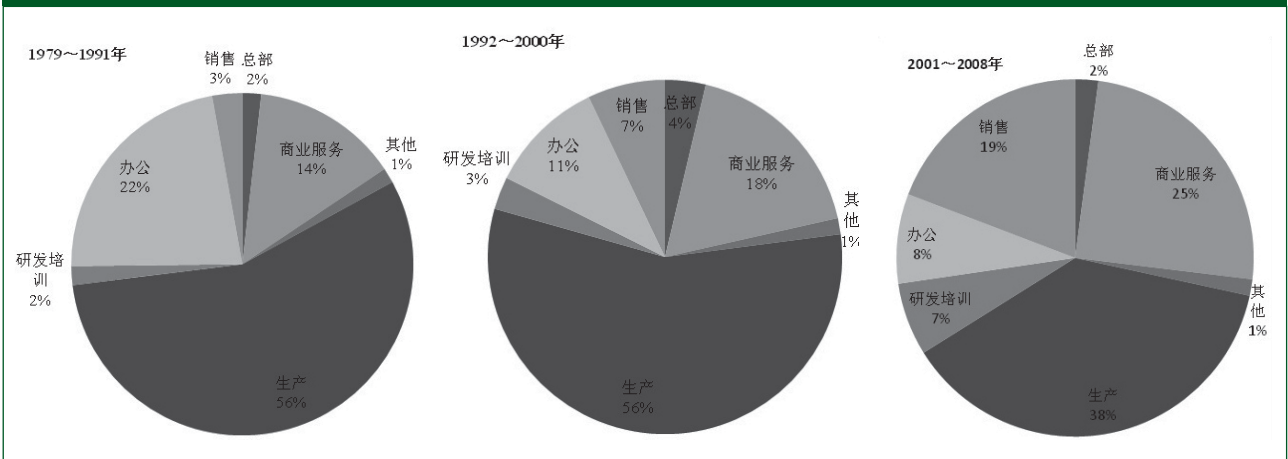


图 2：财富全球 500 强跨国公司分支机构分别在 1979 ~ 1991 年 (左，1992 ~ 2000 年 (中) 和 2001 ~ 2008 年 (右) 的功能结构



功能和销售、市场营销的下游功能日渐重要。目前，绝大多数 500 强跨国公司已在中国设立分支机构，包括了从管理、研发、生产、到销售和市场营销的多种功能。

(二) 跨国公司功能区位模式

图 3 展示了跨国公司分支机构在地级市分布。全球 500 强跨国公司集聚在少数地方，偏重于沿海地区，包括京津冀地区、长江三角洲、闽南三角洲、珠江三

角洲、山东半岛、辽东半岛等。内陆城市如重庆、成都、武汉、西安也能够吸引全球 500 强跨国公司的一些分支机构。具体来说，全球 500 强跨国公司的分支机构高度集中于中国城市体系中的高等级城市。到 2008 年，跨国公司已进入 175 个地级城市。作为两个最好的区位，上海和北京分别拥有 1340 个和 800 个全球 500 强跨国公司的分支机构，占总量的 39.70%。第二等级城市包括广州、天津、深圳、苏州、大连，约有 23.06% 的分支机构。全球 500 强跨国公司进入顶

级城市，可以增强国家和区域中心的国际竞争力，带动中国城市等级体系的调整。

地区总部是跨国公司的信息处理中心、决策制定中心，是总公司和子公司交流的桥梁。跨国公司在华只设立一个区域总部，显著集中在一线城市，因为他们需要面对面的交流，需要良好的商业服务，需要充分利用集聚经济。如图 4 所示，北京和上海拥有全球 500 强跨国公司在华的大部分地区总部；其他分散在广州、深圳、沈阳和厦门。跨国公司建立办事处来收集信息，建立分部来为中国某些地区的子公司提供服务。他们在选择区位时强调基础设施、市场潜力和信息成本的重要性，一般集聚在北京、上海、广州、成都、沈阳和武汉这些国家和区域的中心。在珠江三角洲、长江三角洲和京津冀地区这些特大城市区域对办事处和分部特别有吸引力。

图 3: 财富全球 500 强跨国公司分支机构的空间分布及其在城市体系中的分布 (2008 年)

