

公司地理论



李小建 著

科学出版社

内 容 简 介

公司地理是 70 年代以来国际地理学术界的新兴研究领域。本书在全面分析当今该领域的主要研究成果的基础上,结合中国实际,对公司空间扩张、公司空间系统、公司与环境的关系、公司(包括国内公司和跨国公司)与区域发展等公司地理的主要方面进行了深入的研究。该书在理论上为经济地理学开拓了新思路;在实践上,对乡镇企业、国有企业改造和外国跨国公司与区域发展的关系,以及各类公司的空间发展均提供了有益观点,是企业管理、区域经济、经济地理等方面研究人员、研究生和管理决策干部十分有价值的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

公司地理论/李小建著. -北京:科学出版社,1999. 8

ISBN 7-03-007558-7

I. 公… II. 李… III. 企业经济-经济地理学 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 17405 号

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

新蕾印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

*

1999 年 8 月第 一 版 开本: 787×1092 1/16

1999 年 8 月第一次印刷 印张: 13

印数: 1—1 500 字数: 294 000

定 价: 30.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈新欣〉)

自序

一

我于1986年考入南开大学经济研究所，从师于鲍觉民教授。作为我国地理学泰斗竺可桢先生和世界著名地理学家斯坦普（L. D. Stamp）的弟子，鲍先生常常教诲我们要“读万卷书，走万里路”。

受这种思想的影响，我利用当时南开大学有限的资料条件，阅读了一些有关书籍，尤其是发表于 *Progress in Human Geography* 的重要文章。对于其中企业地理的研究文献，尤感兴趣，做了一些读书笔记。

1988年初，经当时的国家教育委员会考试选拔，我作为中澳交换学生计划的一员，以博士生联合培养的名义赴澳大利亚国立大学进行毕业论文的研究写作。而国际学术界著名的公司地理学家泰勒（M. Taylor）教授也正任职于堪培拉的联邦交通部。他当时刚刚离开澳大利亚国立大学，仍与大学的学者们保持经常接触。虽未曾立即见到泰勒教授，但有近在咫尺之感。同时，我的指导教师约翰逊（K. Johnson）教授也十分支持我从公司角度选择研究题目，并在阅读文献方面提供了不少方便。在此的一段时间内，为了选择论文题目，为了在与泰勒教授交谈时不致于显得太为无知，我利用这里优越的资料条件，阅读了一些公司地理论著。在经过初始的朦朦胧胧之后，逐渐理出一个大致的思绪。

我的博士论文选题（李小建，1990a），即是沿着这种思绪的一缕。这一选题集中于常规区域研究与公司地理研究之结合部位。所提出的区域经济统计数据分析与公司活动分析相结合的区域发展研究方法，结合澳大利亚东南部的实例得以验证。这一研究方法在作者以后所发表的有关成果中，也有所体现。90年代以来，结合中国实际，在国家自然科学基金（2项）、国家教委优秀年轻教师基金、国家教委留学归国人员基金、教育部人文社会科学规划项目和河南省自然和社会科学有关基金资助下，我先后从事了具有典型东方文化特点的农村工业企业、具有中外交合特征的外资投资企业和带有强烈中国体制特征的国有企业的研究。研究的内容除了企业与区域发展关系之外，还涉及了企业空间扩张、企业自身发展与环境关系等方面的问题。对这些阶段性成果的总结，是本书写作的目的之一。

根据作者逐步理出的公司地理研究框架，公司地理在公司与区域关系之

外,还包括许多内容。这些内容,有些国内学者有所涉及,有些国内学者则较陌生。而在中国向市场经济迈进、公司的地位日显重要的背景下,很有必要出版一本书系统阐述公司地理的专著。这是本书写作的另一个主要目的。

二

公司地理以公司为研究对象,主要研究公司空间行为、空间结构及其与环境的关系。它不像区域经济地理学把区域作为研究的客体,侧重于区域的整体经济情况;也不像部门经济地理学研究各不同产业部门的区位格局。公司活动可以涉及多个区域、各个部门,是对经济地理区域分割和产业分割的一个整合。

国内学者中,曾有人根据英文的 Geography of Enterprise,提倡企业地理研究(王缉慈,1994;费洪平,1998)。我本人则主张采用公司地理(Corporate Geography, Geography of Firms)概念。主要是因为,早期的区位论研究已经涉及单工厂企业的地理区位问题,多区位企业多以公司形式出现,公司地理比企业地理更突出了多区位及跨国公司的地理特征;此外,公司做为现代企业组织形式,在经济发展、技术进步、经营管理等方面起着至关重要的作用。我国建立现代企业制度的核心是实行公司制。

