

当代地理科学译丛·大学教材系列

科技部创新方法工作(“地理学方法研究项目”,编号:2007FY140800)资助

当代经济地理学导论

〔英〕尼尔·寇 〔加〕菲利普·凯利 〔新加坡〕杨伟聪 著
刘卫东 马 丽 张晓平 胡智勇 刘志高 等译

商 务 印 书 馆

2012年·北京

Neil M. Coe Philip F. Kelly Henry W. C. Yeung

ECONOMIC GEOGRAPHY

A Contemporary Introduction

Copyright © 2007 by Neil M. Coe, Philip F. Kelly and Henry W. C. Yeung

‘The River’ by Bruce Springsteen. Copyright © 1980 Bruce Springsteen(ASCAP).

All rights reserved

(中文版经作者授权,根据布莱克韦尔出版社 2007 年平装本译出)

图书在版编目(CIP)数据

当代经济地理学导论/(英)寇,(加)凯利,(新加坡)杨伟聪
著;刘卫东等译.—北京:商务印书馆,2012

(当代地理科学译丛·大学教材系列)

ISBN 978-7-100-08814-5

I. ①当… II. ①寇…②凯…③杨…④刘… III. ①经济
地理学-高等学校-教材 IV. ①F119.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第264069号

所有权利保留。

未经许可,不得以任何方式使用。

当代经济地理学导论

〔英〕尼尔·寇 〔加〕菲利普·凯利 〔新加坡〕杨伟聪 著
刘卫东 马丽 张晓平 胡智勇 刘志高等译

商务印书馆出版

(北京王府井大街36号 邮政编码100710)

商务印书馆发行

印刷厂印刷

ISBN 978-7-100-08814-5

2012年9月第1版 开本787×1092 1/16

2012年9月北京第1次印刷 印张

定价: 元

“当代地理科学译丛”编委会

(按汉语拼音音序排列)

蔡运龙	柴彦威	樊 杰	顾朝林
李 平	李小建	李秀彬	梁进社
刘宝元	刘卫东	孟 锴	齐清文
汤茂林	唐晓峰	王 铮	周尚意

“当代地理科学译丛”

序 言

对国外学术名著的移译无疑是中国现代学术的源泉之一,说此事是为学的一种基本途径当不为过。地理学界也不例外,中国现代地理学直接就是通过译介西方地理学著作而发轫的,其发展也离不开国外地理学不断涌现的思想财富和学术营养。感谢商务印书馆,她有全国唯一的地理学专门编辑室,义不容辞地担当着这一重要任务,翻译出版的国外地理学名著已蔚为大观,并将继续弘扬这一光荣传统。但鉴于已往译本多以单行本印行,或纳入“汉译世界学术名著丛书”之类,难以自成体系,地理学界同仁呼吁建立一套相对独立的丛书,以便相得益彰,集其大成,利于全面、完整地研读查考;而商务印书馆也早就希望搭建一个这样的平台,双方一拍即合,这就成为这套丛书的缘起。

为什么定位在“当代”呢?可以说出很多理由,例如,当代著作与我们现在面临的问题关联最紧,当代地理学思想和实践既传承历史又日新月异,中国地理学者最需要了解国外最新学术动态,如此等等。至于如何界定“当代”,我们则无意陷入史学断代的严格考证中,只是想尽量介绍“新颖”、“重要”者而已。编委会很郑重地讨论过这套丛书的宗旨和侧重点,当然不可避免见仁见智,主要有以下基本想法:兼顾人文地理学和自然地理学,优先介绍最重要的学科和流派,理论和应用皆得而兼,借助此丛书为搭建和完善中国地理学的理论体系助一臂之力。比较认同的宗旨是:选取有代表性的、高层次的、理论性强的学术著作,兼顾各分支学科的最新学术进展和实际应用,组成“学术专著系列”;同时,推出若干在国外大学地理教学中影响较大、经久不衰且不断更新的教材,组成“大学教材系列”,以为国内地理学界提供参考。

