

特色小镇 | 产业路径

【产业生成逻辑和2.5产业的定位】



高力国际

在上一篇“特色小镇发展路径：IP 资源的植入与打造”报告中，高力国际对特色小镇的发展路径进行了剖析，并提出了特色小镇的四个发展路径。特别是针对 IP 导入，高力国际根据丰富的特色小镇战略发展和项目策划经验，提出了相应的 IP 导入路径模型；并在此基础上阐述了特色小镇如何打造 IP 并利用 IP 导入产业、开发特色小镇。本篇我们将通过延伸对 IP 产业导入的理解，进一步分析特色小镇的产业路径和产业定位方法。

产业发展 | 生成逻辑

特色小镇经过近一年的快速发展，全国已经形成了众多以一产、二产或者三产为主导产业的特色小镇。以京津冀区域为例，高力国际认为该区域已经形成了依托八大产业发展的特色小镇布局。

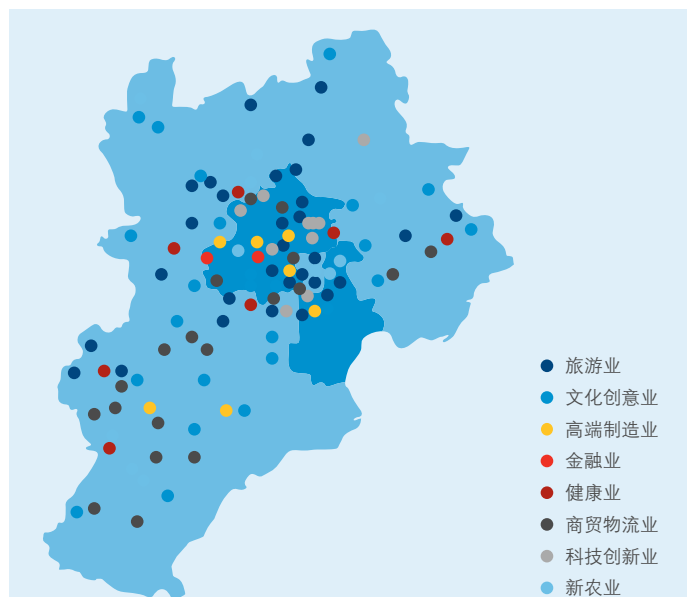


图1 京津冀各类产业的特色小镇布局

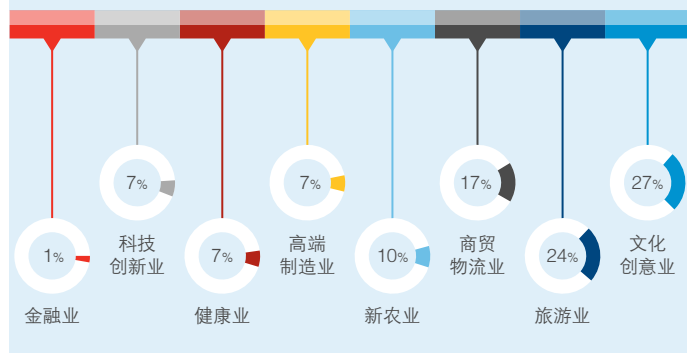


图2 京津冀特色小镇各产业数量和占比

当前全国特色小镇的主导产业中，以第二产业（下称“二产”）和第三产业（下称“三产”）数量居多，特别是战略性新兴产业和文旅康养产业。当然也有依托第一产业即农业，特别是新兴农业形成的田园综合体和新兴农业小镇。高力国际认为，在特色小镇的产业路径中，以三产为主导产业更容易形成人口聚集效应。其中各产业特点如下图所示：

产业/特点	第一产业	第二产业	第三产业
附加价值	○ 附加价值偏低	● 某些环节附加价值较高	● 多数环节附加价值较高
人口聚集	○ 难以聚集人口	● 聚集生产人口	● 聚集消费人口
资产升值	○ 难带动资产升值	● 较难带动资产升值	● 可带动资产升值

图3 产业的发展特点及基本属性

高力国际认为特色小镇的产业生成逻辑主要包括三个维度：

- 外部：外部环境和产业转移趋势。宏观经济政策、产业疏解方向等外部环境因素是小镇承接产业的必要条件
- 内部：小镇的区位条件和承接能力。小镇本身的区位优势、自然人文环境特点都是决定产业匹配的重要基础
- 协同：投资主体的资源和产业协同能力。导入的产业需要与投资主体自身资源相协调，形成产业和主体间的良性匹配，带动上下游市场主体的协同转移

