

当代地理科学译丛·大学教材系列

Economic Geography

A Contemporary Introduction



当代经济地理学 导论

[英] 尼尔·寇

[加] 菲利普·凯利 著

[新加坡] 杨伟聪



商務印書館
THE COMMERCIAL PRESS

“本书对经济的地理属性进行了透彻的分析和阐释，是地理学家从空间角度对经济现象的全面解读，将经济地理研究和教学推向了一个新的高度。”

—— 陆大道 中国科学院院士、中国地理学会名誉理事长

“作者以敏锐的经济地理学洞察力，在全球尺度上创造性地深刻研究了当代经济生活中的热点问题，并帮助读者学习分析这些问题的理论和方法。”

—— 王辑慈 北京大学教授

“终于，一本崭新的、有创造性的、发人深思的经济地理学导论面世了！本书融合了当代理论见解和大量令人难忘的、来自世界各地的实证案例，既激发读者的兴趣，也令人振奋。作者们树立了新标杆。”

—— 皮特·迪肯（Peter Dicken）曼彻斯特大学教授

“《当代经济地理学导论》将经济地理的教与学带入了21世纪，这是前所未有的。本书的案例来自全球各地，其乐于接受新思想的理论敏锐性与这个学科相得益彰。经济地理学终于有了一本真实反映我们所处世界的教科书。”

—— 特雷弗·巴恩斯（Trevor Barnes）不列颠哥伦比亚大学教授

<http://www.cp.com.cn>

ISBN 978-7-100-08814-5



定价：59.00 元

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

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
北京市白帆印务有限公司印刷
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23 1/4
定价:59.00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

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)

“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,真正做到“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

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。

那么,在上述限定之下,这究竟是一本怎样的书呢?从根本上说,本书的形式是通过一系列相关联的章节来展示热点议题和当前的论争,从而体现经济地理研究的精华。这些议题来自当代经济生活,而当代经济生活日益成为在全球尺度上构建的——从不均衡发展、空间压缩技术和环境退化,到强大的全球性公司、有组织的劳动力和族裔经济,等等。我们将这些议题当作问题研究,而不是仅仅把它们看作现象——即它们是被讨论的过程而不是被描述的事实。因此,每一章都试图回答一个重要的当代问题;而这些问题是每一个有好奇心、有见识的大学生读者都可能对自身所处的世界所提出的。

那么,这不是一本常规模式的书,我们的目标是从经济地理学视角提出有充分依据的论点,而不是对多重观点进行简化或对事实和数据进行收集。但是我们试图以直截了当的、易于理解的方式阐述这些论点。本书意在为大学本科教育的第一学年或第二学年经济地理入门课程提供参考。各章节应该作为讨论的基础,而不是在考卷中复制的事实性陈述。同时,本书并不试图替代课堂上对书中所提理论主题或经验案例的详细讲解。这是一本为经济地理学入门课程提供支持的书,旨在让学生对引人入胜的当代经济地理研究有所了解。

xx 尽管如此,在这本书里,我们仍然希望推动并倡导某种特定的经济地理学。然而出于上述种种原因,这一立场不一定在每一章中都有明确表述。但是读者——尤其是教师们——至少从一开始就清楚我们所推崇的方法在广泛的经济地理学子学科中的地位,这很重要。简言之,我们试图将自1970年代开始进入经济地理学的政治经济学视角,与被普遍认为自1990年就开始崭露头角的新经济地理学,进行最佳组合(见专栏1.2)。我们并不是要对这些视角所提供的理论与经验研究方法采取“非此即彼”或“两选一”的态度。更高级别的读物(如Hudson, 2004)会对这样的认识论或者范例式问题有很好的讨论。相反,我们希望本书是当代经济地理研究诸多理论视角——包括新经济地理学——的大综合。

目前,政治经济学视角在经济地理学中已广为人知,但是我们应该清晰地区分我们的新经济地理学概念与经济学中定量建模的所谓“新经济地理学”(如Krugman, 2000; Fujita and Krugman, 2004)之间的差别。与其他经济地理学家一样,我们将后者称作“地理经济学”。相形之下,“新经济地理学”是一个完全不同的命题,是一个近年来在人文地理学“文化转向”的影响下提出的经济地理学方法。这创建了一个研究经济的地理学方法,通过将经济过程植入不同的社会、政治和文化关系,而将其情境化了。

因此,新经济地理学不仅与经济领域有关,还关注经济领域如何与社会生活的其他领域相互交融。尽管已有很多文献从不同角度对这一广义上的方法进行了概述(如Lee and Wills, 1997; Sheppard and Barnes, 2000),但我们相信这是第一本专门向大学生读者展示这种多元化研究方法的大有裨益的教科书。而且,此书力图将新经济地理学对日常经济生活的细致洞察和见解与政治经济学的严谨分析方法相结合,以理解资本主义的内在逻辑和机制,以及资本主

义如何主动导致(或再导致)了社会及空间的不平等。我们还从政治经济学的视角采取批判性的、规范性的立场,从而不断地质疑和质询那些不平等现象。因此,我们明确地作出努力来证明,在分析这些问题时,这种地理研究方法比常规经济学方法更有价值。

本书围绕日常经济生活中出现的十三个重要问题来组织。每一章都以一个重要的分析主题作为开场白,以每一章的标题形式列出。第一部分标题是“概念性基础”,依次探索经济地理学的“地理”和“经济”概念。第一章提出了与主流经济学家可能采用的观点相对立的地理学的经济观点,并介绍了“空间”、“地点”和“尺度”等重要的地理学用语。第二章解析了传统经济学将“经济”看作是“静态”和“理所当然”的事物这一看似具有常识性但实际上存在问题的观点,从而揭示了我们应该如何以更具创意和批判性的方式思考经济问题。在第二部分“经济空间的动力”中,我们关注资本主义体系中固有的四个广义动力:不均衡的发展(第三章),商品链及其在经济空间组织中的作用(第四章),技术变革及其改变(尽管是不平衡、不完全地改变)经济地理的能力(第五章),以及自然和环境的商品化(第六章)。第三部分是“经济空间中的行动者”,主要考察在塑造经济地理中发挥积极作用的四个行为群体,即国家(包括以各种社会形式存在的国家组织,第七章)、跨国公司(第八章)、劳动者/工人(第九章),以及消费者(第十章)。第四部分标题为“经济生活的社会化”——我们特别援引了所谓的“新经济地理学”——引入了文化(第十一章)、性别(第十二章)、族裔(第十三章)等维度来理解经济活动的空间组织,明确超越了传统的经济分析,纳入了对这些“非经济”变量如何塑造经济过程的思考。

xxi

这里要提出几点告诫。首先,在这种类型和篇幅的书中,不管是单个章节还是整本书,都不可能涵盖经济地理的所有方面。但是,我们确实认为本书已经涉及了经济地理学家近年来极为关注并且提供了有价值见解的绝大部分重要议题。第二,本书的结构和范围使得我们不可能充分探讨各章主题之间的交叉关系。这种类型的教材对此种问题不可避免地要采取一些简化处理的方式,例如性别和族裔问题在本书中分别是在两个各自独立的章节中论述的,而在现实中它们在许多其他问题的一部分,而且两者之间的交叉联系也非常密切。我们的策略是将经济地理学分解成多个易于掌握的、相对一致的片段,呈现给大学生读者;并在第一部分的综述性章节中提供较为综合的分析,将我们的领域与主流经济学进行清晰的区分。各章节之间广泛地相互交叉和参照,也有利于体现各章中不同主题、事例、论点以及案例研究之间的明确联系。

本书的每章都有类似的结构。每章第一节以一个“引言”作为开篇,用一个(希望是引人入胜的)当代事例或议题来引出该章的主题。在第二节,我们通过探讨对于这一主题存在的普遍谬论或误解(如“民族国家已经灭亡”或“跨国公司都是强大的”说法),来阐述这些误解在多大程度上是由于我们对周围世界采取“非经济地理学”的态度而产生的,尤其是在主流经济学中。各章的主要内容论证使用地理方法来理解各层面经济问题的必要性和有效性。我们的目

xxii

标是利用大量来自世界各地的、不同经济部门的例子进行论证,努力做到清晰易懂,避免使用太专业化的术语。书中的专栏(平均每章 3—5 个)对重要概念、案例研究和事例作了进一步阐述,我们还精心选择了图表和照片来进一步论证我们所支持的论点。每一章的倒数第二节都增加了一个对之前论证的“逆转”,从而更深入地探索当代经济地理的复杂性。这些“逆转”提供了对额外的细微差别的叙述和观察。每章最后一节都对所论述的主要议题进行了简短扼要的总结。

小结之后的内容也同样重要。首先,为了便于使用,参考文献是逐章列出的。对于教师来说,这种安排有利于以“模块化”的方式使用各章,而不必拘泥于书中所安排的顺序。第二,“延伸阅读材料”部分引导读者阅读我们认为与这一章的主题最相关且易获得的文献。需要明确的是,我们并不是要用经济地理学中最前沿的、复杂的、高级的文献来迷惑读者,而是希望为大学生读者推荐可以进一步证明和阐述本章论点的、易于理解的读物。有些读物提供了我们从地理学文献中引用的著名案例研究的来源,这有利于丰富和充实学生对本书中各小结的理解。第三,每章给出了 5 个在线资源,这也是对各章内容的补充。总之,我们的意图是在本书中涵盖丰富的经济地理学事例和案例研究,一方面向学生展示世界各地的经济生活和实践,另一方面介绍在“本地”情境下能“派上用场”的概念。因此,本书无论在哪里使用,都能够与本地文献和案例研究相结合。

参考文献

- Barnes, T. J., Peck, J., Sheppard, E. and Tickell, A. (eds) (2003) *Reading Economic Geography*, Oxford: Blackwell.
- Bryson, J., Henry, N., Keeble, D. and Martin, R. (eds) (1999) *The Economic Geography Reader: Producing and Consuming Global Capitalism*, Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.
- Fujita, M. and Krugman, P. (2004) The new economic geography: past, present and the future, *Papers in Regional Science*, 83(1): 139-164.
- Hudson, R. (2004) *Economic Geographies*, London: Sage.
- xxiii Krugman, P. (2000) Where in the world is the 'new economic geography'? in G. L. Clark, M. A. Feldman and M. S. Gertler (eds) *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford: Oxford University Press, pp. 49-60.
- Lee, R. and Wills, J. (eds) (1997) *Geographies of Economies*, London: Arnold.
- Sheppard, E. and Barnes, T. (eds) (2000) *A Companion to Economic Geography*, Oxford: Blackwell.

致 谢

在承担这样一个规模和范畴的教材的写作过程中,我们得到了来自诸多人士和机构的慷慨帮助,我们谨此一并致谢。布莱克韦尔出版社的编辑贾斯汀·沃恩在本书缓慢而稳步的完成过程中,给予了我们极大的耐心和支持。我们非常感谢他对我们这个项目的长期鼓励和信任;同时我们也非常感谢布莱克韦尔出版社的本·撒切尔和凯尔文·马修斯出色的辅助编辑工作。我们还要感谢众多的匿名评议者,他们对本书的出版计划提出了富有建设性的意见。这里特别要提到特雷弗·巴恩斯,他曾多次在不同场合给予我们大力帮助,他对完整手稿初期版本的详细评论,对引导我们进行修订极其重要。彼得·迪肯是最初激励我们成为更好的经济地理学家并努力提高这一学科知名度和信息可获得性的人。加文·布莱治和提姆·巴纳尔热心地对具体章节提出了意见。克莱夫·阿格纽、加文·布莱治、马丁·赫斯以及理查德·菲利普授权我们在本书中引用他们的图片。格雷厄姆·鲍登出色地完成了全书的绘图任务,有时是提前很短的时间才通知他,而且他常常是根据几乎难以辨识的草图来绘制的!但是,上面提到的所有人都不对本书仍然可能存在的谬误负责(一切责任由作者承担)。

为了克服地理距离带来的交流不便,我们几位作者总共会晤了三次,分别是在新加坡(2004年12月)、曼彻斯特(2005年7月)以及意大利贝拉焦(2006年2月),就本书的出版计划、详细结构、章节草稿等进行了面对面的讨论。除了这样短暂而高效的聚会,我们中的三个或两个还利用参加专业会议或研究访问的机会聚在一起进行简短的意见交换。很多机构直接或间接地为这些聚会提供了经济支持。我们特别要感谢洛克菲勒基金会(Rockefeller Foundation)所提供的团队居住奖金(Team Residency Award),这使得我们能够在2006年2月意大利贝拉焦会议中心的宁静环境中工作了将近十天。我们十分感谢我们的审阅人安·马库森、杰米·派克、特雷弗·巴恩斯所提供的支持。贝拉焦的各位常驻研究学者,尤其是汤姆·巴西特,与我们分享了关于本书的有趣的见解和建议。我们还要感谢贝拉焦的全体职员,尤其是皮拉尔·帕拉西奥和劳拉·波迪奥,我们在那里工作期间得到了他们的关照。以下机构也对我们的旅行或部分手稿的写作提供了资助,它们是:Isaac Manasseh Meyer 奖学金、新加坡国立大学地理系(尼尔)、加拿大社会科学与人文学研究理事会、多伦多大学亚洲研究所、伦敦大学玛丽皇后学院地理系、新加坡国立大学亚洲研究中心(metacentre)(菲利普)、新加坡国立大

学学院研究支持计划,以及日本北九州东亚发展国际研究中心(杨)。

从个人角度来说,我们感谢各自的同事、朋友和家人的支持和理解。尼尔感谢在曼彻斯特与他共事的经济地理学者们——加文·布莱治、诺埃尔·卡斯特里、马丁·赫斯、珍妮弗·约翰和凯文·沃德,感谢他们创造了一个积极治学、同事友好、气氛愉快的工作环境;也感谢他的高尔夫球友提姆·阿劳特、马丁·埃文斯和克里斯·珀金斯陪伴他进行偶尔的却又是必需的消遣。感谢克莱夫·阿格纽、米歇尔·布莱德福以及菲奥娜·史密斯的支持和鼓励。更广泛地说,他尤其感谢特雷弗·巴恩斯、瑞·哈得逊、姜莉莉(音译)、杰米·派克、罗杰·李、大卫·萨德勒以及尼尔·赖利等的长期支持。谈到家庭,他衷心感谢劳拉和亚当通常都听从大人的“不要去地下室,爸爸在那里工作”的训令,更感谢他们有时对这样的训令不予理睬!艾玛,其余的感谢都要给你,对你的支持深表感谢。

菲利普感谢在多伦多对他写作本书给予支持的同事和家人,他们有意或无意地在辅助研究的“生产线”上,或学术生活的“行业环境”中,或日常生活的“家庭领域”中,给予了支持。他们是基思·巴尼、拉努·巴苏、约翰和苏珊·布里顿、西蒙·齐沃斯、拉朱·达斯、安妮-玛丽·迪班、道·弗里曼、萨塔马·戈什、威廉·詹金斯、卢西亚·劳、汤姆·路易斯、格兰·诺克利夫、琳达·皮克、塞萨尔·波沃罗萨、瓦莱丽·普雷斯顿、约翰·雷德福、伊斯帖·鲁特姆、鲁宾·罗斯、彼得·范德吉斯特、叶俊嘉(音译)。另外,还要感谢海莉、亚历山大、杰克和西奥。

杨非常感谢在旅行写作期间铈钰、凯和卢卡斯对这个“缺席的”丈夫和父亲的宽容。卢卡斯于2005年11月降生,比预想的要早,这也无意中耽搁了我们原计划于12月初在贝拉焦的聚会。他感谢尼尔和菲利普以及洛克菲勒基金会的苏珊·加菲尔德因为贝拉焦会议推迟而重新调整工作计划。对于儿子卢卡斯,他想将这本书作为来自父亲的第一份大礼。

尼尔·寇、菲利普·凯利、杨伟聪

2006年7月

于格洛索普、多伦多、新加坡

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

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

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

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

第一部分 概念性基础

第一章 经济的地理学研究方法

目 标

- 理解经济学家研究经济现象时的假设
- 认识经济研究中经济学方法的局限性
- 了解经济地理学中的重要概念

1.1 引言

2005年,西非国家尼日尔(图 1.1)濒临大面积的饥荒。300多万人(约占该国总人口的1/3)饱受严重饥饿之苦。尽管他们种植了农作物,但是到2005年年中,距离作物成熟尚有几

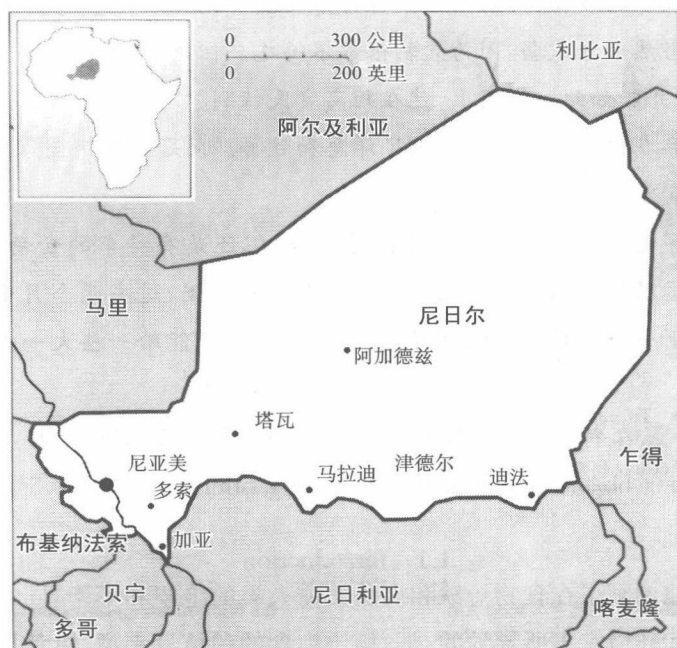


图 1.1 西非尼日尔地图

个月之遥,上个收获季节储备的粮食已经所剩无几。由于2004年的干旱和蝗虫灾害导致粮食减产,尼日尔的粮食储备比通常更为短缺。

国际媒体组织和发达国家政府开始关注此事。瘦骨嶙峋的妇女儿童排队领取食物、绝望地祈求更多援助的照片随之在全世界传播。2005年8月4日,美国公共广播公司(PBS)的吉姆莱赫新闻时间(News Hour With Jim Lehrer)播出了有关尼日尔饥荒的节目。PBS是美国最具声望的广播公司之一,而吉姆莱赫新闻时间节目又是全美所有新闻节目中最具理性的一个代表。考虑到听众需要看到与这个新闻故事相匹配的图片以及大字标题,PBS为这个新闻设计了一个标志(图1.2)。图中,在非洲大陆背景下,妇女们紧紧抱住瘦弱的孩子,其中一个哀怨地托着一个碗,可能是等待接受限量供给的援助食物。这一场景我们过一会儿再来回味,首先我们还是听听该节目驻尼日尔记者的现场报道。他的评论显示出对受饥荒影响的难民的深刻认识,但同时也体现了对于经济运行过程理解的一些最常见的假设:

第一眼你看不出马索奇(尼日尔的一个小村庄)有什么不正常。是的,这里很贫穷,但是这里的生活方式就是这样。只有当你看到像这个小男孩一样的孩子们时,你才会意识到这个村子的问题所在:这个孩子两岁,患了慢性结膜炎几乎看不清楚东西,因为眼睛的排泄物太多而招来了苍蝇。突然,至少有十几个类似的孩子出现在我们面前。那是典型的营养不良的症状:鼓胀的肚子、脱色的头发。他们的母亲给我们看她们给孩子们喂的食物:每天两勺水样稀薄的麦片粥……

这些孩子当然十分虚弱,因为食物根本不够吃。但是,尽管看起来灾难是由饥荒造成的,实际却并非如此。事实上,就在距离灾民特别护理区步行10分钟的市场上,就有充足的商品在出售。麻袋里塞满了洋葱和甘薯。问题是这个国家上百万的人就是买不起这些食物。

救援队在穿越这个广袤的国家时行进缓慢,但还是有整车的食物运到了这里。内地有许多地区很难找到真正的儿童。在这个小村子里,过去两个月中死了6个孩子。现在距离下一个收获季节还有好几个星期,因此只能给一些大一点的孩子喂食野草。

(哥伦特·温森特,吉姆莱赫新闻时间,PBS,2005年8月4日,http://www.pbs.org/newshour/bb/africa/july-dec05/niger_8-04.html。于2006年5月4日访问该页面)

这一报道生动地刻画了在食物短缺和疾病面前人类的绝望和不幸,同时也表明饥荒并不是单纯由食物短缺和环境灾害所导致的——相比粮食的种植量来说,饥荒更多地是与粮食的(市场)分配和分布有关。气候和环境因素当然也起到一定作用,但是它们不能充分解释为什

么某些地区的人会处于饥饿境地。记者指出,他们挨饿是因为没有足够的钱买食物。在这个村子里以及在全球范围内,我们可以看到,这种现象与粮食生产的关系不大,而与我们如何构建经济制度来更好地分享地球的资源更有关联。

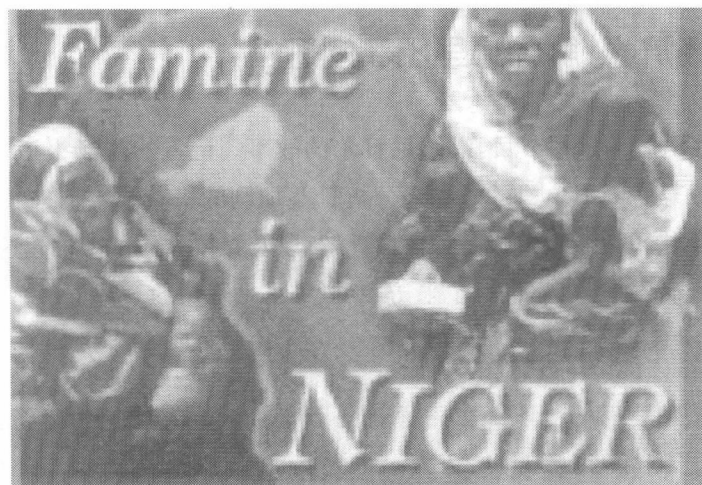


图 1.2 2005 年 PBS 为尼日尔饥荒设计的报道标志

资料来源:PBS Newshour, 经授权。

本章开篇提出了一个深刻的经济问题,为的是强调在理解经济世界时什么才是最为关键的。我们之所以特意引出国际媒体对尼日尔问题的报道,是因为本书的一个主要目标是如何对经济过程进行审慎的、批判的思考。我们所处的经济世界通常是由经济学家来解释的。经济学作为一门学科,在对经济运行进行分析,以及对如何管理经济、如何解决贫穷和饥荒等问题作出回应方面,具有突出的主导地位。然而,经济学以高度简化的假设来研究经济问题,通过设定这些假设将经济过程定量化和专业化,从而达到理解和掌控经济过程的目的。我们将在 1.2 节详细介绍这些假设。

本章的大部分内容都将以尼日尔作为案例,比较经济学家和地理学家对同一问题的不同研究方法。在 1.3 节中,我们将运用经济地理学对 2005 年尼日尔发生的饥荒给出不同的理解。我们不会对尼日尔的事件提供全面的解释——这本身就可以写成一本书——我们只是概括经济地理学家可能提出的问题,并为之寻求解决办法。例如,地理分析将详细考察尼日尔在非均衡发展的全球格局中的定位,并考虑这个国家融入全球化过程的方式。经济地理学还会分析尼日尔境内饥荒的空间分布,从而揭示食物短缺以及席卷这个国家的困难所带来的不同影响。除了空间格局,地理学家还关心特定地区的具体特征。由此可以看出,恶化的环境、尼日尔的社会结构、国家政府的特征和能力,以及其他诸多本地因素,都对当地饥荒产生了深刻

影响。所以,地理学方法的本质就是理解一定区域内的格局和过程,以及具体地区的具体特性。这与经济学抽象和概化的特征形成对比。本章最后将再次重点讨论这些差别,不过到时将会以与尼日尔相距甚远、完全不同的一系列经济过程作为研究对象——纽约金融市场的运行方式。

7 1.2 贫穷与经济学:解释哪里出了问题

现在我们回到 PBS 的广播节目,继续尼日尔的故事。记者的现场报道播出之后,节目切换至专家(一位经济学家)访谈,进一步深入分析日益加剧的饥荒。接下来我们将详细引述谈话内容,因为从谈话中可以看出危机是如何被理解,以及媒体如何试图构建这种理解的。播音室的主播玛格丽特·沃纳对嘉宾进行了采访,专栏 1.1 是采访的录音记录。

专栏 1.1 经济学家对尼日尔饥荒的解释

玛格丽特·沃纳:据报道,尼日尔,一个国土面积相当于两个得克萨斯州的贫穷国家,现在每天有 15 人死于饥饿,而且 1 100 万人口中有近 300 万人面临危机。康奈尔大学经济学与管理学教授、康奈尔大学非洲粮食安全与自然资源管理项目联合总监克里斯托夫·巴瑞特来到了我们的节目现场,与我们一起对这一尚在蔓延的饥荒进行探讨。欢迎您,巴瑞特教授。您认为什么是这次饥荒的根源?

克里斯托夫·巴瑞特:根源是长期的贫穷,玛格丽特。正如刚才记者提到的,过去一年这里遭遇了一些意外打击,少雨、蝗灾,所有这些导致了粮食减产。但最核心的问题是当地没有粮食储备,对于这些极度贫困的人来说,最轻微的冲击也会导致不可恢复的伤害。尼日尔的食品价格已经飙升,而当地真正的问题不是没有粮食,而是人们太穷了,买不起粮食。

玛格丽特·沃纳:除了这两个因素,还有别的原因吗?我是说,援助能否进入这个国家?粮食能否在这个国家内部流通?或者说这里是否存在运输和基础设施方面的问题?

克里斯托夫·巴瑞特:正如记者刚才提到的,尼日尔是一个面积两倍于得克萨斯州的国家,人口相当于俄亥俄州,而道路基础设施仅相当于俄亥俄州的戴顿市。因此,当你要在如此广阔的区域为如此庞大的人群提供食品,而道路网络又如此有限时,成本就变得十分高昂,从逻辑上说要兼顾所有人是十分困难的。这的确是一个问题……

玛格丽特·沃纳:在过去的几年中,尼日尔确实已经接受了数百万美元的各种援助。难道是这些援助没有得到很好的使用,仅用来支付他们的债务了?那里到底出了什么问题?

克里斯托夫·巴瑞特:的确,相当大数目的援助资金流入了尼日尔,平均每年超过 3 亿美元。顺便说一下,其中仅有 5% 来自美国。大多数援助都用来减轻债务,有些援助是紧急救援,还有很多援助并不真正涉及提高生产率和国民健康与教育水平等基本问题。因此,尼

日尔的生产率得不到提高,人们仍然处于极度贫困状态。尽管援助不断流入尼日尔,但这些援助是否得到了有效利用,还是一个疑问。有人认为,有很多援助慷慨地流入了尼日尔,我认为需要慎重看待这种说法。我的意思是说,平均而言,每个美国人每年援助尼日尔大约五美分,这的确算不上是慷慨的援助……

玛格丽特·沃纳:简短地说,您的意思是长远之计不是针对当前饥荒的紧急救援,而是要保证援助的有效性以及对援助资金的管理,使其用于基础设施建设,从而解决你先前提到的那些问题。

克里斯托夫·巴瑞特:完全正确,玛格丽特。我们现在必须开始行动起来。这是当务之急的人道主义行为。但我们也需要预计到,如果我们不能解决背后的结构性问题,将来这种情况还会出现。如果我们不提高农业生产率,不改善市场基础设施,人们就不能赚钱维持生计,不能养家糊口。

玛格丽特·沃纳:好的,克里斯托夫·巴瑞特教授,非常感谢您。

克里斯托夫·巴瑞特:谢谢你,玛格丽特。

资料来源:吉姆莱赫新闻时间,PBS,2005年8月4日,http://www.pbs.org/newshour/bb/africa/july-dec05/niger_8-04.html。于2006年5月4日访问该网页。

这段谈话会使我们对尼日尔的饥荒有怎样的理解呢?这仅仅是一个粮食短缺和食品高价的 9
经济问题吗?这里再一次提到干旱和虫灾,把它们作为粮食歉收的原因——自然灾害的影响从未远离。但是,这里再次提到记者先前指出的问题:饥荒问题的根源在于贫穷而不是粮食生产短缺。那么,这在根本上是一个经济问题而不是环境问题,但是贫困本身的根本原因在这段谈话中实际上没有谈到。我们获得的信息是,人们挨饿是因为他们贫穷,但是没有人从根本上告诉我们:他们到底为什么会贫穷?相反,谈话转而讨论另外两个问题——危机的应对措施以及长期来看可能的解决方案。关于危机的应对措施,人们都认识到将援助食物运到尼日尔的偏远地区是很困难的,但是尼日尔政府处理危机和有效使用援助款的能力也受到了质疑。对于从长期来看如何解决这一问题,我们被告知,核心问题是尼日尔的经济生产力低下。要提高生产力效率,就要对人力资源和基础设施进行投资。简而言之,尼日尔需要的是资本投入,而这种投资应来自于国际社会。

这个视角并不出人意料。就发展问题为联合国秘书长提供建议的资深经济学家杰弗里·萨克斯(Jeffrey Sachs)指出:“消除贫穷是一个重大的道德任务,是一项地理意义上的当务之急,但是其核心是相对直接的投资问题。”(Sachs, 2005a)萨克斯随之建言,如果美国及其富裕的盟国兑现他们长期以来的承诺,即将其国民收入的0.7%作为发展援助资金,那么全世界就能够战胜极端贫困。对于萨克斯来说,贫穷的根源是“地理”原因。在他的著作《贫困的终结》

(*The End of Poverty*)(2005b)中,萨克斯指出,“地理就是命运”(geography is destiny)。如果一个国家所处的地理位置相对封闭不易到达,环境上易于遭受疾病和极端天气的侵袭,而且土壤贫瘠脆弱,那么就会陷于贫困:

在世界的每个角落,穷人都面临着结构性的挑战,这些挑战甚至阻止了他们在通往发展的台阶上迈出第一步。大多数有着适宜因素的国家——包括优良的港口、与富裕世界的近便联系、有利的气候、充足的能源,以及远离流行疾病——都逃离了极端贫困。

(Sachs, 2005c: 47)

那么,要克服地理禀赋上的自然劣势,就需要投资。

10 国际金融机构都倾向于接受这种说法。在对像尼日尔这样的国家可获得的投资有直接影响的一次分析“诊断”中,国际货币基金组织和世界银行提供了一份清单,列出了导致这些国家贫困的因素:“资源有限、气候条件(不良)、农村地区创收缺乏活力、人口增长过快、耕地稀缺和环境恶化,以及基础设施不足。”(IMF, 2005: 8)因此,气候失调、自然资源缺乏、环境恶化和土地稀缺都被看作是经济增长的自然“局限”。实际上,在这份被引用的清单上,只有人口增长和基础设施建设是能够设法解决的。因此,答案就是控制人口增长、建设基础设施以吸引资本投入。这样我们又回到了原点,即需要资本投入来实现增长,而资本投入的来源是国际投资者,如世界银行。

所有这些“诊断”都展现了占主导地位的正统经济学在尼日尔这一具体案例中的应用。这种正统理论很强大,但是过于简化,从而把经济世界同质化了,而这正是经济地理学家力图避免的。我们在此指出经济学正统学说的四个要素。

第一个假设是普适主义(universalism),主张用普适的、一刀切的(one-size-fits-all)研究方法来解释贫穷、发展,以及其他经济过程。这一点可以用一句话来概括,即经济过程在任何情境下的运转都是相同的,增长来自于适当的激励因素。基本的健康、教育和基础设施被看作一个国家增长的必要的先决条件,无论其具备怎样的天然优势(尼日尔的天然优势可能是矿产资源和充足且廉价的劳动力)。而且,增长被认为是沿着一条发展轨迹行进的,在这条轨迹上,发展中国家将逐渐接近那些对贫困问题作出“诊断”的工业化国家。因此,就像前面的采访所介绍的,尼日尔“尚未”成为西方式的民主国家,但正朝着这个目标行进。

第二个凸显的假设是经济理性(rationality)是普遍存在的。在很多方面,这是普适主义思想的延伸。为了使经济原理在任何地方都适用,就有必要假定人们以可预知的、理性的方式对“市场信号”作出反应。所有个体都被看作是孤立的、寻求其经济收益最大化的行为主体。这通常被称为“经济人(economic man)假设”。在这个假设之下,当很多人挨饿时食品商仍大幅

度提升食品价格被认为是正常和可以理解的——追求个人利益是“正常的”。这一假设使得“饥荒”这个概念在食物可获得的背景下,成为值得关注但又完全可以理解的现象。这个问题被归咎于某些人没有购买食物的能力,而不是有人人为地抬高粮食价格。

第三个假设涉及竞争和均衡(equilibrium),即市场机制总是会最终实现最高效率和生产率最大化。这是经济学的一个基本原理,即均衡能够通过市场的完全竞争而实现。当供需在某个特定价格上达到平衡,均衡就创造了经济效率最大化的状态。因此,通过对国际投资开放,尼日尔将融入全球经济体系,很自然地找到适合其国情的增长源泉,比如以出口原材料铀为目标的采掘业。我们被告知,如果尼日尔参与全球经济竞争,将必然从中获益。

最后一个假设认为经济过程总是基于一定的法则和原理。这个假设与前面三个密切相关,但突出了这样一个假定,即从事经济“科学”的专业人士对一些基本经济过程的可预测性与运转有着深刻认识。因此,这些过程往往被简化成正规的统计模型,只适用于可计量的过程。然而,经济学家对经济学的认知往往被等同于自然科学家对物理和化学过程的认知。因此,PBS在请记者对有关事实进行现场报道之后,转向请一位经济学家就危机背后的原因进行分析。

11

1.3 经济的地理学视角

前面我们对正统经济学家解读尼日尔局势的方法进行了梳理,现在我们来介绍一系列独特的地理学解读方法来理解尼日尔的局势。尽管一些经济学家也谈“地理学”,就像我们之前提到的杰弗里·萨克斯,但我们在这里所说的“地理学”完全不同于他所提及的对贫穷起决定作用的环境与区位等因素。相反,我们认为,地理学方法将空间(space)、地点(place)和尺度(scale)等空间概念置于分析的核心位置,并对这些概念进行了清晰的表述。这些概念构成了专业地理学家们所共用的语言。我们将参照尼日尔案例逐个介绍这些概念,同时也要注意这些概念与经济地理学领域中长期发展起来的更广泛的思想传统之间的关系。具体分析见专栏 1.2。

空间

从最基本的含义来说,空间指的是物理距离和区域。任何经济过程都必然存在于某一界定的地面上,且与其他活动有着一定距离。在上世纪五六十年代区位理论占据统治地位时,“空间”这一定义出现在经济地理学的学术著作中(专栏 1.2)。在图 1.3 中,水平的平面代表空间,平面上分布着各种地点。所有的人类和环境过程都是以这种方式在一定空间上发生的,这似乎是一个共识;然而在对抽象的过程进行讨论的时候,往往意识不到相对距离和区位可能起的作用。之前所描述的日尼尔的案例就是一个典型:对尼日尔经济问题的理解,只是基于经

济“应该”如何运转的抽象理论,而完全没有考虑尼日尔在地球空间中的位置。

我们可以对“空间”的四个相互联系的要素进行定义,从而构建空间观念。第一个要素是地域特性(territoriality)及其形式(form)。尼日尔是一个在地图上有划界、在地域上有一定管辖范围的领土(图 1.1)——管辖范围被清晰地限定在一定区位内,如由边界线的交叉点构成了一块区域。重要的是,尼日尔的领土有一个突出的特点——这是一片被陆地包围的内陆型领土。而且在这片广阔的领土上,基础设施、资源,甚至政府效力的分布都是不均衡的。这个国家不是地图上的一个点(如专栏 1.1 中电视记者向观众展示的那样),而是一个面积两倍于得克萨斯州的国家。那么,谈到尼日尔饥荒,可能提出的第一个问题就是“饥荒在尼日尔的什么地方?”只有在对尼日尔领土有所认知的情况下,才能立即对当地所发生的事情提出一系列更具体的问题。

专栏 1.2 20 世纪 60 年代以来经济地理学的主要理论视角

20 世纪后半叶,经济地理学出现了各种流派相继崛起和衰落的过程(Scott, 2000)。概括来说,我们可以列出这一时期一系列相互重叠的经济地理学流派:

1. 区位理论和新古典主义方法代表了经济地理学家对于自然科学(和经济学)研究方法的效仿和对哲学原理的尝试。这一流派以 1909 年德国社会学家阿尔弗雷德·韦伯(Alfred Weber)发表的工业区位论为起点;随着 1954 年德国经济学家奥古斯特·廖什(August Loesch)关于区位经济学的著作被翻译成英文,区位理论及其分析在 20 世纪 50 年代和 60 年代加快了发展的步伐。60 年代,美国的布赖恩·贝利(Brian Berry)、威廉·加里森(William Garrison),以及英国的皮特·哈哥特(Peter Haggett)的经典著作将这一理论纳入经济地理学。这一流派特别热衷于解释经济活动在空间内分布的模式和秩序。区位分析采用了几何建模的数学方法描述和解释空间模式。经济地理学中的这一传统到 90 年代被一些经济学家运用,建立起关于空间经济活动的复杂模型,因此采用了“新经济地理学”(new economic geography)这一名词,来描述与当今大多数经济地理学家所使用的(见下文)完全不同的分析方法。

2. 20 世纪 60 年代末至 80 年代初,一些经济地理学家尝试采用行为主义研究方法(behavioural approach)。这一方法对区位理论和新古典主义经济学(一般性均衡分析)的理性假设提出质疑。通过采用赫伯特·西蒙(Herbert Simon)的“有限理性”(bounded rationality)假说,行为主义经济地理学家考察了认知信息和人的选择在决策和区位格局中的作用。尽管这一流派经济地理研究的焦点仍集中在区位和空间行为方面,但其倾向于避免使用在区位理论中占统治地位的数学模型,而是使用大规模的调查方法来考察人类在不同情况下的经济决策。

3. (新)马克思主义政治经济学出现于20世纪70年代早期,它的出现,是对区位理论不能充分解决当时出现的经济发展问题以及财富分配的社会与空间不公平的一种反应。1973年,大卫·哈维(David Harvey)发表了关于城市社会公平的经典著作,标志着马克思主义开启了全新的经济地理学视界,探索生产的社会关系和资本积累的地理特征。主要的分析焦点不是空间模式或区位选择,而是构成资本主义的社会关系结构。产业区位的空间模式、城市形式,以及经济发展的一般性活动,都被看作是资本和劳动力之间的斗争结果(见第三章和第九章)。在20世纪80年代后期和90年代初期,政治经济学研究方法在后福特主义(post-Fordism)的论战中凸显出来。这一流派一方面关注资本主义经济制度的规范方式,另一方面也关注特定产业区和高增长区域企业间的商业关系(见第五章)。

13

4. 从20世纪90年代中期开始,新经济地理学已经开始不再将经济看作孤立于社会、文化、政治环境的过程。相反,社会、文化和制度因素经常被视为经济动态运行的关键因素。与先前的流派不同,新经济地理学不以特定的理论视角或方法论惯例而著称,其特点是涵盖了从后结构主义和后现代主义到制度主义和女性主义等哲学思潮和社会理论的折中立场(见第四部分各章)。

空间的第二个要素是空间内的区位(location)。的确,在问“饥荒在尼日尔的什么地方”之前,我们大多数人可能会问“尼日尔究竟在哪里?”“空间”这一观念关乎一个区位相对于其他区位的坐标。尼日尔在全球空间内的区位很重要,我们下面将要谈到。与地理区位相伴而来的是环境特征,如杰弗里·萨克斯所强调的气候、生态特征,等等。没有人能否认这个国家位于撒哈拉沙漠带,热带草原对于这个国家经济发展所依赖的资源基础非常重要(对这些资源的使用是单独的、更为重要的议题,我们随后将对此进行探讨)。

14

就该国对全球地缘政治的重要性(或者更确切地说的不重要性)而言,区位也是十分重要的。与过去50年中迅速发展的那些国家不同,尼日尔对于世界大国来说没有什么利害关系。相比之下,要理解韩国和日本等国取得的经济成就,就必须认识到它们在世界区域内(冷战时期,这个世界被截然分割为苏联阵营和西方国家阵营)的重要区位。它们的经济得到西方的支持,它们的经济成功被西方盟国所宽容。如果它们不是处于毗邻社会主义中国和苏联的重要政治地缘位置,这种支持和容忍是不可想象的。而在缺乏这种地缘政治重要性的尼日尔,只有灾难深重的悲剧场景才能引起西方政府和媒体的兴趣。正如专栏1.1中的经济学家所指出的,帮助尼日尔是“当务之急的人道主义行为”。但是在美国等富裕国家眼中,这种“当务之急”很容易被其他战略性项目所取代。因此我们需要知道尼日尔位于何处——包括其自然区位和地缘政治区位——从而理解它在全球政治和经济秩序中所处的位置。

空间的第三个要素是外部联系,它有助于我们解释尼日尔在空间流(flows across space)

15 中的地位(图 1.3)。仔细阅读专栏 1.1 中经济学专家对尼日尔困境的“诊断”以及国际货币基金组织的报告,可能得出这样的结论:造成尼日尔问题的根本原因在这个国家内部。资源贫瘠、生产力低下、自然灾害频繁、环境恶化、基础设施不足、人口过剩、政府低能——所有这些都与尼日尔的内部事务有关。这种分析完全没有考虑尼日尔与外部世界联系的重要性。法国殖民统治对尼日尔经济体(作为国家实体的定义)及其国际依赖关系的历史影响根深蒂固,这种影响从 1960 年殖民统治结束一直延续至今。2004 年尼日尔 41% 的出口流向法国。同年,首都尼亚美机场唯一的长途直航航线是飞往巴黎的。

尼日尔在国际空间流中的另一定位是它的贸易余额。该国的国际贸易逆差接近 3.6 亿美元——远远超过了其国民政府的总预算。国际经济联系机制实际上每年从这个最穷之一的国家源源不断地把财富吸走。贸易赤字仅能依靠每年的国外援助和发展援助拨款来抵消(由于尼日尔是一个坚定的伊斯兰国家,大部分援助来自其他伊斯兰国家)。对于空间流重要性的认识,还可以应用于对国家内部关系的解释。PBS 的记者先前提到“内地”有很多村庄因为饥荒导致的疾病,已经几乎没有小孩了。我们会问到尼日尔国内资源流动的情况——这种资源流动使得生产粮食的乡村比城市更加缺乏粮食。

要理解尼日尔所遭受的贫穷,现在我们来考察空间的第四个也是最后一个要素。这一要素是抽象的,反映了经济地理学中的马克思主义传统(专栏 1.2)。简而言之,可以提出这样一个观点,即空间内存在的财富分布和发展状态的不均衡性不是在经济过程中能最终消除的异常现象——就像在经济学一般均衡模型中假定的那样。相反,不均衡发展是资本主义制度的一种根本的、必然的特征,全球资本主义经济正是通过这一制度组织起来的。因此,有人反对将均衡视为事物的自然状态,而认为不均衡才是资本主义不可避免的结果。如果我们以这种方式理解全球资本主义体系,那么尼日尔的贫穷和饥饿就是这个体系中不可缺少的组成部分。只有这样的极端贫困,才能使这个国家的出口原材料保持廉价。也只有这样,富裕国家人民的的生活方式才能够持续。如果没有尼日尔的铀,发达世界的许多核电站就不能运转。那么从某种意义上说,发达国家的人们需要其他国家人们的贫穷来保证自己能够过得起舒适的生活。我们将在第三章详细探究这一思想,但是这里有必要强调,这提出了一个独特的空间观念,即空间不均衡是当今全球经济体系的必要构成部分。

16 地点

第二组地理概念系列与特定地点的特异性有关。我们之前指出,主流经济学倾向于构建假定能在所有情境下都适用的普遍原理,相比之下,地理学家则倾向于关注具体地方的特殊性和特定性。这就回到了地理学的传统,即寻求提供有关区域的包括自然特征和社会过程在内的详细描述,但这同时也是所谓“新经济地理学”的特征(见专栏 1.2)。这两种情况对“地点”

的重视,反映了地理研究中重视实地调查的重要传统——要提出关于某地的知识,就需要对该地有详细的了解和生活体验,这是产生相关知识的必要条件。

但是,“地点”是一个十分模糊的概念。当我们使用这个词的时候,可以指任何地方,它可以是商店或街道、地区、国家,甚至是洲。稍后我们将对这种多维尺度进行探讨,现在重点关注的是:无论采用什么维度,“地点”这一概念是与特定地域相关的。这似乎是显而易见的,但是通过强调对特定地点的经济和社会过程的思考,我们将不把这些过程视为模糊和抽象的事物,而是真实、鲜活的实地体验。因此,当经济学家在寻找某些普遍适用的概论时,在某种意义上,地理学家正朝着相反的方向行进——力图理解为什么在特定地点会发生特定的事情,并且考虑具体地点的环境多样性和复杂性。

显然,这是一个重大而复杂的任务。如果要理解尼日尔的饥荒,就不能先入为主地设定一系列假设,然后试图通过收集证据去说明那些假设。相反,我们要力图理解经济过程是如何深深地植根于环境、社会、文化、制度和政治环境之中的。首先我们要明确,在尼日尔,“经济”究竟指什么。我们已经看到经济学家的解释,即食物短缺是因为人们买不起食物。但这也可能意味着其他所有的食物来源都枯竭了。请你想象一下,如果你没有足够的钱买食物,你会怎么办呢?很有可能就是你的亲戚或朋友为你提供食物,或者你去借钱。但你也有可能通过募工场所或慈善组织获取免费食物,你可以在菜园里种植一些可以吃的东西,或者翻过田地或果园的栅栏去拿别人的食物。

在任何一个给定的地方,人们都有很多获取食物的途径——通过市场购买并不是获得全部食物,甚至可能不是获得大部分食物的渠道。因此,我们可以通过了解尼日尔最脆弱群体的食物来源构成,分析为什么他们应对食物短缺的所有手段都失败了。换言之,我们将综合地考察经济,而不局限于货币交换和市场供需这一构成传统经济学分析基础的常规视角。了解了经济的多样化形式之后,我们就可以采取有针对性的支持措施,而不是采取通用的、一刀切的方法,以及依靠对基础设施进行大型资本投资来解决贫穷问题。这正是我们将在第二章探讨的经济研究方法。

17

理解尼日尔地方特性的另一种方法,就是探索其社会和政府结构。对此我们可以提出一系列问题。我们知道,并不是每个人都受到食物短缺的影响,那么食物短缺的影响在人口的不同年龄、性别、种族、社会身份等群体中是如何分布的?如果说特定群体——如乡村无地劳动者、妇女和儿童——受到的影响最大,那么所提出的基于基础设施建设和农业生产率提高的解决方式是否对他们有直接帮助?而实际上,这样的解决方法可能只会加重社会的不平等——不管是有意还是无意的。同样重要的是,需要了解经济过程中大土地持有者和政客之间的关系,以及政府所发挥的作用,如农民的种植决策、灌溉计划以及农产品营销等。所有这些问题都需要详细的、基于具体地方的回答,从而切实地理解一个地方内部的复杂情况及其与世界

其他地方的关系。

简言之,地方特性是政治、经济、社会、文化和环境等一系列因素的独特组合。这些特征是逐渐形成的,因此,尼日尔的特征是随着时间的推移,各种历史和现实的因素逐渐累积和变化的结果。以殖民主义的影响为例,它遗留了一系列经济后遗症,并且留下了一系列政治制度和惯例。而这些因素又与殖民主义到达之前就存在的当地文化、政治和生态、习俗相叠加。同时,独立后的尼日尔在某些方面保留了殖民时代的传统。关于这种基于地方的历史遗留物的不断积累,将在第三章进一步讨论。

最后,虽然本节主要关注的是一个地方的“内部”特征,但也涉及殖民主义和当前贸易和援助的流动,这表明地方一方面是由内部因素创造的,另一方面,“外部”关系也起到了同样重要的作用。

尼日尔作为一个地方,是当地各种关系和流动的交汇点。尼日尔境内的其他具体地区也是如此。那么,每个地方都是过去和现在与更广泛的“流”发生密切联系的交汇点。因此在图 1.3 中,我们将“地点”描绘成有一定厚度的、多层的、独特的条形码。

18 研究经济的地理学方法试图理解特定地方出现的独特因素,并提出问题。尼日尔存在的问题不能以正统经济分析的一般性的、抽象的思维方式来解释。以普遍规律和通用假设为特征的经济学,倾向于忽视对饥荒和贫穷的原因及解决方案的形成有重大影响的本地环境,包括生态系统及其适应措施;种植和畜牧习俗;政治结构和权力关系;性别关系;民族特性;殖民主义的各种遗留;等等。地理方法将这些问题中的大多数(如果说不是全部)视为应该分析、研究、理解并逐渐解决的问题。

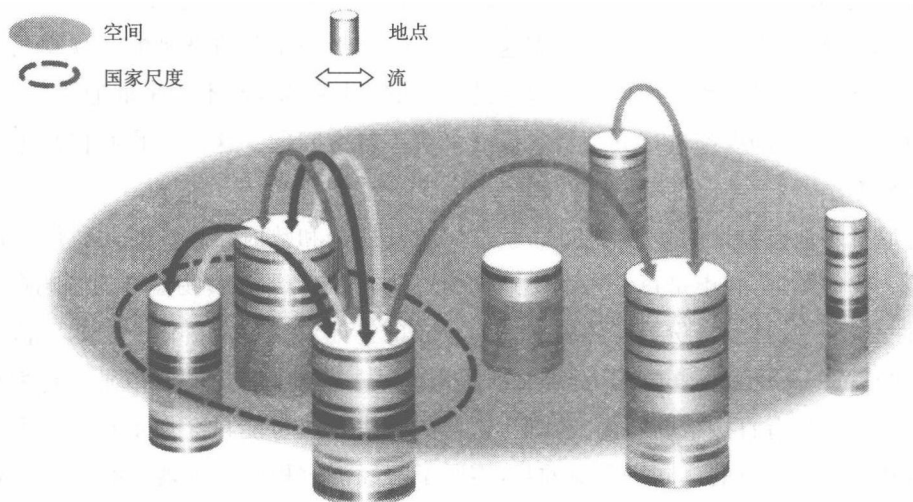


图 1.3 空间、地点与尺度

尺度

在上一节中,我们重点分析了地理学核心方法与传统经济学方法的差异性和独特性。从这个意义上说,一个地点指的是一个确定的位置,用来探索其在历史长河中形成的与其他地方相对应的特征。但是我们还没有定义地点实际上“是什么”。的确,我们注意到,地点可能是任何形状和大小——从一个街道或村庄到一个国家,甚至一个洲——都可以是被探讨的地点。这就需要引入有助于我们组织空间和地方的第三个地理概念,即地理尺度。显然,空间中存在不同规模的地点单元,我们通过使用“尺度”这一术语,提供组织框架来理解这些单元。这给我们提供了描述不同尺度的分类系统,我们可以在不同尺度上考察经济运行过程的连贯性(图 1.4)。

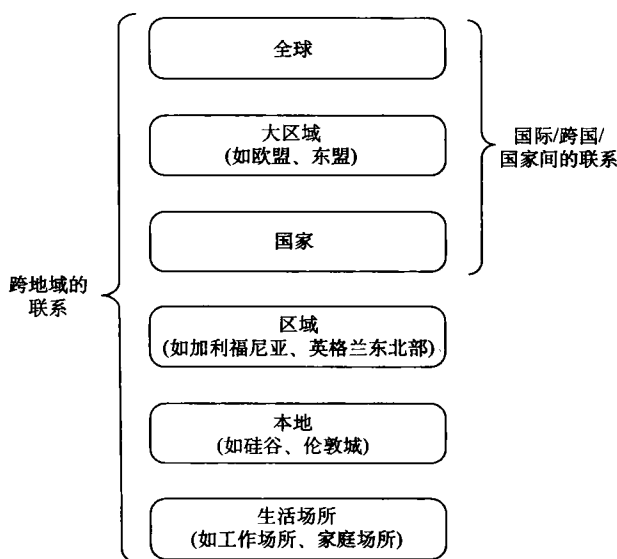


图 1.4 空间尺度

资料来源:改编自 Castree et al. (2004), Figure 0.1。

在全球尺度上,我们看到尼日尔卷入了各种不平等的经济交换。为了取得更具体的认识,我们来考察一下全球的铀矿产业。作为生产核能和制造武器所必需的一种矿物,铀的需求量很大。而世界铀储备量的 96%集中在 10 个国家境内,其中包括尼日尔。但是,对铀进行进一步使用的铀浓缩过程非常关键,由于这一过程的军事和地理、政治影响,它几乎全部是在美国进行的。尽管铀在全球范围内都十分珍贵,但这种商品具有高度受限的特征,而且缺乏国际开放性的市场,这意味着尼日尔从其铀资源中获取巨大利益的潜力十分有限。

我们可以从另一个尺度,即次撒哈拉大区域(macro-region)来理解尼日尔的经济。在这

一尺度的地区,存在着普遍的环境问题和殖民经历。其相邻国家的类似经历也能够解释为什么 2005 年整个地区的粮食都十分缺乏。例如,布基纳法索采取了禁止粮食出口的措施,从而加剧了尼日尔的粮食短缺。

19 但是,其他因素只能从尼日尔作为一个国家的尺度上来理解。例如,在 2005 年食物短缺期间,政府最初拒绝提供食物救济,而是倾向于向粮食短缺的地区提供津贴性粮食供给。很显然,要理解这些政策,就必须考虑尼日尔的国家政治体系。国家层面的影响对其他方面也很重要。正如本章前两节所描述的,外界专家和权威媒体将当地的食物短缺称之为“尼日尔境内的饥荒”(famine in Niger)(即国家层面的问题)。因此,经济学家、援助/借贷机构随之提出的解决方法都是国家层面的政策:签署贸易协议、提供投资激励、实行人口控制以及建设基础设施等。

但是我们也注意到,尼日尔的饥荒在空间和社会层面上都是不均衡的。不同的人 and 地区所受的影响不同。因此,我们需要从次国家(sub-national)尺度或区域(regional)尺度来理解这种不均衡。图 1.1 中尼日尔的塔瓦和马拉迪区受 2005 年饥荒的影响尤为严重,那里的生计主要依赖于种植农业。而且饥荒更多地是发生在农村地区而不是城市。

20 最后,从市镇或村庄等我们常说的本地尺度(local scale)来考察饥荒。农耕土地或放牧权、借贷资金、零售店等的接近机会,都是决定是否可以获得食物的因素,而且在一定程度上都是在本地尺度上构建的。本章开头所引用的 PBS 记者的报道指出,距离饥饿儿童特护病房步行只有几分钟之遥,就是运来大量食品的本地市场。显然,造成食物获取不均衡的部分原因在于村庄尺度上的社会运行方式。

我们能够从各种尺度对尼日尔的饥荒进行分析,但重要的一点是,任何一个孤立的尺度都不能建立起全面综合的理解。实际上,我们提到的空间关系和基于地方的过程,在每个尺度内和各个尺度之间都进行着。因此,地理研究方法的一个重要部分就是认识到经济过程是在诸多尺度上同时进行的。这种多尺度的观点,在前面提到的经济学家和国际金融机构的分析中,是明显缺失的——他们仅仅将饥荒归咎于国家层面的问题。

对空间、地方和尺度的再现

到目前为止,我们讨论了地理学的表达方式和类别,并对经济过程的空间特征进行了描述。但是日常生活中对空间、地点和尺度的讨论方式(以及在学术和政治情境中的讨论),意味着这些术语并不仅仅是描述性的。相反,某种类型的空间或者特定的地方或尺度的提法,都包含了隐藏的意义。换句话说,它们不仅仅是描述世界的中性工具,也是对世界的“再现”(representations)。

我们通过探讨对某些空间类型的特定描绘方式,来说明“再现”这一观点。例如,人们普遍

认为非洲的贫穷与沙漠、草地的环境密切相关。这样的生态系统被描述成多沙尘、荒芜、不适合人类居住。实际上,长期以来有很多人群适应了这样的环境,并建立起自己的家园。但是如果以欧洲为中心将某种空间类型与“可居住性”相关联,就会使得这种空间条件下的贫穷看起来是不可避免、自然而然的。“村庄”或“第三世界”等空间表述也存在类似问题。这两个词都是对普通的空间类型的表述,却往往会使人对这些空间里发生的事或生存的人作出一些固有的设想。

上述两个表达是对于空间普遍类型的再现,而与此密切相关的一种再现是与某些具体地方相联系的。本章开头的一些例子最能说明这一点。在 PBS 记者的评论中,他指出“这里是贫穷的,但这就是这里的生活方式”。我们也注意到 PBS 给观众提供了一个标识,描绘的是一个非洲妇女怀抱瘦弱的孩子,伸出另一只手乞求食物(图 1.2)。这两个例子都是对一个地方——尼日尔的再现,但也与对整个非洲的再现相结合。简言之,非洲在这些语言和图像的再现中,被刻画成了一个贫穷、饥饿、干旱、荒芜的地方。在这里,贫穷被认为是“自然的”,因为这就是“这里的生活方式”。

21

总而言之,这是一个非常强有力的描绘。它为理解苦难提供了事实图景,在一定程度上使这些苦难对于富裕国家的公众及政客们来说,是可理解的,甚至是可忽略的。如果饥饿在非洲是天然的,那么没有人需要对此负责。既然贫穷是一种生活方式,那么我们为什么要加以干预?这似乎不是我们该关心的事,因为这就是“那里”的生活方式。但是这显然再次掩盖了导致贫穷和饥饿的原因。并不是所有的尼日尔人都在挨饿,非洲也不能被定义为一个荒芜干旱的大陆。通过这种方式对某些地方进行再现,实际上掩盖了那些地方内部的不平等和差异,更重要的是,忽略了那些地方与我们所有人生活的世界之间的联系。如果以特定的再现来渲染当地的情况,那么我们之前讨论的尼日尔内部的种种具体因素都将被一笔勾销了。

尺度的构建也可能有误导性。如果我们仅将对某一个尺度的再现作为理解一种现象的主导工具,那么我们就忽略了在其他尺度上进行的过程。因此,强调国家尺度将导致忽略决定一个国家贫穷的全球性关系。但是同样地,强调全球尺度也将掩盖不平等的国家体系,而正是这种不平等导致或加重了饥饿。因此,对于在描述经济过程时使用或忽略的尺度要保持清醒认识,这是十分重要的。

再现对于我们理解问题意义重大,进一步而言,对于我们设计解决方案同样意义重大。在基于空间、地方和尺度的对经济过程的地理解释之上,再现提供了重要方法,用以修正我们经常听到的有限的或偏颇的分析。在这一节中,我们仅仅粗浅地谈论了如何解释或解决非洲的贫穷,但我们从地理研究角度提出了一些重要问题。通过这种方式,我们至少能够更好地着手诊断这些问题,从而避免开出不好的处方;而不好的处方,轻则无疗效,重则导致严重的副作用。

1.4 天壤之别:从马索奇到曼哈顿

22 前面两节强调常规经济学在分析贫困问题时可能忽略的因素,以及地理研究方法如何更好地解释高度复杂的真实世界。在本节中,我们通过分析一个完全不同的案例——纽约华尔街的金融实力,并且考察常规经济学家和经济地理学家研究这个问题的不同方式,来进一步拓展独特的经济—地理学视角。就同一个经济现象提出不同的研究问题,能引出迥然不同的分析见解。我们的目的不是诋毁常规经济学,而是力图证明经济地理视角所提供见解的潜在成效。

23 众所周知,华尔街这条纽约市的普通街道(图 1.5),在全球金融市场中占据统治地位。华尔街是曼哈顿下城的心脏,美国最重要的金融区,它与百老汇大街之间的区域是世界上最具有实

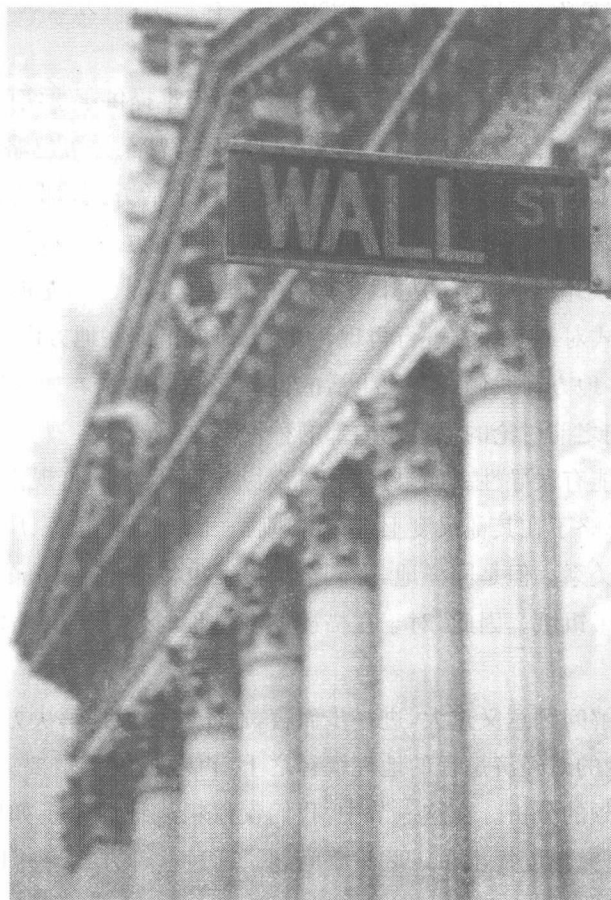


图 1.5 纽约华尔街

资料来源:Getty Images。

力的金融机构区。这些机构包括纽约证券交易所,以及众多大型金融集团的总部。华尔街的纽约证券交易所尤为重要,它的网站声称“世界将股票交与我们”,而其股票市场指数也确实能够左右全球众多股票交易市场的价格动向。每天在纽交所交易的股票额分别占美国所有上市公司和全球上市公司的80%和60%。2004年,纽交所日均交易价值是461亿美元,超过了很多国家的年均GDP(同年,尼日尔的全部经济产出大约是30亿美元)。

传统经济学方法将如何解释这种令人难以置信的金融实力汇聚?金融经济学家可能立即想到通过货币和银行业来定义华尔街重要的核心地位。从这一观点出发引出的研究问题将与几个关键概念有关,包括价格、股权、收益率、增长、波动以及风险。金融经济的普遍法则——有效市场假说(the efficient market hypothesis)——将这些概念付诸实践,将金融市场描述为自我调节的机器,其基本功能是为特定的金融工具——如流通货币、股份、债券等——实现一定均衡价格下的供需平衡。在伯顿·麦基尔(Burton Malkiel, 1985)的畅销书出版之后,这一假说又被冠以一个别称,即随机行走理论(random walk theory),并在金融经济的各种经验研究中得以“证明”。结果是这一假说被视为普遍法则,类似于物理学中的重力定律。在这一金融定律之下,金融市场被假定为如此有效,以至于任何人都不可能获得极大利益。出现这种情况是因为每个人都能够获得“完备”的信息,且市场是完全竞争的。而将这一逻辑推向极致者如麦基尔(1985:16)则声称:“让蒙住眼睛的猴子朝一张报纸的金融版面投掷飞镖,它也会选出一个投资组合,就像专家精心选择的一样。”

通过应用这一有效的市场定律,金融经济学将华尔街视为能平衡不同金融工具供需的有效市场。由于这一定律被假定在任何环境下都是通用的,因此对金融经济学家而言,最重要的研究问题就是明确华尔街不同金融市场的功能,提高其经济效率,并预测其行为。而我们认为,由于金融经济学家采取这样一种金融研究方法来理解华尔街的经济活动,他们往往忽略或完全错过了华尔街现象的一些重要方面。

24

相比之下,一个经济地理学家,通过应用空间、地点、尺度和再现等概念性理论工具箱,可能会提出以下重要问题:

- 华尔街的资金、人才以及技术来自何方? 华尔街如何通过各种空间联系与全球经济相连通? 这些联系是如何在不同的空间尺度上组织起来的?
- 为什么金融业的不同要素会在一特定地点即华尔街融汇在一起? 华尔街及其周围环境有何独特之处,使全球金融力量在这样一个小区域内持续汇聚?
- 决定华尔街的决策和市场动向的仅仅是经济因素吗? 在这些经济过程中有什么样的非经济因素?

