

解读 经济空间

JIEDUJINGJIKONGJIAN

赵奎礼◎著

沈阳出版社

责任编辑/马 驰 李珊珊

特邀编辑/张秀清

封面设计/李新飞

ISBN 978-7-5441-3857-4



9 787544 138574 >

定价：38.00

自序

现在奉献给读者的这本书——《解读经济空间》，是我去年一个冬天和今年半个春天业余笔耕的产物。说起写作这本书的动因，我要向读者交代两件事情。

第一件事情，是在去年立冬的那一天，我所在的工作单位——沈阳市林业局召开了“发展之冬”动员大会。“发展之冬”的内容很多，其中有一项是“学习之冬”。配合“学习之冬”活动的是举办“林业论坛”，创办“学习通讯”。在全局上下学习读书活动像春潮一样涌动之时，我也在琢磨自己干些什么。思来想去，还是决定拿起笔来，把自己对于经济空间的认识梳理一下，形成一点思考性的成果。其实，在十多年前，我是想把这个题目作为“空间经济学”来写的。

第二件事情，是在去年十一月中旬，我去广州参加第五届“城



市森林”论坛。我于1999年2月去过广州，当时对广州没有留下太深的印象。时隔将近10年之后，当我再次走进广州时，居然感到十分惊叹——广州的变化太大了，拙于用词的我，只能用“十年巨变”来形容广州的变化。在广州的3天时间里，按照会议安排我们参观了广州的市容、街景、城市绿化工程和大型公共建筑，一切都令人感到耳目一新。看到广州的变化，再想到家乡发生的变化，一股强烈的感情冲荡我的心胸，促使我开启笔端。

因为是写经济空间，我的大脑里始终有一根线索牵着，让我不懈怠、不偏执、不遮掩，这根线索就是科学发展观。

因为是讲经济空间里的故事，我的思考和联想牵着我走进我曾经走进走出的空间层面，从省、市、县到乡、村、组，这6个层面让我走了个遍，时间长度是40年。

因为要对经济空间进行表象描述，我的思绪中带进了很多鲜活的空间场景，场景中刮着南国的风，吹着北疆的雪，扬着东海的浪花，卷着西域的沙磧。

激励我写成这本书的力量源泉，一是来自我的知识世界，二是来自我的意志世界，三是来自我的情感世界。

生活教我学会感恩。我要感谢一切关心我、支持我、帮助我的同志、师长、朋友和亲人，也要叩谢养育我的社会和大自然。我还会在精神的天地里继续跋涉的。

2009年4月于沈阳

目 录

自序 / 001

第一章 走进经济空间

- 一、经济空间 / 002
- 二、自然空间、经济空间和社会空间的对比分析 / 004
- 三、悠悠数千载，经济空间几度变化 / 014
- 四、研究经济空间，我们需要解读哪些密码 / 024

第二章 用科学发展的新理念审视经济空间

- 一、科学发展观教我们学会“打牌” / 030
- 二、走出误区，解开链锁，一片光明在眼前 / 041

第三章 经济空间的元素构成

- 一、区域 / 054

目
录

001



- 二、方位 / 056
- 三、向度 / 058
- 四、圈层 / 060
- 五、框架 / 062
- 六、节点 / 064
- 七、轴线 / 066
- 八、廊道 / 068
- 九、网络 / 070
- 十、集群 / 072

第四章 经济空间与空间效应

- 一、区位效应 / 075
- 二、“窗口”效应 / 077
- 三、“束集—滚动”效应 / 078
- 四、连锁效应 / 079
- 五、辐射效应 / 082
- 六、邻比效应 / 084
- 七、缝隙效应 / 086
- 八、接轨效应 / 089
- 九、“筑巢”效应 / 090
- 十、梯度效应 / 092
- 十一、“反哺”效应 / 094

第五章 经济空间的对接

- 一、空间对接是篇大文章 / 098
- 二、经济体制的空间接合 / 102
- 三、产业形态的空间对接 / 108
- 四、经济要素的空间融合 / 112

第六章 经济空间的开放

- 一、中国对外经济关系的历史回溯 / 120
- 二、深圳开放经济空间之后发生的情况 / 124
- 三、我国对外开放梯次推进的历史行程 / 130
- 四、不失时机地实施“走出去”战略 / 136