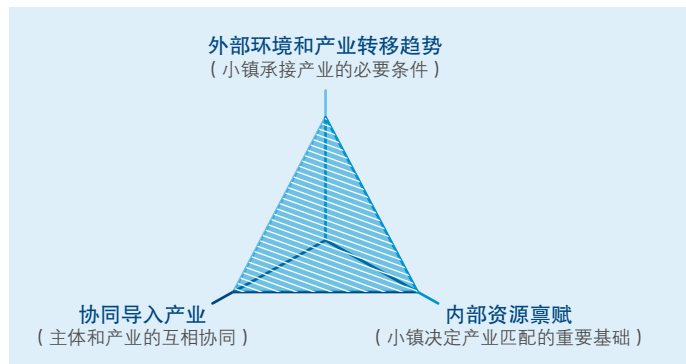


图4 特色小镇的产业生成逻辑模型

从产业生成逻辑模型中，我们可以看到产业协同是非常重要的一个维度。这也是特色小镇与产业园和文旅古镇等传统有特色的小镇最重要的区别之一。特色小镇的发展，重点还是特色产业的发展带动和特色小镇的融合发展。经过对全国多个特色小镇的产业生成逻辑和定位的深入分析，高力国际发现，当前特色小镇由于体量相对产业新城较小，因此对要素的融合要求会更高。与之对应的产业在纵向上存在从产业生产到产业应用和产业服务的延伸；在横向上存在产业之间的融合发展，尤其是三产和二产的融合发展，这意味着融合形成的 2.5 产业（下称“2.5 产”）将会是特色小镇发展的重要产业路径之一。

产业定位 | 2.5 产

2.5 产的特征可以从两个维度来考量。

一方面，从产业附加价值的角度，2.5 产既是二产中低附加值的生产制造环节向高附加值的研发设计、营销结算环节的延展，又包含三产向二产过渡的特征。

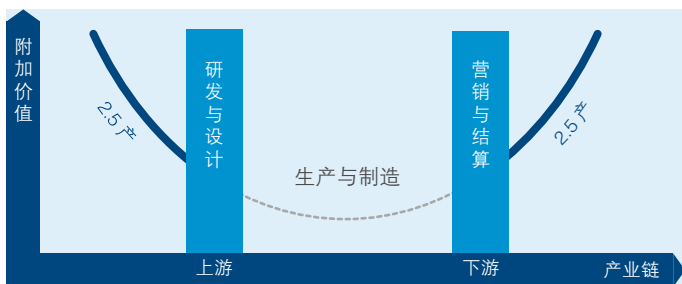


图5 产业“微笑曲线”

另一方面，从 2.5 产承租能力的角度，2.5 产更利于承接核心大城市外溢的细分产业需求和转移远郊加工区的生产加工功能。

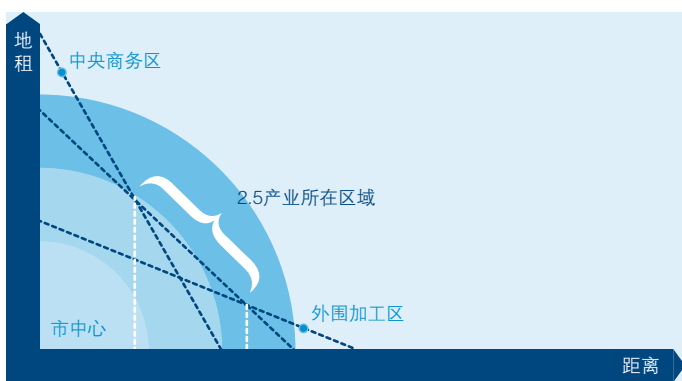


图6 2.5 产的地租-距离阶梯曲线特征

因此，高力国际认为 2.5 产具有以下特点：

- 通常处于价值链上游，产业附加值较高
- 既可面向生产端（2B），又可面向市场端（2C），“生产 + 市场”要素的有机结合，拓展性强

- 充当带动产业链形成的引擎，促进消费闭环的形成
- 在促进人口集聚的同时，带动周边土地及房产等资产的升值

而特色小镇的发展目标也同样是实现产城一体融合，在“生产·生态·生活”形成正向闭环，因此高力国际认为 2.5 产更加符合特色小镇的产业定位。

产业路径 | 升级

产业自发性发展是带动特色小镇产业升级的重要驱动力之一。这种自发性发展通常源自产业的集聚和升级，进而形成企业或小镇的自发突破，最终实现产业集群的整体跃迁，带动周边上下游企业的良性循环。