要澄清一点,我们并不认为金融经济学家必须提出并回答这些棘手的问题,但我们相信这些都是经济地理学家能够有效研究和应对的重要问题。

与金融经济学的有效市场定律不同,在经济地理学中,没有一个放之四海而皆准的通行理论。相反,正如我们在 1.3 节中看到的尼日尔的案例,我们通过应用几个互相关联的地理概念来研究相关问题。首先,我们试图通过探寻纽约如何自 19 世纪开始主导全球金融经济,来解释华尔街如何成为全球金融体系中的重要节点。这将说明华尔街的机构如何与全球尺度的金融体系相联系。从地理研究的角度考察这一系列问题时,需要进行深刻的历史分析,包括纽约在不断扩展的美国城市体系中的增长及其地位,也包括冷战后金融全球化时代美国的崛起,以及全球金融发展(更多相关内容参见第三章和第七章)。同样,还必须详细分析当前出入纽约市的资金流、人才流、信息流等,这些都是全球金融体系的组成部分。这种详细分析显然不适合金融经济学的定律制定方法,因为它们不适合进行一般化、统计分析和数学建模。

25 第二组研究问题是关于不同金融机构在某一特定地点的汇聚。一个多世纪以来,经济地理学一直试图解释经济活动的空间集聚和共同选址(见专栏 1.2,更多内容请见第五章)。原因之一可能在于共处一地并互相交易有助于节约成本。那么,随着近来的信息与通讯技术的突飞猛进,在“无边界的世界”的任何地方都能进行交易的情况下,这些机构为什么仍然希望在华尔街进行交易?毕竟,曼哈顿地产的租用或购买价格都是世界上最昂贵的。如我们在第三组问题中所指出的,要回答这一难题,我们需要超越单纯的经济学逻辑,而引入社会和文化因素(的确,专栏 1.2 中所提到的“新”经济地理学,探讨的正是与这些方面相关的问题)。随着时间的推移,交易的规范、价值观和商业模式在纽约市金融区及周边地区建立起来,这就形成了一种特别的“黏合剂”,把企业和其他机构捆定在一个特定地方。这也意味着一个由酒吧、咖啡店、俱乐部、闲话和传闻构成的本地世界,在这里,重要的金融知识在银行家、股票经纪人、商业分析师以及新闻记者之间交换。尤其重要的是,这些密集的网络主要是在本地尺度上组织起来的(Thrift,1994)。同样重要的是,这些无形但又极为重要的要素,构成了华尔街的独特之处和持续活力,却处于大多数经济学家的模型雷达探测的范围之外。

我们对很多其他经济现象也能做类似的讨论。本节对华尔街金融区案例进行讨论的目的是试图说明,应用地理学词汇表能够使我们以独特的方式研究问题,从而实现对真实经济过程更加丰富和细致的分析。

1.5 全书概览

本章介绍了四个关键概念——空间、地点、尺度和对它们的再现,这些概念将在全书中使用;我们认为,这些是研究经济问题的地理方法的定义性概念。在图 1.6 中,我们通过图将这些概念聚拢在一起,以展示本书各章如何连接在一起,构建成连贯一致的地理表述。简言之,

这显示了研究全球经济的经济地理视角的综合性和复杂性。

我们首先关注“空间”，尤其指出了区位(即空间里的形式)和流(跨越空间的运动)的重要性。空间中的区位是第三章的重点议题，探讨为什么我们看到的经济发展是不均衡的，但全书中我们讨论的基础问题是为什么某些经济活动发生在特定的区位中。在图 1.6(B)中，我们给出了空间中的不同区位，以及不均衡发展的模式。

26

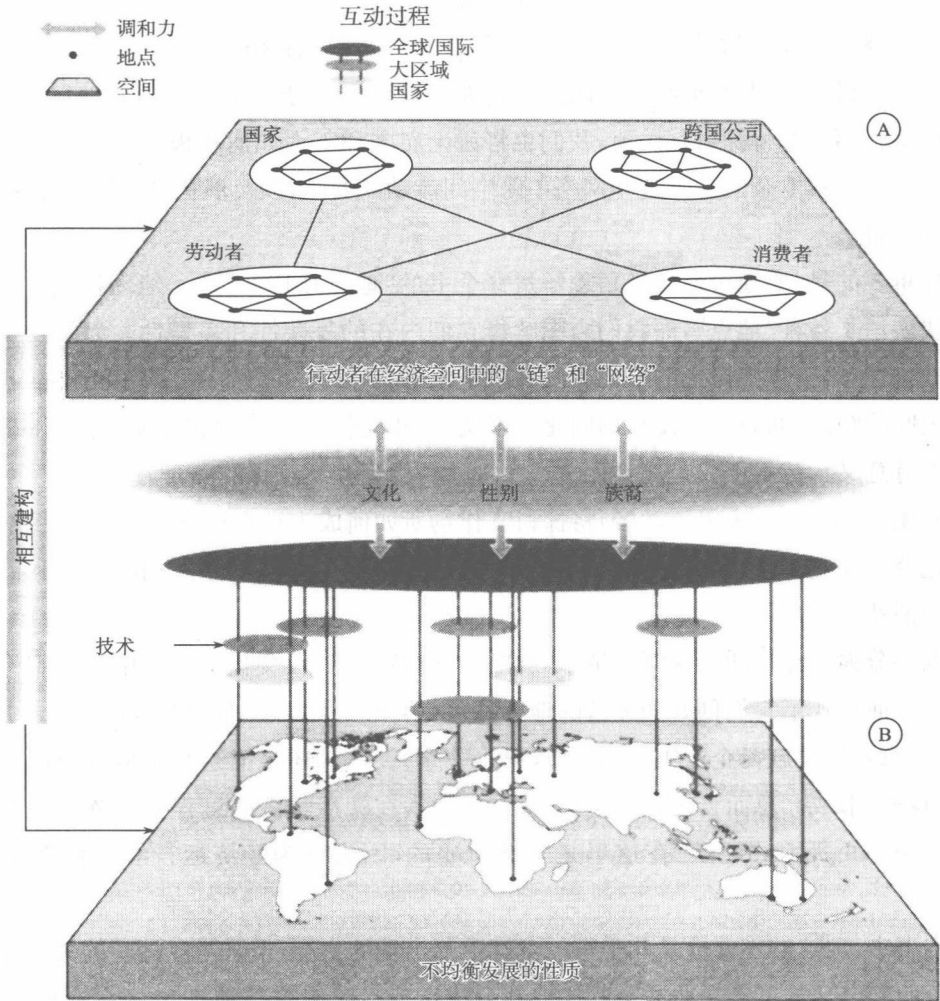


图 1.6 全球经济的经济地理学视角

资料来源:改编自 Dicken(2004), Figure 2。

跨空间的“流”也是本书的基本议题。在图 1.6 中，我们描绘了空间如何既充当各种流存在的背景，也影响了这些流的组织方式。经济空间(A)中连接国家、跨国公司、劳动者和消费

27 者的网络,与不均衡发展的空间和自然环境(B)中基于地方的属性之间,存在着相互的建构性关系。第四章将详细描述跨越空间的商品流如何将图中描述的不同行动者联系起来。第五章主要关注技术,将讨论一些促进和加速资金流、人才流和商品流的空间互动联系的空间压缩技术(如图 1.6),同时也将继续强调空间中物理距离的重要性。第六章将进一步讨论商品流,分析世界不同地区的自然资源如何被商品化为经济产品。

第三部分将详细探讨塑造这些经济流的所有重要“行动者”(如图 1.6 中上部板块中所示)。第七章将揭示国家如何与全球经济空间中的其他行动者相联系。关于跨国公司的投资流将在第八章讨论,到时我们将考察跨国公司如何组织它们的全球活动,以及如何整合复杂的跨空间网络。第九章将探讨移民流,我们也将讨论雇主和工人如何积极地使用空间来应对对方。第十章将考察复杂的产品链和网络中跨空间流动的商品,以及消费者如何发挥商品“终端使用者”的角色。

同样重要的是,要通过地理视角理解贯穿全书的“地点独特性”这一地理特点。图 1.6 中下部板块展示了各种“地点”,而我们力图解释它们内在的复杂性和多样性。如果没有认识到地方的独特性,第三章中讨论的不均衡发展就毫无意义;第五章中描述了“空间压缩”技术拉近了地方之间的距离,而不一定使它们同化。事实上,正是因为它们存在差别,才使得相互联系起来变得有意义!技术仅仅是充当促进或实现这些空间互动过程的中介力量。

与此相关,第九章(关于劳动者)将探讨工作场所如何成为具有复杂内部过程的独特地点,以及本地劳工控制制度是如何构建起来的。与此类似,第十章将关注高档购物街和商场等特定地点的消费。

第四部分强调经济活动深深根植于具体地点的特定社会、文化背景之中。我们将考察企业从哪些方面反映了它们创办和经营的地方特色(第十一章)、性别在塑造经济生活中的重要性(第十二章),以及族裔企业集群的形成(第十三章)。我们还将描绘基于地方的性别或族裔劳动力市场的形成。总而言之,这些社会—文化因素在塑造经济的过程中发挥了中间调节的作用。如图 1.6 所示,“地点”在这里是非常重要的,因为它为经济运行的过程提供了空间载体。

28 在本书中,地点的重要性是几乎每一章都重复出现的主题,但是对“尺度”的关注在全书中同样十分明确——从工作场所和家庭住地到全球经济。使用单一地理尺度在有些情况下是很合适的,但本书倡导持续一贯地使用多尺度(multi-scalar)的方法。我们强调通过尺度来理解每个经济过程及其空间投影,即在图 1.6 中定义的不同空间尺度上的“互动过程”。例如,尽管第八章重点研究的是跨国公司的全球影响,但我们仍然指出国家制度和本地特征对规范运营的重要性。此外,第七章关注的是国家尺度,但同时考虑政府功能从国家尺度转移到本地尺度(如城市)以及超国家尺度(如欧盟)。强调多尺度分析也是第十一章的重

要内容,因为经济活动的文化可以解释为公司文化、区域商业文化,或是国家商业文化在不同企业中的不同体现。

最后,“再现”是理解如何诊断和治疗经济问题,并以一定方式标记空间、地点和尺度的关键要素。在第四章中,我们探讨对自然界的描述方式将会影响自然界的商品化及成为经济过程一部分的方式。将自然与社会相孤立的观念,往往会导致对自然的不适当和不可持续的掠夺性开发。在第十二章中,我们将探讨家庭空间如何被赋予女性化的描绘,从而对男性和女性雇员在有酬劳动力市场上获得职业产生深刻影响。在第十三章,我们考察族裔社区以及国家空间的描述如何影响到少数族裔移民群体在世界主要城市中的经济命运。

但是,再现具有更加根本的重要意义。就像我们列举的尼日尔,当谈论贫穷和发展问题时,人们往往假定所研究的“根本问题”是经济。然而,日常生活通常是由正规的、可度量的经济范畴之内和之外的资源共同创造的。那么,经济究竟是什么,还远未得到清晰的认识。我们在本章中已经论证了经济研究的多个地理纬度,下一章我们将转而探索“经济”这一定义范畴的多重含义。

延伸阅读材料

- 关于非洲贫困问题的经典地理分析,参见瓦特(Watts,1983)的相关著作。
- 布里森等(Bryson et al.,1999)提供了一系列重要经济地理学文章的精彩合集。
- 巴恩斯等(Barnes et al.,2003)将经济地理学家们最出色的研究成果汇集起来,并在每一节编写了非常有帮助的引言。
- 哈德森(Hudson,2004)提出了关于地点、流、经济活动的一系列具有挑战性的地理概念。
- 李和威尔斯(Lee and Wills,1997)提出了关于“新经济地理学”的第一个重要声明,从此推动了经济地理学中“文化转向”的发展。
- 谢泼德和巴恩斯(Sheppard and Barnes,2000)以学生易于接受的方式,将领先的经济地理学家们在一系列广泛的重要主题和议题上的最先进成果汇集起来。
- 目前有一些关于产业地理学或经济地理学的教科书。其中很多主要关注区位分析和工业生产,如迪肯和劳埃德(Dicken and Lloyd,1990)、希利和伊伯利(Healey and Ilbery,1990)、海特(Hayter,1997)和哈德森(Hudson,2000)等的著作。

问答题

- 经济研究的经济地理方法存在哪些独特的要素?
- 经济地理学家和常规经济学家对经济现象的研究方法有何不同?
- 关于真实世界的大部分经济模型,其基本假设存在什么问题?

延伸学习资源

- <http://www.irinnews.org>:联合国人道主义协调办公室提供了关于尼日尔人道主义问题的一份很有价值的档案文件。
- <http://www.econgeog.org.uk/>:英国经济地理学研究团体网站提供了关于当前英国经济地理学研究的一扇窗户。
- <http://www.geography.uconn.edu/aag-econ/>:美国经济地理学专门团体网站是关于当前美国经济地理学研究的一扇窗户。
- <http://www.intute.ac.uk/socialscienes/cgi-bin/browse.pl?id=120497>:这一门户网站提供了许多经济地理学网站的研究性链接。

(尹贻梅、刘卫东译)

参考文献

- Barnes, T. J., Peck, J., Sheppard, E. and Tickell, A. (eds) (2003) *Reading Economic Geography*, Oxford: Blackwell.
- Bryson, J., Henry, N., Keeble, D. and Martin, R. (eds) (1999) *The Economic Geography Reader: Producing and Consuming Global Capitalism*, Chichester: John Wiley.
- 30 Castree, N., Coe, N. M., Ward, K. and Samers, M. (2004) *Spaces of Work: Global Capitalism and Geographies of Labour*, London: Sage.
- Dicken, P. (2004) Geographers and 'globalization': (yet) another missed boat? *Transactions of the Institute of British Geographers*, 29(1): 5-26.
- Dicken, P. and Lloyd, P. E. (1990) *Location in Space: Theoretical Perspectives in Economic Geography*, 3rd edn, New York: Harper & Row.
- Harvey, D. (1973) *Social Justice and the City*, London: Arnold.
- Hayter, R. (1997) *The Dynamics of Industrial Location: The Factory, the Firm and the Production System*, Chichester: John Wiley.
- Healey, M. J. and Ilbery, B. W. (1990) *Location and Change: Perspectives on Economic Geography*, Oxford: Oxford University Press.
- Hudson, R. (2000) *Production, Place and Environment: Changing Perspectives in Economic Geography*, Harlow: Prentice Hall.
- Hudson, R. (2004) *Economic Geographies*, London: Sage.
- International Monetary Fund (2005) *Niger: Poverty Reduction Strategy Paper Progress Report*, IMF Country Report Paper No. 05/101, Washington, DC: International Monetary Fund.
- Lee, R. and Wills, J. (eds) (1997) *Geographies of Economies*, London: Arnold.
- Malkiel, B. (1985) *A Random Walk Down Wall Street*, 4th edn, New York: W. W. Norton.
- Sachs, I. D. (2005a) The end of the world as we know it, *The Guardian*, 5 April.

- Sachs, J. D. (2005b) *The End of Poverty: Economic Possibilities for Our Time*, New York: Penguin Press.
- Sachs, J. D. (2005c) How to end poverty, *TIME Magazine*, 14 March, pp. 42-54 (extracts from *The End of Poverty*).
- Scott, A. J. (2000) Economic geography: the great half-century, in G. L. Clark, M. A. Feldman and M. S. Gertler (eds) *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford: Oxford University Press, pp. 18-44.
- Sheppard, E. and Barnes, T. J. (eds) (2000) *A Companion to Economic Geography*, Oxford: Blackwell.
- Storper, M. (1997) *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy*, New York: Guilford Press.
- Thrift, N. (1994) On the social and cultural determinants of international financial centres; the case of the city of London, in S. Corbridge, R. Martin and N. Thrift (eds) *Money, Power and Space*, Oxford: Basil Blackwell, pp. 327-55.
- Watts, M. (1983) *Silent Violence*, Berkeley, CA: University of California Press.

第二章 经济学话语：“经济”真的存在吗？

目 标

- 说明为什么“经济”是一个历史性、社会性的概念
- 分析更广义的经济认识如何模糊了经济和非经济过程之间的区别
- 理解经济过程如何得到了有力的描绘

2.1 引言

我找到一个工作，在约翰斯顿公司搞建筑工程。但是后来因为经济的缘故，没有什么工作可做了。

（布鲁斯·斯普林斯汀，歌曲《河流》，1980）

今晚，我们看到经济健康发展，更多美国人恢复就业，我们的国家成为世界上一支支持正义的强劲力量——我们的国家充满自信，无比强大。

（乔治·布什总统，《国情咨文》，2005）

布鲁斯·斯普林斯汀和乔治·布什两人之间的共同点，可能比任何两个美国中年富裕白人之间的共同点都少。但是上面引用的两句话，其潜台词表明，他们与很多其他人一样，对“经济”的力量有着共同的特定理解。在斯普林斯汀关于美国“铁锈地带”工人阶级小镇的民谣中，“经济”是日常生活之外的事情，是一种给当地人民带来衰退和绝望的力量。布什也将“经济”和“日常生活”相联系，但是添加了一系列颇能说明经济情况的形容词，如“健康”和“强大”等。两段话都表明，经济是一个能够随着时间而变得强大或衰弱，增长或萎缩，健康或“生病”的实体。在某种意义上，经济是一个整体(entity)，可能是有机的，也可能是机械的，但很显然是独立、独特且可辨认的。布什和斯普林斯汀都认为，经济是一个“自在之物”，而且我们所听到的几乎所有学术界、政界以及公众的讨论，对此都有共识。对经济的这种理解方式意味着什么？为什么我们要将生活的某些方面孤立出来并贴上“经济学”的标签？而这么做的时候，我们把什么屏蔽掉了（或者说是排除在外了）？这些问题都将在本章中进行探讨。第一章揭示和解释

了我们所说的“地理学”是什么，而本章将阐述“经济”是什么。

首先，本章将考察我们对经济的常规理解方式(2.2节)，将特别提到经济学中常见的假设，即经济是什么，包括什么，不包括什么，以及经济是如何运行的。这些假设导致了对经济和经济过程的片面和不完整的理解。在接下来的一节中(2.3节)我们将指出，当前所谓的“经济”其实是非常新的提法，提出的时间之短可能会让很多人觉得惊讶。即使在20世纪初期，就在几代人之前，经济领域术语的使用还存在很大差异。我们将看到在20世纪中叶非常关键的几年中，我们今天所熟知的“经济”概念开始植根于学术和公众的理解之中。2.4节考察常规经济学概念中摒弃或忽略了什么。这形成了对于经济的广义解释的基础，包括各种文化、政治以及社会的过程，其中有些不能被赋予以金钱衡量的价值，通常被主流经济分析所忽略。总而言之，本章意在说明我们在认识实际的经济时，应批判地采用传统经济学的概念。这一思想支持了本书的很多观点。我们应按照现实情况来探索经济生活中的地理学，而不是去证明它应该如何存在于理论中。

本章的基本思想认为，对经济的常规理解植根于对权力关系的描绘。权力需要以特定方式构造对世界的特定假想，而这一假想反过来又进一步强化现有的权力关系。在本章最后一节(2.5节)，我们将通过几个事例来论证一个抽象的理念，即对于发展和全球化等经济进程的常规描绘是为强势群体服务的。

2.2 被视为“理所当然”的经济

每天，媒体都会提供大量的不同地理尺度上的经济报道——包括本地经济、国家经济、全球经济等。政治领导人描述各自的经济计划，并因促进了经济增长而居功。1992年，比尔·克林顿当选为美国总统，其竞选口号“经济才是重点，笨蛋！”(It's the Economy, Stupid!)，就是利用了当时的一个普遍观点：(老)布什政府没有完全管理好美国经济，没有认识到众多美国人面对的经济困难。但是除了作为政治竞选辞令之外，“经济”一词在我们每天浏览新闻时也经常遇到。重大事件如恐怖袭击、自然灾害、政局紧张等对“经济”的影响都会被评估。一个国家的经济健康或虚弱等信号都会被评估，就像病人被诊断一样。图2.1形象地展示了这一观点——一个肥胖的“经济先生”站在磅秤上，其不断增长的块头推动了利率的提高。与之密切相关的是一个相对狭窄的概念，即“市场”概念，最常见于与债券、股票、贷款或外币有关的金融交易报道中。市场对每日新闻的反应、市场中普遍的情绪、市场的动向等，都是新闻报道中常常出现的话题。而对于这些报道，我们几乎很少停下来思考：到底什么是市场？其广义的情境是什么，以及经济实际上意味着什么？

人们对于经济的真正含义普遍缺乏质疑，可能反映出这样一个假设，即经济是一个可靠

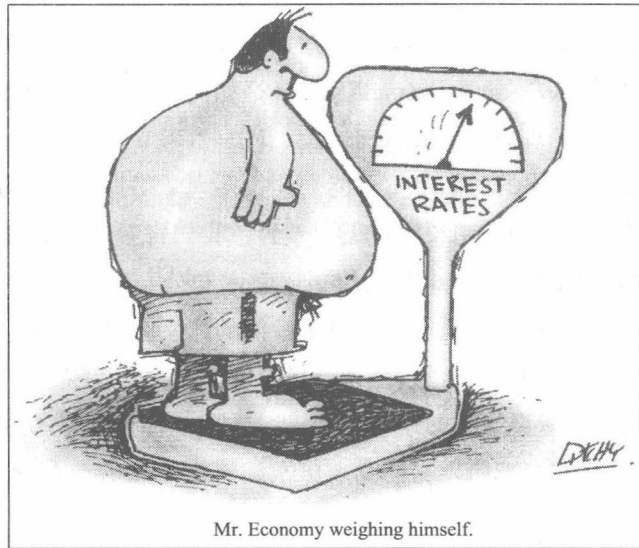


图 2.1 作为一个有机实体的经济

资料来源：<http://www.inkcinct.com.au/>，经许可转载。

的、有形的“事物”，其存在几乎是毋庸置疑的。同时，关于经济的各种定义和测度方式，强化了“经济是有形的”这样一种认识。更普遍的情况是，经济采取国内生产总值(GDP)的形式，将一定经济体中的市场价值总额全部相加。计算这一总额的常用方法，是将各层级的各种支出相加。图 2.2 总结了 GDP 的组成部分。GDP 通常是在国家经济这个尺度上计算，但有时也会引用次国家尺度的数据，如州、省或区域等；也有超国家实体的 GDP，如欧盟。

35 GDP 各种组成要素依据其创造的货币价值，将经济体中的各种生产形式进行量化。这似乎对经济的构成提供了一定程度的确实依据——这些要素显然是由真实经济过程构成的，这些过程是可定义、可视、可体验、可测量，甚至是可以控制的。然而，这种貌似肯定是否过于“理所当然”？在这种常规经济学观点中，假设的、未经验证的因素是什么？

首先，我们被假定能毫无疑问地界定什么是构成经济行为或过程的因素，什么不是。这将导致一些奇特的结论。例如，如果你驾驶汽车或乘坐巴士去校园或工作场所，那么你就在参与一个经济活动；但是如果你步行或骑自行车，你就没有参与经济活动。在前一种情况下，由于有燃油账单和停车费用，或者公共交通车票，就产生了交易；而在后一种情况下，由于步行或骑车都是在正式的货币经济系统之外进行的，依照常规的经济理解方式，经济活动并未发生。因此，对经济概念性边界的划分其实是随意的。根据常规经济学的理解，经济与自然和行动目的无关，而与是否发生了金钱交易有关。我们在本书后面部分会看到，是否被划分在可测量经济之外通常遵循一定的模式。特别要指出，妇女在家中所做的无报酬劳动通常被排除在可测量

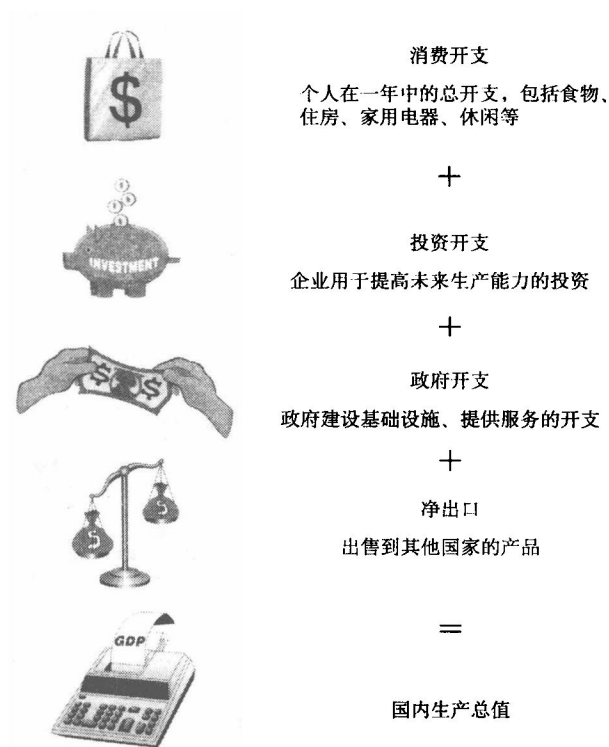


图 2.2 国内生产总值的构成要素

的经济之外，而计报酬工作则算在可测量的经济之内。那么，常规的经济概念从一开始就可以被视为有性别差异的概念（我们将在第十二章详细阐述这一观点）。

第二个关于经济的假设（这将在 2.3 节进一步探讨）认为，经济存在于我们生活的其他维度之外。这样很多东西都被排除在外了——赋予事物和人物意义的文化过程；与家庭、朋友、同事或邻居发生联系的社会关系；承认和质疑权力的政治过程；以及自然世界中的环境过程，等等，都被看作有其独立的运行逻辑。它们被视为与经济相联系，但仅仅是外部的“插件”（plug-ins），而不是基本的内部机制。地理学家越来越多地对将经济孤立于真实生活其他维度的方法论提出质疑。实际上，经济地理研究方法显示定性特征的发展趋势，以及我们在本书中进行的大量讨论，都模糊了上述的各维度生活体验与它们嵌入的经济过程之间的边界。

第三个想当然的假设认为，经济是我们单个人无法控制的一种综合机制。这一观点很显然支持了斯普林斯汀和布什总统之前关于经济的表述。我们知道，我们作为劳动者或消费者，是经济的组成部分，但是经济被看作一个比我们任何人都庞大的有机体或机制。就像人体中的单个细胞不能理解或影响身体的整体功能一样，单个的经济行动者也不能完全理解或影响

整个经济体。的确,这种将经济体描述成某种有机体的比喻在通常的理解中十分普遍(人们使用“健康”、“病态”或“成长”等形容词描述经济)。当然,这意味着尽管我们是经济的组成部分,但是经济比我们所有人都庞大。这是很重要的一点,因为这很容易导致以下假设:经济是超越于任何联合控制之外的——是经济控制我们,而不是我们控制经济。《时代周刊》杂志有一个经典封面,从上世纪50年代到80年代被引用了好几次,来说明这种不可控制性:市场被描绘成横冲直撞的公牛——但有趣的是,这里描绘的“市场”似乎与“经济”相脱离了(图2.3)。实际上,经济过程是一种结果,是作为经济行动者的民众(无论是作为雇员、雇主或消费者)和作为经济管理者的政治领导人共同决策的产物,没有什么神秘可言。



图 2.3 像愤怒的公牛一样不可控制的市场

资料来源: Time Magazine © 1982, 经许可转载。

第四个假设是,保证经济运行的机制是有序和合理的。个体生产者和消费者的行动被认为是以实现满意度、财富或就业最大化为目的的。因此,个体是理性的经济实体,像第一章中描述的理性经济人一样行动。那么通过将这些行动汇集在一起,就可以假定我们能够识别整个经济机制运转的基本“定律”。其中最根本的就是供需“定律”,认为市场机制将自然而然地

在买卖双方之间实现平衡。可以假定,在经济运行过程背后,有一套决定经济发展方向的结构逻辑。这并非意味着每个经济行为都是可以预测的,但所有经济行为汇聚在一起,将遵循一定的模式。尤为重要的是,这些过程在所有地理情境之下都将以同样的方式运行——即在经济生活基本“法则”中,不存在空间差异性。

第五个想当然的假设是,增长总是好的。增长的经济被认为是“健康的”、“强壮的”、“富有生机的”。的确,经济增长被认为是必需的——总是不断需要新的人、新的资源、新的效率、新的产品、新的财富,等等。在几乎任何国家,如果一个政客进行政治竞选的基本理念是“经济已经足够强大或足够有效率”,都将是不可想象的。当然,生物性的隐喻方便我们将经济增长理解为有机的自然过程。但是将“健康的”经济孤立于其所在的环境、文化或社会背景,则往往意味着我们没能充分考虑经济增长对各方面的影响——并不是经济增长的所有影响都是健康的。如果更多的人开车而不是步行,那么经济虽然“增长”了,但是所带来的环境、健康和社会效应,却远远不是正面的。更奇怪的是,如果更多的人发生汽车交通事故,会产生维修花费、医疗支出等,那么经济将再次显示增长了,而事故带来的结果是完全负面的。 37

很显然,“理所当然的经济”暗示或假想了经济生活的某些特征。因此,我们对经济的常规理解实际上将经济的很多特点都排除在外了。此外,尽管一些因素被认为对于解释经济行为很重要,但对于这些因素的限定也十分狭隘。例如,将经济过程区别于文化和社会过程的看法,很容易导致思考上的障碍,从而不能将经济行为同时视为文化性、社会性的过程。在商店里选购食物、衣服或任何其他商品的行为,显然是一个文化过程,就像在工作场所与其他人一起工作,很显然是一个社会行为一样。简言之,随着我们考察日常经济生活的具体现实,对于经济的“常规”理解就开始瓦解了。 38

在本章剩下的部分中,我们将沿着两条主线,对“理所当然经济”概念做进一步分析。下一节我们将考察“经济”这一概念的历史起源——由此说明“经济”实际上是一个相对较新的概念。之后,我们将考察在对经济进行狭义定义时,生活中的有关维度被任意地排除在“经济”之外的几种形式。

2.3 “经济”简史

在18世纪早期的英语国家,“经济”一词指的是家庭财务管理。就像今天“省吃俭用”一词主要指的是个人花费一样,二百年前的“经济”指的主要是管理家庭预算的实践。在某些情境下,我们仍然使用“经济”的这个最初含义。如果我们驾驶经济型的汽车,或者购买经济舱机票,指的都是小型的、节约型的选择。

然而,18世纪是一个迅速变革的时代,尤其是18世纪后半叶的几十年,标志着英国工业

革命的开端。在此之前,商品和服务的生产和使用规模很小,几乎不需要考虑超过家庭或居家范围的经济过程。在前工业化社会,大多数农业或手工制品的生产都是出于生活必需的目的,或许会有一些富余,上交封建贵族,或在本地市场上进行交换。但是,产业革命使西欧的生产本质及围绕生产的社会关系发生了重大变革。尤其是大规模的农业生产随着工厂制造业一并出现了。随着生产规模的扩大、专业化水平的提高,劳动分工第一次成为可能——不同的人担任不同的工作,从而相互依赖以满足各自的需要(Buck-Morss, 1995)。这在某种意义上是一直存在的现象——每个村庄可能都有自己的木匠、铁匠,等等,但是现代工业化时代的诞生,在更大尺度上见证了更深程度的相互依赖和专业化。

39 在 1776 年出版的名著《国富论》(*The Wealth of Nations*)中,亚当·斯密(Adam Smith)提出了“劳动分工”的理念。以一个生产别针的工厂为例,斯密展示了一群擅长于不同阶段生产过程的工人生产别针时远比独自完成整个工艺过程的工匠来得快和有效率。不过,斯密的见解远比这个案例更宽泛。在他的著作中“经济”第一次超过了居家管理的范畴,形成国家尺度上的一体化整体——在这一经济整体中,许多个体组成部分一起运作,尽管其本身没有意识到这一点,却为所有成员创造了更大的财富。斯密将这种互相依赖的关系进行了总结,将其比喻为“看不见的手”。个人各自追求财富和进步的过程,无意识地使整个社会受益。在斯密的论述中,每个人都是“被看不见的手所引领,在不自觉中为社会发展做贡献”(1776:477)。从那时起,斯密的思想即被用来为一种意识形态辩护,即市场机制是普遍有利的,是所有背景下最恰当的社会组织方式。然而,这是对他的观点的非常片面的解读。在更为广泛的层面上,斯密敏锐地认识到正在形成的现代产业社会所造成的相互依赖性。通过将经济视为促进国家财富增长的社会结构,而不是拘泥于居家管理,斯密指出经济是作为一个融合的整体而发展的,民众则作为经济行动者参与其中。

亚当·斯密建立起来的对国家生产和消费的分析,被称之为政治经济学,其本质是国家尺度上的资源管理。在英国,英国银行和伦敦证券交易所等机构几乎同时在这一时期出现,在更大尺度上为理解经济过程提供了组织基础。到 19 世纪初期,经济过程被理解为具有国家性的意义,而不是简单的家庭财务管理实践。这是很重要的一步,但与我们当今使用的经济概念,以及本章开头所引用的斯普林斯汀和乔治·布什提到的经济概念,仍有一定差异。

要追溯经济被视为独立的、具有特色的事物的历史,我们必须回到 19 世纪末。在此之前,一直是由斯密的政治经济学传统,以及后来卡尔·马克思更为激进的学说(写于 19 世纪中叶)为主导,形成对社会总体生产、消费、贸易以及财富的理解。但是,19 世纪后期是一个科学、技术和学术发生深远变革的时期。欧洲社会向殖民地扩张,大工业城市迅速发展,电器机械、制药和自然科学等领域取得了巨大的跨越式发展。也正是这个时期,现代经济学作为一门专业学科建立起来了(Mitchell, 1998)。

从19世纪70年代开始,经济学家的关注点逐渐从政治经济学——即对国家财富进行编组和管理——转向更多地关注个体(individual)经济决策。将这些决策整合在一起,从而建立起经济整体系统运作的模型。这一思想的出现,恰逢物理学和化学也在构建关于自然科学的模型,这并不是一个巧合。经济学家采用了与自然科学家非常相似的方法,甚至从物理科学中借用了术语。当时物理学的主导理论,是将能量理解为将宇宙中所有物质和过程统一到一起的力量。经济学家找到了与物理学“能量”对应的一个概念——“效用”(utility),任何“经济的”东西都可以通过其价值或有用性,即“效用”来加以衡量。就像物理学中的能量一样,效用代表了所有经济交易中的普遍要素,并使得交易过程可比较、可计量。以这样一种对经济过程

40

专栏 2.1 经济学隐喻

当我们需要减少事物的复杂性以抓住其实质,从而形成可把握的概念性描述时,就需要使用隐喻。实际上,前面这一句话中就包括了三个隐喻(斜体字),说明隐喻的使用是非常普遍的。但这些是相对较小的隐喻。经济学使用更大的概念性隐喻,来试图使经济更易理解。从常规上看,用来表现经济过程的隐喻包括科学语言、物理模型和生物模型等。

有时候,经济隐喻使用牛顿物理学的语言将经济过程概念化为物体、流、力以及波的互动。一些日常表述可以说明这一点:市场是将买卖双方联系在一起并分配资源的一种机制;原材料所在的位置对生产者产生了万有引力般的吸引;而距离则构成了阻碍消费者到遥远的地方购物的摩擦力。因此,经济行动者被简化成理性的经济人,遵循经济“定律”,就像原子遵循物理定律一样。对经济更为复杂的理解,可能也求助于物理隐喻,如我们所谈到的经济周期(cycles)、投资波(waves)等。

生物学过程为经济学隐喻提供了更为丰富的来源。在谈论经济的健康(health)和增长(growth)时,我们是将其看成有机体或身体来进行描述的。在流通、再生产周而复始以及经济危机的传染性等概念中,也能看到生物学隐喻。生物学隐喻还能描述更广层面的逻辑过程。例如,市场提供了一个自然选择的过程,在这个过程中,只有最具适应性和最强壮的(即最有效率的)才能存活;危机则淘汰了最缺乏效率的生产者。同样,发展本质上也是理解自然界生长和变化过程的生物隐喻,就像人体的成熟过程——我们将在2.4节进一步讨论这一思想。

41

显然,我们离不开隐喻。我们总是需要隐喻帮助我们思考。但我们需要意识到通过这些隐喻来理解经济过程意味着什么,因为毫无疑问,它们并不完全“适合”它们所隐喻的情境。因此,虽然在有些情况下将经济行动者视为遵守定律的“原子”很有用,但又很容易将一些重要的经济问题排除在外。更广泛地说,把“自然法则”直接置换到社会领域,将抹煞很多其他非常规的经济学思考以及其他经济因素的可能性。

的统一理解为基础,个体生产者和消费者的行为就变得可预测,就像预测原子和分子的运动一样,而且经济行动者所创造的经济过程可以类比成物理学家所研究的力学与力学运动。的确,就像之前提到的,经济学家直接借鉴了物理学的术语来理解经济行为——例如,均衡、稳定性、弹性、膨胀、摩擦,等等(Mitchell,1998)。这些隐喻至今仍被经济学家(以及几乎每个人)广为使用,如专栏 2.1 所示。

要使这些从自然科学中借来的隐喻有意义,必须设定关于人类经济行动者的一些重要假说。这些假说至今在经济学上仍被广泛使用,我们在第一章已经进行了介绍。从本质上说,必须假定在所有环境下人的行为都是相似的、理性的和持续的。这种理性是基于追求经济回报(或效益)最大化的目的——且回报是能够计量和计数的。通过运用这样的假说,19 世纪末的早期经济学家开始预测不同的刺激对经济行为的影响。于是,这样一种认识逐渐出现:即经济学不仅是对国家财富的管理,而且是一个具有理性和可预见性的关于经济投入、产出和决策的系统——且完全独立于政府、文化和社会。

美国经济学家欧文·费雪(Irving Fisher)对这一新的经济学视角的说明也许是最形象

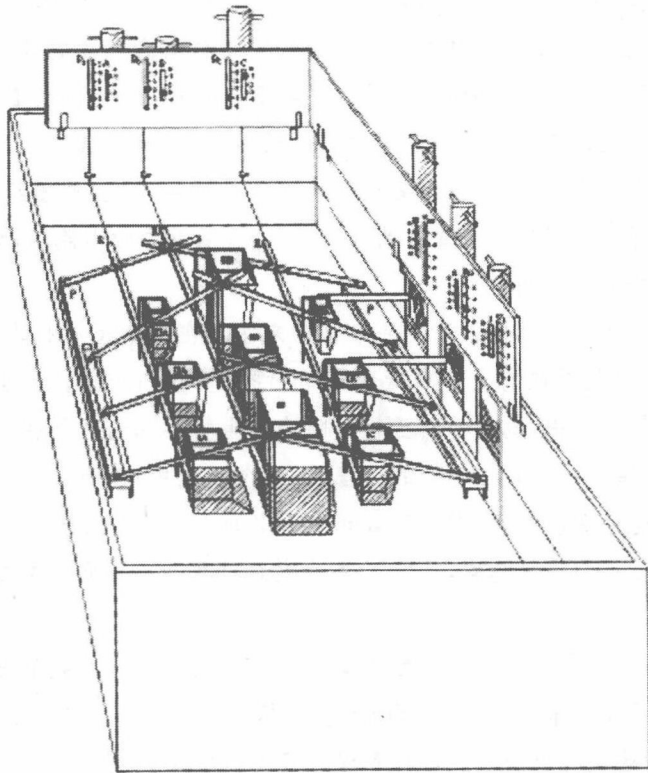


图 2.4 欧文·费雪讲课时使用的“经济装置”

资料来源:Brainard and Scarf(2005), Figure 5. 经 Blackwell 出版社许可转载。

的。在其 1892 年完成的博士论文中，费雪设计了一个描述经济的机械装置，这个装置由错综复杂的水箱、杠杆、管道、轴、塞子等组成。第二年，费雪真正完成了这个装置，并且在耶鲁大学授课的几十年中一直用它。通过调整各种水流和水位，费雪声称他建立起的经济预测模型可以用来验证和预测市场上的各种变化(Brainard and Scarf, 2005)。图 2.4 给出了费雪使用的“经济装置”的示意图，图 2.5 是他于 1925 年再次建立的替代第一个模型的更高级装置。

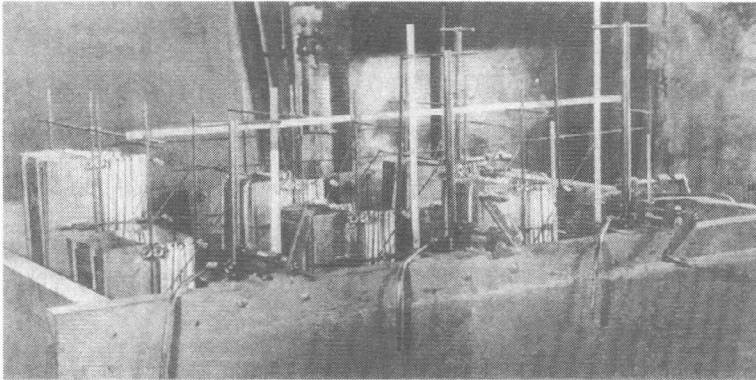


图 2.5 欧文·费雪讲堂里的装置：“刺激经济”，c. 1925

资料来源：Fisher(1925; ii).

当费雪继续进行经济的机械类比实验时，其他经济学家建立起了数学模型，将经济作为连贯的、逻辑性的实体进行研究。尤其是 20 世纪 30 年代，出现了用复杂的数学方法描绘经济过程的研究领域——计量经济学(econometrics)。这些模型的重要性不仅在于它们的复杂性和它们给经济研究带来了数学的严谨性，还在于它们使得经济学家能够超越经济是一套机械杠杆、水箱、滑轮的观念。费雪建立起来的那种模型能够对经济中更为复杂的过程进行描述，但是其本质是静态的，不能解决整体经济体的任何扩张，也不能应对任何外部变化。如果装置中的水开始蒸发或者开始渗漏，将会如何？或者，如果水箱的大小和数量随着时间发生了变化，或某种外部冲击打乱了装置，又将如何？这种模型并不能适应那些变化。而 20 世纪 30 年代发展起来的数学模型，能够分析经济的动态。由内外部力量共同驱动的经济增长和变化，第一次作为一个整体成为了分析的对象。

计量经济学为研究经济整体提供分析工具的同时，国家经济管理观念也出现了。英国经济学家约翰·梅纳德·凯恩斯(John Maynard Keynes)在其 1936 年出版的著作《就业、利息和货币通论》(*The General Theory of Employment, Interest, and Money*)中，树立起一种观念，即国家经济体是一个有边界的、自给自足的实体，可以通过具体的政策工具进行管理。这些工具包括控制利率、价格杠杆和消费者需求等。凯恩斯是在第二次世界大战前夕经济萧条和普

遍失业的背景下发展其思想的,而直到二战后,其思想才真正得到认可,并在政府经济管理中占据主导地位。从20世纪40年代到70年代近30年的时间里,凯恩斯主义是工业化、非共产主义国家经济管理的正统理念。

因此,直到20世纪40年代,我们今天所说的“经济”才成为一个流行概念。当时的经济思想认为经济过程有几个重要的特征,这些特征与本章前面几节所概括的假设相近似:

1. 经济被视为一个外部领域,与生活的其他部分相分离。基于物理或生物过程的隐喻极大地推动了这一概念的形成。当把经济想象成一个机器或有机体时,就更容易将其视为孤立于我们自身的外部力量。这样就可以认为某些人或地方受到了经济的影响。斯普林斯汀歌词中44 对经济的描述,在将经济视为居家管理或者是国家财富管理的年代,就是无法想象的,因此只可能出现在20世纪后半叶。将经济视为机器或有机体,也使得我们能够思考它的“健康”和“强壮”,就像乔治·布什在演讲中描述的那样——同样,如果在一个世纪前,这会是十分奇特的想法。在“经济”一词前面加上定冠词,是一个重大的改变,意味着新的含义——以前经济是某种活动或态度,现在它是一个“事物”。

2. 由于认为经济的运行是按照其自身内部逻辑进行的,经济被视为独立于社会、政治和文化的过程。尽管政治体系、意识形态和党派政治可能随着时间和空间发生变化,文化和社会惯例也有可能显示丰富的地理多样性,但经济王国被视为完全按照其自身独立的、普遍的逻辑进行运转。尽管人们可能有不同的政治、社会、文化结构与认知,但其经济理性的普遍性是不变的。

3. 自20世纪40年代出现以来,“经济”主要是关注国家尺度的一个概念,通过应用20世纪30年代发展起来的新技术和新方法对国民经济进行分析和建模。也正是在上世纪40年代,国内生产总值(GDP)等国家经济层面的测量得到了发展。随着经济被视为国家层面的事物,全球经济的组织形式在国家间(inter-national)层面上构建起来了。20世纪40年代建立起来的机构包括国际货币基金组织和世界银行,显然是各国政府为了协调经济形成的联盟。

4. 最后,国民经济被视为一种机器,政府可以通过干预措施对其进行维护和管理。这一概念引入了另一个观点,即持续的经济增长不仅是可能的,而且是国家政府应履行的职责。乔治·布什关于“健康增长的经济”的宣言,反映出当代民众对全世界政治家的普遍期待,但这只是产生于20世纪后半叶的相对新颖的观念。

综上所述,我们可以看到,很多对经济的想当然的认识实际上是一系列相对较新的理念。欧洲的工业革命产生了国家层面的劳动分工,建立了一套由很多部分构成的经济关系。但是,45 经济作为一个可调节的有机体或机器这一观念,直到19世纪末才出现。直到上世纪40年代,这一观念才被广为采纳,并逐渐成为政治说辞和普遍认识。

通过以上对经济观念历史沿革过程的考察,我们得出了一点重要的结论:人们对于经济的

理解、测度和管理的方式，不存在任何理所当然的或是基本的东西。相反，当前对经济的思考方式是特定历史和空间环境的产物。认识到这一点，可以从很多方面解放我们的思想。首先，这将使得我们可以考虑那些被常规经济学概念和分析排除在外的其他生活方面。第二，它将使我们认识到，对经济及经济过程的某些特定认识，可能不仅仅是学术活动，而且反映并增强了社会特定群体的利益。在本章接下来的两节，我们将考察这些可能性。

2.4 经济学之外的“经济”

我们已经看到，自 20 世纪中叶以来，经济被描述为独立的、可确认的事物。在这一过程中，什么可算作经济的组成部分，什么不算，也被重新界定了。首先，能否被计量将决定一个事物是否被纳入经济范畴。计量经济学作为经济过程“科学”的崛起，意味着一种现象要被纳入经济模型，必须是可以计量的。因此，如果一个行为发生在现金交易之外，或者一个活动的货币价值不易明确，则不能定义为经济活动。

然而，对经济过程的仔细考察表明，很多经济活动发生在正式的、可计量的经济之外。这些活动被比作经济学冰山浸没在水中的部分（图 2.6）。以市场交易为目的的生产和现金交易、资本主义制度公司中的计薪劳动等，仅仅占实际日常生活中各种资源生产和交换的很小一部分。在家庭、合作社、社区以及其他很多组织中，人们进行工作以及资源分享和交换的形式并不是正式的经济过程。这种忽略不仅错误地计算了经济，还低估了某些群体的工作价值。我们之前提到过这个问题：妇女是无报酬家务劳动的主要从事者，她们的劳动被系统地排除在正式经济之外了。

主流经济学观点对于具有显著经济文化差异的群体也有影响。例如，加拿大、美国、澳大利亚等地的土著居民对财产权往往持有不同观点（Castree, 2004）。现代西方观点认为，财产可以私人拥有、买卖；而在很多土著文化中，个人所有权是一种非常陌生的概念，土地或海洋资源的使用权利是共有的，任何个人没有买卖这些资源的权利。当今世界上关于钻探权、捕鱼许可、采伐许可等的无数争议，都在一定程度上来自于这种文化差异，而西方企业通常没有做任何努力去认识这些差异。

我们已经看到，常规经济学方法不仅要求基于金钱交易和资产所有权的量化分析，而且认为所有其他形式的人类活动——如社会、文化和政治活动——是与经济相分离的，其运行逻辑与经济活动完全不同。可以认为这些领域对经济有影响，也可以认为它们受经济的影响，但有一点是不变的，即它们与经济完全孤立。但是，本书中很多章节都将论述，经济过程是深深植根于其他形式的（如环境）人类活动之中的。

以自然界为例。自然界通常被认为是经济过程的外部因素。大多数关于自然界的日常解

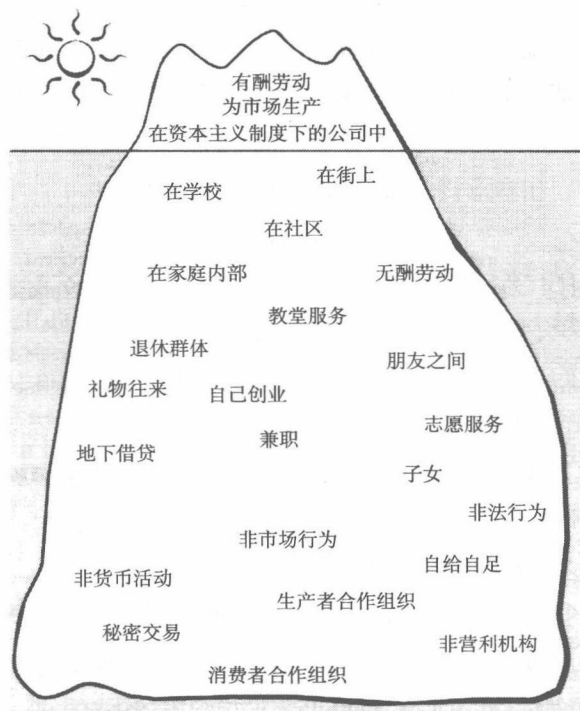


图 2.6 经济学冰山以及浸没在水中的非经济行为

资料来源：Gibson-Graham(2006:70)。Ken Byrne 绘制，经作者同意转载。

释将其描述为未受人类活动影响的事物。但是，如我们将在第六章中提出的，自然界与经济过程紧密相连。不仅自然环境承受了经济增长带来的污染和负面效应，甚至原生态的大自然也被赋予了市场价值——例如旅游业的发展。而且，自然资源（石油、金矿、水、橡胶等）本身都被商品化了，成为经济过程的投入资源。的确，从某些方面看，经济本身就是将自然从一种形式转换成另一种形式的过程——将种植的橡胶转换为汽车轮胎，或者将钻石矿藏转换为订婚钻戒。每一个经济转换过程同时也是一个环境过程——包括环境资源的投入、转换过程以及对环境产生的影响。

另一个例子是劳动力市场。通常的假设是，劳动力市场将以公正、客观的方式把适当的技艺与相应的工作相匹配。但是，正如我们将在第十二章和第十三章详细论证的，性别和族裔通常对个人获得的有酬工作有重大影响。有的工作与女性特质有关，有的则与男性特质有关。而且，有些工作场所已经成为高度男性化或女性化的环境了。与此类似，在许多城市劳动力市场上，正在发生以族裔分类的情况，即某些特定工作主要以某些特定群体为雇佣对象。那么，性别和族裔就不再是“非经济”因素了；相反，它们是身份认知的形式，而经济资源正是根据这

种身份认知而分配的。反过来说，劳动力市场等经济过程是识别性别和族裔身份的场所。

将国家和经济相分离也是非常困难的。我们将在第七章谈到，世界各国政府都密切参与其境内发生的经济活动。一方面将经济描述为孤立的特定领域，另一方面又期待政府对经济进行管理和培育，这的确是自相矛盾的。在现实中，经济和政治是分不开的。如果没有国家机构，就不可能建立起大规模经济联系所必需的前提条件，我们所说的“经济”也将不存在——教育、卫生保健、交通、货币、法律等体系仅仅是其中几项。当然，国家本身作为一个实体，其实际范围在很大程度上取决于对经济活动的控制力及其经济的地域延伸。

甚至从事购买、生产和销售等“纯”经济行为的企业和消费者，也经常被经济理性之外的因素所引导，对此我们将在第十章和第十一章中谈到。消费者对于特定的产品或服务是否值得购买的判断非常主观。通过仔细考察消费者的偏好，我们会发现他们做出选择的动机并不完全是基于效用或利益的最大化。相反，很多消费选择在一定程度上是基于产品的象征性或文化价值，或其族裔可接受性（我们将在第四章论述）。例如，消费者对摩托车的品牌和型号的选择，可能是一个复杂的综合考虑过程，一方面基于产品在可靠性、再销售价值、燃料效率和效用性能等方面的可量化因素，另一方面也取决于消费者对产品的文化认同，以及对尾气排放的环境影响、生产企业的劳工状况等社会因素的考虑。甚至日常经济交易中所使用的硬币和纸币这种看起来纯属经济领域的东西，也具有很强的文化特征。欧洲国家关于加入单一货币区域（欧元区）的辩论，以及其他地区对“美元化”的争论，都表明货币本身就是一个文化符号（Gilbert, 2005）。当然，反过来说也是正确的，即一些被认为是“文化性”的领域或事物——如迪斯尼乐园、巴黎小酒馆，或音乐下载——实际上是经济性行为。

可见，经济、文化、政治之间的界限是非常模糊的——惯常归属于一个范畴的过程或事物，对另一范畴也有重大意义。的确，将这些领域相互孤立起来将造成各种问题。就像本节所论述的，要理解经济过程，有必要将其置于更广泛的情境之中，将其视为广泛情境的组成部分。本书剩下的部分将继续对此进行讨论。

2.5 经济过程的再现

通过之前的章节，我们认识到当代“经济”这个概念的出现反映了特定的历史、时间和地点等环境因素；也认识到这一观念使我们得以以选择性的方式看待世界。我们所做的，本质上是将经济看作一个“话语”（discourse）——即对我们的世界观和方法论有重大影响的一系列解释和理解（专栏 2.2）。在对经济进行发散式分析的过程中，我们不仅说明了想当然的经济理解是特定历史和地理环境下的产物，而且表明它根植于权力关系之中。无论是西方经济利益凌驾于殖民地土著人民之上的权力，还是男人高于女人的家族统治权力，经济的特殊定义方式都

强化了这些不平等关系。本节我们将继续论述这一点,更明确地揭示经济话语反映和强化权力的方式。为此,我们将注意力转向两个经济进程,这两个进程自20世纪40年代“经济”观念出现以来,就一直决定着世界经济的特征:一是“发展”进程主导了上世纪50年代至80年代关于全球经济互相依赖的讨论;二是“全球化”进程自80年代后成为了主要话语。对于这两个经济进程,我们都将简要说明有关概念和话语如何根植于权力关系,以及如何强化了全球权力系统的不平等。

49 专栏 2.2 什么是话语?

话语指的是对事物进行概念化的一整套技术和方法,从而使事物更有秩序、更易于被理解。“事物的秩序”实际上是法国哲学家米歇尔·福柯(Michel Foucault)的一部重要著作的标题。这位哲学家为我们理解语言对人们的世界观和行为方式的影响做出了重要贡献。福柯尤其感兴趣的是,如何使用一系列语言、技术和机制等方法来对人进行描绘(如将人描绘为罪犯、精神失常者、非正常人等)。

那么,要分析一个话语,就要考虑惯常词汇的使用、专门知识的构成,以及对特定现象的机制性分析(即如何通过政府、法律、习俗、宗教、学说等机制性安排将某种思想理念植入民众的生活体系),如何决定了我们对特定事物的观点。话语的制度化十分重要,因为这凸显了这样一个事实:话语不是某个人有意识的创造,而是一种必须通过持续的再创造(或“实施”)才能得以持续的集体性观点。但是,不是任何话语都能够成功地成为主导性话语。话语反映并重塑了权力的配置与布局。话语反映了权力的形式,只有掌握权力的集团可以根据自身需要来决定话语包括什么、不包括什么,哪些是正常的、哪些是非正常的。然而,话语也可以重塑权力结构,即通过有力的“重组和构建”所描述的事物使其变得“理所当然”。

发展

50 在理解世界上“欠发达”或“不发达”地区所面临的问题及其解决办法时,一种普遍的认识是,经济是能够发展的,就像人体的发展会经历不同成熟阶段一样。但是,正如“经济”本身就是一个很新的观念,这种认识也是相对较新的。“发展”这一概念起源于18、19世纪对“进步”的认识,直到二战后,社会本身才开始被贴上与“发展”有关的标签。美国总统哈维·杜鲁门在其1949年的著名演讲中,提到世界上的“不发达地区”,以及需要给它们“公平待遇”。在接下来的几十年中,这一概念随着欧美大多数殖民地获得独立而广泛传播开来。在这种概念指引下,原殖民地的问题被视为“不发达”问题而不是殖民遗留的问题。国际复兴开发银行(International Bank of Reconstruction and Development,现在通常被称为世界银行)等组织在20世纪40年代建立起来了,从而使发展问题机构化了。围绕着发展问题的专业领域也出现了,力

图通过明确政策措施来解决贫穷和不发达问题。因此，“发展”成为了“话语”的一个典型例子——建立起了一套词汇表、一群专业机构、一个专业技能领域，以特定的方式看待这个世界，从而同时界定了问题和解决问题的方案(Escobar, 1994; Crush, 1995)。“促进发展”变成了经济规划中的技术性工作。

但是，在这个话语中，有很多东西是想当然的。最明显的是，发展论假定所有经济体都能最终达到“发达”状态。因此，正统的发展论几乎没有提到，发达国家要维持其舒适的生活水平，实际上可能依赖于其他地区的“不发达”状态(如通过不公平交易，就像第一章中谈到的尼日尔的问题)。发展论通过将不发达问题降格为国家尺度问题，而掩盖了全球经济的相互依赖性。将欠发达理解为国民经济管理不善的结果，则意味着如果执行了正确的政策，就会很自然地带来发展。而有关政策几乎总是为发达国家的跨国公司获得“不发达国家”的资源、劳动力或市场提供更广阔的渠道。发展论还认为，西方资本主义现代化是所有其他社会都应追求的终极目标。换言之，这是推崇社会变革的某种特定结果的欧洲中心论。相对于这一规范的任何偏差——例如先前提到的关于财产权的其他观念——都被视为发展的障碍。

发展论不仅仅是对事物进行再现或将其概念化的一种方式，而且对人类生活有着切实的重大影响。它规定了“治疗”不发达地区的方法(这里的医学隐喻是非常恰当的)。从出口加工区到自由贸易协定，再到发展基础设施以促进旅游业，这些解决方法都遵循了进步和发展的既定观念。但是发展论也植根于它所出现的那个时代的地缘政治。20世纪50年代至60年代的冷战时期，资本主义“西方阵营”与社会主义苏联集团对垒。在那一时期，各种经济体都能发展成为富裕资本主义社会这一思想是非常有用的。这种观念将第三世界的问题孤立成其内部政策的缺陷问题，将西方社会描绘为繁荣和稳定的模式，并认为这种社会模式是第三世界国家可以实际追求的。美国经济学家沃尔特·罗斯托(Walt Rostow)于1960年出版了著名的《经济增长阶段论》(*The Stages of Economic Growth*)，此书概括了第三世界国家发展到发达国家水平所必须具备的条件，且添加了一个尖锐的副标题——“非共产主义宣言”。因此，发展是经济话语的一个典型例子，它反映并强化了当今全球的权力关系。

51

全球化

尽管“发展”仍然是一个重要议题，但现在“全球化”这个概念也在广为流传。它经常指的是全世界范围贸易流动和投资流动的深入和扩大，越来越多的地方逐渐融入超越本地、区域，甚至国家尺度的经济过程中。简单地说，“全球化”是一个关于经济活动运行尺度的再构建的概念。无论是在谈判桌上进行自由贸易协定谈判的人，还是设置路障对自由贸易进行抗议游行的人，都有一个共识，即全球化作为一个可以明确认知的进程正在出现，并且这一进程是不可避免的。著名经济学家莱斯特·梭罗(Lester Thurow)明确指出了这一点：

全球化的一个关键特点是,它不是由政府的参与和决策所决定的。全球化是由在世界范围内寻找最佳产品生产和销售地点的商业企业所主导的。这个过程将持续下去,与政府的决定无关。如果我们任由全球化自然发生,有利因素很可能会超过不利因素。如果我们积极塑造全球化而不是被动地适应,那么我们就能够减少不利因素。

(Thurow, 2004)

显然,梭罗认为全球化是一个不受管束、在很大程度上自然发生的过程,在此过程中商业活动在全球进行整合。这一观点被政治言论、媒体分析以及学术研究所普遍接受。

52 但是,我们可以对这一话语进行批判性考察,从而找出全球化是否真如梭罗等所说,是一个“自在之物”(out there),且其出现和发展是不可避免的。我们看到,关于“全球化是不可避免的”这一话语存在着一系列悖论。首先,全球化经常同时被描述为特定现象的原因和结果——例如,中国向全球投资开放是全球化经济的要求,而这一开放过程的结果是全球化程度的加深。这样,全球化既是特定政策的前提,同时又是该政策所产生的结果(Cameron and Palan, 2004)。第二,全球化被视作不受人控制的、不可抗拒的外部力量,但它同时又是一种社会现象。当政府提出必须使贸易流动更为自由以适应全球竞争环境的时候,它们忽略了当前的全球竞争环境在很大程度上是过去贸易自由化有关法规的产物。因此,政府是全球化的创造者,而不仅仅是全球化的应对者(第七章)。简言之,在某些方面,全球化论不仅描述了某些现象,而且创造了这些现象。因此,梭罗有关言论的问题在于,商业企业在全世界范围内找寻合适的地点,并不是它们想做就可以做到的,而是因为政府法规和技术允许它们这么做。最后,全球化不是一组不可控的“自在的”过程——它是可以由一系列机构进行规范 and 管理的。梭罗关于全球化应该被“塑造”的建议,毫无疑问是恰当的,但实际上全球化的每个方面都已经以各种方式被管理和规范了。从涵盖特定商品的全球贸易协定(例如第四章中提到的咖啡贸易等),到涉及商业惯例的国际标准(例如国际会计准则委员会, International Accounting Standards Committee),再到“有机产品”或“公平贸易产品”的认证,贸易全球化已经成为各种规章制度严密调控的对象。问题的关键在于,现有的这些调控框架服务于谁的利益? 这个问题在本书中被屡次提及。

2.6 小结

本章中,我们批判地检验了一些最受推崇的经济学假说。从大众媒体到学术界,都应用这些假说进行经济分析。我们发现,“经济”与我们开始假想的不同,它不是一个理所当然的、毫无疑问的概念。首先,它的历史起源相对来说是很短的,并且是特定历史和地理环境的产物。

这说明了社会科学知识存在的一个更广泛的问题——它并不能实现对世界运行规律的完全认识，而只是特定时间和地点的产物。我们对经济进行讨论的意义在于理解和思考我们所处的状况——几个世代以前，这个概念有不同的含义，或许几个世代之后，它的含义会再次发生变化。

我们也看到了经济理念有待进一步发展的一个方向，即考虑不同形式的生产、交换和消费。而这些在狭义的经济解释中都被排除在外了。接下来的几章将提到，这种发展正在进行中，例如，考察劳动力的其他形式（第九章）或计算经济生产时将无酬劳的家务劳动也包括在内（第十二章）等。如果我们放宽关于经济过程独立逻辑的假说，就可以更宽泛地来理解经济。当文化、环境、社会和政治过程被看作经济过程的基础和环境（反之亦然）时，我们就能将经济理解为实实在在的生活体验过程。本书将展示当代经济地理的主要任务，即力图将各种被孤立的经济领域重新结合起来，从而形成对经济运行过程的全面理解。

最后，我们认识到，狭义的经济理解方式不仅仅是特定历史时期的产物，同时也是权力的产物，因为任何时候占主导地位的经济思想都是强势群体利益的反映。而且，经济过程的话语本身就是强大的——正如对“发展”和“全球化”等概念进行分析时所体现的，认识世界的主导性话语将构成诊断并治疗经济“疾病”的基础。

延伸阅读材料

- 蒂莫西·米切尔(Timothy Mitchell, 1998; 2002)提供了一系列精彩研究，探寻“经济”概念发展的轨迹及“发展”话语对埃及的影响。
- 关于经济与文化互动的早期见解和论述，请参见思里夫特和奥兹(Thrift and Olds, 1996)、克朗(Crang, 1997)、卡斯特里(Castree, 2004)提出的新评判。
- 巴恩斯(Barnes, 1996)和麦克洛斯基(McCloskey, 1998)考察了经济学概念中引用科学性隐喻所起的作用。凯莉(Kelly, 2001)考察了东南亚经济危机中使用的经济隐喻。
- 关于“发展”话语的更多信息，请参见埃斯科巴(Escobar, 1994)和克拉什(Crush, 1995)的文章。关于“全球化”话语的精彩论述，请参见卡梅伦和帕兰(Cameron and Palan, 2004)的著作。
- 关于将经济作为一个逻辑性实体的政治影响的创新性分析，请参见吉布森-格拉汉姆(Gibson-Graham, 1996; 2006)的著作。

问答题

- “经济”的含义如何随着时间发生变化？为什么发生变化？
- 当我们讨论“经济”时，生产、交换或消费活动的哪些内容通常包括在内？哪些内容被排除在外？
- 在不了解人类社会和自然环境的其他维度的情况下，可能理解经济过程吗？

- 解释各种隐喻如何塑造了我们对经济过程的理解。

54

延伸阅读资源

- <http://www.cepa.newschool.edu/het/>: 纽约新学院大学经济思想史网站提供了一些重要经济思想家和经济概念的非常好的资料。
- <http://www.hdr.undp.org/hd/>: 联合国开发计划署网站阐述了“人类发展系数”，这是一种超越了狭隘的 GDP 定义的新的发展衡量工具。
- <http://www.communityeconomies.org/index.php>: 由经济地理学家朱利·格拉汉姆 (Julie Graham) 和凯西·吉布森 (Kathy Gibson) 等参与的“社区经济学”项目网站, 考察并实践了非常规的经济学模型。

(尹贻梅译, 刘卫东校)

参考文献

- Barnes, T. (1996) *Logics of Dislocation: Models, Metaphors and Meanings of Economic Space*, New York: Guilford.
- Brainard, W. and Scarf, H. (2005) How to compute equilibrium prices in 1891, *The American Journal of Economics and Sociology*, 64(1): 57-83.
- Buck-Morss, S. (1995) Envisioning capital: political economy on display, *Critical Inquiry*, 21(2): 434-67.
- Cameron, A. and Palan, R. (2004) *The Imagined Economies of Globalization*, London: Sage.
- Castree, N. (2004) Economy and culture are dead! Long live economy and culture! *Progress in Human Geography*, 28(2): 204-26.
- Crang, P. (1997) Introduction: cultural turns and the re(constitution) of economic geography, in R. Lee and J. Wills (eds) *Geographies of Economies*, London: Arnold, pp. 3-15.
- Crush, J. (ed.) (1995) *Power of Development*, London: Routledge.
- Escobar, A. (1994) *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Fisher, I. (1925) *Mathematical Investigations in the Theory of Value and Price*, New Haven, CT: Yale University Press.
- Foucault, M. (1970) *The Order of Things*, London: Tavistock.
- Gibson-Graham, J. K. (1996) *The End of Capitalism (As We Knew It): A Feminist Critique of Political Economy*, Oxford: Blackwell.
- Gibson-Graham, J. K. (2006) *A Postcapitalist Politics*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Gilbert, E. (2005) The inevitability of integration? Neoliberal discourse and the proposals for a new North American economic space after September 11, *Annals of the Association of American Geographers*, 95(1): 202-22.
- Kelly, P. F. (2001) Metaphors of meltdown: political representations of economic space in the Asian financial

- crisis, *Environment and Planning D: Society and Space*, 19:719-42.
- Keynes, J. M. (1936) *The General Theory of Employment, Interest and Money*, London: Macmillan.
- McCloskey, D. (1998) *The Rhetoric of Economics*, 2nd edn, Madison, WI: University of Wisconsin Press. 55
- Mitchell, T. (1998) Fixing the economy, *Cultural Studies*, 12:82-101.
- Mitchell, T. (2002) *Rule of Experts: Egypt, Techno-politics, Modernity*, Berkeley, CA: University of California Press.
- Rostow, W. W. (1960) *The Stages of Economic Growth: A Non-communist Manifesto*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Smith, A. ([1776]1976) *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Chicago: University of Chicago Press.
- Thrift, N. and Olds, K. (1996) Refiguring the economic in economic geography, *Progress in Human Geography*, 20:311-37.
- Thurow, L. (2004) Globalization is inevitable, *Credit Suisse Emagazine* (<http://www.emagazine.credit-suisse.com/>), 9 February 2004. Accessed 1 June 2006.