第七章 经济空间的保护

- 一、空间保护与空间开放同等重要 / 141
- 二、经济安全关乎对外开放的命运 / 143
- 三、金融安全敏感复杂，关系全局 / 146
- 四、生态环境安全问题急需重视 / 149
- 五、关注资源安全的报警信号 / 153

第八章 经济要素的空间流动

- 一、要素流动是经济运行的实质性内容 / 159
- 二、资源要素空间流动的特性及其有效载体 / 161
- 三、人口的空间流动与农村劳动力转移就业 / 166
- 四、资金要素空间流动的现状及其应对措施 / 172
- 五、技术要素空间流动的载体与途径 / 176

第九章 通观市场空间

- 一、走进市场空间 / 182
- 二、感叹千年集市 / 185
- 三、焦虑“千家万户” / 189
- 四、关注扩大内需 / 193
- 五、追赶流通新潮 / 197

第十章 分析就业空间

- 一、就业空间大有研究空间 / 202



- 二、农村劳动力转移形成的就业空间 / 205
- 三、开发性移民创造的就业空间 / 209
- 四、城里人就业面面观 / 213
- 五、关注高校毕业生就业 / 216
- 六、新的就业空间观 / 219

第十一章 细察经营空间

- 一、经营空间的关注焦点 / 223
- 二、平面空间的错位经营 / 225
- 三、垂直空间的立体经营 / 229
- 四、特殊空间的特色经营 / 231
- 五、人造空间的集约经营 / 233
- 六、缺陷空间的转机经营 / 235
- 七、微缩空间的创意经营 / 237
- 八、景观空间的衔接经营 / 240
- 九、借“名”生财的连锁经营 / 242

第十二章 认识资源空间

- 一、资源节约型社会的坐标 / 245
- 二、科技开路，拓宽资源利用空间 / 247
- 三、产权改革，防止资源的过度、无序开采 / 251
- 四、资源节约的路径选择 / 258

第十三章 打量景观空间

- 一、景观空间的功能特点 / 263
- 二、旅游景观空间的开发 / 266
- 三、城市景观空间的营造 / 269
- 四、乡村景观空间的构建 / 271
- 五、园林景观空间的丰富蕴涵 / 274

第十四章 经济空间与区域经济

- 一、实现区域经济协调发展的目标指向 / 279
- 二、建立区域产业分工大格局 / 282
- 三、推进区域一体化 / 285
- 四、区域竞争与区域冲突 / 290
- 五、区域规划至关重要 / 293

第十五章 经济空间与城市化道路

- 一、城市经济空间的特点 / 295
- 二、中国城市化演进过程和现实问题 / 300
- 三、建设景观生态城市 / 305
- 四、城市公共空间的公共建筑物 / 308
- 五、塑造城市特色，培育城市文明 / 311
- 六、城市化发展的未来走势 / 313

第十六章 经济空间与新型工业化

- 一、选择新型工业化道路的依据 / 319
- 二、让循环经济走向前台 / 320
- 三、踏上低碳经济发展之路 / 325
- 四、让服务经济成为发展的主动力 / 328
- 五、实现信息化与工业化的融合 / 331

第十七章 经济空间与现代农业

- 一、现代农业的基本内涵 / 335
- 二、实施农业综合开发战略 / 338
- 三、大力推进循环农业建设 / 341
- 四、让数字农业派上用场 / 343
- 五、走农业产业化经营之路 / 346
- 六、关注县域现代化 / 350

第十八章 善待环境 善待自然

一、环境友好型社会的呼唤 / 355

二、保护海洋、河流、湖泊 / 359

三、珍爱森林、草原、湿地 / 362

四、重视气候危机 / 365

后记 / 369

参考文献 / 371

第一章

走进经济空间

作为全书的引言部分，本章着重分析经济空间的特性以及经济空间的历史变换过程。为了叙述的方便，本章采取逻辑分析和历史分析相结合、形象描述和理性论证相结合的方法，旨在引导读者走近经济空间，打量经济空间的“体貌特征”，进而走进经济空间，认识经济空间的“功能结构”。

