

东莞市金融服务业分散化空间格局

——企业金融服务消费行为视角

林彰平^{1,2}, 闫小培³, 方远平⁴

(1 广州大学地理科学学院, 广州 510006; 2 广州大学广州发展研究院, 广州 510006;

3 中山大学城市与区域研究中心, 广州 510275; 4 华南师范大学旅游管理系, 广州 510631)

摘要: 通过问卷调查和深度访谈等手段获取反映企业金融服务消费行为的数据资料, 结合社会经济统计(1990~2003)和基本单位普查(2001)数据, 实证分析了东莞市第二产业分散化空间格局前提下, 跨国公司生产基地“多点”金融服务消费行为、成功港资企业“两点”金融服务消费行为以及镇区工业集团总公司“园区型”金融服务消费行为, 探讨了东莞金融服务业“无强中心, 分散化”空间格局形成的机制。

关键词: 金融服务业; 空间格局; 消费行为; 东莞

文章编号: 1000-0585(2007)01-0168-11

1 引言

产业组织理论和企业(公司)地理都强调对企业行为的研究, 并注重方法论和具体调研方法的运用。产业组织理论的企业行为分析框架在不断演进过程中, 修正了新古典经济学的理论假设, 吸收了现代微观经济学的新进展, 交易成本概念被用以分析市场和企业边界, 产业组织分析从结构主义转向厂商主义, 即从重视市场结构转向重视企业行为^[1]。企业(公司)地理是工业和区域经济微观实证分析的一种尺度, 其兴起与发展部分地反映了经济地理研究的微观倾向, 它以公司为研究对象, 而不像区域经济学那样把区域作为研究客体, 也不像部门经济学研究各产业部门的区位^[2], 行为方法是其代表性研究方法之一^[3]。无论是企业行为中的自然人行为还是法人行为, 都表现了企业中自然人及其群体的意志和要求, 研究中应关注企业行为与行为目标和行为环境的关联^[4], 要注意量化研究与质性研究相结合^[5], 以及微观行为模型和宏观空间格局的尺度依存与尺度转换问题^[6]。

服务消费行为对服务活动和服务业增长、服务业空间分布的作用受到西方学者的重视。加德雷(Gadrey)认为服务活动就是服务生产者应服务使用者需要而进行的活动, 它改变了属于服务使用者的物品(事、信息和其他特性)^[7]。克拉克和费希尔认为需求(消费)因素可以用来解释服务活动的扩张, 服务的增长与生产者服务需求增长有关^[8,9], Greenfield进一步发展了这一观点^[10]。针对新古典经济学理论模型忽略许多与信息相关的服务消费情形, 莫莱特等批判新古典经济学片面地看待第三产业(tertiary)的发展、将

收稿日期: 2006-06-08; 修订日期: 2006-10-23

基金项目: 国家杰出青年科学基金资助项目(40125003); 广东省自然科学基金项目(06300605); 广东省哲学社会科学规划项目(06D05)

作者简介: 林彰平(1966-), 男, 湖南邵阳人, 博士, 副教授。目前主要从事服务业地理研究。

E-mail: zpling222@163.com。

工业和服务业严重对立以及将趋势(简单地)概括为空间集中或分散,认为其成为了分析服务业增长的“陷阱”^[11]。

企业金融服务消费就是企业在实物或服务生产过程中对金融服务产品的使用和消耗,构成了金融服务的生产者服务(producer services)部分。鲁滨逊分析了金融服务需求对于金融发展的动因,指出“企业领先一步,金融紧随其后”^[12]。Jaeger和Dürrenberger从服务需求方组织特征的差异比较了产业分散化前提下德国和英国服务业等级体系变化的空间尺度效应,即在区域尺度,包含金融服务业在内的生产者服务业的区位趋势与逆城市化带来的分散化效应是吻合的,但在国家尺度却截然不同,应根据制造业与服务业的离合情况而定^[13]。莱申等人的研究认为,英国零售金融服务可以根据服务需求者的差异分辨出两种理想化的生态和网络,即中产阶级所居住的郊区所代表的当代具有特权的零售金融服务市场生态和网络及贫困内城地区、边缘的地方当局房地产构成的“废弃型”生态^[14]。

服务消费与服务供给同样受到当前中国服务业地理研究的重视,面向服务消费者的问卷调查方法被应用于分析区域中心城市服务业外向功能特征和穗港服务业空间关联^[15,16]。金融部门与其他经济部门间宏观尺度的供给与需求互动关系历来受到中国经济学界的关注,最近谈儒勇还对“需求领先型”金融发展的微观机理进行了理论分析^[17]。改革开放以来,中国经济体制和金融监管体制转型以及金融市场的发展,作为金融服务的消费者,企业的独立性和主动性日益增强,其金融服务消费行为与金融服务机构服务提供行为之间的互动关系不断得到强化,客观上要求地理学对企业金融服务消费行为及其空间效应进行研究。中国金融地理研究已经开始从评介西方金融地理研究进展^[18,19]转入实证研究,并且大都采取量化研究与质性研究相结合的研究方法,“信息外部性”、“信息不对称”和“信息腹地”等理论被用于解释中国金融中心的发展^[20],发展中地区银行业空间系统集中与扩散过程的制度、经济相关性得到证明^[21],社会经济体制和金融管理体制转型、金融机构行为变化和城市空间发展等方面因素对城市金融服务业空间格局变动的作用受到重视^[22],但是已有研究成果仅仅针对区位决策者和机构(网点)经营者而非针对消费者开展调查,并未将金融服务消费行为与金融服务业空间格局联系起来。