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？

目 标

- 对不均衡的发展过程进行结构性和系统性的思考
- 理解资本主义经济的基本原理
- 把不均衡发展看成资本主义系统逻辑的必然结果
- 结合资本主义制度下的空间生产来理解不均衡发展

3.1 引言

2004年,居住在莫斯科的亿万富翁(以英镑计)有24位,仅次于纽约。据估计,这些莫斯科超级富豪控制着全球约500亿英镑(900亿美元)的财富。这些“新俄罗斯人”的财富主要来自于上世纪90年代中期大批国有工矿企业的私有化——其中许多位于俄罗斯边缘地区。这个群体中最引人注目的是罗曼·阿布拉莫维奇,他拥有超过70亿英镑的财产,并且因为购买了伦敦切尔西足球俱乐部而声名鹊起。阿布拉莫维奇的发家史就是一个俄罗斯式的传奇故事:一个出身贫寒的孤儿被远房犹太亲戚收养,在俄罗斯西北部恶劣环境中长大,中途退学,却最终掌握了庞大的经济和政治权力。阿布拉莫维奇的财富来源于俄罗斯的石油行业。上世纪90年代,俄罗斯国有石油公司通过将股份分配给工人的方式实行私有化,但这些股份很快被积聚到少数人手中。随着他的产业帝国迅速扩展到民航、铝业和房地产等领域,33岁的阿布拉莫维奇于1999年成为俄罗斯边远地区楚科奇州的行政长官。

60

虽然阿布的故事不同于平民百姓,却揭示了当代经济生活的一些显著特点:从共产主义政权解体和市场经济体系改革以来,俄罗斯经历了财富向少数人迅速集中的过程。更有意义的是,这个故事展示了经济活动的空间不均衡现象。2002年,虽然大约只有8.6%的莫斯科人生活在贫困线以下,但是在边远的楚科奇州地区,这一数字却高达37.7%(World Bank, 2005)。简言之,虽然有些地方在全球资本主义经济体系中繁荣发展,但其他地方却可能萧条停顿。在俄罗斯和其他许多以初级产品为主要经济支柱的发展中国家(例如第一章提到的尼日尔),贫

穷和边远地区出现了经济活动活跃的现象,特别是采矿业和其他资源开采型经济活动迅速增加。但是,这些活动所创造的大量财富却通过各种渠道汇入一小撮富裕的城市精英阶层的银行账户。这些财富中的一部分进而以各种方式汇入或流经伦敦等国际化城市——这正是阿布拉莫维奇购买足球俱乐部和大量地产的地方。从更大的地理尺度上看,俄罗斯已经从一个超级大国沦为“发展中国家”,越来越多的俄罗斯人外出移民务工。从城市、国家或者全球尺度上来看,我们可以看到一个不均衡发展的动态演变过程。总而言之,呈现的是一种财富集中而非扩散的态势,同时伴随着经济繁荣和萧条的动荡交替。

随着本书进入第二部分,我们的目标是揭示经济空间的动力。本章提供了一个重要的概念性基础,以帮助我们理解为什么日常经济状况会不断变化,有时向好有时向坏。这种变化的动力与我们所处的经济体系的组织和再生产模式密切相关。在这一章里,我们将解剖资本主义这一经济体系,阐释它为何必然引发时空的动态不均衡。之后三章,我们将着重讨论资本主义体系的一些具体领域,包括产品链、技术以及自然/资源等。

61 本章首先回顾把不均衡发展看成是自然/环境条件的必然结果或社会演变的结果这两种观点(3.2节)。在很多方面,这两种观点都与对“为什么有些地方比其他地方更富有和发达”这一问题的普遍认识有关。在3.3节,我们在马克思主义政治经济学流派(专栏1.2)的基础上提出了一个新观点。我们认为财富创造是人为过程而非自然现象。这个人为过程,也即我们所说的结构化过程,涉及社会财富在空间上的生产、流转和分配。换言之,财富创造的地理过程必然导致不均衡发展。在3.4节和3.5节,我们将对资本主义这一财富创造和分配的主导体系中产生不均衡发展的机制进行详细探讨。在阐明这些基本原理和机制后,我们再看看特定地方及其居民如何认识资本主义不断改变的经济地理格局(3.6节)。最后,3.7节指出,并非资本主义体系中出现的所有事物都是资本主义制度的必然产物,它们同时也是政治和军事力量干预和调节的结果。

3.2 不均衡发展——理所当然!

在第二章,我们论述了“发展话语”即“发展论”,作为一系列诊断不发达问题的成因并提出解决方案的认知、制度和技术层面的知识体系。但是这一话语所要描述、解释或促进的“发展”或“欠发展”到底指的是什么?“发展”的传统定义认为,这是一个经济增长的过程,也就是集体财富增加并带来社会变革的过程。这种社会变革通常意味着向着现代社会、城市社会直至工业社会的方向演变——因此,经常有人批评“发展”这一概念是一种种族中心主义(ethnocentric)观点,迫使非西方社会的民族向西方生活方式看齐。但是我们这里关注的重点并不是“西

方化”等现代化发展所带来的社会和文化意义,而是关注与经济发展过程密切相关的财富创造和分配的不均衡状况。

解释经济发展不均衡的一种常用方式是将其看成一种自然状态。说它自然,一方面是因为自然资源分布的不均衡性(例如油田的分布取决于原油资源的分布),另一方面是因为增长总是先从某个地方开始,然后在适当的条件下再向其他地方扩展。在关于经济发展的空间和社会不均衡的讨论中,这两种观点都有所体现。粗略看来,将人类社会的不均衡性归咎为自然界的不均衡性是一个看来说得通的解释。毕竟工业革命最先就是在英国北部拥有水、煤炭、铁矿以及其他合适资源的小城镇开始的。直至今日,自然界仍然为美国、加拿大和瑞典等国家赋予了丰富的矿产、农业和林业资源。

然而如果我们把视角再放宽一些,就可以发现这种观点是站不住脚的。印度尼西亚有着非常丰富的矿产、农业和林业资源,但是全国 2.18 亿人口的人均收入只有 3 361 美元(根据购买力平价差异加以调整)。它的邻国新加坡,一个几乎没有任何自然资源的岛国,人均收入却约为 24 481 美元。日本的石油、天然气和矿产资源储量也不丰富,而且耕地资源缺乏,但是它的国民收入却是印尼的 9 倍。同样,2004 年尼日利亚的石油储量预计达 350 亿桶(占全球石油总储量的 3%),却有超过 1/3 的国民生活在贫困中(<http://www.hdr.undp.org>,访问于 2006 年 2 月 6 日)。因此,工业原料充足并不足以保证一国国民的经济福祉。事实上,世界上最富有的国家和世界上自然资源最丰富的国家之间并没有太大的关联性。显然,我们必须从其他途径来解释发展的不均衡。

另一种观点较少关注国家自然资源的多少,而更多地关注对自然资源进行开发和管理的社会组织类型。有人认为,具体社会类型中的政治结构、技术、运输方式等特点与可利用的生态和自然资源密切相关(Diamond, 1999)。因此,在过去的几千年中,一些人类社会发展了先进技术,而同时另一些人类社会在食物采集、社会组织、旅行等方面仍然采取最原始的方法,这些差异反映了全球空间中自然环境和人类关系的地理分化。人类社会之间最初的不平等就是这样产生的。当发达社会进行扩张并与其他社会发生联系时,前者就可以从后者获取各种资源。因此,欧洲人的枪炮和钢铁工具征服全球大部分地区,并且建立了有利于欧洲社会(及其他欧洲人定居地)的贸易关系。相比之下,与欧洲人遭遇的北美土著社会虽然也高度发达,但是他们没有发展金属加工技能,对欧洲人口密集地区普遍出现的疾病也缺乏免疫力。在这种及其他模式的殖民主义下,欧洲人从殖民地攫取资源并将资源输出到工业化的殖民核心区。直至今日,可以说这种情况仍在继续塑造着全球财富创造和分配的(不均衡)模式。

这一观点的吸引力在于它驳斥了世界各地的人群天生具有不同的才智、创造性、能力禀赋的说法。相反,不同的自然环境中孕育出了不同的社会类型,从而形成了差异。但是,这种观点主要认为:现在我们看到的全球财富和生产的(不均衡),是由于过去 13 000 年间各种社会产

63 生的差异所决定的。一旦各种社会相互联系起来(自大约 500 年前开始),由于之前各种因素已经木已成舟,不均衡也就成为必然。显然,这并不足以解释近期全球经济的财富流转。如何理解爱尔兰、新加坡的富裕和中国、印度的崛起呢?如何解释发达工业社会中存在的发展不均衡,如欧洲和北美地区传统工业中心的衰退和高新技术产业地区的兴起?

还有一种观点,并不以考察不均衡的原因为出发点,而是假定随着时间推移,发展将使财富在各社会和地区扩散,从而使不均衡逐渐消失。这是过去 50 年有关经济发展的主流观念的核心。尽管学术思潮已有所变化,这种观点的核心依然没有改变,即如果国家采取合适的政策和策略,经济就可以得到发展。发展不均衡仅仅是一个暂时的状态,最终会自然而然地消失。这种观点最早出现在现代化理论(modernization theory)中,这一学派在 20 世纪五六十年代占据主导地位。该学派认为第三世界国家(也就是发展中国家)的发展存在文化和制度障碍,如果这些落后国家满足了特定的前提条件,就会朝着类似西方的工业化、现代化、大众高消费的社会模式演进。在这个理论的早期版本中,有关前提条件包括了高储蓄率和高投资率,以及消除对现代科学和工业生产发展的文化障碍等。这些观点归结到一点,就是经济发展最终趋向均衡状态,差异将随着时间推移而逐渐消除。这种普适主义假设在 1.2 节中已经有所讨论。

当前,这种经济学视角主要表现为,一些有重大影响力的全球性机构,包括国际货币基金组织、世界银行、世界贸易组织等(关于这些机构详见第七章),重点强调市场自由化和民主在财富创造和发展中的作用。其核心观点依然是:不发达是一种不正常现象,如果资本主义体系运转正常,越来越多的发展中国家成为像西方发达国家一样的民主社会,这种不正常就会自然而然地得到修正。接下来,我们把注意力转向资本主义体系的一些根本要素,从而探索另一种观点——资本主义制度必然导致不均衡。

3.3 马克思主义研究方法:价值和结构的概念化

价值的地理

64 上一节中提到的关于发展的传统经济学方法有一个重大缺陷,即它并没有解释财富是如何创造的,而是主要关注不同地区和国家的财富差异(有关资源禀赋的研究方法)以及这些差异随着时间推移如何被抹平(现代化理论)。我们可以退一步分析财富创造的基本过程,及在此过程中的地理性投入和产出。

在本质上,财富是经济过程中价值增加的积累回报。在此过程中,价值是以市场经济中商品和服务进行交易的货币来衡量的。因此价值创造是经济发展的核心,而欠发展则表明创造价值的自然资源或组织资源的相对匮乏(见之前的分析),或者是因为创造价值的个人、家族或

社区无法获取或留存其创造的价值。

价值是如何创造的?从根本上说,价值是由从事产品或服务的生产或转化活动的人所创造的。因此,劳动力价值反映在与生产商品和服务相关的每一项费用中——从建造工厂和办公室到制造机械和运输设备,从提取原材料到发展生产技术。这是理解马克思主义分析方法的重要环节。石油开采产生的价值并不是石油公司创造的,而是石油公司中从事管理或以各种方式为石油开采作出贡献的员工创造的。公司本身仅仅是一个协调活动和分配价值的组织平台。因此,一个大型石油公司的首席执行官每年的收入可能达到几百万美元,而一个钻井技术工人拿到的可能只是这个数目的一小部分。所创造价值的一部分以税收的形式上交给政府,一部分付给股东作为投资回报。

价值回报的分配方式以及回报获得者的空间分布将影响经济发展的地理格局。解释经济发展不均衡的关键不在于公司的运营地点,而在于经济活动的空间结构以及价值回报在不同运营机构中的空间分配。这一点我们稍后会进一步讨论(第八章)。现在我们来思考一下价值的创造过程。尽管公司中的每个人都在创造价值,但一些人的作用比另一些人更加直接和明显。例如,在墨西哥服装工厂中,一个缝制棉布衬衫的生产线工人显然为线和布料增加了价值,而公司位于纽约的负责策划营销方案的广告经理也在创造价值。同时,这些工作场所的清洁工、保安以及销售成品衬衫的店员都间接地对衬衫的价值有所贡献,当然也理应从中获取回报。

65

我们将在下一章分析这种商品链的组织细节,但是我们在此关注的是,商品链中不同节点之间的价值分布是理解发展和欠发展的关键所在。举个例子,自从20世纪90年代初苏联解体后,服装制造商在东欧和中欧国家为服装出口到西欧进行了大量投资。但据估计,留存在生产地的价值不到最终产品总价值的10%,其他价值分配到了政府税收、零售店、品牌设计、市场销售和运输等环节。也就是说,几乎产生的所有经济利益都流入了产品的销售地。

结构性思考

上面的例子说明,明确价值的创造过程及其留存地点,对理解日常经济活动在广义经济地理格局中的位置是很重要的。但我们不能把较大尺度上的经济活动仅仅理解为各种较小尺度的经济过程的聚合,还需要有一个分析上的飞跃。我们需要对经济运行过程进行抽象性思考,即经济活动背后的基本逻辑是什么。这需要对日常生活中不一定能感知到但却在不断塑造我们经济生活的结构性因素进行抽象思考。

经济生活的结构形式有多种多样——小农经济自给自足的生产方式,将创造的价值几乎全部保留在家庭中;封建经济产生的价值需上贡给地主;合作或集体经济生产活动创造的价值由集体共享,等等。所有这些类型的经济活动都存在于现实的经济世界中,但是当代经济生活

中占主导地位的是资本主义经济。

在第二章中,我们评论了把经济看成是具有特定内在功能、遵循一定经济定律的机制或有机体的经济学观点。但是这些主流方法过于狭隘,仅把经济这一抽象结构简单地理解为决定商品和服务价格的市场机制,其基本假设是,竞争性的市场交易将实现资源最有效的分配,从而使整个系统找到一个供需平衡点。据此类推,经济发展的不均衡性将随着时间推移自然而然地被消除。这些研究方法的结构化思考即市场机制运作方式,现代资本主义经济在一定程度上由市场机制决定。

66 马克思主义对经济过程的研究方法则对经济活动持不同观点。它否认市场这只神奇的手在解决经济和发展失衡问题上的有效性,而是强调了冲突、压力、矛盾和不均衡。正如本章后半部分所提到的,马克思主义理论认为发展的不均衡性这一特征不仅是资本主义不可避免的,而且是必要的。必须指出,结构化的研究方法并不是要对特定事件发生的必然性做出预测,它与传统经济学那种预见性科学不同。任何事情都有例外——预见经济不均衡发展的研究方法并不一定能预测这种不均衡性具体发生在哪里,以什么样的程度发生。我们需要认真区分事物的“发展趋势”和其发生的“不可避免性”。这是结构性思考的关键——即我们是在辨识系统的逻辑和规则,而不是要穷尽有关逻辑或规则在实际经济生活中的所有外在表现形式。正如这本书的第三、四部分所述,这些可能的的外在表现形式受到一系列不同的经济主体和社会文化过程的干预和调节,因此准确的经济预测几乎是不可能的。

3.4 资本主义的基本原理

我们已经建立了两个关键概念来理解经济发展的不均衡性。首先,在任何特定的经济系统中,对价值创造和分配的劳动过程的理解非常重要。其次,对经济系统进行结构性思考是理解其内部逻辑的重要前提。我们的任务是考察价值是如何在劳动过程中被创造出来,以及在当今占主导地位的资本主义经济体系中进行流转的。

要明确资本主义的基本原理,就意味要超越其在历史进程中被逐渐赋予的诸多非原理性含义。例如,有观点认为,资本主义是消灭了压迫的极权主义,并创造出比历史上其他任何经济体制都更为庞大的财富的成功制度(第七章);也有观点认为,资本主义是一个贪婪和剥削性的体系,激发了反资本主义运动(与反全球化运动相联系,见 8.6 节)。这两个相互对立的观点在很多方面都正确地反映了资本主义体系的特征。从本质上说,资本主义是一个通过剥削创造价值的体系。和其他的经济体系一样,资本主义体系中的价值是由人类劳动在生产过程中创造的。但是资本主义体系的独特性在于,劳动力和公开市场上的其他商品一样,是可以买卖的(关于劳动力的更多阐述,见第九章)。

首先,我们来看资本主义体系中的价值是如何创造和分配的。如果劳动力是可以买卖的商品,那么劳动力的价格是多少?简而言之,它需要满足一个工人穿衣、吃饭、居住、抚养下一代(未来的工人)的需要。这一数量随着地点和时间而变化。当然它也会随着不同的工作类型和部门而变化。但整体上看,维持劳动力及劳动力再生产的收入决定了劳动力的平均工资。资本家(雇主)通过出售所生产的商品,可以获得劳动力创造的产品的市场价值与劳动力价值的差额。

因此,资本家从被雇佣者身上榨取了剩余价值——即被雇佣者所生产的超出其工资部分的价值。在日常经济生活中,前者代表收入,后者代表总成本(所有成本——包括物质和非物质的成本——都包括在马克思主义研究方法的劳动力价值内)。榨取剩余价值的现象在马克思主义研究方法中被称作剥削。这种剥削只有在资本家掌握机器、田地、原材料等生产资料的条件下才能实现。资本主义的核心是不同社会阶层之间的关系——拥有生产资料的资产阶级与拥有劳动力并出售给资本家的工人阶级之间的关系。而谁将获得所积累的财富呢?——是能够雇佣工人并得到剩余价值的资本家。

这当然是日常现实生活的简化。由于一些被雇佣者(例如管理者、会计、律师、软件专家)获得相当高的薪水,我们可能要考虑是否把他们列为被剥削者。如今公司(生产资料)的拥有者变得比以前更复杂。许多大型企业有众多股东,每一个有退休金计划的员工都从其股份中获得了利益(因此很难明确区分雇佣者和被雇佣者或者不同阶级,特别是在复杂和成熟的资本主义经济中)。然而,如果我们的目的是明确资本主义体系的结构化过程(而不是将每个人对号入座到特定或单一的阶级),那么资产阶级和工人阶级之间的关系是重要的出发点。

我们已经注意到,资本主义是非常富有活力和创造性的。对更多利润的不断追求,意味着有制度性的激励措施不断推动新产品、新市场、新原料、新生产组织方法和新成本节约方法等创新活动的产生。这是资本主义体系中的一个基本逻辑或者说是内在动力。当然,这并不意味着每家资本主义企业都有创造性或新想法。但在竞争性环境中,这个体系会奖励创新者,而淘汰不创新者。在资本主义体系中,只有盈利的公司能够生存和不断成长。举例来说,资本主义体系在过去50年里不断设计和生产越来越好的电视机。尽管美国的家庭电视拥有率是全世界最高的,但是美国本土却没有多少自主品牌的电视机制造商。相反,东亚的电子企业统治了整个市场。随着来自东亚的竞争者通过产品创新、制造技术创新、降低成本等手段加大竞争优势,美国电视制造商不断倒闭。因此,随着资本主义的不断创新和发展,总有一些经济主体被淘汰。资本主义是一个同时具有剥削性和充满活力的体系。专栏3.1归纳出了这一体系的三个基本特征。

专栏 3.1 资本主义基本原理

1. 资本主义以利润为导向——整个体系的基本动力就是通过经济交易获取利润。为了维持利润,资本主义体系必须不断发展。没有增长,利润就会减少。如果不创造获取利润的新机遇,现有的利润就会不断在竞争中消磨掉。

2. 价值的增加依赖于生产过程中对劳动力的剥削,即劳动力创造的价值与其自身价值的差值。简而言之,资本主义是建立在资本家和工人的阶级关系之上。

3. 资本主义在技术上和组织上必然是有活力的。在激烈的竞争环境中,对利润的追求不可避免地要求资本家采用新技术和创新方法来从劳动力中榨取价值。

3.5 资本主义的矛盾

不可避免的危机

马克思主义经济研究方法的一个关键观点是,把资本主义各种特征放在一起,并没有产生经典经济学所预测的商品和价格的和谐均衡。相反,产生的是一个经常发生危机并具有内在不稳定性 69 和矛盾冲突的系统。本节将阐明产生这些矛盾和危机态势的根本原因。

资本主义通过劳动过程创造剩余价值(利润),并通过不断增长和扩张以积累更多的财富。越来越多的公司雇佣了越来越多的人,生产越来越多的产品。最终,随着时间的推移,抬高了劳动力的市场价格,同时由于商品供应量过多而降低了商品的价格。资本主义的第一个矛盾是其增长的内在需求与获利之间的矛盾。增长导致劳动力价格提高,而获利又要求劳动力成本最小化。解决这一问题的一个方法是技术调整:竞争中的资本主义公司尝试通过技术改造使产品生产比竞争者更具有成本效益。因此,资本家会推动减薪或在适当的时候使用机器代替人工来提高成本效益。对个体资本家和企业管理者来说,这种方法是理性行为。

采用机器替代人工的结果是产生劳动力的“后备军”(不一定在同一个国家)，“后备军”在劳动力市场上处于弹性流动的状态,通常维持了较低的工资水平。如果在职者要价过高而被挤出劳动力市场,总有一些失业者来填补空缺。但是,如果工资维持在低水平而人们又没有工作,那么产品的需求从何而来?工人为资本家创造的价值总是多于他们获得的报酬,所以总需求永远跟不上产品供应的增长幅度——这是资本主义的第二个矛盾。简而言之,工人的工资不足以对他们所生产产品产生有效的需求。

最终从整个体系来看,经济趋向于发生所谓的积累过度危机。资本家的商品供过于求,或者因为产品没有足够的市场需求而导致设备闲置。闲置的资本和闲置的劳动力同时同地存在,却无法把它们结合起来从事有用的社会活动——财富在不断积累,但是被剥削的工人却无

钱购买他们生产的全部产品。

由于这种结构化的趋势,资本主义体系倾向于产生危机和不稳定。对此有很多预防措施,比如在国外市场进行销售、压低工资,或者进一步投资能够节省劳力的机器(这一点将在后面讨论)。但是这么做只是延迟危机,并不能最终避免危机的产生。因此,资本主义内部的矛盾将不断爆发。我们不难找到财富和过剩、短缺和需求并存的例子(第一章中的尼日尔的食品供应状况)。实际上,经济繁荣和衰退通常循环出现。在20世纪的进程中,许多经济周期见证了各国家和地区经济体财富的增加或减少。在本章结尾的加利福尼亚案例中,我们就能看到这一现象。理解了资本主义体系的内部逻辑就可以使我们从有别于经济学常规解释的角度来看待这些危机。这些危机并不是经济的短暂停顿,也不是难以预测的外部“风暴”,而实际上是资本主义内在本质问题的表现。

70

资本主义体系对危机的处理

如果积累过度的危机是资本主义的内生特征,那么一个显而易见的问题是:为什么没有发生更大的危机?为什么危机没有对资本主义体系产生毁灭性的影响?在19世纪,马克思认为资本主义危机正在进一步深化,最终导致工人阶级(无产阶级)的崛起和社会主义革命的爆发。在20世纪的发展过程中,社会主义制度确实在世界很多地方建立起来了,实现生产资料国有化,推行中央集权的计划经济(如前苏联、东欧、中国、朝鲜和东南亚的一些国家)。但是这些国家在摧毁和消灭资本主义结构的程度上有所差异(第七章)。总的来看,资本主义较发达的地区很难出现社会主义政府,因此社会主义政府的出现不能理解为资本主义危机激化的必然结果。实际上,对西欧、北美以及其他的资本主义世界来说,20世纪有几个从危机(20世纪30年代的大萧条、20世纪70年代初期的石油危机、2000年网络泡沫的破灭)中成功恢复的标志性事件。

资本主义是如何成功渡过危机的?它如何容纳、化解、延迟危机爆发且使其不至于导致资本主义的灭亡?在这里,我们要从结构性的角度来思考这个问题。因此,要记住我们并不是在讨论危机可能对个体资本家或企业所造成的破产和失业等灾难,我们主要关注的是资本主义作为一个系统整体恢复赢利状态的四种方式(Harvey,1982):

1. 货币贬值:这个过程包括系统中的价值毁灭——通货膨胀造成货币贬值,失业造成劳动力贬值(例如当一个重要的产业离开某个地方),战争和军事对抗造成生产能力贬值或毁灭性破坏等。新创造的价值使得系统重新运转,资本再度循环。当然,整个过程也会产生巨大的政治、社会和环境成本。

2. 宏观经济管理:包括构造新的方式把闲置的资本和劳动力重新整合。这可能包括在经济衰退期间通过大量的政府支出来创造就业机会和刺激需求,也包括通过立法来设定一定的

71

工作条件和工资水平标准来抑制对劳动力的过度剥削。这些策略保证了经济需求的稳定,也是广义的“社会管制”(理论分析见专栏 3.2)的一部分。

3. 资本的时间替代:把资源转向满足未来而不是现在的需求——例如投资建设新的公共基础设施(20世纪30年代美国罗斯福新政采用的策略),或者把过度积累的资本以贷款的形式用来加强未来的生产。这当然也会强化危机产生的趋势,但却延后了其发生的时间。

4. 资本的空间替代:包括为资本主义生产开辟新空间、新市场、新的原材料来源等。这种方法不是通过信贷或贷款形式来扩展资本主义体系的时间领域,而是扩大其空间领域。这意味着在全球范围内的新兴工业化地区开拓新的生产空间,或者对老工业区进行重建和更新改造。

最后一种避免危机的方法在本质上具有地理特性,对我们关于不均衡发展的讨论最具吸引力。这涉及资本主义体系运转对空间的需求,以及在其结构化逻辑的影响下特定空间的增值和贬值过程。从这点来看,空间不仅仅是资本主义产生的容器;经济的地理性也是资本主义体系成功运转的基本特征和内在规律。

专栏 3.2 管制理论

管制理论(Regulation theory)最早出现于20世纪70年代和80年代,是由米歇尔·阿格利埃塔(Michel Aglietta)、罗贝尔·布瓦耶(Robert Boyer)、阿兰·利比茨(Alain Lipietz)等一群法国学者提出的。他们对“管制”这个词的定义比英语中的常用意思更为广泛。英语中的“管制”指控制或支配活动的一系列规则和程序。而在这些法国学者眼中,管制是指使资本主义体系暂时趋向稳定的广义的制度、行为、规范、习惯等。这种管制模式包括国有和私有部门的参与,如果运行成功,则能促进一段时间内资本主义的增长和扩张。实质上,管制模式通过协调资本主义体系的内在冲突和矛盾而起作用。历史上的稳定时期或者说积累模式总是以危机而告终,因此必须重新寻找一个新的管制模式。二战后几十年间,福特主义的积累模式在北美、欧洲和澳大利亚等地区和国家占主导地位(表5.2)。它的特点是维系企业、劳工组织和政府三者之间的利益平衡(这些国家的具体管制模式也有各自不同的特点)。这种积累模式在20世纪70年代逐渐衰弱。许多人认为新自由主义是一种新的管制模式,强调市场而非政府是解决经济管理问题的有效方案(表7.1)。

72 3.6 资本主义的空间和尺度

从我们支持的经济地理学角度看,资本主义在多个尺度上创造了空间。在城市尺度上,社区和房屋的建设成为经济增长的前沿。在19世纪,英国的工业城镇通过加工从遥远的殖民地

运送过来的棉花、茶、橡胶等自然资源而成长起来。在 20 世纪初期和中期,大规模的服装、方便食品、汽车、电气设备制造成为了欧洲和北美城市经济的支柱。这些工业的历史发展反映在一些地区留存的住房景观上,例如,老工业城市中为工人提供邻近工作场所的居住地而建筑的砖排房,就是特定时期的资本主义发展在居住景观上的反映。到 20 世纪 50 年代,随着私人汽车使用量的增加,工人越来越多地居住在工业化的郊区。考察当代工业化国家的各大城市中的住房景观沿革,是经济考古学的一个有趣课题。从仅够一辆马车通过的中世纪伦敦的街道,到 20 世纪交通堵塞的洛杉矶高速公路,这种沿革揭示了特定经济增长时期所需要的城市建筑形态。

资本主义增长的主要特征随着时间发生变化,许多历史的建筑景观变成了累赘。一般而言,只有当它们彻底贬值后才可能在未来的某个时候重新获得开发和利用。在一些特殊情况下,它们的利用价值被重新发现,但使用目的与原来的完全不同。举例来说,在北美和欧洲的一些工业城市,随着 20 世纪 60 年代和 70 年代服装制造业大规模转移到境外,旧服装厂被遗弃和荒废了许多年;但最近得到了重新修缮,成为一些从事平面设计、电脑动画、网络咨询等新兴产业的年轻专业人员的工作室、办公室甚至住房。这些贫穷和衰落的社区可能成为富有的专业人员的居住地——这个过程通常被称为绅士化或中产阶级化(gentrification)。在这种情况下,资本主义工业化时代被贬值的空间价值在新的后工业化时期得到了重新评估。

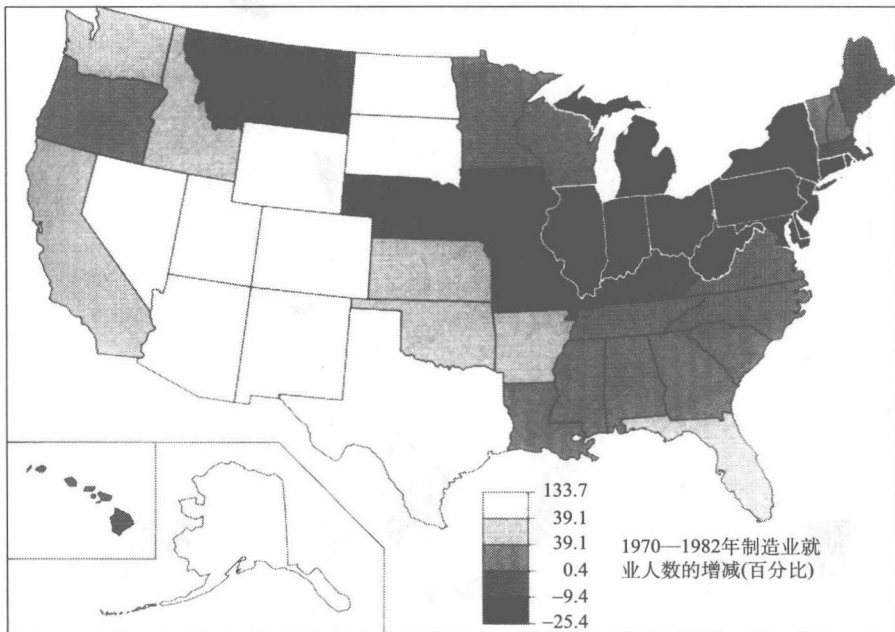


图 3.1 美国 20 世纪 70 年代的工业重构

资料来源:Peet(1983), Figure 9. 经 Clark 大学同意翻印自 *Economic Geography*。

73 在区域尺度上也发生了同样的经济地理变化。随着来自新兴工业化地区(特别是亚洲地区)的竞争压力的加剧,欧洲和北美的旧工业地区包括美国的“铁锈地带”、英格兰东北部、德国的鲁尔河流域等地区陷入了衰退——与其工厂、基础设施和城镇一样,这些地区的劳动力也逐渐减少。与此同时,在美国内陆、伦敦、英国东南部、德国巴登-符藤堡州等地出现了新的经济增长区。图 3.1 形象地刻画了美国的这个空间过程。在 20 世纪 70 年代经济危机期间,东北部各州制造业就业人数急剧减少,而在南部和西部却呈出现了经济增长态势(Peet, 1983)。

最后,从全球尺度看,地区与地区间的发展转移在近几年尤其引人注目。最显著的转变是在制造业投资带动下,东亚和东南亚快速崛起。东亚第一次发展浪潮出现在我国的香港和台湾、新加坡、韩国,第二次出现在马来西亚、印尼和泰国。20 世纪 70 年代以来,劳动密集型制

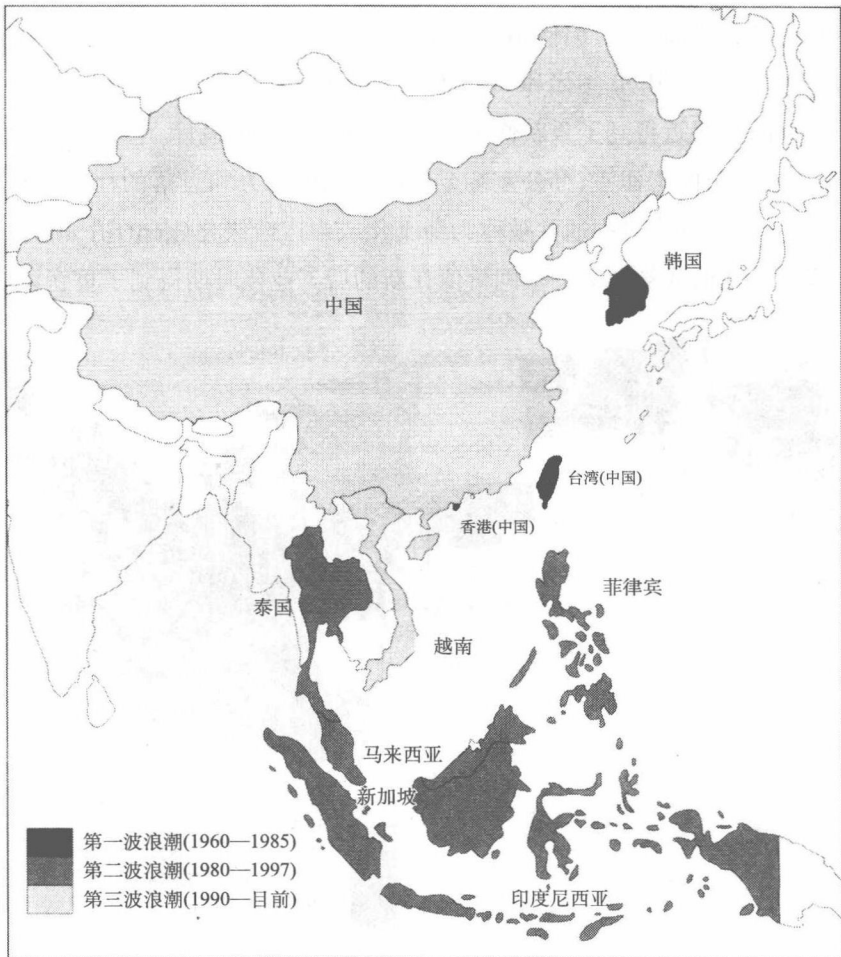


图 3.2 亚洲新兴工业化经济体的发展浪潮

制造业从发达国家向这些新兴工业化国家转移,这个过程被称为新国际劳动分工(我们将在之后的一章讨论这个现象,见表 8.1)。在过去 20 年里,虽然印度的高新技术、服务业、设计、编程等产业发展迅速,但是中国作为工业大国的崛起却吸引了更多的关注(图 3.2)。总之,我们看到了资本主义为克服危机在全球尺度上寻求地理解决方案的态势。我们可以把这种方案称为“空间调整”(spatial fix)(Harvey,1982)。 74

经济发展模式的全球性转移以向更加有利可图的地区移动为导向。这种转移的目的或是为了利用新的劳动力资源,或是为了开拓新的市场,或两者兼而有之。但是也有大量地区是以不平等的方式被纳入全球价值循环之中,成为被攫取剩余价值的地方。加勒比海地区的水果种植区、非洲的采矿业、俄罗斯边远地区的石油城镇都成为受控于且依赖于外部经济的剩余价值攫取地。这些地方创造的价值和财富被带离这些地方,积聚到了遥远的中心城市甚至远在其他国家的全球性商品集散城市。因此,我们需要认识到:对于任何经济活动而言,产权、管理、实际生产活动等各个价值环节都有着复杂的空间结构,从本地尺度一直延伸到全球尺度(第四章和第八章中会有更多讨论)。 75

当然,这些不同地理尺度之间并非没有联系。城市尺度上的投资周期就是更大尺度上经济周期的产物。总之,我们看到全球资本主义经济总是处于不断变动之中:不断地发现新空间或者对旧空间进行再开发。一个有趣的结果就是:资本主义的内在冲突不仅与资本的循环和积累过程相关,还与特定时期资本主义所创造的空间和建成的环境相联系。不管是 18 世纪的水力磨坊、19 世纪的纺织厂、20 世纪中期的工业化郊区,还是 20 世纪后期的出口加工区和高

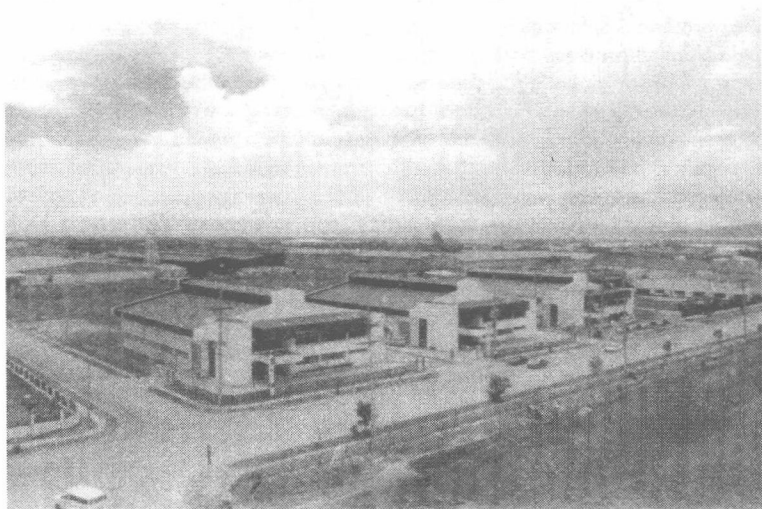


图 3.3 当代资本主义的地理景观:菲律宾的一个工业区

资料来源:本书作者。

新技术园区,它们都是资本主义为满足特定时期需求而创造的地理景观(图 3.3)。随着资本主义体系不断演变,这些景观逐渐变得过时、无利可图并且开始起阻碍作用。为了清理这些对未来发展的障碍,必须对它们进行改造以便为新一轮的发展和开发让路。

76 举个简单的例子。19 世纪,英国西北部的利物浦作为重要的世界航海中心和货物转运点发展起来了。它的繁荣契合了特定时期资本主义的发展要求。但是,从 20 世纪 60 年代开始,集装箱货轮的尺寸不断增大,并且越来越多地集中在更大更深的港口。同时,航空客运也逐渐取代了海轮客运,国外进口的纺织品取代了兰开夏和利物浦周围地区的纺织产品。作为一个服务于特定时期资本主义需求的城市和建成区,利物浦已经变得不合时宜。这个城市不仅在新的工业生产技术和运输方式上过时了,而且在不断变化的全球经济背景下,它的所有结构和组织都妨碍了其进一步的发展。在 20 世纪后半叶的大部分时间里,利物浦经济都在衰退。然而,它的基础设施在贬值后可能会在另一个时期重获新生。例如,利物浦被废弃了很长时间的港口和其他一些地方日前被翻新成了新的艺术画廊、旅游中心和公寓(图 3.4)。



图 3.4 19 世纪的利物浦工业基础设施,如今的画廊和公寓

资料来源:Mark McNulty Photography, 图片转载已获许可。

因此,正如资本主义必须创造物质形态一样,它的发展和变化也必须通过创造性破坏(creative destruction)的过程来摆脱物质形态的束缚。虽然旧的景观和空间被摧毁了,它们在未来某一时段可能会获得再利用。这表明资本主义的一个核心过程是“跷跷板”式的不均衡发展态势——一些地方获得大量投资迅速发展起来了,另一些地方却衰落了。随着时间的推移,跷跷板可能会摇摆回去,因而旧的空间也可能变成新的投资地。只要满足持续增长和避免危机的需要,资本主义系统这个跷跷板就会不断地运动下去(Smith,1991)。

我们得出了这样一个结论:发展的不均衡远远不能用不同地区自然资源的丰富程度差异来解释(这是3.2节中一些人的观点),也不是等待资本主义进一步发展(即更快的增长,更多的投资)就可以消除的一种状态。相反,我们认识到,不均衡发展是资本主义不断增长和避免危机的前提条件。跷跷板从一个地方摇摆到另一个地方是这个系统的固有特质。显然,这同本章开头所列举的传统观点完全不同。 77

3.7 将人置于经济体系之中

我们已经得出了一个结论,即地区间不均衡发展和经济增长的空间转移是资本主义内在逻辑的产物。但是在关注资本主义结构中的逻辑、原理和内部冲突的同时,我们却忽视了资本主义体系中人的存在这一客观事实——人们在这一系统中工作、娱乐、交流、祈祷、旅行、消费、学习,等等。增长或欠发展等表述毕竟只是衡量人类福祉的方式。资本主义重构过程中创造的空间同时也是人们进行日常生活的地方,因此它也必然是社会空间。在这些地方,生活方式呈现出本地特定的文化体验、社会关系、阶级结构、传统、劳动力特征等特点。

举个例子:在英国的斯菲尔德、美国的匹兹堡、加拿大的哈密顿、日本的北九州等地的钢铁城镇中,形成了主导的工人阶级文化,其特点为重视体力工作、通过工会组织宣扬工人阶级集体意识、建立男性俱乐部和专业运动队等男性导向的文化机构等。至少在过去,这些地方的性别关系的基本假定是,男性养家糊口,女性操持家务或者从事某种第二职业。因此,在特定的产业部门环境下会产生特定的社会关系——包括公共机构、性别关系、男性和女性的身份认知、阶级政治,等等。与此类似,纺织城镇、采矿城镇、出口加工区、高科技地区也有各自一套特定的社会关系。这些地区的经济关系和社会文化关系之间不是相互决定的关系,但却是不可分割、相互联系的。 78

在资本主义不断发展的过程中,当一个特定区域成为新一轮增长和投资地点时,它不仅会建设符合时代要求的新的交通运输设施、技术、机构、房屋、工作场所等,同时也会衍生出一系列的社会关系。这个经济地理过程就是劳动地域分工(Massey,1995,见专栏3.3)。

与特定产业相联系的社会关系的兴起,意味着未来的进一步投资将受到这些关系的影响。举例来说,当日本的自动化制造商在北美设立工厂时,通常会寻找能够满足自己特定组织形态需求的灵活的、有弹性的劳动力。这意味着它们不会去工业历史悠久、工会组织力量强大的大城市(见8.5节),而有可能选择靠近高速公路和航空设施、工业发展历史短、工会力量薄弱的农村小镇(Mair et al.,1988)。在某些情况下,它们也可能选择处在衰退阶段、工会运动受到削弱、劳动力严重贬值导致工人集体诉求能力大为减弱的老工业城镇(第九章)。正因为如此,尼桑的制造厂设在了英国东北部的桑德兰,在那里建立了一整套全新的工作方式。桑德兰以

前是一个采矿和轮船制造城镇,但是现在却极度渴望新的投资和工作岗位(参见第六章关于罗马尼亚中部的例子)。

79 我们看到的是一幅随着经济繁荣和萧条的交替循环,在新的投资浪潮去而复来的作用下不断变化的经济图景。每个经济周期都在旧的社会形态和生活方式上创造出了新的社会形态和生活方式。这个过程可以用不同的比喻来描绘。有人将其比喻为历次投资的沉积,就像海浪带来的层层地质沉积一样。这个比喻形象地描述了投资的盛衰周期及其影响,但却忽视了过去沉淀物(资本)对未来沉淀物的影响,以及沉积周期(投资周期)中发生的价值流失。还有一个关于蝗虫的比喻。随周期而至的蝗虫降落到了一个地区开始掠食,随着植物的减少蝗虫也逐渐减少,当植物生长起来后,蝗虫又卷土重来。“蝗虫”这一比喻是对资本主义剥削剩余价值的形象刻画,同时也承认了每个地方的独特性(不同地方的植物是不一样的),但忽视了两个事实:每一轮出现的“蝗虫”是不一样的;且经济再生是资本主义发展的结果而非前提(Smith, 1991)。

更恰当的比喻是纸牌游戏。不同的玩家代表着资本主义经济空间中的不同地点或区域(图 3.5)。每一轮的投资代表着不同花色,而每个地方在劳动地域分工中的位置代表纸牌。当一个地区以某种方式嵌入劳动地域分工格局中时,一个地区的特征(手中持有的牌)可以看作是过去几轮投资增加或衰退的结果。这个比喻也说明了一个地区的重要性会随着时间的推移而变化。但是,这个比喻不能体现手中持有的牌对可能拿到的新牌的影响,而这显然是一个关键的系统性特征。

专栏 3.3 劳动地域分工

1984年出版的关于英国区域发展的一本地理学论著中,多莉·玛西(Doreen Massey, 1995)描述了当代资本主义经济如何发展出一个空间结构,为各个地区赋予特定的任务和职能。在英国,煤矿城镇主要位于南威尔士,重工业则出现在英格兰北部和中部地区,而商业总部和服务业的职能(会计、法律、银行、广告等)集中在伦敦。与工人在生产最终产品的过程中承担不同的技术劳动分工类似,玛西阐述了各种地区在劳动地域分工中的不同职能。每个地区职能都有与其相关联的社会关系机构——性别关系、社会机构、阶级政治,等等,这些关系反映了增长和发展的历史过程,影响到未来可能的投资类型。

20世纪下半叶南威尔士煤矿就业人员的减少就是一个例子。这导致了男性主导的工人阶级文化及与之相伴的社会制度的瓦解。制造业如汽车生产厂带来了新的就业岗位。但是新企业通常倾向于雇佣非工会成员和女性员工,而且倾向于在老的煤炭和钢铁工业基地之外新建工厂。早期衰退所遗留下来的社会结构被贬值了,从而为找寻新型工人的其他产业的投资建立了有效的现实条件。

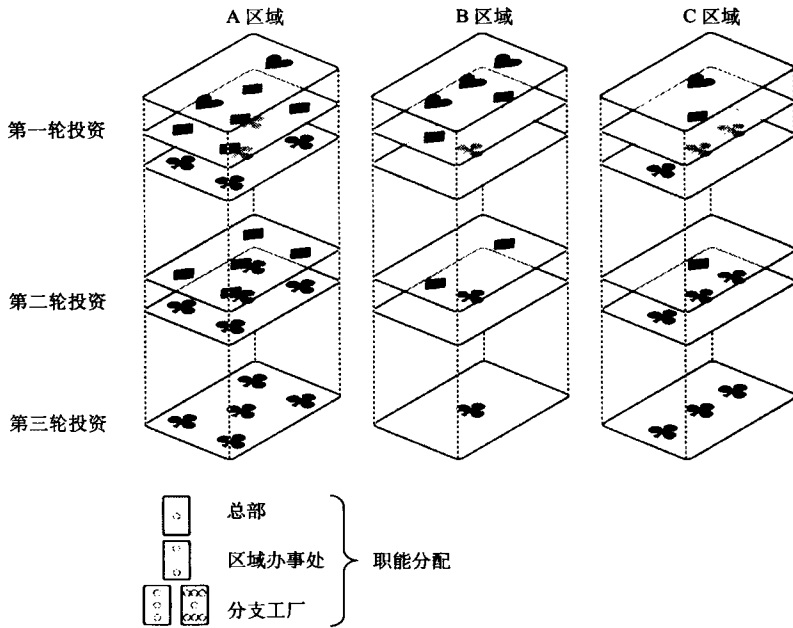


图 3.5 劳动地域分工

资料来源:改编自 Gregory(1989), Figure 1.4.2。

不管用什么比喻,目的都是为了强调一个事实:为了理解一个特定地区的时空演变,我们不仅需要了解其经济现状,还要了解其地理和历史背景——即以前多轮投资的累积(专栏 3.4 以加利福尼亚的发展历史为例来说明这个过程)。一旦我们把特定地区人们的社会和文化生活考虑进来,就不仅可以理解资本主义体系下不均衡发展的系统逻辑,还可以看到它对人类生活方式的影响和塑造。不打破旧的社会规范,新的经济增长就不会到来。因此,在工人阶级传统很强的老工业地区,只有当工会组织及其他根深蒂固的制度和行为方式在经济衰退中被削弱以后,这些地区才能实现新的增长。因此,资本主义重构过程中的一个关键部分就是痛苦的社会调整和文化变迁。

专栏 3.4 加利福尼亚的经济历程概览

加利福尼亚的经济命运是资本主义发展周期及其所创造的地理不均衡的缩影(Walker, 1995; 2001)。在 1848 年淘金热之前,加州人口稀少,生产力相对低下。黄金的发现带来了狂热的经济活动,探矿者和商客蜂拥而至。人口的增加推动了农业活动的扩展。1869 年州际铁路的完工使得加州的农民可以把丰富的农产品出口到东部和世界其他地区。随着铁路的开通,大量移民西迁,新农地的开垦,不断扩展的城市中心为 19 世纪末 20 世纪初美国资本主义的发展创造了新的空间。从本质上看,加州和美国的西部扩张是一种空间调整策略,为资本主义体系提供了新的获利机会。

贬值过程也在同时进行。加州从事种植、收割和加工农作物的工人通常是外来移民,其中一些于20世纪30年代来自于风沙侵蚀区的俄克拉荷马州、得克萨斯州和阿肯色州,另一些来自中国和菲律宾。劳动力价格一直低下,仅仅够维持生存——因而也有利于加州占主导地位的农场主和农产品加工企业的剩余价值最大化和财富积累。20世纪20年代至30年代,航空航天产业兴起,加州成为飞船建造和测试的一个重要基地。第二次世界大战期间,联邦政府在航空领域投入了大量资金。1939—1945年全州的制造业产出增长了三倍。在20世纪40年代到80年代的冷战时期,加州又迎来了新一轮国防投资,其航空航天公司已经开始准备生产导弹和卫星。可以说,加州最充分地见证了战争时代破坏性贬值所带来的增长潜力(这种增长潜力的分布是不均衡的)。

航天事业的投入和其他国防开支为20世纪最后几十年加州的电子和计算机创新产业的发展奠定了基础。加州的公司如惠普、英特尔、苹果成为推动近几年个人电脑革命的主力军。旧金山南部的硅谷仍然是全球高科技产业的中心地带。20世纪初电影业在加州兴起,随后出现了高档时装设计和服装制造业。截止到2000年,加州的服装生产占全美的20%。但是与其农业相似,很多服装实际是由低收入的移民生产的。

82

加州也经历了经济危机。20世纪30年代的经济大萧条导致了大量失业农工的移民潮,加州农业和制造业产品的需求暴跌。20世纪90年代加州又经历了一个漫长的经济衰退期。在这期间,加州是电子产业投资逐渐向东亚新兴经济体转移这一空间调整策略的牺牲品。但在两次危机中,经济衰退导致的贬值(特别是劳动力的贬值)都带来了随后经济产出的反弹。在其发展过程中,加州的增长潜力通过贬值、空间调整和政府干预等方式得以体现。财富创造需要剥削劳动力以获取剩余价值,而在加州,不断涌入的低技能和高技能移民使之成为可能。而且,经济活动的现状格局是吸引未来投资的重要因素——历史上种种积累为加州的发展奠定了良好基础。

3.8 超越资本主义

在本章中,我们阐述了资本主义的内在逻辑和不均衡的经济地理景观之间的依存关系。发展的繁盛和衰落是一个增值和贬值的过程,以助于资本主义规避危机。但是本章从俄罗斯边缘地区通过资源开采获取石油财富为例开始,一直有一个异常现象伴随着我们:为什么许多资源丰富、以开采活动为主、对新兴制造业有很大吸引力的边缘地区仍然处在贫困和不发达的状态?它们的赶超进程有什么问题?

为了回答这些问题,我们需要审视资本主义作为一个生产体系在制定空间调整策略过程中的政治经济安排。例如,我们必须分析核心国家/地区与边缘地区之间的交换关系以及价值的空间集聚格局。在最近半个世纪之前的很长时期内,发展中国家的资源价格一直受到殖民主义体系下不平等权力结构的影响和支配。通过军事力量的领土征服,欧洲和美国的殖民主义者确立了掠夺资源和定价的权力。通过这种方式,殖民地创造的价值大量流向殖民者国家而不是殖民地。想一想英国与斯里兰卡在茶叶贸易上的历史关系,或者英国与加勒比地区的香蕉贸易,就不难理解这一过程中形成的依赖性和不平等交换。 83

在世界上绝大多数地区,19世纪的殖民主义已经寿终正寝。但是当代全球经济仍然由少数几个国家所主导——决定经济活动发生的内容、地点和条件的并不仅仅是资本家,富裕的北美和欧洲国家凭借自身雄厚的金融和军事实力,能在与不发达国家进行经济交往的过程中发号施令(见第七章)。特别是纽约、伦敦以及其他一些金融中心,通过把财富积累汇聚到金融交易环节而非生产环节,使这些核心区域获得了相对于边缘地区的绝对优势(虽然后者有着丰富的资源)。这是全球核心区域相对于边缘地带占优势的根本原因,同时也是国家内部的核心地区相对于边缘地区占优势的根本原因(正如莫斯科和楚科奇州之间的关系)。

这种优势迫使边缘地区向核心地区的公司敞开大门,对进口产品开放国内市场,允许外来者进入金融市场,在出口自然资源的同时进口高附加值的产品和服务,限制劳工权益和工作条件,允许环境恶化,将传统的公用性物资和自然环境等公共资源私有化。边缘地区的当地精英们出于自身利益也可能参与到这个合作过程当中。最终,我们可能看到资本主义不仅仅通过资本主义生产过程的强化来规避其积累危机,而且可能通过资本主义向公共财产资源、公民权、自然资源等社区共有或社会共有领域的地理扩张来实现这一目的。根据第二章中的论述,我们看到的是资本主义经济对其他经济的侵害。公共资源(例如石油和天然气)的占有权从当地团体转移到全球贸易者手中,而后者将公司财富转移集中到了其他地区。这种集体资源被个体占用的过程被称为剥夺式积累(*accumulation by dispossession*)(Harvey, 2003)。

同时我们也注意到另一种以资本主义政府为主导,通过政府间的协商(例如贸易协定)或者多边协定(国际货币基金组织推行的结构调整方案,见专栏 7.3)来实现的全球化进程。这种新的政治经济支配形式被称为新帝国主义(*new imperialism*)(Harvey, 2003)。

有两个更广义的观点需要明确。一是金融部门(中央银行、私人银行、投资机构、货币交易商)的力量很强大,能够使生产的最终受益者从生产的发生地转移到金融中心。二是国家政府在资本主义发展中扮演了关键的角色(第七章)。虽然资本主义企业是实际的生产者,但全球经济体系逻辑的构建实际上受国家利益的主导,而非资本主义企业意愿的制约。 84

3.9 小结

本章开始时我们讨论了前苏联阵营中各新兴资本主义经济体存在的巨大的社会和空间差异。这种差异部分反映了边缘地区以采掘业为主的发展特点。虽然资源和开采资源的劳动力都位于油田和矿井周围,它们所创造的价值却汇聚到所在国家的中心城市甚至是其他国家。对价值和价值创造的关注促使我们从根本上来思考资本主义经济的基本过程——价值是如何创造的?它是如何循环的?这个体系存在的矛盾是什么?我们的结论是不均衡发展不是资本主义发展的意外现象,也不会随着经济体系的演变和时间的推移被抹平;相反,它是资本主义系统运行的基本原理,在未来也会继续存在。实际上,即使最初的经济发展是均衡的,我们相信资本主义发展的“跷跷板”仍会产生新的不均衡。换言之,不均衡发展是资本主义增长的原因和结果。

由于本书中讨论了其他诸多主题,我们希望读者能记住本章中提出的结构性分析方法。接下来的三章将详细论述资本主义生产的商品链组织、资本主义的科技动力、自然界的商品化及其对投资的空间格局、财富创造和环境变化的影响。随后,关于国家、跨国公司、劳动者和消费者的章节将通过不同的方式阐述不同社会阶层和地区的经济主体对价值创造和分配的诉求和冲突。最后,有关文化、性别、种族的章节将论述资本主义体系对地方化特征的容纳和利用。因此,虽然本章已经建立了资本主义必然产生不均衡的经济地理这一概念,这本书的大部分将会继续分析各具特色的地方因素以及不均衡的空间格局是如何产生和被利用的。

85

延伸阅读材料

- 大卫·哈维(David Harvey)是用地理学方法研究资本主义结构的集大成者。关于介绍和回顾他的作品的文献,参见卡斯特里和格利高里(Castree and Gregory, 2006)的著作。
- 最早的回顾马克思主义对地理学的影响的文献,见皮特(Peet, 1997)的著作。最新的回顾地理学中马克思主义理论高峰期的文献,请见皮特和斯里夫特(1989)编著中皮特、斯里夫特、史密斯、洛夫林(Lovering)等人撰写的章节。最新的回顾性文献见斯万格多(Swyngedown, 2000)的著作。
- 其他关于区域经济重构的研究,见英国的玛西(Massey, 1995)和艾伦等(Allen et al., 1998)、澳大利亚的吉布森和赫万斯(Gibson and Horvath, 1983)以及美国的史密斯和丹尼斯(Smith and Dennis, 1987)的论著。索加(Soja et al., 1983)提供了洛杉矶城市尺度的个案研究。
- 关于国际发展理论的地理评述,见皮特(1999)的相关著作。

问答题

- 解释传统观点和方法与马克思主义研究方法对于经济不均衡发展的理解有什么不同。

- 对发展中国家而言,发展是必然的途径吗?
- 为什么空间对于资本主义经济体系的生存不可或缺?
- 举出一个例子,描述一个特定时期的资本主义生产方式是如何在特定地区的地理景观和社会特征中留下烙印的。

延伸学习资源

• 一些马克思主义学者维护的网站中包含关于这个领域的全面而丰富的介绍。例如 <http://www.ssc.wisc.edu/wright>;威斯康星大学埃里克·欧林·赖特(Erik Olin Wright)的网页;以及 <http://www.nyu.edu/projects/ollman/index.php>;纽约大学伯特尔·奥尔曼(Bertell Ollman)的网页。

• [Http://www.chukotka.org/root?lang=en](http://www.chukotka.org/root?lang=en):本章引言中提到的俄罗斯楚科奇自治州有一个精心制作的英文网站。

• 联合国和世界银行等国际组织有大量的关于发展中地区的网站。例如:<http://www.unmillenniumproject.org>:联合国千年发展计划网站;<http://www.worldbank.org>:有关发展的数据和研究。

86

(胡智勇译,刘卫东校)

参考文献

- Allen, J., Massey, D. and Cochrane, A. (1998) *Rethinking the Region*, London: Routledge.
- Castree, N. and Gregory, D. (2006) *David Harvey: A Critical Reader*, Oxford: Blackwell.
- Diamond, J. (1999) *Guns, Germs and Steel*, New York: W. W. Norton.
- Gibson, K. and Horvath, R. (1983) Global capital and the restructuring crisis in Australian manufacturing, *Economic Geography*, 59(2): 178-94.
- Gregory, D. (1989) Areal differentiation and human geography, in D. Gregory and R. Walford (eds) *Horizons in Human Geography*, Totowa, NJ: Barnes & Noble Books, pp. 67-96.
- Harvey, D. (1982) *Limits to Capital*, Oxford: Blackwell.
- Harvey, D. (2003) *The New Imperialism*, Oxford: Oxford University Press.
- Mair, A., Florida, R. and Kenney, M. (1988) The new geography of automobile production: Japanese transplants in North America, *Economic Geography*, 64(4): 352-73.
- Massey, D. (1995) *Spatial, Divisions of Labour*, 2nd edn, London: Macmillan.
- Peet, R. (1977) *Radical Geography: Alternative Perspectives on Contemporary Social Issues*, Chicago: Maaroufa Press.
- Peet, R. (1983) Relations of production and the relocation of United States manufacturing industry since 1960, *Economic Geography*, 59(2): 112-43.

- Peet, R. (1999) *Theories of Development*, New York: Guildford Press.
- Peet, R. and Thrift, N. (1989) *New Models in Geography*, 2 vols, London: Unwin Hyman.
- Soja, E., Morales, R. and Wolff, G. (1983) Urban restructuring: an analysis of social and spatial change in Los Angeles, *Economic Geography*, 59(2): 195-230.
- Smith, N. (1991) *Uneven Development*, Oxford: Blackwell.
- Smith, N. and Dennis, W. (1987) The restructuring of geographical scale: coalescence and fragmentation of the northern core region, *Economic Geography*, 63(2): 160-82.
- Swyngedouw, E. (2000) The Marxian alternative: historical-geographical materialism and the political economy of capitalism, in T. Barnes and E. Sheppard (eds) *A Companion to Economic Geography*, Oxford: Blackwell, pp. 41-59.
- Walker, R. (1995) California rages against the dying of the light. *New Left Review*, 209: 42-74.
- Walker, R. (2001) California's golden road to riches: natural resources and regional capitalism, 1848-1940, *Annals of the Association of American Geographers*, 91: 167-99.
- World Bank (2005) *Reducing Poverty through Growth and Social Policy Reform*, Report No. 28923-RU, World Bank Poverty Reduction and Economic Management Unit Europe and Central Asia Region, New York: World Bank.