由于诸多限制,本译丛当然不可能把符合上述宗旨的国外地理学名著包揽无遗,也难于把已翻译出版者再版纳入。所以,真要做到“集其大成”、“自成体系”,还必须触类旁通,与已有的中文版本和将有的其他译本联系起来。对此,这里很难有一个完整的清单,姑且择其大端聊作“引得”(index)。商务印书馆已出版的哈特向著《地理学性质的透视》、哈维著《地理学中的解释》、詹姆斯著《地理学思想史》、哈特向著《地理学的性质》、阿努钦著《地理学的理论问题》、邦奇著《理论地理学》、约翰斯顿著《地理学与地理学家》和《哲学与人文地理学》、威尔逊著《地理学与环境》、伊萨钦柯著《今日地理学》、索恰瓦著《地理系统学说导论》、阿尔曼德著《景观科

学》、丽丝著《自然资源：分配、经济学与政策》、萨乌什金著《经济地理学》、约翰斯顿主编的《人文地理学辞典》等，都可算“当代地理学”名著；国内其他出版社在这方面也颇有贡献，特别值得一提的是学苑出版社出版的《重新发现地理学：与科学和社会的新关联》。

当然，此类译著也会良莠不齐，还需读者判断。更重要的是国情不同，区域性最强的地理学最忌食洋不化，把龙种搞成跳蚤，学界同仁当知需“去粗取精，去伪存真，由此及彼，由表及里”。

说到这里，作为一套丛书的序言可以打住了，但还有些相关的话无处可说又不得不说，不妨借机一吐。

时下浮躁之风如瘟疫蔓延，学界亦概不能免。其表现之一是夜郎自大，“国际领先”、“世界一流”、“首先发现”、“独特创造”、“重大突破”之类的溢美之词过多，往往言过其实；如有一个参照系，此类评价当可以客观一些、适度一些，本译丛或许就提供了医治这种自闭症和自恋狂的一个参照。表现之二是狐假虎威，捡得一星半点儿洋货，自诩国际大师真传，于是“言必称希腊”，以致经常搞出一些不中不洋、不伦不类的概念来，正所谓“创新不够，新词来凑”；大家识别这种把戏的最好办法之一，也是此种食洋不化症患者自治的最好药方之一，就是多读国外名著，尤其是新著，本译丛无疑为此提供了方便。

时下搞翻译是一件苦差事，需要语言和专业的学养自不待言，那实在是要面寒窗坐冷板凳才行的。而且，既然浮躁风行，急功近利者众多，凡稍微有点儿地位的学术机构，都不看重译事，既不看做科研成果，也不视为教学成果。译者的收获，看得见的大概只有一点儿稿费了，但以实惠的观点看，挣这种钱实在是捡了芝麻丢了西瓜。然而，依然有真学者愿付出这种牺牲，一个很简单的想法是：戒除浮躁之风，从我做起。为此，我们向参与本丛书的所有译者致敬。

蔡运龙

2003年8月27日

于北大蓝旗营寓所

目 录

图目录	v
表目录	viii
专栏目录	ix
前言	xi
致谢	xv

第一部分 概念性基础

第一章 经济的地理学研究方法	3
1.1 引言	3
1.2 贫穷与经济学:解释哪里出了问题	6
1.3 经济的地理学视角	9
1.4 天壤之别:从马索奇到曼哈顿	18
1.5 全书概览	20
参考文献	24
第二章 经济学话语:“经济”真的存在吗?	26
2.1 引言	26
2.2 被视为“理所当然”的经济	27
2.3 “经济”简史	31
2.4 经济学之外的“经济”	37
2.5 经济过程的再现	39
2.6 小结	42
参考文献	44