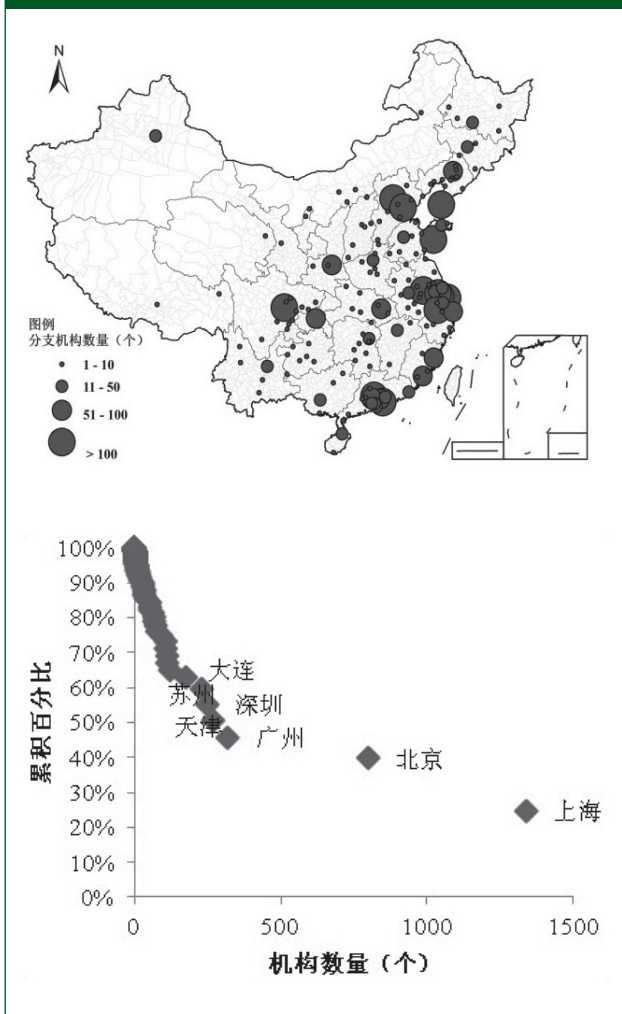


图 4 财富全球 500 强跨国公司总部 (上)、研发培训中心 (中) 以及代表处和分部 (下) 在中国的城市分布

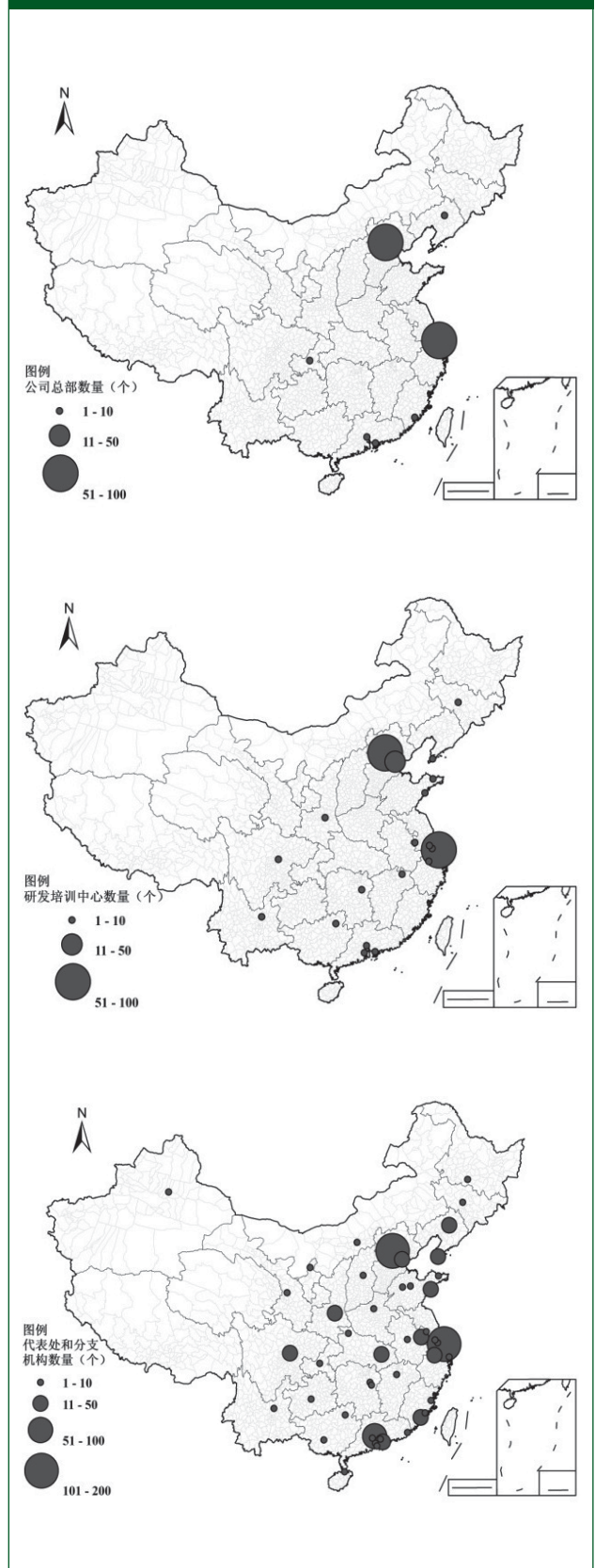
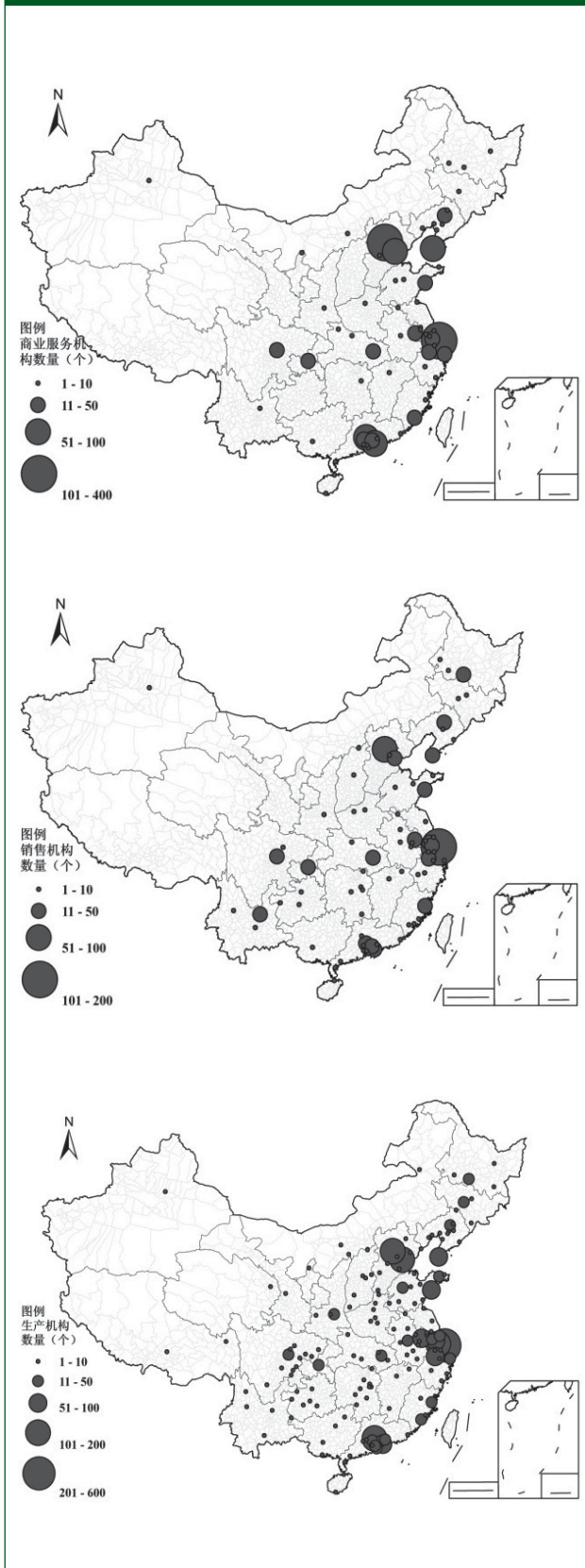


图 5 财富全球 500 强跨国公司商务服务机构（上）、销售机构（中）以及生产机构（下）的空间分布



生产功能居于价值链中间，在空间上呈现分散布局特征。生产功能高度重视商业联系和接近管理、研发中心，集聚在长三角、珠三角和京津冀三大都市圈。销售功能追随客户，布局在市场潜力大的地区（图 5）。一方面集聚在都市圈，另一方面又分散到中国绝大部分的省会。本研究中涉及两种类型的销售功能。一类是来自于全球零售商，如沃尔玛、家乐福，这类销售功能从 20 世纪 90 年代开始就进入中国一线城市，加入 WTO 以来开始向都市圈周边和沿城市等级体系扩散。另一类是从属于生产企业的销售功能，他们一般靠近生产工厂和区域总部。商业服务功能涉及银行、物流、采购中心等，除少部分从属于跨国制造业巨头外，绝大部分属于跨国服务企业。商务功能不同程度的集聚在上海、北京、广州、深圳、大连和天津。同时，商务功能和其上游功能环节有共聚趋势，特别是接近区域总部和研发中心。

总而言之，跨国公司跟进投资的扩张模式加快在中国布局。不同功能环节的区位要求不同，但总体上与中国城市等级体系匹配。存在强烈经济联系的功能之间会共聚在某些城市，如研发机构和生产企业。上游功能如地区总部和研发机构集聚在一线城市如北京和上海。中游的生产功能散布在大都市区，并向一线城市周边扩散，下游的销售功能最为分散。这种分布展现出一种金字塔结构，高附加值的功能环节位于城市等级金字塔的顶端，低附加值的功能沿城市等级体系向下扩散。