同样以丹麦比隆乐高小镇作为典型案例，通过塑料积木本身的特性 - 可差异化组合方式，促使小镇不仅仅生产固定种类的积木类型，更是融合了乐高玩具的创意、生产和消费要素，从二产连接到三产环节；同时，借助乐高积木及乐高乐园这些热门 IP、积木制造技术的升级和创意部门的设立，乐高将比隆小镇的单一积木制造拓展成积木艺术创意的加工厂，成功摆脱国内很多制造企业仅仅做代工的窠臼。

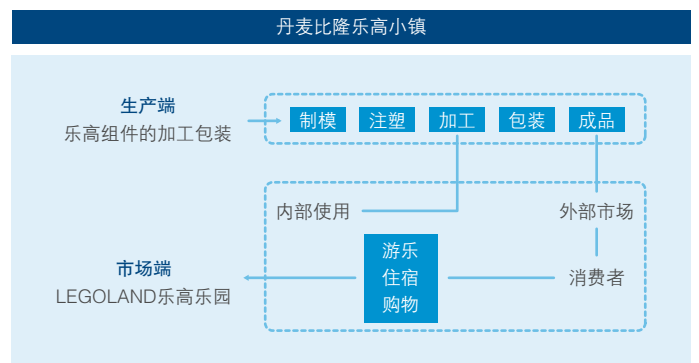


图7 丹麦比隆乐高小镇运营模式

诸暨的大唐袜艺小镇同样实现了从单纯袜业加工到形成创意设计、一体化生产和线上销售的产业升级化发展。

袜艺小镇总占地 2.87 平方公里，分三大区块，分别是“时尚市集”、“智造硅谷”和“众创空间”。其中“时尚市集”内含的袜业智库是整个袜艺小镇的心脏和发动机，内设 WA 空间艺术中心、智能站、博物馆、淘宝大学、高端实体店体验店、美丽街和众筹咖啡馆等功能区，集设计、研发、创意、休闲为一体。“智造硅谷”是袜艺小镇的智能制造功能区，通过建立智慧工厂及产业链的重组分工，提升大唐袜业制造业的智能化水平。第三大区块是“众创空间”，有方田电商园、中国针织原料市场和大学生创业园，可集聚一万多名大学生在此创业就业。

小镇曾经处于单纯的代工生产时期，利润非常单薄，市场竞争的加剧和客户要求的提高使小镇不得不逐步转型。小镇企业在小镇管理机构的带动下自发在上游的创意设计和研发创造环节进行突破，实现差异化竞争的同时提升了袜子经营者的利润水平。并利用“互联网+”获取更低成本的原材料和打开线上销售渠道，形成上下游环节的打通和拓展，将原先仅为二产的袜子制造集群升级成类同于 2.5 产的以袜子创意、设计为主的产业特色小镇。

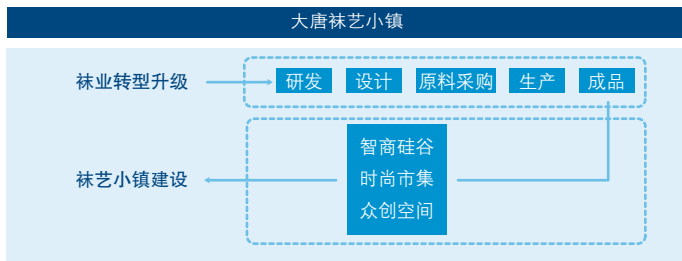


图8 大唐袜艺小镇定位及运营模式

产业路径 | 导入

传统地产运营商在“触电”产业时，由于缺少产业运营经验，一般都难以对产业进行深入系统的设计和定位，特别是难以对特定产业上下游环节进行细致的考量。但良好的产业基础是特色小镇发展的初始驱动力，特色小镇的发展需要靠产业的导入来带动产业结构的形成，从而实现小镇的空间结构、社会结构的融合。

高力国际的调研显示，很多产业园区的产业发展都存在从“0”到“1”的过程。在产业园区发展前期，通常会出现区域产业基础薄弱、当地政府经验较少、比较依赖非产业产品盈利以及园区产业单一等问题；在发展成熟后，园区的产业附加值相对较高，产业也成为园区的主盈利点，同时产业格局有所提升。

华夏幸福是实现这条路径的优秀范例。其固安工业园区从以传统制造生产为主到以航空、大数据以及机器人等多类高新产业格局为主，提高产业的附加值，填补区域产业链空白，把原来园区运营方面的系统和生态体系升级更新。