第二部分 经济空间的动力

第三章 不均衡的发展:为什么经济增长和发展如此不均衡?	49
3.1 引言	49

3.2	不均衡发展——理所当然！	50
3.3	马克思主义研究方法：价值和结构的概念化	52
3.4	资本主义的基本原理	54
3.5	资本主义的矛盾	56
3.6	资本主义的空间和尺度	58
3.7	将人置于经济体系之中	63
3.8	超越资本主义	66
3.9	小结	68
	参考文献	69
第四章	商品链：你的早餐从哪里来？	71
4.1	引言	71
4.2	资本主义、商品和消费者	72
4.3	连接生产者和消费者：商品链分析	77
4.4	商品链的重新管制：标准概览	87
4.5	道德干预的局限	91
4.6	小结	93
	参考文献	95
第五章	技术和集聚：技术可以消灭距离吗？	97
5.1	引言	97
5.2	“无地点”生产方式正在兴起？	98
5.3	理解技术变革及其地理影响	100
5.4	邻近的重要性：集群中可交易性和不可交易性的相互依赖	110
5.5	不在此处也不在彼处：关联思考	117
5.6	小结	120
	参考文献	121
第六章	环境/经济：自然能成为商品吗？	123
6.1	引言	123
6.2	如何在经济学中考量自然？	126
6.3	将自然界纳入经济体系：商品化、产权和市场化	128
6.4	为自然估价：环境退化的商品化	137
6.5	将自然带入生活	142
6.6	小结	145
	参考文献	146

第三部分 经济空间中的行动者

第七章 国家:谁控制着经济,企业还是政府?	151	
7.1 引言	151	
7.2 “全球化的借口”和民族国家的终结?	152	
7.3 国家的功能(在经济方面):国家永存!	154	ix
7.4 当今国家的类型	161	
7.5 国家的重构	169	
7.6 超越国家?	175	
7.7 小结	176	
参考文献	177	
第八章 跨国公司:全球化公司如何保持一个整体?	179	
8.1 引言	179	
8.2 毫不费力到达任何地点的神话	181	
8.3 回顾商品链和生产网络:跨国公司的构建基石	182	
8.4 组织跨国经济活动 1:企业内联系	183	
8.5 组织跨国经济活动 2:企业间联系	189	
8.6 全球扩张的限制	197	
8.7 小结	200	
参考文献	201	
第九章 劳动者的力量:工人们能否塑造经济地理?	203	
9.1 引言	203	
9.2 全球化的资本,地方性的劳动力	205	
9.3 劳动力的地理:在压力下工作	209	
9.4 劳动地理学:工人是变革的力量	215	
9.5 劳资对抗之外:另类工作方式	222	
9.6 小结	224	
参考文献	225	
第十章 消费:消费者总是对的吗?	227	
10.1 引言	227	
10.2 消费的过程	228	
10.3 变化中的零售地理格局	233	
10.4 变化中的消费空间	243	

10.5 消费、地点与身份	250
10.6 小结	254
参考文献	256

第四部分 经济生活的社会化

第十一章 文化与企业：国家和公司是否有经济文化？	261
11.1 引言	261
11.2 各地企业都相同，真的吗？	264
11.3 解构企业：企业文化与话语	265
11.4 国家企业体系	271
11.5 区域性文化	276
11.6 多重文化，多重尺度	277
11.7 小结	279
参考文献	280
第十二章 有性别特色的经济地理：性别能否塑造经济生活？	282
12.1 引言	282
12.2 在经济中看待性别问题	283
12.3 从私人空间到公共空间：女性进入劳动者队伍	287
12.4 工作岗位和场所的性别化	291
12.5 家、工作与劳动力市场的空间因素	298
12.6 走向女性主义的经济地理学	300
12.7 小结	302
参考文献	303
第十三章 族裔经济：文化有经济性吗？	305
13.1 引言	305
13.2 “无视肤色”的经济学	306
13.3 劳动者队伍中的族裔分层	308
13.4 族裔企业与集群	312
13.5 跨国主义的经济地理格局	319
13.6 族裔的局限	323
13.7 小结	324
参考文献	326
名词索引	328

