

# 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; Laula-jainen 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。

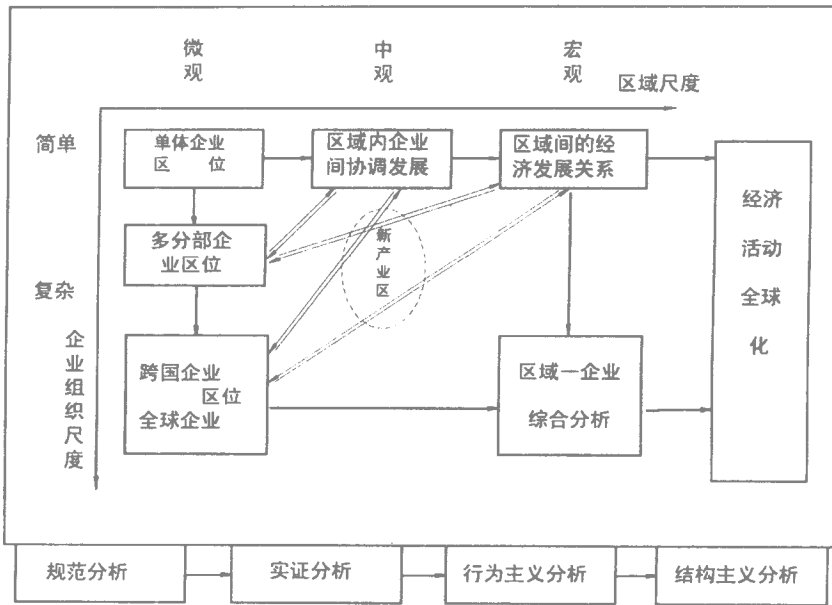


图 1-1 20 世纪经济地理学发展图示

### 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<sup>①</sup>；各经济活动类型（包括农业、工业、财经、广告业、劳动力、技术与研究与开发等）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

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动规律的理论，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和制度”（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空间意义。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<sup>①</sup>。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）区位容忍范围（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

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》(McDermatt 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、以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。

## 2. 我国经济体制改革与现代公司建立

1978年以来，我国的经济体制改革主要集中于由计划经济体制转向社会主义市场经济体制。其中，增强企业活力是经济改革的中心环节。早在改革开放之初，有务实思想的经济学家，就大胆提出了社会主义经济的“企业本位论”。认为：社会主义经济的基本单位仍然是企业。社会主义经济体系只能是由这些具有独立性的企业联合组成。……作为现代经济基本单位的企业，决不能是一块块缺乏能动性的砖头，而应当是一个个具有强大生命力的能动的有机体（蒋一苇，1993）。

20年来的国有企业改革，也正是按此思路进行的。这些改革始于1978年10月在四川对六个国有企业扩大企业自主权的试验（董辅初等，1995），至今已经经历了四个阶段（中国社会科学院工业经济研究所，1998）：

（1）扩大企业自主权试点阶段（1978—1984.9）：通过扩大企业的经营管理自主权来增加企业活力。在计划制定、产品销售、利润留成等方面，政府给企业了一定权力。

（2）实行以承包制为主的多种经营方式阶段（1984.10—1996.12）：强调政企分开、所有权与经营权分开，实行多种经营方式。该措施使企业自主权进一步扩大。

（3）转换企业经营机制阶段（1987.1—1993.12）：从扩权让利转变到转换企业机制上来，减少计划干预，给企业以更大的经营自主权，并着手把企业推向市场。

（4）建立现代企业制度阶段（1994年以来）：根据1993年11月中共十四届三中全会通过的《关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》，国有企业改革的方向是建立适应市场经济要求的“产权明晰、权责明确、政企分开、管理科学”的现代企业制度；国有企业实行公司制，具备条件的国有大中型企业，可改组为有限责任公司或股份有限公司。12月底，《中华人民共和国公司法》颁布，为公司制的建立和公司运作提供了法律保障。

1997年中共十五大对国有企业改革以新的促进。有关精神包括实行大公司战略，“以资本为纽带，通过市场形成具有较强竞争力的跨地区、跨行业、跨所有制和跨国经营的大企业集团”；鼓励兼并，支持优势企业低成本扩张；发展资本市场，拓宽企业融资渠道；培育和发展多元化投资主体，建立和健全公司治理结构；提倡和鼓励国有小企业实行股份合作制。