在我国进行公司地理研究的意义可从多方面分析。

首先,自主经营的公司在经济活动中的地位日益重要。国有企业的公司制改造,使其逐步摆脱过去的行政干预,真正决策自主。“抓大放小”的举措,还促进国有控股大型公司、巨型公司的形成。进入我国的外资已列世界第二位,它们在投资地经济发展中起有重要作用,而这些外资多以公司形式注册。在农区经济中占有重要地位的乡镇企业,随着竞争的加剧,多数也会选择建立现代企业制度。这些自主经营的公司行为,只有进行公司地理研究才可揭示。

其次,随着我国经济实力的提高和公司规模的扩大,一些中国大公司也会逐步扩大对外国的投资。这样,可以充分利用各国的资源优势,建立强大的中国跨国公司。进行公司地理研究,可通过对公司对外扩张一般区位规律和各地区位优势的分析,为这些向外投资的跨国公司提供区位决策战略建议。

再次,我国经济地理学受传统计划经济体制的影响较大,过去一直注重政府行为与相关经济地理现象的研究,而不关注(或不重视)公司微观行为。而现实中,公司是社会经济中最重要的单元。只有通过对公司的研究,才更宜于解释经济地理现象的形成原因。加强公司地理研究,还可缩小与国

际经济地理学界研究方法与思维方式的差距。从而，使更多的成果进入国际经济地理学术领域。

三

本书的章节安排依据作者所拟公司地理框架，全书共分八章。第一章从20世纪经济地理学的发展谈起，接着介绍公司地理的产生条件与发展过程。在此基础上，分析了在中国进行公司地理研究的过程及主要研究专题。第二章根据作者的理解，阐述了公司地理的主要特征和研究内容。考虑公司概念对读者并不一定十分熟悉，本章还根据我国颁布的《公司法》，介绍了公司的概念及公司与企业的关系等基础知识。

第三章研究公司空间扩张。内容包括公司增长动因及战略，公司增长的区位选择，公司空间扩张规律，公司增长的空间模式等。尽管该章内容中引用了不少发达国家的实例，但作者只是力图通过实例说明一些理论问题。为了拉近这些相关理论与读者的距离，本章还列举了一些中国的企业案例分析。

如果说第三章侧重于公司由小到大的空间演变过程，那么第四章则侧重于已经成型的大型公司的内部空间结构特征。这方面的研究，包括公司组织系统与生产系统的关系，公司不同组织结构类型的空间特征，公司不同部门的区位特点以及公司空间结构调整问题。

第五章公司与环境关系以理论分析为主。这里主要依据泰勒等人的研究成果，在介绍权变组织理论时强调其地理意义，并借用组织结构、工作环境、域环境三变量，对公司与环境关系进行几何图示分析。特殊环境下的公司行为，也在该章中结合案例加以阐述。第三章至第五章对国际上相关重要理论成果的分析介绍，希望有助于基于中国实际的理论研究。

第六和第七两章研究公司活动与区域发展，主要介绍作者本人的研究成果。其中第六章侧重于公司活动与区域发展的理论分析，并结合中国国有企业和乡镇企业这两种不同特征的企业类型进行了研究。主要观点包括：(1)从公司角度提出区域经济发展的综合分析方法（第一节）；(2)企业联系在区域发展中起重要作用，可通过选择推进型企业带动区域发展（第二节）；(3)国有企业改革对区域发展的作用应客观分析（第三节）。

第七章专门研究跨国公司与区域发展。首先，根据投资区位在区域发展中具重要作用的假设，对跨国公司投资区位选择进行了理论分析，并结合中国实际研究两大源地（香港、日本）的外资区位；其次，研究了跨国公司与区域经济发展的理论问题，并对跨国公司对中国经济发展影响进行了多

方面的分析；最后对跨国公司与区域关系这一决定投资地获益大小的关键问题进行了理论与实践的研究。

最后，本书第八章介绍了公司地理研究方法中的公司问卷调查与定量分析和公司案例访谈与定性分析。

四

写完这部 30 余万字的书稿，回想从事公司地理研究 10 余年的经历，我十分缅怀曾给我诸多教诲的南开大学鲍觉民教授，十分感谢给我以指导、帮助和支持的澳大利亚国立大学的 Ken Johnson 教授和 M. Taylor 教授，香港中文大学香港亚太研究所的杨汝万教授。这些先生们或帮助我理清思路，或协助我锤炼观点，或和我一起从事相关方面的研究，并促成研究成果走向国际学术领域。

在相关研究工作中，我常得到李文彦、胡序威、陆大道、杨吾扬、胡兆量、魏心镇、王缉慈、樊杰、费洪平、庞效民等国内工业地理前辈和朋友们的鼓励和帮助。他们的研究成果，与他们的正式或非正式交流，常给我不少启迪。在本书写作过程中，我在河南大学的授业之师王建堂教授不顾高龄，帮我校阅书稿，改正笔误，洋溢着暖暖的师爱之情。