图 目 录

xi

图 1.1	西非尼日尔地图	3
图 1.2	2005 年 PBS 为尼日尔饥荒设计的报道标志	5
图 1.3	空间、地点与尺度	14
图 1.4	空间尺度	15
图 1.5	纽约华尔街	18
图 1.6	全球经济的经济地理学视角	21
图 2.1	作为一个有机实体的经济	28
图 2.2	国内生产总值的构成要素	29
图 2.3	像愤怒的公牛一样不可控制的市场	30
图 2.4	欧文·费雪讲课时使用的“经济装置”	34
图 2.5	欧文·费雪讲堂里的装置：“刺激经济”，c. 1925	35
图 2.6	经济学冰山以及浸没在水中的非经济行为	38
图 3.1	美国 20 世纪 70 年代的工业重构	59
图 3.2	亚洲新兴工业化经济体的发展浪潮	60
图 3.3	当代资本主义的地理景观：菲律宾的一个工业区	61
图 3.4	19 世纪的利物浦工业基础设施，如今的画廊和公寓	62
图 3.5	劳动地域分工	65
图 4.1	地理是一种风味	74
图 4.2	珠宝店橱窗——复杂商品链的起点，抑或终点？	75
图 4.3	食物的地理——英国超市中购买的一篮子普通商品（的来源地）	76
图 4.4	基本的商品链或生产链	78
图 4.5	咖啡的价值链	78
图 4.6	硬盘驱动器商品链的地理分布	80
图 4.7	鲑鱼商品链	81
图 4.8	生产者驱动型和消费者驱动型商品链	82

xii

图 4.9	咖啡商品链:不断变化的制度框架	86
图 4.10	寻找标签:在英国消费的经公平贸易组织认证的咖啡和香蕉	90
图 5.1	金融中心的全球网络	99
图 5.2	康德拉涅夫长波及其特征	101
图 5.3	全球集装箱系统的一个关键节点:新加坡港	103
图 5.4	离岸服务中心:菲律宾呼叫中心的工人招聘	105
图 5.5	戴尔的全球业务运营,2001	109
图 5.6	洛杉矶好莱坞电影制作集群的示意图	111
图 5.7	英国的赛车河谷	114
图 5.8	多层面的集聚?加利福尼亚州硅谷的高科技产业	117
图 6.1	罗马尼亚罗夏蒙大拿镇采矿项目的区位地图	124
图 6.2	经济作为一个物质流转的系统	129
图 6.3	俄罗斯卡拉巴什炼铜厂	130
图 6.4	政府参与自然资源的开发	133
图 6.5	城市水供应模型	136
图 6.6	联系秘鲁和英国的公平贸易咖啡网络	144
图 7.1	中国深圳和香港的边境交界点	157
图 7.2	民族国家实施的经济政策的主要类型	158
图 7.3	美国费城的独立纪念馆	161
图 7.4	中国北京天安门	162
图 7.5	自 1957 年以来欧洲联盟的扩张	172
图 8.1	跨国公司运营组织的不同形态	183
图 8.2	宝马公司的全球生产链	184
图 8.3	跨国公司生产单元的空间组织	186
图 8.4	宝马汽车的制造:慕尼黑和其他地方	188
图 8.5	20 世纪 90 年代初期日本迁移到美国的工厂	192
图 8.6	泰国南部罗勇府的汽车产业集群	193
图 8.7	加勒比海地区的快餐连锁店	196
图 8.8	新加坡吉戎岛的化工产业集群	199
图 9.1	接管	204
图 9.2	劳动力市场重构的各种力量	212
图 9.3	东南亚的劳动力控制体系	214