沿着这个改革方向，我国经济中的国有控股大型公司、巨型公司会逐步增加；国有或转为其他拥有形式（如股份合作制）的中小型公司也会逐渐替代现在的国有中小企业。同时，进入我国的外资（尤其是跨国公司投资）以独资、合资等方式，与合作伙伴建立起比较完善的公司管理结构；集体企业、私营企业在竞争和发展中，多数也会选择建立现代企业制度。现代公司在我国经济中的地位会越来越为重要。

## 3. 中国经济地理学中的公司地理研究

### 1) 公司地理及其相关研究回顾

由于长期以来政府在经济活动中起着巨大控制作用，国有企业完全被政府所支配（非国有企业地位微乎其微），我国经济地理学在一段时间内十分注重区域政策、区域规划、流域规划、生产布局、农业区划等与政府角色密切相关的研究；而缺乏独立性的企

业则很少被人关注。

改革开放以来向市场经济转变过程中，随着企业的角色逐渐显现出来，国际学术界的公司（企业）地理研究方法也开始引起经济地理学者的注意。90年代以来，有一批相关成果问世。

1990年5月，李小建在其博士论文中通过对澳大利亚东南部的一些制造业公司调查，论述了公司活动与工业变化的关系（李小建，1990a）；8月，在国际地理联合会亚太区域会议论文中，又从公司活动角度分析了澳大利亚工业发展中的困境及地理分布中的过度集中现象（Li, 1990）；11月，在上海召开的全国人文-经济地理学术讨论会的论文中，较为系统地分析了公司地理与工业地理学的关系、公司地理的研究特点和主要内容，以及我国进行该项研究的重要意义（李小建，1990b）。1991年，这些成果经进一步整理加工，发表于国内地理学术期刊（李小建，1991a, 1991b, 1991c），并出版著作（李小建，1991d）。与此同时，北京大学王缉慈教授在其工业地理学的教学中，也开始关注企业行为与企业地理。

总得来说，90年代初期，我国在公司地理的研究上，主要停留在介绍阶段。研究的人员、发表的成果均不多。介绍的深度也多浅显，覆盖面也不够广。但在公司活动与区域发展关系的研究上，也有独到之处（李小建，1991a）。

1992年开始，我国学者在继续引介公司地理有关理论与方法（如费洪平，1993a）的同时，从不同角度进行了国内企业调查工作。1992年春，李小建组织调查了河南五个不同发展水平县市的178家农村工业企业，收集了包括创办动机、当地环境、产业关联、组织结构等方面100多种信息。其部分成果于1992年8月在美国华盛顿召开的第27届国际地理学大会上宣读交流（Li, 1992）。其他相关成果之后陆续出版发表（李小建，1993a, 1993b；苗长虹，1994）。

同时，王缉慈、费洪平调查了大型国有企业。费洪平的研究以山东胶济沿线地区为例，探讨了企业与区域经济协调发展问题（1993b），并根据国际上关于公司空间演化的模式，对位于山东济南的中国重型汽车工业联营公司的空间演化进行对比分析（1993c）。王缉慈的研究以首都钢铁公司为例，论述了公司地理的研究意义（王缉慈，1993）此外，魏心镇和王缉慈还对中国高技术企业集团的空間结构进行了实例分析。他们对北京高技术产业开发实验区企业的集聚研究（魏心镇、王缉慈，1993），很有意义。

90年代中期以来，在农村工业企业的研究上，庞效民基于企业调查以我国乡村工业区为例讨论了新产业区问题（王缉慈，1998）。苗长虹继续将农村工业企业与区域研究相结合，发表了一些有见地的成果（苗长虹，1997a, 1997b）。

在高科技技术的研究上，王缉慈等在对中关村高新技术企业的进一步调查的基础上，讨论了其衍生、集聚与扩散影响因素、企业异地发展等问题（王缉慈等，1996）。进而，与国际学术界的新产业区概念相联系，以中关村为例分析了企业空间联系网络与创新能力的关系（Wang and Wang, 1998）。