第四章 商品链：你的早餐从哪里来？

目 标

- 论证资本主义如何力图隐藏商品生产的条件
- 介绍商品链及其基本组成部分
- 理解商品链的结构和在地理空间上的差异化
- 认识以更高道德标准组织商品链的可能性与局限性

4.1 引言

沃尔玛是目前世界上最大的零售商。2004年，该公司位于10个国家的4900家商店共获得利润100亿美元，实现销售收入2850亿美元，同时，它的160万名员工每周大约为1.38亿顾客提供商品销售服务。虽然沃尔玛庞大的规模和持续、快速的增长记述详备，但它销售的商品从何而来？对于货架上的许多非易腐类消费品例如玩具、衣服、电子产品来说，上述问题的答案越来越可能是中国。在高质量、低价格货源的吸引下，零售商正在迅速地扩大在中国的采购活动。2004年，沃尔玛从中国采购了价值180亿美元的货物，占中国当年出口总额（5930亿美元）的3%，占中国对美国出口总额（1360亿美元）的比重更是高达13%（<http://www.chinadaily.com.cn>，访问于2005年9月9日）。这些数据使沃尔玛超过了澳大利亚、加拿大和俄罗斯等国家经济体，成为了中国的第八大贸易伙伴。

如此大规模的采购活动是通过沃尔玛的海外采购总部开展的。这一采购总部位于中国南部的广东省深圳市，已经与超过5000家供应商建立了持续的供应关系。单个的中国公司也可与沃尔玛有庞大的贸易往来。例如，广东省伊力电子集团于1995年开始为沃尔玛供应高保真音响系统，现在每年为沃尔玛供应商品的价值超过2亿美元，占该公司总销售额的一半。沃尔玛并非个案，其他顶尖的跨国零售商例如家乐福和欧尚（法国）、麦德龙（德国）、万客隆（荷兰）、百安居（英国）、宜家（瑞典）、家得宝（美国）等，在中国的沿海省份也建立了庞大的采购网络（关于这些零售商的详情见第十章）。从动态角度看，几乎所有这些跨国零售商的总采购额中，中国所占的份额都在迅速增长。

这些趋势为什么很重要？一方面，这表明中国作为一支经济力量在全球经济中崛起，以及制造业生产的全球化趋向是以成本考虑为基础的。中国制造业的劳动力成本仅仅是美国的4%，这意味着在中国制造的产品，在世界范围内进行包装、运输，然后出售给美国或欧洲的消费者之后，可以为制造商和零售商提供一笔可观的利润。另一方面，对这一章来说更重要的是，沃尔玛在中国采购的案例为我们打开了一扇窗口，我们藉此可以了解特定商品是如何把相距甚远的生产者和消费者联系起来的。制造商品的原材料从它们的原产地经过复杂的全球旅行，最终成为消费地零售商货架上的制成品，被买走并被消费——这一过程将生产者和消费者在全球范围内联系起来。更明确地说，无论人们意识到与否，广东省伊力集团旗下工厂工人的命运与购买其音响产品的消费者错综复杂地联系在一起。这些工人与位于美国得克萨斯州奥斯汀市的消费者相联系，也与沃尔玛超市成千上万的消费者相联系。同样地，与他们相联系的还有中国及亚洲其他地区为伊力集团供应零部件的工人、把货物从中国运送到美国的航运和物流公司、沃尔玛员工、售后安装或维修的专业服务公司，等等。我们还可以很容易地把这些联系网络追溯、拓展得更远。然而关键的一点是，一种商品，以在中国制造的高保真设备为例，当它在全球范围内进行流转时，就以一种十分重要的方式把不同地域范围的人们联系在一起。印在包装盒上“中国制造”的简单标签根本没有适当地反映这种空间和结构相互依存关系的高度复杂性。

89 但是我们如何界定商品在全球经济中这一复杂的流通过程？在第三章中，我们已经了解到价值作为资本主义不均衡发展过程的一部分，是在特定的、相互关联的区位产生的。在这一章中，我们提出了商品链的概念，用于理解各地的工人、消费者、企业和机构在参与商品的生产、分配和消费活动中相互联系和相互依存的关系。本章有四个主要部分。第一部分，我们考察资本主义作为一个系统是如何掩盖特定商品本身所固有的联系和社会关系的，并且揭示这种隐藏的内涵(4.2节)。第二部分，我们探讨商品链的本质，并力图揭示各种商品链在结构、地理格局、相互协调、所处环境等各方面的差异(4.3节)。第三部分，我们考察商品链的不同组织方式是如何强化和力图改善商品链的各种联系的(4.4节)。第四部分，我们评估了道德议题的介入可能产生的局限和矛盾(4.5节)。

4.2 资本主义、商品和消费者

正如第三章所论述的，资本主义可以被视为一个商品交换系统。所谓商品就是进入市场并可供购买的有用之物。然而，商品绝不仅限于书或食物之类物质性的东西。当今世界，日常生活中越来越多的领域已经进入商品化(Commodification)的进程(见第六章关于自然界的內容)。文化(如博物馆和画廊)、宗教(如知名传教士)、知识(如知识产权)、环境(如碳交易)、战

争(如私人军队),甚至人的身体(如人体器官买卖)等越来越多的领域都已经被商品化了。

在作为资本主义体系核心的同时,商品可能会隐藏其生产的重要环节。商品的交换价值即价格,通常显示了商品生产的各种要素:生产过程中的劳动力成本;机器、厂房、电力、运输设备等各种成本,以及在此过程中的每个环节留存的利润。然而,简单的价格标签本身并不显示商品的生产过程,也不显示连接商品生产和最终消费者之间的必要社会关系。因此,资本主义体系中的消费者很大程度上根本不了解所消费商品的地理起源和历史。使用货币购买商品切断了生产者和消费者的联系,使消费者可以回避在商品生产环境和条件方面需要承担的责任,而只是单纯地享有所购买商品的使用价值,即特定商品对个人的有用性。这对两个群体提出了相当大的挑战:一个是想了解所消费商品历史的细心的消费者群体,另一个是考察全球经济联系和相互依存关系的经济地理学家群体。在现实生活中,哪怕只是在星巴克喝杯咖啡,也让消费者在不知不觉中进入了贯穿全球的复杂网络(见专栏 4.1)。

90

专栏 4.1 咖啡、咖啡店及有关联系

1971年成立于西雅图的星巴克已成为世界上最大的咖啡连锁店。2005年8月,星巴克在美国大约有6888家连锁店,还在其他34个国家拥有2783家连锁店,每周大约为3300万客户提供服务。全世界新开张的星巴克咖啡店正以每天3—4家的速度增长。该公司提供超过30种咖啡和茶饮,此外还提供各种小吃和其他饮料。通过市场营销和信息策划,星巴克致力于在咖啡厅中营造一种广博的咖啡文化。例如,该公司的网站有一大块咖啡教育版面,其中一页对来自拉丁美洲、非洲和东南亚的咖啡进行了分别描述和对比(标题:地理是一种风味……),见图4.1。网站的其他版面以惹人遐想的口吻描述了各种不同风味的咖啡,例如“苏拉威西咖啡:丝滑、奶香、质朴、优雅”。显然,这种营销策略把喝咖啡从日常活动转变成一种更加有意义的消费体验,这种体验涉及与咖啡有关的知识,使消费者认识到这是一种具有特定历史和地理背景的商品。

然而,我们可以对这一精心策划的营销策略提出批判性的解读。星巴克只提供了关于咖啡及其生产过程的非常片面的解释(图4.5),在这种商业化的信息中,当今全球咖啡业的垄断和剥削的本质特征——及其殖民渊源——被完全忽略了。在过去的十年里,全球咖啡业的产量增加了,但价格一直在下降(直到最近还是如此),这导致热带贫穷国家的数百万农民和农场工人的工作和生活条件越来越被边缘化,这些国家大多高度依赖咖啡出口(例如,咖啡出口占埃塞俄比亚总出口额的50%),而控制国际咖啡业的,则是西方国家中购买、烘焙和加工咖啡的一小群企业集团,它们中的前五强——卡夫、雀巢、莎莉、宝洁、沏宝——控制着全球咖啡烘焙业44%的市场份额。尽管自20世纪90年代以来咖啡价格持续走低,但 these 公司利用其品牌效应保持了可观的利润。西方国家的零售商同样也从咖啡销售中持续获

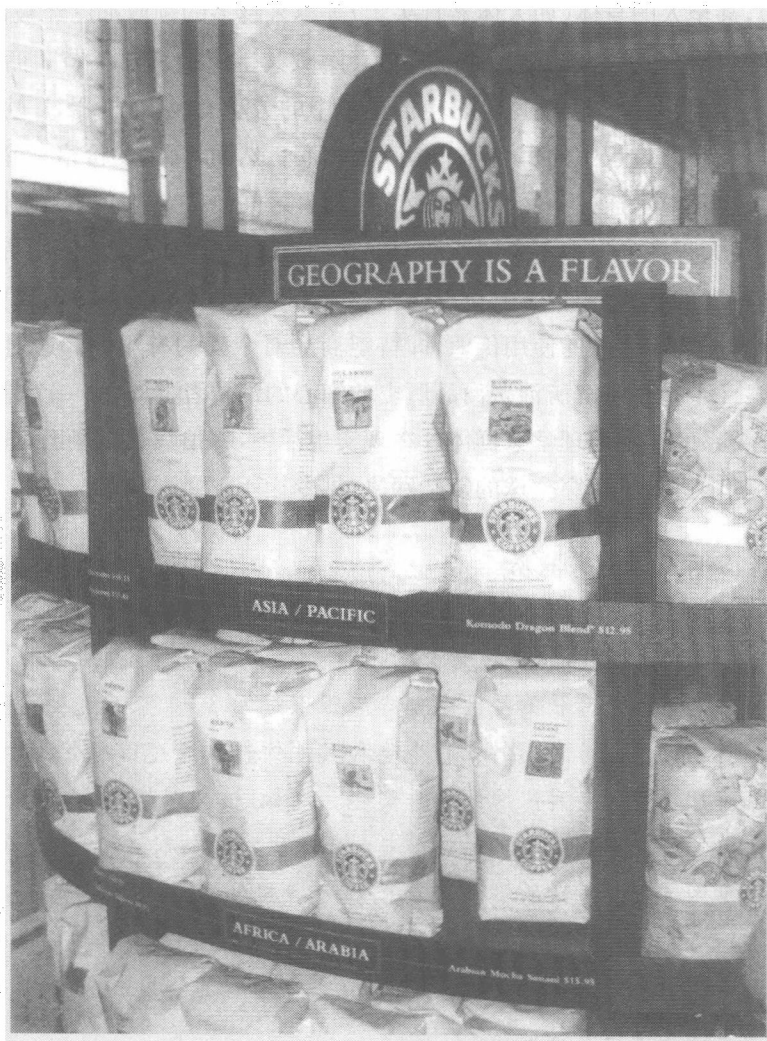


图 4.1 地理是一种风味……

资料来源:Clive Agnew, 经许可转载。

91

利。简言之,星巴克通过其广告文字和商店展示为全球咖啡业刻意描绘了高贵和浪漫的情调。然而作为一种商品,咖啡也有许多不太美好的故事。更多内容可参阅史密斯以及奥克斯凡(Smith, 1996; Oxfam, 2003)等人的文章,以及 <http://www.starbucks.com>。

92

此外,我们在日常生活中看到的商品形象也可能刻意掩饰了商品的来源。广告作为一个重要的经济部门,在这一方面的意义极为重要。通过创作各种图片,广告商力图为特定的商品和服务构建独特的时空内涵,而所构建的内涵可能与现实的生产情况相去甚远。例如发达国家

家市场中黄金首饰的广告。通过图片和文字的巧妙结合,这些广告往往强调与产品相关联的某些特定价值和情感:如爱情、激情、浪漫、承诺,等等(揭露和颠覆广告及其核心信息的有关评论,参见 <http://www.adbusters.org>)。

但是一个更具批判性的问题是,这种黄金商品的广告到底遗漏了什么? 在一个富裕的世界城市的珠宝店(图 4.2)购买的一条金项链可能是一系列联系的终点。这一商品链联系着消费者、高安全保障的全球物流企业、意大利的项链制造商、苏黎世的黄金经销商、在南非金矿极恶劣条件下工作的莱索托黑人男性移民矿工,以及在纺织企业长时间劳作但报酬很少的莱索托妇女。正是通过这种方式,纽约蒂凡尼黄金橱窗与莱索托金矿寡妇联系在了一起(Hartwick, 1998:433)。黄金行业的残酷现实凸显了两组非常不协调的图景:一方面是被广告词描述为爱 and 承诺的黄金;另一方面是南非种族隔离制度遗留环境中像奴隶一样不得不在非正规工厂工作的无所依靠的妇女。奇怪的是,在某些情况下,以这种特定方式构建的原产地概念使产品更具吸引力和积极意义。许多高档商品的消费者愿意为产自知名产地的商品支付更高价格——如瑞士钟表、意大利服装、法国葡萄酒、德国汽车和日本数码相机。产品的包装经常带有体现其原产地的夸张性的标签。咖啡豆的包装和标记总是强调其具有热带异国风情的原产地,而丝毫没有考虑到这些欠发达国家的贫困水平。由此,广告作为一个强有力的工具进一步强化了生产者与消费者的分离。



图 4.2 珠宝店橱窗——复杂商品链的起点,抑或终点?

资料来源:本书作者。

93 到这里,本章标题中问题的意义——你的早餐从哪里来?——应该比较清楚了。这一问题表明的事实是,即使是最普通的日常消费行为,也把我们与商品链网络联结起来了。正如下段所阐述的:

例如,考虑一下我的早餐是从哪里来的。咖啡产自哥斯达黎加,制作面包的面粉可能产自加拿大,用于制作果酱的橘子产自西班牙,制造橘子汁的橘子产自摩洛哥,糖产自巴巴多斯。然后我又想到了制造这些商品可能用到的所有东西——机械产自西德,肥料产自美国,原油产自沙特阿拉伯。仅稍作调查,就会发现我的早餐的来源地图极其复杂。我还发现,我的早餐的生产涉及全世界各个地方数百万的人!奇怪的是,我不必为了吃早餐而知道所有这些。当我在超市购物时,我也不必知道这些。我仅仅放下钱,拿走买的东西就行了。我们中的大多数人都不知道自己餐桌上的早餐是从哪里来的,也对生产这些早餐的数百万人的生活条件知之甚少。

(Harvey, 1989:3)

那么,对商品的理解决不仅限于其销售市场和使用价值。事实上,任何一种商品都应该被视为“一系列社会关系的聚合”(Watts, 1999: 307),或者换句话说,可视为让消费者可以买到商品的不同群体之间的复杂联系。通过这种理解方式,商品背后的生产条件——有些可能是

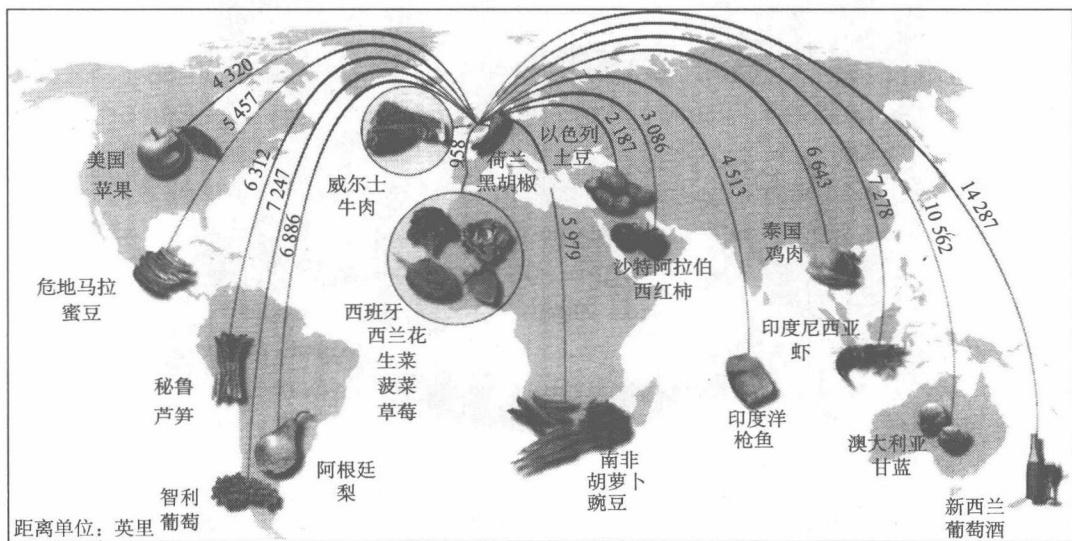


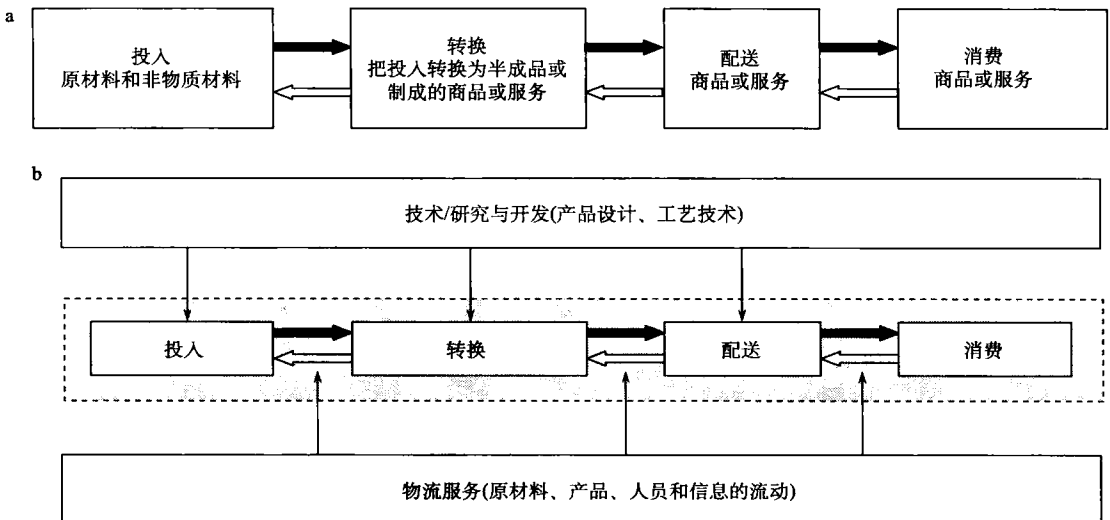
图 4.3 食物的地理——英国超市中购买的一篮子普通商品(的来源地)

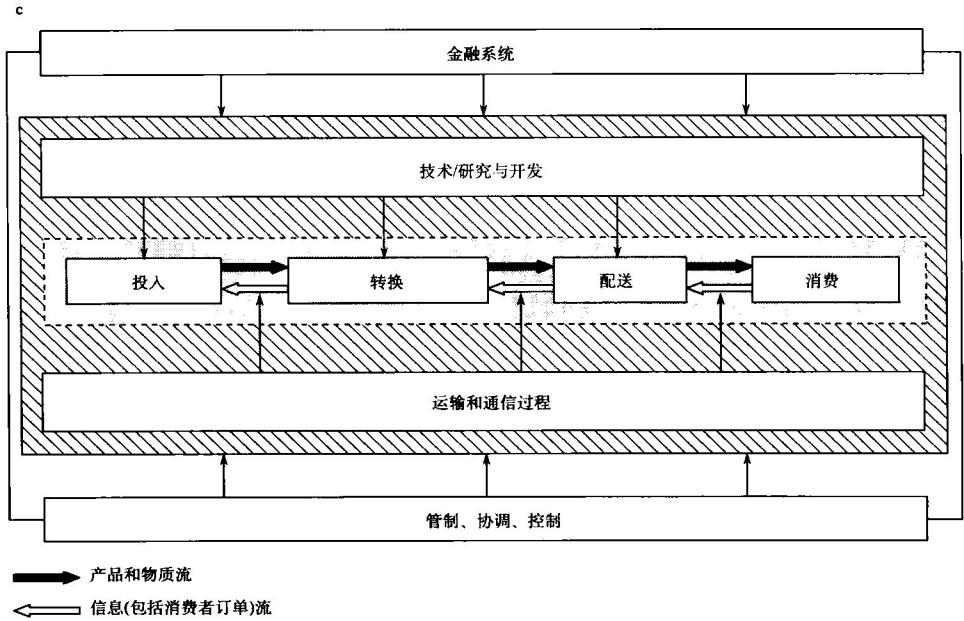
资料来源:改编自 *The Guardian*, 2003, p. 18。

消费者所无法接受的——就会被披露、质疑并最终得到改善。正如引文所提到的,在当今社会,商品链越来越多地揭示了全球尺度的相互依存关系,即使在易腐食品行业也是如此。例如,图 4.3 描述了在英国超市货架上购买的一篮子普通商品,可能被运输了累计数万英里的路程。现在我们继续考察商品链这一概念是如何把涉及生产商品和服务的各种参与者联系在一起的。

4.3 连接生产者和消费者:商品链分析

那么,我们怎么才能把提供音响或早餐食品的全球网络中的众多参与者联系在一起呢?商品链或生产链这一概念是定义这些系统的核心。图 4.4 概括了一种基本的商品链,描述了最初的原材料或非物质投入是如何转化为商品或服务最终产出的。这种转化包括基本活动(如生产、营销、配送和服务)和支持活动(如促销、技术、金融、人力资源和基础设施)。因此,商品链不仅仅是制造过程:商品链中的许多投入以及生产出的最终产品都可能表现为无形服务。在生产一种有形产品(如移动电话)或者一种服务(如消费金融或商业银行业)的过程中,各种活动以链条形式连在一起,每一阶段都为产品或服务的生产过程增加价值。咖啡——本章反复出现的一个主题——是展示这种商品链的一个很好的例子。专栏 4.1 讲述了咖啡豆的地理格局,图 4.5 进一步展示了一包咖啡豆的市场价值(出售价格)是怎样产生的,以及各生产商和中间商的生产成本和利润。

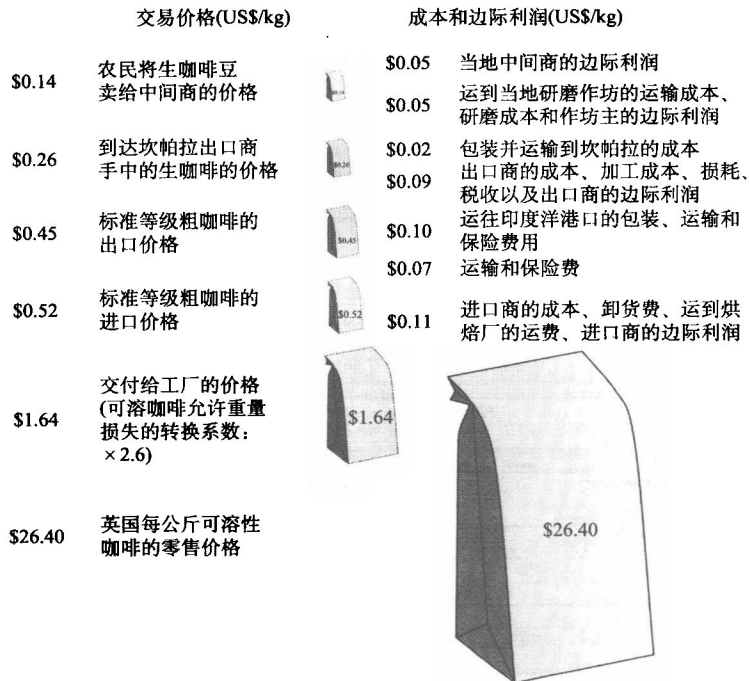




95

图 4.4 基本的商品链或生产链

资料来源: Dicken(2003), Figure 2.3。图片转载已经 Sage 出版公司许可。



96

图 4.5 咖啡的价值链

资料来源: Oxfam(2003:24)。

理解一种特定商品链所涉及的参与者的次序和范围——有时称为投入—产出结构——是全面理解商品及其生产过程的第一步。然而,对所有的商品链来说,还有三个重要方面需要我们考虑:商品的产地或属地;商品的管理,即受控制和调节的方式;以及商品的制度架构,即地方、国家及国际层面上各种条件和政策对商品链中各种因素的影响(Gereffi,1994)。

空间结构

简而言之,商品链的分布可能集中在某个特定地点,也可能广泛分散在不同地点。正如之前在描述早餐商品时所提到的,在当今全球经济时代,几乎任何一个商品链在一定程度上都是全球性的,即使它仅仅涉及一两个采购源,或仅为有限的出口市场提供最终商品或服务。许多商品链都汇集了广泛的国际联系。正如它们的称谓所显示的,全球商品链已成为世界经济的主要组织功能之一(Gereffi,1994)。商品链的属地概念非常重要,不仅明确了哪些参与者在全球经济中被联系在一起,而且还揭示了商品链中不同环节在价值分配与经济发展效益的地理格局上的不平等。正如我们在第三章所看到的,位于全球性城市中的高增值活动(如设计、营销等)对商品链所产生的空间不平等尤为重要。

我们可以进一步对商品链的属地进行以下五方面的探讨。第一,总的来说,全球商品链的地理复杂性日益增加,交通、通讯和工艺技术方面一系列的发展使之成为可能。以图4.6所示为例。图中展示了个人电脑中关键部件——硬盘驱动器的生产体系,所涉及的生产环节广泛分布于世界各国。从全球范围看,大多数硬盘驱动器的组装地在东南亚,特别是在新加坡和泰国。2000年,新加坡组装的硬盘驱动器的市场份额占全世界的35%。图中还显示,世界领先的美国硬盘制造商希捷公司将生产任务分配在美国、中国、泰国、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾和新加坡,其中新加坡是进行最后组装和检测的重要环节。这只是关于硬盘驱动器的生产链。如果将商品链扩展到个人电脑的整个生产过程及最终消费过程,其地理复杂性必将进一步增加(有关案例见第八章)。

第二,全球商品链的地理格局正变得更具动态性、更易发生快速变化。这一灵活性一方面源于空间压缩技术的应用(第五章),另一方面得益于能快速实现生产空间转移的商业组织形式。这种灵活性尤其来自于更多地使用外包和战略联盟关系,这样的组织形式使企业可以调整与不同公司和地方之间的契约安排,而不必因转移生产而引起新的成本(详见第八章)。

与之相关的第三点是,理解商品链的空间格局并不是简单地把每个环节落实到某个地区或国家。全球商品链也揭示了地区间相互竞争的关系。不同地区的企业可能会争夺链条中不同环节的市场份额。鲑鱼的全球商品链正揭示了这一点(图4.7)。越南湄公河三角洲的养殖鲑鱼的农民不仅与美国这一主要出口市场联系在一起,而且与同样寻求进入美国市场的密西西比河三角洲的鲑鱼生产者通过竞争关系联系在一起。换句话说,全球商品链中的各个地方

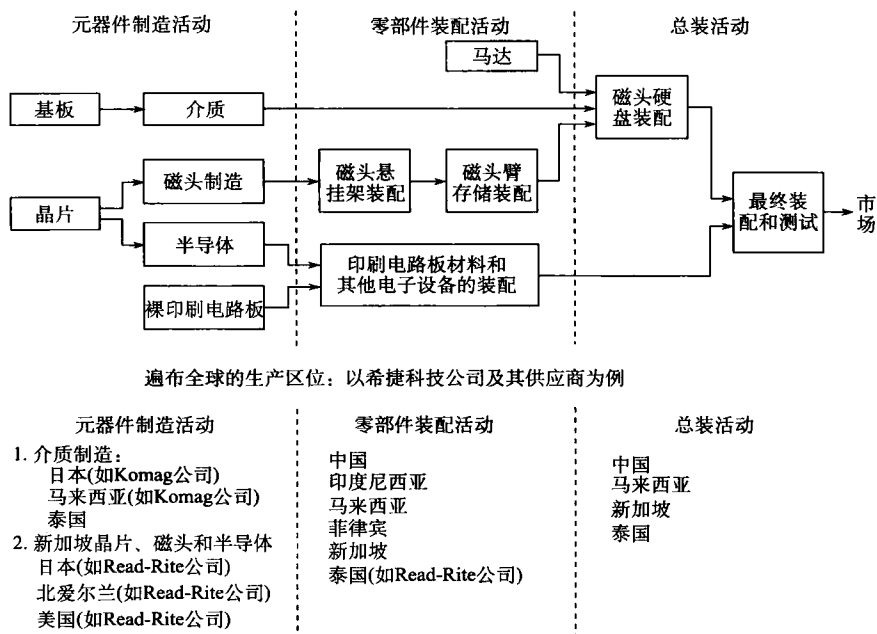


图 4.6 硬盘驱动器商品链的地理分布

资料来源：改编自 Gourevitch et al. (2000), Figures 1 and 3.

98

可能进行竞争性的升级战略,从而保护自身的市场份额和赢利能力(专栏 4.2)。

99

专栏 4.2 全球商品链中的升级战略

从动态角度认识商品链的价值结构是很重要的。升级指的是企业或企业集团提升其在整个体系内相对地位的潜力。有必要区分四种不同类型的升级(Humphrey and Schmitz, 2004):

1. 工艺升级:通过改进生产工艺或引进先进技术来提高生产效率。例如,一家汽车制造商可能通过引进机器人技术以提高其组装线的速度。

2. 产品升级:提供更加高端或复杂的产品或服务。例如,一家基础性的食品加工企业可能进而制作冷冻速食食品;或者一家金融企业可能提供多种新的保险产品。

3. 功能升级:在产业链中获取新的职能(或者放弃现有的职能)以提高所从事活动的整体技术含量和附加值水平。例如,一家电子制造商可以从简单组装升级为原始设备制造(OEM)再到自主设计制造(ODM),最后进行自主品牌制造(OBM)(详见第八章)。

4. 跨行业升级:把从一种特定商品链中获取的知识应用到不同的行业。例如,一家公司可能利用其生产电视机的经验,转而从事计算机显示器的制造。

对单个企业而言,成功的升级战略可改变其命运。例如,土耳其埃拉克服装公司凭借其推出的 Mavi 牌牛仔裤产品,已经从之前的德国雨果博思品牌服装的一家供应制造商,升级为全球性的服装品牌和零售商。从更广泛的角度看,20 世纪 60 年代以来亚洲和拉丁美洲新兴工业化经济体的出现是成功升级的范例(专栏 7.2)。例如,通过上述四种升级进程,中国台湾的电子行业从一个外商独资电子组装基地,升级为全球经济中设计和生产计算机新技术的世界领先中心之一。对于其他发展中国家,推动广大行业在诸多领域实现升级仍是一个关键的政策问题,因为这将当地企业集群在全球商品链中谋取更大的利益份额。

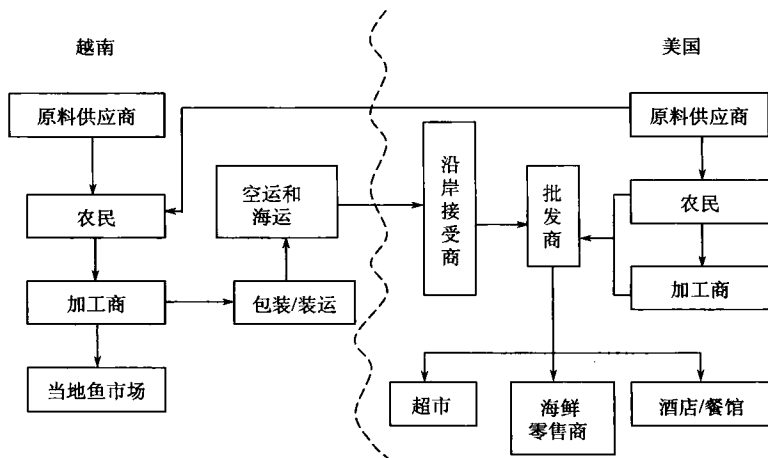


图 4.7 鲑鱼商品链

资料来源:改编自 Duval-Diop and Grimes(2005), Figure 5。

第四,有必要再次强调,全球商品链不仅仅是农业和制造业所特有的,在许多服务业中也很明显。例如,许多服务型公司已经发现,在某些海外地区——如印度、毛里求斯、牙买加、特立尼达和多巴哥等——进行常规数据处理和软件编程是很有利的,因为那里的劳动力成本相对较低。第五,我们需要把关于全球商品链的地域广泛性和复杂性的思考,与经济活动地域集群的有关讨论联系起来(详见第五章)。由于交易强度或某一经济活动的有关知识具有地域特定性等原因,商品链中的某些相互联系可能发生在同一地点。对于这些“全球网络中的结点”来说,商品链是将集群和集聚联系在一起的组织形式。

对投入—产出结构和商品链地域性的理解无疑是很重要的,但这并不能解答所有问题。以沃尔玛为例,谁控制着其全球商品链的组织结构和性质?谁决定其采购地及最终产品和服务的销售地?谁塑造了商品链的动态地域格局?这促使我们进一步考察商品链的管理这个重要问题。

管理过程

到目前为止,我们已经了解到,商品链是由企业内部和企业之间的联系,以及远近不一的各种地理关系联结组合而成的。然而,在大多数情况下,每条商品链中都有一个主要协调者(或一家主导企业)“驱动”着整个系统。一般而言,有必要区分哪些链条是生产者驱动型(producer-driven)的,哪些是消费者驱动型(buyer-driven)的(Gereffi,1994;参见图 4.8)。

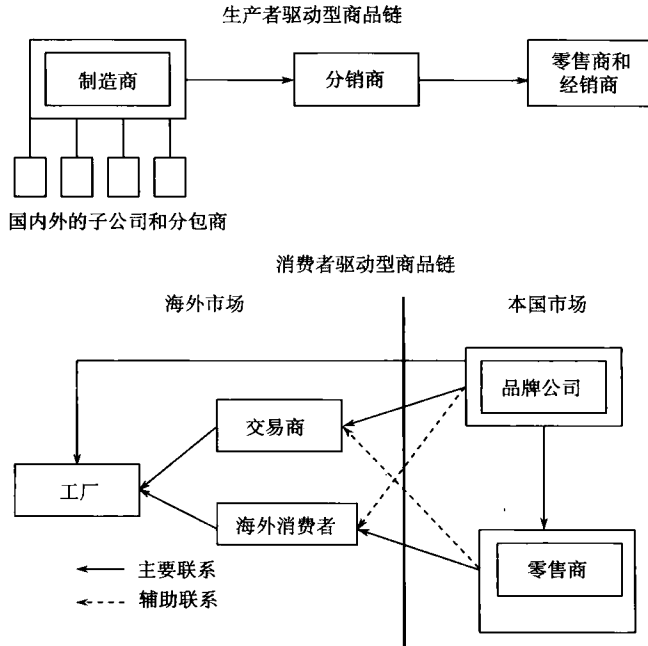


图 4.8 生产者驱动型和消费者驱动型商品链

资料来源:改编自 Gereffi(1994), Figure 5.1。

生产者驱动型链条常见于工业领域,大型工业跨国公司(TNCs)在生产系统管控中发挥着核心作用(第八章)。一般以资本和技术密集型产业为代表,如飞机、汽车、计算机、半导体和机械制造业等。这些链条的突出特点是跨国公司的运营总部施加强有力的控制力。生产者不仅以其收入和赢利能力等形式主导了生产链条,而且有能力对其前端关联的原材料、零部件供应商和后端关联的分销商、零售商施加控制。总部控制生产规模和产量,并主导技术开发能力,从而保障利润。汽车工业为这一类型的商品链提供了一个很好的例证。丰田和福特等国际领先的汽车制造商对散布在世界各地数以千计的子公司和各级分包企业组成的生产系统进行调控,同时还掌控着由分销商和经销商组成的全球网络。

表 4.1 生产者驱动型和消费者驱动型商品链的特征

	经济管理形式	
	生产者驱动型	消费者驱动型
资本控制类型	工业的	商业的
资本/技术密集程度	高	低
劳动力特征	熟练的/高工资	非熟练的/低工资
控制公司	制造商	零售商
生产一体化	垂直的/等级式的	水平的/网络式的
控制	内部化/等级式	外部化/市场化
承包/外购	中等/递增	高
供应商提供	零部件	最终产品
实例	汽车、计算机、飞机、电气机械	服装、鞋类、玩具、消费类电子产品

资料来源:改编自 Kessler and Applebaum(1998)。

另一方面,消费者驱动型商品链所在的行业通常由大型零售商(如沃尔玛、家乐福和宜家)和品牌经销商(如阿迪达斯、耐克和盖普)主导。这些大型商业集团在建立和控制生产体系中发挥核心作用,通常在出口导向型的发展中国家开展经营活动(如图 4.8)。这种类型的商品链常见于劳动密集型消费品行业,如服装、鞋类、玩具和手工艺品等。生产主要由根据大买家的要求制造商品的各级分包商完成。这些商品链包括设计、销售、市场和金融服务各个环节;零售商和经营商将海外工厂与主要消费市场连接在一起,最终从各环节的汇集中实现利润。因此,这些大企业的控制力在于通过强大的品牌效应塑造大众消费模式,并通过全球采购策略满足大众消费的需求。生产者与消费者驱动型商品链的基本特征在表 4.1 中进行了总结和对比。

区分生产者与消费者驱动型商品链是理解链式管理的重要的第一步。实际上,商品链管理在不同经济部门之间,以及同一部门内部的不同领域,都有更为复杂和多变的体现。同样,商品链不一定由一个大制造商或零售商主导协调。专栏 4.3 描述了在全球商品链中的一个独特的中介机构——日本的综合商社(sogo shosha)。尽管这种综合商社既非制造商也非零售商,但却在制造商和零售商的网络中游刃有余。这些大型的贸易公司拥有强大的组织能力来协调即使是最复杂的全球商品链。

专栏 4.3 贸易巨头——日本综合商社

日本综合商社为我们提供了一个理解全球物流、分销公司重要性的绝好例证。综合商社可直译为“综合性贸易公司”,但这并未全面反映它们所履行的一系列职责。长期以来,综合商社在日本经济中一直发挥着重要作用。在 20 世纪 60 年代,它们是第一批投资海外的

日本公司,担当了全球营销和情报收集的职能,从而促进了随后的贸易及日本的对外直接投资。七家领先的综合商社——丸红、三井、三菱、伊藤忠、日商岩井—日绵、住友和东绵——是日本当今的巨型商业、金融和工业企业集团。它们中的每一个都经营着遍布全球的子公司和分支机构。例如,在2003年,日本丸红雇用了约25 000名员工,旗下的263家分公司遍布38个国家,销售总额将近700亿美元;三菱拥有47 400名员工,在31个国家有309家分公司,总销售额达1 340亿美元(<http://www.unctad.org>,访问于2005年10月6日)。这些公司都经营成千上万种不同的产品。更确切地说,它们承担四种独特的功能(Dicken and Miyamachi,1998):

1. 交易中介:促使买家和卖家建立起长期合同关系。
2. 金融中介:在买家和卖家之间提供金融缓冲。
3. 情报收集:收集并分析世界各地关于市场状况的信息。
4. 对复杂商业系统的组织和协调:正如在大型基础设施项目中所看到的。

在过去20多年里,综合商社的职能已经在两个方面发生了重要变化。第一,它们在日本贸易中的份额大幅下降:1991年,它们几乎占了日本进口总额的60%、出口总额的50%,然而到2002年,这些比重分别降至22%和12%。在某种程度上,这些变化反映了日本的制造企业已经逐渐在海外建立起自己的市场营销和销售网络。第二,综合商社的业务性质发生了变化,目前79%的外国子公司从事金融、保险、运输和项目管理等服务业活动,这与过去集中于制造业形成鲜明对比。

104

从这个角度讲,有必要考虑居于生产者驱动型和消费者驱动型两种模式之间的关系型(relational)管理模式(Gereffi et al.,2005)。这种模式可以看作企业在相对平等的基础上形成的密切联系。一个实际例证是肯尼亚和英国之间的新鲜蔬菜(如豌豆和大豆)贸易(Dolan and Humphrey,2004)。在20世纪80年代中期之前,两者之间的新鲜蔬菜贸易一直是通过肯尼亚农民、出口商、总部设在英国的进口商、经销商、批发商和零售商之间一系列的市场关系进行的。然而,随着英国乐购、桑斯博里、阿斯达等超市的规模 and 市场份额的扩大,它们开始更直接地控制和协调商品链。为了争取和吸引消费者,这些超市引进了新品种的新鲜蔬菜,十分重视质量,保证一年四季的供应,并增加了蔬菜加工,以便于消费者经过很少烹制或无须烹制即可食用。结果,这些超市与英国进口商建立了更密切的非基于市场的关系,取代了通过批发市场购买蔬菜的传统渠道。到20世纪90年代中期,这种关系型商品链系统建立起来了,超市由此可直接与建立长期合作关系的几家英国进口商进行合作。进口商的职责远不止于贸易,它们提供一系列服务,包括加工和处理,质量检测,寻找新的供应来源,支持非洲生产商并对其业绩进行评估。当然,需要从动态的角度审视商品链的管理。随着时间的推移,出口商的能力增

强并且承担了更多的产品加工责任,之前提到的进口商与肯尼亚出口商之间的消费者驱动型的商品链,正逐步朝着关系型的商品链转型。

制度背景

由此可见,商品链管理是一项既复杂又高度动态化的事务。其性质不仅仅取决于涉及的部门或行业,而且还取决于通过商品链连接在一起的各个地区之间的密切安排,因为链条上的每一点都与其所处的或嵌入的制度背景密切相连并受其影响。现实条件中,复杂商品链(如图 4.6)与其制度背景间的联系是多种多样、纷繁复杂的。

我们需要以两种方式辨别不同的制度环境,以便理解其复杂性。第一,我们可以区分出正式和非正式的制度框架。前者指的是,在特定地区决定经济活动如何进行的规则和制度(如贸易政策、税收政策、激励措施、健康和环境/环境法规等);而后者指的是,与特定地方的企业—政治文化相关的、相对无形的、具有地方特色的“经商之道”(第十一章)。第二,有必要思考在不同空间尺度上的制度背景的重要性。在次国家的区域尺度上,地方和区域政府会采取一系列政策尽量推动当地某些类型的经济发展(例如,对较多从事研发工作的企业给予税收减免)。在国家尺度上,国家政府也会使用一系列政策措施来促进、引导其领土范围内的经济增长(更多内容见第七章)。在宏观区域尺度上,各种区域集团对其区域内的贸易和投资流动有相当大的影响。在全球尺度上,世界贸易组织和国际货币基金组织等国际机构构建着全球金融和贸易关系的游戏规则。因此,即使一个相对简单的全球商品链,也会贯穿和连接广大范围内多重尺度的制度环境。例如,影响厄瓜多尔和法国之间香蕉商品链的制度环境可能有:法国和美国香蕉公司的企业战略、厄瓜多尔和法国的经济政策、安第斯共同市场和欧盟的规则和条例、世贸组织的规则和条例、厄法两国内部的诸多本地政策措施,等等。在圣卢西亚这个拥有大约 15 万人口的加勒比小岛国,当其传统出口市场英国于 2005 年 8 月不得不放弃对圣卢西亚的优惠贸易政策时,约 10 000 名香蕉种植者中的 2/3 失去了收入。这是因为奇基塔等美国控制的香蕉公司向世界贸易组织提起申诉,反对英国为其前殖民地国家提供贸易优惠待遇,而世贸组织裁定奇基塔公司胜诉。

再回到咖啡业的例子,我们可以进一步揭示不断变化的制度背景对商品链的深刻影响。全世界 90% 以上的咖啡在发展中国家种植(中美洲和拉丁美洲、非洲、东亚和东南亚),然而绝大多数的咖啡被发达国家消费。横跨这两大国家群体的咖啡商品链如图 4.9 所示(Ponte, 2002)。可以从全球和国家两个尺度上来考虑咖啡商品链不断变化的制度背景。在全球尺度上,1962 年至 1989 年期间,咖啡的国际贸易被国际咖啡组织(ICO)制定的一系列国际咖啡协定(ICAs)所主导。国际咖啡组织是一个由广大咖啡进出口国家代表组成的超国家组织(<http://www.ico.org>)。国际咖啡协定通过结合价格区间和出口配额,制定了一套国际咖啡交易

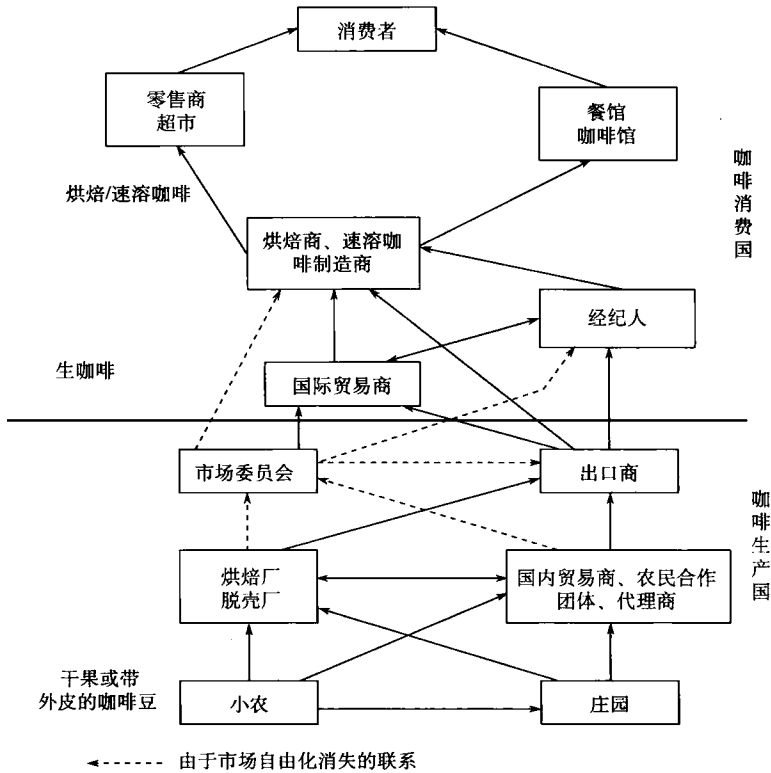


图 4.9 咖啡商品链:不断变化的制度框架

资料来源:改编自 Ponte(2002), Figure 1.

体系,这一体系对于稳定和提高咖啡价格发挥了重要作用。在国家尺度上,许多出口国建立了咖啡销售委员会。这些委员会是控制市场和监督生产国产品质量的政府机构,并充当连接本地市场与出口商和国际贸易商之间的纽带(图 4.9)。对咖啡业中的单个农民和种植者来说,这些委员会是他们与国际市场之间的重要缓冲。

然而在 1989 年,在非成员出口国高产量、低成本的竞争压力下,国际咖啡协定没有再次续签。国际咖啡协定体系的终结大大改变了咖啡链中各方力量的均衡。在开放的、以市场为基础的咖啡贸易体制下,咖啡价格被压低,而且价格波动幅度很大。商品链的主导权逐渐集中到了咖啡消费国的企业手中,特别是少数烘焙和速溶咖啡制造集团(专栏 4.1)。这些公司也越来越多地实行严格的质量标准,这些标准的影响沿着商品链一直传递给了种植农民。据估计,在后国际咖啡协定时代,咖啡链的收入中保留在发达国家市场的份额已经从 55%增长到 78%,而种植者获得的收入比例却从 20%降到 13%(亦可见图 4.5)。与此同时,咖啡出口国的国家咖啡销售委员会(图 4.9)的作用已退居商品链的边缘地位,或已

被淘汰,或仅行使有限的监管职能。在相互关联的国际、国内制度背景不断变化的影响下,全球咖啡市场的价格及其波动对世界各地数百万的咖啡小农和农民产生了强烈冲击。在最糟糕的情况下,农民的收入甚至低于种植作物的成本。通过咖啡业的例子可以看到,不断变化的制度背景可以对商品链的三个主要方面都产生显著影响,即投入—产出结构(例如,绕过国家咖啡销售委员会)、地域特性(例如,越南的产量迅速上升)和管理(例如,烘焙/加工企业的影响力不断提升)。

整体而言,本节展示了在特定的制度背景下,商品链作为组织平台是如何将全球范围内的生产者和消费者联系起来的。在不同的经济部门内部和部门之间,商品链所采取的具体形式差异很大——表现为结构、地域、管理方式和制度背景等各方面的差异。理解商品链的多样性和复杂性是试图“改变”商品链运作机理的重要一步。现在,我们转而考虑采取不同的方式改变或重新管制商品链,以消除商品生产、循环及消费中一些不尽如人意的地方。

4.4 商品链的重新管制:标准概览

许多个人和团体采取了各种方式试图改变商品链的现行方式。在第六章,我们会研究如何减轻某些商品链的环境影响。在第九章中,我们将看到某些工人团体拥有必要的代理机构,通过参与不同形式的生产政治以挑战其业内既定的工作方式。然而,我们在这里要探讨的是不同形式的消费政治的作用,即由商品链终端的消费者发起的、力图对商品链各环节生产条件进行改善的干预活动。由于这种消费行为力求积极了解生产链内在的社会和地理联系及其影响,因此往往被称为道德消费。

也许消费者最简单的行动形式就是抵制——即不购买某一公司的产品。例如,在1977年,108
消费者针对瑞士雀巢食品公司发起了一场抵制运动,该运动起源于消费者对该公司在发展中国家促销婴儿配方奶粉的关切,现在还有20个国家参与其中(详见 <http://www.ibfan.org>)。

我们还可以看到针对企业的消费者运动,通过调动有关工作时间和环境方面违规的信息而把矛头指向知名大公司。例如,在1999年美国反血汗工厂学生联合会(USAS)的运动中,学生们举行了一系列大学校园抗议和静坐活动,迫使大学行政当局和耐克公司等有关25亿美元大学校服生产合同的执照分发和生产管理方面提高了透明度(详见 *Antipode*, 2004)。然而,各种基准或标准的制定——据此考量各种终端产品及其生产过程——已成为全球经济商品链管制中日益重要的组成部分。实际上,随着全球化的一些负面作用对消费者和消费者群体影响的日渐显露,尽管上述消费者运动在20世纪80年代末和90年代特别流行,但现在绝大多数的类似运动主要是促动商业公司遵守各类标准并承担各种相应责任。

然而,正如表 4.2 所述,世界上的标准是广泛而多样的。第一,它们适用于商品链的不同方面,例如健康或劳动条件。第二,它们的具体表现形式可能是一条行为准则、成品上的标签、一种严格规定的技术标准、一套自愿行动,或者上述所有内容的某种组合。第三,标准可能应用于一种特定的商品链(如新鲜西红柿)、一个行业(如新菜水果和鲜蔬业),或者是一般性的(如某一国家市场中销售电器产品的一套安全标准)。第四,消费者运动主要是由终端消费者(有时是工会)发起,而制定标准的可能是公司、非政府组织、行业协会或者国际组织,而且通常是由上述各种机构中的一些或全部共同参与制定的。第五,标准的认证或许可(即评估是否满足标准要求)可以由各种不同团体来实施(公共的和私人的,营利性的和非营利性的)。第六,监管的效力可以是自愿性的(如为一种产品寻求平等贸易地位),也可以是强制性的(如塑料玩具的安全标准和有机食品的认证)。最后,标准在两个方面体现出天生的地域性:它们在地域范围内适用于特定商品的消费;同时,它们可能通过商品链的联系对其他区域产生影响。

表 4.2 标准概览

标准的属性	各种类型
应用领域	<ul style="list-style-type: none"> • 质量保证 • 环境 • 健康和安全 • 劳动力 • 社会/经济 • 道德伦理
形式	<ul style="list-style-type: none"> • 行为准则 • 标签 • 标准
范围	<ul style="list-style-type: none"> • 具体的公司/产品链 • 具体部门 • 一般性
主要驱动者	<ul style="list-style-type: none"> • 国际企业 • 国际非政府组织 • 国际贸易组织 • 国际组织
认证过程	<ul style="list-style-type: none"> • 第一、第二或第三方 • 私营部门认证机构 • 非政府组织 • 政府

续表

标准的属性	各种类型
管制效力	<ul style="list-style-type: none"> • 法律强制性 • 市场竞争的要求 • 自发性
地理范围	<ul style="list-style-type: none"> • 区域(如美国各州) • 国家 • 大区域(欧盟) • 全球

资料来源:改编自 Nadvi and Waltring(2004)。

在此,我们首先来看上述列举的一系列标准中的第一类,探讨现实中一些具体例子,依次考察在商品链的劳动力、经济和质量保证方面的有关标准倡议。英国道德贸易倡议组织由多个利益相关者组成,成立于1997年,由其成员和英国国际发展部(DFID)共同资助(美国的公平劳动协会是一个类似的倡议组织)。截止到2005年,道德贸易组织由35个公司成员(包括英国市场的主要零售商和供应商,如阿斯达、盖普、乐购)、17个非政府组织(包括许多慈善机构,如基督教授助组织和英国乐施会)和四个国际行业协会的代表构成。道德贸易组织制定了一套劳动力守则,成员将其应用于供应链活动中。基本守则包括以下9项条款(<http://www.ethicaltrade.org>;访问于2005年9月29日):

- 就业选择自由。
- 结社自由和集体谈判的权利受到尊重。
- 工作条件是安全和卫生的。
- 禁止雇用童工。
- 支付基本生活工资。
- 禁止超长时间工作。
- 无歧视。
- 提供稳定的就业机会。
- 禁止残酷或非人道的待遇。

110

绝大多数的零售商都选择使用独立的大型国际社会审查机构(例如商品检验局)的服务,但也有一些零售商把这一职能交给了主要供应商,还有一些则寻求主要采购地的非政府部门的参与以便进行实地考察(Hughes, 2005)。有趣的是,英国道德贸易组织明确表示不会选择认证标签的方式,显然是认为对一个零售商而言不可能了解每一商品链上所有环节的劳动条件;同时基本守则中的几项条款一定程度上依赖于采购国的政府行为(例如有权利成立工会)。

与上述组织关注劳动条件相对应,公平贸易运动更侧重确保初级生产者获得应有的经济

回报。一个突出的例子是英国公平贸易基金会,该基金会由一些慈善机构和非政府组织在1992年成立,是国际公平交易标签组织的一部分,对欧洲、北美、日本和澳大利亚/新西兰等地的20个国家倡议进行协调。公平贸易标识是对采购自发展中国家的符合国际公平贸易标准的产品颁发的一种认证标签,带有“保证第三世界生产者更好待遇”的标识。公平贸易标签组织有两套标准,一套适用于小农,另一套适用于种植园和加工厂的工人。这些标准(<http://www.fairtrade.org.uk>;访问于2005年9月29日)规定贸易者应遵循以下规定:

- 支付给生产者的价格应足够其持续生产和生活花费;
- 支付“溢价”以保障生产者可进行改善社会、环境、贸易的投资;
- 当生产者要求时,支付部分预付款;
- 签订合同时,应考虑到生产活动的长期规划和可持续性。

截至2005年年中,该基金会与49个国家的420家生产组织进行合作,惠及大约500万农民、工人及家庭成员。带有公平贸易标识商品的销售额在英国迅速增加,从1998年的1670万英镑上升到2004年的1.4亿英镑。这一标签可在15类食品中找到,其中咖啡、香蕉、巧克力/可可和茶是最重要的几类,并且还包括棉花和鲜切花等四种非食物类产品(图4.10)。在英国,领先的公平贸易品牌包括Cafedirect(咖啡和茶)、Traidcraft(食品、饮料、工艺品和礼品)等,一些超市如乐购正在发展自己的公平贸易品牌。与道德贸易组织一样,公平贸易组织也以一系列权威性的守则/标准为基础,但不同的是,它通过一套标识系统向消费者表明某种产品达到了标准。



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

资料来源:本书作者。

ISO 9000 是质量保证标准的一个突出范例。总部设在日内瓦的国际标准化组织(ISO)也许是最知名的全球标准组织,由130个国家的国家标准研究机构联合组成,其中心目标是协调

国家标准和国际标准以促进国际贸易和投资。虽然许多 ISO 标准是技术性的,但 ISO 9000 标准(其中 ISO 9001:2000 是现行版本)是规程性的,概述了一套全面的质量管理的常规做法,其目的是通过证明供应商遵循了一套正规的质量管理系统,向消费者提供外部的质量保证。ISO 9000 的要求——主要是一套书面规则——涵盖了范围广泛的各种活动,例如公司的目标消费群体、质量规划、产品设计、新进订单的审查,以及客户对商品和服务质量的意见的追踪调查(详见 www.iso.org)。

此系统的认证有几种方式:通过公司本身认证、通过客户公司认证或通过第三方认证。这一标准正在被迅速而广泛地采纳。ISO 9001:2000 制定于 2000 年 12 月,到 2001 年 12 月,认证数量达到了 44 388;到 2004 年 12 月,认证数量增加到了 670 399。有趣的是,采纳标准的全球地理格局极不均衡,欧洲和东亚加起来占认证总数的 80%以上(表 4.3)。在国家尺度上,中国、意大利、英国、日本、西班牙和美国依次是前六大采纳者。2004 年年末,仅中国的认证数量就将近 133 000(占全球总数的 20%)。以这种方式描绘出的 ISO 9000 认证格局是一项有趣的指标,可以反映出各地的增长速度以及与全球经济的国际联系程度。然而 ISO 9000 标准在这里最重要的一点是,它说明了全球性标准可以通过全球商品链传达人们对于开展经济活动的恰当做法的期望(还有一套并行的认证系统——ISO 14000——适用于环境管理)。

112

表 4.3 ISO 9001:2000 认证的地区比例(2004 年 12 月)

地区	国家数量	认证数量	占全世界的比例(%)
非洲/西亚	49	31 309	4.7
中美洲/南美洲	29	17 016	2.5
北美	3	49 962	7.5
欧洲	50	326 895	48.8
远东	21	225 220	33.6
澳大利亚和新西兰	2	19 997	3.0
世界	154	670 300	100.0

资料来源: www.iso.org, 访问于 2005 年 9 月 29 日。

4.5 道德干预的局限

我们已经看到,出现了一系列力图改善商品链各环节工人的生活和工作条件的、以消费为基础的倡议行动。然而,我们对此应有所警觉,因为存在着一种危险,即各种此类举措可能不过是资本主义制度的一部分,是企业赚钱的另一种方式。

113 因此,仔细考察企业参与上述各种倡议的动机是很重要的。尽管消费者运动可以通过终端消费者对企业的压力来促使其改变做法,许多标准认证体系是建立在企业自愿参与的基础上的。例如,以批判的眼光考察道德贸易组织时可能会发现,企业参与这一组织有助于维持企业的赢利能力,也可以保护它们免受负面的和批评性的媒体曝光。在参与过程中,消费者的任何影响都是间接的,因此对于参与企业来说,“参与”这一简单的事实本身是最重要的,可能比供应商对生产条件做任何实质性的改善更重要。此外,很难评判这些倡议是否成功。还有一些批评者认为,在参与道德贸易组织的背景下,尽管零售商可能只有少数产品符合基本守则,但利用与道德贸易组织的关系造成这样一种印象,即他们所有的采购都是符合道德贸易标准的。还有一些生产商可能抵制任何形式的外部审查,但仍公开声称他们符合一定的道德标准。

另一个潜在的问题很简单:谁为道德消费付费?标准体系的兴起已经促使一种新型商品链参与者的出现,即独立的审计机构,其中许多审计机构本身就是追求利润的企业。对冗长而复杂的商品链进行审计可能造成巨额费用,而企业是否愿意支付这些费用则取决于其财务状况和企业文化(Hughes,2005)。在某些情况下,企业会期望供应商支付额外的生产成本,但不愿为此支付更高的价格。例如,在墨西哥的瓦哈卡州,参与有机咖啡生产认证的农民,认证费用占到其总收入的10%—30%。其结果是,越来越多的农民放弃有机产品的认证。在这种情况下,全球标准成为一个很难跨越的重大障碍。生产和认证费用增长到一定程度后,仅仅那些组织性最强、资金状况最好的农民可以使有机生产成为一项有利可图的经济行为(Mutersbaugh,2005)。另一方面,以标识为基础的倡议往往依赖于消费者自愿支付额外费用,而这种额外费用可能让它们失去某些消费者,但是非标识倡议如道德贸易组织并不能通过这种方式筹集资金。从整体上看,也许很难逃脱以下结论:以消费为基础的经济理性至少不低于道德消费的经济理性。

还有一些对道德消费倡议的批评具有明确的地域意义。多数行为准则和一般性标准必然是相当抽象化和简单化的。一个简单的声明如“支付基本生活工资”,乍一听令人充满期望,但在现实中“基本生活工资”随地点不同而差别很大,甚至同一地域中不同社会群体之间也存在很大差别。计算出有实际意义的工资水平是相当费钱耗时的。同样地,由于主要关注的是正规的雇佣关系,这些倡议对于从业人员以非正式工为主(而且通常是女性)的部门和地方的影响可能微乎其微。这涉及一个更宽泛的问题,即道德伦理——对于是非观念、合理或不合理的理解——是有地域特性的。因此,道德标准在目标地点的执行可能达不到预期效果。

114 我们再次以英国的道德贸易组织来说明这一点。在赞比亚园艺出口业中严格执行“禁止雇用童工”的规定,意味着16岁以下的青少年不能再帮助他们的母亲挑拣蔬菜从而支付学费;

同样,农场也不再为大量的青少年艾滋病孤儿提供就业机会(Friedberg,2004)。对于一个大零售商来说,他们关心的是不与雇用童工有任何关联,不管在什么地方。从更动态的角度看,有一种日益增长的趋势,即在 ISO 和欧盟等机构的促动下,特定商品链的标准被“放大”至整个部门(如所有的有机食品)和更广大的地域范围(如整个欧盟)。其结果可能是这些标准脱离了部门和地域的具体情况,从而使得特定地域内的特定群体的状况更加恶化。

整体而言,虽然道德消费行动倡议有许多积极方面,但我们必须采用经济地理视角对其进行批评研究,就像我们对待经济学其他分支一样。如专栏 4.4 所示,在某种程度上,这需要使用一个多尺度的表述,即讨论“商品网络”而不单是“商品链”——这一主题将在第八章做详细探讨。

专栏 4.4 从“链”到“网络”?

本章几乎整篇都在讨论商品链——即从采购、生产到配送、消费的一个连续过程。但这确实是对复杂的现代生产系统的最佳描述吗?把经济系统作为一种更开放的网络的研究方法存在什么优势?把经济系统描述为商品链的一个核心问题是线性假设——即通过一系列的中介机构建立起从种植者/生产者到最终消费者的一个逐步联系的过程。这种对生产和消费过程的概念性描述有严重的局限性。在现实中,一种商品链的基本线性结构被纠缠在复杂而冗长的关系网络中,包括诸多企业(如金融服务商、管理顾问、物流服务商)和机构参与者(标准制定机构、非政府组织、工会等)。这些具体参与者之间的关系网对价值增值的过程有着切实影响,但这些因素可能在“链”的分析中被淡化。此外,将重点放在商品价值的线性增加上,可能掩盖了系统非连续阶段之间的重要联系。特别是,它可能淡化了生产系统中复杂的信息流,而信息流在系统的性质和运作中可能发挥着重要作用。例如,关于质量标准的信息可能从零售商直接传递到制造商,或者通过中介机构如物流公司或进口商/出口商进行传递。这些分析都表明,从谈论商品链转到商品网络或生产网络将是富有成效的(可参阅第八章)。

115

4.6 小结

作为一个经济体系,资本主义尽量掩盖了地域相距甚远的生产者和消费者之间的密切联系,而正是这种密切联系支撑了资本主义经济的运行。其结果是,即使要回答“你的早餐从哪里来”这样一个看似简单的问题,也需要进行大量的“地域考察工作”(Hartwick,2002:1178)。虽然标签可以标明某一产品的产地,但很少说明产品的生产条件。在这一章中,商品链这一概念展示了商品所经过的复杂的地域运转。通过从最初的原材料和生产设想到最终产品和服务的复杂过程,商品链将生产者和消费者重新联系在一起。具体商品链的运行本质随着产品的

不同而有很大差异。每一个商品链中都包含各种非线性的价值增值活动、独特的地域特性、不同的组织管理模式、各种制度环境等因素。因此,商品链是当代全球经济非常重要且具有地域本质的组织形式,是资本主义得以扩大其全球影响力的“隐性的”社会关系。从概念上说,商品链是一个极其重要的综合性范畴,揭示了诸多经济参与者之间的相互关系——包括国家、企业、工人、消费者,等等,这些关系将在本书第三部分中进一步深入分析。

对商品链的细致描绘使我们有可能对这些链条的性质和运行进行调节。我们回顾了一些消费者、政府、工会和企业通过单独或联合的行动寻求改变某种商品生产条件的案例。我们特别注意到各种标准的兴起及其重要意义。虽然有的倡议和标准已经产生了一定影响,但认识到其潜在的局限性也是很重要的。一方面,它们很容易被纳入资本主义追求利润的主流之中;另一方面,对商品链进行管制时,必须考虑到其固有的地理分异和复杂性,否则可能产生也许是意料之外的不平衡影响。在下一章,我们将考察技术进步是如何改变当代生产体系的地域格局和运行的。

116

延伸阅读材料

- 葛瑞夫(Gereffi,1994)和葛瑞夫等(Gereffi et al.,2005)提出了关于全球商品/价值链的两个开创性观点。又参见迪肯等(Dicken et al.,2001)对地域性的评论。
- 休斯和赖默(Hughes and Reimer,2004)提供了大量的关于商品链的地理研究。
- 关于本章中描述的硬盘驱动器、鲑鱼、新鲜蔬菜和咖啡商品链的详细内容,可分别参阅古勒维奇等(Gourevitch et al.,2000)、杜瓦-迪奥普和克莱姆斯(Duval-Diop and Grimes,2005)、杜兰和汉弗莱(Dolan and Humphrey,2004),以及彭特(Ponte,2002)的论著。
- 哈特威克(Hartwick,2000)讨论了消费者政治的大量潜在策略,弗里德伯格(Friedberg,2004)和休斯(Hughes,2005)对以消费为基础的策略提出了很多批判性观点。
- 汉德森等(Henderson et al.,2002)和巴瑞特等(Barrett et al.,2004)讨论了采用生产/商品“网络”方法研究全球经济结构的可能性。

问答题

- 商品链研究方法是如何将全球经济中相距甚远的生产者和消费者重新联系起来的?
- 各种商品链的管理方式有什么不同?为什么?
- 商品链的制度背景如何影响商品链的结构和运作?
- 对商品链进行管制时,采取以消费为基础的方法其优缺点是什么?
- 运用“网络”观念理解全球经济联系可能有什么优势?