东莞市1985年被设为县级市,1988年升格为地级市。1997~2003年,东莞市金融服务业以年平均16.09%的速度稳定增长,备受世人关注。东莞市薄弱的国有工业基础,尤其是缺乏大型国有工业企业,加之改革开放以来鲜明的镇域经济发展模式,形成了第二产业分散化空间格局。1978年东莞镇(区)以下工业企业产值占全市工业企业总产值的48.2%,随后村办工业迅速发展,至1996年,镇(区)以下工业企业占全市工业总产值达到了75.3%,2000年仍然维持69.1%的比重。那么,东莞市域范围内金融服务业的空间格局是否也像第二产业那样具有分散化的特征?其形成的微观机制怎样?本文将从企业金融服务消费行为角度回答这两个问题。研究过程主要运用“公司访谈法”^[23]获取企业属性及其金融服务消费行为等方面的质性研究数据,结合问卷调查结果、社会经济统计数据 and 基本单位普查数据等,实证分析东莞市企业金融服务消费“微观”行为对市域范围金融服务业分散化空间格局形成的“宏观”作用,试图解释金融服务业空间格局形成的微观机理,以期对地方金融服务业发展定位及空间布局有所启示。

2 数据来源与调查方法

研究所用产业增加值数据来自东莞市统计局编《东莞统计年鉴(1991~2004)》;金融机构数据来自东莞金融志编写组(1992)编写《东莞金融志》,东莞市统计局、东莞市基普办(2003)编《新世纪东莞市基本单位名录总汇——2003》和《新世纪东莞市基本单位普查综合资料汇编——2003》。

《服务业地理理论与实践研究》课题组于2001年8月完成了对珠江三角洲企业生产性服务消费情况的抽样调查,由镇区政府向当地制造业企业发放问卷,调查内容分为“公司特征”和“影响生产性服务需求的因素”两部分,其中将金融服务业细分为银行、证券、保险、风险投资、债券市场和基金管理,并且强调融资这一核心金融业务。受访企业主要分布于东莞市和中山市,共发出问卷1102份,回收658份,其中606份有效,有效率为92.1%;向东莞市的塘厦镇、茶山镇、石龙镇、大朗镇、长安镇、常平镇、谢岗镇、樟木头镇、沙田镇和虎门镇等10个镇发放问卷892份,回收521份(虎门镇的130份全部没有回收),其中508份有效,有效率达97.5%。在东莞市的508份有效问卷中,内资、港资、台资和其他企业的数量分别为53、166、76和213家。

2005年元月课题组进一步地选择位于东莞市的三家企业就金融服务使用情况进行深度访谈,调查企业金融服务消费行为。三家受访企业分别是代表跨国公司生产基地的“东莞三星电机有限公司”、代表成功港资企业的“东莞隆昌玩具有限公司”和代表东莞市发展过程中普遍采用的园区经济发展模式(镇区工业集团总公司)的“石龙信息产业园”。访谈对象为一定程度上熟悉公司发展历程和发展战略,掌握金融服务消费数据的经理人员,采取面对面访谈方式,以利于准确地获得充分信息,且容易形成互动,访谈内容主要包括企业发展历史、使用金融服务种类、来源以及意图等。事先约定不涉及企业商业秘密,并对受访人姓名予以保密。

3 结果与分析

3.1 东莞市金融服务业无强中心的分散化空间格局

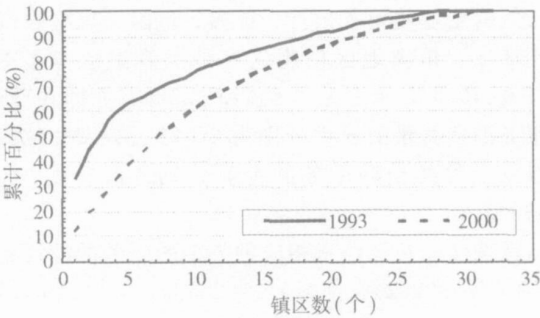
计划经济体制下中国国有商业银行组织机构行政科层化特征明显^[24],导致了因行政区升格较晚,改革开放初期东莞市金融机构层次偏低,金融业务容量较小,金融服务网点少的局面。至1987年底,东莞市五行(中国人民银行、中国工商银行、中国农业银行、中国银行和中国建设银行)共有基层金融机构84个,其中办事处4个,营业所30个,工作组1个,储蓄所43个(其中27个是1986、1987两年设立的),它们大都相对集中于莞城及石龙等镇区。