① 王缉慈在1994年8月出版的《现代工业地理学》一书后记中谈及该书酝酿研究多年，并曾试用于教材。该书中有企业行为与企业地理一章。

在国有企业的研究上，费洪平将大中型企业调查资料用于区域经济发展分析之中，探讨了产业带的边界划分问题（费洪平，1994），企业组织的空间联系问题（费洪平，1996）；李小建将国有企业改革引起的区域影响，以国有经济占比例较大的河南和中国第一拖拉机集团公司为例进行实证分析（李小建，1998b）。

值得一提的是，一些研究信息网络的地理学家，将通讯网络与公司空间组织变化相结合，发表了十分有意义的成果（阎小培，1996；路紫、刘岩，1998）。

改革开放以来，中国外资企业<sup>①</sup>发展十分迅速。90年代以来，许多大型外国跨国公司直接以投资形式进入中国。这些外资企业与农村工业企业和国有企业不同，其空间行为中市场运作力量有着更大的影响。它们理所当然地得到我国地理学家的关注。基于1994年底对在大陆有投资的200余家香港工业公司总部的调查，李小建研究了港商内地投资空间行为及区位变化问题，并在香港大学公开报告该成果<sup>②</sup>。该成果的不同部分后来陆续发表（李小建，1996a，1996b；Li，1996）之后，在总结国际学术界关于跨国投资与区域发展关系的论述，并提出个人研究思路（李小建，1997a）以及在外资对中国经济影响的总体分析（Li，1997）的基础上，李小建开始了以中国沿海地区为例的研究。他先后在北京、天津、上海、青岛等地调查大型外资公司近30家，完成系列论文，并陆续发表（李小建，1998c；Li and Yeung，1998；1999；Yeung and Li，1999）。

综上所述，90年代以来我国经济地理工作者分别就经济中占最重要地位的乡村工业企业、城市高科技企业、国有企业和外资公司进行了较为深入的研究。这些研究成果，不仅在实践上对公司空间发展、国家有关区域政策制定具有重要意义，而且在理论上也有不少创新之处。尤其是一些成果发表于国际上本领域的著名刊物，丰富了国际上同类研究文献，加强了我国经济地理学研究与国际同行的交流。

## 2) 我国公司地理主要研究方向

从中国国情现状及变革趋势看，公司地理及其相关研究仍有许多工作要做。择其要者，概括如下：

(1) 国有企业（公司）改革的区域效应研究。按目前国家政策，国有企业改革将进一步深化。一方面，国有企业的战略性重组，将带来联合兼并、被兼并、破产等企业活动。这些活动均从多方面影响相关区域的经济；另一方面，建立现代公司制度，将改变公司与地方政府的关系。政府对国有企业的控制变弱，国有公司根据市场考虑其发展战略，这不可避免影响公司与当地政府，公司与所在区域其他企业（公司）、公司与其他区域企业（公司）的关系。从而，也以不同形式影响着这些相关区域的经济。

(2) 外资公司与区域发展研究。外资进入后，对所在区域的影响包括许多方面，研究这些方面影响的短期及长期效应，研究外资投资及影响的一般规律，不仅对投资地有益，也可提出一些理论性问题。如中国社会文化与欧美差别明显，外资进入区位选择及与当地关系不一定完全与其他国家相同；中国政治制度的转变，也带来转变过程中外资公司行为的特殊性。此外，通过产业关联，外资公司对非投资地的影响，也是一个

本书中的外资企业包括外国独资企业、合资企业和合作企业。

见香港《大公报》、《文汇报》1995.1.14有关报道。

有意义的研究课题。

(3) 中国跨国公司的跨国发展研究。80年代以来,中国公司的跨国经营发展迅猛。1979—1993年,中国的海外非贸易企业数量年均增长率达49.5%,其中直接投资额年均增长128%。投资地区涉及100多个国家(地区)(康荣平,1996)。这些跨国投资扩大了中国产品的国外市场,获取了发达国家的先进技术,对我国经济发展及向现代化具有重要意义。现在国家实施大公司战略,尤其是十五大报告指出,要“以资本为纽带,通过市场形成具有较强竞争力的跨地区、跨行业、跨所有制和跨国经营的大企业集团”。要建立中国自己在国际市场具竞争力的“航空母舰”。跨国经营变得愈益重要。为此,经济地理学家可发挥自己的专长,通过研究跨国公司空间结构形成的一般规律,为选择适当的跨国投资区位提供科学建议。