自从决定写作本书之后，我便得到河南大学环境与规划学院各位同仁的多种帮助。院党政班子其他成员承揽不少本应属我做的行政工作，以减轻我的负担。计算机制图室的李斌老师耗费时间精心制作书中的插图。我的研究生乔家君、徐勇、王惠、彭宝玉、范新生，召之即来，做了一些辅助工作。在本书写作之中，我的夫人包揽了大部分家务，并做了许多义务的秘书工作；已是中学生的儿子，也表现出对父亲失职的理解。

对于所有这些以上提到的和未及提到的给我以各种帮助的人们，请接受我发自内心的谢意！

李小建

1999 年 1 月 29 日于开封

目 录

自序

第一章 公司地理与经济地理学	1
第一节 20 世纪经济地理学的发展	1
1. 经济地理学发展特点	1
2. 经济地理学研究新特点	2
第二节 公司地理及其产生与发展.....	4
1. 公司地理概念	4
2. 公司地理的产生背景	5
3. 公司地理的产生与发展	6
第三节 公司地理与中国经济地理学.....	7
1. 国际经济地理学理论对中国的影响.....	7
2. 我国经济体制改革与现代公司建立.....	8
3. 中国经济地理学中的公司地理研究.....	8
第二章 公司地理的特征及主要内容	12
第一节 公司的概念讨论	12
1. 公司的概念	12
2. 公司与企业的关系	13
3. 公司的发展及地位	13
第二节 公司地理的主要特征	14
1. 公司地理强调对公司的研究	14
2. 公司地理认为公司对环境具一定影响	15
3. 公司地理重视公司内部因素的分析	15
4. 公司地理重视个案研究	15
第三节 公司地理研究的主要内容	16
1. 公司增长的空间研究	16
2. 公司内部结构的空问意义	16
3. 公司与环境关系研究	17
4. 公司活动与区域发展研究	18
第三章 公司空间扩张	20
第一节 公司增长动因及战略	20
1. 公司增长的动因	20
2. 公司增长的战略与方法	22
3. 公司增长实例分析	24
第二节 公司增长的区位决策	25
1. 区位决策在公司决策中的地位	25

2. 新建机构的区位决策原则	27
3. 行为主义方法对区位决策的分析	29
4. 博弈论与区位决策	31
第三节 公司的空间扩张	33
1. 公司空间增长过程	33
2. 公司空间增长阶段	35
3. 公司空间扩张规律	36
第四节 公司增长的空间模式	39
1. 沃茨的市场区扩大模式	39
2. 泰勒的组织变形及区域演化模式	40
3. 哈坎逊的全球扩张模式	42
4. 迪肯的全球转移模式	45
第五节 中国大型工业公司的空间扩张	47
1. 中国第一拖拉机集团有限责任公司	47
2. 洛阳浮法玻璃集团	48
第四章 公司空间系统	51
第一节 公司组织与生产系统	51
1. 生产链	51
2. 生产链与公司组织	51
3. 及时供货 (JIT) 方式对公司空间结构的影响	53
4. 产业部门和区域环境对公司空间结构的影响	54
5. 公司内部生产系统差异	58
第二节 组织结构类型及其空间特征	63
1. 公司发展与组织结构	63
2. 组织结构主要类型实例	67
第三节 公司不同组分的区位选择	71
1. 公司总部的区位特征	71
2. 公司研究与开发 (R&D) 机构的区位特征	75
3. 公司生产单位的区位特征	78
第四节 公司空间结构调整	81
1. 公司空间结构调整形式	81
2. 公司空间结构调整案例	82
第五章 公司与环境关系	85
第一节 权变组织理论	85
1. 组织内结构层次	85
2. 组织的外部环境	86
3. 不同环境层次对公司的影响	88
4. 环境特性与公司组织	89
5. 环境与公司联系广度	90

第二节 组织环境相互作用	91
1. 组织结构变量——组织内部差异性	91
2. 工作环境变量——组织之间差异性	91
3. 域环境变量——区域间差异	92
4. 公司与环境关系的三维空间分析	93
第三节 特殊环境条件下的公司行为	95
1. 不同环境条件下的公司空间行为	95
2. 公司对区域环境的反应	96
3. 全球化环境下的公司战略	97
第六章 公司活动与区域发展	99
第一节 公司活动与区域发展的关系	99
1. 组织变化(发展)是区域经济变化(发展)的核心	99
2. 区域系统与公司组织系统	100
3. 区域经济变化与企业组织分析	101
4. 研究实例:澳大利亚东南部制造业区域变化与公司活动	102
第二节 企业联系与区域发展	106
1. 企业联系概念分析	106
2. 企业联系与区域发展	108
3. 推进型企业选择的指标与方法	111
4. 实例研究:开封市推进型企业的选择	114
第三节 国有企业改革与区域发展	116
1. 国有企业存在问题及改革方向	116
2. 国企改革的区域效应	117
3. 区域案例:河南省	119
4. 企业案例:中国第一拖拉机集团有限责任公司	124
第四节 乡镇企业与区域发展	127
1. 调查企业选择及数据特点	127
2. 区域环境与企业创办	128
3. 企业发展与区域条件	129
4. 企业联系与区域发展	130
5. 典型案例:企业关联与南街村发展	134
第七章 跨国公司与区域发展	136
第一节 跨国直接投资区位选择	136
1. 跨国直接投资宏观区位选择	136
2. 跨国投资的微观区位选择	139
3. 港商对中国内地投资的区位选择	141
4. 日本跨国公司在中国的投资区位	147
第二节 跨国公司与区域经济发展的理论研究	149
1. 跨国公司与区域发展研究的理论背景	149