图 9.4	印度尼西亚巴淡岛的工人宿舍	214	
图 9.5	专业技术移民:新加坡金融区的“外来人才”	216	xiii
图 9.6	通用公司全美汽车工人工会浪潮的扩展	219	
图 10.1	克里斯塔勒中心区位理论的六边形格局	233	
图 10.2	2004 年特易购连锁店的全球分布	235	
图 10.3	曼谷的一家特易购巨型超市店	237	
图 10.4	芝加哥市郊购物中心的发展,1949—1974	238	
图 10.5	英国的区域性购物中心	240	
图 10.6	拉斯维加斯的主要主题和景点	249	
图 10.7	主题城市景观:内华达州的拉斯维加斯	250	
图 10.8	世界各地都是一样的吗?——加勒比海地区圣路西亚的可口可乐招牌和北京 紫禁城中的星巴克	251	
图 10.9	新加坡的“大都市人”和“内地人”	253	
图 11.1	宝马公司德国慕尼黑总部大楼	262	
图 11.2	施乐公司在 1949 年的第一台复印机	268	
图 11.3	佳能公司在 1970 年的第一台复印机	269	
图 11.4	比尔·盖茨与微软公司,1996	272	
图 11.5	李嘉诚与长江集团,2003 年 3 月 25 日	272	
图 12.1	几个样本国家的劳动参与率	288	
图 12.2	印尼宾坦岛上工厂的女工返回宿舍	289	
图 12.3	“新加坡姑娘”:女性的工作形象	293	
图 12.4	马萨诸塞州伍斯特市四个地区的男性与女性平均上班距离(a)伍斯特市区,(b)伍 斯特及周边地区	299	
图 13.1	新加坡的“小印度”	313	
图 13.2	多伦多的一家菲律宾日杂店	314	
图 13.3	多伦多大都市区的华裔人口与购物中心分布	318	
图 13.4	流向发展中国家的资金流	321	

表 目 录

xiv

表 4.1	生产者驱动型和消费者驱动型商品链的特征	83
表 4.2	标准概览	88
表 4.3	ISO 9001:2000 认证的地区比例(2004 年 12 月)	91
表 5.1	后福特主义的多种生产体系	108
表 5.2	“充分备料”和“即时生产”体系的特征	108
表 6.1	1997 年的烟雾给新加坡带来的损失评估	127
表 6.2	森林认证体系的比较	141
表 7.1	全球经济中的国家类型	163
表 7.2	全球经济中主要的区域经济集团	173
表 8.1	2003 年位居全球前十名的品牌笔记本企业向台湾企业转包	190
表 8.2	不同跨国运营组织形式的成本和收益	198
表 9.1	不同国家的劳动条件:三种理想化的模式	208
表 10.1	大众消费与后福特式消费的比较	230
表 10.2	国际零售业巨头,2005 年按母国市场以外的销售额排序	234
表 10.3	2004 年波兰最大的十家零售商	236
表 11.1	对立的的文化? 德国人与北美人使用德国先进机器	275
表 12.1	2000 年英国男性与女性对家庭劳动的贡献时间及净增加值	286
表 12.2	关于企业雇佣是否有助于女性解放的对立观点	290
表 12.3	2004 年美国全职就业妇女的前十大职业	294
表 13.1	各种职业中族裔一种族分布情况,洛杉矶,2003	309
表 13.2	关于族裔企业的两方面观点	317
表 13.3	汇款收入国前二十名(按 2004 年汇款收入占 GDP 比重)	320

xv

专栏目录

xvi

专栏 1.1	经济学家对尼日尔饥荒的解释	6
专栏 1.2	20 世纪 60 年代以来经济地理学的主要理论视角	10
专栏 2.1	经济学隐喻	33
专栏 2.2	什么是话语?	40
专栏 3.1	资本主义基本原理	56
专栏 3.2	管制理论	58
专栏 3.3	劳动地域分工	64
专栏 3.4	加利福尼亚的经济历程概览	65
专栏 4.1	咖啡、咖啡店及有关联系	73
专栏 4.2	全球商品链中的升级战略	80
专栏 4.3	贸易巨头——日本综合商社	83
专栏 4.4	从“链”到“网络”?	93
专栏 5.1	印度的离岸服务业	105
专栏 5.2	福特主义	107
专栏 5.3	生产过程创新:戴尔公司的案例	109
专栏 5.4	创意阶层及其空间集聚	112
专栏 5.5	全球性城市	117
专栏 5.6	项目工作	119
专栏 6.1	节选自给瓦妮莎·雷德格瑞夫的公开信	124
专栏 6.2	自然/社会	130
专栏 6.3	加拿大,哈罗德·伊尼斯(Harold Innis)和资源经济地理	133
专栏 6.4	森林管理委员会的十条原则	140
专栏 6.5	行动者—网络理论	143
专栏 7.1	新自由主义:这一概念的含义是什么?	164
专栏 7.2	工业化战略:进口替代与出口导向	165