(4) 中小公司集聚研究。高科技企业的集聚现象及相应的新产业区讨论仍有继续加强的必要。此外,中国特有的农村地区迅速发展的乡镇企业,在中国走向市场化和国有企业现代企业制度建立的背景下,除少数通过兼并扩张,成为大型企业并向城市发展之外,大多数仍要在较长的时期内存在于农村经济之中(杨东涛、熊立新,1998)。这些乡镇企业已经或正在向适宜区位集聚,以形成农村地区的产业集聚区。以新产业区理论对此种产业集聚区进行分析研究(包括其内部结构、产业关联、生产系统特征以及在当地经济中的地位等),具有明显的理论和实践意义。

(5) 区域政策效用的研究。由于各地不同的环境条件和历史发展,使我国区域发展存在着较大的差异。为此,中央政府制定诸多政策,协调区域发展问题。从公司地理角度,对这些政策的效用的研究是一件很有意义的工作。对公司空间变化的研究,尤其是通过对典型地区公司行为的问卷调查分析,可以揭示国家及地方政策与公司决策者之间的统一与矛盾,对有关政策提出改进建议。通过对区域发展和组织变化的比较研究,弄清何种组织形式才能带来较好区域效果。从长远利益及区域相对平衡发展考虑,国家常有计划地支持一些落后地区的发展。通过对公司空间行为因素的综合分析,建议政府在规划时创造吸引公司进入的环境,可使政策行之有效。

公司地理及其相关研究,逐渐得到国内更多的学者关注。一些著名经济地理学家对此研究方向给予肯定(陆大道,1995)。城市地理学家也开始关注企业在城市化进程中的作用(宁越敏,1998)。一批以公司地理做为研究方向的研究生,也先后走向实际工作部门,并在实践中证明了其知识背景及思维方式的特殊价值。

① 1993年,河南大学地理系经济地理学专业(现为区域经济专业)招收公司地理方向研究生5名,现在多数就职于公司,本人及受用人单位均反应良好。1997年,华东师范大学刘君德教授之博士生王德忠先生完成《企业扩张——理论研究与应用分析》,颇有见地。

## 第二章 公司地理的特征及主要内容

由于《公司法》1993 年底才在我国颁布，多数人并不完全理解公司概念，本章从介绍公司概念开始，接着讨论公司地理的特征和内容。为以下几章内容提供背景知识。

### 第一节 公司的概念讨论

#### 1. 公司的概念

所谓公司，是指依照法律规定的条件和程序集资联合组成的、有独立注册资产、自主经营、自负盈亏的法人企业（邓荣霖，1987）。公司具有以下特征：

##### 1) 公司必须依照法律规定设立

公司必须是依照法律规定的条件和程序设立的经济组织。这些法律包括《公司法》和其他有关法律。《公司法》在我国即《中华人民共和国公司法》，该法第二条规定：“本法所称公司是指依照本法在中国境内设立的有限责任公司和股份有限公司”。其他国家的情况也如此（张桂龙、周敏，1993）。其他有关法律包括在公司登记前办理审批手续所依据法律、行政法规。如经营烟草制品批发业务必须依据《烟草专卖法》等。

##### 2) 公司必须是法人

《中华人民共和国公司法》第三条规定：“有限责任公司和股份有限公司是企业法人”。公司是法人，是指其具有民事权利能力和民事行为能力，依法独立享有民事权利和承担民事义务的组织。具体来讲，法人应当具有依法成立、有必要的财产或者经费、有自己的名称和组织机构及场所、能够独立承担民事责任四个条件。公司必须具备法人资格，也是世界各国（地区）有关公司立法所规定的。

##### 3) 公司是企业

公司作为企业而存在，具有企业的特定内涵。公司必须直接从事生产经营活动。在生产经营上，具有企业的独立性、商品性、营利性经济特征。也就是说，公司在法律约束下，有独立的决策权。公司提供的产品和服务是通过商品交换来进行的；公司经营活动以营利为目的。