2. 跨国投资公司与区域发展的关系	153
第三节 跨国公司对中国经济发展的影响	156
1. 跨国公司在华投资特点	156
2. 跨国公司的区域分布	159
3. 跨国公司投资对区域经济的影响	161
4. 外商投资与沿海地区经济增长的定量分析	163
5. 区域案例：跨国公司与 90 年代上海浦东经济发展	164
第四节 跨国公司与投资地关系的实例分析	167
1. 跨国公司与投资地交易关系的量度	167
2. 跨国公司在上海投资增长	169
3. 交易实力与股权拥有	170
4. 交易实力与本地化	171
5. 上海与跨国公司的相互作用	173
第八章 公司地理研究方法	175
第一节 公司调查与统计分析	175
1. 公司问卷调查方法	175
2. 针对问题的公司调查分析	177
3. 假设检验的企业调查分析	179
第二节 公司访谈的定性分析	180
1. 定性公司访谈的特点	180
2. 公司与访问人员的选择	181
3. 公司定性访问技巧	182
4. 两个例证	183
附录：调查问卷	186
参考文献	189

第一章 公司地理与经济地理学

公司地理从一个特定的角度研究经济地理现象。它与经济地理学的发展,尤其是研究思维方式的变化密切关联。本章梳理 20 世纪经济地理学的发展脉络,分析公司地理产生的背景及中国进行该研究的实际意义。

第一节 20 世纪经济地理学的发展

1. 经济地理学发展特点

20 世纪,经济地理学与地理学其他分支一样,发展十分迅速。成果大量增加,研究领域不断拓宽。1996 年,经济活动的主要部门(农业、工业、商业、交通、旅游)均在国际地理联合会成立了对应的研究专门委员会或小组。经济地理学在多数国家中已成为地理学中“最为发达的一门分支学科”(吴传钧等,1997)。对经济地理学发展特点的分析,可从各不同方面着手。本书从研究区域尺度、研究企业组织和研究思维方法三方面对发展脉络加以梳理。

1) 研究区域尺度的变化

本世纪上半叶,经济地理学发展中的最重大事件当属经济活动区位论的引入。该区位论包括 1826 年杜能(J.H.von Thunen)提出的农业区位论,1909 年韦伯的工业区位论(Weber, 1929),1933 年克里斯特勒的以商业为主的中心地理论(Christaller, 1966),1940 年廖什的区位经济论(Losch, 1954)。这些德国学者的研究成果,多在上半个世纪被翻译介绍到英、俄等语言国家。这些区位研究理论有一个共同性,即侧重于区域内的单体企业(农场、工厂、商业点)的微观分析。

二次世界大战后,美国一些经济学家在研究区位论的基础上,开始了对区域经济的整体研究。50 年代,艾萨德创立了区域科学(Isard, 1956, 1975)。它联结经济学、地理学和规划理论,强调用理论和数量模型方法分析区域经济和区域问题。与区位论研究不同,区域科学跳出了单一企业的圈子,更加侧重于区域内各企业之间的联系和协调发展。如果说区位论侧重企业的内部经济效果最佳的话,那么区域科学则多考虑企业的外部经济问题。

50 年代以后,始于法国学者皮鲁的增长极理论(Perroux, 1950, 1955),一些学者表现出对区域之间发展问题的关注,并提出了相应的理论。这些理论包括,默戴尔的“循环积累论”(circular and cumulative causation)(Myrdal, 1957),赫希曼的“极化-涓滴”(polarisation-tricklingdown)理论(Hirschman, 1958),弗里德曼的“中心-外围”模式(Friedmann, 1966, 1972),弗兰克等人提出的依赖理论(Flank, 1966),布鲁克弗尔德的互相依赖理论(Brookfield, 1975),等等。与区域科学相比,该类研究的地理

尺度进一步拓宽：从区域内转向区域之间，从一个区域转向多个区域。

近 20 年来，随着经济活动全球化的日益增强，经济地理学家对此的研究也日益升温。除了在研究文献中相关成果的比例不断增加之外，国际地理联合会中的工业、商业、交通地理专门研究组织，均设专题对此加以讨论，甚至商业地理研究组现更名为“销售的全球化”研究组以示强调。英语国家的一些经济地理教科书也冠以“全球经济”、“世界经济”、“国际经济”之类的书名（李小建，1998a）。