一、经济空间

说到经济空间，我们每个人不能说不熟悉，我们都生活在特定的经济空间中，你就是想脱离也脱离不了的。先从一件很平常、很琐细的日常小事儿说起。我们可能都知道，“六必居”是北京风味的一种酱菜，北方人都很喜欢食用它。据说“六必居”这几个字，还是明代嘉靖年间大奸臣严嵩题写的。字体端庄严谨，和严嵩的人品似乎大相径庭。我们不去考证这段历史佚闻，还是回到“六必居”这个话题上。古人有个说法：开门七件事，柴米油盐酱醋茶。这话是说，人们的日常生活，每时每刻都离不开这七样东西，从至尊天子到凡人百姓，概莫能外。后来人们觉得，这七样东西，茶还是可以割舍的，前面那六样却是一点也割舍不了的。既然是六样，姑且就叫“六必居”吧！“居”是“据有”、“拥有”的意思。所以，“六必居”的名称虽是文人所创，但却很迎合普通老百姓的心理。“六必居”这个名称连同这个老字号品牌，就这样流传下来了。

那么柴、米、油、盐、酱、醋这些东西是在哪里产生的？是怎样产生的？再追问下去，就进入本书的研究视野：经济空间。因为柴、米也好，油、盐、酱、醋也好，都是在一定的经济空间中创造出来的。柴来自山林或荒野，米来自粮田，油、盐、酱、醋虽属加工品，但它们的原料也来自粮田或其它资源产地。这里所说的“山林”、“荒野”、“粮田”和“资源产地”，就是我们所要认识和了解的“经济空间”。

人们的生活物品是经济空间提供的，人们创造物质财富的活动也离不开经济空间。也许有人会说，我的职业是从事文化活动的，是创造精神财富的，和经济空间有何相干？其实不然。一个人一天到晚的活动，实际上都离不开各种各样的经济空间，只不过人们觉察得不够直接、不够细心罢了。我们不妨描述一下：一个人早上推开房门去上班，他是从自己的起居空间走出来，而起

居空间恰恰属于经济空间的一个分支部分。当这个人走到大街，不管他选用什么交通工具，他就进入了这个街道的交通空间，而交通空间也是经济空间的重要分支。再过一会儿，这个人到达自己的工作场所。假若这个人到达的是工厂、农场或是商场，他是在这里上班，那自然是进入具体的经济空间；假若这个人是在机关或非经济部门上班，他进入的是一种稍微抽象的经济空间——就业空间。下班后，这个人走进附近的一家商场购物——他自己可能不会意识到，他游览的是市场空间，他是这个空间里的一名顾客。当他选中一样商品，并且付款购买了这样商品，他又成了这个消费空间的一名消费者。这里所提到的“市场空间”和“消费空间”，可都是经济空间的组成部分！

经济空间既然对我们如此重要，那我们对经济空间是否具有比较清楚的认识呢？确切地说，我们对经济空间这个认知领域是既熟悉又陌生的，所谓熟悉，是说讲到经济空间，人们对一些表象的东西都能说出一二，即使文化层次较低、社会阅历较为缺乏的人，也不是茫然无知的，因为在经验的层面上，人们都能切身感悟到对经济空间的依赖性。但是，也有些人的“熟悉”并不是对经济空间的真熟悉。比如，现在媒体上和社会公共活动场所中，“经济空间”经常被滥用和误用，例如“发掘经济发展空间”、“提供经济发展空间”，“具有良好发展空间”、“展示巨大发展空间”、“创造经济发展的良好环境空间”等等，其中提到的“经济发展空间”并不是“经济空间”，“发展空间”和“环境空间”也不等于“经济空间”。在这些提法中，虽然提及“空间”，但“空间”并不是中心词，中心词是“发展”、是“环境”，也就是说“发展空间”讲的是经济发展的潜力、前景和有利条件，“环境空间”讲的是经济环境。很明显，“发展空间”和“经济空间”是不能混为一谈的，“经济环境”和“经济空间”也是不能划等号的。所谓陌生，是说人们对经济空间的真实特性，对经济空间的特殊功能，对经济空间的内在机制，还是了解不多，处于“雾里看花”的状态，“不识庐山真面目”，一较