延伸学习资源

- <http://www.globalvaluechains.org>:这个网站包含了关于全球价值链的丰富的理论和实证材料。
- <http://www.unido.org>:联合国工业发展组织网站提供了大量关于不同商品链及其

为特定地域经济带来发展潜力的数据和报道。

- <http://www.ico.org/index.asp>:国际咖啡组织网站提供了关于咖啡业的一系列信息,尤其是其管制结构的演化。

- <http://www.fairtrade.org.uk>:英国公平贸易基金会是力图提高商品生产者经济收益的知名组织之一。

- <http://www.iso.org/iso/en/ISOOnline.frontpage>:国际标准化组织网站提供了关于多种国际标准的丰富信息。

(张晓平、王兆红译,刘卫东校)

参考文献

- Antipode*(2004) Intervention symposium: geographies of anti-sweatshop activism, 36:191-226.
- Barratt, H. R., Browne, A. W. and Ilbery, B. W. (2004) From farm to supermarket, in A. Hughes and S. Reimer (eds) *Geographies of Commodity Chains*, London: Routledge, pp. 19-38.
- Dicken, P. (2003) *Global Shift*, 4th edn, London: Sage.
- Dicken, P., Kelly, P. F., Olds, K. and Yeung, H. W. C. (2001) Chains and networks, territories and scales: towards an analytical framework for the global economy, *Global Networks*, 1:89-112.
- Dicken, P. and Miyamachi, Y. (1998) 'From noodles to satellites': the changing geography of the Japanese so-go shosha, *Transactions of the Institute of British Geographers*, 23:55-78.
- Dolan, C. and Humphrey, J. (2004) Changing governance patterns in the trade of fresh vegetables between Africa and the United Kingdom, *Environment and Planning A*, 36:491-509.
- Duval-Diop, D. M. and Grimes, J. R. (2005) Tales from two deltas: catfish fillets, high-value foods, and globalization, *Economic Geography*, 81:177-200.
- Friedberg, S. (2004) The ethical complex of corporate food power, *Environment and Planning A*, 22:513-31.
- Gereffi, G. (1994) The organization of buyer-driven global commodity chains: how US retailers shape overseas production networks, in G. Gereffi and M. Korzeniewicz (eds) *Commodity Chains and Global Development*, Westport, CT: Praeger, pp. 95-122.
- Gereffi, G., Humphrey, J. and Sturgeon, T. (2005) The governance of global value chains, *Review of International Political Economy*, 12:78-104.
- Gourevitch, P., Bohn, R. and McKendrick, D. (2000) Globalization of production, *World Development*, 28:301-17.
- Guardian*, (2003) Miles and miles and miles: how far has your basket of food travelled?, Food section, 10 May, p. 18.
- Hartwick, E. R. (1998) Geographies of consumption: a commodity chain approach, *Environment and Planning D*, 16:423-37.
- Hartwick, E. R. (2000) Towards a geographical politics of consumption, *Environment and Planning A*, 32:1177-92.
- Harvey, D. (1989) Editorial: a breakfast vision, *Geography Review*, 3:1.

- Henderson, J., Dicken, P., Hess, M., Coe, N. M. and Yeung, H. W-C. (2002) Global production networks and the analysis of economic development, *Review of International Political Economy*, 9(3): 436-64.
- Hughes, A. (2005) Corporate strategy and the management of ethical trade; the case of the UK food and clothing retailers, *Environment and Planning A*, 37: 1145-63.
- 118 Hughes, A. and Reimer, S. (eds) (2004) *Geographies of Commodity Chains*, London: Routledge.
- Humphrey, J. and Schmitz, H. (2004) Chain governance and upgrading: taking stock, in H. Schmitz (ed.) *Local Enterprises in the Global Economy*, Cheltenham: Edward Elgar, pp. 349-77.
- Kessler, J. and Appelbaum, R. (1998) The growing power of retailers in producer-driven commodity chains: a 'retail revolution' in the US automobile industry? unpublished manuscript, Department of Sociology, University of California at Santa Barbara, USA.
- Mutersbaugh, T. (2005) Fighting standards with standards: harmonization, rents, and social accountability in certified agrofood networks, *Environment and Planning A*, 37: 2033-51.
- Nadvi, K. and Waltring, F. (2004) Making sense of global standards, in H. Schmitz (ed.) *Local Enterprises in the Global Economy: Issues of Governance and Upgrading*, Edward Elgar, Cheltenham, pp. 53-94.
- Oxfam (2003) *Mugged: Poverty in your Coffee Cup*, Oxford: Oxfam International.
- Ponte, S. (2002) The 'latte revolution'? Regulation, markets and consumption in the global coffee chain, *World Development*, 30: 1099-122.
- Smith, M. D. (1996) The empire filters back: consumption, production, and the politics of Starbucks Coffee, *Urban Geography*, 17: 502-24.
- Watts, M. (1999) Commodities, in P. Cloke, P. Crang and M. Goodwin (eds) *Introducing Human Geographies*, London: Arnold, pp. 305-15.

第五章 技术和集聚：技术可以消灭距离吗？

目 标

- 论述如何利用一些技术来超越时空距离
- 理解技术的空间效应对于经济体系的有限性
- 解释为什么空间邻近对许多类型的经济活动仍然很重要
- 思考关系邻近对塑造当代经济地理的重要性

5.1 引言

易趣(eBay)是网络时代少数几个无可争议的成功企业之一。这个在线拍卖网站于1995年10月成立于美国,到2005年,世界各地有1.5亿用户通过该网站购买或销售了价值400亿美元的商品,为易趣创造了10亿美元利润。易趣的运作模式很简单。任何人都可以浏览它的网站,而买家和卖家必须注册。网站上列出了4万多种不同种类的商品,买家在网站上填入他们愿意为某件商品支付的最高价格,之后由易趣代表买家用预先设定好的增量进行竞标,在某些情况下买家也可以在线即时购买。公司从卖者的注册费和卖出商品的最终价格的提成中获利。易趣的支付宝系统支持信用卡付款,但是购物者可能要承担运输、税收、海关等相关费用。易趣对买卖双方信用和相互反馈进行记录,并有专门的日志分类管理者和安全咨询专家,从而保证这一交易体系的基本诚信。这一最初为专业贸易商和收藏爱好者服务的小众市场,目前已经成为了涵盖二手汽车、餐饮设备、医院扫描仪等各种产品的巨大的在线经济。对于某些人来说,易趣交易已经成为一种生活方式。据统计,到2005年,已有50万美国人有过网购经历,其中有15万是全职的易趣交易者(*The Economist*, 2005)。

120

乍一看,易趣的巨大成功似乎清楚地表明,以互联网为代表的新信息交流技术拥有令人难以置信的变革力。这种个人对个人的竞标在历史上是与集市、市场、拍卖行等地的交易相联系的。借助于互联网的普遍性、高速性和可靠性,传统的拍卖交易已经成为了一个全球交易系统。其他成功在线品牌如谷歌、卓越、雅虎的出现表明,这毫无疑问是一个非常重要的经济地理现象。某种程度上,它标志着地理的终结和对经济交流的距离障碍的克服。但是我们应该

警惕过分强调技术重塑和消除经济地理格局的能力。这可以从两个方面看。

首先,易趣这样的全球化现象并不是人们想象那样的无所不在。同其他网络空间活动相似,易趣也呈现出系列现实的不均衡地理格局。例如,易趣在很大程度上是富裕国家才有的现象,它依赖于对互联网的可使用性和上网费用可负担性(就本地消费水平而言),而这些条件在全球的分布非常不均衡。此外,网上交易的商品需要通过现实世界的邮政、货运、物流服务、关税和进出口税来实现。因此,易趣的很多买家和卖家都在本国内部进行交易。其次,易趣的案例只反映了一种科技(互联网)对实体经济某个组成部分的潜在影响(部分商品的网上零售)。从整体经济来看,一系列新技术在地理上的影响是各有不同、分布不均、非常复杂的。一些技术导致了全球尺度上经济活动的重组,然而另一些技术却强化已有的地理差异,或是增强了经济活动在某些特定地区集聚的趋势。而且,在某些经济领域,看似强大的技术变革力被人类社会交往的实际需求所抵消了。

121 在第四章,我们看到商品链不同活动环节的地理格局可能是集中或分散的,或者是两者兼而有之。在本章中,我们将关注技术在这些地理格局中所扮演的角色。我们从四个方面来揭示地理和技术相互关联的复杂性。首先,我们批判那种简单地认为技术会消除距离障碍和经济区位重要性的“地理终结”概念(5.2节)。第二,我们引入了一些核心概念来细致地探讨技术变化及其影响(5.3节)。我们也将回顾技术变化的多种类型,指出虽然一些技术变化能超越空间距离,但并不是所有的技术变化都能产生同样的效果。第三,我们将考察在什么情况下距离仍然对经济活动很重要,从而使得城市和集聚区仍然是当代经济地理景观的关键组成部分(5.4节)。最后,我们引入关系邻近性(relational proximity)这一概念来解释,为什么大多数经济活动仍然需要通过面对面交流和技术辅助交流共同组成的、各种复杂的组合交流形式来进行(5.5节)。总之,我们认为全球网络节点这个比喻能最为贴切地帮助我们理解构成世界经济远近联系的复杂结构。

5.2 “无地点”生产方式正在兴起?

经济学家理查德·奥布里恩(Richard O'Brien)在他1992年出版的《全球金融一体化:地理的终结》(*Global Financial Integration: The End of Geography*)一书的开篇写下了下面一段话:

作为一个应用到国际金融关系中的概念,“地理的终结”指的是金融与地理位置无关或不像目前这样相关的一种经济发展状态。在这种状态下,金融市场的监管者们不再能完全支配他们所监管的地域单元。对金融公司而言,这意味着只要有合适的信息和计算机系统,就可以有更宽的地理区位选择面……证券交易所也不再能垄

断它所在国家或地区公司的股票交易,因为股票交易将不再局限于特定的城市。现在,股市越来越依赖计算机和电话网络,而不是交易大厅。事实上,市场几乎没有固定的交易场所。对金融服务的消费者而言,地理终结意味着一系列更为广泛的金融服务将在本地银行的传统服务之外提供。流动的金钱会不断地规避现有地理格局的限制,而且会在很大程度上成功地摆脱这种限制。

(1992:1-2; original italics)

这段话代表了一种对技术变革,特别是新技术影响的普遍看法,即地理的局限性在不可避免地被克服。奥布里恩认为,金融公司只需在计算机技术上投资就可以开辟各种新的办公地点。同样,股票交易将不再被束缚在特定的城市,而且消费者有众多的产品和服务可以选择。

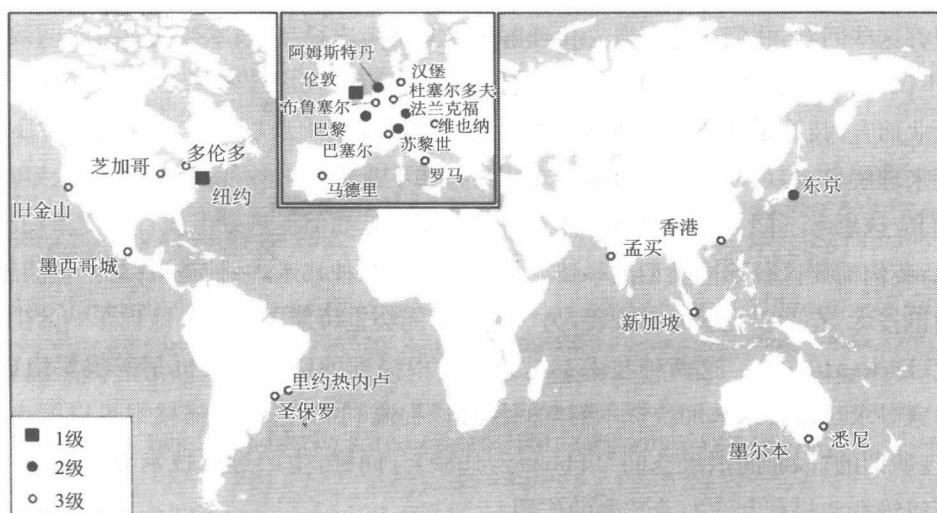


图 5.1 金融中心的全球网络

资料来源: Dicken(2003), Figure 13.8. 图片转载已获 Sage 出版社许可。

122

考察一下当今的全球金融系统,我们可以发现支持奥布里恩观点的一些证据。金融服务业的运转确实受到计算机、微芯片、网络和卫星等技术的深刻影响。在很大程度上,现金实现了电子化,取代了硬币、纸币、支票、信用卡等一些有形的形式。因此,金钱可以迅速流向全球的各个角落。在不同时区内相互叠加的金融市场使得金融企业能够 24 小时不间断地营业。不同市场在国际尺度上的联系使得金融机构能扩展其国际借贷业务,并对国际货币市场的汇率变动作出极快反应。最后,新技术毫无疑问地改变了金融企业与客户互动的方式。例如,个人客户越来越多地通过网络而不是通过实际的营业点来处理银行业务。我们可以利用网络引

擎来搜索和比较各种金融产品和服务的异同。

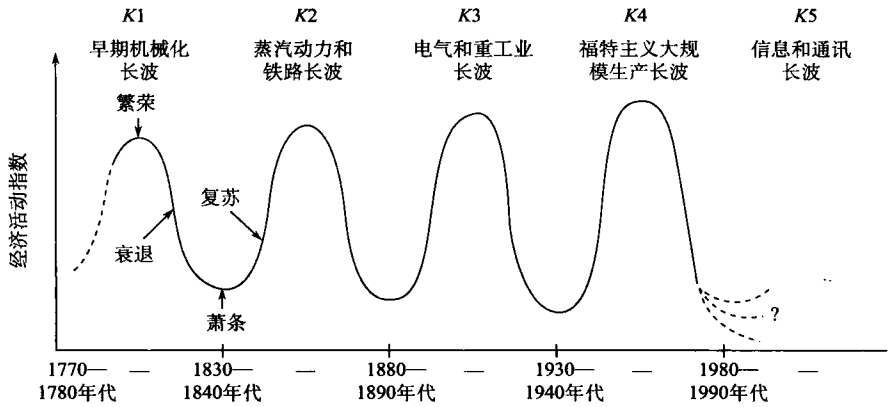
然而,奥布里恩观点中的核心地理元素即地理终结,并没有成为现实。正如图 5.1 所示,令人颇感奇怪的是,全球金融业的整体地理格局几乎没有变化。一小部分城市,特别是伦敦、纽约、东京、巴黎、法兰克福,仍然控制着全球国际金融交易的绝大部分(参见第一章)。例如,在 2004 年,伦敦每日外汇交易量占世界 1.9 万亿美元总量的 31%,投资业务占欧洲的 50%,并且是近 500 个外国银行的总部。实际上,以某些标准来衡量,在信息技术应用范围不断扩大的同时,这些金融中心的控制能力却呈现集中态势。我们怎么来解释这个看似矛盾的现象?为什么奥布里恩所预见的地理终结没有成为现实?

5.3 理解技术变革及其地理影响

要回答这些问题,我们需要在概念化理解中更多地考虑科技、技术变化及其空间效应。首先,科技不仅是一个纯粹的技术过程,也是个人和组织通过应用技术来达到特定目的社会过程。就企业而言,技术是其在竞争激烈的资本主义市场环境中获取更大利润的一种手段。从这个角度来理解科技,可以使我们避免陷入认为科技本身能带来各种变化的技术决定论陷阱。相反,我们应该思考不同类型的经济主体对科技的应用是如何促进或促成各种变革的。

第二,我们需要区分不同类型的科技。关键要区分两种技术,一种是被称为“空间压缩”的交通和通讯技术,有助于克服时空障碍,另一种是可能会也可能不会带来地理影响的生产过程技术变化(Dicken,2003)。这两种技术都是第三章中提到的资本主义机制的重要组成部分。随着资本家寻求用新技术来加快资本的空间循环以提高利润,空间压缩技术可以缩小时空距离,或实现所谓的“以时间消灭空间”(Harvey,1989)。同样,生产过程技术对于提高生产率、促进创新以维持和提高利润有着重要的作用。

第三,我们需要考察不同层次的技术变化(Freeman and Perez,1988)。渐进式创新是对已有产品和生产过程的小规模改进,例如给手机添加功能,或在办公环境中用电脑软件来替代文书工作。激进式的创新是打断或对现有产品和生产过程带来变革性影响的事件。这方面的例子包括真空吸尘器的出现(例如 Dyson),或者用机器人技术来替代汽车装配生产线上的工人。科技系统的变化是对某些经济领域产生广泛影响的技术变革,可能衍生出新的产业。这种变化可能导致出现应用广泛的普适技术,例如生物技术和新能源技术。技术—经济范式的变化往往是对经济增长有深远影响的革命性巨变。显然,当代信息技术的出现就代表着一个新的技术—经济范式:很难想象还有哪种经济活动不受电脑和互联网的影响。这一最新范式的影响力体现在它使用户可以同时传送信息和加工信息,而之前只能利用不同的技术(如电话和单机电脑)分别来进行。



经济活动指数	K1	K2	K3	K4	K5
	早期机械化长波	蒸汽动力和铁路长波	电气和重工业长波	福特主义大规模生产长波	信息和通讯长波
	1770s/80s	1830s/40s	1880s/90s	1930s/40s	1980s/90s
关键因素	棉花、生铁	煤及运输	钢铁	能源—石油	电脑芯片
关键技术	纺织 纺织化工 冶铁/锻造 水力 陶器制造	蒸汽机 蒸汽轮船 钢和铁 铁路设施	电气工程 电气机械 电线电缆 重工/军工 重化工 合成染料	汽车 卡车 拖拉机 油轮 飞机 耐用消费品 加工工场 合成材料 石油化工	电脑 电子资本产品 软件 电讯 光缆 机器人技术 陶瓷技术 数据库 信息服务 生物科技

图 5.2 康德拉涅夫长波及其特征

资料来源:改编自 Dicken(2003), Figure 4.1. 经 Sage 出版社许可转载。

第四,需要以长期和演化的视角来看待技术变革。信息—技术范式是一系列与经济增长和繁荣密切相关的以前数轮技术革命的延续。这种经济/技术周期通常以 20 世纪 20 年代从事技术变革研究的俄罗斯经济学家康德拉涅夫的名字命名为长波或康德拉涅夫波(图 5.2)。与第三章提到的劳动地域分工概念很相似,即这些不同周期的更替演变是日积月累、逐步沉积的结果。每一波新技术所产生的空间格局与上一波留下的经济态势密切相关。这一发现对所谓的地理终结论提出了挑战。例如,早在信息技术革命以前,伦敦就通过大英帝国殖民主义扩张成为了全球金融中心,因此它比其他地区更有条件从新技术中获益。这就是路径依赖:在一定程度上,技术变化对特定区域的影响受该区域现状制约。

因此,我们可以发现奥布里恩的观点过于简单化了。技术是多种多样的,技术变化的层次也千差万别,即使是相同的技术,也可以被不同的人以不同的方式应用到不同地方。接下来,我们开始详细分析两种核心技术类别——空间压缩技术和生产过程技术(根据 Dicken 提出的分类,2003)及其地理影响。

空间压缩技术

当今世界经济的运转依赖于一系列空间压缩技术。正是这些技术以各种方式将企业、工人、政府、消费者(即商品链)联系起来。这些技术的共同之处就是能帮助使用者在一定程度上克服时间和空间的限制。我们主要介绍两种空间压缩技术(Dicken, 2003): (1)物品(包括人)进行空间位移所使用的交通运输系统; (2)使不同类型的信息(例如文字、数字、图像、视频片段、音乐文件、计算机程序)进行空间传送成为可能的通讯系统。过去一个世纪中,这两个系统都发生了巨大变化,对世界经济地理产生了深刻影响。让我们来简单认识这些创新中最重要的方面(Dicken, 2003)。

就交通运输技术而言,无须赘述,过去 200 年来世界明显被压缩了。在 19 世纪中叶的第二个康德拉涅夫波(图 5. 2)期间,蒸汽动力的发明和钢铁在铁路和造船上的应用,是支持真正的全球贸易帝国出现的关键要素。然而,20 世纪 50 年代以来,两大关键的交通运输方式的发展成为推动全球经济发展的新动力:

1. 商业喷气式飞机的出现:很显然,大规模的空中交通网络是当今世界经济不可或缺的组成部分。值得一提的是,喷气式飞行直到 20 世纪 50 年代才成为一种大众可负担的、广泛应用的交通运输方式。空中交通运输体系不仅对不同经济群体(旅客、跨国公司的高管、高技能移民、合同工、学生)的国内外旅行很重要,而且也对高价值产品(文件、电子元件)和新鲜产品(新鲜的水果、蔬菜、鲜花)的流通至关重要。国际领先的包裹递送公司都拥有自己的庞大机群。例如,2005 年美国联邦快递公司(FedEx)在全球 235 个国家有 138 000 名雇员,拥有可降落在 235 个机场的 638 架飞机,连同 43 000 辆其他运输工具一起,每天可以运输 310 万个包裹(<http://www.fedex.com>)。

2. 集装箱运输的出现:20 世纪 50 年代中期以后另一个重要发展就是 20 英尺长、海陆两用的标准金属集装箱的应用。它极大地简化了大宗货物的运输和转运(例如船—船联运和船—火车联运)。每天有超过 1 500 万个集装箱在陆地或海洋上运输,或者停在某个地区的仓库等待装运。据估计,集装箱运输占全球贸易商品价值的 90%。2004 年,集装箱总量达到 7 200 万个。集装箱的全球运输主要有三种线路:横渡太平洋、横渡大西洋、欧洲—远东。这三条线路为我们认识世界贸易格局的本质提供了有趣的视角。全球前 20 个集装箱港口——包括香港、新加坡、釜山、深圳、上海、鹿特丹、汉堡、洛杉矶,处理着大约 50% 的全球集装箱运输(图 5. 3)。



图 5.3 全球集装箱系统的一个关键节点:新加坡港

资料来源:本书作者。

尽管这些创新毫无疑问地压缩了世界的相对大小,但必须明确的是,世界的压缩是相当不均衡的。交通运输的发展加强了世界主要城市和经济体的联系,而对工业欠发达地区和农村地区而言,这种趋势使它们更加边缘化,交通运输联系也仍然严重不足。这种不均衡的世界压缩进程加剧了全球的不均衡发展。例如,由于缺乏岛屿间的运输联系,加勒比海地区国家之间的货物运输要比横跨大西洋的路线花费更多。因此,加勒比海地区的许多甜酒、啤酒、软饮料的制造商发现,从法国进口玻璃瓶和从中国进口塑料瓶要比在加勒比海地区本地采购便宜得多。

127

在交通运输技术发展的同时,通讯系统也取得了巨大进步。关键进展包括:

1. 卫星和光纤技术:自从 20 世纪 60 年代中期第一颗地球同步卫星发射以来,全球通讯业发生了很大变化。卫星网络可以在全球范围内即时地传送声音、图像和其他形式的数据。20 世纪 70 年代以来,由于其高速传送海量数据的能力,光纤技术不断对卫星技术发起挑战。目前,已有一个庞大的海底光纤网络纵贯全球。卫星和光纤结合起来,能够提供低费用、高容量的数据传输能力。而且,光纤的传输能力还在以指数级的速度增加。

2. 互联网:显然,互联网通过面向大众的、互动的计算机网络系统使通讯方式发生了革命性的变化。互联网使个人之间和机构之间费用低而性能可靠的电子邮件和信息分享达到了前所未有的规模。过去十年中,互联网用户从 1995 年的 1 600 万人增加到 2005 年的 9.35 亿人,扩张速度令人惊叹。连入互联网的主机电脑数量同样可观,从 1995 年 7 月的 660 万增加到 2005 年 7 月的 3.533 亿。尽管互联网的增长速度很快,但是在全球的可获得性却是不均衡的。2005 年 7 月,亚洲和北美的互联网用户分别占全球的 35% 和 24%,而非洲和拉丁美洲只

占微乎其微的2%和7%。作为反映互联网产业区位的重要指标,互联网域名的地理差异更为显著。2003年,美国、德国、英国所在的域名分别占全球总量的33%、16%和13%。正如本章引言中所指出的,尽管很多人过分夸大了互联网的无所不在,但在很大程度上互联网仍然是城市或富裕国家才有的现象(数据源自 <http://www.nua.ie;Zook,2005>)。

128

3. 移动通信:伴随互联网的出现,手机技术取得了重大进展。更为重要的是,在过去20年里,手机已经从昂贵的新奇之物变成无处不在的日常用品。新款手机及其相关服务使无线上网成为可能,手机用户随时随地都能了解信息和开展交流。总的说来,手机的使用在富裕国家更为普遍。例如,2003年,平均每1000个手机用户中就有708人在高收入国家,只有24个在低收入国家。然而更有趣的是,随着手机使用的增长速度大大超过固定电话技术,在许多发展中国家(特别是在亚太地区、中亚、撒哈拉以南的非洲),手机的使用率已经超过了固定电话(<http://www.worldbank.org/data>)。

4. 大众电子媒体:尽管大众电子媒体经常在讨论中被忽略,但其通过构建相关的全球市场及市场预期,在帮助产品和服务克服时空障碍中扮演了相当重要的角色。收音机和电视机就是强有力的大众电子媒体代表。比如说,它们是一些知名品牌广告的载体。实际上,主要的全球性电视台如CNN、MTV、BBC等,本身也成为了重要品牌。自20世纪80年代以来,随着媒体市场放松管制以及有线电视和卫星电视等新媒体的出现,大大促进了许多国家国内电视频道的增加。当然,媒体服务的可获得性也是不均衡的。2003年,在全球电视拥有率最高的瑞典,每1000个人中拥有965台电视机。在高收入国家,每千人的电视机平均拥有量为735台。另一方面,在乍得和刚果共和国,每千人只拥有2台电视机,低收入国家作为一个整体的平均水平是每千人84台(<http://www.worldbank.org/data>)。

总的看来,交通和通讯技术的空间压缩效应对世界经济地理产生了显著的影响。简而言之,这使我们在本地超市就可以买到全球各地生产的商品。这进一步促进了商品和服务的生产者和消费者之间的空间分离,同时也促进了生产过程(或者说商品链)的不同环节在国内或国际尺度上的空间分离。正如我们在第四章中看到的,在泰国生产的电脑硬盘的部件和模块可能来自新加坡、马来西亚和印度尼西亚。现代交通运输和通讯技术能够满足不同企业或场所之间快速而有效地交换物件和交流信息的需求。

空间压缩不仅影响到制造业,也使服务业的空间分离成为可能。近年来大量涌现的呼叫中心就是这种趋势的很好例证。呼叫中心是一种企业和客户的互动平台——通过电话服务向在地理空间上广为分散的客户提供一系列售后服务(例如市场销售、技术支持、索赔查询、市场调查、预订、信息咨询等)。虽然将呼叫中心建在低成本的区位早就是业界普遍采用的经营策略,但近几年来这种趋势不断得到强化,其中突出表现就是将呼叫中心进行跨国迁移以寻求更廉价的区位(图5.4)。这一过程被称为服务的离岸过程。除了呼叫中心,还有两种重要的



图 5.4 离岸服务中心:菲律宾呼叫中心的工人招聘

资料来源:本书作者。

129

离岸服务:后台办公服务(包括索赔、账目处理、薪资核算、数据处理、发票管理等)和信息技术服务(例如软件研发、应用测试、商业内容开发等)。采用离岸服务的产业部门主要包括金融服务、通讯、运输、医疗健康和公共事业等。印度是在这一过程中的重要受益者(专栏 5.1)。

专栏 5.1 印度的离岸服务业

随着 20 世纪 90 年代美国运通、英国航空、瑞士航空等公司在印度建立后台办公服务部门,印度的离岸服务业开始起步。1994 年之前,印度的软件和服务业出口值仅 6 亿美元/年,而到了 2004 年,这一数值就达到了 120 亿美元/年。印度吸引了大量的全球离岸服务业投资:2002—2003 年,它吸引了 12% 的国际呼叫中心业务(共 60 个项目)、31% 的国际后台办公服务业务(共 31 个项目)以及 19% 的国际信息技术服务业务(共 118 个项目)。投资者们发现印度的数量庞大、廉价、高素质和会说英语的劳动力大军非常有吸引力。这些员工可以很容易地通过国际通讯网络与投资者的国内市场相联系。而工资的区域差距更令人吃惊。2003 年,一个有着 3—5 年工作经验的信息技术专家在英国每年能赚 96 000 美元,在美国能赚 75 000 美元,但在印度却只能赚 26 000 美元。英国一个呼叫中心的低级别员工每年能赚 20 000 美元,而在印度还不到 2 000 美元。因此,2003 年印度 1 500 个呼叫中心公司雇用了超过 102 000 个年轻人。目前这个产业仍在飞速增长中。这些离岸服务既可以采取直属分支机构(例如,2005 年美国银行在印度海德拉巴的后台办公机构雇用了 1 000 个人)

130

的形式,也可以外包给印度的本地公司(例如美国三角洲航空公司把它的部分呼叫中心业务外包给印度惠普罗公司的一个子公司)。目前,外包模式越来越成为离岸服务的主流趋势。塔塔咨询、惠普罗、印孚瑟斯等印度领先的外包服务供应商本身就是大型跨国公司,有着广泛的国际业务。显然,离岸服务的国际外包趋势仍在继续。据估计,到2010年仅英国就有20万个工作机会外包到印度。从这个趋势中受益的还有中国、菲律宾以及东欧和中欧的一些国家。

生产过程技术

131 竞争激烈的资本主义经济不仅要求企业生产过程的各个环节有效联系(从资源获得、投入采购直到售后服务——见第四章和第八章),还要求企业不断提高新产品和服务的研发速度和生产效率。因此,企业需要在三个重要且相互关联的方面作出选择(Dicken, 2003)。首先,需要选择一项合适的生产技术,特别是把劳动力(即工人)和资本(即建筑物、机器、电脑、电话)适当结合起来的的技术。第二,确定生产规模。虽然扩大生产可以提高经济规模,但企业通常不会盲目扩大经济规模,而且不同产业有着不同的经济规模要求(例如电视机生产和手工家具生产不一样,速食零售和银行又不一样)。第三,确定生产地点。这意味着要对在地理上靠近劳动力(例如廉价或者高技能劳动力)、要素投入(例如原材料、零部件或者管理顾问的意见)或者市场(例如最终消费者、其他商业和政府部门)等因素的必要性作一个相对评估。

正如前面所提到的,我们现在正面临着新信息技术驱动下的技术—经济范式变革。这些技术在变革通讯方式的同时也驱动着生产过程的深刻变革。当前,对于这些生产过程的本质有大量争论,大体上可以看成是后福特主义与之前大批量生产的福特主义之间的争论(Dicken, 2003)(专栏 5.2)。过去30年间,在福特主义的基础上出现了新的生产方式,其主要特征是生产的灵活性。提高灵活性的核心在于机器设备中信息技术的应用,及其对生产过程实行更为精细的控制。更重要的是,计算机化使得制造过程能快速有效地在不同工序间切换,进而使得公司能够满足消费者的个性化需求。这种生产过程不是追求大批量生产,而是致力于在不增加成本的同时提高服务于多个小众/特定市场的能力。

既然如此,就不只有一种后福特生产体制(Dicken, 2003)。实际上,当代经济生活中存在着三种不同的工业体系。首先,福特主义体制仍然存在,特别是在某些规模经济仍然很重要的产业部门,例如农业、食品加工业、常规服务业、电子元件产业等。第二,在某些情况下,灵活的专业化生产技术推动了以创新型小公司为主体的手工业的复苏。灵活专业化生产系统的核心是熟练的工艺工人使用灵活的机器来生产小批量的定制商品。这种生产方式主要存在于生产定制鞋子、珠宝、衣服、家具、陶瓷等手工艺行业。第三,与福特体制和灵活专门化的生产体制

相区别的、起源于日本的灵活生产方式。这种生产方式的关键是信息技术和灵活生产组织的结合(见第九章,特别是专栏 9.3)。它的另一个重要特性是,信息技术在供应链管理中的应用使“即时生产”体系得以取代昂贵而低效的“充分备料”系统(表 5.2)。通过这一体系,企业能通过不同方式把大批量生产的零配件组装成多品种的产品,最终有可能实现大众定制(mass customization)。虽然最初起源于汽车产业,这种生产体系随后扩展到其他消费品生产部门(包括个人电脑和手机)和化学钢铁等产业。戴尔公司就是反映这一体系的技术和组织变革的有趣案例(专栏 5.3)。

专栏 5.2 福特主义

132

20 世纪 20 年代,位于美国密歇根州底特律市的亨利福特汽车制造商在生产中采用了一套创新的工作方式,逐步演变成了后来所说的福特主义。福特主义生产体系有四个重要元素。首先,它有着明确的劳动分工——不同类别的工人从事着不同的工序。不熟练的工人从事简单的重复工作,而熟练的技术和管理工人从事研究、设计、质量控制、金融、协调和市场销售工作。第二,这个系统中的零部件都是标准化生产。第三,不是通过多台机器设备的并排工作来进行生产组织,而是按照生产最终产品所需的顺序将机器进行排列。第四,产品过程中的不同环节之间通过传送带(装配线)相联系以提高任务处理的速度和效率。总之,这四个特点即通过大规模生产减少每件产品的成本,进而提高规模效益。产品价格得以降低,进而促进了销售量增加,而且有助于培育产品的大众市场。

然而,福特主义并不仅仅意味着亨利福特的生产线技术。很多评论员认为,福特主义代表了从第二次世界大战结束到 20 世纪 70 年代期间在北美和西欧社会普遍流行的一种经济增长模式(有时也称之为大西洋福特主义)。那一阶段是那些地区经济强劲增长的重要时代,不仅得益于出现了大批量生产和垂直一体化的大型企业,而且得益于一系列特定的国家制度和政治条件。具体而言,福特主义体系的基础是政府、企业、工会之间所达成的工资和社会福利协议。这三方面的利益集团通过协商,力图使工人每年的工资增长幅度与大批量生产技术带来的生产率的提高幅度相挂钩,使得工人有足够的收入来维持大众消费。这些国家层面的协定受到了国际货币基金组织、世界银行等战后跨国组织的支持;这些国际组织以维持全球经济相对稳定为己任(7.5 节)。进入 20 世纪 70 年代之后,随着企业利润水平下降、全球竞争加剧和石油价格上涨等因素引发了新一轮的经济重构浪潮,福特主义的弊端变得越来越突出。以前企业、政府和工会之间的稳定关系逐步瓦解,导致了所谓的“福特主义危机”,这预示着后福特主义时代的到来。

表 5.1 后福特主义的多种生产体系

特征	弹性专业化生产	福特主义式的大批量生产	日本的灵活生产
技术	简单、灵活的工具/机械; 非标准化的零配件	复杂、功能单一的机械; 标准化零件; 产品转型困难	高度灵活的生产方法; 产品转型较为容易
劳动力	大部分是技术熟练的工人	高技能的专业人士从事产品设计的职能, 中低技能工人从事简单、重复、机械化的工作	技能多样、灵活从事多项任务的工人; 团队协作, 工作任务经常切换
供应关系	消费者和供应者之间联系密切; 供应者地理邻近	市场化的距离适中的供应关系; 装备厂留用足够库存以应对可能的供应中断	密切的层级式的供应关系; 即时供应, 要求供应商的地理邻近
产量和品种	量小、(定制)品种多	大批量的标准化产品	大批量; 生产一系列多品种的产品

资料来源: Bryson and Henry(2005), Table 14. 1(改编自 Dicken, 2003, Table 4. 2)。转载经 Sage 出版社许可。

表 5.2 “充分备料”和“即时生产”体系的特征

“充分备料”体系	“即时生产”体系
特征	
大批量、低频次的零配件递送 大量的库存以防供应中断或发现故障批次 简单地对供应产品的抽样检测 大的存储空间, 需要专人管理仓储 使用大量的供应商, 以价格为选择基准 客户和供应商之间没有密切的联系 供应者和客户没有空间邻近的愿望	小批量、多频次的零配件递送 最少库存——只要满足当前的需求 所有工序都进行质量控制 需要看管仓库的工人最少 有倾向性地使用少量、多层次的供应商 客户和供应商的关系密切 供应商靠近客户的愿望强烈
缺点	
缺少灵活性, 很难平衡不同零配件的用量和供应量 库存成本相当高 供应者距离较远, 阻碍了任务的分享 需要垂直阶层式控制来协调各工序	必须在整个供应链贯彻落实 依赖于少量的指定供应者, 增加了供应中断的风险

资料来源: Dicken(2003), Table 4. 3。转载经 Sage 出版社许可。

专栏 5.3 生产过程创新:戴尔公司的案例

美国戴尔电脑公司成立于1984年。到1994年,它成为了世界第十大电脑公司,占据全球2.4%的市场份额。到2004年,它成为世界上最大的个人电脑制造商,全球份额达到17.9%。这一令人瞩目的增长绩效不是通过产品创新来实现的——戴尔并没有发明个人电脑,事实上电脑早就是标准化的产品了——戴尔主要进行产品和组织创新,包括零配件采购、电脑装配和市场销售模式的创新。戴尔的经营模式有三个独特之处:第一,这个公司越过了几乎所有的分销、转销、零售商等环节,把产品直销给客户。第二,戴尔的产品都是定制的,满足消费者的特定需求(即大众定制)。第三,戴尔利用互网络来支撑其大规模定制模式下的直销、采购和装配过程。简而言之,通过把直销和采购系统嫁接到互联网上,戴尔改变了这些活动的内涵,从而创造出了可能是最有创新性的采购、生产和配送组织方式(Field,2004:166)。基于互联网的即时采购系统有着特别深远的影响。1994年,戴尔发起了网络化策略,在生产体系中维持平均32天的存货。1997年这个数字减小到13天,到2002年中,则只有4天,而它的主要竞争对手康柏要6周。实际操作中,戴尔的业务由六道组装工序和相关的处理供应商零配件的物流中心组成。图5.5清楚地显示了本章所提到的技术对地理格局的不同影响。一方面,戴尔通过对互联网技术的广泛运用,能够维持一个庞大的全球商业运营机构以满足全球客户的需求。另一方面,组装工序的核心是位于六个地区的生产集团,将本地和全球的供应商、物流中心整合起来,展现了“即时生产”体系对空间邻近的客观需求。有关详细内容,请参见费欧斯的著作(Field,2004:Chapter 6)。

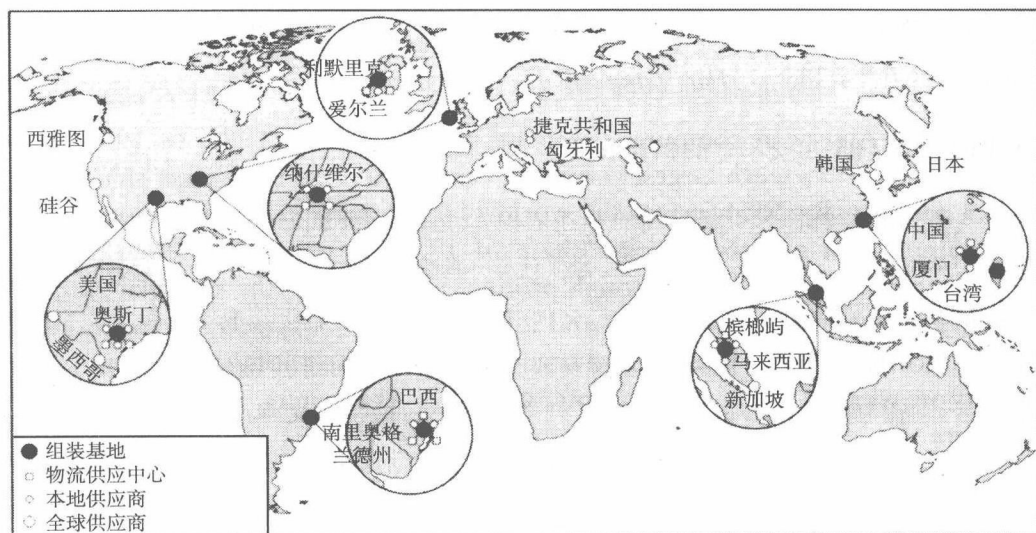


图 5.5 戴尔的全球业务运营,2001

参考来源:改编自 Fields (2004), Map 6.3 改编。

这三种既相互竞争又有所重叠的生产体系有着什么样的空间组织结构？福特主义生产的特点是从事生产程序的需要在国内或国际尺度上设置分厂——这与研发、销售等活动的特点不同——以利用不同地方的劳动力工资、技能和工会组织的差异。令经济地理学家感兴趣的是，弹性专业化生产体系和日本的灵活生产都体现出一个新趋势，即企业在特定的地方集聚——从而形成我们所说的集群(clusters)。我们接下来要重新认识后福特主义时代集群/集聚(agglomerations)(我们将交替使用这两个词汇)的重要性。

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

乍一看，在发达的交通和通讯时代，经济活动的重新集聚似乎不合常理。本节将分析促使企业共同驻扎在某个特定地方的不同类型的吸引力和集聚经济(也就是成本节省)。换句话说，在新技术产生“滑溜空间”的背景下，为什么仍然存在一些集群依附着的“黏性地方”(Markusen, 1996)? 很重要的一点是，从一开始就区分两种类型的集聚经济：

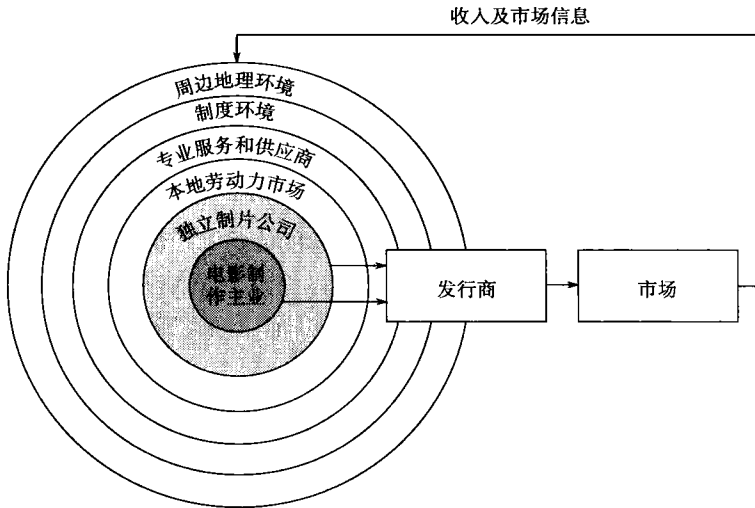
- 137
- 城市化经济：人们在历史上聚集在一起创造了城市地区。各种企业的经济活动在小镇和城市集聚有利于使用各种基础设施(例如航空、道路、铁路网络)，降低服务成本(例如大学、医院、图书馆)和接近大城市消费市场的成本。
 - 地方化经济：相同或相关产业的企业在特定地方积聚以实现成本节约。成本的节省可能来自当地有技能的专业劳动力储备、面向特定产业的服务机构以及地方知识库的发展。

由于地方化经济是理解后福特主义集聚动力的关键，因此经济地理学家对这类积聚尤感兴趣。现在让我们来看看在现代资本主义制度下把企业黏合到特定集群(或者说增加地方的黏性)的两类地方化经济。

集聚的经济基础：可交易性的相互依赖

第一种地方化经济称为可交易性的相互依赖(traded interdependencies)(Storper, 1997)，即企业与有正式商业交易关系的供应商、合作伙伴、消费者共同集聚在一个地理集群中。这种空间邻近能减少企业交通运输、通讯、信息交换和搜索潜在客户的交易成本。企业的空间区位越分散，这些费用就会越高。因此，互动交易成本高的企业倾向于驻扎在同一个地方，进而产生集聚趋势。我们可以看到，在表 5.1 中所列举的几种后福特主义生产体系都存在内在的集聚要求。一方面，弹性专门化生产模式的小公司群需要与附近的供应商保持密切接触，以方便公司间进行细致的劳动分工。另一方面，在日本的弹性生产体系下，供应商通常会选择与消费者空间邻近的位置，以满足即时供应系统的要求。因此，在采用这一生产体系的产业部门(例如汽车、个人电脑)，我们经常可以看到供应商、组装厂和制造商成群集聚。这两种情况中企业

集聚背后的关键过程是垂直化解体,即企业把部分生产活动分离出去,转而从供应商购买,从而专注于增强核心业务能力(Scott,1988)。20世纪70年代中期以来,在市场波动和不确定性较高的时期,这种做法尤为盛行。垂直解体的过程在同一部门内产生了更多的企业间联系,因而促使相关企业在空间上集聚以减少交易成本。这么看来,可以说后福特主义时期的集聚动力比福特主义时期更为强烈。



	收入及市场信息	
周边地理环境		
制度环境		
专业服务和供应商		
本地劳动力市场		
独立制片公司		
电影制作主业	发行商	市场

图 5.6 洛杉矶好莱坞电影制作集群的示意图

138

资料来源:改编自 Scott(2002),Figure 3。

我们用以洛杉矶好莱坞为中心的电影和电视剧制作集群为例来阐述以上观点(Scott, 2002)。好莱坞一直以来都是全球电影产业的中心,在洛杉矶大约雇用了 150 000 人(占全美电影行业从业人员的 60%),包括 5 500 多个制片公司。图 5.6 用示意图的形式反映了这个集群的性质。这个集群的核心是非常有影响力的好莱坞制片厂(称为“主业”)——米高梅公司、索尼/哥伦比亚、20 世纪福克斯、派拉蒙、环球、华纳兄弟、迪斯尼——它们都是全球知名的媒体集团。20 世纪 50 年代,制片厂都采用垂直整合的组织结构把所有的生产活动囊括在片场内部,但到了 20 世界 80 年代,管制和技术的变革导致了一种新的好莱坞组织模式出现,并且

一直延续至今。在这种新的生产体系中,垂直解体的生产网络使工作室、独立的电影制片公司以及广泛的专业服务公司(例如剧本的撰写、灯光、化妆、餐饮、摄影等)等三组企业之间形成了强大的可交易性的相互依赖关系。

139 然而,工作室通过对融资和发行活动的控制权主导着整个生产网络。如图 5.6 中所示,产业集聚呈现三个层次。首先,需要有由大量专业技能人员组成的本地劳动力市场。全球各地演艺人士的涌入给地方劳动力市场不断注入新的活力。第二,由企业(例如美国电影电视演职人员联盟)、工人(例如,演员工会)和政府(例如,娱乐产业促进会)的众多组织机构代表构成的完善的制度环境。这些组织机构使整个产业顺利运转并维护其共同利益。第三,整个集群根植于特定的地方和景观,这种特定地点和景观通过路径依赖树立起其作为电影制作核心地点的名气和形象(见专栏 3.5 加利福尼亚的历史发展)。总体而言,这些因素创造出了一个可交易性相关依赖关系浓厚、为所在公司和组织提供稳固的地方化经济的产业集群。这种地方化经济维系了好莱坞在电影产业的领导地位及其强大的全球出口能力。

集聚的社会文化决定因素:不可交易性的相互依赖

在一些情况下,企业间的地方化交易网络会形成集聚或集群。但是很多时候,集聚内部的可交易经济关系可能不足以解释该集聚的规模、构成过程和重要性。为此,我们需要引入经济集聚的社会和文化基础,或者我们所说的不可交易性的相互依赖(untraded interdependencies)(Storper,1997)。不可交易性的相互依赖是指在一个地区所获得的无形好处,包括特殊技能的劳动力储备或者面向特定职能的行业协会、商会、政府机构、大学等地方组织。具体而言,集群可以促进相同或相近产业的员工进行深入和面对面的交流。这些互动反过来能促进企业的创新和知识共享,进而提高企业的绩效(专栏 5.4)。地方化的互动对于隐含性知识(tacit knowledge)的传播尤其重要。隐含性知识指的是人们只有在现实生活中携手共事才能有效地创造和共享的知识技能(见 5.5 节关于本书的创作过程)。隐含性知识通常是与有形的符号化知识(codified knowledge)相对应的——符号化知识指的是通过以书面或者图表等方式表达的观点或知识技能(正如你现在正在读的这本书)。符号化知识易于跨空间传播,而隐含性知识的地理黏着性较强,通常只能通过在当地不可交易性的社会和文化氛围中的亲身经历才能理解和认识。

140 专栏 5.4 创意阶层及其空间集聚

理查德·佛罗里达(Richard Florida,2002)在其很有影响力的《创意阶层的兴起》(*The Rise of the Creative Class*)一书中,提出快速兴起的“创意阶层”对推动美国经济和就业增长具有重要影响。到 1999 年,这一群体的就业人员有 3 800 万人,大约占全美工人的 30%。

根据佛罗里达的观点,创意阶层有两个主要的组成部分。首先,是特别有创意的科学家、工程师、教授、娱乐人士、演员、作家,这些人是创意群体的核心(占全美劳动力的12%)。第二,大批具有创意的专业人士,如高技术产业、金融服务、法律和医疗保健、企业经营等行业的从业人员(占全美劳动力的18%)。在经济学上看,创意阶层指的是通过创造性活动来实现经济增值的人群,包含了许多高薪职业人士。这个阶层可能从事迥异的工作,但其共同价值观是尊重个性、天赋、才华,对多样性持开放态度。

对本书的分析更为重要的是,佛罗里达认为创意阶层趋向于在特定地方集聚,也就是他所说的创意中心。这些中心经济繁荣,各种因素对创意阶层形成吸引力,包括物质要素(例如建成区和自然环境)、人文要素(例如社会多样性和人群之间的高互动性),以及活动要素(例如街道和户外活动的活跃程度)。大体上,佛罗里达认为,一个地方要取得经济上的成功,必须要有包括科技、天赋、包容在内的三大特质。他从这些方面选取指标构建了一个创造性指数(creativity index)。通过这个指数对不同的地区进行地理分类,他发现旧金山、奥斯丁、圣地亚哥、波士顿和西雅图在美国是领先的创意中心,超过了其他许多城市。有趣的是,与只利用产业结构和创新水平来解释区域经济增长率的观点不同,佛罗里达认为,一个有活力、多样化、波西米亚式的社会氛围是推动创新型增长的必要条件。他发现,在这方面,在某个特定地方居住的同性恋人数是一个很好的指标。值得一提的是,佛罗里达的观点引起了强烈的争论。例如,很多人怀疑他提的几个方面的创新性因素是否是经济增长的根本原因,抑或仅仅是意料之外的结果。还有人担心,如果在城市政策措施中优先考虑创意阶层,那么剩下的70%的劳动力该怎么办?

在现实生活中,不可交易性的相互依赖究竟是什么?英国赛车河谷的案例就为我们理解这些因素提供了一个有趣的视角(Pinch and Henry, 1999)。该河谷指的是英国南部的一个赛车产业集群。具体说来,它是一个围绕牛津郡和北安普敦郡(位于伦敦西北部)的方圆50英里的地区(图5.7)。英国的赛车产业主要位于这一河谷,包括40000个雇员,其中有25000个高级工程师,每年产生50亿英镑(相当于90亿美元)的营业额。世界上超过75%的单座赛车都是英国生产的。10家一级方程式车队中有6家总部在英国。赛车河谷是该产业的全球中心,这里有来自世界的赛车手、专业技师、工程师、零配件、资金、赞助商(要了解更多信息,请见<http://www.motorsportvalley.com>)。令我们感兴趣的是专业知识技能如何在赛车运动河谷的上百家小公司中传播,也就是我们所说的不可交易型的相互依赖。我们可以发现有六种知识传播的渠道:

1. 人员流动:工程师、车手、设计师、机械师等关键人员的流动——这意味着具体业务方式等信息在企业之间和团队之间传播。对赛车设计师和工程师的事业轨迹的分析表明,他们平均每3.7年换一次工作,一生要换8次工作。

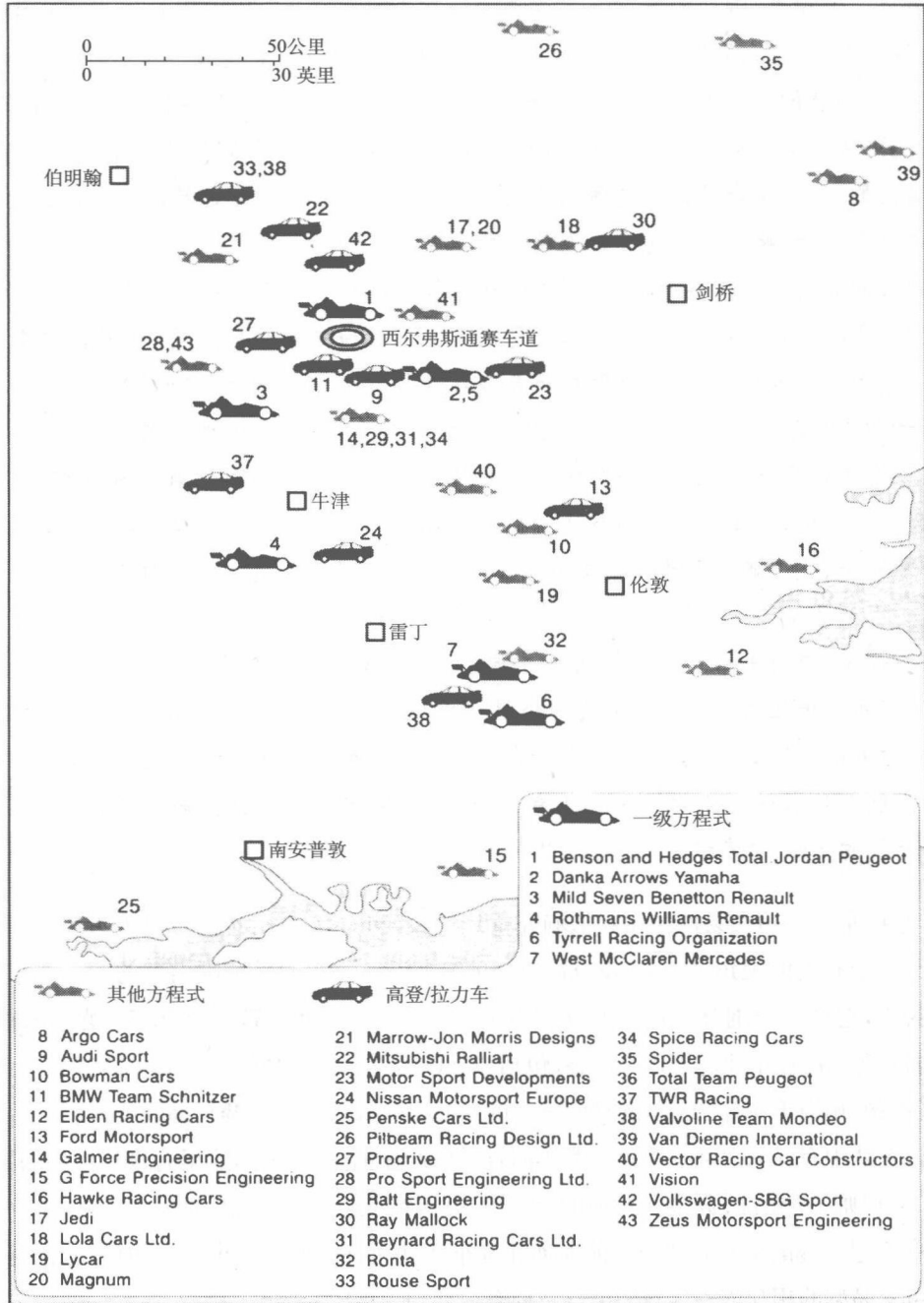


图 5.7 英国的赛车河谷

资料来源:改编自 Henry and Pinch (1999), Figure 1.