2) 研究企业组织的变化

战后以来，作为经济地理学主要研究客体的企业组织，加速向着多部门、多区域、跨国经营和全球性经营发展。以单部门企业为主要研究对象的古典区位论，逐渐暴露出研究的局限性。孤立地对跨国公司的某一农场、工厂和商店区位的研究，已不能揭示它们的区位原因，更不能揭示经济实力远超世界多数国家的“公司帝国”的空间格局及演变。

与此相应，60 年代初美国地理学家麦克尼提出了公司（企业）地理的概念。其主旨是企图“使经济地理学中仅仅对物的分析转移到对人及社会组织机构的关注上来”（McNee, 1960）。企业地理尤其关注企业内部不同组分空间结构的研究。60 年代以来，不少学者相继开展了此类研究。其中，一些学者根据跨国公司在世界经济中地位日益增加的实际，更加侧重于大型跨国公司空间格局和演变的研究（Clarke, 1984; Laulajainen and Stafford, 1995）。

3) 研究思维方法的变化

本世纪前期的区位论研究，以规范性分析（normative analysis）为思维方式。这种研究主要从与经济区位选定的一些基本命题出发，演绎推理出结果。由于经济活动最佳区位是在一系列简化的假设条件下求得的，区位决策者被认为具有所有经济学的知识并一味追求最大利润，其研究框架的实际应用受到一定的限制。60 年代的数量革命，带来了实证主义分析法。与规范区位论不同，这种分析法强调用统计和数学模拟方法探索经济活动空间结构的形成规律。

60 年代末，规范区位论和实证区位分析受到行为学派的冲击。行为主义强调对区位决策者行为的分析。认为同样的区位影响条件，不同的决策者可能会产生不同的决策结果。对行为差异的考虑，与规范区位论的“经济人”概念相比，使研究结果更加接近于现实。

60 年代末以来，伴随着发达国家经济结构的转变、社会矛盾冲突的加剧，结构主义地理学应运而生。以哈维（D. Harvey）为代表的学者们，运用马克思主义的基本原理，解释资本主义社会出现的矛盾。他们在经济区位研究中，强调社会的实际需要，强调政治、社会力量在影响经济形成中的作用。

2. 经济地理学研究新特点

以上对经济地理学发展的梳理，可以直观图示出来（图 1-1）。需要指出，在经济地理学的发展过程中，当新的研究方法出现的时候，并不完全取代原有的研究方法。当今的经济地理学研究，多为各种研究尺度、各种类型的企业组织研究方法、各种研究思

维方法兼蓄并存。不过，新近出现的跨国公司研究、经济活动全球化研究以及结构主义思维方式反映了经济地理学发展的新趋势。考虑这些新趋势，兼顾本世纪经济地理学发展的各阶段特点，可以概括如下经济地理学研究领域新特点。