随着金融机构网点的分设和升格,东莞市各镇区都能提供较为全面的金融服务,金融服务业增加值的地域分布也就呈现出显著的分散化特征,形成了市域范围内金融服务业“无强中心、分散化”空间格局。1993年金融服务业增加值前5名和前10名累计占全市金融服务业增加值的比重分别为63.28%和76.14%,2000年金融服务业增加值前5名和前10名累计分别占到全市金融服务业增加值的38.26%和62.02%,分别降低了约25和14个百分点。可见,1993年以来东莞市金融服务业空间分散的趋势十分明显(图1)。

见《东莞金融志》编写组(1992),《东莞金融志》。

在实地调查过程中发现，国有金融机构在各镇区建立网点的高潮出现在 20 世纪 90 年代初，因此，1993 年和 1994 年东莞市区（包括万江区、城区、附城区和篁村区）金融服务业增加值占全市比重处于低位，还不到 1%（图 2）。

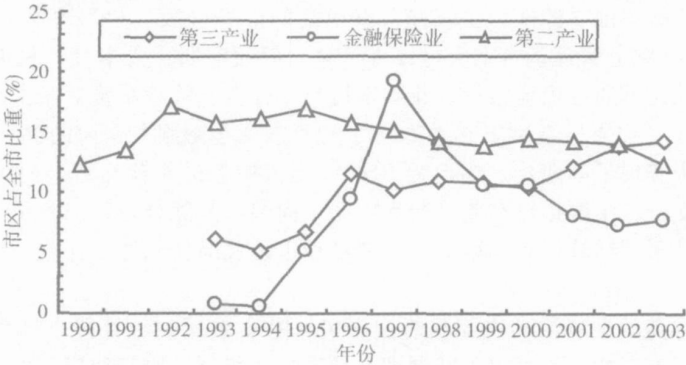
从 1995 年开始，市区金融服务增加值占全市的比重开始上升，原因主要是，第一，早期的投资项目开始进入投资回报期，可供金融机构选择的低风险项目增多，金融机构大量进入需求市场；第二，各镇、村工业公司投资规模加大，尤其是基础设施的投入增加，对银行的单笔业务需求增大，而当时的网点不能完全满足现实的需求，很多客户从市区分行寻求金融服务；第三，市区的房地产建设进入一个高潮时期，融资需求旺盛。因此，至 1997 年市区金融服务增加值占全市的比重陡升至 19.29%（图 2）。



资料来源：根据东莞市统计局，东莞统计年鉴（1995、2001）数据计算并制图。

图 1 东莞市金融保险业增加值分布变化

Fig 1 The distribution of value added of financing and insurance industry in Dongguan city



资料来源：根据东莞市统计局，《东莞统计年鉴》（各年份）数据计算并制图。

图 2 东莞市市区产业地位变化

Fig 2 The change of industrial status of downtown in Dongguan city

1997 年之后，东莞市金融服务增加值中市区的份额又呈现下降趋势，主要原因是：第一，由于业务量增大，尤其是为了满足外资企业“一站式”综合金融服务需求，办事处、营业所等镇区金融网点纷纷升格，大多数镇区都能够提供全面金融服务；第二，原来资本规模小、法人分散的信用社迅速壮大，以充分的信息优势和人缘优势，占到了镇区金融服务市场的很大份额。当国有金融分支机构和网点纷纷进入镇区市场，对信用社这类互助性质金融组织的业务构成竞争压力的时候，信用社的现实选择便是“城市化”，提供与国有商业银行相类似的金融产品，抢占了部分市区金融服务市场。

3.2 企业获取金融服务的种类和来源问卷调查

按有效问卷计算，全部受访企业中分别有 85.8%、66.7%、71.1%、29.2%、24.6% 和 27.2% 的企业使用了银行、证券、保险、风险投资、债券市场和基金管理等金融服务，其

中在珠江三角洲地区使用这些种类金融服务的企业分别占到所有受访企业的 22.9%、20.8%、40.9%、4.5%、4.6% 和 4.5%，亦即在珠江三角洲消费的金融服务占相应种类金融服务消费总量的比重分别为 26.7%、31.2%、26.0%、15.3%、18.8% 和 16.4%；从香港获取以上种类金融服务的企业分别占有所有受访企业的 16.3%、2.3%、7.8%、4.5%、6.3% 和 8.3%。

在珠江三角洲消费相应种类金融服务的港资企业占 166 家受访的港资企业的比例分别为 20.5%、22.2%、40.3%、2.3%、2.3% 和 1.7%，受访港资企业从香港获得相应种类金融服务的比例分别为 25.6%、4.0%、15.3%、14.8%、14.2% 和 16.5%。在珠江三角洲使用银行、保险、风险投资、债券市场和基金管理等金融服务的外资企业占有在珠江三角洲消费相应种类金融服务企业的比重分别为 24.8%、3.2%、3.4%、25% 和 33.3%。