真儿，就迷惘不清了。这就像一座大山脚下分布着几个村庄，村庄里的人可能经常进山活动，也时常爬上山头，对大山的情况也算清楚，知道山有多高，林有多密，溪有多清，雾有多浓。但若细究山的由来，山的演变，山的内蕴，比如山的地质演变生成过程，山的地质结构以及山的内藏矿脉，人们恐怕就要摇头了。对经济空间也是这样，人们对它有所熟悉又较为陌生，也属常理。但问题是对于掌握经济决策权力的人们来说，对于研究经济运行理论的人们来说，对于在经济海洋中搏浪击涛的人们来说，对经济空间的特性和机理混淆不清或知之肤浅，那就说不过去了，特别是对经济决策者来说，这种昏昏然是会误事的。

二、自然空间、经济空间和社会空间的对比分析

现在切入正题，研究经济空间的特性和概念内涵。研究的方法，是把经济空间和自然空间、社会空间排列在一起，细细“端详打量”，同中求异，异中析同，分辨比较，最终对经济空间的属性特征有个完整清晰的认识。

不过，在排列对照“三个空间”之前，先要对“空间”这个概念有个概要了解。空间是个自然科学名词，是表征事物的广延性、结构性和并存性的物质存在形式。空间具有三维性的特点，人们也把空间称作“三维空间”。所谓三维空间，就是指现实存在的任何一个物体所占有的空间，必须用长、宽、高三个量来量度；要确定一物体和他物体在空间上的位置关系，也需要用三个量来表示。空间也是个社会科学名词，是哲学中的重要概念范畴，通常和时间连用。唯物主义哲学认为，空间、时间是运动着的物质存在的基本形式，世界上任何事物的存在都离不开空间和时间，空间和时间也离不开物质。空间和时间既具有无限性特点，又具有有限性特点，是无限和有限的辩证统一。这个哲学原理启发我们记住两个要点：其一，空间和时间是密不可分的；其二，空间和时间与运动着的物质也是密不可分的。

了解了抽象意义上的空间概念，我们再来分析几个具体的、真实的空间概念，这就是自然空间、经济空间和社会空间。分析的顺序首先是自然空间。

自然空间是指自然界各类物体存在的广延性和排列顺序。自然空间具有下列基本特性：

一是具有自然演变、天然生成的特性。自然空间是随着时间的自然界的运动变化而自然形成的。自然空间的形成受到自然界生成变化规律的支配，而不依人的主观意愿所决定。比如，讲到万里长江的走向，人们常常脱口而出：“大江东去”、“一江春水向东流”。其实，长江自源头流出，河流是一直向南的，并没有“大江歌罢掉头东”的意思。只是随着漫长的地质运动，产生了一系列的地壳变迁，川藏高原原本一体的高原雪山逐渐分裂出一条峡谷地带，雪山被“劈”成两半，一半就是梅里雪山，一半就是玉龙雪山。于是，就有了“长江第一弯”，有了上、中、下三个虎跳峡，有了万里长江转身向北，继而掉头向东的大走向。可以看出，万里长江的走向及其空间特征，是大自然的造化，是江河环境自然演化的结果，没有任何“人化自然”的痕迹。

二是具有鲜明的空间几何特征。自然空间从抽象的指代意义上讲，可以称作“宇宙空间”；从具体的指代意义上讲，可以称作“地理空间”。“宇宙”这个词不是外来词，而是我们先祖前贤的“原创”词语。在古代汉语中，“四方上下曰宇，往古来曰宙”。宇宙具有实实在在的空间涉度和时间涉度。至于地理空间，它不但具有实实在在的空间涉度，而且这些空间涉度又是可以测量的，是可以精确计量的。因为自然空间的边沿四至，大到崇山峻岭的高度、浩瀚河流的长度、大漠瀚海的宽度，小到一丘一壑、一溪一泉，都是可以精确测量的。小的边沿四至，用手工方式就可以测量；大的边沿四至，借助于现代测量手段也能测量清楚。被列为世界第一高峰的珠穆朗玛峰，科技工作者不是每隔一些年就给它测量一次“身高”吗？相比较而言，经济空间的边沿四至就不是那么“轮廓清晰”，也不是完全适用于几何测量。