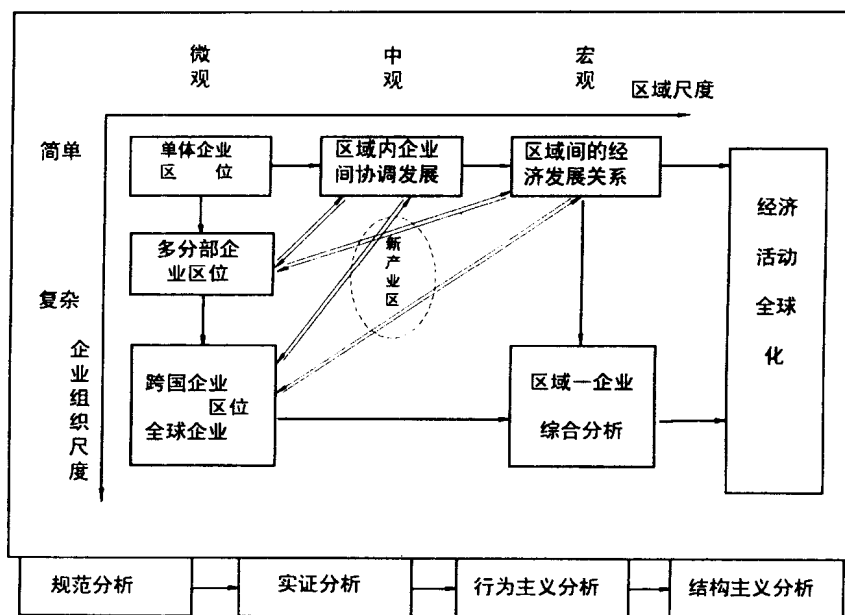


图 1-1 20 世纪经济地理学发展图示

1) 区域-企业综合分析

从经济地理学的角度看，区域与企业关联十分密切。区域内的经济地理状况是一个企业（或企业分部、工厂）状况的综合体现。然而，对于总部不在所研究区域的企业来说，仅仅从区域内各种经济地理条件的分析，已不能揭示影响经济活动区位变化的原因，因为支配企业发展的决策来自于该区域或国家之外公司首脑机构。为了公司总体的利益，某一局部的工厂（或其他运营机构）可以在低利润甚至无利润的情况下运行。企业地理从公司空间组织角度的研究，可以弥补此不足；但是，该研究方法并不考虑（或不重视）公司所涉及的区域内的整体状况（李小建，1991a）。伴随着经济地理研究尺度的扩大和企业组织的跨国化、多国化、融合企业地理与经济地理区位分析的综合分析方法已日益显示出活力来。近几年来，在 *Economic Geography* 杂志发表的论文中，相当一部分侧重于企业活动与区域发展。

2) 经济活动全球化研究

经济活动全球化意指跨国性、跨洲性的经济活动日益增加，任一区域与世界其他地区的联系变得十分重要。在这种情况下，不管从区域角度还是从企业角度，均理所当然地表现出对经济活动全球化研究的关注。目前，与经济地理有关的主要研究领域包括：

区域(企业)间联系网络变化与全球化^①;各经济活动类型(包括农业、工业、财经、广告业、劳动力、技术与研究开发等)的全球化或与全球化的关系(见 *Economic Geography* 1990 至 1997 年各期论文);经济活动全球化中的跨国公司活动(公司组织结构调整)及跨国公司活动对经济全球化的影响;国家(或区域)政策与经济活动全球化(Dicken, 1992)。

3) 新产业区研究

新产业区研究始于 80 年代中期。为一些学者基于对意大利东北部地区中小企业联系网络密集、柔性专业化(flexible specialization)突出的成功发展案例研究后提出的。之后,研究案例扩展到北美、西欧,侧重于分析新产业区的成因、结构及空间组合状况(李小建, 1997b)。新近来自发展中国家的研究,尤其是中国王缉慈等人(Wang and Wang, 1998)和韩国朴杉沃(Park, 1996)的成果,不仅仅在案例上拓宽了类型,而且在理论上也有推进之处。如朴氏认为新产业区为“贸易取向性的新生产活动以一定规模在一定空间范围内集聚,具明显劳动分工、生产网络和根植性”(Park, 1996)。这里的“新”代表在过去非工业化地区或正在工业化地区新发展的工业区。

新产业区为区域经济的新增长点。它的发挥当地优势的劳动分工、区内外联系密切和根植性明显的特点,以及不少国家(如意大利、美国、韩国等)的实践经验,均表明其在区域(尤其是落后地区)经济发展中起着重要作用。就我国而论,80 年代以来农村工业的飞速发展及在一些地区相对集中,完全有可能成长为新产业区;此外,主要靠外资注入,在一些过去不发达或不甚发达的地区迅速形成另一类快速增长的区域。这些区域可否(或如何)发展为新产业区,也值得研究。

4) 多种研究思维方式综合考虑

90 年代,国际经济地理学界出现了一个令人鼓舞的现象:即研究方法的多元化和由此导致的不同观点之间的有益交流(Dicken, 1994)。就研究思维方式而论,规范、实证、行为主义、结构主义分析法均在特殊的使用环境条件下有其特殊的效用。不可片面夸大某一方法的作用,只可根据实际情况而选择特定的方法。

但是,从经济地理学发展中可以看出,其研究一直十分接近于经济活动的实际变化。在研究对象中,作为经济活动的最基本单元和主体的公司(企业)地位变得更加重要;在研究方法与思维方式中,实证及行为主义分析仍有着较大的应用空间。

第二节 公司地理及其产生与发展

1. 公司地理概念

公司地理研究公司空间结构、空间行为及其与环境关系。空间结构包括演变过程和空间格局模式,空间行为包括公司的区位选择行为、公司内部相互关系行为、公司与其他组织关系行为。公司空间结构和空间行为是其与环境相互作用的产物,因而这种相互

^① 哈兰德著,王缉慈等译:网络与全球化。“中关村区域创新力”课题组印行,1997 年 4 月。

作用关系在公司地理研究中具有重要作用。

公司地理研究借助经济地理学、产业经济学、管理学和社会学等相关学科的有关知识,它以公司作为研究对象,在侧重空间性同时,从工业经济学中吸取有关微观经济运行规律的理论,从管理学中吸取企业组织理论,从社会学中吸取组织与社会关系的理论,发挥地理学的空间性特长,并从相关学科理论借鉴中弥补其理论性的不足。

与公司地理有关的另一个概念是企业地理。它的研究范围比公司更大,包括公司和其他类型的企业。由于早期的区位论研究已经涉及单工厂企业的地理区位问题,多区位企业多以公司形式出现,公司地理比企业地理更突出了多区位及跨国公司的地理研究;公司做为现代企业组织形式,在经济发展、技术进步、经营管理等方面起着十分重要的作用。因此,本书集中研究公司地理,而非一般企业地理。