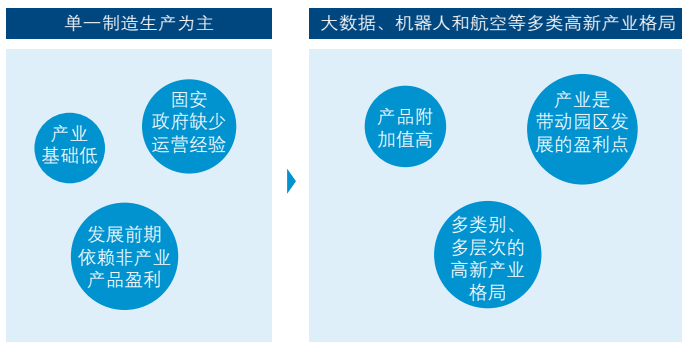


图9 固安工业园区的产业发展格局

传统的产业园区规划相对单一、产业间更多为结合而非融合、配套较缺失的产品特征逐渐落后于日益增多的产业进园的需求。相比于产业园，特色小镇具备载体较小、业态相对丰富、生产要素集聚和融合的要求较高的特点，因此更符合产业的导入需要和升级原动力。与此同时，随着政府对特色小镇“去地产化”的要求增强，市场对开发小镇的产业规划和定位以及后期的产业导入和运营提出了更高的要求。

例如华夏幸福的香河机器人小镇，以机器人的研发制造为主导，集智能制造、孵化加速、创意展示和工业旅游等功能于一体，拓宽产业链条，并加强了上游研发环节和下游展览旅游环节的导入，形成“特而强”的 2.5 产格局。

小镇已先期导入了零部件和产品整装等制造环节，正通过对接北京先进技术和研发资源，落地太库智能硬件加速器，同时建设人才、金融、市场等八项专业服务平台，促使机器人产业的微笑曲线进一步向两端延伸，培育技术研发与后端服务产业。

目前，小镇已吸引德国尼玛克、伊贝格、汇天威、柏惠维康、星和机器人等各类企业近 40 家。此外，科技部人才中心首次与企业联合打造的领军人才创新驱动中心也落户该小镇，此中心也是京津冀区域首个领军人才创新驱动中心。未来规划目标企业涉及机器人产业链中的控制系统、伺服电机、减速器、系统集成及示范应用等多个领域。



图10 香河机器人小镇运营模式

产业路径 | 启示

特色小镇要实现生产要素、生活要素和生态要素的融合发展，在前期开发阶段就需要明确产业定位和产业规划。

一方面，特色小镇需要在宏观角度借力国家宏观纲领和地方产业发展规划，寻找产业机会点和差异化定位。目前国内已经通过“中国制造 2025”等行动纲领，这将促使存量巨大的低端制造业向高端产业化、互联网化发展，以实现“中国智造”。

以华北区域为例，北京的产业疏解是环京区域特色小镇主要的发展机遇。2015年北京提出疏解非首都功能，制造业、教育和医疗等产业加紧向外疏解的步伐，这其中就需要依赖京津冀协同发展的大环境。对于环京区域小镇的产业定位来说，国家政策的正向引导是产业升级的重要方向。

另一方面，具备一定基础的产业园进行产业进化和升级为特色小镇时，需要引导园区企业优化产业环节，加大对关联产业尤其是研发、设计和下游运营服务环节企业的招商力度，在小镇内部初步形成产业生态的正向循环和良性发展，从而实现二产到 2.5 产的升级进化和融合发展。

高力国际认为，产业特色小镇可以与 2.5 产有更为密切的化学反应，通过生产和市场双轮驱动，打通上下游产业链条，获取附加值高的环节，从而实现小镇的健康、良性和有序发展。