2. 共同的供应商:知识传播的另一种机制是通过赛车团队与零部件和服务供应商的联系来进行的。虽然保密协议不允许一个车队的成功经验通过与其他车队的共同供应商传播开去,但现实中由于供应商都想为客户提供最好和最新的服务,技术知识技能存在泄密的可能。

3. 企业的产生与淘汰:赛车运动是一项非常昂贵和高风险的产业。因此,这个产业有着很高的企业“出生率”和“死亡率”。每一次的企业产生和消亡都为劳动力重组和知识传播提供了机会。

4. 非正式合作:一方面,赛车行业有很强的竞争性和保密性,但是另一方面它也涉及工作团组的互动和紧密的团队协作。集体讨论规则,以及讨论如何应对规则的修改,都是企业间知识传播的一种方式。

5. 行业内传闻:赛车河谷中的个人关系网联系非常紧密。这在很大程度上是因为上面所提到的各种因素。这些个人关系和企业以及团队关系交织在一起,在很多情况下会发生互动,包括在员工招聘和专业咨询的时候。

6. 赛道观察:赛车技术主要体现在赛道测试和比赛之中。只要某个团队发现了其他团队的赛车有所改变,他们就会尽力去模仿和亲自测试这些变化。因此通过观察相互竞争的赛车而产生新想法是很常见的。

正如这个简要的案例研究所示,许多隐含性知识的传播机制并不依赖于两个企业之间的合同关系。新企业的高“出生率”、高强度的企业间互动以及企业技术人员的快速流动是赛车河谷知识创新动力的核心所在。这些隐性因素的具体组合因部门和地区而异。例如,金融部门中非工作场所的信息交流(例如酒吧、俱乐部、咖啡厅)对信息共享很重要。而做报告、参加会议、发表杂志文章以及参加在线论坛是科研领域(例如计算机科学)知识普及和传播的关键途径。更重要的是,许多集群经济活动的开展,取决于地方化社会文化交流和互动。在信息和通讯技术发达的当今时代,这些社会交流的模式比可交易性的经济关系更能黏合经济集群。

143

集群类型

当代经济中有很多不同类型的集群。它们是各种各样的城市化经济和地方化经济的组合,包含着各种可交易性和不可交易性的相互依赖关系。例如,像纽约这样的大城市,为各种各样的经济活动提供了世界城市尺度上的城市化经济。但是,在这个城市里你会发现更多专业化的产业集群,如金融业(华尔街)、广告业(麦迪逊大街)、时尚业(曼哈顿市中心)等,这些区域性集群为区位内的企业提供了包括可交易和不可交易性的相互依赖在内的地方化经济。如果经济地理学家要有效地理解当代社会的空间经济,那么认识地理尺度、部门构成以及要素驱动的差异性就尤其重要。为此,本节总结出七种重要的集群类型:

- 劳动密集型工艺生产集群:这种产业集群经常出现在以“血汗工厂”和外来移民工为主

144

要特征的服装等产业部门。该集群内的企业之间形成紧密的外包合同关系,还可能会包括家庭工人。洛杉矶、纽约、巴黎等城市中专门生产服装的街区就是这种集群的例子。

- **设计密集型的工艺生产集群:**指专门生产定制的、高质量的产品或和服务的中小企业集聚体,其特点是各个企业各司其职,生产体系高度分离。这方面的例子包括“第三意大利”的知名城镇和工业区,如阿雷佐(黄金珠宝)、卡匹(毛衣)、萨索罗(陶瓷)、安科纳(鞋)、日德兰等,以及丹麦(家具)、德国巴登·符腾堡(机床)等地。

- **高科技创新型集群:**这是计算机和生物技术产业等后福特主义部门的典型特征。这些集群通常以创新型中小型企业和灵活的高技能劳动力市场为基础。它们通常在几乎没有什么工业基础和工会组织历史的地方形成。例如美国的硅谷、128公路、波士顿等地区,法国的格勒诺布尔,英国的剑桥等。

- **弹性生产的轴辐式集群:**在这些集群中,一个大企业或者少数几个大企业从当地供应商手中购买零配件,为集群之外的市场提供产品。这些集群反映了“即时生产系统”的空间逻辑。这方面的例子有西雅图的波音公司、日本的丰田公司等。

- **卫星型生产集群:**这些集群代表了受外部所有者控制的生产场所的集合体。它们包括低技术含量的组装活动,也包括有研发能力的先进工厂,但各个企业都是相对独立的。集群内的企业通常是因为利用相同的劳动力市场或经济刺激措施而聚在一起。发展中国家的许多出口加工区就是这样的例子。马来西亚槟城的电子产业就是这类集群的一个例子。

- **商业服务业集群:**金融服务、广告、法律、会计等商业服务活动常常集聚在一些主要城市(例如纽约、伦敦、东京)的中央商务区,在某些情况下也可能会集中在这些城市的郊区(例如位于伦敦城外西部弧形郡县地区的软件和计算机服务业)。

- **国家主导的产业集群:**这一类集群与其他类型迥然不同,主要是因为大学、国防产业的研究机构、监狱、政府办公室等政府设施的区位决策而兴起的。例子包括由政府研发投资而发展起来的美国科罗拉多州斯普林斯市、韩国的大田市、英国的M4廊道以及由于大学所在地而发展起来的美国威斯康星州的麦迪逊市、英国的牛津和剑桥等。

当然,在现实生活中应用以上分类并不是一件简单的事情。某些地方的集群是两个或多个集群特征的混杂体。例如,加利福尼亚州的硅谷雇用了40 000个高科技工人,具有高科技创新型集群的特征、弹性生产的轴辐式集群特征(如有英特尔这样的大型企业)以及国家主导的产业集群的特征(得益于大量的政府军工产业支出)(图5.8和第十一章)。除了这些复杂因素之外,硅谷并不只有地方化的互动联系,硅谷的企业都与全国和全球的合作伙伴、供应者和消费者有着各种重要联系。换言之,产业集群不仅仅受本地力量的影响和塑造。现在我们进一步思考集群是如何受到地方性和非地方性共同影响的。

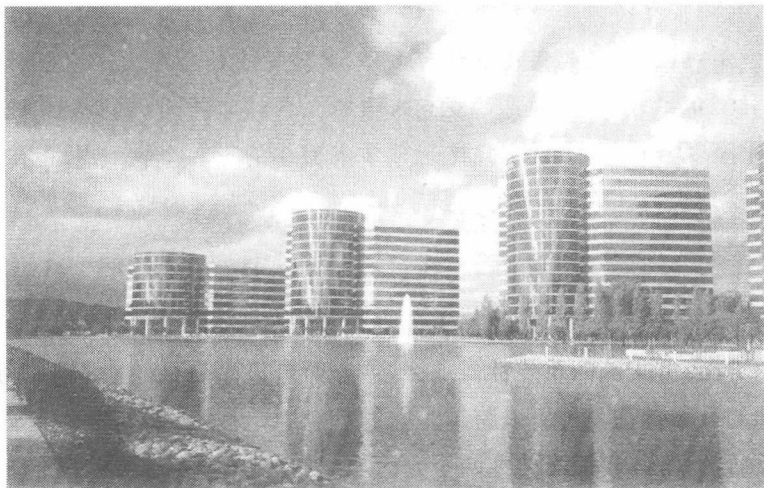


图 5.8 多层面的集聚? 加利福尼亚州硅谷的高科技产业

资料来源:本书作者。

145

5.5 不在此处也不在彼处:关联思考

专栏 5.5 全球性城市

146

过去 20 年来,有很多人试图理解全球城市之间等级关系的本质及其与世界经济地理演变的互动关系。一个重要的例子就是萨森(Sassen,2001)对纽约、伦敦、东京等全球性城市的详细研究。她的主要观点是,全球化使主要城市在控制和组织职能方面扮演着新的战略角色。她的基本观点可分为四个部分:(1)城市是世界经济的指挥中心;(2)这对发达国家的金融和商业服务等主导部门的发展提出了新的要求;(3)城市是这些部门生产和创新的关键场所;(4)城市反过来构成了经济和金融服务的主要消费市场。根据此观点,纽约、伦敦、东京等世界性城市不仅是公司总部的所在地,同时也是涵盖法律、银行、保险、会计、管理咨询、广告、软件开发等众多辅助性创新活动的成熟的全球服务业中心。

萨森的研究也揭示了知识和专业技能在少数城市集中所带来的负面效应,特别是劳动力市场分割成为薪水超高的服务业阶层,以及为满足这些阶层工作和休闲娱乐要求提供服务(例如清洁工、保安、餐饮、服务员、厨师、售货员等)的下层人士(通常是移民)。其他许多学者用各种指标构建了全球城市等级指数(例如,财富 500 强公司总部的数量、金融产业规模等),大多数研究都认为,包括纽约、伦敦、东京、巴黎、苏黎世、法兰克福在内的一系列领先

的全球性城市,在调控和协调全球经济方面扮演了过于重要的角色。应用这个研究方法时需要注意三点。第一,除了最高等级的城市之外,其他城市的排名次序根据所采用的不同指标而有很大差异。第二,必须用动态的观点来看待任何城市排名:例如,近来北京和上海的崛起将深刻地重塑现有格局。第三,经济地理学家面临的下一个挑战是揭示核心城市之间联系的本质,而不是去关注它们的静态特征。在当今互联互通的世界,等级概念也许已经过时了(Taylor,2004)。

147 如上一节所示,经济地理学家仍然热衷于空间邻近(也就是说,同时出现在同一地点的人和事物)对促进社会经济交流的重要性。那么,一方面是显而易见的空间邻近的重要性,另一方面是众所周知的全球化和各种可以跨越时空的信息通讯技术,如何将两者有机协调?为了解理解这种看似矛盾的情形,我们需要在两个方面加深理解。

首先,我们需要理解世界经济中集聚和分散过程并存。在第八章中我们会更详细地论述:在一个特定产品和服务的生产体系中,公司决策等职能需要集中布局,而生产、销售、经营、售后服务等其他活动却可以分散布局。换言之,空间压缩技术促成了经济活动的分散格局,而要实现这种分散格局的控制和协调,只能将某些重要的公司功能集中在核心的世界性城市(专栏 5.5)。具体说来,分散对企业的整合和协调能力提出了挑战(Amin and Thrift,1992)。企业需要收集、整理整个生产体系的信息。另外,要建立信任等重要的个人关系,社会交流也不可或缺。最后,企业必须要不断追踪行业内的产品和生产过程创新。

作为全球网络中的隐含性知识的汇聚中心和控制中心,集群为以上这些问题提供了解决方案,例如在集群内建立起企业总部、政府部门和相关的产业机构之间的互动联系。集群是构建和维护个人关系的社交中心。集群可以提供众多技术用户和供应商之间的深度交流等各种因素来帮助企业实现创新。因此,考察集聚地时不应只关注其内部的地方化联系,而应该把它们看成是全球网络上的“节点”(Nodes),正是这些节点利用各种地方化联系促进了各种非地方化联系(可能是全球联系)的发展。

其次,我们可以进一步扩展对集群的经济地理学的解释,把空间邻近看成是促进全球经济运转的多种邻近形式之一(或者是感官上的接近)。此外,我们可以思考如下几种邻近:

- 制度邻近:通过相同的法律和制度框架而产生的邻近(例如,德国经济体内部的各部分)。

- 文化邻近:由于相同的文化遗产和语言背景而产生的邻近(例如爱尔兰人、犹太人、海外华人,详见第十三章)。

- 组织邻近:在同一企业或组织内受相同的书面规则、准则以及其他不成文规矩约束而产生的邻近(例如大型跨国公司的企业文化,见第十一章)。

- 关系邻近:由于非正式的个人关系而产生的邻近(例如远方的老友)。

在某些情况下,这些形式的邻近至少和空间邻近一样重要。例如,虽然许多人认为隐含性知识依赖于空间邻近,但是关系邻近也可以促进隐含性知识的传播。尽管关系邻近在一定程度上依赖面对面的交流,但是它也同样可以通过远程通讯技术和知识人士的流动来实现。在这种情况下,邻近是通过个人关系、电子通讯和人员流动来共同实现。

如果这些听起来很抽象,可以简单来看一下这本书的编写过程,应该会有所启发。虽然我们三个作者互相之间早就认识,但是我们直到1998—2000年才建立了关于本书的合作关系。当时我们都在新加坡国立大学教书。在这一点上,空间邻近和组织邻近帮助我们建立了密切的个人关系。自从2000年我们当中的两人离开新加坡并分别去了曼彻斯特和多伦多以来,密切的关系邻近支撑了我们的许多合作,其中也包括这本书。在这本书的写作过程中,我们常常通过互访、面对面的交流以及频繁的电子通信来进行沟通。除了通过电子邮件来交流章节初稿、评论意见和想法之外,我们在写作过程的不同阶段进行了四次至关重要的面对面交流(或者说空间邻近)。我们在曼彻斯特(最初想法的提炼)、新加坡(详细的出书计划)、曼彻斯特(前几章初稿和体例的讨论)、意大利的贝拉焦(后几个章节的初稿讨论)进行的一系列面对面的会谈保证了电子通信所无法达到的交流强度和质量。通过这种紧密的关系邻近和断断续续的空间邻近的有机结合,我们最终克服了长时间、上千英里的空间障碍,完成了这个知识密集型产品。本书的生产过程本身还表明,基于项目的工作方式在满足许多经济活动的空间和时间灵活性方面扮演着越来越重要的角色(专栏5.6)。

专栏 5.6 项目工作

虽然项目(即一群人集中起来完成一项复杂的任务)是建筑设计、广告、建造、造船、电影制作等以一次性方案为特点的产业早就采用的工作方式,有证据表明这种方式正向新部门扩展(例如汽车和化学工业)。在许多新的产业部门中(例如软件、新媒体、商业咨询),项目工作方式占据主导地位。项目可以看成是一个临时性的社会系统,由各种不同专业和组织背景的人在企业或组织内部相对独立的环境下一起工作而形成。不同项目的组成结构、持续时间和区位有很大差异。项目可能由同一公司的各种专业技术人员组成,也可能由来自不同公司的专业人员组成。如果是由不同公司组成,则这种项目团队可以构成虚拟企业。一个项目可能持续几周(例如电视节目拍摄)、几个月甚至几年(例如为一个主要的跨

国客户服务的大型软件工程)。

关于项目团队的所在地,可能建立在某一公司的办公网络之上,或者位于客户的工作场所,或者中立场所,甚至网络空间(例如,一组分散在各地的专家同步或按顺序在一组软件或设计蓝图上开展工作)。许多项目会采用面对面交流和电子中介通信相结合的交流方式。

虽然项目组成员可能来自同一个办公大楼或者一家企业在某个国家的子公司,但是企业越来越多地采用跨国项目团队来满足客户的需求。不管每个项目采用什么样的组织结构,有两件事是明确的。首先,项目是一种越来越流行的时空灵活的工作形式,它促进了不同类型的隐含性知识在组织内部和外部的传播。其次,项目组织使得企业和集群等核心概念的边界模糊化,进而对经济地理学家的理解提出了重要的挑战。事实上,在项目工作的世界里,经济活动到底在哪里进行可能都不是个简单的问题。参见哥莱伯(Grabher 2002)对广告业项目工作的详细论述。

5.6 小结

本章探讨了新技术和经济地理之间的相互作用。新的交通运输技术和通讯技术改变了全球经济的运作方式,使生产过程的空间分离成为可能。但是它的社会和地理影响是相当不均衡的。即使是看似不受地点约束的互联网技术也充斥着空间不平等和各种矛盾。在很多方面,新的空间压缩技术并没有像一些技术变革论所描述的那样使更多的人和地方融入全球资本主义体系,而是强化了业已存在的不均衡性。新的信息技术也改变了产品和服务的生产过程,增强了各种后福特主义生产体系的生产弹性。这些变化促使相关企业聚集在集群中以减少交易成本。此外,一系列的不可交易性的相互依赖关系也使公司驻扎在一起,从而形成了以全球网络节点形态运转、分布的星罗棋布的各种集群。

科技真的可以消除距离的影响吗?在某些方面,技术至少能克服地理障碍。在全球范围内快速而有效地运送人员、金钱、产品和技术显著地促进了经济活动的全球化。但是,在其他方面,以技术为媒介的通信和交流并不足以克服地理障碍。在依赖隐含性知识的产业部门,人们仍然需要彼此邻近以共同融入日常的互动、社交和创新活动。有趣的是,这两种趋势可能出现在相同的经济活动当中。以金融服务业为例,大型的金融交易通常要求在少数几个全球性城市的金融区中建立个人信任关系并形成丰富的知识流。然而,另一方面,这些金融区通过信息和通讯技术几乎无缝地衔接到全球贸易系统之中。总之,当代全球经济的运转包含着近远关系的各种错综复杂的组合形式,而技术在其中起重要而非决定性的作用。

延伸阅读材料

- 迪肯(Dicken, 2003; Chapter 4)为不同类型的技术及其地理影响提供了清晰的阐述。
- 道奇和基钦(Dodge and Kitchin, 2000)、祖克(ZOOK, 2005)提供了更多关于互联网地理学的论述。
- 布里森和亨利(Bryson and Henry, 2005)为福特主义到后福特主义的转变及其空间效

应提供了有说服力的论述。

- 联合国贸发会议(UNCTAD, 2004)、斯科特(Scott, 2002)、宾奇和亨利(Pinch and Henry, 1999)分别提供了关于离岸服务业、好莱坞和赛车河谷等案例的详细信息。
- 斯托波(Storper, 1997)探讨了在区域集群背后的各种经济、社会和文化因素。

问答题

- 为什么要用演化的观点来看待技术变革?
- 为什么空间压缩技术的地理影响是不断变化和不均衡的?
- 互联网有地理性吗?
- 从福特主义到后福特主义的转变有什么地理含义?
- 集群发展的驱动因素是什么?

151

延伸学习资源

- <http://www.worldbank.org>: 世界银行在世界发展报告和世界发展指标中提供了许多关于全球固定电话和手机使用率的信息数据。
- http://www.unctad.org/en/docs/wir2004_en.pdf: 联合国贸易和发展会议的 2004 年世界投资报告,“向服务业转变”一节中提供了关于离岸服务业的大量信息并可以免费下载。
- <http://www.dell.com>: 个人电脑制造商戴尔的主页包含了其公司策略和发展历史的诸多信息。
- <http://www.creativeclass.org>: 这个网站有很多资料是理查德·佛罗里达关于创意阶层的颇具争议的观点。
- <http://www.lboro.ac.uk/gawc>: 由 Loughborough 大学维护的“全球化和世界城市”网站,有大量关于世界性城市及其联系网络的资源。
- <http://www.jointventure.org>: 硅谷合资网,有许多关于这个全球知名的高科技产业集群的分析观点。

(胡智勇译,刘卫东校)

参考文献

- Amin, A. and Thrift, N. (1992) Neo-Marshallian nodes in global networks, *International Journal of Urban and Regional Research*. 16:571-87.
- Bryson, J. and Henry, N. (2005) The global production system: from Fordism to post Fordism, in P. Daniels, M. Bradshaw, D. Shaw, and J. Sidaway(eds) *An Introduction to Human Geography: Issues for the 21st Century*, Harlow: Pearson, pp. 313-35.

- Dicken, P. (2003) *Global Shift*, 4th edn, London: Sage.
- Dodge, M. and Kitchin, R. (2000) *Mapping Cyberspace*, Harlow: Addison-Wesley.
- Economist, The* (2002) Special report-Container Trade, 6 April, pp. 73-5.
- Economist, The* (2003) Special report-Offshoring, 13 December, pp. 79-82.
- Economist, The* (2005) Special report-eBay: Meg and the power of many, 11 June, pp. 71-4.
- Fields, G. (2004) *Territories of Profit*, Stanford, CA: Stanford Business Books.
- Florida, R. (2002) *The Rise of the Creative Class*, New York: Basic Books.
- 152 Freeman, C. and Perez, C. (1988) Structural crises of adjustment, business cycles and investment behaviour, in G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg, and L. Soete (eds) *Technical Change and Economic Theory*, London: Pinter, pp. 38-66.
- Grabher, G. (2002) The project ecology of advertising: tasks, talents and teams, *Regional Studies*, 36: 245-62.
- Harvey, D. (1989) *The Condition of Postmodernity*, Oxford: Blackwell.
- Markusen, A. (1996) Sticky places in slippery spaces: a typology of industrial districts, *Economic Geography*, 72: 293-313.
- O'Brien, R. (1992) *Global Financial Integration: The End of Geography*, London: Pinter.
- Pinch, S. and Henry, N. (1999) Paul Krugman's geographical economics, industrial clustering and the British motor sport industry, *Regional Studies*, 33: 815-27.
- Rimmer, P. J. (2000) Neighbours: Australian and Indonesian telecommunications connections, in M. I. Wilson and K. E. Corey (eds) *Information Tectonics*, Chichester: John Wiley & Sons, Ltd, pp. 165-98.
- Sassen, S. (2001) *The Global City*, 2nd edn, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Scott, A. J. (1988) Flexible production systems and regional development: the rise of new industrial spaces in North America and Western Europe, *International Journal of Urban and Regional Research*, 12: 171-86.
- Scott, A. J. (2002) A new map of Hollywood: the production and distribution of American motion pictures, *Regional Studies*, 36: 957-75.
- Storper, M. (1997) *The Regional World*, New York: Guilford Press.
- Taylor, P. (2004) *World City Network: A Global Analysis*, London: Routledge.
- UNCTAD (2004) *World Investment Report 2004: The Shift Towards Services*, New York: UNCTAD.
- Zook, M. (2005) *The Geography of the Internet Industry*, Oxford: Blackwell.

第六章 环境/经济:自然能成为商品吗?

目 标

- 考察将自然视为简单商品的传统经济学方法
- 理解“自然”是如何通过商品化过程被纳入经济系统的
- 解释“保护自然”如何被商品化并被视作增值行为
- 对自然在经济地理学中的地位做创新性思考

6.1 引言

2006年6月,奥斯卡奖得主、英国女影星瓦妮莎·雷德格瑞夫(Vanessa Redgrave)在罗马尼亚举行的国际特兰西瓦尼电影节上荣获终生成就奖。她将她的奖座捐给了一个地方社区组织——艾帕斯麦尔(Alburnus Maior),该组织正致力于组织一场针对加拿大采矿公司加布里埃尔资源公司的抵制活动,以反对该公司对罗马尼亚中部罗夏蒙大拿镇附近的欧洲最大露天金矿进行开采(图6.1)。鉴于预期开发可能带来的环境影响,雷德格瑞夫告诉电影节的观众:“我们的地球已经奄奄一息,我们再没有任何权利毁坏一个生态系统。”作为回报,艾帕斯麦尔组织回赠给她罗夏蒙大拿镇的一平方公尺土地,从而建立起她与该地区的一个具有高度象征意义的法律联系。作为该电影节的赞助商,加布里埃尔资源公司非常恼火。作为回应,该公司在英国《卫报》(*Guardian*)上刊登了一个整版的给雷德格瑞夫的“公开信”,代表支持采矿开发项目的村民对她进行抗议(专栏6.1)。雷德格瑞夫回应道:“我很惊讶他们如此气急败坏,居然刊登大幅广告对我进行攻击。但这是他们为加拿大的股东们所做的秀。”(*Guardian*, 2006a)

加布里埃尔资源公司最初于1997年启动了该项目,当时是与罗马尼亚一个国有采矿企业敏维斯特公司合作。该公司在项目中拥有20%的股份。他们认为该项目将成为这个高失业率(70%)地区的一个“样板”矿,可以在项目建设时期提供1200个就业岗位,在运行阶段提供600个就业机会。而且每个直接就业岗位还可以在服务部门产生10个间接就业岗位。如果项目得以通过,该矿将于2009年出产黄金。预计运行16年,生产大约500000盎司的黄金,



图 6.1 罗马尼亚罗夏蒙大拿镇采矿项目的区位地图

154

而且还将产出重要的副产品——白银。但反对开采的人士认为,采矿将破坏四座山脉,导致污染,严重影响生物多样性,破坏罗马时期和史前的许多遗迹,而且必然最终毁坏罗夏蒙大拿镇,并导致 2 000 位居民被迫异地安迁。特别引起关注的是,该项目要修建一个高 180 米的水坝,构成一个 600 公顷的无衬砌氰化物储蓄池,而且采矿预计要产生 2 亿吨含氰化物的废弃物。这一项目将当地社区分为两派,一派(如 77 名在给雷德格瑞夫的公开信中签名的人)支持该计划,并愿意接受加布里埃尔资源公司提供的每户 4 万—5 万美元的村庄再安置费用。而另一派(包括艾铂斯麦尔所代表的 350 多户家庭)则认为自己是被迫离开家园,即使他们拒绝出售土地,他们的土地和财产也将被剥夺(详细信息请阅读 <http://www.risiamontana.org/>,其他的案例请访问 <http://www.nodirtygold.org/>)。

155

专栏 6.1 节选自给瓦妮莎·雷德格瑞夫的公开信

作为一个新邻居,我们问你:

当你并不知道我们村庄具体情况的时候,你怎能认为你知道的比我们多?

当你谴责采矿这个行业的时候,并没有为我们村庄的中长期发展提出任何可行的替代方案,相当于你迫使我们的未来陷入困境。

你说你这么做为是拯救我们的环境:

但是由于近 2000 年来的采矿活动,我们的村庄已经被污染了。一个新的现代化的矿业将有助于我们的溪流和河流更干净。强健的经济意味着一个健康的环境,贫穷则意味着不幸!

你说你要拯救我们的村庄:

但是我们的失业率高达 70%。没有全职医生,没有定期的自来水,冬天只能烧木头来取暖。如果采矿项目不能尽快启动,居民就不得不流离失所,寻找新的生存机会。我们不认为你这是在救助罗夏蒙大拿镇。

我们一直是一个矿业社区。我们希望由我们自己决定使我们的村庄得以生存、为我们的村庄和孩子创造美好未来的机会。

我们支持对罗夏蒙大拿镇矿区的投资,而且我们还将抗争,以便让来自欧洲各国首都的大众媒体和反对者了解事实真相。

雷德格瑞夫小姐,请倾听我们社区的声音!

资料来源: *The Guardian*, 23 June 2006, p. 3.

这个例子很好地阐释了本章的主题。最根本的是,它展示了一种自然物质——在本例中指罗马尼亚山区的金矿——如何成为一种商品,即可以买卖的物品。黄金一旦被开采出来,加布里埃尔资源公司就能够将其出售给珠宝产业从而获取利润。珠宝产业使用的黄金占全球黄金开采量的 80%。但同时也产生了一些问题,如自然资源的所有者是谁? 谁将从商品化过程中获益? 在罗马尼亚政府和罗夏蒙大拿镇民众的获益情况远未明确的情况下,远在加拿大的股东们如何从金矿中挣钱? 而且该例子也引起对资源开采和利用的环境后果以及如何衡量该后果等问题的关注。据估计,生产一个金戒指要产生 20 吨的矿井废弃物。我们如何对一个金矿带来的潜在环境破坏进行估价。例如,如何衡量一个山包被破坏所导致的景观损失? 我们又如何将这此因素与项目可能提供的直接就业和投资进行比较? 我们如何平衡短期经济利益和可能持续几代人的环境影响? 正如我们将看到的,在资本主义制度下,传统经济学研究方法对资源开采带来的这些问题依然是轻描淡写的。

在本章中我们将分四个阶段来研究这些问题。在接下来的第二节中,我们批驳了传统经济学家将自然在经济过程中的作用予以忽略或简化的做法。为此,我们提出了一个方法,即将物质流动和转化看作全球商品链和生产链(本书第四章中提出的一个概念)中一个不可缺少的部分。在 6.3 节中,我们归纳了各种将自然资源商品化并纳入资本主义经济的方法。在 6.4 节中,我们探索了将资本主义系统对自然环境的影响也纳入商品化过程的方法。在此我们强调的是,自然是如何作为一种资产被价值化并转化成企业利润的。最后,在 6.5 节中,我们对

近来重新认识和“模糊”自然与经济/社会之间联系的有关行动进行了思考。

6.2 如何在经济学中考量自然?

在本节中,我们将列出两种在现代经济学中分析自然资源价值的方法。传统经济学对自然价值的计算非常简单,颇具迷惑性。正如对小麦、黄金或木材的定价是以单位价格为基础的,自然也被根据一定物质的单位价格进行计价。但真实的价格决定机制是在买卖双方的市场交换中实现的。在一些情况下(如一个本地的牲口拍卖会),价格的形成(一头牲口的价格)将是具有特定地区性的。但是对于许多自然资源而言(如金属或石油),其全球价格是在大型的全球商品交易所中确定的。世界许多国家都有原材料交易所,但是最大的和最重要的几个交易所集中在少数几个中心:如主要从事农产品交易的芝加哥期货交易所和中国大连商品交易所;从事锡、铝和铜等金属交易的伦敦金属交易所,以及从事石油和天然气等能源产品交易的纽约商品交易所。这些交易所中的部分贸易是即时交易(或现货交易),但大多数是期货交易——即保证以一定价格在未来购买商品。

传统的经济学分析将这些交易看作确定原材料价值的最有效机制。在这种机制下,在自然商品甚至还没有开采出来之前,其生产者和交易者就能容易地找到买主。这些交易还将实现一个均衡价格使供求匹配。一个商品的均衡价格,是由进入市场的商品生产量和市场的需求量共同确定的。在某些情况下,供给量可以很快对市场价格做出反应。例如,如果金枪鱼的价格升高,将有更多的渔船出海捕捞金枪鱼(而供给增加将导致价格下降)。但是,如果一个生产者卡特尔组织如石油输出国组织(OPEC)限制供给,那么商品价格将被推高。同样,产品需求量的增长也会导致价格的变化。例如,20世纪后期对人工甜味剂需求的增长导致世界糖价格的长期下滑,对加勒比海地区许多国家的经济造成严重打击。近年来,中国在20世纪90年代末和21世纪初的工业扩张和财富增长也推动了全球许多原材料产品的价格升高。例如,从1999年到2004年,中国的年均铝消费量翻了一番,达到590万吨(占全球消费量的20%)。而同时期伦敦金属交易所的全球铝价格则从每吨1200美元一跃升到1600美元(USITC,2006)。

虽然商品交易所“发现”了原材料的价格,但这个价格是诸多因素的综合结果。这些因素的组合方式是全球各商品交易所中经济学家和贸易商每天分析和猜测的产物。但是这个计算过程却缺少对开采和使用资源的宏观环境影响(目前的和未来的)的评估。换句话说,市场完全无视自然资源开采的环境影响。正如我们在引言中所看到的罗马尼亚的例子,成本核算很少考虑到露天采矿的环境影响。因此,将商品价格作为纯粹的供需平衡所形成的均衡结果的经济学估价方法将产品的许多环境成本模糊掉了。

但是,也有一些技术可以计算这些环境后果——这些技术大多数来自 20 世纪 70 年代出现的环境经济学,其中包括将一系列与环境退化相关的成本定量化的方法。举例来说,我们可以看看 20 世纪 90 年代以来东南亚地区油棕榈树种植业迅速扩张带来的影响。棕榈油是一种植物油,目前被广泛用作食品产业的工业原材料。它还是一种生物燃料资源,对气候变化影响很小,因而有潜力成为化石燃料的替代能源。印度尼西亚和马来西亚是世界上两个最大的棕榈油生产国,在过去 20 年里,这两个国家的大片土地被改造为油棕榈树种植园。

环境团体已经开始关注将热带雨林转化成种植园导致的生物多样性损失,以及类人猿等濒危物种栖息地被破坏的问题。但是,最让人直接关注的是苏门答腊岛和婆罗洲部分地区垦荒带来的影响。这些地区通过焚烧植被作为作物种植开荒。自 1997 年以来,这种焚烧愈演愈烈,已经在该地区形成每年持续几个月的浓厚烟雾和阴霾。在新加坡和马来西亚半岛,有时候能见度和空气质量已经下降到危险水平。如果进行一个更为完整的棕榈油生产成本核算,情况将会如何? 表 6.1 仅以新加坡大气烟雾成本估计的方式提供了一些基本线索(数据来自 Quah, 2002)。这里运用了各种替代方法来评估空气污染的成本(如治理与阴霾有关的疾病的成本、生产力的降低和旅游产业的衰退)。关于能见度较差导致的景观损失的计价,也通过问卷调查对公众愿意为保护景观付费的意愿进行了评估。

表 6.1 1997 年的烟雾给新加坡带来的损失评估

烟雾造成的损失	评估值(美元 \$)
直接损失	
疾病的直接成本	1 186 900—1 535 668
自我治疗的开支	678 943
收入/生产力的损失	1 907 341—2 068 109
预防性支出	3 524—234 909
旅游收入的损失	136 577 290—210 449 067
地方商业的损失	未计算
间接损失	
能见度和视野的损失	23 057 133—71 137 941
休闲活动的损失	94 170
生物多样性的损失	未计算
总成本	163 505 300—286 198 807
占 1996 年 GDP 的百分比	0.18—0.32

资料来源:引自 Quah(2002)。

但是,该方法存在三个问题。首先,环境破坏的有关成本很少被纳入商品价格。以印度尼西亚森林大火为例,焚烧秸秆肥田的成本从来没有作为生产棕榈油的成本加以参量。其次,环境经济学的方法尽管有用,但是依然有限。正如许多经济学的分析,它们局限于对环境成本的量化衡量。不能进入量化领域的因素被忽略掉了或被严重低估了(如类人猿栖息地的破坏、受烟雾影响区域生活质量的下降)。最后,环境退化的成本核算将自然看作是一个客体——一个经济过程可以对其产生影响,并只在影响经济过程时才有意义的东西。这样看起来,经济就与自然界完全分离开来。而地理学则倾向于从一个完全不同的角度进行分析,将自然和经济、社会看作硬币的两面,两者是相辅相成的。

到目前为止,我们对那些将自然界看作独立的、可测量的和可量化的方法论进行了批驳。在接下来的两节中,我们将通过考察自然和经济成为彼此的一部分的一系列过程来继续阐述我们的观点。在对这些过程的考察中,与其他章节相比,我们观点中的“地理性”——即内在的空间视角,似乎不是特别明确了。事实上,我们在此涉及地理学研究的另一个长期领域——对人地关系的研究(如 Simmons, 1996),从而探讨资本主义社会对自然进行商业定价所造成的现实问题。

6.3 将自然界纳入经济体系:商品化、产权和市场化

在本节中,我们放弃传统经济学对自然的评估方法,转而采用将自然和经济、社会紧密结合的研究方法。在本章的引言中,我们注意到经济是建立在改造自然的基础之上的。在最基本的层次上,经济活动指的是我们作为人类社会对地球上的自然物质进行开采、转化和贸易。在许多情况下,自然物质指的是地质层积、生命形成、地球上的水和大气等。无论是相对简单的形态,如新鲜食物、水和燃料,还是通过各种复杂的生产过程转化形成衣服、交通工具、计算机、机器,等等,所有的商品都来源于自然环境的资源基础。

根据这个认识考虑一下商品链是很有用的(这是我们在第四章介绍的概念),商品链不仅是一系列价值增加的活动,也是物质流动和平衡的系统(图 6.2)。这使我们可以追踪物质流动循环所经历的环节,包括从开采、投入生产、制造和利用,最后到回收或处理的过程。这种分析再次表明了经济活动对自然环境施加了双重要求(Dicken, 2003)。首先,自然环境以提供自然资源的形式成为生产过程投入的供应者。例如,2004年英国经济消费了 69 300 万吨自然资源和产品,其中包括 13 100 万吨植物和动物、3 亿吨矿石(矿石、砂土、石料等),以及 24 600 万吨化石燃料。其次,自然环境又是生产过程产出物的接收者,这些产出物以垃圾处理(如以陆地填埋和海洋排放的方式)和污染(如释放到陆地或大气/水中)的形式释放到自然环境中。2002—2003年,英国经济生产了 3.3 亿吨固体废弃物、7.32 亿吨温室气体(数据来自 <http://>

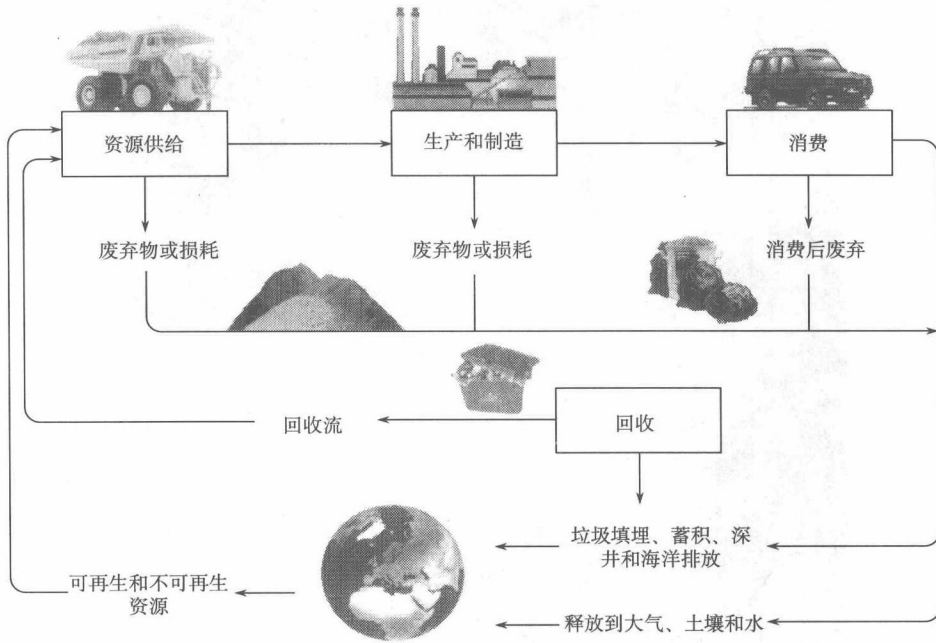


图 6.2 经济作为一个物质流转的系统

资料来源:摘自 United States Geological Survey(2002), Figure 2。

160

www. statistic. gov. uk, 2006 年 6 月 22 日访问)。废弃物和污染物可以在商品链的任何一个阶段产生。例如,图 6.3 显示的是位于俄罗斯南乌拉尔东侧的卡拉巴什炼铜厂。该厂由于排放固体废弃物和空气污染物而成为当地的头号污染者。

在本节中,我们将着重于这两方面的第一个方面,并探究“自然世界”是如何被转化成可使用的、可拥有的和可交易的产品,即自然是如何被商品化并成为经济过程一部分的。在此过程中,我们将把第四章介绍的商品链概念与自然商品化的观点结合起来,这其实是任何商品系统所固有的特性。但是,要牢记自然和社会(或人类)之间的界限是非常模糊的,这一点非常重要(专栏 6.2)。事实上,我们可以用社会自然这个词汇来表明自然是被社会活动创造和改变的,而且,社会必然是建立在改造自然的基础之上的。在此,我们将考察自然要素如何跨越界限而成为被人类利用和价值化的商品。首先,我们将考虑商品被创造的过程,然后,将探究商品的所有权是如何建立的。

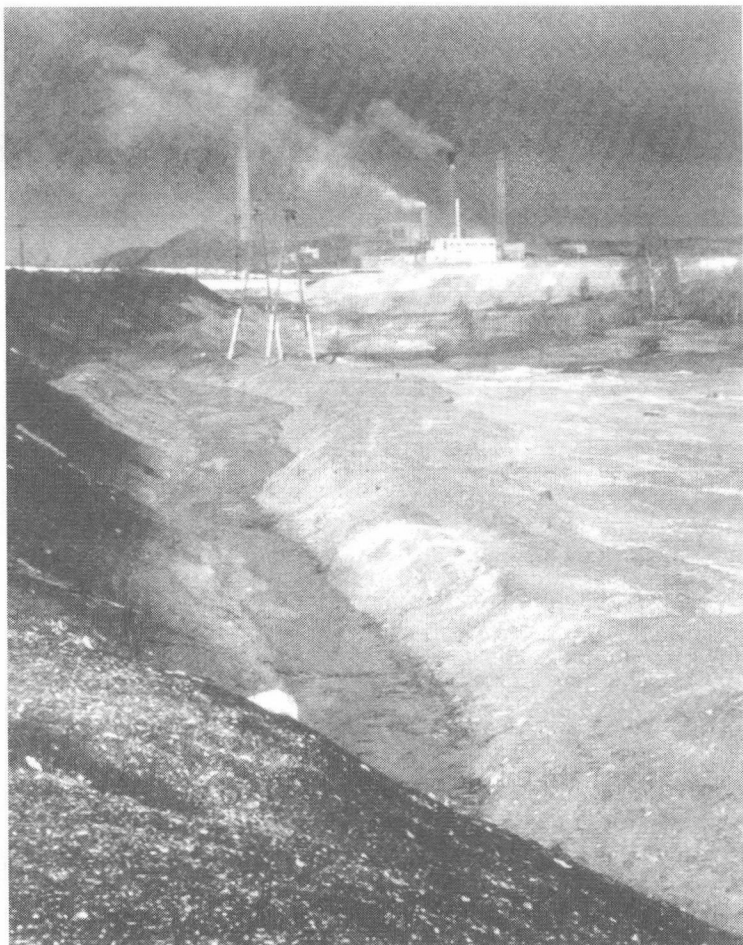


图 6.3 俄罗斯卡拉巴什炼铜厂

资料来源:Gavin Bridge,经允许转载。

161

162 专栏 6.2 自然/社会

要记住,人与自然之间的概念性区分是我们创造出来的,也是几百万年社会发展的产物。社会发展还形成了复杂的知识、劳动分工和人类社会与自然物质基础相分离的情况(尤其是在现代城市工业社会)。事实上,正是这种“分离”使我们想到去衡量和评估自然,并运用各种工具去利用和使用自然。这也是本章我们所讨论的。

但是,我们也对这种简单划分自然和社会的做法提出几个层次的疑问。首先,人类自身就是自然的一部分,我们既是地球上复杂的生命系统的产物,也参与到这个系统之中。将人

类从自然中分离出来,并不能使人体本身排除于商品化的影响之外,就像木材、水、矿石和其他物质被商品化一样。尽管人类的身体很少(几乎没有)被作为可拥有的商品出售,但是人体的某些部分肯定是商品化的,如目前基因、器官、血液等的重要经济意义。

第二,有观点认为,“自然”包含地球上的矿产、水、空气和生命等未被探知的领域。这种观点经不起严谨推敲。地球上几乎没有什么生态系统或环境没有在一定方式或程度上受人类生活环境的影响。许多地方都有“乡村旅游”,而乡村景观就是多层人类改造活动的产物。在国家公园或自然保护区内远足和宿营,就是进入了一个被仔细定义和保护的区域。即使是一个被认为非常原生态的生态系统,其自然美景和荒野风光也会因为成为旅游业的卖点而商品化。

第三,进一步来说,我们传统上称之为“自然”的东西——包括种子、田野、森林、河流,等等——实际上是经济过程的产物,是人类根据自身的经济需求而生产出来的。回到第一章关于尼日尔贫困的例子,我们看到,初看是自然灾害的事件,也可以被理解为不同空间尺度运行的经济、社会和政治过程的结果。换一个例子,从某个角度看,加利福尼亚农业大面积和高产出的玉米并不是有利的土壤和气候的自然结果,而是高强度的资本主义农业运作的产物(Walker, 2004)。这种自然界形成于生产过程的理论从根本上挑战了自然位于经济之外的观点(Smith, 1984)。该理论力图解答的关键问题是“我们如何创造自然?”以及“谁在控制资本主义社会的自然生产?”(Smith, 1984:63)

商品的创造

在一些情况下,以经济目的对自然界进行利用和整合——即自然物质的商品化过程——163 是非常显而易见的。矿场、采石场、农场、水坝,等等,显然都是自然资源被转化成商品的场所。但是,自然转化为商业资源的方式是非常值得关注的。商品化过程中的关键环节就是对自然物质的估价。可以根据物品的用途来估价(如食物、房子、衣服以及制造其他东西的材料等),也可以根据它们交换其他产品的价值来进行。虽然基于自然资源使用价值的开采活动依然盛行(例如满足生存需要的农业活动),但在大多数情况下,我们与自然世界的互动主要还是通过交换关系反映出来的。例如在超市、建材供应商店、服装店,或通过水、气和电力供应系统。

自然物质要进行交换,必须被赋予一个货币价值。然而,自然界被赋予价值的各种物质或要素是随时间和空间而变化的。有两个根本变量决定了自然商品化的历史和地理过程。

1. 技术和科学知识:知识可以发现自然界某些物质的价值而促使其商品化。有两种可能的情况。第一,新技术可能创造出对某种物质的需求,而之前这种需求并不存在。例如,铀在

一百年前并不是一种商品,但现在却是对核电站、医疗技术和武器制造非常有价值的经济资源。只有对某种物质有了需求,才能赋予其价值使之成为商品。第二,技术可以通过新的开采方式来创造商品,从而有可能对一直存在但从未被利用的某种物质进行利用。例如,太阳光一直以来是可以自由获取的,但只有在光电池被开发之后,利用太阳的热和光来发电的储存和交易才成为可能。

164 2. 经济环境:经济环境的变化也可以使某种自然物质变成商品,有时候还很快。利用某种物质的知识可能已经存在,获取技术也可行,但却可能因为开采成本太高而不能成为可贸易商品。但是当经济环境变化的时候——例如其他供应来源没有了,或需求增加了——某些自然物质就可以很快成为重要资源。一个例子是加拿大西部的油砂(主要储于阿尔伯塔省)。长久以来,科学家和矿业工程师已经知道这些含油砂层的存在,但是由于开采成本较高(是传统油井开采的两倍),几乎失去了商业开采的价值。然而,随着近年来全球原油价格的攀升,拥有和开采油砂变得有利可图。因此,油砂矿所在的广大荒寂地区突然成为了经济活跃的地区。

因此,某种自然物质要成为有经济价值的资源,必须具备恰当的技术和经济环境。但值得指出的是,自然物质成为经济资源之后,仍能保留一些原始特性。这表明自然界没有完全被人类驯服。因此,作为商品的不同资源具有不同特征。显然,许多自然资源只出现在特定地方。关于这一点还存在一定的灵活性。例如,农作物和林木可以种植在任何适宜的土壤和气候环境中(甚至在人工环境中种植,如温室大棚)。但在许多情况下,某些资源性商品(地下煤层、海上渔区,或适宜热带水果生长的气候)的所在地是不容易移动或改变的。这意味着采掘业的空间布局具有其内在特点,不同于制造业和服务业的分布。在本质上,资源开采活动一般都必须分布在资源所在地。

自然资源的第二个特点是,一旦被开采出来,每种商品都具有其独特性,从而决定了其被利用的方式。例如,牛奶可以在任何饲养奶牛的地方生产——无论是通过散放式还是有管理的圈养——但牛奶的物理特性要求将其存储在冷藏箱并尽快送到顾客手中。水是体积大且重的商品,而且容易渗漏和蒸发,因此水源最好是从相对靠近消费者的水源地汲取。相反,虽然钻石矿藏集中在世界上的少数几个地方,但是钻石被开采和加工后,可以被方便地运输且不易损坏。因此钻石经销商集中在几个城市,如安特卫普(比利时)和特拉维夫(以色列),都是非常可行的。正如我们在第四章讨论过的,每种商品都有各自在开采后的地理布局。

165 自然资源开采的第三个特征,尤其是在目前由城市产业社会决定需求规模的情况下,是需要巨额资金投入、基础设施和物流设施的支持的。为此,对于资源性经济活动,政府的作用非常重要。例如,为了保证采矿、农业和林业活动的开展,一般都是由政府提供基础设施,以确保这些活动可以在边远的地方进行。在发达国家,学校、医院、公路、铁路、排污管道、公安等,



图 6.4 政府参与自然资源的开发

资料来源:本书作者。

通常都是由政府机关提供公用设施。图 6.4 就展示了由加拿大国家政府和阿尔伯塔省政府共同所有和运营的粮食货运。

当商品创造的所有这些特征与商品转化结合在一起的时候,就可能在空间上出现非常独特的经济发展或衰落模式。另外,正如我们已经注意到的,每一种商品都有其独特的历史和地理。在那些历史上非常依赖资源开采的经济体中,这种体现尤为明显,如加拿大。专栏 6.3 描述了一个关于加拿大资源经济地理的很有影响力的观点。

专栏 6.3 加拿大,哈罗德·伊尼斯(Harold Innis)和资源经济地理

长期以来,加拿大是一个自然资源富饶的经济体。以前,加拿大人的传统称谓是“伐木工和抽水工”,这一说法可能不再准确,但是木材、石油、水、小麦、鱼类和矿石依然代表了加拿大不同地区的重要经济部门(英属哥伦比亚省的森林、阿尔伯塔省的石油、萨斯喀彻温省和马尼托巴省的农业、安大略省北部的采矿业、魁北克的水力以及东海岸的渔业)。20 世纪加拿大的政治经济学家哈罗德·伊尼斯(Harold Innis)试图设计一个模型来描述资源性经济的发展(他称之为原材料经济)。伊尼斯将三种要素结合在一起:

- 技术:指开采某种资源所需的技术,以及导致对资源需求种类发生变化的技术变化(例如,发电行业对资源的需求从水到煤炭再到铀的变化)。

• 地理/生态:资源的空间分布是不均衡的——石油只出现在某些特定地区,富饶的土壤、森林、鱼类也是如此。只有当资源达到一定数量,且所在地区有可行的技术,资源开采在经济上才是可行的。

• 制度:当某个合适的制度结构存在时,技术和地理才能结合在一起。许多偏远地区的资源开采都需要大量的资金投入,这意味着需要国家或大型商业集团的介入。

以上三个因素都表明,虽然资源开采通常出现在偏远地区,却受到位于金融、技术和通讯力量集中的核心城市的控制。因而“资源经济”可能具有基于核心—边缘分工的地理特征。这种经济形式将资源财富(例如温哥华的森林、卡尔加里的石油、多伦多的矿藏等)输送到核心区域或国家中心。在有些情况下,资源开采产生的财富还可以流到海外。在殖民地时代,正是亚洲、非洲和美洲的资源为19世纪的伦敦、阿姆斯特丹和巴黎建起了美好的城市景观。现在,采矿、森林和农业食品公司将财富输送到了一系列世界主要城市之中。

资源开采的地理布局也是动态变化的。伊尼斯认为,当上述三种因素——即合适的技术、地理位置和制度——结合在一起时,将导致投资、开采和财富积累的“飓风般迷乱”的经济行为。但是最终,这种经济形式不能持续,基于资源开采(油田、矿石、伐木)的经济活动将移到其他地区,留下废弃的资源区和社区,从而造成一定地理空间内的各地发展和衰落的循环。关于哈罗德·伊尼斯和加拿大资源经济的更多详细内容,参见巴恩斯(Barnes,1996)和霍伊特(Hayter,2000)的论著。

所有权的建立

我们已经看到,自然资源可以通过各种方式进入经济领域,并创造了多样性的经济地理格局。我们也了解到,要成为商品,自然资源需要能够被打包成一个个可以被定价和出售的单位个体。然而,如果自然能被出售,那么接下来的一个必要条件就是,要有出售“自然”的所有者。在许多情况下,所有者可以是个人、群体、公司或国家政府。

在某些情况下,自然的所有权长期以来深深根植于法律和社会传统。例如在西欧,农业土地的所有权已经被私有产权法律体系确立了几个世纪。但是对于其他资源,或在其他地方,对于某种资源所有权的界定是非常不确定且充满矛盾的。在一些国家,土著少数民族对土地的要求——基于迥异的法律传统——通常被多数民族所忽视。例如在加拿大和澳大利亚,土著人仍然对大部分领土的土地和矿产资源提出要求,而这些资源目前由政府管理。这些争议目前正在缓慢地通过当代政府和土著团体解决。在世界的许多地方,海洋资源由于其自身的特点也成了—个特殊问题。例如,当大马哈鱼跨越美国和加拿大边境时,谁对那些迁徙的鱼群拥有所有权?显然,在自然的商品化过程中,所有权和使用权并不总是显而易见的。

尽管所有权通常被争夺,但我们也看到,对资源赋予所有权是进行商品化过程的必然要求。我们可以用简单的术语将所有权分为四种类型:

- 共同利用(communal access):这种权利允许个人利用资源,但没有所有权。允许游垦者使用森林资源就是一个例子。在现实社会中,目前绝大多数土地的所有权都是被政府以某种意义拥有,然后才允许共同使用的。但是,有一个很好的共同利用的例子就是公海的鱼类资源。尽管一些法律框架可以适用于公海的捕鱼活动(例如对鲸捕捞的国际限制),而且一般而言海洋资源可以被渔业管理人利用,但是当这些资源在海里时,却不能说是属于任何人的。

- 国家拥有和国家开发:在这个模式中,资源开采的收益是被所有国民共享的(作为政府收入)。水电开发或公共供水系统都属于此类例子。仅在二三十年前,这种模式的公共机构是非常普遍的。但是正如我们稍后将指出的,迅速遍及的私有化减弱了公共部门的作用。

- 国家拥有和私人开发:在这种模式下,商业公司要为开发公共所有的自然资源支付一定的许可费用。例如,政府给伐木公司颁发伐木许可证以授权它们开采一定范围内的木材,或石油公司购买开采权等。在这两个例子中,公司通常要根据开采的资源量向政府支付资源税。

- 私人拥有和私人开发:例如,如果一个农民对所经营的土地拥有所有权,那么他就有权获得经营活动的所有收益。

事实上,这些所有权的分类相互重叠且界限越来越模糊。而且全球范围还普遍存在一种趋势,即前两种模式逐渐弱化,而后两种模式逐渐强化。换句话说,这是一个私有化的过程,自然资源越来越被私营机构拥有并开采(我们将在第七章讨论私有化与更广泛的新自由主义的联系)。

近些年来,有一种商品的私有化过程受到广泛关注,那就是水。城市居民获得清洁饮用水供应的方式有很多,包括个人从井或河道中获取,以及私人企业开设的大型水供应系统等。图6.5描绘了沿着两个维度的各种方案,一个维度是社区控制和企业控制相对比;另一个维度是作坊工程(小规模)和企业(大规模)系统相对比。

逐渐地,水供应已经迈向图表中右下角的选择。在一些较贫穷的国家,来自国际金融机构的开发资助和贷款组合是以公共部门的私有化为前提条件的。同时,这些私人所有权也越来越集中到了少数几个公司手中,尤其是来自法国的两个公司——(法国)苏伊士里昂水务公司(ONDEO/Suez des Eaux)和威文迪/通用水务公司(Vivendi/Generale des Eaux),它们共同控制了大约占全球70%的私营水务市场(Bakker, 2003a)。

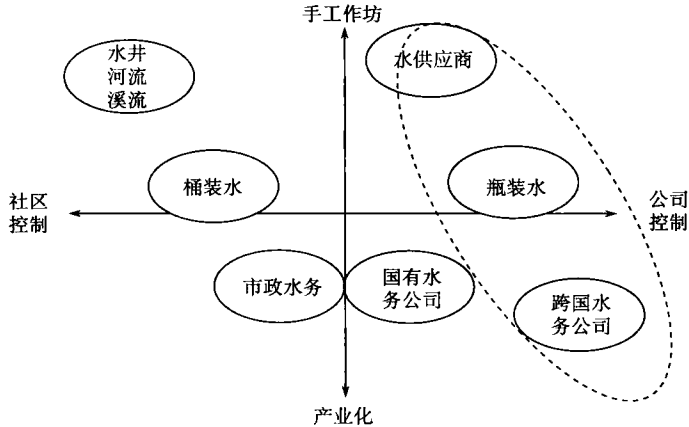


图 6.5 城市水供应模型

资料来源：根据 Bakker(2003a), Figure 1 重绘。经 Blackwell 出版公司许可。

在一些国家，政府已经自愿将水务系统的所有权和经营权转让给私营部门。英国在此提供了一个尤为有趣的例子。直到最近，英国的供水都是由国有水务公司提供的。对水这一商品的管理原则是以满足人道需求为基础的，而非追求商业盈利。考虑到集水、净化、储存、运输和处理等基础设施开发的成本，这不仅仅是一个政治上的必要选择，也是一个切实可行的途径。但是到 20 世纪 80 年代，经济危机和意识形态的变化使国家供给这种方式越来越不受欢迎。随着英国几个公共设施产业被私有化，到 1989 年，玛格丽特·撒切尔的保守党政府开始将英格兰和威尔士地区的水务公司股权出售给私营部门。

尽管水务公司拥有私营产权，但它们在很多方面还是受到英国政府的严格管控。尽管水产业的工作条件在政府管制之外，但价格是由国家“监控”机构设定的，工作环境/健康条例的执行也受到严密监控。由于英国境内的水务公司拥有国家政府颁发的长达 25 年的垄断经营许可证，因此没有任何实质性的竞争压力。所导致的结果是，自 20 世纪 90 年代以来，水费不断攀升，而水务公司的利润也不断增加。

作为一种商品，水的特殊性使其成为了一种“不合作”的私营资源(Bakker, 2003b)。事实上，由于水这一物质对国民健康如此重要，对其需求如此广泛、如此巨量，对其加工和输送的过程又如此依赖大型基础设施，而且在国家生态系统中占据核心位置，将其完全私有化是非常难的。在英国，最终结果是在每个地区有一个垄断的私营水供应商，水的价格并不是由供需所决定的平衡价格，而是水务公司与中央政府管制部门进行谈判妥协的结果。

水供给还有最后一个特征，使其不能完全实现商品化。私营化的原则体现在水资源的定价方式上，要求价格反映供水的真实成本。为此，要计量使用终端的所有用水量。人们将不能

再支付一个固定费用来无限量地使用水。最重要的是,这就需要将水“打包”成单位(如:升),这样就可以根据生产单位水的成本来定价。我们已经提到,清洁水是一种权利,这使得根据水的生产成本来定价在政治上根本行不通,而且从另一方面看也行不通。确定水供给的真实成本几乎是不可能的。从环境中汲水——例如通过大坝或地下水开采——可导致多种多样且复杂的环境后果。废水和污水处理会伴生间接成本,等等。简言之,水在生态系统中的中心地位决定了水供给的真实成本不可能真正被完全地纳入价格计算之中。

最后一点是关乎自然商品化的本质问题。一旦某种商品从其所属的自然系统中开采出来,被打包、拥有、运输,然后以某种方式利用,地球自然系统就承受了一定的成本——这是从来没有被经济方法完全计算或理解的成本。因而,自然是一种非常特殊的商品。有人用“虚构商品”一词来描述经济系统中自然被作为商品处理的方式,因为自然并不是直接被人类制造——如牙刷或电视那样——而是完全自然形成的。水为这个观点提供了一个非常具有说服力的例子。然而,对于任何自然物质或人造物质而言,生态环境的相互关联和相互依赖意味着自然商品化和私有化的真实成本不可能被真实计量。

6.4 为自然估价:环境退化的商品化

在上一节中,我们考察了自然被经济体系所利用的方式。现在我们将转向经济过程的副效应和后效应,并考虑环境保护自身如何被商品化。一般而言,企业如果树立起对环境负责的形象,将具有积极的商业意义。可以看到许多公司都在宣传自己的环保理念。然而,更具体而言,保护自然环境不受废弃物污染、免受经济生产的各种产物和效应的影响,这本身就是一个具有交易价值的商品。

这种观点将我们引入了一个更为广泛的研究经济—自然互动关系的学派,即生态现代化学派(这里我们引自 Gibbs, 2006)。这一学派对人与自然的关系持相对积极的观点,认为经济发展和环境保护之间可以形成协调关系,而不总是矛盾冲突的。换言之,生态现代化学派的研究方法试图调解两组相互竞争的压力,即一方面企业要追求利润并提供就业机会,另一方面又要保护自然环境。其中一个关注的重点是,企业可以应用新技术来抵消经济活动对环境的不利影响,这么做的同时,企业也可以从以下方面获得经济利益:通过减少污染和废弃物排放而提高效率;减少可能的经济负债,如清理受污染的土地所带来的潜在成本;销售“环境友好型”产品和服务;以及更直接地销售污染预防和处理技术。

同时,生态现代化学派也关注社会层面的发展,如减少环境影响的新市场机制和监管机制的建立,以及新型环境友好型消费方式的出现等。这些新出现的事物和现象的一个核心要素往往是对环境退化进行定价。从一个较广的角度看,生态现代化要依赖于社会内部显著且协

同一致的政治和制度变化才能取得效果。有一些国家,如日本和荷兰,已经将这种观念纳入了国家经济规划,从而减少了自然资源的消耗和废弃物的排放。然而其他大多数国家对这种核心仍然是追求资本主义利润最大化的方法还只是持怀疑态度。

我们将通过两个案例研究来展示有关讨论。第一个与排放配额交易市场的兴起有关,通过这一机制,污染和环境退化变成可交易的商品。第二个则与不同资源产业的各种认证的发展有关。获认证的产品有明确的环境证书,从而允许生产者在市场上将此类产品以高于常规的价格出售。

可交易的污染物

1995年,美国环境保护署开始实施“酸雨计划”,试图减少火电厂的二氧化硫排放
172 (<http://www.epa.gov/airmarkets/arp/index.html>,于2006年7月26日访问)。在该计划的第一阶段即1995—2000年,排放量比目标排放水平减少了大约40%。目前,该项目已扩展到涵盖所有形式的化石燃料发电站,并将氮氧化物排放也包括在内。该项目的核心是一个交易机制,即通过一个开放市场,允许达到减排目标的发电厂将其排放额度出售给那些超过排放限额、可能面临经济处罚或被迫动用未来份额以满足当前份额短缺的发电厂。

近来,由于试图建立一个《京都议定书》(Kyoto Protocol)主导下的全球碳配额交易体系,这种将环境保护直接转化成商品的行动已经受到广泛关注。1997年,联合国气候变化框架公约(United Nations Framework Convention on Climate Change)的签署成员国齐聚日本京都,通过了一个一经国家政府认可便具有法律效应的协议(<http://www.unfccc.int>)。《京都议定书》通过设定一个以1990年为基础、最迟到2012年应该减排的温室气体百分比,从而建立了一个温室气体减排协议。例如,欧盟的目标是到2010年减排8%。2005年2月《京都议定书》开始生效,到2006年4月已经有163个国家签署,签约国的温室气体排放量占全球排放总量的61.6%(值得注意的是,美国尚未在该议定书上签字,却占据了全球温室气体排放的24%)。

由于每个国家的二氧化碳排放都设定了一个限额,政府就可以将排放许可(被称为碳排放减排单位,Emission Reduction Units, ERUs)分配给其境内的企业,允许它们在一定的时间内排放一定额度的二氧化碳。如果企业通过投资新技术或可再生能源而减排,那么它们可以将剩余的ERUs出售给那些超出配额的企业。ERUs的价格是可以变化的,目的是鼓励企业降低排放以避免将来以高价购买排放配额。一个全球性的二氧化碳排放市场正在迅速形成,到2005年,交易额已达100亿美元(<http://www.ieta.org>,于2006年6月16日访问)。

到目前为止,欧盟排放权交易体系(Emissions Trading System, ETS)在这方面是最为完善的市场体系,2006年大约占全球市场份额的75%。其第一阶段,从2005年到2007年,覆盖了成员国12 000个大型工业污染企业,着重处理一个棘手问题,即让那些污染最严重的企业削减二氧化碳排放但不至于破产。在这个体系下,每个国家都有一定的碳排放额度,然后各国政府将配额在项目内的部门企业中进行分配:包括发电、钢铁、玻璃、水泥、纸浆与造纸以及陶瓷等行业。以英国为例,在第一阶段,英国分配到了7.36亿吨的碳排放额度,占到欧盟总量的11.2%,涉及了上述行业的1 078个企业。超出排放额度的企业可以购买其他公司未使用的配额,或者支付一定费用(每超出1吨付40欧元)。那些减少排放的企业则可以出售未使用的许可配额。如果存在大量的超额排放,许可配额的价格将升高,从而引导企业减少排放水平。总体上,大约有2.3亿吨价值40亿欧元的许可配额在2005年被交易。

173

与其他任何市场一样,国家管制对于欧盟排放权交易体系至关重要。有批评认为,第一阶段的目标设置过于慷慨,将配额的价格设得很低,而且不强制要求企业投资清洁技术。这样一来,一些企业通过简单交易它们获得的过度慷慨的许可配额就可以挣钱了(*Guardian*, 2006b)。但是,整体而言,ETS碳交易的发起的确是一个非常好的例子,清晰地展示了为环境退化定价可以带来的变化及可能存在的问题。

环境保护认证

我们要考察的第二个领域,是某些产品的环境友好特征认证项目的兴起。通常,这些产品以高于常规产品的价格出售,反映了将环境保护元素纳入产品成本的意图。这样一来,自然作为生产增值过程的一部分而被商品化了。这些项目与4.4节中所讨论的与贸易链有关的“公平”贸易或“道德”贸易非常相似。

在这方面,森林业有一个很好的案例(在此我们引用Stringer, 2006)。1992年,里约热内卢的“地球峰会”中提出了一系列关于可持续森林的倡议,将人们对森林环境的关注——尤其是热带国家的森林退化——与林区原住民的森林价值观的关注结合起来。其中最著名的一个倡议就是森林管理委员会(Forest Stewardship Council, FSC)。FSC成立于1993年,是世界上第一个对管理良好的森林产品进行认证的独立机构。它是一个由利益相关人士组成的团体,由来自环保和社会组织、木材业和森林产业、原住民团体、社区森林组织以及森林产品认证机构的代表组成,通过协商,为负责任的森林管理设定国际标准。FSC授权独立的第三方机构根据十条认证原则,对既促进森林环境的可持续性、又促进森林社区人民的居住和工作条件的可持续森林管理者和森林产品生产商发放FSC认证(专栏6.4)。

专栏 6.4 森林管理委员会的十条原则

原则 1: 遵守法律和 FSC 原则

森林管理应该尊重所在国的现行有关法律、该国已签署的国际条约与协议,以及 FSC 的所有原则和规定。

原则 2: 保有、使用权和义务

土地和森林资源的长期保有、使用权应该明确界定,明文书写并予以司法确定。

原则 3: 原住民的权利

原住民拥有、使用和管理其土地、领土和资源的法律和习俗权利应该得到承认和尊重。

原则 4: 社区关系和工人权利

森林管理与经营应该维持或加强林业工人和林业社区的长远社会经济福利。

原则 5: 来自森林的利益

森林的管理与经营应该鼓励对森林多样化产品和服务的高效利用,以保证经济可行性和广泛的环境和社会收益。

原则 6: 环境影响

森林管理应该保护生态多样性及其相应的价值观、水资源、土壤,以及独特且脆弱的生态系统与景观,从而维持森林的生态功能和整体性。

原则 7: 管理规划

应该编写、实施并实时更新与经营规模和强度相匹配的森林管理计划。应明确长远的管理目标以及达到该目标的途径。

原则 8: 监督与评估

监督实施与经营规模和强度相匹配的管理计划,从而对森林环境、森林产品的产量、监管链、管理行动及其社会和环境的影响进行评估。

原则 9: 维护高保护价值的森林

在具有高保护价值的森林地区的管理行动,应该维持或加强这些森林的特性。与高保护价值森林的相关决策都应该经过谨慎考虑。

原则 10: 种植园

种植园的规划和管理应该在与原则 1—9 相协调的前提下进行。尽管种植园可以提供大量社会和经济利益,并有助于满足全球对森林产品的需求,但其经营应该是天然林管理的补充,从而减缓对天然林的压力,并且有助于天然林的恢复与保护。

资料来源: <http://www.fsc-uk.org/about/principles/>, 于 2006 年 7 月 24 日访问获取。

FSC 既给合格的森林管理机构发放森林管理认证,也给合格的加工企业发放监管链认证(Chain of Custody Certificates),由此,消费者可以识别从受认证的森林产出的最终产品。FSC 的产品标签使消费者可以认识到产品是来自被允许开发的森林。到 2005 年后期,大约 60 个国家的 6 700 公顷森林通过了 FSC 认证,同时,有近万种产品是用 FSC 认证的木材制作并贴有 FSC 标签的。目前加拿大是世界上获 FSC 森林认证的领先国家(2005 年大约有 1 430 公顷通过 FSC 认证的森林,占全球总量的 23%)。2005 年 9 月,FSC 宣布对加拿大阿尔伯塔省的 550 公顷森林发放迄今为止最大的一项认证。该项认证是根据 FSC 加拿大国家北部林区标准进行长达 10 个月的评估后做出的。这一标准由 FSC 的十条原则和另外 56 条具体条款结合而成。审核由另一个非政府环境组织“雨林联盟”的分支机构精明木材(Smartwood,森林认证机构)进行,涉及 100 多个地方利益相关主体(更多信息见 <http://www.fsc.org/en>)。

FSC 于 1993 年建立,之后又有两个竞争性的认证机构加入了这一行列,但这两个机构的区域性更强一些。森林认证的认可计划(Programme for the Endorsement of Forest Certification, PEFC)成立于 1999 年,由欧洲的几个国家性的森林利益集团建立,组建的初衷为解决小规模森林业主对 FSC 认证成本的关切。PEFC 体系呈伞形,对满足其监管和认证程序的国家动议给予认证。到 2005 年后期,大约发放了 2 300 个 PEFC 认证,覆盖了 1.3 亿公顷森林(<http://www.pefc.org/>)。可持续森林倡议(Sustainable Forests Initiative, SFI)由美洲森林与造纸协会于 1995 年建立,当时公众越来越关注该产业能否保护野生生物和实现可持续林业。SFI 只关注于环境问题,而不解决 FSC 所涉及的社会与经济问题。2005 年年中,北美大约有 5 300 万公顷的森林被 SFI 认证所覆盖(<http://www.aboutsfi.org/>)。但是,PEFC 与 SFI 都不同于 FSC,因为它们是由行业部门主导的,缺乏 FSC 的多层次利益主体的参与(全面对比见表 6.2)。

表 6.2 森林认证体系的比较

176

	FSC (森林管理委员会)	PEFC (森林认证的认可计划)	SFI (可持续森林倡议)
标准	以绩效为基础涵盖社会和环境问题	以系统为基础无约束性规定;根据国家不同而改变	基于 ISO 14001 体系忽视社会和经济问题
标准制定过程	包括三个层面的组织:社会、经济和环境	私营森林业主行业代表	以行业为主导
标识	有	有	有

续表

	FSC (森林管理委员会)	PEFC (森林认证的认可计划)	SFI (可持续森林倡议)
标注和监管链	监管链序列包含在标识中可以溯源认证和未认证的木材	以在生产过程中使用或不使用认证木材为基础的三层结构	没有监管链认证
优势	包括了经济、社会和环境利益	增强了一些国家内的行业透明度对国家标准进行定期审查	近期纳入了非政府组织
不足	对批发和零售商不进行认证 对监管链认证的独立验证比较难	由森林业主和森林产业主导 不涉及对土地权利的承认	没有明确的绩效要求 来自未经 SFI 认证森林的木材产品也可以获得认证

资料来源:根据 Stringer, 2006, Table 1 改编。经作者许可。

177 这些认证体系的实施效果到底如何? 它们真正关注的确实是对环境和森林资源进行更全面估价吗? PEFC 和 SFI 这些更具商业性的体系的出现比较能说明问题。事实是:大部分获认证的森林主要分布在欧洲和北美洲地处温带的工业化富裕国家,而只有 5% 的面积分布在非洲、亚洲和拉丁美洲的热带地区。具有批判眼光的观察家担心,这些倡议将成为有效阻碍发展中国家厂商进入发达国家市场的贸易壁垒,因为他们很难满足这些框架的严格监管标准。无论是由什么机构提供的认证,都为商家在环保意识较强的消费市场不受抵制提供了保障,从而潜在地增加了市场份额。而且,监管链认证也使企业可以对产品收取额外的“附加值”。总体而言,认证至多可以被视为“市场化和市场进入工具,允许企业在市场中获得较高的价格和竞争优势,而非在面临严重威胁的森林地区鼓励实行可持续的森林管理机制”(Stringer, 2006: 16)。

6.5 将自然带入生活

前两个小节阐释了自然作为经济过程一部分的几个方面——首先,自然物质是开展经济活动的基础;其次,保护生态系统已经作为一种经济形式出现了。在这两种情况下,都可以看到自然远不是超脱于经济过程之外的“自在之物”——自然与经济之间的相互作用非常复杂。

显然,我们需要将自然资源纳入经济系统进行全面理解。商品链将价值增加活动连接起来,同时也将物质的流动与转化联系起来。但是,要突破自然和经济之间的模糊边界,还需要作概念性的转化。围绕这一问题,一些学者提出将自然界看作商品链中的一个“成员”,就如同我们将人看作商品链的“参与者”一样(如担任矿工、农夫、交易商、搬运工等角色)。这意味着

我们在研究自然物质的商品链的构成时,必须认真考察它们的物理属性。

随着行动者—网络理论(Actor-Network Theory, ANT)的传播,这些观点已经在经济地理学界越来越流行。行动者—网络理论主张,应该消除我们思考方式中将自然与文化、人文与非人文进行二元区分的障碍,从而更加注重由生命与非生命主体构成的广大网络关系,正是在这样的网络中社会和经济生活得以开展(专栏 6.5)。

专栏 6.5 行动者—网络理论

178

行动者—网络理论出现于 20 世纪 80 年代,是社会学对科学与技术的理解不断加深的结果。其最早关注的问题是,科学知识并不是绝对真理,而是一个多样化事物的综合:学术期刊上的文章和学术报告、实验室装备和实验、科学家所具有的能力和名声、研究资金,等等。简言之,ANT 代表了一种思考和解释行动者之间诸多联系和关系的方式——人文与非人文的、有形与无形的——社会和经济生活通过这种纷繁复杂的关系网络得以开展。90 年代初期到中期,ANT 已经逐渐作为所谓“文化转向”的一部分,成为经济地理中流行的理论兼方法论型的研究方法(专栏 1.2)。

ANT 主要有以下一系列原则:

- 我们关于世界的许多二元性认识——如自然与文化、结构与能动性、人与物、全球与对方——应该抛掷一边。
- 相反,世界应该被看作不同行动者之间的一系列网络联系(即各种各样的联系)的组合。
- 促使变化发展的是这些行动者之间的关系,而不是行动者本身。
- 这些网络内的非人文活动可能具有同人文活动一样的重要性。
- 行动者—网络的延续取决于“器具”[在 ANT 理论中指的是不可变的运动体(immutable mobile)]的循环,器具可以从一个地方运动到另一个地方而不改变其形态(如钱、动物、咖啡豆、技术等)。

ANT 对现有空间、地点和尺度的认知方式的挑战引发了地理学者的兴趣。尤其是,ANT 理论不将世界看作一个有组织的、从地方到全球的层级结构,而是将社会系统的运行看作“长”、“短”关系联系的组合。更多内容见 Bosco(2006)。

以联系秘鲁和英国的公平贸易咖啡网络(Fair trade coffee, 一个保护咖啡种植者最低收购价格的咖啡生产销售联盟,总部在英国。第四章已有介绍。)为例来阐述这种观点。图 6.6 以行动者—网络系统的思考方式对咖啡贸易网络进行描述,即将位于北美、拉丁美洲和英国的人、文件、电子信息和咖啡豆通过一系列联系连接起来(引自 Whatmore and Thore, 1997 年)。这种描述在一定程度上反映了 ANT 的观点,即文件、技术与各种企业和机构一样,也是该体系

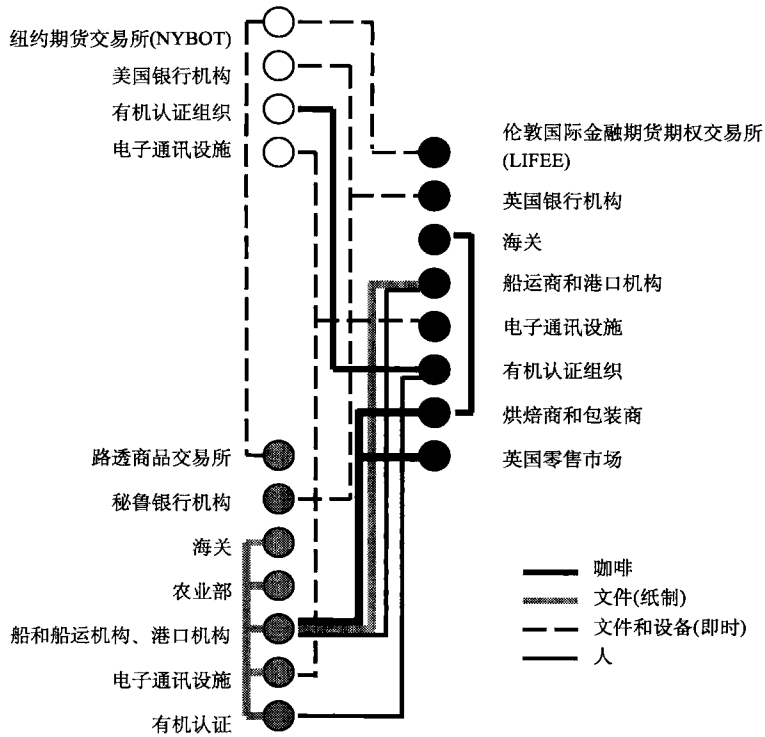


图 6.6 联系秘鲁和英国的公平贸易咖啡网络

资料来源:改编自 Whatmore and Thorne(1997), Figure 11. 1.