2. 公司地理的产生背景

公司地理的产生与地理学思维方式的变化和世界经济中跨国公司的地位增加密切相关。

在思维方式上,公司地理可以追溯到地理学中的“法国学派”的影响(McNee, 1960)。维达尔·白兰士对人和社区的分析观点,用于现代社会,不可避免地转变为对现代公司的重视。实际上公司、工会、职业团体及其他类似组织,在现代社会中的作用,正相当于早期社会中的家庭、部落、村落社区等的作用。沿着这种思路,要想跨过“经济地理学中对物的分析而考虑人自身和其社会组织 and 制度”(McNee, 1960),很容易导致对公司地理的研究。

公司地理产生还离不开当时的地理学研究思想演变。本世纪前半叶,经济地理学中受德国区位论影响,注重规范性的区位分析。其规范性表现在,经济活动的最佳区位是在一系列简化性假设条件下求得的。虽然人们在研究时不断增加所考虑的因素,但仍与实际有一定距离。在逻辑方法上,这种研究主要从经济活动区位选定有关的一些基本命题出发,演绎推理出结果。此外,这种理论深受古典经济学中的经济人概念的影响,以为区位决策者单一追求利润,他们具有所有经济学有关知识。

由于各种假设条件限制着这种理论在实际上的应用,理想的经济人也很难与现实一致。50年代和60年代北美的地理学数量革命,带来了实证主义的分析方法。与规范区位论不同,这种分析法强调空间结构形成规律,用统计和数学模拟方法探索空间结构的模型(Johnston, 1986)。出于对空间过程的解释。60年代还出现了行为主义地理学(Johnston, 1986)。决策者行为在空间结构形成中起着重要作用。同样的区位影响条件,不同的决策者会产生不同的区位结果。

决策者行为包括孤立的个人行为和企业组织的行为。伴随着企业组织结构及决策过程的复杂化,企业组织的空间行为变得日益重要起来。为了研究企业组织空间行为和组织结构的意义。公司地理便应运而生。

公司地理产生的另一个背景是经济活动中大型公司、跨国公司的地位增加。第二次世界大战后,特别是从50年代后期起,跨国公司尤其是美国和西欧的跨国公司,增长十分迅速。跨国公司海外子公司数目日益增多。以美国187家大型制造业跨国公司为例,其海外子公司在1939年为546家,1945年为615家,1955年为1003家,1960年

达 1789 家, 1967 年达 3203 家; 60 年代末期, 主要西方发达国家的跨国公司达 7000 多家, 其国外子公司达 27000 多家 (南开大学经济研究所世界经济研究室, 1978)。主要工业部门, 如石油、汽车、药品、电子计算机、橡胶轮胎等几乎完全为跨国公司所控制。大型公司在经济活动中地位增加的同时, 在区域格局上也对相关小公司的区位起决定性作用。因此, 经济地理学家必然要关注公司地理, 尤其是大公司地理。

3. 公司地理的产生与发展

在以上分析的背景下, 美国经济地理学家麦克尼 (R. McNee) 利用在一石油公司 (Socony Mobil) 的研究机会, 接触了该公司的主要决策层和分支机构, 了解其决策与空间结构的关系, 提出了“公司区” (company region) 概念^①。认为这是一个特殊类型的规划经济区, 它与其他规划区域有某种相似, 但也有其自身特点 (McNee, 1958)。

“公司区”为公司地理的最早概念。之后, 经过进一步的分析概括, 也为了加强该项研究方向的重要性, 1960 年, 麦克尼提出了“公司地理” (geography of the firm) 或“企业地理” (geography of enterprise) 概念 (McNee, 1960)。当时, 他对这两个概念做等同处理, 并未加以区分 (实际上, 在发达的市场经济国家, 除了公司以外的企业, 如独资企业, 合伙企业, 在经济活动中所起作用很小, 无大必要进行公司地理与企业地理区分)。他所提出的公司地理研究, 包括公司地理决策, 公司管理权力扩大的地理效应, 公司区域规划的重要性等 (McNee, 1960)。比起公司区, 公司地理含义更为广泛。

麦克尼认为, 大公司的空间决策不像小公司 (企业) 那样, 是千万个单独决策者对市场验证的结果; 对大公司来说, 空间关系是按其精心设计的规划而组织的。在这种规划中, 地方资源和文化环境并不总是影响它们的决策。大公司决策是公司各管理层一系列协商、讨论的结果, 其地理格局并不一定与一个多世纪以前的众多小企业单独决策格局相同。他还认为, 现代公司管理者与所有者的分离, 使其具有较大的地理决策自主权。这样, 管理者的地理知识和目标行为便在其空间决策中充分体现出来。管理者并不总是追求利润最大化, 其他个人偏好也会反映在地理决策中。进行公司区域规划, 地理知识十分必要。公司规划者需要地理学家针对其相关产业和相关区域进行研究, 提出可操作的成果 (McNee, 1960)。