##### 4) 公司是联合体

公司是由其成员联合组成的经济组织。集资是公司的本质特征之一。这种集资可由两人或两人以上（自然人或法人）的资金和财产联合，也可以为两个或两个以上企业的资产联合。但是，集资联合组成的公司资金和财产，是由公司支配的独立资产，而不再

是各个出资者的个人资产。该资产被公司用于经营和承担自负盈亏的经济责任。

按股东对公司承担的责任形式，公司可分为无限公司、有限责任公司、两合公司和股份有限公司。在世界一些国家（地区）中，在（公司法）中只允许设立以上四种中的两种或三种。根据《中华人民共和国公司法》，我国只允许设立有限责任公司和股份有限公司，而不允许设立无限公司和两合公司。

## 2. 公司与企业的关系

公司是企业的一种。所谓企业，是指一切从事生产、流通或者服务性活动以谋取营利的经济组织。按照企业财产组织方式不同，企业又可分为三种类型：一是独资企业，即由单个主体出资兴办的并归其所有和控制的企业；二是合伙企业，即由两个或两个以上的出资人共同出资兴办、经营的企业；三是公司企业，即由多数人创办的并组成法人的企业。

公司与企业的区别表现在三方面：公司必须是法人；企业并不一定为法人。公司的财产与股东的财产在法律上是严格分开的，股东在投资后即失去对财产控制权，而由公司独立自主地去经营；企业的财产与投资者的财产无严格区分，企业的经营仍受投资者直接控制。公司只以其全部资产对外承担责任，股东只以其出资额对公司承担责任，如资不抵债时，不能追究股东个人责任；企业对外承担责任，并非仅以企业的财产为限，如资不抵债，还要用投资者个人的其他资产来偿还债务（张桂龙、周敏，1993）。

## 3. 公司的发展及地位

原始公司源于中世纪的欧洲，但是，资产阶级革命后，才逐步出现现代意义的公司。19世纪下半叶，是公司发展的一个高潮期。到19世纪末、20世纪初，公司已经在各主要资本主义国家的政治、经济生活中扮演着举足轻重的角色（黄速建，1989）。

本世纪初开始，公司已成为资本主义世界占统治地位的企业组织形式。第二次世界大战后，资本主义国家公司的规模不断增大。以美国为例，1970年，500家最大的工业公司占了全国工业产品销售总数的65%，利润的74.8%。100家最大制造业公司占去了全国的制造业净产出的1/3以上。英国的100家大公司所占比例更高（图2-1）。

在一些规模经济突出的制造业部门，大型公司的地位更为突出。如以1982年4家大公司占美国全国工业产值的比例计，汽车工业占92%，谷类制成品占86%，农业机械、炼铝、管材、飞机制造约在50%以上。在商业领域，最大的50家零售业公司占去全国1/4以上的市场份额，雇佣了400万就业者（资料引自Dicken and Lloyd, 1990）。

近几十年来，跨国公司进一步跨国甚至全球性发展，使其在世界经济格局中也起着十分重要作用。国际贸易的大多数是由跨国公司实现的；外国直接投资中跨国公司所占比例更大。如1960年美国 and 英国的跨国公司占有全世界外国直接投资的2/3；1985年世界外国直接投资的70%来自英、美、日本和西德的跨国公司（Dicken, 1992）。在80年代早期就有人指出，世界上100个大经济单位中，一半为国家，一半为跨国公司

指我国法律允许的有限责任公司和股份有限公司，不包括无限公司和两合公司。下同。

(Benson and Lloyd, 1983)。1997 年，年收入在 1000 亿美元以上的世界大公司有 10 家。而世界上绝大多数国家的国内生产总值在 1000 亿美元以下。