179

的一部分。然而我们在此更加关注的是,咖啡豆本身也成为了公平贸易网络中的“行动者”：“咖啡豆充满了变数,这些可变性对整个网络都产生了重要影响。”(Whatmore and Thorne, 1997:299)尤其要指出的是,卖给公平贸易买家的咖啡豆必须是高质量的。如果豆子由于雨水变化、虫害或发酵等因素而质量不高,则不符合公平贸易的标准,而要根据纽约期货交易所的价格卖给其他商业买家。同样,如果某个竞争国家如巴西的咖啡收成因霜冻而大受损失,则公开市场上的咖啡豆价格将上涨,从而不必卖给公平贸易买家也能获得好价钱。这些影响咖啡豆质量的自然因素在人为控制力之外。因此,这一网络作为一个整体的独特特征、运营和可持续性依赖于咖啡豆的生物物理特征和生产环境。因此,可被商品化的咖啡豆在特定时间和地点的质量将对整个网络系统产生影响。

显然,在此类网络中,人文和非人文因素具有不同的能动性:咖啡豆不是具有思想和战略行动的有知觉生物;但是,它们的属性也是非常重要且可以改变的,这些属性与生俱来,并可能在网络联系中起关键作用。认识这些特性并了解其对商品化过程的影响,是理解个体商品链特征的重要步骤。因此,“自然的属性”是我们所处的复杂经济地理中不可或缺的

一部分。

6.6 小结

180

在本章中,我们探讨了“自然”的概念,并逐步发现自然世界和经济过程之间的界限是很模糊的。我们首先讨论了传统经济学对自然的研究方法,并分析了这些方法的缺陷。例如,商品定价只是一个纯粹的建立供求关系的过程(尽管这本身也是一个很复杂的过程),因此,自然仅仅被看作被交易商品的来源,仅此而已,更多的关注被放到了交易本身。之后,我们注意到,环境经济学家有工具来进一步分析环境变化的经济后果,但我们也发现这些分析往往局限于那些可用货币定价计量的效应。

这两种经济学方法的共同点在于,对经济和自然界进行了非常清晰的区分。即自然资源是可以定价的,环境退化的成本也是可以计量的。但这两种方法都没有认识到自然生态系统的整体性,以及人文社会和自然环境的相互依赖关系。相对而言,对自然和经济的相互关系的地理研究方法却较多地关注这些特征。

我们阐释了自然与经济之间关系的复杂性。首先,我们探索了自然物品成为商品的方式——这一商品化过程既有历史因素也有地理因素。自然物品被商品化之后,其所有权的确立过程往往出现各种问题。以水的私有化为例,说明了一个商品在被纳入私有领域时可能很“不合作”。我们对自然与经济互动关系进行探索的第二个方面是环境保护领域。碳排放配额的全局交易说明了一个环境保护市场是如何建立的,尽管这一市场还存在很多缺陷。此外,自然资源如木材的认证,代表了环境被商品化的另一种方式。

181

在这些章节中,我们认识到自然和经济的界限在很多情况下是模糊不清的。在最后一节中,我们通过考察行动者—网络理论更加明确地解释了这种“模糊性”,行动者—网络理论是力图消除自然—社会概念区分的一种理念框架。通过将非人文因素(咖啡豆、动物、拖拉机、文件等)看作商品网络中的行动者,行动者—网络理论已经成为了一个越来越流行的考察商品地理结构的理论框架。

延伸阅读材料

- 见恩格(Angel, 2000)和吉布斯(Gibbs, 2006)从环境经济地理学视角展开的讨论。
- 卡斯特里(Castree, 2003)、巴克和布里奇(Bakker and Bridge, 2006)对自然商品化的有关争论提供了艰深难懂但很有用的总结。
- 巴克(2003b)对英国水的私有化进行了非常详细的讨论;布里奇(2000)、曼斯菲尔德(Mansfield, 2004)、麦卡锡(MaCarthy, 2005)和普鲁达姆(Prudham, 2003)分别对铜矿业、海洋渔业、社区林业和商业林业进行了非常有意思的讨论。

• 关于生态现代化的更多内容,见古德曼和墨菲(Gouldsom and Murphy,1996)、地理学论坛(Geoforum,2000)和吉布斯(2006)的相关文章。斯延格(Stringer,2006)提供了关于森林业认证体系的清晰易懂的讨论。

• 关于行动者—网络理论的易于被学生接受的介绍,参见波斯科的著作(Bosco,2006)。迪肯等(Dicken et al.,2001)介绍了行动者—网络理论如何有助于理解全球经济。

问答题

- 为什么自然在经济体系中被低估?它是如何被低估的?
- 为什么不同的自然资源的商品化方式各有不同?
- 以什么方式可以将自然赋予价值并将其商品化?
- 我们如何才能完全理解自然在经济系统中扮演的重要角色?

延伸学习资源

• <http://www.env-econ.net>:该网站提供了关于自然和资源的信息以及经济学家们观点和分析的汇总。

182

• <http://www.unep.org>:该网站提供了关于国际环保行动的广泛内容。

• 各种商品交易所的网站介绍了各自的历史和运营细节,如<http://www.nybot.com/>(纽约期货交易所);<http://www.cbot.com>(芝加哥期货交易所);以及<http://www.lme.co.uk/>(伦敦金属交易所)。

• <http://unfccc.int>:该网站提供了《京都议定书》的历史来源和有关内容的详细信息。

• <http://ec.europa.eu/enrionment/climat/emission.htm>:该欧盟网站提供了关于排放权交易体系的详细信息。

(马丽译,刘卫东校)

参考文献

- Angel,D.(2000)Environmental innovation and regulation,in G. L. Clark,M. Feldman and M. S. Gertler (eds)*The Oxford Handbook of Economic Geography*,Oxford:Oxford University Press,pp. 607-22.
- Bakker,K.(2003a)Archipelagos and networks:urbanization and water privatization in the South,*Geographical Journal*,169(4):328-41.
- Bakker,K.(2003b)*An Uncooperative Commodity:Privatising Water in England and Wales*,Oxford:Oxford University Press.
- Bakker,K. and Bridge,G.(2006)Material worlds? Resource geographies and the‘matter of nature’,*Progress in Human Geography*,30(1):5-27.
- Barnes,T.(1996)*Logics of Dislocation*,New York:Guilford Press.

- Bosco, F. J. (2006) Actor-network theory, networks and relational approaches in human geography, in S. Aitken and G. Valentine (eds) *Approaches to Human Geography*, London: Sage, pp. 136-46.
- Bridge, G. (2000) The social regulation of resource access and environmental impact: cases from the U. S. copper industry, *Geoforum*, 31(2): 237-56.
- Castree, N. (2003) Commodifying what nature? *Progress in Human Geography*, 27(3): 273-97.
- Dicken, P. (2003) *Global Shift*, 4th edn, London: Sage.
- Dicken, P., Kelly, P. F., Olds, K. and Yeung, H. W-C. (2001) Chains and networks, territories and scales: towards a relational framework for analysing the global economy, *Global Networks*, 1: 89-112.
- Geoforum* (2000) Special issue on 'Ecological Modernisation', 31(1).
- Gibbs, D. (2006) Prospects for an environmental economic geography: linking ecological modernisation and regulationist approaches, *Economic Geography*, 82: 193-215.
- Gouldson, A. and Murphy, J. (1996) Ecological modernisation and the European Union, *Geoforum*, 27(1): 11-21.
- Guardian, The* (2006a) Redgrave centre stage in campaign to halt Romanian gold mine that has split village, 23 June, p. 3.
- Guardian, The* (2006b) Governments accused of giving industries permission to pollute, 16 May, p. 4.
- Hayter, R. (2000) Single industry resource towns, in E. Sheppard and T. Barnes (eds) *The Companion to Economic Geography*, Oxford: Blackwell, pp. 290-307.
- Mansfield, B. (2004) Neoliberalism in the oceans: 'rationalisation', property rights and the commons question, *Geoforum*, 35: 313-26.
- McCarthy, J. (2005) Devolution in the woods: community forestry as hybrid neoliberalism, *Environment and Planning A*, 37(6): 995-1014. 183
- Polanyi, K. (1944) *The Great Transformation*, New York: Farrar and Rinehart.
- Prudham, S. (2003) Taming trees: capital, science and nature in Pacific slope tree improvement, *Annals of the Association of American Geographers*, 93(3): 636-56.
- Quah, E. (2002) Transboundary pollution in Southeast Asia: the Indonesian fires, *World Development*, 30(3): 429-41.
- Simmons, I. G. (1996) *Changing the Face of the Earth: Culture, Environment, History*, 2nd edn, Oxford: Blackwell.
- Smith, N. (1984) *Uneven Development: Nature, Capital and the Production of Space*, Oxford: Blackwell.
- Stringer, C. (2006) Forest certification and changing global commodity chains, *Journal of Economic Geography*, 6(5), pp. 701-22.
- United States Geological Survey (2002) *Circular 1221: Material Flows in the Economy*, Denver, CO: US Geological Service.
- USITC (US International Trade Commission) (2006) *The Effects of Increasing Chinese Demand on Global Commodity Markets*. Staff Study 28, June; http://hotdocs.usitc.gov/docs/dubs/research_working_papers/pub3864-200606.pdf
- Walker, R. (2004) *The Conquest of Bread: 150 Years of Agribusiness in California*, New York: New Press.
- Whatmore, S. and Thorne, L. (1997) Nourishing networks: alternative geographies of food, in D. Goodman and M. Watts (eds) *Globalising Food: Agrarian Questions and Global Restructuring*, London: Routledge, pp. 287-304.

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？

目 标

- 理解国家和超国家机构是如何塑造经济过程的
- 认识全球经济中的不同国家类型
- 理解全球化时代不断变化的国家角色
- 阐述地理尺度为什么在国家重构中关系重大

7.1 引言

2005年6月22号，中海油公司(CNOOC)主动提出以185亿美元现金收购优尼科公司(加利福尼亚联合石油公司)，遭到了美国雪佛龙公司的竞购。作为中国第三大国有石油公司，中海油公司此次竞标对自身有很大意义，因为一旦收购成功，中海油就可以开发利用优尼科公司在亚洲的巨大石油和天然气储备。而且，中海油公司的现金出价比雪佛龙公司165亿美元的出价高出15%。然而，就在中海油公司宣布有意与优尼科公司和美方监管部门就收购报价事宜进行讨论之后的第三天，41名美国国会代表联合要求美国政府对中海油的收购竞标进行详细调查，理由是在国际油价急剧攀升、中国对美国的贸易顺差日益膨胀的背景下，中国有可能通过收购来控制美国宝贵的能源资源。国会代表们还要求美国财政部审查中海油公司通过收购获得优尼科公司的核心技术和资产的可能性。在强大的政治压力下，众议院投票赞成禁止财政部使用联邦政府资金审批中海油竞标议案。2005年8月3日，中海油决定放弃竞标优尼科，并将此归咎于美国的政治阻力。

188

这里举出的中国国有石油企业收购美国私营石油公司未果的案例，体现了大型企业集团在全球扩张中存在的固有限制：尽管中海油的出价比雪佛龙更具吸引力，但最终的裁定权还是掌握在美国政府手中。与其他对美国企业的失败收购一样，这个例子揭示了企业在全球化过程中涉及的复杂政治经济问题，以及民族国家在国内政治经济治理中继续发挥的重要作用。这也再次说明了一个事实：在经济活动全球化加速的时代，民族国家仍然保留着对国内经济的重要管制和掌控权。随着大型企业的日益全球化，企业很可能面对不同国家的管制体系，并与

民族国家的经济利益发生冲突和争斗。

因此,随着我们进入第三部分,我们把重点转向经济空间中的关键主体(行动者),以及它们在构造经济地理格局中发挥的作用:这四章分别侧重于国家、跨国公司、工人(劳动者)和消费者的角色。正如第四章中有关商品链的形成所提到的,在现实中,这些行为主体是相互关联和相互依赖的。但在本书的这一部分,我们将对每个行为主体进行相对独立的研究,目的是为了更详细地探讨它们各自的重要性的影响。

在本章中,我们将要探讨国家在多大程度上依然是经济地理格局的强有力塑造者。我们将概述民族国家在经济管理中持续发挥的作用,并且阐述民族国家在解决不平衡发展、经济重构和贫困等政治经济问题的过程中不断变化的能力。民族国家在现代经济中的整体作用强调了重要的一点——即经济与民族国家的政治在不同地域尺度密切地交织在一起。正如本章随后所指出的,这些相互关系可能体现为国家尺度上的地缘政治考虑,例如之前提到的中海油竞标的失败;可以体现为某一宏观区域尺度上(如欧盟)国家群体之间的争论;还可以体现为国家内部的资源转移或投资政策,即地方政治。在所有这些情况下,我们绝不能低估国家在经济发展动态方面所持续发挥的重要作用。

189 本章共分五个主要部分。接下来的一节(7.2节)介绍国家政府经济治理职能相关性(或者说不相关性)的争论,列举了全球化拥护者关于民族国家的一些简单化的观点,即大家熟知的超全球化主义(ultraglobalist)的观点。在7.3节中,我们对国家政府与企业间的相互依赖关系进行了解释,并且讨论了政府—企业关系中政府职能的不同形式。这一节解释了国家通过“看得见的手”对经济进行的调控。7.4节将进一步详述经济全球化背景下民族国家的地域多样性。可以看到,由于不同国家各有不同的主导政治经济意识形态,各国政府的职能和作用往往是有很大的差别的。7.5节将展示不同地域尺度上的政府职能是如何随着政府机构的重构而变化的。而在7.6节,我们进而关注国家政府在实际调控其管辖区域内的经济活动时可能存在的局限性。在整个分析过程中,我们既强调国家政府的功能,也强调在不同地点(即地理位置)的政府职能的不同表现形式。

7.2 “全球化的借口”和民族国家的终结?

我们来考察一个问题,即国家政府在当今全球经济活动中似乎显得越来越无关紧要了。这就是通常所说的超全球主义的观点,这一观点通过商界权威人士如大前研一(Kenichi Ohmae, 1995)和著名记者如托马斯·弗里德曼(Thomas Friedman, 1999)等人的宣扬而广为人知。以下的引文很好地总结了这一观点:

当今世界的独特性,在于世界正在极大程度上和极高强度上被紧密地联结在一

起,成为一个单一的全球化市场和“地球村”。当今世界的独特性,还在于有相当多个人和国家能够参与当今全球化的经济和信息网络。……新时代的全球化……正在全力推进。

(Friedman, 1999: xvii, xvii)

这种观点认为,全球化不仅仅是一种需要认真对待的现象,更重要的是,全球化是一种力量,将资本、技术和人整合到了一个“无边界”的世界。根据这种观点,全球化创造了一个单一的全球市场和一个巨大的“全球村”,这种现象和过程本身是单个国家政府既不能阻止也不能控制的。在描述这一新型的全球系统时,那些超全球化主义者构造出了一种普遍观念,即国家作为政治—经济宏观管理机构的职能已经结束了(2.5节)。

可以把这种“国家政府已经消亡”的观点理解为“全球化的借口”,即利用所谓全球化的外部因素来解释国家政府功能重组等现象。全球化成为了民族国家中出现的各种现象的方便解释,而不是需要被解释的东西(如一系列过程)。确实,我们可以看到此类解释遍及报刊、畅销书、政治演讲等各种媒体。这一解释通常表现为以下方式:“因为全球化,我们不得不……”

190

这些超全球主义者通常从运输和通讯的技术创新出发,认为这些创新加速了资本、人员、信息和文化的全球流动——从而形成了全球化的不同层面(第五章)。这种观点认为,在经济领域,大型企业和国际金融机构推动了资本和技术的全球流动。企业力量和全球金融的扩展已经被作为“民族国家消亡”的一种主要解释。这些企业和机构的全球扩张被描述为“轻松的”、“无限制的”,因为世界成为它们的囊中之物。在一些比较极端的例子中,某些大企业(如沃尔玛、通用汽车公司和丰田公司)的年销售额与某些国家的年度经济产出规模相当,体现出“富可敌国”的企业力量。

从这个角度看,国家政府在控制国家经济事务(如外来投资)和本国企业(如对外投资)方面似乎正变得无能为力。在做国际投资目的地选择时,跨国企业经常挑动一个国家与另一个国家相互争斗,以便从政策支持、财政优惠、环境法规和市场准入等方面获得最有利的条件。不管是在发达的工业化国家,还是在欠发达的发展中国家,这些企业的讨价还价都取得了显著成功,这导致了超全球化主义的一种普遍认识,即东道主国家已经不能有效地管理本国经济。同时,这些企业在全世界扩张中所取得的成功,被视为民族国家在管制本国经济方面已经失去作用的有力佐证。特别是在某些情况下,跨国公司能够对某一国家的宏观管制和监测系统规避。

第五章已经介绍了技术变化的根本性质,第八章将提出另一种观点,对超全球主义关于跨国公司全球延伸的观点做出批判。这里有必要指出,这种批判观点在政治舞台上受到了普遍认同。许多政治家将国内发生的现象归咎于全球化“浪潮”。因此,全球化变成了替罪羊,成为了失败的经济政策或者政策干预的借口和辩辞。“全球化”和“别无选择”成为今天世界各地许

多政府和当局共同使用的解释。通过心甘情愿地承认全球化的无情力量,一些政府领导人似乎正在放弃他们曾用来有效地管理国家经济的各种经济政策工具。

191 7.3 国家的功能(在经济方面):国家永存!

民族国家真的像超全球化主义者所说的那样正在消亡吗?当然不是。在本章中,我们从经济地理学角度对民族国家在当今全球经济中的作用提出另一种观点。国家—企业间的关系继续创造和塑造着各种政治—经济地理格局,包括国内政治因素如何使某些地区和选民受到优惠的政策待遇,以及国家政府如何采取干预措施以防止外国公司侵蚀本国利益(例如前文述及的中海油的例子)。正如本节和下节所论述的,民族国家在经济方面发挥着一系列重要的职能,而各国政府执行这些职能的能力依赖于具体国家的历史和地理背景。

更具体地讲,民族国家及其政治在管治现代经济的过程中发挥的作用是相互交织的,可以在广泛的理论基础上从三个方面进行理解。第一,我们反对超全球化主义者把民族国家与全球公司完全分离的观点。尤其要指出的是,公司和市场二者都与民族国家以一种相互依存的关系联系起来。公司需要国家在本节所述的五个领域中发挥作用;同时,如果国家在其管辖范围内不能为公司和市场活动提供充分的经济发展空间和机遇,国家的政治合法性将受到质疑。

第二,超全球化主义者认为各地的民族国家都是相同的,这显然是对现实的过度简化。事实上,民族国家表现为不同的形式和范围;国家的类型是多种多样的(见下一节),并不是所有的国家政府都是“无能为力”的。在探讨民族国家的地理多样性时,我们引入有关全球政治经济极度不均衡的观点(可见第二、三章)。识别地理多样性也很重要,因为这体现了全球经济范围内不同的力量关系。虽然一些民族国家可能屈服于全球化力量,从而为超全球化主义的观点提供论据,但其他许多民族国家自觉主动地塑造和推进全球化进程,以实现自身利益。事实上,最近几十年来,一些民族国家正在按照自己的构想重塑全球经济(如美国)。

192 第三,也许是最重要的一点,应当采取更加全面的视角,要看到民族国家一直在随着全球形势的变化而不断进行必要的改革和调整。民族国家不是一个静止的主体,相反,它是一种动态的实体,能够通过自我转型和调整来实现革新、保持生存。我们不当被超全球化观点所误导,把全球化看成重构全球经济的发动机,而把民族国家视为消极被动的接受者。在7.5节,我们将详述民族国家的一些重构过程。

在具体分析国家政治与现代经济之间的复杂关系之前,我们需要了解一些关于国家职能的基本问题,即民族国家是如何与企业 and 市场相互作用的。在此,我们将介绍现代民族国家所履行的全方位的经济职能,并展示它们在不同地点的不同表现。我们将强调,这种地域特性是具体的而不是抽象的。国家有许多非经济职能(如国防、外交政策、文化发展、法律和秩序、公

共卫生,等等),而在经济领域,主要有五个重要的国家职能:

- 最终担保者和最后的求助机构;
- 经济活动的管制者;
- 国民经济的设计师;
- 公共企业的所有者;
- 公共产品和服务的提供者。

最终担保者

市场可能发生惨烈的运作失灵。在这种情况下,需要国家作为最终担保者和最后的求助机构介入。虽然市场可能有自我组织的性能,但也可能由于不可预见因素的影响而失灵(例如经济危机和自然灾害)。国家作为最终担保者是最基本的经济职能,也是新古典经济学最认同的一个职能。这一职能包括四个重要方面:

1. 应对金融危机:市场失灵特别可能发生在金融领域,即大型金融机构的破产可能导致各国发生严重的金融危机。一些发达资本主义经济的民族国家将这些破产视为“创造性破坏”,倾向于将其留给市场机制去处理。然而,有些国家由于政治和社会原因而采取市场干预,如给濒临倒闭的银行提供财政支持以避免金融危机。例如,1998年10月当日本长期信用银行因不良贷款而即将崩溃时,日本政府采取了介入措施。这样的干预有利于恢复公众对金融系统的信心,并且稳定整体经济。

2. 保障国家经济的工具:一个民族国家在国际上的经济信誉,一定程度上取决于是否有能力保持其货币和政府债券的价值。例如,美国国库券作为美国政府发行的债券(欠条),在国际金融界具有很强的信誉度。由于美国国库券的支付利息很诱人且具备到期偿还的保障,许多机构投资者如养老基金和保险公司都购买了大量美国国库券。相比之下,由许多发展中国家(如巴西、阿根廷)发行的债券可能具有较高的不确定性,因此对潜在投资者的吸引力相对较小。就货币而言,国家应确保其货币在其领土内是统一通用的价格标准或是法定货币,并且应尽量保持货币的相对价值。一些美洲国家(如阿根廷和墨西哥)在20世纪90年代初期到中期的经历,以及一些亚洲经济体(如印度尼西亚、泰国和韩国)在20世纪90年代后期的经历,都很能说明问题。在当时的情况下,上述民族国家不能以足够的外汇储备和黄金保证本国货币的稳定,引发了外汇市场对其货币的抛售,从而导致了大规模的货币贬值和接踵而来的金融危机。

3. 缔结国际经济条约:民族国家的重要性还在于,其他任何机构(如企业和市场)都不具备政治合法性去缔结并签署国际贸易和投资协定。民族国家间经常相互签订双边自由贸易协定(FTAs)以增强共同的经济利益。到2005年末,有近300个这样的双边自由贸易协定,或处

于规划和磋商阶段,或已经敲定(<http://www.wto.org>,访问于2005年12月)。一些较小的国家如新加坡,通过签署这些自由贸易协定,非常有效地扩大了本国在全球经济中的经济空间和联系。民族国家还参与双边投资保障协定,以保护本国企业在国外的商业利益。

4. 财产权和法治:民族国家还有一个很重要的职能,即通过明确的法律体系确立和维护私有财产权,维护法制。财产权指的是个人或法人实体拥有财产(如土地、建筑、机械、思想、设计,等等),并从这些财产中获益的权利。国家在这方面的功能突出了现代资本主义的典型特征(见第三章),因为如果没有有效的财产权,资本家(个人或企业)就不能从他们的财产中获取利润,从而缺乏对这些财产投资的经济动力。因此,民族国家设置了许多国家部门来处理财产权问题,如土地所有权、专利和商标,以及企业登记等,并且还颁布了许多法律以保护这些财产权利。

194 管制者

对于一国境内的以及跨国的经济活动而言,最主要的监管者是国家政府。这方面的国家职能可有几种不同的解释。亲市场主义的观点认为,国家应当仅仅设法促进和保护以市场为导向的活动。然而,国家最主要的合法性来源于其公民。同时,国家也有义务保护公民免受市场和公司活动的有害或不良影响。因此,民族国家经常对各种形式的经济活动进行管制,管制对象包括从经济和环境问题到社会和道德领域的一系列问题:

- 市场管制:民族国家有义务确保市场机制的公正性。国家对市场的调控程度随国家经济的不同而不同。例如,美国尤其以其强烈主张开放的市场竞争立场和反垄断立场而著称。举例来讲,在20世纪的美国,许多大型企业组织被分成较小的商业实体,以防止企业巨头拥有过大的市场力量。比如1911年,洛克菲勒标准石油公司被分解成几个石油巨头,其中包括今天的埃克森美孚公司和雪佛龙公司。1984年,前AT&T公司被分成了许多地方化的较小的贝尔公司。此外,许多民族国家在商业部门建立了公平贸易委员会和反垄断组织,以确保各类行业市场的公平竞争。这种市场管制的反垄断方法,与许多发展中国家采取的直接拥有和经营垄断企业的做法形成了鲜明对比。在后一种情形的一些例子中(见下一小节),国家成为商业企业的直接拥有者和管理者,代替市场成为一种经济治理的主要机制。

- 对经济流的管制:当代民族国家对边界的管制是一种非常重要的职能。在资本、商品、人员和信息的大规模加速跨境流动的全球化时代,这一功能尤其重要。在管制资本流动方面,某些国家的规定可能非常严格,要求金融资本必须完成繁琐的管理手续或支付足够的税款才能进入或离开。在劳动力流动方面,边境管制尤其重要。图7.1所示的中国深圳和香港罗湖区边境交界点是(中国)一国两制下使用率最高的检查站。每年有数以万计的人出于工作、旅游和社交访问等原因跨越这一边境。但重要的一点是,来自中国大陆的大量跨境人口中仅有

一小部分被允许移民到香港永久居留。随着全球化的加强,各种国际化的人口迁移(如短期/永久、高技能/低技能)相应增加。一些移民目的地国家(如加拿大或澳大利亚)正逐步对允许进入的移民进行分类管理,通过积分制来评估潜在移民可能为经济带来的技能、资质和金融资源。另一个例子:2005年,随着10个东欧和中欧国家加入欧盟,欧盟原有成员国家对来自新入盟国家的移民采取了不同态度。一些国家决定在一段时期内不接受来自新入盟国家的移民;与其相反,英国、爱尔兰和瑞典在劳动力短缺的部门(如建筑业)立即放开了移民签证。

195

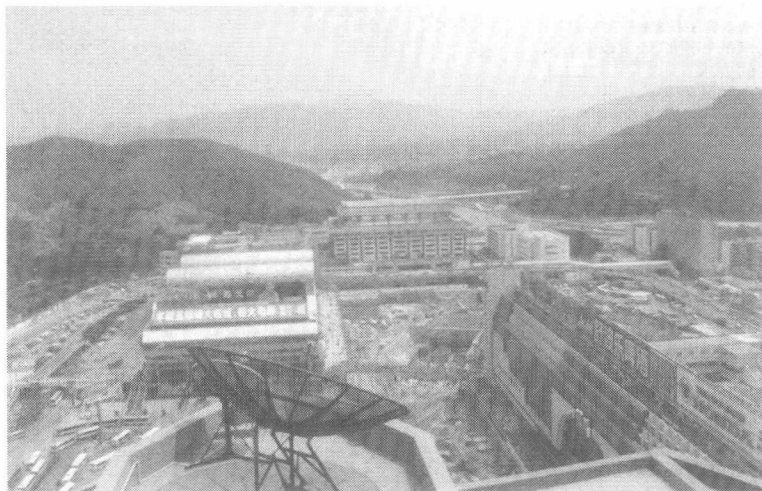


图 7.1 中国深圳和香港的边境交界点

资料来源:Martin Hess,经许可转载。

国民经济的设计师

在管理本国经济方面,绝大多数民族国家推行了一系列的经济政策来维持、引导和促进经济发展。这些经济政策可能与贸易、投资、工业和技术等因素相关联(图 7.2)。

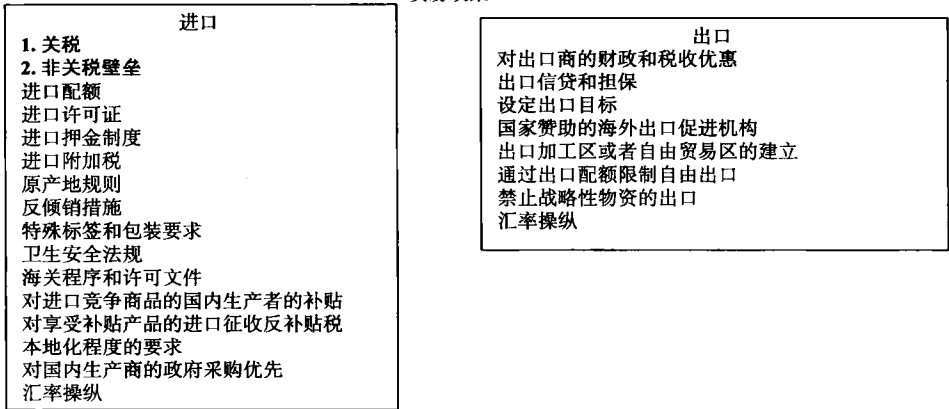
在许多情况下,经济政策还涉及劳动力和资金等因素。这里最关键的问题是,一个特定的民族国家是否为寻求提高国家竞争优势而以战略的方式推行一系列经济政策。如果是,有关经济政策可称为战略性经济政策:

197

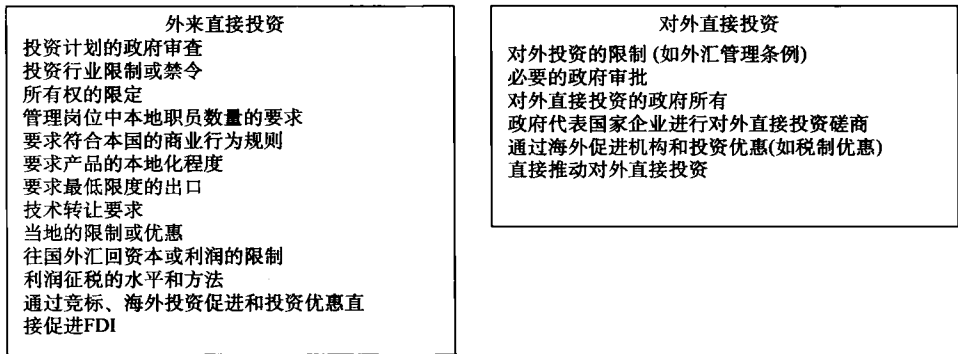
- **战略性产业政策:**这些政策的重要性突出,民族国家直接参与培育和促进某些产业和企业(如汽车和电子业)。在某些情况下,国家采取明确的贸易和经济政策组合以促进这些产业的发展。

- **战略性贸易政策:**国家政府可以通过战略规划积极管理贸易活动以保护国内生产者的利益。除管理进口之外,民族国家经常推行战略性的贸易政策如出口补贴,以确保最受重视的

贸易政策



外国直接投资政策



产业政策

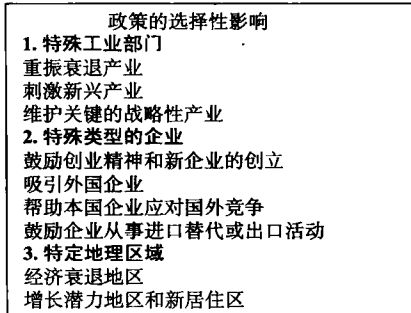
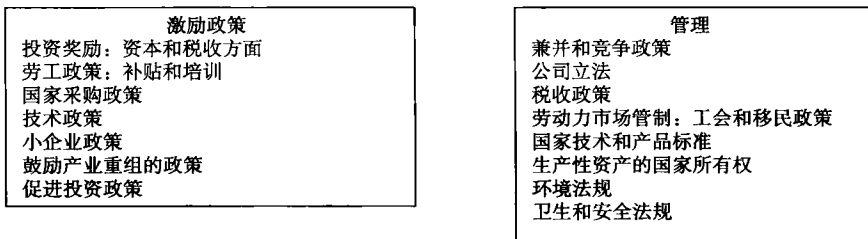


图 7.2 民族国家实施的经济政策的主要类型

资料来源:根据 Dicken(2003)Figure 5.4、5.6、5.8 改编。经 Sage 出版社许可重印。

国内大企业(national champions)能够出口到世界市场并赚取大量外汇。

- 吸引外国投资:这些政策中的国家干预是很明显的。20世纪90年代和21世纪以来,全球范围内资本投资的竞争在显著加强,许多民族国家都在推行对外国投资者非常有利的经济政策,例如通过提供普遍贸易优惠、优质地产、培训国内劳动力等政策形成具有吸引力的一揽子政策,以吸引外国投资者。

- 区域发展政策:在许多国家,国家政府积极推行区域发展政策来平衡不同地区之间固有的不均衡性(可见第三章)。这些政策包括为欠发达地区提供直接补助和财政优惠、中央政策干预(例如,为特定地区培训劳动力和提供优惠的产业政策)等。

在不同经济体中,这些战略性经济政策经常产生非常不同的结果。例如,美国以推崇自由贸易而著称,但对来自其他国家的进口商品却并不总是采用自由贸易这一原则。在2003年和2005年,美国对来自欧洲、日本和许多发展中国家的钢铁进口,以及对来自中国的纺织品和服装进口实施了严厉的关税制度。美国辩称,这些严厉的关税政策是基于这些部门的“战略”重要性和出口国的不公平“廉价倾销”。相比之下,与美国把重点放在进口管制不同,亚洲新兴经济体(NIEs)明确实施出口促进战略。例如,韩国政府为现代公司和三星公司、(中国)台湾地区为宏基公司和大同公司等提供了大量的出口补贴和税收优惠。20世纪90年代以来,台湾地区(韩国程度次之)一直非常积极地发展IT相关产业。现在的台湾地区已经成为众所周知的“东方硅谷”,并且通过政府的直接政策干预,台湾地区有大量的IT公司目前已跻身世界IT相关产品的最大制造商。

198

公共企业的所有者

除了少数例外,世界各地的民族国家都直接参与拥有和管理经济活动。在许多方面,这种国家职能违背了传统的经济思想,因为商业企业的所有权和管理被视为应交给私人资本家负责的领域。而通过国家干预,政府变成了“看得见的手”,通过直接拥有和管理企业和产业来进行经济活动。这也挑战了全球化完全由私营企业所驱动这一理念,因为一些国有企业也正在积极地寻求全球化。然而,不同国家的政府参与商业活动的方式和程度是不同的,分别采取国有企业(SOEs)、政府关联企业(GLCs)等各种形式。

国有企业指的是由政府直接拥有和管理的公共企业。本章开篇提到的中海油就是一个典型例子。中国政府不仅拥有中海油的绝对股份,而且直接任命其高层管理人员。国有企业通常存在于世界各地的发展中国家。由于这些国家的市场机制尚未健全,因此政府通过直接控制商业企业的所有权和管理以达到立竿见影的发展目标。根据联合国贸发会议(UNCTAD)的有关资料,2003年,发展中国家前50强跨国公司中有超过10个是国有企业。这些国有企业在各种发展中经济体中都存在,如巴西(例如巴西国家石油公司)、中国(例如中国远洋运输

集团)、马来西亚(例如国家石油公司)和墨西哥(例如西麦克斯水泥集团)等。

政府关联企业指的是国家直接或间接持有股份,但企业管理交由职业经理人的商业企业。与国有企业相比,政府关联企业中的国家干预不是特别明显。在这些企业中,国家可以拥有一部分股份,但企业主要是以商业利益为导向的。政府关联企业常见于发展中经济体的大型跨国公司,如新加坡(新加坡电信)、(中国)台湾(台湾积体电路制造公司)、(中国)香港(中华资源有限企业)和马来西亚(马联工业集团)等。在发达的工业化经济体中,一些国家在这类企业中继续拥有绝对股份。例如,在法国和意大利,国家政府在汽车制造行业业拥有很大的所有权,如法国的雷诺公司和意大利的菲亚特公司。

199 公共产品和服务的提供者

民族国家也是大量公共产品的直接提供者——例如交通运输、教育、卫生、基础设施和公共住房等——这些产品和服务对单个私营企业而言,要么经营风险过高、要么无利可图、要么事关国计民生。在世界各地,各国政府至少在一定程度上替市场和私人企业承担了提供公共产品和服务的义务,这使得很多国家政府成为本国的最大雇主:

- 交通运输服务:国家参与提供的交通运输服务涵盖各种地域范畴:从农村到城市,到城际,再到国际之间。例如,德国联邦政府继续拥有并经营德国联邦铁路公司这一世界上最成功之一的铁路系统。绝大多数发展中国家和一些发达国家拥有并经营着本国的国家航空公司(如新加坡航空公司)。这种公共交通由国家经营的形式与英国的实践形成对比:英国的航空公司在1987年实现了私有化,之后,英国铁路公司在1993年实现了私有化。

- 卫生和教育服务:民族国家通常大力为本国公民提供卫生和教育服务。例如,在高等教育方面,当今世界各地的大多数大学继续依靠来自国家政府的资金。在一些国家,除了公共教育和卫生服务之外,有支付能力的群体还可以从私营部门获得有关服务。例如在美国,由私营部门的捐款和赠款成立的私立大学系统蓬勃发展,并且造就了一系列世界一流的大学如哈佛、耶鲁和芝加哥大学。国家政府在提供科研基础设施和基金方面也很重要。

- 基础设施服务:国家往往担负着提供基础设施和设备(例如公路、高速路、机场、港口、电网和通讯网络等)的责任。在发展中国家,国家政府提供的良好的公共基础设施通常在吸引外来投资方面十分重要。一些政府提供大型公共住房项目,以改善其公民的生活水平并且(或者)保持其劳动力的成本竞争优势。这种公共住房项目的实施在香港和新加坡尤为突出。在这两个亚洲城市中,政府将成功的公共住房项目与出口导向型的产业政策结合在一起。

总之,民族国家的多重功能不仅证明了其在经济管理和管治方面的重要性,而且也体现了政府与经济之间的多样性关系。由于这些政治经济关系是在不同的历史和地理背景中建立和发展的,当今全球经济中政府和经济之间的关系也是非常多样的。下一节我们将进一步讨论

国家类型的多样性。

7.4 当今国家的类型

200

上一节概述了现代民族国家的较为普遍的核心经济职能，但更重要的是，我们要认识到全球经济中的国家形态是多种多样的。在指出民族国家体制多样性和地域多样性的同时，我们也在挑战超全球化论者所宣扬的“民族国家的终结”这一观点。正因为全球经济的不均衡性，这一认识更显其重要性(第三章)。每一个民族国家都是由不同的历史和地理环境所造就的，因此，每个国家都各有特色，而不是性质相似的国家群。正如图 7.3 和图 7.4 所示，当今世界上两个最强大的国家——美国和中国，诞生于截然不同的历史地理环境。1776 年 7 月 4 日，一群政治家在费城独立纪念馆举行会议，通过了托马斯·杰斐逊的独立宣言，从此美国摆脱了大英帝国的统治而取得了民主独立的国家地位。1949 年 10 月 1 日，新中国在北京宣布成立，建立起一种与美国截然不同的共产主义政治制度。



图 7.3 美国费城的独立纪念馆

资料来源：本书作者。

不同类型和形式的国家政府与公司、市场和国际组织形成了多样而广泛的权利关系。毫无疑问，一些国家通过严格的经济管制控制着国内经济，而另一些国家将经济治理职能分派给了私营企业、市场和国际机构。换句话说，具体的国家类型对于政府控制经济的能力、抵御或



图 7.4 中国北京天安门

资料来源:本书作者。

201

塑造全球化进程的能力是至关重要的。在本节中,我们主要讨论基于不同的政治—经济管治结构和权利关系的 6 种民族国家形式:

- 北美、西欧和澳大利亚的新自由主义国家;
- 北欧和欧洲的福利型国家;
- 亚洲和南美的发展型国家;
- 东欧、前苏联、中国和东南亚(如越南、柬埔寨和老挝)等转型国家;
- 非洲、中美洲/南美洲和中东的弱小和附属型国家;
- 失败的国家,如索马里、刚果、阿富汗、伊拉克和波黑。

在表 7.1 中,我们总结了这 6 种不同类型国家的主要特点。其中一些国家为获取独立的国家主权而经历了内部争斗和内战的创伤。而其他的地区或国家面临与其他民族国家的主权争端。为简单起见,我们用一宽泛的术语“国家”(代替“民族国家”)来描述这些政治实体。为区分这些国家的类型,我们采用两大标准:

- 政治管理制度:包括新自由主义国家的自由民主制、福利型国家的社会民主制、发展型国家的专制政治控制、弱小和失败国家的彻底专制制度等;
- 经济机构组织形式:这些国家中的公司、产业、政府和非政府机构是如何相互联系的。

国家形态的巨大差异映射出这些国家在全球化进程方面的高度不均衡性和差异性。这些

国家的全球化进程没有唯一的定论。相反地,全球化进程的多样性伴随着国家类型的多样性而存在。

表 7.1 全球经济中的国家类型

202

国家类型	例子	主要特点	政治管治系统	经济机构的组织
新自由主义国家	北美(如加拿大、美国)、西欧(如英国)和澳大利亚	依赖于市场经济	多政党的自由民主体制	强大的资本市场和金融驱动型投资体制
福利型国家	北欧国家(如瑞典、芬兰和挪威)和一些欧洲国家(如德国和法国)	慷慨的国家福利与市场经济共存	多政党的社会民主体制	以银行为中心的金融体系,资本、劳动力、政府之间存在高度依存关系
发展型国家(或地区)	日本和新兴工业化经济体(如巴西、墨西哥、新加坡、中国台湾和韩国)	与企业利益和选民相对独立的资本主义政府	由一个大政党主导的温和专制主义	政府通过产业政策和战略投资直接参与经济活动
转型国家	东欧国家、苏联、中国、东南亚(如越南、柬埔寨和老挝)	正向市场化转型	由单一政党所领导的强有力的集权主义	国有企业和市场经济混合共存
弱小和附属型国家	非洲、中美洲/南美洲和中东国家	国家政府受寡头集团、外国企业或者国际机构的制约	政治制度不稳定,经常出现独裁统治	投资和生产市场未开发或欠发达
失败的国家	索马里、刚果、阿富汗、伊拉克、东帝汶和波黑	国际机构代表东道国行使国家职责	政治制度已瓦解或处于形成初期	缺乏明确界定的市场体系

新自由主义国家

203

在新自由主义国家中,政府机构与私营公司和各种产业保持一定的距离。在这些经济体中,政府的主要职能是通过立法建立市场规则,并且通过政府机构的管制能力强制执行这些规则。例如在美国,竞争性的市场规则和反托拉斯或反垄断的市场规则形成了一种独特的市场投资制度。在这种投资制度中,美国公司往往依赖资本市场来满足资本需求,而市场通过考察公司实现股东价值最大化的能力来衡量公司的绩效。因此,短期投资者在企业决策中发挥了

巨大影响。在第十一章中,我们将详细考察公司治理和国家企业体系的这一特点,但是需要在这里指出的是,这种特殊的投资体制导致了美国劳动力市场的特点,这些特点将在第九章详细描述(如劳动力的灵活性和开放的市场招聘)。例如,在新西兰,随着大规模的私有化方案的实施,劳动力市场出现了结构性重组——这种变化已经成为新自由主义的标志(专栏 7.1)。整体而言,这些新自由主义国家的经济体制是以发达的金融市场和灵活的劳动力市场为基础的。民族国家通过复杂的监管机构和立法体系而成为这一经济系统的监督管理者。

204

专栏 7.1 新自由主义:这一概念的含义是什么?

新自由主义是一套自由市场的政治经济规则。在世界许多地区,新自由主义已成为 21 世纪意识形态的“常识”(Tickell and Peck, 2003)。它最初出现在 20 世纪 70 年代,以放任自流的经济政策为旗号,旨在抵制保护主义和过度政府干预。到 20 世纪 80 年代,它已经变成了一系列的国家项目和重组方案。在发达国家如美国、英国和新西兰,新自由主义是政府驱动私有化和放松管制进程的指导思想。新自由主义也被称为“华盛顿共识”——这是一个创造于 1990 年的术语,用以表述在南美洲采用的一套政策方案。新自由主义在世界范围内迅速传播。在发展中国家,它成为了由国际货币基金组织和世界银行所倡导的、名声不佳的“结构调整方案”的同义词(专栏 7.3)。

最近,在 20 世纪 90 年代之后,新自由主义已发展成为最强大的经济政策工具,用于处理世界各地的各种政治经济问题。尽管其具体表现形式和实施方式不一,但一般而言,新自由主义主要包括以下政策主张:

- 贸易自由化;
- 金融市场自由化;
- 生产私有化;
- 放松管制;
- 外国资本流动自由化和消除对外投资障碍;
- 确保财产权;
- 统一的、有竞争力的汇率;
- 减少公共开支(财政自律):福利削减和财政紧缩;
- 通过私有化进行国家机构重组:在卫生、教育和基础设施方面调整公共财政支出;
- 税制改革,以扩大税基,降低边际税率,减少累进税;
- 缩减“社会保障网”——对需要者实行有针对性和有选择性的财政开支;
- 灵活的劳动力市场。

福利型国家

在福利型国家中，工会和国家机构在公司管治和企业行为方面发挥着更为直接的作用。私营企业不一定对劳动力的管理有完全的自由裁量权，更不用说控制国家经济。相反，严格的劳工法和有关福利规定对私营公司的投资行为有很大影响。在福利型国家，资本市场对国家经济的驱动作用相对弱于新自由主义国家。例如，法国和德国的经济主要由本国国家银行支持，而大多数银行由国家控制；它们通过资本市场（如国家股票交易所）募集资金的活动比新自由主义国家要少。因此，在大型的德国公司和法国公司中，银行拥有大量的股权和管理影响力。通过完善和规范的银行系统，福利型国家能够直接控制国家经济。此外，通过国家税收手段，福利型国家还可以进一步调控经济，为公民提供一系列非常广泛的国家福利服务，包括失业福利、医疗待遇、退休金、教育，等等。

发展型国家

在发展型国家中，国家政府可以相对自主而不受社会商界和民众的影响。这一自主权——通常是通过专制的政治控制获取的——对于政府推行有利于经济发展的干预政策是必要的。绝大多数发展型国家在摆脱殖民统治获得独立后，迫切需要通过新兴国家建设而实现蓬勃发展。为达到经济发展目标，这些国家通过发展“精英式”经济机构和战略性产业策略来实施经济控制（例如日本的前通产省、韩国的经济计划委员会）。这些机构与私有部门进行密切而广泛的磋商和协调，这种磋商成为了政策形成和执行过程中的一个重要部分。通过这些精英机构，国家选择扶植“正确的”产业、培育“最好的”企业，进而产生一系列的“全国最大的企业”，这些企业中的一部分直接由国家机构所有和管理。发展型国家也积极参与管理国内的资本市场和劳动力市场，以加强战略性产业政策的作用。在资本市场方面，绝大多数发展型国家的财政部提供出口补贴，为本国最大企业提供慷慨的资金支持，在国家银行中有直接的股权投资，并为出口导向的产业项目提供财政支持（专栏 7.2）。在劳动力市场方面，发展型国家或地区经常积极参与协调工人的利益和权利。例如在中国台湾和香港，通过限制工会的严格法律来限制劳工的抗议活动和罢工。

专栏 7.2 工业化战略：进口替代与出口导向

对于发展中国家而言，主要有两种战略在一段时间内实现工业化：(1)进口替代战略；(2)出口导向战略。现实中，绝大多数发展中国家在不同的历史时期采取了两种战略的混合道路。这些国家的政策选择在很大程度上取决于其国内的政治条件和国际经济的大环境（如地缘政治、全球贸易制度、技术变革和制造业活动中的跨境投资）。进口替代工业化战略

经常被民族国家在其后殖民地时期采用,这一时期民族主义情绪表现尤为强烈。例如,在东亚和南美的许多经济体中,这一战略得以不同程度地成功推行。在进口替代战略下,经济发展的重点放在了本国国民经济方面,具有以下特点:

- 采取保护主义贸易政策以减少进口;
- 高汇率和严格的外汇管制;
- 大型出口导向型企业的国有化,尤其是在自然资源领域;
- 价格管制以抑制国内通货膨胀;
- 高度管制的劳动力市场;
- 具有严重依赖贸易税收和高避税特征的财政政策;
- 公共开支侧重补贴国有企业和国内导向的私营企业;
- 政府支出高度集中在城市地区。

另一方面,大多数评论家认为出口导向的工业化战略效果非常好,尤其在东亚的新型工业化经济体(如香港地区、台湾地区、新加坡和韩国)和南美(如巴西和墨西哥)。一般来说,出口型工业化战略包括以下特点:

- 强有力的贸易政策,重点放在初级产品和制成品;
- 货币贬值以增加出口竞争力;
- 明确国家奖励措施,以促进大型出口导向型企业发展;
- 管制工会活动,以减少劳动力的反抗并保证稳定廉价的劳动力供应;
- 对具有强劲出口倾向的新兴产业实施扶持政策;
- 公共支出重点放在补贴国有企业和出口导向型的私营企业。

转型国家

一般来说,转型国家之所以被称为“转型”,是因为它们正在从之前的完全由中央计划经济控制的集权国家,向计划经济和市场经济的混合体制转变。其政治制度通常既不是完全民主,也不是完全独裁。然而,绝大多数转型国家在向市场经济转型的过程中,前政权的主要政党仍然保留着重要的政治影响力。国家经济往往由国有企业(SOEs)和民营企业(国内的和国外的)共同主导。在不同的转型国家,这种混合的确切比例也不同。但可以确定的是,民族国家通过持有国有企业股权,以及覆盖私营企业和产业的密集国家管制网络,继续在很大程度上对国内经济实行调控和管制。绝大多数转型国家位于中欧和东欧。20世纪80年代末和90年代初,民主化浪潮席卷了中欧和东欧,使这一地区的经济改革和政治改革携手并进,从而促进了苏联的解体及大量转型国家(如匈牙利、捷克共和国和波兰)的出现。在亚洲,中国自1978

年底以来对世界开放经济,标志着转型国家的又一重要发展。与前苏联国家不同,中国的经济改革没有伴随着显著的政治改革,中国共产党仍然是中国唯一合法的执政党,它推进了一种混合模式的经济的发展,以强有力的共产党控制为特点,并扩展了被称为“红色资本主义”的市场自由度(Lin,1997)。在这种体制中,许多国有企业由共产党和企业经理人共同管理。

弱小国家和附属型国家

国家政府对国内经济的控制作用在弱小国家和附属型国家中更加明显,这些国家遍及非洲、南美洲、加勒比地区和中东地区。弱小国家指的是在很大程度上屈从于寡头集团和企业利益的国家——与发展型国家政府的相对自主权相区别。同时,附属型国家是指一国政府依赖于国际力量——包括国际金融机构(如世界银行和国际货币基金组织)或者其他强大的国家(如美国),以至于自主行动权限很小。由于绝大多数此类国家的经济发展严重依赖自然资源,因此国家对战略资源进行控制,以防止过度开采和环境退化。绝大多数附属型国家很容易受到全球商品价格周期性波动的影响。对初级产品出口的依赖性明显表现在大多数非洲(如肯尼亚和埃塞俄比亚的咖啡)、南美洲(如委内瑞拉和厄瓜多尔的石油)、加勒比地区(如圣卢西亚的香蕉)和中东(如阿拉伯联合酋长国的石油)国家。

208

在努力实现工业化的进程中,许多弱小国家和附属型国家实施进口替代政策,通常通过从外国银行贷款来融资。一旦这些债务负担与出口不足和由此产生的外汇储备匮乏、商品价格下跌等因素结合在一起,就使得经济很容易受到金融危机的影响,例如 20 世纪 90 年代初期至中期(如智利和墨西哥)和 2002—2003 年(如阿根廷)影响南美洲的金融危机。为帮助这些南美国家摆脱债务危机,国际组织如世界银行和国际货币基金组织介入其中。国际基金组织的一揽子救助计划通常被称为结构性调整计划(专栏 7.3)。在这些计划的严格约束条件下,这些国家实际上失去了对国内经济的控制力,而是依赖于国际组织的政策建议。对弱小国家而言,随着国家政府完全受制于外部机构的金融管理计划,它们逐步沦为了附属型国家。

专栏 7.3 20 世纪 80 年代末南美洲的结构性调整计划

在 20 世纪 80 年代债务危机袭击南美洲之前,国际金融机构如国际货币基金组织和世界银行所扮演的角色绝大多数是临时性的和针对具体项目的,旨在缓解短期资金流动问题,或为具体基础设施和公共工程项目提供资金。然而,随着债务危机的爆发,许多南美国家出现了资本流入急剧下降、债务偿还成本上升、本国货币大规模贬值和快速通货膨胀(称为恶性通货膨胀)的问题。因此,国际货币基金组织和世界银行开始把重点明确放在南美经济体的结构性改革上。与之前的参与相比,这些改革相关条件的限制性显著增强了。特别是结构

209

调整计划(Structural Adjustment Program, SAP)一词被用来描述国际货币基金组织和(作用相对较小的)世界银行对南美经济体所强加的一系列条件。根据结构调整计划,国际金融机构将向南美国家(如阿根廷、玻利维亚、巴西、智利和秘鲁等)提供财政和发展援助,前提是这些国家采纳和实施以市场为导向的新型发展战略,这些战略放弃了以前的进口替代的经济发展模式(专栏 7.2)。这些新型战略包括私有化,贸易自由化,价格、劳动力和金融市场放松管制,行政体制改革等内容。如专栏 7.1 所述,结构调整计划是一种走向新自由主义的更广泛的政治经济运动中的一部分。虽然这些结构调整计划的实施一定程度上反映了国际机构不断增长的力量和金融危机的严重性,但同时也依赖于国内政治联盟的支持。然而,到 21 世纪初,阿根廷、玻利维亚、巴西和秘鲁的新民主主义领导人寻求更加具有民族主义色彩的经济政策,“撤销”20 世纪 80 年代后期以来实施的结构调整计划,重新明确了民族国家政府在这些过程中的重要性。

失败的国家

在失败的国家中,国际机构代表东道国行使国家职能。在沦为失败的国家之前,这些国家的经济机构通常被纳入国家的政治组织。由于这类国家绝大多数受制于不同形式的独裁,所以财产权的保护力度很薄弱,即使存在市场规则,这些规则也往往被忽略。因此,经济组织的形式实际上类似于中央计划体制而不是市场经济体制。随着这些国家的政治系统由于内部因素(如内战或军事政变)或外部因素(如国际外交或军事压力)而瓦解,国际机构(如联合国)迫于压力而介入,并接管之前的各种国家职能。按照这种方式,美国入侵后的伊拉克和阿富汗可以被称为失败的国家。

210 从对不同国家中不同经济组织制度的简短调查中(如表 7.1),我们可以看到各国国家机构与市场机制之间高度差异化的权力关系。在新自由主义国家,经济制度反映了市场的中心地位,从而使私人公司和企业具有高度的灵活性和自主性。尽管存在市场驱动型的经济体,全球经济中仍然存在其他类型的经济制度,以国家为中心,实行国有企业、政府支持企业和国家主导产业政策的组织形式。有关“民族国家对国内经济事务的控制已经终结”的说法,只是对国家政府及其经济管理方法的地域多样性的严重简化和粗略概括。我们所划分的国家类型还表明,在塑造和抵御全球化进程的方面,不同类型国家政府的制度能力差异很大。不同国家所采用的政治意识形态不同,导致了政府与经济的不同关系,从新自由主义的自由市场体系到政府控制的计划经济体系,各有不同。

7.5 国家的重构

通过之前的两节,我们了解了民族国家的职能和组织形式,但这并不意味着全球经济中的国家是静态的功能体,相反,应该将国家视为充满活力和变化的实体。在本节中,我们将考察国家在全球化过程中是如何被改造和重组的。首先,我们分析各民族国家在国际和亚国家尺度上管理结构的变化——这一经济地理过程被称为“尺度调整”。第二,我们考察以公私合作关系和私营主体为主导的非政府的经济管治形式的崛起,这一转变通常被称为从“管理”(government)到“治理”(governance)。接下来,我们将侧重关注国家制度变化的过程和动态,这些形式不同、具有特定地理背景的变化使民族国家继续有能力控制本国经济。我们并不试图深入探究某一特定国家的重构细节,而是提供了一系列对比鲜明的案例。

经济治理的尺度调整

正如第一章所指出的,全球的经济空间可以被划分为不同的地理尺度,包括全球、国际和大区域尺度,也包括国家、区域和地方尺度。民族国家不仅在国际尺度上,同时也在亚国家尺度上积极地改造着经济治理的制度结构。在尺度调整的过程中,民族国家将国民经济事务的部分管理权委派给了更高地理尺度(国际的和大区域的)或更低地理尺度(亚国家的、区域的和市级的)的权力机构。

从历史上看,民族国家是在国家尺度上执行其管制职能的。换句话说,国家政府的政策和规则适用于全国各地,不管各地的条件如何。全球化趋势和不断变化的国际关系正对这种以国家为核心的经济管治模式日益提出挑战。特别是随着国际机构和大区域组织的崛起,国际合作和国家间经济政策协调的重要性进一步凸显。经济治理权从国家尺度转移到更高地理尺度的权力机构可被视为一种“尺度上升”的过程(Swyngedouw, 2000)。国际组织和大区域组织主要在两个空间尺度上存在:

1. 国际组织:如世界贸易组织(WTO)、国际货币基金组织、世界银行、经济合作与发展组织(OECD)和联合国。
2. 大区域集团:如欧洲联盟(EU)、亚太经合组织(APEC)、北美自由贸易协定(NAFTA)、东南亚国家联盟(ASEAN)、非洲发展新伙伴计划(NEPAD)、南亚区域合作组织(SAARC)、加勒比共同体(CARICOM),以及南美的南方共同市场(MERCOSOR)。

在这些国际组织中,联合国的历史最长、覆盖的范围和任务最为广泛。然而,联合国影响全球尺度的经济管治的方式和资源很有限。在这方面,国际货币基金组织、世界银行和世贸组织的力量更为强大,我们可以看一下它们分别对全球金融系统、发展援助和贸易的影响。国际

货币基金组织成立于1944年,现在已有184个成员国。它是国际货币体系的核心机构,负责维护和促进全球货币系统的稳定和效率。当某个国家出现巨额财政赤字时,往往会向国际货币基金组织寻求帮助,截至2005年8月,它已为82个国家提供了高达710亿美元的信贷贷款额度(<http://www.imf.org>,访问于2006年3月24日)。然而,如专栏7.3所示,国际货币基金组织不仅向这些国家发放贷款以帮助其摆脱现金流危机(如缺乏足够的外币),而且试图对这些经济体的重构设定条件。因此,许多接受国际货币基金组织援助的国家不得不大幅度降低国家预算、放松对国内经济的控制,以符合国际货币基金组织的新自由主义政策标准。

世界银行成立于1944年,有184个成员国,为100多个发展中国家提供持续的发展援助——不仅包括资金援助,还有知识援助。世行援助覆盖的内容广泛,包括基础医疗和教育经费、社会发展和减少贫困、公共服务、环境保护、私营企业发展和宏观经济改革等。2005年,世界银行提供的发展援助约达223亿美元,其中拉丁美洲和加勒比地区、南亚地区是最大的受援地区,分别占总援助的24%和22%(<http://www.worldbank.org>,访问于2006年3月24日)。正如7.4节所描述的,一些国家受益于世界银行的援助,已经踏上了成功发展的良性循环道路(如战后德国、日本和亚洲新兴工业化经济体)。然而,一些弱小和附属型国家(如智利和秘鲁)从世界银行的经济计划和发展援助中获益较少。由于世界银行(和国际货币基金组织)的发展干预在各地产生了不平衡的效果,使得一些发展中经济体产生了不满,认为是世界银行和国际货币基金组织导致了当今全球经济中的发展差距。

专栏 7.4 大区域经济集团的兴起

区域经济集团是全球经济系统治理体系的一个重要组成部分。这种集团的形成最初来自于减少贸易壁垒并提高区域内贸易水平的愿望。按照迪肯(Dicken, 2003)的思路,我们可以划分出四种主要的集团类型。这四种类型自上而下排列,经济政治一体化的水平随之增强:

1. 自由贸易区:移除了成员国之间的贸易障碍,但是各国仍保留与非成员国之间单独的贸易协议。例如建立于1994年的加拿大、美国和墨西哥之间的北美自由贸易协定(NAFTA);

2. 关税同盟:成员国之间有一套自由贸易协定,并且对非成员国有一套共同的贸易政策。例如建立于1991年的阿根廷、巴西、巴拉圭和乌拉圭之间的南方共同市场关税同盟(委内瑞拉已经加入);

3. 共同市场:具备关税同盟的特点,但除此之外,允许生产要素在成员国之间自由移动(如资本和劳动力)。例如建立于1973年的加勒比共同体;

4. 经济联盟:经济政策的一体化和超国家控制,但只有欧盟是唯一接近此种形式的,其例证是2002年欧元成为了部分成员国的唯一货币。

另外还有三点需要说明,第一,从分类上,绝大多数组织或集团属于前两种类型(如自由贸易区和关税联盟)。第二,随着时间的推移,经济集团沿着上述列表中自上而下的顺序发展。欧盟就是这样逐步发展演变而来的。第三,要认识到,所有这些区域经济组织形式都是由其成员国发起,且其合法性是由成员国赋予的。