就像“市场空间”和“就业空间”，你能采用“空间三维”的测量方法吗？

三是自然空间的“年龄”资历远远胜出经济空间和社会空间。和经济空间、社会空间的形成时间相比较，自然空间的“年龄”实在是太长了，长得不成比例。自然空间到底有多长的“空间龄”？我们生活在其间的地球，现在有四十五亿多年的“球龄”了。照理说，地球的历史有多长，自然空间的历史存在就有多长。如果从地球上出现植物的中生代算起，计算自然界的历史也得从六千万年以前算起。再退一步说，即便从最终形成新生代地貌特征的第四纪算起，自然界的空间形成也有200万年以上的历史。而人类创造和形成自己的经济空间、社会空间，应该从形成最初耕植业和畜牧业的新石器时代算起，至多七千余年历史，这和自然空间的遥渺几千万年、浩瀚几百万年相比，实在是太“稚嫩”了。当然，经济空间和社会空间就不须再排“辈分”了，它们是相伴相生，踩着自然空间的“足迹”，同时创立，同时形成的。

四是对经济空间、社会空间的形成发展具有基础性和前提性意义。经济空间和社会空间都不是凭空产生的，它必须凭籍自然界作为生存的基础和前提。道理很简单，人不能离开自然界提供的阳光、水分、空气等维系生命生存的物质要素，说得确切一些，须臾离开都不行。这是从人的自然属性来说的，因为人本身就是自然界的一部分。再从人的社会属性来说，人们结成一定的经济关系、社会关系，创立和形成属于人类自己的经济空间和社会空间，也必须以自然空间作为依存条件。无论是工业、农业和商贸业，首先要有大自然提供的土地作为“站脚落地”的原初空间，其次要有大自然提供的各类资源作为经济要素组合的基础性条件。成语中所讲的“空中楼阁”和“无米之炊”，形象地说明离开自然界的恩赐，人们将一事无成。“空中楼阁”说明离开土地建造楼阁是幻想，“无米之炊”说明离开“米”（这是资源性供给）去升炊是空想。

五是资源性特点突出。在与经济空间、社会空间相互联结、

相互影响的意义上讲，自然空间是以“资源供给”、“资源保障”的角色出现的。当我们评价某一自然空间的价值优劣时，常使用“地大物博”、“物产丰饶”、“资源贫乏”、“矿产枯竭”等词语，表明我们对自然空间价值的认识，往往集中表现为对其资源价值的认识。所以，对那些“寸土寸金”之地，人们趋之若鹜；对“不毛之地”，人们视若敝屣。近年来国家实施开发大西北战略，引起人们对大西北地区的关注。但仔细分析，人们关注那里的并不是自然生态环境，而是那里的“沉睡的资源”。现在世界各国不惜重金考察研究南极、北极和外层空间，包括实施耗资巨大的“探月工程”，也主要是瞄着这些价值无限的“未来资源”。因为随着现代科技的发展，这些“未来资源”变为“现实资源”的距离是越来越近了。

六是与经济空间具有明显的对应关系。自然空间与经济空间、社会空间是紧密联系在一起的，它们共同构成了人类社会的生存空间。但从三者的对应关系即内部联系来看，自然空间与经济空间的对应关系，较之自然空间与社会空间的对应关系，更为直接，更为明显。自然空间与经济空间的直接明显的对应关系，首先表现为自然空间的“资源供给”与经济空间的“资源需求”的对应关系，这种对应关系一旦中止，经济空间会立刻出现“要素缺失”、“资源断流”的困难。其次表现为特定的自然空间会提供特殊的自然资源，并且会顺势培育出有特色的产业。云烟、茅台酒和几个地方的“云雾茶”为什么会具有浓郁的品质特性，是和这些烟、酒、茶产地的特殊的自然环境分不开的。作为云烟的烟草原料供应基地的云南昆明、玉溪、曲靖、大理、红河等地，那里独特的土质条件和温度、湿度、光照等地域性自然气候条件，使烟叶的香气量和香气质要高出其他烟叶产地。茅台酒也是这样，茅台酒的清冽甘醇得益于茅台酒产地的赤水河特殊的水质条件和茅台镇周边独特的菌群生长条件。至于庐山、黄山等地的“云雾茶”，若没有这些名山的云雾缭绕的气候因子，也就生产不出品质特异的名茶。