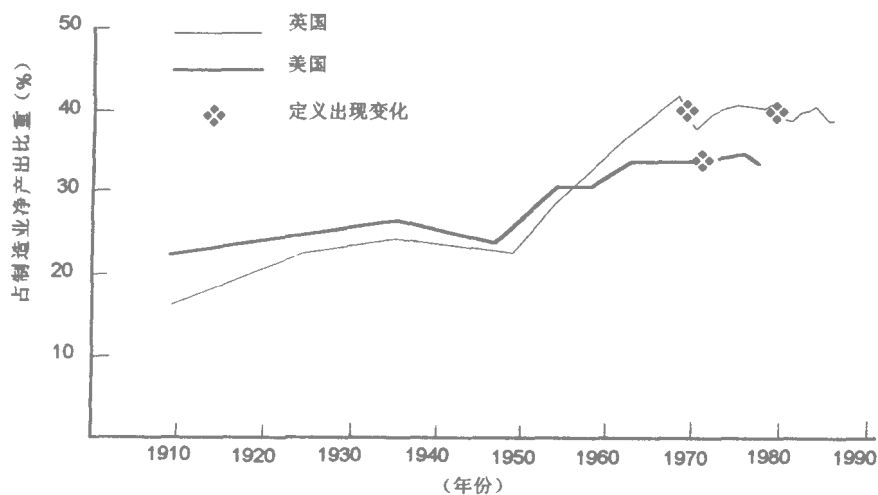


图 2-1 英国和美国 100 家大制造业公司占全国制造业净产出的地位  
资料来源：S.J.Prais, 1976: *The Evolution of Giant Firms in Britain* . Cambridge: Cambridge University Press. 转引自 Chapman and Walker (1991)。

## 第二节 公司地理的主要特征

尽管从公司地理概念提出至今已有近 40 年历史，但到目前为止，它仍缺乏十分系统的理论框架。根据作者近 10 年的研究体会，可将公司地理的主要特征概括如下。

### 1. 公司地理强调对公司的研究

前已述及，公司地理主要研究公司空间行为、结构及其与环境的关系。显然，它是以公司的空间轨迹及形成原因作为研究对象，强调对公司整体的研究。而不像区域地理学把区域做为研究的客体，侧重于区域的整体状况；也不像部门经济地理学研究农业、服务业、运输业等的区位格局。公司活动可以涉及多个区域、多个产业部门，公司地理是对经济地理的区域分割和部门分割的一个整合。

古典、新古典区位论也曾涉及企业区位问题。但限于当时历史条件，其研究以单一区位为重点。放在现在多区位公司的框架中，古典区位论便显得十分局限。因为公司中某一分部（工厂）的区位，并不仅仅是该分部（工厂）与其周围环境条件相互作用的结果。分部（工厂）的区位选择，还受制于公司的总体利益考虑。为了公司总体利益，某些分部（工厂）可能会远离其单独考虑时的最佳区位。

公司地理的研究中，学者们有不同的侧重。一些人强调大公司的研究，认为公司地理主要“研究多产品多工厂公司的决策和结构对工业区位和区域经济发展过程的影响” (Hayter and Watts, 1983)。如跨国公司对发达国家逆工业化和发展中国家工业化的影

响便是一个研究的热题。另一些人认为小公司增长和新公司形成的空间差异，对一国之内的就业状况的地理分布影响很大。尤其是区域不平衡发展中小公司的作用不容忽视 (Mason and Lloyd, 1986)。与这种仅仅以公司规模大小来区分研究对象的观点不同，一些地理学家企图用工业组织学中的控制力 (power) 和组分框架 (segmentation framework) 概念包罗所有规模的公司。如泰勒和斯雷夫特根据控制与被控制关系，将公司分为先导公司、中间公司和滞后公司三个类型 (Taylor and Thrift, 1983)。然后，对每一类型的单个公司之空间组织、每一类型所有公司之空间组织以及不同类型公司之间的相互作用进行研究 (Taylor, 1984)。

## 2. 公司地理认为公司对环境具一定影响

公司地理将环境看作是由各种各样的组织机构组成的。在承认公司与环境之间互相依赖的基础上，公司地理更进一步认为“公司在一定程度上能够控制或改变其环境状况” (Hayter and Watts, 1983)。早在 1960 年，麦克尼曾根据他对美国大公司的实际观察，指出：“重要的是，许多大公司（如汽车工业公司）的区域格局对于供应其零部件的小公司的区位选择，具有决定性的作用” (McNee, 1960)。进而，大公司的活动可以直接或间接影响区域内的工业分布。这种影响可以小至一个工业小区，大至国际范围的工业格局。尽管国家和区域的有关政策可以限制或促进公司的发展，但在某些情况下，公司活动的主要原因却在政策之外。公司地理对公司活动的环境影响的重视，与传统工业区位理论中强调环境因子对区位的影响形成明显对比。