60 年代, 美国华盛顿大学比较侧重理论分析的地理学教授以及他们的研究生们 (包括 G. Krumme, G. Steed, M. Thomas, E. Ullman 等) 的研究, 推进了公司地理的发展。克鲁姆在对 60 年代及其之前的有关研究的评述中, 概括出公司地理的 5 个研究方面: (1) 公司区位动机和行为研究; (2) 投资决策研究; (3) 区位决策研究; (4) 区位容限范围 (range of tolerance) 研究; (5) 区位调整研究 (Krumme, 1969)。

70 年代, 公司地理研究得到更广泛的关注, 所发表的成果很多。海特和沃茨在 1983 年有关公司地理的述评中, 引述有 90 篇 (部) 70 年代国际学术界的成果 (Hayer and Watts, 1983)。与以前相比, 70 年代公司地理研究侧重于公司与环境的关系, 并在

^① 尽管在麦克尼之前, Robert Platt 曾强调经济活动中运营单元的重要性, 并以拉美牧场为例作研究; Norman Pounds 在研究鲁尔和 Silesia 区域时, 也讨论了公司组织 (McNee, 1960); 但是, 他们均未将公司做为主体进行研究。

近 20 多年案例研究的基础上,总结出公司空间演变模型。

80 年代以来,伴随着经济活动全球化的迅猛发展,跨国公司活动进一步得到地理学家的关注。除有一批相关著作出版外(如 McDermott and Taylor, 1982; Taylor, 1984; Taylor and Thrift, 1982, 1986; Clarke, 1985; Dicken, 1986, 1992),许多经济地理学教材也增加了公司地理的内容(如 Dicken and Lloyd, 1990; Berry et al., 1993; de Souza and Stutz, 1994; Hanink, 1994; Hartshorn and Alexander, 1988; Healey and Ilbery, 1990; Massey, 1984, 1995)。与此同时,伴随着后福特生产方式的发展和弹性专业化,一些学者重视对中小公司及其空间集聚的研究,并提出新产业区概念(有关评述,可见李小建, 1997b; 王缉慈, 1998)。

在公司地理的发展过程中,研究案例逐步拓宽,研究水平逐步提高。如研究范围从早期的钢铁、炼铝、汽车、化学工业公司,到 80 年代扩至电子、服装、农产品加工等工业公司;并进而从工业公司扩延至服务业公司;从对发达国家公司地理的研究,发展到对发展中国家公司地理的研究。60 和 70 年代,研究的侧重点是发现“事实”,70 年代后期以来,逐步上升到理论的概括和抽象(McNee, 1986)。其中,最有深度的理论成果为麦克德莫特和泰勒的《工业组织和区位》(McDermott and Taylor, 1982)。两位学者将地理学空间联系和信息流概念与组织理论中的组织结构权变模式相结合,构造出组织与环境的相互作用模式,并以英国电子工业为例进行了实例分析。

第三节 公司地理与中国经济地理学

1. 国际经济地理学理论对中国的影响

我国经济地理学理论发展与政治环境密切关联。本世纪上半叶,我国经济地理学已经接受到德国区位论的影响。如 40 年代,一些受欧美影响的学者在介绍德国工业区位论的同时,用其理论对我国工业布局的基本原则、因素、及有关工业部门和全国各地工业布局的基本轮廓和重点的问题进行了初步探讨(任美镔, 1944)。

1949 年以后,欧美学术观点的影响逐渐被来自前苏联的理论与方法所替代。在 10 多年时间内,通过派人留学、请专家讲学以及翻译前苏联的经济地理文献,引进了不少前苏联的理论与方法。其中以 H.H. 巴朗斯基、A.E. 普罗勃斯特和 H.H. 科洛索夫斯基为代表的区域学派和 Я.Г. 费根, P.C. 李芙雪茨为代表的部门学派,对我国经济地理学影响最为深刻(吴传钧, 1985; 王缉慈, 1994)。

70 年代末改革开放以来,一方面,前苏联的经济地理学理论仍产生着一定的影响。受其教育的学者们,还沿用相关研究框架,研究我国经济布局的原则及布局因素与条件、各部门布局现状、地区经济结构与经济区等。另一方面,一些学者开始重新对欧美经济地理学术思想进行研究。80 年代以来,发表的成果已经包含了数量方法的介绍与使用、行为研究、经济区位理论的介绍与案例研究、企业地理研究等多方面。大大接近了国际学术界的主要研究思路。

我国经济地理学家在接受着这些国外理论和方法方面影响的同时,还十分注重对中国实际问题的研究。可用于中国实际的有关理论和方法更易于被接受,也更易于在与实际结合中得到进一步深化。