由以上可见，一方面，落户东莞的港资和外资企业已经在珠江三角洲乃至全国搜寻金融服务供给，有相当比例的港资和外资企业成为珠江三角洲金融服务的直接消费者；另一方面，除珠江三角洲以外，香港以及其他地区也是东莞企业获取金融服务的主要来源地。

3.3 跨国公司生产基地“多点”金融服务消费行为与金融服务业空间扩散——东莞三星电机有限公司案例

3.3.1 东莞三星电机有限公司 (DSEM) 概况 DSEM 是韩国第一大企业集团——三星集团旗下的三星电机株式会社于 1992 年 7 月在东莞市成立的外商独资企业。DSEM 以生产、出口电子产品关键零部件为主，并占有很高的市场份额，2002 年入围广东省工业企业 50 强。DSEM 财务管理基本上实行独立核算，但须定期接受本社（机电总部）资金部和审计部审查，还需通过当地银行、花旗银行与本社资金管理系统对帐。

3.3.2 DSEM “多点”金融服务消费行为 包括获取金融服务在内的部分 DSEM 生产运营环节已经逐步实现了本地化。当前为 DSEM 提供服务的东莞当地金融机构主要是中国建设银行寮步支行、中国银行东莞分行和中国工商银行东莞分行，服务项目主要是基本账户管理，国内、国际结算，短期融资，发票贴现以及代缴代扣劳动保险、代发工资等代理出纳业务。

DSEM 在东莞的融资活动主要是短期融资，基本上所有结算账户开户银行都乐于向其提供外币信用担保贷款，可以不断展期，融资成本较低。跟初期贷款由总部提供担保以及韩国金融危机时总部出具备付信用证、安慰函不同，现在由公司直接申请即可获得贷款。收款与付款的结算方式和频度不同，90% 左右的付款采取电汇 (TT) 方式，10% 左右采用托收 (DATP)；收款则基本上采用电汇，少量使用信用证；付款每月两次批量处理（每月 5 日和 20 日），收款则随时进行；本外币结算业务的实现方式也有所差异，人民币采取网上付款（建设银行和工商银行提供），外币由于需要相关文件支持，没有采取联网方式。

异地金融服务的使用对 DSEM 有特别重要的意义。由于外资银行跨区域服务在中国不受限制（国有商业银行受到一定程度的限制），DSEM 选择了位于深圳市的日联银行（原三和银行）为其提供外币贷款、结算服务。日联银行结算速度较快，当日便可到款，内资银行次日才能到款。为了很好地控制风险，DSEM 把外汇交易放在了信息充分的三星电机中国总部或由汉城本社在国际金融中心操作。公司大部分保险业务则基本上由同属三星集团的三星火灾海上保险公司上海分公司提供。总部指定会计审计和税务服务由国际知名的毕马威（KPMG 华振）会计师事务所提供。

DSEM 对金融服务机构的选择经历了一个逐步本地化的过程。刚立足东莞的时候，

内资金融机构在技术条件、代理网络、服务态度和质量等方面都不能满足跨国公司国际业务的需要，而当时的三和银行不仅有国际业务网络，又与三星总部保持着很好的业务合作关系，而且上门服务，所以三和成为 DESM 首选。后来东莞当地银行在国际业务方面有了大的长进，就出现了现在多家银行为 DESM 提供服务的局面。

综上所述，DESM 金融服务需求具有多层次性特点，与金融机构网点的联系具有多向度特性，反映了跨国公司东莞生产基地金融

服务消费行为的某些共同特点，即注重风险和成本控制，注重服务机构品牌及服务质量，注重服务产品差异，可以概括为跨国公司生产基地“多点”消费行为模式（图 3）。

3.3.3 跨国公司生产基地驱动金融服务业向投资地扩散的机制 跨国公司直接投资会通过三种途径驱动金融服务业向投资地（镇区）扩散，第一，像 DSEM 那样产生直接金融服务需求，驱动金融网点在镇区内分设并升格；第二，通过吸引相关产业在投资地集聚驱动镇区空间进一步扩展，引发间接金融服务需求，增加金融机构网点的业务量和服务种类，提高镇区金融服务业发展水平；第三，外资金融机构跨区服务使镇区内资金融服务机构网点获得竞争机会，在竞争中提高服务质量。外资金融机构采取跨区提供的方式为跨国生产基地提供金融服务，形成一个竞争性的金融服务市场，促进镇区金融服务质量的提升。此外，跨国公司生产基地还会在金融服务消费的过程中，媒介外资金融机构经营理念和经验的扩散，有助于提高镇区金融服务质量（图 4）。