## 3. 公司地理重视公司内部因素的分析

公司地理重视公司内部因素对其决策的影响和公司内部结构的不均等性。传统的工业地理学注重成本和利润，认为“对所有从工厂后门进入和工厂前门运出的货物”的分析，可以解释“为什么工厂布局于此” (Ullman, 1953)。由于行为主义方法的引入，研究者发现同样的公司区位条件，由于决策者对市场的观察能力及决策集团的偏好的差异，会出现不同的区位结果。公司内部空间决策是一个复杂的过程，除了公司决策层外，其他相关机构也发挥一定的作用 (McNee, 1960)。随着公司内部结构的复杂化，公司内部的中心——外围关系明显表现出来，一些部门在技术和生产联系上支配着其他部门，尤其是发达国家的跨国公司对发展中国家的渗透以后，发展中国家的这些分支机构一般地位很低，常常以生产某些粗略加工品、劳动密集型产品及污染较重的产品为主，技术、资金均被设在发达国家的公司机构所控制。公司内部结构不均等性对区位的影响，用传统的工业地理学理论是无法解释的。

## 4. 公司地理重视个案研究

公司地理十分重视个案的分析研究。公司地理在创立之初，深受实用主义的影响，多数学者的研究，只是尽力去“发现事实” (McNee, 1986)。三十多年来，这种传统被延续下来，公司地理对案例的研究逐步深化：由初始对从事大规模生产的公司（如钢铁、铝、汽车、化学等公司）的研究，到电子工业等高技术部门的研究；由纵向一体化公司的研究，到既非仅仅横也非仅仅纵的合并而组成的多种经营的跨行业大公司的研

究。实例研究，为公司和国家决策提供了参考意见，得到所研究公司及国家有关部门的重视。

公司地理重视对个案研究，受到社会学研究方法的影响。同时，也由于公司地理把公司复杂的空间结构和决策过程做为研究对象，不同公司之间很难进行统计分析。无疑，这种研究具有一定意义。但是，基于公司个案的研究结果，必须给予谨慎地处理。为了进行一般规律的概括，需要进行多数有代表性公司的比较和验证。尤其是在不同社会制度环境下，公司空间行为的差异更应受到关注。

### 第三节 公司地理研究的主要内容

基于作者对公司地理的研究感想及对国际上同类研究成果的分析，公司地理的研究主要包括以下四方面。

#### 1. 公司增长的空间研究

自从公司地理问世以来，公司增长的空间研究便一直被作为一个主要专题。在这个研究方向上学者们多根据工业经济学所提出的公司增长理论，探求公司增长所伴随的空间扩张的规律。如依据工业经济学理论，公司增长可分为内部增长和外部兼并、生产一体化和生产多样化四个方面。由于生产一体化是通过生产的前向关联（扩向资源）和后向关联（扩向深加工）的扩充来实现的，不同部门间的产品联系便成为公司空间格局重要影响因素；生产多样化所带来的公司扩张则不必考虑以上因素。公司内部增长的过程中，新设工厂的区位多经过认真规划，靠近现存设施布局的现象并不少见；而通过吞并、合并而形成的外部增长的情形却不同，这些新并入的公司（工厂）已经存在，根本不可能对其区位进行规划。不过，尽管公司吞并扩张多是从经济、资本和技术上考虑的，但不少研究仍证明这些外部增长一般由公司中心向外延伸（Chapman and Walker, 1987）。也正是这种延伸的趋势，使区域性公司先扩为全国性公司，再扩为多国公司、全球性公司。

在公司增长的地理研究中，一些地理学家试图从实例中概括出一般空间模型。到目前为止，作者所见的这种模型有五种，包括沃茨的市场区扩大模式（Watts, 1980），哈坎逊的全球扩张模式（Hakanson, 1979），泰勒的组织变异及区位演化模式（Taylor, 1975），迪肯的全球转移模式（Dicken, 1986）等（见第3章）。这些模式，从不同方面揭示了公司从小到大、从单厂到多厂（或多国）的区位扩张过程。是否可做为一般规律，需要进一步的验证。不过，十分明显，这些模式均以发达国家公司为案例，发展中国家，尤其是政治制度不同的发展中国家（如中国）的公司增长的空间结构，应该会有所不同。