### 三、基于条件逻辑模型的跨国公司功能区位模型

本文采用 McFadden (1974) 提出的条件逻辑模型来模拟跨国公司的功能区位选择。中国在 2001 年末加入 WTO，此后跨国公司在华投资享受到较多自由的区位选择，这期间共有 2225 个属于全球 500 强的分支机构进入中国，包括 45 个区域总部、190 个代表处、154 个研发和培训中心、786 个生产工厂、577 个商业服务机构、438 个营销公司以及 35 个社会服务机构。最终，我们确定将位于 89 个城市的 2178 个 500 强分支机构纳入模型分析。

统计结果表明，跨国公司跟进投资的区位选择追寻其前期在华投资区位。同一个跨国公司分支机构的存在提升了其后续投资在同一城市的概率。跨国公司

不仅追寻自己以前的投资，也追寻其他跨国公司的前期投资。跟进投资必然导致外商直接投资在中国的空间集聚。相对而言，跨国公司更倾向于追寻自己的前期投资，因为可以更方便在跨国公司内分享前期积累的当地知识，并通过自己前期投资经验来发展自身的能力。同一跨国公司分支机构的空间集聚将促进当地的知识共享和转让以及它们之间的协调，并减少保存、搜寻信息的成本。同一公司的不同时期投资可能存在经济技术联系，需要集聚在同一区位。与此同时，其他跨国公司也是本地信息和知识天然的渠道，当然也可能存在其他跨国公司的示范效应。

在其他解释变量中，跨国公司重视城市的市场潜力，但并不十分关注劳动力成本。全球 500 强跨国公司是战略投资者，主要以中国市场为目标，能够承受较高劳动力成本。跨国公司集中在具有良好的市场潜力的城市以实现规模经济，较强集聚效益可弥补劳动力成本。服务业水平预期为正，但不显著，而互联网显著。**跨国公司偏好有良好互联网接入服务的城市，这是集聚经济的一个新的原因。对互联网的便捷访问将减轻跨国公司的信息成本和交易成本。**

跨国公司在区位决策时重视中国城市的政治地位和经济实力。跨国公司的子公司更喜欢集中在直辖市、省会城市和副省级城市。这些城市是国家或地区的行政中心，享有更多的决策权。跨国公司区位选择是一个讨价还价的过程，涉及与地方决策者密集的互动，地理上的临近将有助于这种互动。例如，跨国公司地区总部大多集中在北京和上海，以获取的政策体制优势和信息外部性。正如预期，全球 500 强跨国公司明显关注中国城市等级中最高的城市，尤其是 500 万人以上的城市。最后，开放政策对于跨国公司分支机构的区位选择并不显著。本研究着重于后 WTO 时期，在此期间中央政府向国际投资者打开国内市场的大门，并在许多领域实施放松管制政策，特别是服务部门。很明显，**对跨国公司来说，聚集经济比政策优势和体制优势更加重要。**

为了进一步探索全球 500 强跨国公司在不同功能上的共聚，我们对不同功能区位模型进行了检验和估计。统计结果显示，同一功能或者不同功能的分支机构间都可能发生空间集聚。通常，每个跨国公司在—个城市只设立一个总部或办事处，它不跟随母公司的前期投资。商务服务在同一功能内相互排斥，但他们可能跟随总部、办事处和生产机构。—个城市中商务服务功能的集中将显著降低该城市吸引商业服务功能的概率。此外，全球 500 强跨国公司主要着眼于庞大的中国市场。不同类型的功能将对各区位因素做出差异性的响应。

#### 四、小结

本研究发现全球 500 强跨国公司在华投资逐步扩大，并在不同功能环节上跟进投资。相似功能的分支机构往往集聚在某些城市，而具有互补联系的功能，如地区总部和研发中心，共聚在某些城市。同时，跨国公司跟进投资确实导致了分支机构空间集聚，各功能共聚导致了外国直接投资在一线城市中高度集聚。跨国公司功能布局强化中国主要经济中心的控制力和影响力，同时强化核心城市与周边城市的经济联系，推动城市群发展。**全球化力量正成为重组中国城市体系、提升高端城市控制权的关键因素。**

1) 上游功能如地区总部和研发中心大体上集中于像上海和北京这样的一线城市。

2) 中游功能如生产都集中在大型城市区域，并已扩散进入一线城市的周边城市。

3) 具有有利政治地位的大城市，能够吸引上游职能，如总部和办事处、研发中心、商业服务，也能吸引下游职能，如销售和市场营销。■

本文改编自同名论文，发表于《城市发展研究》2012（3）。