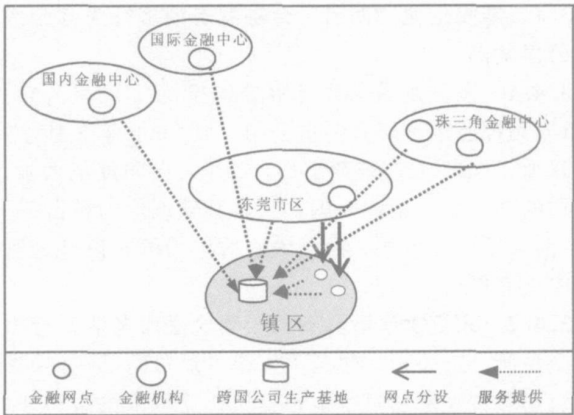


图 3 跨国公司生产基地“多点”金融服务消费行为模式

Fig 3 The multi-spot financial services consumer behavior model of the base of MNC

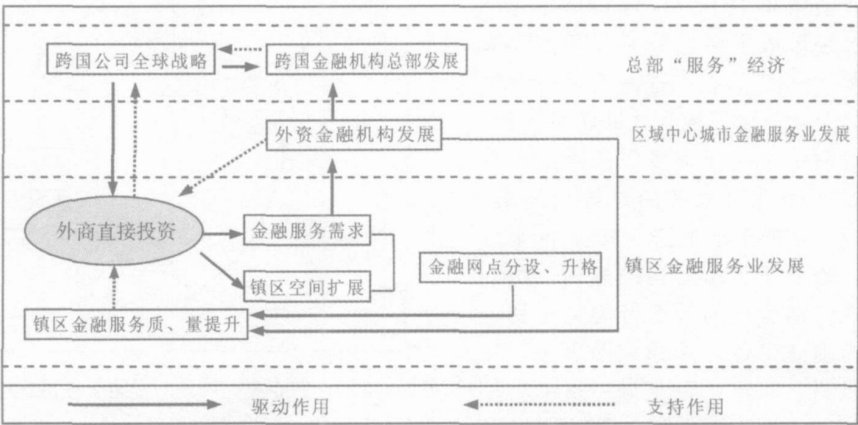


图 4 跨国公司生产基地驱动金融服务业空间扩散机制

Fig 4 The expansion mechanism of financial service industries driven by the base of MNS

3.4 港资企业“两点”金融服务消费行为与金融服务业空间扩散——东莞隆昌玩具有限公司案例

3.4.1 东莞隆昌玩具有限公司概况 隆昌公司位于东莞市，是龙昌国际控股有限公司100%控股港资玩具制造公司。到2004年9月，公司员工约7900人，其中约70人在香港基地，7605人在东莞工厂，213人在印度尼西亚工厂，12人在新的美国办事处。龙昌公司的产品主要销往美国、日本和欧洲，约各占三分之一。龙昌公司的业务运作基本上采取“前店后厂”模式，总部设在香港粉岭，设计、营销和资本运营的决策权、支持功能都集中在那里。

3.4.2 东莞隆昌玩具有限公司金融服务消费行为 龙昌国际（母公司）已经在香港证券交易所上市公司。包括火灾险、雇员险等在内的保险服务也由香港方面提供。龙昌公司的流动资金一般通过本地银行机构获取人民币和外币贷款，人民币贷款一般在附近支行便可办妥，外币贷款需向分行申请，因为外币贷款的审批权大都集中在分行。东莞本地金融机构还为龙昌公司提供了代发工资、代扣地方税、代缴劳动保险等方面的服务。目前有两家国有商业银行东莞分支机构正在积极与龙昌公司谈判落实银行与公司单点联系的解决方案，隆昌公司正在对方案进行比较筛选。在东莞市注册的正量会计师事务所还为龙昌公司提供了验资、资产评估等会计审计服务。

龙昌公司一直以来在当地树立了很高的社会声誉，公司总经理梁钟铭先生当选为东莞玩具协会会长。公司与银行部门的合作一向愉快，其中与中国农业银行东莞花园支行的业务联系非常频繁，因为一来就近获得像结算业务这样标准化程度很高、而又经常发生的金融服务是必然的，二来有长期合作基础。上市公司具有良好的公司治理结构，所以由集团公司签订担保作为抵押在东莞进行融资非常便利。内地外币贷款成本相对较低，是龙昌公司决定在东莞本地银行分支机构融资的重要经济因素。东莞银行的市场意识也正在使龙昌公司获取金融服务的途径更为便捷。

3.4.3 成功港资企业“两点”金融服务消费行为对投资地金融服务业空间格局的影响

作为成功港资企业的代表，东莞隆昌玩具有限公司在长期的业务发展过程中，金融服务消费集中于设厂地和香港两个地点，已经形成了金融服务“两点”消费行为模式（图5）。在这一消费行为模式之下，企业与设厂地和香港联系紧密，镇区就近满足了企业很多服务需求，香港则满足了企业对服务的差异化需求。并且，设厂地的金融服务保障了企业稳定运行，提升了上市公司的盈利，而上市公司在香港股市的看涨行情又有利于企业在内地获得进一步的金融服务，二者相互促进。相反，企业与广州市和深圳市之间的联系很弱，仅仅是使用了粤港共享的金融基础设施（结算系统）而已。所以，大量港资企业分散于各镇是东莞市金融服务业分散化空间格局形成的重要影响因素。