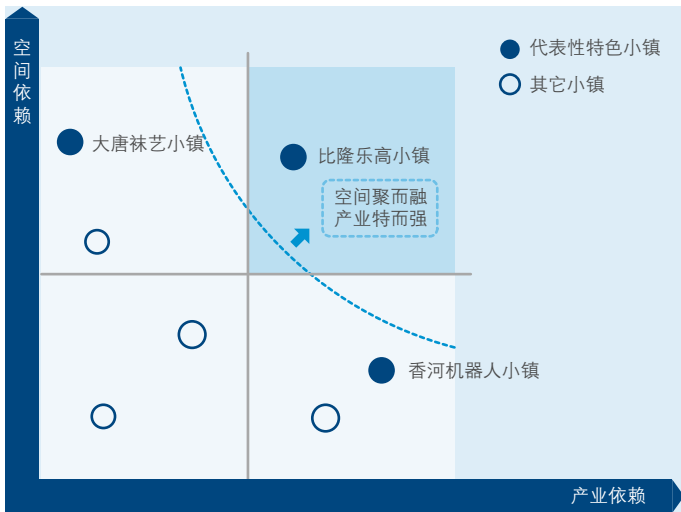



图11 特色小镇产业路径

从产业路径来看，由于 2.5 产集约化和垂直整合的特征，特色小镇在空间上可以达到“聚而融”，在产业上成为“特而强”，最终实现空间和产业双向融合。

虽然“小镇风”愈刮愈烈，但许多小镇开发商和运营商既没有传统产业开发商深厚的产业资源和丰富的运营经验，也没有选择在产业基础较强的区域开发特色小镇项目，这无疑将对特色小镇的产业定位和实现 2.5 产的落位形成一定的障碍。由此，一些开发商选择了和产业主体合作，通过“强强联手”嫁接不同资源和导入强势产业，以联合开发等方式促使特色小镇快速导入产业，形成产城融合基础，并实现“生产·生态·生活”正向循环。

在特色小镇的系列报告中，高力国际在第一篇和本篇分别分析了特色小镇的发展路径和产业路径。下一篇报告高力国际将会对特色小镇的业务路径进行分析，重点关注业务路径中合作方式的选择，敬请期待。 

高力国际企业战略咨询部

企业战略咨询部致力为企业客户提供地产业务管理和战略咨询服务，在企业战略和实施、市场竞争和进入、海外投资和全球拓展、业务优化和运营管理、投资策略和并购等领域助力企业发展。亦能满足企业在拓展时所面临的各类房地产前沿需求，如特色小镇、战略性新兴产业规划、房地产投资信托基金(REITs)、健康养老、主题公园等，提供灵活而专业高效的房地产咨询服务。

企业战略咨询服务协助客户制定切实可行的战略并跟踪实施以达成既定目标，作为长期战略合作伙伴以资源平台的形式为客户提供多样灵活的服务，包括企业长期外部顾问，定制化解决方案研究和培训，企业战略咨询项目合作等。

- 企业战略咨询服务（战略规划 and 实施、市场进入和竞争、业务转型和提升、资产管理）
- 海外扩张和开发战略（市场进入、海外项目开发和招商运营、海外资产池管理）
- 投资发展战略（市场战略、投资战略、REITs）
- 产业规划和发展战略（产业规划、产业导入和招商、产业发展和运营、产城融合）
- 新兴地产发展（特色小镇、产业规划、养老地产）

高力国际在特色小镇领域提供以下全产业链的专业服务

企业在特色小镇领域的业务发展战略

- 特色小镇业务发展和商业模式研究
- 特色小镇业务拓展和投资拿地战略
- 特色小镇竞争战略

特色小镇项目和产品层面

- 特色小镇可行性分析
- 特色小镇详细定位和开发策略
- 特色小镇产业规划
- 特色小镇产业导入战略
- 特色小镇产业招商和运营
- 特色小镇投资和融资

主要作者

李嗣振，高级分析师，企业战略咨询部

李嗣振先生毕业于香港城市大学并获得房地产经营与管理硕士学位，现担任企业战略咨询部高级分析师。对特色小镇开发、TOD 模式、商业地产投资、海外项目开发都具有深入的研究，目前主要负责产业研究、业务战略及经济分析等多项业务。

李珏星，分析师，企业战略咨询部

李珏星先生于新加坡国立大学取得管理学硕士学位，在高力国际主要研究特色小镇业务战略、市场进入战略、地产项目可行性分析等业务。

曹红，分析师，企业战略咨询部

曹红女士毕业于中国人民大学社会与人口系，获得法学学士学位和土地资源管理第二学士学位。曹红现担任企业战略咨询部分析师，主要负责特色小镇、产业研究和市场进入等板块的业务。

吴宁，董事，企业战略咨询部

吴宁博士于英国剑桥大学获得土地经济系博士学位，之后于美国哈佛大学房地产研究中心担任研究员。具有丰富的地产市场和地产业务战略经验，先后为多家知名企业提供特色小镇业务发展战略、海外市场进入和项目开发、产业规划和发展战略等。

如若需要更多资讯，敬请联系：

吴宁 博士
董事 | 企业战略咨询部
+8610 8518 1633 ext.315
Ning.Wu@colliers.com

李嗣振
高级分析师 | 企业战略咨询部
+8610 8518 1633 ext.306
Steven.Li@colliers.com

免责声明：本文件由高力国际准备，仅作广告和参考之用。高力国际未对其中的信息，包括但不限于其内容、准确性和可靠性作出任何明示或默示的保证、陈述或承诺。任何有意者应自行求证信息的准确性。高力国际明确排除适用所有由本文件得出的推测或默示的条款、条件和保证，对由此引发的损失和损害亦不承担任何责任。此出版物的版权由高力国际和 / 或其许可方所有。©2017