xvii	专栏 7.3	20 世纪 80 年代末南美洲的结构性调整计划	167
	专栏 7.4	大区域经济集团的兴起	170
	专栏 8.1	墨西哥北部美墨边境马奎拉多拉(边境加工区)的跨国生产	187
	专栏 8.2	跨国公司与新国际劳动分工	192
	专栏 8.3	东南亚的跨国公司生产网络和大区域一体化	194
	专栏 9.1	关于劳动力与劳动市场的不同观点	206
	专栏 9.2	精益生产	210
	专栏 9.3	本地劳动力控制体系	211
	专栏 9.4	社区结盟	220
	专栏 9.5	蒙德拉贡合作公司	222
	专栏 10.1	消费行业的工作	231
	专栏 10.2	中心区位理论	232
	专栏 10.3	万岁! 拉斯维加斯	248
	专栏 10.4	购物	252
	专栏 11.1	什么是文化? 一种简单的方法	263
	专栏 11.2	受质疑的竞争力	265
	专栏 11.3	20 世纪后期“软资本主义”的兴起	266
	专栏 12.1	父权制度	287
	专栏 12.2	“第三世界女性”的贬值	290
	专栏 12.3	劳动力市场分割理论	292
	专栏 12.4	什么原因使育儿服务很便宜?	295
	专栏 12.5	多余的男性气质	297
	专栏 13.1	族裔是什么?	307
	专栏 13.2	安大略的韩国人便利店	314
	专栏 13.3	跨国主义	319
	专栏 13.4	德国的土耳其人	322

前 言

xviii

我们置身其中的世界处于各种经济力量的强力塑造之下。我们在日常生活中所体验的“经济”有着天然的地理属性,没有什么经济是漂浮在空气中、脱离现实生活的“自在之物”。相反,经济是一系列实实在在的真实世界中的过程,是一组伴随着地理空间,并在地理空间的影响下显著变化的复杂的社会关系。本书的论点是:经济地理学所提供的一系列方法最适合于帮助我们观察和理解现代经济世界的各个复杂层面;忽略地理差异将使我们倒退至主流经济学所构建的、基于诸多假说的、简单化的假想世界。

在接下来的章节中,我们将采取一种特殊的方法来证明经济—地理视角的合理性。在概括这一方法之前,我们首先明确这本书“不是什么”,这一点对讲授经济地理学课程的教师们尤为重要。首先,这不是一本关于当前全球经济地理的统计数据 and 事实概览的书。换句话说,这不是一本可作为经济地理学课程的年鉴——市面上已经有很多这样的书了。现今网络是获得当代经济数据的更有效的媒介,而这种数据的使用周期非常短暂。因此,我们主要不是关注英国东北或中国沈阳储有多少煤炭,也不关心在孟加拉国或墨西哥的出口加工保税区有多少家纺织厂。而且,我们不试图对全球经济的各个部分进行一个按产业或按区域分类的系统性调研,因为这类调研在经济地理学的其他书中已经有了。

第二,这不是一本经济地理学的知识史,系统地描绘一条从 19 世纪末商业地理分学科到当今多元经济地理学的发展轨迹。本书也不对当代经济地理学研究的前沿成果文献作评论。现有的“读者”和“同行”已经提供了一个这样的获得经济地理文献的机会 (Bryson et al., 1999; Barnes et al., 2003)。我们的观点是,在刚接触这一学科时,很多大学生可能对知识史的研究方法感到发憊,或是不甚理解,因此我们首先要使他们全面接触经济生活的真实问题。通过展示经济地理所能提供的深刻见解,使学生们具备探究这一领域中的知识和方法论谱系的能力。

xix

第三,本书故意模糊了经济地理学和通常所称的“发展地理学”之间的区别。我们通过各种方法将发展、贫穷和不平等等问题结合在一起,形成了我们基于经济—地理视角的讨论,从而驳斥发展地理学是关于南半球、经济地理学是关于北半球的观点。通过将世界范围内的具体问题和实际案例结合起来,我们所采用的经济地理学方法将更为全面。