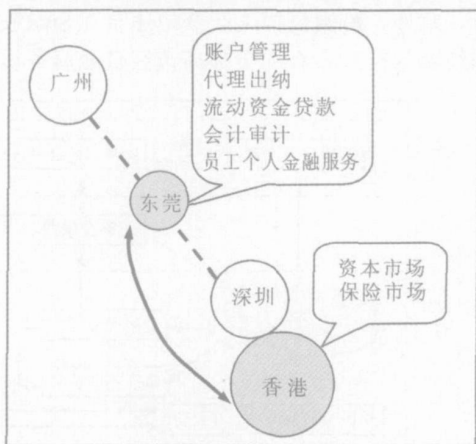


图5 成功港资企业“两点”金融服务消费行为模式
Fig. 5 The two-spot consumer behavior model of the successful enterprises invested by enterprisers in Hong Kong

3 5 镇区工业集团总公司“园区型”金融服务消费行为与镇区金融服务业发展——东莞市石龙镇信息产业园案例

3 5 1 石龙镇信息产业园概况 2001 年 6 月石龙信息产业园区项目经广东省发展计划委员会批准同意立项建设，园区规划土地总面积 65 万平方米，已建成的北园厂房建筑面积 30 万平方米，已使用土地面积达 25 万平方米；现已有 20 余家企业进驻，包括日本利富高公司、ADVANEX 公司和台湾唯冠公司等著名外资企业进驻大型企业。南园园区已完成三通一平土地 40 万平方米，可供开发使用。石龙信息产业园由东莞市石龙镇工业总公司投资建设，建设需要巨额资金，单是以 300 元/ m² 的价格从西湖村受让 327947. 3 m² 的生地就需投入 98 384 190 元。

3 5 2 石龙镇信息产业园金融服务消费行为 进入信息产业园的单个投资企业要想在投资回收期之前获得当地银行的贷款是有困难的。为了克服单个入园企业的融资困难，也有利于园区统一规划方案的实施，园区的投资建设方（石龙镇工业集团总公司）出面与银行打交道，顺利地获取银行贷款。因为总公司有大笔资产可供抵押，还有相当数量的高成长性项目，加之长期当地经营的良好表现，早已成为当地金融机构追捧的优质客户。尽管石龙镇银行分支机构本身的业务容量偏小，不具备大型贷款项目的审批权，但是当地几家银行分支机构先后与总公司合作，努力叙作，并竭力争取获得上级行批准。

企业进入信息产业园并投产，会产生新的金融服务需求。虽然部分企业投产后融入的资金主要是广东省科委的科技创新基金，未曾使用银行贷款，但是东莞市商业银行、中国工商银行和中国建设银行在石龙的分支机构还是为其提供了基本账户管理、结算、代发工资、代开支票等服务。

3 5 3 “园区型”金融服务消费行为促进镇区金融服务业发展机制 历史上石龙就是一个金融重镇，金融地位曾高于莞城，目前的金融机构网点数达到了 49 个。1993 年以来石龙镇在金融服务业增加值稳定增长的同时，金融机构存贷款年末余额迅速增长，存差比率居高不下，金融服务业的持续发展面临很大压力。

信息产业园的建设及其“园区型”金融服务消费行为推动了镇区金融服务业发展（见图 6）。镇政府注资成立的工业总公司代表了政府的发展理念，以自身积累的经营成果作

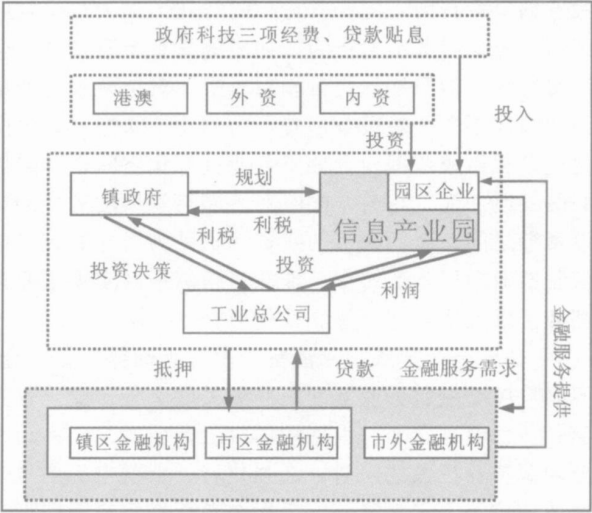


图 6 “园区型”金融服务消费行为促进镇区金融服务业发展机制

Fig. 6 The development mechanism of financial service industries in township-level district promoted by the industrial-park type financial service consumer behavior

来源于 <http://www.shilong.gov.cn/> 石龙镇西湖村务公开.