#### 2. 公司内部结构的空间意义

多分部公司（尤其大公司）内部各组成部门之间，按一定结构组合成一体。这些组成成分的空间分布，形成相应的公司地理结构。70年代以来，对于公司地理结构的研究，从仅仅区域范围上延伸至国际尺度上，从仅仅对制造业部门的关注扩延到包括研究

和开发 (R&D)、销售和服务等非制造业生产部门上来。

公司内部结构形式很多,组织学家从不同方面进行分类研究。简而言之,公司组织可分为功能型、产品结构型、区域结构型和控股分公司型等结构型式。公司在其总部(董事会和主要经理执行机构)之下,若分为生产、人事、研究、市场、财经等功能机构,则称为功能型结构;若分为以产品名称称谓的生产机构,则称为产品结构型结构;若分为以区域名称称谓的机构,则称为区域结构;若以子公司型式进行机构划分,则称为控制股份公司型结构(Chapman and Walker, 1987)。

不同结构型式公司的地理格局是有明显差异的。一般而论,功能型结构和产品型结构的公司的地理分布相对较为集中,区域型结构的公司的各部门地理分布最为分散,控股公司型结构则可以十分广布,也可以较为集中(见第4章)。作者曾对澳大利亚两个类型的公司的结构与其地理分布的关系作了调查。博格-沃纳(Borg-Warner)公司为典型的产品型结构,在其公司执行机构之下,分为翻砂、压铸、钢铸、变速箱、车轴、机动船舶产品等等分部。在地理分布上,这些部门绝大多数位于悉尼都市区。就近布局,以利不同部门间上、下游产品的加工联系。与此不同,古德曼弗尔德(Goodman Field)有限公司则属区域结构型,公司活动十分分散。该公司总部设在悉尼市中心,以下分为澳大利亚区域分部、新西兰区域分部、亚洲区域分部(分部设新加坡)、日本区域分部和欧洲区域分部。该公司以食品加工为主。食品在运输和销售方面的特性决定了该公司各个区域分部生产着基本相似的产品(各式面包、黄油、乳酪等)来满足当地市场的需求。不同分部之间,并不存在如博格-沃纳那样的生产联系。

公司的空间结构,随着公司发展战略变化而处于调整之中。公司地理十分注重研究公司空间结构的这种变化,研究不同类型组织形式(如功能型、区域型、分部型、矩阵型等)、不同产业类型的公司的空间结构变化的差别,研究空间结构调整的决策行为等(如Laulajainen and Stafford, 1995; Hayter, 1985)。

### 3. 公司与环境关系研究

70年代末以来,公司与环境相互作用及其对公司结构的影响问题引起一些地理学家的关注(Hayter and Watts, 1983; Clarke, 1984; Taylor, 1987)。这些研究包括环境的概念讨论及环境的层次划分,公司与环境的互相依赖关系分析,公司与环境的相互作用模型的理论概括等。

按照前述以财产关系定义的公司,公司之外与公司相关联的影响因素均构成公司的环境。然而,一些学者认为,公司的实际控制,远远大于这种决定的财产控制范围。如有些公司在一段时期内具有比较稳定的供货商,从管理系统上,这些公司的范围具较广的外延性(MacMillan and Farmer, 1978)。这一概念被一些学者用于定义跨国公司,认为“跨国公司是来自于某战略决策中心的跨越国界的合作生产方式”(Cowling and Sugden, 1987)。显然,以此定义的公司的环境与传统的公司环境是不同的。

按照麦克德莫特和泰勒的研究,公司环境可以分为若干层次。最外层为全球环境,指人类社会所面临的环境,无空间意义;其次为社会环境,指不同国别、不同社会经济条件下所形成的环境,世界不同地区应有所不同;第三层为域环境,是由一系列可能会与公司发生作用的组织构成的;第四层为工作环境,是与公司发生直接关系的组织。它