抵押谋求银行资金支持, 投资园区土地开发和基础设施建设, 并且通过所属服务公司提供的制度化服务吸引投资者来本地投资, 这样既直接为金融机构的存差资金找到了出路, 又间接地为金融机构准备了更多的潜在服务需求者。镇区已经形成的信息产业发展良好环境, 完善的园区设施, 加之各级政府对高新技术产业发展的财政支持, 一批外资、港澳台资和内资企业入园投资, 同时对本地(镇区)、市区和外地金融机构产生金融服务需求, 从而促进本地金融服务业的发展(见图6)。

4 结语与讨论

(1) 东莞市金融服务业已经形成了一个“无强中心、分散化”空间格局。企业金融服务消费行为是形成这一空间格局的重要微观基础。散布于整个市域的大量跨国公司生产基地、港资企业和镇区工业集团总公司通过在镇区内消费标准化和一般化金融服务, 促进东莞城区金融服务业向镇区扩散。东莞市金融服务业分散化空间格局总体上与第二产业空间格局相似, 反映出金融服务业与第二产业间的紧密依存关系, 有力地支持了 Jaeger 和 Dürrenberger “必须联系制造业来理解服务业总的尤其是空间动力”的观点^[13]。但是, 由于新投资企业在投资地(镇区)金融服务消费的实现和扩展需要经历一个服务供需双方相互认同的过程, 所以金融服务业分散化空间格局形成和第二产业的分散化空间格局形成之间存在时滞。

(2) 有相当比例的港资和外资企业成为东莞市金融服务的直接消费者, 珠江三角洲、香港以及其他地区也是东莞市企业消费金融服务的主要源地。东莞市不同类型企业对金融服务的消费行为不同, 其行为的空间关联和空间效应也不一样。镇区工业集团总公司“园区型”金融服务消费行为以初期的具有政府背景的金融服务消费引发更多的企业金融服务消费行为, 但异地消费量相对较少, 对金融服务业的直接促进作用往往局限于镇区当地。与“园区型”金融服务消费行为相比, 跨国公司生产基地“多点”金融服务消费行为不仅促进东莞市域范围内金融服务业分散化空间格局的形成, 还与国际金融中心、国内金融中心的发展“遥”相关, 同时对不同空间尺度的金融服务业空间集中和分散产生显著影响。以粤港之间广泛而深入的投资和贸易为先导的成功港资企业“两点”消费行为是香港经济从制造业向服务业转型、珠江三角洲地区实现工业化的微观行为基础, 是香港与珠江三角洲地区之间更紧密金融联系的媒介。

(3) 企业金融服务消费行为对于理解东莞市金融服务业空间格局的形成机制及其与不同尺度金融服务业空间格局的关联十分重要。首先, 可以帮助人们正确认识西方发达国家经济“服务化”与发展中国家工业化的关联和动力机制。全球尺度制造业的扩散在引起金融服务业扩散的同时, 会强化若干金融中心的地位, 如伦敦金融地位不仅没有随英国制造业地位的下降而降低, 反而在总部经济环境中形成具有国际竞争力的金融服务业集群。第二, 东莞市金融服务业分散化空间格局的形成有别于意大利中部。意大利中部中小型企业(传统工匠型、依赖的次级承包商型和工业区内的小企业)构成的基本工业结构是服务业分散空间格局形成的基础, 而东莞“外源型”制造业向镇区的进入是“内源型”金融服务业由城区向镇区扩散的必要条件, 主体各异的选择性企业消费行为才是金融服务业分散化空间格局形成的充分条件。

(4) 几乎所有设立在东莞市的跨国公司生产基地、港资企业和地方政府控股企业都处于全球价值链的下游, 对应的金融服务消费的主动权和知识密集程度也都处于较低层

级。这反映了全球化背景下制造业与服务业的全球价值链的耦合特征, 对应于低附加值的制造业, 东莞市金融服务业也处于价值链的低风险、低附加值的环节, 与全球知识创新源地以及香港、广州和深圳等地的金融服务业形成明确分工。

中国金融服务市场将渐次对外开放, 东莞正在实施以“松山湖科技产业园”建设为标志的区域协调和创新发展战略, 东莞企业的本地化和国际化趋势都十分明显, 产业空间组织集群化特征日益显著, 企业金融服务消费行为会如何响应这些变化? 东莞市金融服务业空间格局演变的趋势如何? 这将是值得进一步探究的问题。

参考文献:

- [1] 刘传江, 李雪. 西方产业组织理论的形成与发展. 经济评论, 2001, (6): 104~ 110
- [2] 李小建. 公司地理理论(修订版). 北京: 科学出版社, 2002
- [3] 费洪平. 企业地理研究综述. 地理研究, 1993, 12(1): 111~ 119
- [4] 周立群. 关于企业行为研究的若干问题. 人文杂志, 1994, (3): 63~ 69
- [5] 柴彦威. 行为地理学研究的方法论问题. 地域研究与开发, 2005, 24(2): 1~ 5
- [6] 李双成, 蔡运龙. 地理尺度转换若干问题的初步探讨. 地理研究, 2005, 24(1): 11~ 18
- [7] Illeris S. The Service Economy. John Wiley & Sons, 1996
- [8] Clarke C A. The Conditions of Economic Progress. London: Macmillan, 1940
- [9] Fisher A G B. The Clash of Progress and Security. London: Macmillan, 1935
- [10] Greenfield H I. Manpower and the Growth of Producer Services. New York: Columbia University Press, 1966
- [11] Moulaert F, Daniels P W. Advanced producer services: beyond the micro-economics of production. In: Daniels P W, Moulaert F. The Changing Geography of Advanced Producer Services. London and New York: Belhaven Press, 1991. 1~ 14
- [12] Robinson J. The Rate of Interest and Other Essays. London: McMillan, 1952
- [13] Jaeger C, Dürrenberger G. Services and counterurbanization: the case of central Europe. In: Daniels P W (ed). Services and Metropolitan Development. London and New York: Routledge, 1991. 107~ 128
- [14] Leyshon A, et al. Towards an ecology of retail financial services: understanding the persistence of door-to-door credit and insurance providers. Environment and Planning A, 2004, 36: 625~ 645
- [15] 闫小培, 钟韵. 区域中心城市生产性服务业的外向功能特征研究. 地理科学, 2005, 25(5): 537~ 543
- [16] 钟韵, 闫小培. 改革开放以来香港生产性服务业对广州同行业的影响. 地理研究, 2006, 25(1): 151~ 160
- [17] 谈儒勇. 需求领先型金融发展的微观机理研究. 上海财经大学学报, 2004, 6(1): 13~ 19
- [18] 武巍, 刘卫东, 刘毅. 西方金融地理学研究进展及其启示. 地理科学进展, 2005, 24(4): 19~ 27
- [19] 陈品先. 金融地理与金融中心的研究进展——从专业社群运作来看. 世界地理研究, 2004, 13(4): 1~ 8
- [20] 赵晓斌, 王坦, 张晋熹. 信息流和“不对称信息”是金融与服务中心发展的决定因素: 中国案例. 经济地理, 2002, 22(4): 408~ 414
- [21] 李小建, 周雄飞, 卫春江, 等. 发展中地区银行业空间系统变化——以河南省为例. 地理学报, 2006, 61(4): 414~ 424
- [22] 林彰平, 闫小培. 转型期广州市金融服务业空间格局变动分析. 地理学报, 2006, 61(8): 818~ 828
- [23] 李小建. 经济地理研究中的公司访谈定性分析方法及其应用实例. 经济地理, 1999, 19(3): 1~ 6
- [24] 武捷思. 中国国有商业银行行为研究. 北京: 中国金融出版社, 1996

The decentralized spatial pattern of the financial service industry in Dongguan: a perspective of consumer behavior of enterprises' financial services

LIN Zhang-ping^{1,2}, YAN Xiao-pai³, FANG Yuan-ping⁴

(1. School of Geographical Sciences, Guangzhou University, Guangzhou 510006, China;

2 Guangzhou Development Institute, Guangzhou University, Guangzhou 510006, China;

3 Centre for Urban & Regional Studies, Zhongshan University, Guangzhou 510275, China;

4 Department of Tourism Management, South China Normal University, Guangzhou 510631, China)

Abstract: This paper analyzes the spatial pattern of financial services industry and the impact of enterprises' financial service consumer behavior on that by using first-hand data obtained through questionnaires and in-depth interviews. The city and second-hand data are from socio-economic statistics(1991-2004) and second basic units census(2001). The results are as follows:

Firstly, a decentralized spatial pattern of financial services industry in Dongguan has been formed as nearly the same as that of secondary industry, which means that these two industries are linked closely to each other.

Secondly, the enterprises invested by Hong Kong's and foreign capital are now searching the opportunity for supplying the financial services in Dongguan, Pearl River Delta (PRD) and the whole country. Except PRD, Hong Kong and other areas are becoming the main sources of financial services for enterprises located in Dongguan.

Thirdly, the producing bases of multinational corporations, successful Hong Kong enterprises and town-owned industrial firms facilitate the spread of financial services in the town by making the consumption standard and the financial services normalized. As a result, the decentralized spatial pattern of financial service industry has come into being.

Finally, the consumer behavior of different enterprises is dissimilar, so is its spatial effect. Comparatively, the 'park-style' consumer behavior of financial services of town-owned firms mainly represents the distinction of less out-of-town consumption and its facilitation to the development of financial services is limited to the scale of township. While the multi-spot style' consumer behavior of multinational corporation producing base plays a key role of causing the spatial centralization and decentralization of financial services with different spatial dimensions at the same time. The 'twin-spot style' consumer behavior of enterprises in Hong Kong, oriented by extensive and in-depth investment and trade between Hong Kong and Guangdong Province, is the micro behavior basis of two processes, which are the industrialization of Pearl River Delta and the transformation of Hong Kong's economy from manufacturing to services industry and the medium for establishing closer financial linkage between Hong Kong and Pearl River Delta.

Key words: financial service industry; spatial pattern; consumer behavior; Dongguan