作为建于1947年的关贸总协定(GATT)的继承者,世界贸易组织成立于1995年。世贸组织是一个由成员国经磋商形成的、以多边规则为基础的系统,负责对全球贸易进行管理和规范。世贸组织大约有150个成员国,占全球贸易量的97%(http://www.wto.org,访问于2006年3月24)。除了监督贸易协定的执行和提供磋商平台之外,世贸组织还处理贸易争端、监督各国贸易政策、为发展中国家提供技术援助和培训。世贸组织的批评者认为,世贸组织的发展壮大及其全球贸易规则的执行,实际上加强了全球尺度的不平衡发展。一方面,世贸组织的规则使发展中国家很难实施保护主义的贸易政策;但另一方面,一些最富有的国家无视世贸组织的规则,继续保护具有政治敏感性的经济部门,如钢铁、服装和农业等(在美国和欧盟都有体现)。由于不同国家从自由贸易中获益不同,世贸组织所支持的贸易自由化并不一定减少贸易自由化的不均衡影响。多哈回合谈判自2001年启动以来,进展非常缓慢,其中农业关税是一个主要矛盾,反映了这方面的紧张关系。

另一方面,大区域集团主要是随着某一区域一系列国家的经济一体化,以及一定程度的政治一体化而出现的。如专栏7.4和表7.2所示,这些集团表现为不同的形式和规模。例如,欧盟是区域经济一体化的最经典的例子。始于1957年的欧洲共同市场,现在已经演化为包括25个欧洲国家的高度区域一体化的集团(图7.5)。而成立于1994年的北美自由贸易区,将加拿大、墨西哥和美国组合成一个自由贸易的区域。形成这些集团的根本动力,是通过加强区域内的贸易和投资以实现广泛的经济利益。然而,随着民族国家越来越多地参与到区域组织中来,一些国家认为这使它们不得不放弃国内经济的部分控制权——为了保证欧元货币体系的完整性,一些欧盟成员国不得不调整国内预算开支以避免发生赤字。在此类区域组织内部,某些类型的经济活动可能在空间上重新布局,从而使某些成员国经历痛苦的调整期(如制造业活动从西欧转移到中东欧,从美国转移到墨西哥)。

同时,尺度调整的过程在民族国家内部也在进行,体现为经济治理权向较低层级的区域转移。这种尺度下降的进程在新自由主义的核心国家——英国和美国尤其显著(Jones et al., 2005)。在英国,培训和企业委员会(这是从1988年到2001年的名称,现在称为地方学习和技能委员会)和区域发展局(始于1998年)等机构在投资激励、人力资源开发和产业振兴等方面管理职能的提升,已经削弱了国家政府控制国内经济的职能。在英国,这种为地方政府赋权的经济治理权被重组且尺度下降,已经成为持续推行新自由主义计划的不可分割的部分,该计

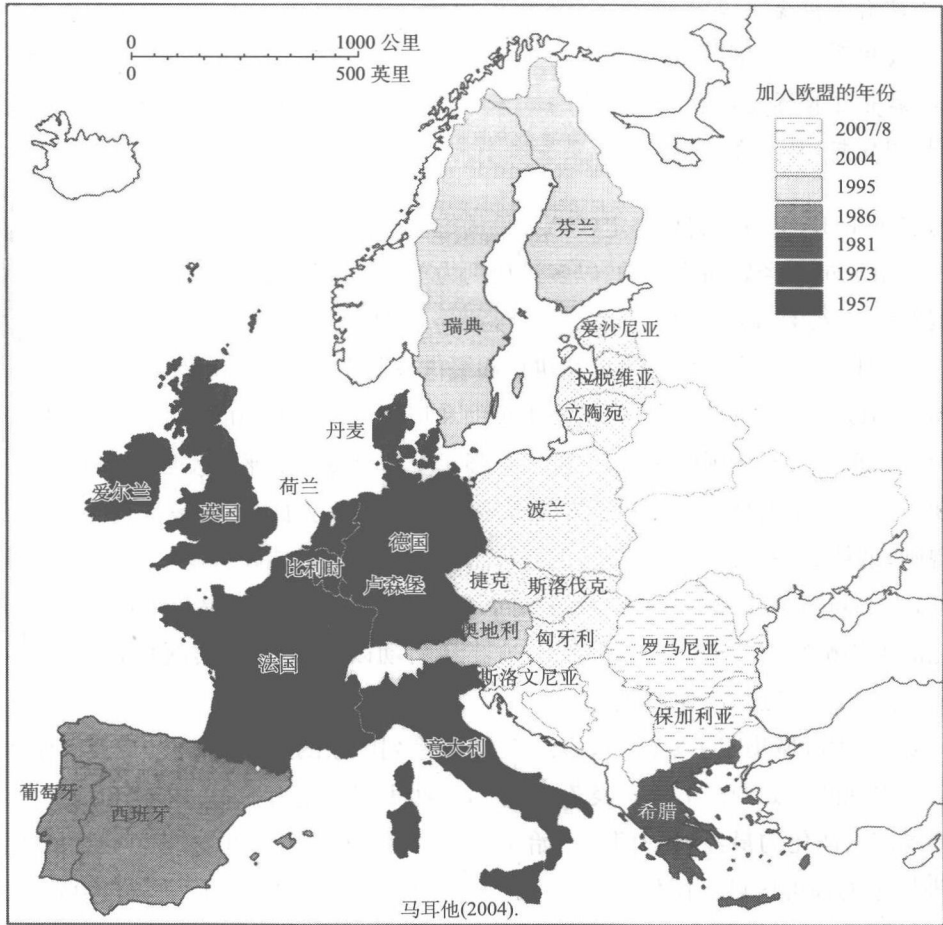


图 7.5 自 1957 年以来欧洲联盟的扩张

215

划是由撒切尔夫人于 20 世纪 80 年代发起的。随着时间的推移,地方和区域政府逐步获得了经济决策和投资措施的自主权。在一些极端的例子里(如威尔士发展局和英格兰东北经济发展署),地方发展机构可以动用大笔公共资金去争取外国投资者(如韩国 LG 和德国西门子公司)。

在美国和德国,联邦制度有授予各个州政府充分的自主权以处理其州内经济事务的传统。然而,自 20 世纪 90 年代以来,美国一些州的政府在促进其主要城市成为经济“增长极”方面出现了新的兴趣。这一现象被广泛地称之为城市创业精神,体现为大都市政府和市长在经济政策举措方面更具“创业精神”,尤其是那些旨在促进外来投资的政策措施。这种做法导致了城市之间激烈的贸易和投资竞争。这种竞争在整个西欧也成为了普遍现象。

虽然经济治理权下放和尺度下降的例子在美国和英国很典型,但是这种过程并不仅限于新自由主义的民族国家,在其他政治理念不同的国家也有反映。自1978年末中国对国际经济活动开放以来,出现了经济决策的显著分权化过程,即权力从中央政府分散到地方及省级政府。随着权力下放过程的推进,中国的经济活动急剧增长,特别是在沿海省份。这些地区(如广东和长江下游)的地方和区域政府在吸引外资方面采取了非常积极主动的措施。

表 7.2 全球经济中主要的区域经济集团

214

区域集团	成员	日期	类型
欧盟	奥地利、比利时、塞浦路斯、捷克共和国、丹麦、爱沙尼亚、法国、芬兰、德国、希腊、匈牙利、爱尔兰、意大利、拉脱维亚、立陶宛、卢森堡、马耳他、荷兰、波兰、葡萄牙、斯洛伐克、斯洛文尼亚、西班牙、瑞典和英国	1957年(欧洲共同市场) 1992年(欧盟)	经济联盟
北美自由贸易协定	加拿大、墨西哥、美国	1994年	自由贸易区
欧洲自由贸易协会	冰岛、挪威、列支敦士登、瑞士	1960年	自由贸易区
南方共同市场	阿根廷、巴西、巴拉圭、乌拉圭、委内瑞拉	1991年	关税同盟
安第斯共同市场	玻利维亚、哥伦比亚、厄瓜多尔、秘鲁、委内瑞拉	1969年(于1990年恢复)	关税同盟
加勒比共同体	安提瓜和巴布达、巴哈马、巴巴多斯、伯利兹、多米尼克、格林纳达、圭亚那、海地、牙买加、蒙特塞拉特、圣基斯和尼维斯、圣卢西亚、圣文森特和格林纳丁斯、苏里南、特立尼达和多巴哥	1973年	共同市场
东盟自由贸易协定	文莱达鲁萨兰国、柬埔寨、印度尼西亚、老挝、马来西亚、缅甸、菲律宾、新加坡、泰国、越南	1967年(东盟); 1992年(东盟自由贸易协定); 2005年(东盟+3,即中国、日本和韩国)	自由贸易区

资料来源:改编自 Dicken(2003), Table 5.3。经 Sage 出版社许可转载。

国家的空心化

216

国家政府除了将经济管理权转移到其他不同地域尺度的正式机构之外,还经历着另一进程,那就是空心化。在这一过程中,政府职能被公私合作和私营形式的治理所取代。这一过程

体现为国家权力转移到非选举产生的准自治非政府组织乃至私营实体,并明显与前文所述的尺度调整交织在一起。随着国家经济私有化程度的提高,国家经济的管理不再仅仅是国家政府的责任,也成为了私营部门的协同责任。

举一个例子,国有企业的私有化指的不仅仅是所有权从公共部门转移到私营部门,还意味着经济管理和治理权从公共部门转移到私营者手中。在世界各地的发展中国家(如印度、巴西和泰国),随着国家政府逐步放弃各类工业企业的所有权,这些行业的私营治理迅速发展起来。例如在电信行业,国有电信公司的私有化产生了新的服务标准和定价策略,其治理是通过市场竞争而不是国家指令来实现的。外国企业进入这些新近私有化的行业中,进一步加强了市场主体对具体国家的私有化行业的塑造力量。换句话说,在许多发展中国家,大型私营电信企业对电信行业的管理和管治并不亚于国家电信部门的影响力。

217 在法律制度领域,随着国家法律系统与私营部门的交叉越来越密切,我们也正在目睹国家政府在这方面的空心化。这一现象可能在全球金融界中最为显著。以前,企业财务的监管和治理掌握在政府和政府指定的机构手中——通常是中央银行或财政部。然而如今,私营协调机构和评估机构的重要性在全球金融时代日益突显,这些机构包括信贷评级机构(如穆迪和标准普尔)、机构投资者(如高盛和 JP 摩根)、养老基金(如加州公共雇员退休制度和大学退休金计划)、会计师事务所(如普华永道会计师事务所)等。国家政府确保国内金融市场秩序和透明度的部分职责由这些私营机构所接管。不夸张地说,发达国家和发展中国家的许多大型公司更担心标准普尔的评级和高盛所做的买入/卖出建议,而不是母国政府的评价。这些企业为拓展国内和全球业务不断寻求低成本的融资方式,而较高的信用评级和高盛所做的“买入”建议可以大大提高这些企业的股票价格。

在这方面,主导的商业媒体对商业管治具有显著影响力。在商业界,《福布斯》、《财富》和《商业周刊》等商业杂志,以及《华尔街日报》和《金融时报》等商业报纸,经常发挥着事实上的监督作用。这些杂志和报纸所报道的企业丑闻可能对公司有破坏性影响。实际上,往往是在媒体披露之后,政府机构才开始调查私营企业的不当行为(如在 2001 年美国最大的破产案——安然公司的破产中媒体所发挥的作用)。另外一个例子,有人认为《金融时报》和伦敦市其他金融媒体与 1997 年和 1998 年席卷亚洲的金融危机有牵连,因为它们发表了悲观的企业评论(Clark and Wojcik, 2001)。《金融时报》对该危机的负面评述可能导致了亚洲股票市场的持续下跌——因为机构投资者在负面报道的影响下争相卖掉手中持有的大量亚洲大型企业股份和股票。

除了这些私营机构,许多准私营机构在国际范围内对具体经济活动进行规范。这些国际机构包括行业协会、“监视者”、环保机构、私人基金会等各种组织。这些机构的共同点是,它们越来越多地行使了一些原来由国家政府行使的管理和协调职能。第四章提供了在管理商品的

生产和消费方面的一些国际机构的例子，我们在这里举出另一个关于国际会计准则的例子。218
国际会计准则委员会成立于1973年，之后在此基础上于2001年成立了国际会计准则理事会。作为一个独立的私营机构，国际会计准则委员会的目标是建立一套可以在全球适用和实施的会计标准。到20世纪90年代末，世界上所有股票交易所都已经采纳了由国际会计准则委员会推荐的财务报告标准。这是很不简单的成就，特别是考虑到许多国家（如日本和德国）甚至很难在其国内企业中实施一套共同的国内会计标准，更不用说推行由国际会计准则委员会所主张的国际会计标准。换言之，可以说国际会计准则委员会对全球企业会计业务的管理比单个国家政府更为有效。

7.6 超越国家？

常规观念认为，国家在其领土内的影响力和控制力是统一和一致的。然而在现实中，国家控制力的实施及效果在社会层面和空间层面都是不均衡的。就社会不均衡性而言，国家政府在全球化背景下引导本国经济发展的过程中，一部分人口或多或少地被排除在外。这部分民众可能是自愿的——例如，有些群体故意从事非法活动，或从事政府管制不到或者处于管制边缘的地下经济；也可能是不情愿的——如临时移民工人，他们不能获得与正式公民同等的权利和机遇。至于空间不均衡，指的是空间中可能存在不同形式的政府管理或控制模式——例如在免税出口加工区，或政府无法实际控制的地区——如某些城市中的危险禁入区。在现实中，国家政府并不一定对其社会和领土实施统一的、一致的管理形式，而是经常实施“分级主权”（graduated sovereignty）的管理形式（Ong, 2000），即在不同区域实行不同的经济控制，而各种形式可以重叠和共存。

分级主权的具体实施可以以马来西亚为例。马来西亚境内至少划分出了四类渐变的主权区域，这一格局是国家政府有选择性地特定区域纳入全球经济的结果（这里我们参考 Ong, 2000）。在第一种区域中，主要居民是来自印度尼西亚、菲律宾、孟加拉国和缅甸的移民，他们从事家政服务，或在种植园和建筑工地工作。这些工人没有公民权利，而且他们的短期合同被严格执行。与这类区域相关的还有来自东南亚的政治难民营所在的“非公民”空间。第二种区域中居住的主要是马来西亚的各种土著居民，即为大家所知的马来西亚半岛的原住民。差别化管理意味着这些原住民被迫从传统居住地迁移到环境和经济条件越来越被边缘化的地区。219
第三种区域主要指的是工业园区和出口加工区，对制造业工人来说，这些区域空间不受某些劳动法规和投资法规的管制，如果出现劳工骚乱或罢工苗头，将被迅速而坚定地镇压，必要时会使用武力。最后一种区域是多媒体超级走廊——建于1996年，占地750平方公里，从吉隆坡到新国际机场向南延伸大约50公里——这是为发展全球知识型经济而规划的一个区域，除其

他优惠外,本地和国外的知识型工人没有雇佣限制,也不受当地企业所有权要求的限制,还提供先进的电信设备和一系列财政支持,而且承诺不进行互联网审查。

可见,马来西亚的地域管理方式远不是单一的、一致的,而是由非常明显的层级格局所构成。在不同地域中的人们对政府管理的感受会有很大差异。例如,在多媒体超级走廊地区享受特权的软件工作者看来,马来西亚正在努力融入全球经济,而槟榔屿市电子装配工人看到的马来西亚则有完全不同的一面。虽然这种地域界限和差异在发展型的国家如东南亚一些国家中尤为明显,但是这种现象在更广泛的范围内存在。在所有类型的国家里都可以看到不同人群受到不同形式和程度的政府管理,并由此产生分级的地带或空间。在某些情况下——如马来西亚——这些分级地带是作为国家战略的一部分被特意构造出来的;而在另外一些国家,如当今的俄罗斯,犯罪、裙带关系和贿赂在经济体制内泛滥,相关的地域分级可能反映了国家无力对社会大部分人群实施管理和控制的现状。

7.7 小结

在本章中我们可以看到,不能简单地宣称民族国家在管理国家经济方面将“不可逆转地消亡”。正如我们所看到的,民族国家继续以各种方式深刻地影响国内及跨国界的经济活动:从基本法律和财产权的保障,到基础设施和教育的提供,再到公司的直接所有权和一系列的财政和税收优惠政策等。同时,各个民族国家也各有特点——当今世界有各种类型的国家,从新自由主义的政府,到处于混乱无序状态的即将崩溃的国家。反过来,这些国家对经济的控制力和对国际机构的影响力也各有不同。例如,美国和日本加起来占联合国、世界银行和国际货币基金组织的管理预算份额超过40%。因此,通过投票权、资金捐助及重要官员的任命,这些国家可以在国际组织中发挥相当大的影响力。

总体而言,民族国家在全球经济中继续扮演着重要角色。国家政府职能的持续的尺度调整和空心化进程虽然很重要,但没有削弱国家作为各国政治经济活动主要塑造者的重要地位。需要指出的是,国家常常主动决定是否参与国际组织或把权力下放到地方,从而参与或指导上述各种进程。总之,民族国家仍是极其重要的机构,是评估和处理国际、地区和本地经济问题的重要平台。国家和跨国公司一起,构成了经济全球化的主要推动力。

延伸阅读材料

- 对于理解全球化和民族国家的不同地域观点,寇和杨(Coe and Yeung, 2001)提供了有益的补充读物。迪肯等人(Dicken et al., 1997)、杨(1998)、凯利(Kelly, 1999)、阿明(Amin, 2002),和迪肯等人(Dicken et al., 2004)提供了一些关于全球化地域性的出色分析。

- 奥尼尔(O'Neill, 1997)对经济地理学中的民族国家进行了很好的概述。迪肯(1994)具

体分析了民族国家和跨国公司之间的相互关系。格拉斯曼(Glassman,1999)展示了民族国家的快速国际化进程以树立其国家实力。

- 布伦纳和西奥多(Brenner and Theodore,2003)对新自由主义和全球格局的重要地理研究工作进行了很好的收集整理。

- 布伦纳等人(2003)提出了关于治理尺度调整的前沿性评论。麦克劳德和古德温(MacLeod and Goodwin,1999)提供了关于这一主题的地域性争论的批判性总结。

- 曼斯菲尔德(Mansfield,2005)论证了民族国家与其他地域管治尺度之间相互关系的重要性。

问答题

- 为什么“民族国家的终结”这一命题是有缺陷的?
- 民族国家如何以不同的方式管理经济?
- 地理层面上的管治尺度调整意味着什么?
- 民族国家能够在多大程度上继续对其国内经济进行管理?

延伸学习资源

- <http://globalpolicy.igc.org/nations>:全球政策论坛网站提供了关于现代民族国家的历史及其形成的有用见解。

- <http://www.englandsrdas.com>:英国区域发展机构网站提供了英国9个区域发展机构的功能和活动的非常有用的信息。

- <http://www.imf.org> 和 <http://www.worldbank.org>:这两个世界上最强大的金融和经济机构网站提供了相关信息,描述了这些国际组织在民族国家是如何影响各种政治和经济进程的。

- <http://europa.eu>:欧盟门户网站,包含了世界上最大的大区域组织的起源和运行的一系列信息。

(张晓平、王兆红译,刘卫东校)

参考文献

- Amin,A. (2002)Spatialities of globalisation,*Environment and Planning A*,34:385-99.
- Brenner,N.,Jessop,B.,Jones,M. and MacLeod,G. (eds)(2003)*State/Space*,Oxford:Blackwell.
- Brenner,N. and Theodore,N. (eds)(2003)*Spaces of Neoliberalism*,Oxford:Blackwell. Clark,G. L. and Wójcik,D. (2001)The City of London in the Asian crisis,*Journal of Economic Geography*,1:107-30.
- Coe,N. M. and Yeung,H. W C. (2001)Geographical perspectives on mapping globalisation, *Journal of Eco-*

- conomic Geography*, 1: 367-80.
- Dicken, P. (1994) Global-local tensions: firms and states in the global space-economy, *Economic Geography*, 70: 101-128.
- Dicken, P. (2003) *Global Shift: Reshaping the Global Economic Map in the 21st Century*, 4th edn, London: Sage.
- Dicken, P. (2004) Geographers and 'globalization': (yet) another missed boat?, *Transactions of the Institute of British Geographers*, 29: 5-26.
- Dicken, P., Peck, J. and Tickell, A. (1997) Unpacking the global, in R. Lee and J. Wills (eds) *Geographies of Economies*, London: Arnold, pp. 158-66.
- Friedman, T. L. (1999) *The Lexus and the Olive Tree*, New York: Harper Collins.
- Glassman, J. (1999) State power beyond the 'territorial trap': the internationalization of the state. *Political Geography*, 18: 669-96.
- Jones, M. R., Goodwin, M. and Jones, R. (eds) (2005) Special issue on devolution and economic governance, *Regional Studies*, 39: 397-553.
- Kelly, P. F. (1999) The geographies and politics of globalization, *Progress in Human Geography*, 23: 379-400.
- Lin, G. C. S. (1997) *Red Capitalism in South China: Growth and Development of the Pearl River Delta*, Vancouver: University of British Columbia Press.
- MacLeod, G. and Goodwin, M. (1999) Space, scale and state strategy: rethinking urban and regional governance, *Progress in Human Geography*, 23: 503-27.
- 222 Mansfield, B. (2005) Beyond rescaling: reintegrating the 'national' as a dimension of scalar relations, *Progress in Human Geography*, 29: 458-73.
- Ohmae, K. (1995) *The End of the Nation State: The Rise of Regional Economies*, London: Harper Collins.
- O'Neill, P. (1997) Bringing the qualitative state into economic geography, in R. Lee and J. Wills (eds) *Geographies of Economies*, London: Arnold, pp. 290-301.
- Ong, A. (2000) Graduated sovereignty in South-East Asia, *Theory, Culture & Society*, 17: 55-75.
- Swyngedouw, E. (2000) Elite power, global forces, and the political economy of 'glocal' development, in G. Clark, M. Feldman and M. Gertler (eds) *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford: Oxford University Press, pp. 541-58.
- Tickell, A. and Peck, J. (2003) Making global rules: globalization or neoliberalization?, in J. Peck and H. W-C. Yeung (eds) *Remaking the Global Economy: Economic geographical Perspectives*, London: Sage, pp. 163-81.
- Yeung, H. W-C. (1998) Capital, state and space: contesting the borderless world, *Transactions of the Institute of British Geographers*, 23: 291-309.

第八章 跨国公司:全球化公司

如何保持一个整体?

目 标

- 对跨国公司实现了真正的“全球化”的观点提出质疑
- 了解公司如何组织复杂的全球活动
- 探究跨国公司所采用的各种组织形式
- 理解企业全球扩展的内在限制

8.1 引言

1984年,现已停业的巴林银行决定收购(英国)安得森-克罗斯威特投资银行(Henderson Croshwaite)中的一个小经纪公司,并创建巴林远东证券交易所,在处于萌芽状态的亚洲股票市场开展交易。这并不是巴林银行的第一次海外扩张。事实上,作为世界最古老的商业银行——于1762年成立于伦敦的巴林银行很早就开始拓展国际业务,并曾经扮演过重要的历史角色,在法国向美国出售路易斯安那州土地的交易中,以及在为英国政府提供贷款资助发动对拿破仑的战争中,巴林银行都发挥了重要作用。1984年的这次收购的真正重要性在于,这一交易完全背离了巴林在商业银行业务中的保守传统。作为公司历史上的第一次,巴林银行参与了证券业务——在全球金融时代,这是一个高风险且高回报的业务。到1991年,其业务达到了顶峰时,巴林证券交易所在全球有19个机构,雇用1100名职员,为总公司贡献了超过一半的总利润额,使母公司相形见绌。巴林集团的全球前景看起来一片大好。

然而,仅四年之后的1995年2月,整个银行因为存在大约8.6亿英镑(合约14亿美元)的交易亏损而倒闭了。哪里出了错?人们很容易将此归咎于尼克·李森(Nick Lesson)——一个27岁、在新加坡巴林证券任职的“魔鬼营业员”,曾被称为“交易界的迈克尔·乔丹”的年轻人。据披露,李森一直通过一个未被授权的秘密“错误账户”来掩盖其巨大的交易损失,并且利用银行资金投机日本日经指数来试图弥补这个巨大损失。在最严重的时候,1995年的2月23日,他给巴林银行造成了1.43亿英镑(合2.33亿美元)的损失。这是日本股市历史上最大的

一笔亏损性交易。然后,他就从新加坡消失了。同年,ING集团,一个荷兰的保险和银行业巨头,以1英镑的名义价格收购了巴林银行,但同时也承担了其10亿美元的债务。

巴林银行的例子生动地表现了当前跨国公司国际化扩张背后组织的复杂性和巨大的运营风险。由于缺乏足够的监管和控制系统,巴林银行在伦敦的高层管理人员未能发现李森利用期货和期权等新金融工具的交易活动,以及全球金融市场的“非理性繁荣”等,这些都在一定程度上导致了这个全球性老牌跨国商业银行的倒闭。伦敦和新加坡之间的实际地理距离在一定程度上使李森没有融入巴林伦敦总部的保守银行文化(还可参见第十一章和第十二章对文化和性别关系在全球金融中的作用的阐述)。随着所跨越时区的增加,母公司文化的影响力确实降低了。巴林银行向我们展示的,是一个全球企业由于不能完全控制和监管其子公司而导致的灾难性后果。

但是,整体而言,巴林银行是一个例外。许多跨国公司都成功地协调了非常复杂的全球运营。一些大公司拥有成百上千的职工,营业额比一些小国家的经济总量还要大(如第四章沃尔玛的案例和专栏5.3中戴尔的案例)。他们是怎么做到的?这些全球企业如何保持一个整体?第七章我们考察了在全球经济中国家政府持续发挥的重要作用。本章将揭示跨国公司全球活动的本质和组织形式,从而进一步强化国家政府和跨国公司之间的相互影响不断变化这一观点。跨国公司可以被定义为“在多个国家有协调和控制业务活动能力(即使对这些业务不一定有所有权)的企业”(Dicken, 2003:17)。在此我们特别采纳了经济地理学的视角,将地点、空间和尺度等因素对跨国公司战略组织活动的影响考虑在内。通过对全球跨国公司是真正“全球性”的这一错误观点提出质疑,我们指出跨国公司绝非不受地理约束的资本主义经济组织。相反,在某种意义上说,跨国公司是一种空间实体,为领先于竞争对手而不断地寻找新的空间组织方式。为此,跨国公司以各种方式在地理空间内组织经济活动,从而对“接入”这些企业网络的地点造成重要影响。

225

为阐述这些概念性观点,本章主要分为五个部分。8.2节介绍了一个普遍观点,即跨国公司是一个为不断追求利润而轻易跨越全球的全能实体。我们认为该观点显然夸张并简化了跨国公司的能力。在8.3节,为理解跨国公司的活动,我们简要回顾了生产链和商业网络。该部分主要是强化了我们第四章所介绍的商品链结构和组织的理解。接下来的两小节(8.4节和8.5节)主要是解释跨国公司所涉及的内部和外部分工。在8.4节,我们提出,由跨国公司协调和控制的各活动可以理解为企业内部网络活动;跨国公司对跨越国界的生产活动的管理是本节的核心内容。在8.5节,我们考察了跨国企业之间的各种联系类型。这些联系对于跨国公司维持竞争优势越来越重要。在此我们认为,地理空间在这些企业间的网络中扮演着必不可少的角色,因为跨越国界的管理经常会涉及目标和文化的冲突。在8.6节,我们将考察跨国公司在其经济全球化过程中所面临的各种障碍,指出跨国公司不是一种无敌的力量,必然

受到竞争压力和社会政治管制的影响。

8.2 毫不费力到达任何地点的神话

汇丰银行(HSBC)在其全球网站上明确宣称自己是“世界的本地银行”^①(<http://www.hsbc.com>,2006年2月15日访问)。总部位于伦敦的汇丰银行(香港上海汇丰银行集团)是世界上三大顶级银行和金融服务机构之一,经营着一个分布在77个国家、包括9700个机构的全球企业网络。其股票已经在伦敦、纽约、香港、巴黎和百慕大股票市场挂牌并可以交易。其股东是大约来自100多个国家的20多万个人或机构。尽管其最初起源于1865年在香港和上海成立的英国银行,主要为中国与欧洲之间日益增长的贸易提供金融服务,但是汇丰已经逐步成长为一个全球性公司,业务涉及全球经济的每个角落。

如同之前所描述的巴林银行的历史,汇丰的全球扩张不是一个简单的地理区位分布问题,更重要的是,它的确使所谓的“全球企业神话”成为了事实。在这个神话中,人们认为跨国公司通过一个核心管理总部,很容易就可以具备对全球经营活动进行管理和组织的能力。针对跨国公司的这种观点有一定的影响力,因为这导致了有关跨国公司全球范围经营业务和如何管理其业务的各种误导性观点。支撑全球企业神话的主要是跨国公司的庞大财务资金、巨大生产能力、大量就业人员以及获得技术和知识的优越能力。

226

在现实中,大多数跨国公司确实是拥有国际性扩张资金的具有影响力的企业。巨大的金融实力使它们能够与东道国政府讨价还价。它们具备的规模经济和范围经济实力也意味着比东道国的大多数本地企业更有竞争力。一些发展中国家正极力推动本国经济的工业化,在相当程度上依赖于跨国公司创造的就业机会,这也使跨国公司在与这些发展中国家进行协商和讨价还价时,具有了实质性筹码。随着跨国公司在全球化过程中不断积累经验,它们可以在不同东道国开展相对成熟的市场营销和技术活动。

但是,如果进一步来看,跨国公司可以轻而易举实现全球管理的观点是经不起推敲的。业务分布遍及全球范围并不必然意味着在全球范围内进行组织协调是件容易的事。相反,随着跨国公司越来越全球化,将所有业务活动纳入同一个企业实体内部将面临更大的挑战——正如巴林银行的例子所展示的。跨国公司要适应不同的地方经济和地方因素,就必须谨慎地规划其职能和功能的地理分布——即“企业地方化”(placing firms)(Dicken, 2000);而且,跨国进入不同的东道国市场还需要不同的组织形式和过程。本章稍后将对此做进一步解释。为了解跨国公司及其运营活动的多样性,我们必须理解下面三个非常重要且相互关联的问题:

^① world's local bank,在汇丰的中文网站上翻译为:环球金融,地方智慧。

- 跨国公司如何组织世界不同地方的各种活动?
- 当跨国公司进行国际化运营时,如何与其他企业接触和相互作用?
- 在巨大的市场竞争、社会文化差异和政治障碍面前,跨国公司如何保持有关业务活动的一致性?

8.3 回顾商品链和生产网络:跨国公司的构建基石

227 在本节中,我们将以第四章所介绍的商品/生产链和网络为基础,进一步对跨国公司进行了解。例如,我们如何理解诺基亚及其移动电话业务的地理布局?诺基亚目前已是芬兰最著名的跨国公司,但在1865年,它还只是芬兰东南部一个不起眼的林产品企业,直到20世纪80年代初期才正式进入移动通讯行业。到2005年,诺基亚已经成为该市场没有争议的领头者,并占领了全球移动电话业务32%的市场份额。诺基亚公司在移动通讯的研发方面投入了数亿美元,在产品的市场化方面也投入了大量资金和努力。产品的制造已经不在本国进行,而是建立了全球性的生产网络,因此最终到达消费者手中的每一部诺基亚手机都涉及诸多的“行动者”:负责手机外观和触感的设计者、负责专业技术的工程师、负责资助项目的金融家、负责装配的工人、负责后勤搬运的运输商、负责推销的销售员,以及负责保证安全和产品标准的政府官员,等等。通过这种思考方式,我们可以描绘出手机的商品链,并从诺基亚这个协调手机全球生产链的旗舰企业出发,解释整个生产链。

显然,对手机这样的商品的生产链进行全球组织和协调,并不是一个容易的过程。其中有两个关键问题,分别是生产链的构造和协调。构造生产链是一个决定生产链中各增值活动所在地布局的过程。生产链的构造对于商品链各环节空间结构的形成(在第四章描述过)非常重要。例如,诺基亚可以决定将手机所有的制造活动布局在一个国家里,并从该地将产品运输到世界各地。这将是一个高度地理集中的生产链结构。相反,诺基亚也可以决定将手机生产分布在不同地区的主要市场,由此形成一个较分散的生产链结构,由此产生不同的空间结果。

另一方面,生产链的协调主要涉及商品链治理的组织问题(参见第四章)。根据商品链的不同性质(生产驱动型或消费者驱动型),一个跨国公司需要对跨越不同国家和区位的各种活动进行协调。例如,诺基亚可以选择将公司的大多数决策集中在位于赫尔辛基的总部,而不同地区的区域级总部则在各自的市场实施总部的决策。同样,诺基亚也可以选择一个相对松散的、由各国独立的分公司组成的联盟来经营,这种方式可以满足分公司所在市场的需求,而总部只负责提供一定的指导和财务监管。因此,不同的跨国公司可以采取不同的机制来协调其生产链,这些机制可以是高度集中的,也可以是高度分权的。总体而言,每个跨国公司都有各自构造和协调生产链的具体方式。

上述讨论的假设前提是,所有的增值活动都是由同一个跨国公司及其子公司完成的。但如果跨国公司只参与了生产链的某些部分,而通过合同关系与其他企业组建、更为广泛的跨公司系统,则其形态如何? 因此,生产链中有两种不同类型的交易:

1. 内部化交易:即发生在某个特定跨国公司法定组织范围之内内的活动。我们使用“等级”这个词来描述跨国公司的内部交易,因为交易活动服从于公司的内部管制。例如,当摩托罗拉手机部门向半导体部门“购买”微处理芯片时,这是摩托罗拉内部的一个交易,不受开放市场的价格竞争机制的支配。

2. 外部化交易:即存在于独立企业之间的联系,其中一些可能是跨国公司。我们将这些企业间的关系描述为“市场性”的,因为受到价格竞争的压力以及特定企业系统之外的其他因素的影响。例如,当诺基亚向其日本供应商三洋购买手机锂电池时,该交易是基于市场机制的,诺基亚和三洋之间进行的是企业间交易。

简言之,一个特定产品或服务的生产链的组织形式是多种多样的。一个大型跨国公司如惠普公司,需要在全世界范围内协调数百个产品的生产链。这些链条经常在公司职能(如个人电脑和电子医疗装置的共同技术)和地理区位(如中国境内有多个惠普产品生产厂家)上重叠,因此,为更好地描述这些复杂的内部(企业内)和外部(企业间)联系,我们使用了“网络”一词。在接下来的两个小节中,我们将依次考察这些联系(如图 8.1 所示)。

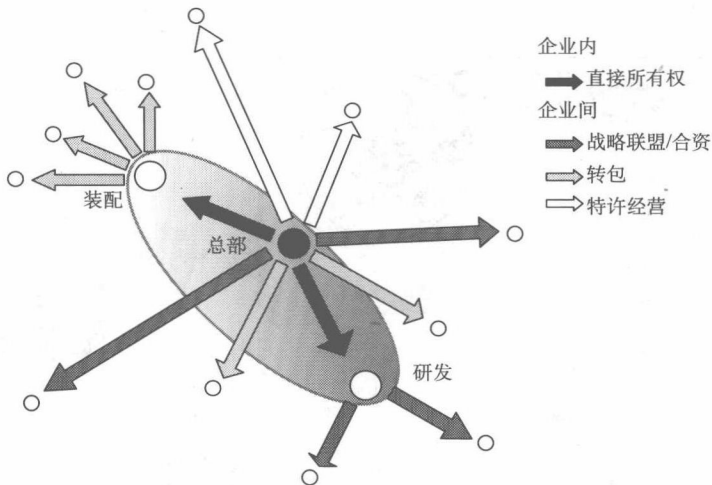


图 8.1 跨国公司运营组织的不同形态

8.4 组织跨国经济活动 1: 企业内联系

基于生产链是全球经济最基本建构模块的观点,我们将探索跨国公司如何组织其内部的

经济职能和劳动分工(大量引用 Dicken, 2003)。我们认为,跨国公司内部的组织结构随着其实施的经营战略的不同而变化。为此,我们从制造业和服务业都找出了案例来支持这一观点,并特别强调地理空间和地点对不同组织形态的影响。塑造跨国公司活动的文化、性别关系和族裔因素我们将留在本书的第四部分讨论。在第十一章至第十三章我们将看到,跨国公司内部并不是完全一致的,而是随着其在全球运营中的文化、性别和族裔关系的多样性而存在差异。但是在本章中,我们的主要目的是阐释跨国公司活动的空间性。

跨国公司网络内部的劳动分工通常是组织/技术力量和地理区位特征共同作用的结果。跨国公司的不同部分具有不同的地理区位需求,因而产生不同的空间结果。通常而言,跨国公司中有以下三种关键性组织(图 8.1):

- 总部与地区总部:这是跨国公司的“神经中枢”,形成和制定重要的战略和决策。这些决策涉及公司职能的诸多领域,包括企业金融和投资决策、市场研究和开发、产品选择 and 专业化、人力资源开发,等等。

- 研发(R&D)机构:主要的制造业和服务业跨国公司都设有研发机构,开展包括产品开发、新技术开发、经营研究等活动。研发机构为跨国公司在全球市场保持竞争力提供重要的知识和经验。

- 跨国运营单元:这些单元覆盖从制造工厂到营销推广机构、营运中心和售后服务在内的功能广泛的业务部门。

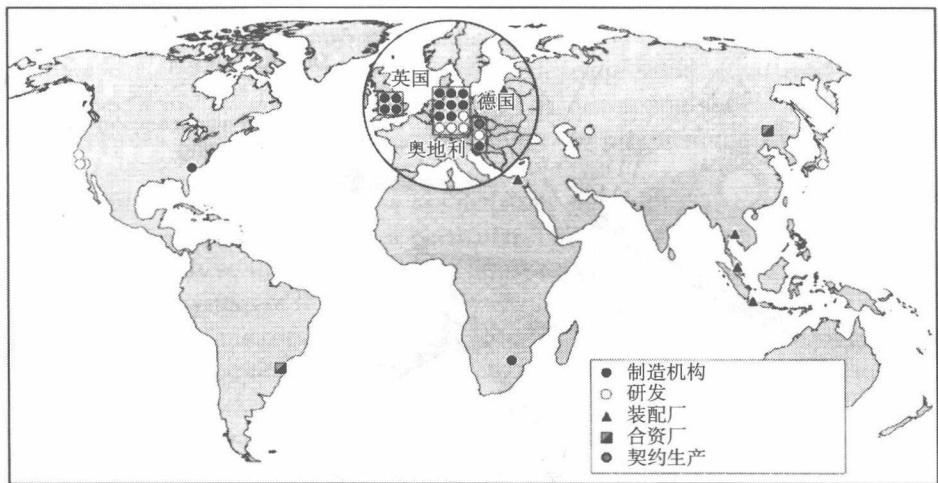


图 8.2 宝马公司的全球生产链

资料来源:摘自 <http://www.bmwgroup.com/e/nav>, 2006年3月22日访问。

让我们以宝马公司为例来解释跨国公司网络内部的复杂空间组织。首先,总部作为管理核心、金融控制中心、生产及市场信息的处理与传输系统,在跨国公司内部起着非常重要的作用。因此,公司总部所在地应具备战略性,一般设在大城市,以方便获取高质量的外部服务(例如管理咨询或广告)、高技能的劳动力以及优良的基础设施和通讯设施。如图 8.2 所示,宝马公司的总部位于慕尼黑——德国第三大城市、重要的商业和金融中心。与慕尼黑类似的一些全球领先城市,得益于设在该地的大量主要跨国公司总部,从而成为了全球经济中重要的控制和命令中心。全球财富 500 强的大多数跨国公司都把总部设在了一些全球城市中,包括芝加哥、法兰克福、伦敦、纽约、巴黎、上海和东京(专栏 5.5)。

其次,由于不断开发新产品和服务的重要性,研发机构的布局对于跨国公司的成功非常重要。尽管研发活动的国际化已经持续了几十年,但最重要的研发活动还是位于跨国公司的母国。然而,不同类型研发活动的地理区位需求不同。一般而言,研发活动主要有三种类型(Dicken, 2003):

- 国际一体化研发实验室:一般来说,该中心为跨国公司的全球运营提供所需的技术和知识,因此实际上是创新产品和服务的“大脑”,对跨国公司的竞争优势非常重要。
- 本地一体化研发实验室:这些实验主要是应用国际一体化研发实验室开发的基础技术和知识,研发适应实验室所在的东道国市场的创新产品。因此,这些实验室是以本地市场和管制要求为导向的,而这些市场条件和管制要求可能并不适用于其他地方市场。
- 支持性实验室:这是最低层级的研发机构,主要是将母公司的技术应用到本地市场并提供技术支持。

231

就宝马公司的例子而言(图 8.2),该集团从事创新、技术和汽车 IT 研究的最重要的研发中心,仍然位于慕尼黑总部或附近。宝马公司还在其他地方建立了实验室,如设在加利福尼亚,主要从事设计工作和排放测试的实验室。东京实验室主要通过利用日本汽车市场的技术和创新环境来提高母公司的研发力量。在新加坡新设立了一个设计中心,反映出总部预计亚洲市场在设计方面的影响力将增强。宝马公司的案例清楚地表明,不同的市场导向下有不同的研发模式。宝马公司以慕尼黑为基础的研发活动主要服务于全球市场,而加利福尼亚、新加坡、东京的研发中心则更关注地方市场导向和地方管制要求。

第三,跨国公司全球生产链的最具空间流动性的部分通常是其生产运营部分(无论是有形产品还是无形服务,都是如此)。依据迪青(Dicken, 2003)的研究,我们在图 8.3 中强调了跨国公司内部组织跨国生产单元的四种方式,其中每个小框代表一个地理单元(如一个国家):

- 全球集中化生产:这种跨国生产模式应用于一些资源行业和制造业,不适用于服务业,因为服务业很难出口。在该模式中,一个跨国公司可以对其分支机构实行严格控制,并且倾向于采取地理集中的空间模式。大多数跨国公司在其早期阶段一般都采取该战略,可能将所有

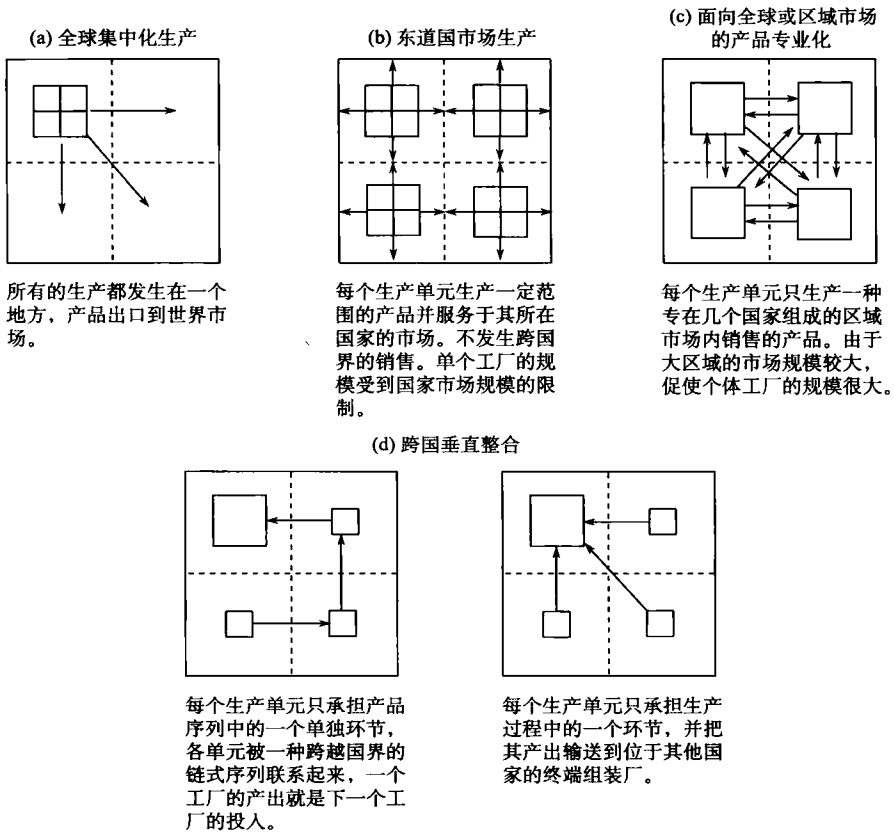


图 8.3 跨国公司生产单元的空间组织

资料来源：摘自 Dicken(2003), Figure 8.4。翻印经 Sage 出版社许可。

生产集中在母国，面向世界其他地区开展出口业务。

• 东道国市场生产：该种组织模式主要是在东道国的贸易壁垒较多、出口不是进入东道国市场的最有效方法的情况下所采用的。在服务业中，一般对于跨国企业都有本地化经营的要求，因此这些服务型跨国企业，包括从最专业的服务（如法律和财会）到消费服务业（如零售和旅馆），通常都在东道国市场建立运营机构。各东道国单元内的本地运营机构的“本地化”导向较强，对本地需求非常敏感，因此需要保证一定的自治权，这使得对地方分支机构和经营活动进行集中化管理相对较难（可参见前文巴林银行的例子）。由于产品和服务是基于地方市场的品位与偏好“定制”的，因此不发生跨国界的销售。

• 面向全球或区域市场的产品专业化：这种跨国生产的模式主要应用于制造业领域，例如电子、汽车和石化产业。由于产品是面向全球或区域市场的，因此大区域生产单位具有很大的自主性。例如，惠普在新加坡的区域总部负责协调全球范围内的惠普打印机业务。然而，惠

普的高端计算机服务,仍然由位于加利福尼亚州帕罗奥图市的全球总部负责协调。

- 跨国垂直整合。这个模式是最完善和协调性最强的组织结构,对管理经验和控制技术的要求很高,以保证跨国公司的各种生产经营职权在全球范围内得到明确和协调。

跨国生产模式的主要优势之一就是可以利用生产成本的空间变化。一个跨国公司可以将劳动密集型的制造活动设置在海外生产基地。例如,美国许多电气、电子、纺织和服装业跨国公司在美国和墨西哥的边境加工区建立了装备生产工厂,以利用后者的低生产成本和北美自由贸易协定下的税收优惠(专栏 8.1)。由于组装工作是生产链上劳动最密集和低技术水平的部分,因此很容易被转移到成本低的地方。但是,这些海外生产基地通常在开发新产品或市场战略方面没有什么自主性,而是严格服从公司总部设定的生产计划。

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

“马奎拉多拉”(maquiladora)一词原指位于墨西哥北部的一家由墨西哥政府于 1965 年建立、主要为美国市场制造出口产品的装配厂。当时,墨西哥政府开始实施边境工业化计划,试图解决墨美边境城镇严重的经济和社会问题。如专栏 7.4 所描述的,北美自由贸易协定于 1994 年开始执行,在此有利条件下,美国制造企业能够从众多马奎拉多拉中获得更为廉价的墨西哥劳动力,且受益于近乎为零的税收和关税以及相对松散的环境管制。由此,马奎拉多拉(边境加工区)成为美国企业和向美国市场出口的其他国家跨国公司(如日本和西欧)的海外工厂据点。马奎拉多拉在墨西哥的提华纳、华雷斯、马塔莫罗斯等城市非常流行,它们直接布局在边境线上,与美国的圣迭戈(加利福尼亚)、埃尔帕索(得克萨斯)和布朗斯维尔(得克萨斯)相邻。边境加工区的工厂主要生产电子设备、服装、塑料、家具、电器和汽车零件。到 2005 年,大约有 100 万墨西哥人在 3 000 多个边境加工区工作。迪肯(Dicken, 2003)估计边境加工区中大约有 60% 的工人受雇于电子装配业,超过 30% 的人受雇于纺织和服装制造业。边境加工区大约 90% 的制成品输往美国。

许多边境加工区可以被称为“血汗工厂”,受雇用的年轻妇女每小时的工资只有 50 美分,一天工作 10 小时,一周工作 6 天。在边境城镇,生活成本一般要比墨西哥南部高 30%,许多边境加工区的妇女不得不住在工厂附近没有水电供应的临时窝棚区(参见专栏 12.2 关于“被贬值”的第三世界妇女)。尽管一些边境加工区的公司试图改善工人的居住和工作环境,但大多数劳动力是没有工会组织的。一些边境加工区还导致了墨西哥北部区域显著的工业污染和环境破坏。近年来,来自中国的竞争已经削弱了(美墨)边境加工区对外来投资的吸引力。有报告显示,自 2000 年来,大约有 500 家工厂关闭,损失了几十万个就业机会。由于这些边境加工区严重依赖于美国市场和北美自由贸易协定,其发展前景并不明朗。

我们应该注意到,这四种组织结构是跨国生产的理想化模式。在现实中,一个跨国公司可以采取一种或多种方式来构建其全球经营活动。例如,早期的宝马公司采取的经营方式是以慕尼黑为基地的垂直一体化生产,而现在的经营体系已经有了很大变化。如图 8.4 所体现的,宝马 7 系小轿车的构造非常复杂且需要大量零部件,从而使生产网络的全球化成为必然。因此,宝马公司建立了涵盖从欧盟到东南亚地区的广泛而先进的生产网络。宝马公司在德国巴伐利亚的工厂继续为欧盟市场制造宝马汽车的所有系列产品(图 8.3C),在英国也有一个全面的生产工厂,服务于英国的方向盘右置的汽车市场(图 8.3b)。宝马汽车的零部件主要由供应商提供或在东巴伐利亚的瓦克多夫创新园区制造。在瓦克多夫建立一个国际物流中心是非常重要的,因为宝马汽车的零部件要通过这一中心配送到位于美国、南非、俄罗斯、东亚和东南亚的国外工厂(图 8.2)。在第三方物流公司的管理下,瓦克多夫中心每天要配送 250 万个零部件。

具体而言,宝马公司在东亚和东南亚的组装生产类似于图 8.3d 中的跨国垂直一体化模式。在这种跨国生产模式中,宝马汽车的核心零部件在德国生产,并被运送到亚洲的工厂,然后与其他本地企业生产的,或“跟随”宝马公司的业务迁移到海外装配基地的国外供应商所提供的本地零部件一起组装。例如,2003 年一辆在泰国组装的宝马汽车,大约有 40% 的附加值是本地化的。但是这包括劳动力成本和东南亚地区内的采购部分,而不仅限于泰国。总而言之,宝马公司的例子很好地代表了世界主要汽车制造商的全球生产战略、地方性影响以及跨国组织特性。

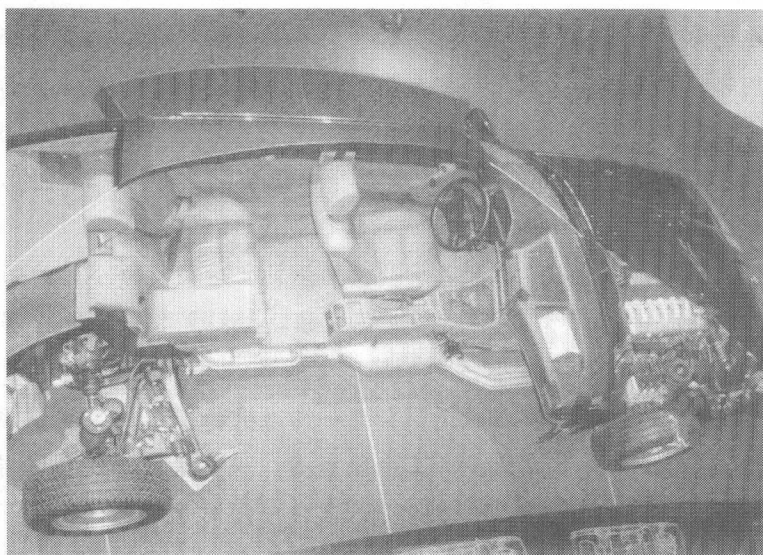


图 8.4 宝马汽车的制造:慕尼黑和其他地方

资料来源:本书作者。

尽管汽车产业依赖于大量独立的零部件供应商,并且这些供应商本身也是跨国公司,但是主要汽车制造商组织还是主要以垂直一体化方式来组织其跨国生产网络,即母公司沿着生产链直接拥有并控制大多数业务。与其他现代产业,如电子和消费品(如服装、鞋业)产业相比,企业内部的紧密协调和控制网络在汽车产业内非常普遍——这是汽车行业的特点,尽管主要汽车制造商通过企业间的联系使用了大量的独立供应商。接下来的一节我们要讨论的就是企业间的联系。

8.5 组织跨国经济活动 2:企业间联系

236

随着产品和服务越来越复杂,现在很少有跨国公司自己完成产品或服务的所有部分。图 8.4 中的宝马轿车大约至少由 20 000 到 30 000 个零部件组成,一台苹果个人电脑可以被分解为上千个部件,一部诺基亚手机有几百个部件,即使一双普通的耐克运动鞋也至少有 10—20 个部件。在服务行业,一个广告项目需要创意人员、金融咨询师、技术人员、公共关系专家以及其他工作人员。经营一个旅馆业需要产权拥有者、国际旅馆管理公司(如万豪国际酒店集团)、独立的食品和饮料经营者、服务提供商等。

简言之,许多跨国公司在控制由国外子公司和附属企业构成的企业内网络(intro-firm)的同时,还管理一个由独立承包商、供应商、企业合作者和战略同盟构成的密集的企业间网络(intro-firm)。这些企业内网络与企业间网络在不同地理空间内相互重叠,而每个跨国公司都是一个复杂组织模式和过程的一部分(图 8.1)。在本节中,我们将关注介于市场(从独立企业购买商品和服务)和公司等级(企业内关系)两者之间的三种企业间关系模式:(1)转包(subcontracting)和外包(outsourcing);(2)战略联盟和合资;(3)特许经营和合作协议。我们之所以关注这三种模式,是因为这些模式对跨国公司的组织以及对全球贸易和投资模式有重要影响。首先,20 世纪 90 年代和 21 世纪以来,日益高涨的转包和外包活动已经帮助许多跨国公司减轻了竞争压力,从而能关注于核心产业。其次,战略联盟与合资在投资成本较高且行业发展前景不确定的产业是非常重要的。最后,特许经营和合作协议(如许可证)已经逐步发展成为服务业(如零售、旅馆和快餐业)国际扩张的非常成功的组织模式。

特别要指出的是,我们还对跨国公司进行企业间联系的各种战略和治理机制感兴趣。从经济地理学的视角来看,我们尤其关注地点和空间在塑造企业间关系的形式和发展动力方面的作用。就跨国公司而言,在此主要关注的是企业间关系的国际尺度。与上一节一样,我们也应用各种实证来阐释我们的观点。

国际转包

237

转包,指的是独立企业通过合约为核心企业生产特定产品。目前有两种类型的国际转包:

商业转包(commercial subcontracting)和产业转包(industrial subcontracting)。商业转包主要指的是核心企业(买方)将生产链的大部分(或者全部)转包给其他国家的其他企业(供应商)(图 8.1)。最初,买方企业可能提供产品规格,这称为贴牌生产(OEM),由此保证了最终产品与买方企业自己生产的产品完全一致。随后,供应商可能学习并开发新的技术和技能,因此可以通过参与一些原始设计制造(ODM)来提高自己在生产链中的地位。在 ODM 形式的转包中,供应商将与买方企业讨论产品规格,从而使所设计的产品满足技术和市场要求。对于将所有生产转包出去的买方企业而言,它们将专注于品牌管理和品牌产品的市场化。

目前,这种国际转包模式在电子产业非常普遍,尤其是在个人电脑、消费电子和家用电器的制造方面。大多数标准的个人电脑、电视、冰箱、数码产品的实际制造商已不再是产品品牌所显示的跨国公司。相反,许多独立的制造商或电子制造服务提供商(EMS)正在为这些品牌跨国公司从事设计、生产甚至销售工作。这些独立的转包商大多位于新兴工业化经济体和发展中国家,而品牌跨国公司大多数来自先进的发达经济体。

以个人笔记本电脑为例,如表 8.1 所示,2003 年,全球前十名的品牌跨国公司都通过 ODM 合同的方式将大部分笔记本产品的生产业务转包给领先的(中国)台湾制造商(如广达、仁宝和伟创)。2004 年,全球笔记本总量为 4 900 万台,其中约 68%是由这些相对不知名的台湾合同制造商所生产的。这个数字包括由中国大陆的台资企业生产的笔记本电脑。随着台湾迅速崛起成为世界领先的电子制造中心,计算机显示器、平面显示器和等离子平面彩电、移动电话和个人掌上电脑(PDAs)等产品制造也出现了向台湾转包的现象。

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

公司	外包的比例(%)	台湾 OEM/ODM 制造商
苹果	100	广达、精英
戴尔	90	广达、仁宝、伟创
惠普	90	英业达、华宇、广达
IBM	90	伟创、广达
NEC	80	华宇、大众(FIC)、伟创、神达
夏普	50	广达、神达、伦飞
索尼	20	广达、华硕
富士通-西门子	15	广达、仁宝、伟创
东芝	15	仁宝、英业达

资料来源:Yang and Hsia(2007), Table 1。

为了展示国际转包是如何运作的,我们以定制的苹果笔记本电脑为例来进行分析。一个美国顾客可以通过苹果电脑网站或零售渠道(如本地分销商)订购一台特定款式的苹果笔记本

电脑。拥有苹果品牌的苹果电脑公司收到订单后,将把该订单转包给一家电脑系统制造商或台湾 EMS 提供商(如广达)。收到来自苹果或其他品牌顾客的每日订单后,台湾广达公司将把有关零部件的订单发给其主要供货商,如 IBM 或英特尔(芯片)、希捷(硬盘)、三星(内存)、三角(电源)和中华映管(计算机屏幕)。因为广达公司已经将整个笔记本制造基地搬迁到中国大陆的上海,因此广达要求其主要供应商将零部件直接运送到上海广达的仓库和组装厂。笔记本电脑在中国组装完毕后,将通过快递服务送到美国顾客手中。在一般情况下,顾客从下达最初订单到收到最终产品的整个过程,在亚太区域不超过 7 天,在全球范围不超过 14 天。这个制造系统是图 8.3d 所显示的跨国一体化生产模式:简言之,苹果笔记本电脑的生产过程反映了复杂的、跨越全球经济和诸多不同地理区位的国际生产和贸易系统。

与商业转包不同,产业转包指的是供应商仅代表主要客户进行贴牌生产,如仅负责制造程序,而不参与原始设计和市场销售等活动。在运动鞋产业,耐克公司的国际转包业务是一个很好的案例(Dongaghu and Barff, 1990)。总部位于俄勒冈州比佛敦市的耐克公司专门从事运动产品的设计、研发和市场营销。耐克在亚洲市场的生产业务完全由其在(中国)香港、台湾(地区)和韩国的“高级”合作者负责。这些合作者已经在整个亚洲建立了生产基地,如孟加拉国、中国、印度尼西亚、马来西亚、斯里兰卡、泰国和越南等。耐克在亚洲市场的财务和物流业务由日本贸易公司或综合商社处理(表 4.3)。耐克在拉美(如巴西、萨尔瓦多、厄瓜多尔和墨西哥)、东欧和北非(如保加利亚、土耳其、突尼斯)的转包商则分别由美国和欧洲的国际采办中心管理。到 2005 年 4 月,耐克公司已与全球 700 多家工厂签订协议,仅在中国的 124 个合同工厂就雇用了二十多万名工人,在越南的 34 个合同工厂雇用了 8.4 万名工人。

239

国际转包的地理影响是高度多样化的。首先,转包可能导致发达国家高度本地化集群的形成(第五章)。例如,在汽车工业,日本汽车制造商与其主要一级供应商之间的企业间联系非常紧密,因此,随着日本主要汽车制造商于 20 世纪 80 年代中期和 90 年代早期分别在北美和欧洲开设工厂,其主要供应商也随之迁移到了北美和欧洲。这些迁移的工厂通常在特定区位集聚,从而形成了灵活的生产集群。到 90 年代初期,本田、日产和丰田已经在美国的俄亥俄州、田纳西州和肯塔基州的生产基地建立了紧密的整合供应网络(图 8.5)。

其次,国际转包导致了发展中国家出口导向型生产飞地的发展——专栏 8.2 描述了新国际劳动分工的空间现象。这些出口飞地(export enclaves)或卫星生产集群(第五章)是劳动密集型制造活动所在地,构成了大多数跨国公司全球供应链中不可缺少的一部分。突出的例子是墨西哥的边境加工区(电子装配和服装)、中国的东莞(世界最大的鞋业生产中心之一)、马来西亚的檳榔嶼市(电子)、泰国的罗勇府(汽车)(图 8.6)和斯洛伐克的普雷绍夫(服装)。在服务行业,软件产业的大量外包使印度班加罗尔和爱尔兰都柏林兴起成为了软件生产和数据处理中心。后台办公业务的外包也促进了呼叫中心的全球分布(参见 5.3 节)。

240

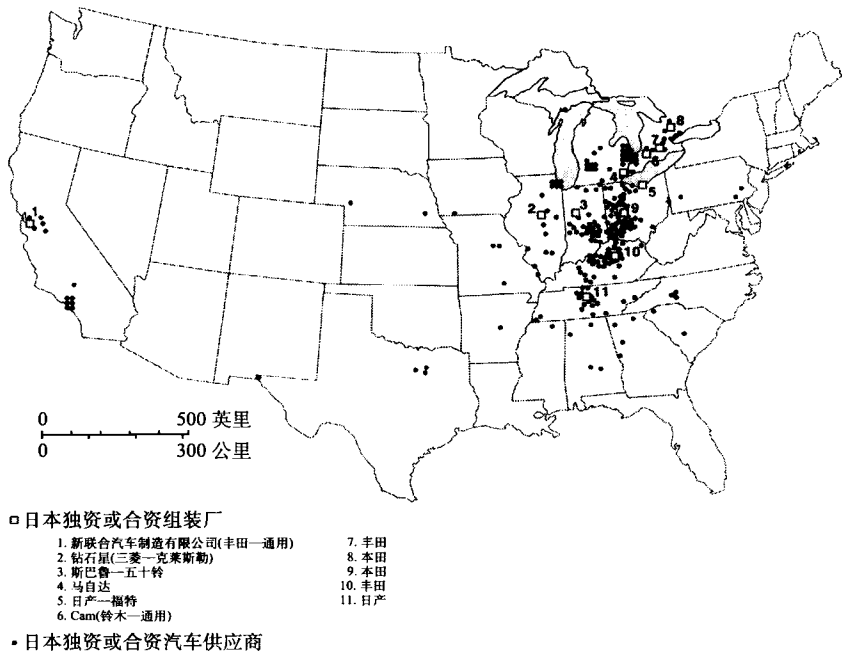


图 8.5 20 世纪 90 年代初期日本迁移到美国的工厂

资料来源:根据 Mair(1994)Figure 5.3 重绘。经 Palgrave Macmillan 出版公司允许转载。

专栏 8.2 跨国公司与新国际劳动分工

在 19 世纪,世界经济是由西欧和美国等工业化经济体为主导,主要从事以发展中国家开采的原材料为基础的产品制造业。在帝国主义和殖民主义关系的支持下,这种国际劳动分工的“传统”形式一直盛行到 20 世纪 60 年代晚期。60 年代以来,开始出现一种“新”国际劳动分工(NIDL),一些发展中国家通过跨国公司的投资战略在全球经济中扮演了新的角色。在新国际劳动分工中,欧洲、北美和日本的跨国公司在新型工业化经济地区(NIEs)建立起劳动密集型出口平台,并以此为基础构建起一个全球制造业体系。新国际劳动分工这一理论主要由福祿培尔等(Froebel et al., 1980)在研究服装行业的过程中提出,认为随着核心国家制造业利润率的下降,同时出现了由市场增长落后于生产力增长所导致的市场饱和及消费不足,从而导致了新国际劳动分工的出现。为此,跨国公司运用其全球实力将生产活动从工业核心国家转移到生产成本较低的新兴工业化经济体,制成品则从海外工厂通过出口回到核心国家市场。最重要的是,该系统依赖于允许生产分散化的新技术,从而可以利用边缘地区廉价的童工、女工、低技能和无技能工人。生产过程中资本密集型的部分依然主要位于发达工业化经济体,而南美、东欧、非洲和亚洲的新型工业化经济体已经成为劳动密集型生产活动的聚集地。出口加工区(EPZs)通常提供一系列税收激励政策,这也是自 1960 年代以来新国际劳动分工最显著的实际表现。

但是,新国际劳动分工理论受到了广泛的批评。特别是这一理论忽视了20世纪60年代以来全球经济的几个重要趋势:

- 传统形式的国际劳动分工依然重要,主要表现在原材料开采和农业生产领域的投资显著增加。
- 外商直接投资依然以发达国家之间的相互投资为主。
- 新型工业化经济体的对外投资和跨国公司的快速增长,使新国际劳动分工的简单模型复杂化了。
- 目前世界大多数外商直接投资主要发生在服务行业,主要为东道国市场服务而不是再出口。
- 该理论过分强调了廉价劳动力对吸引制造业活动的重要性。许多其他的制度因素,如有利的政府政策和良好的企业环境同样重要,甚至更为重要。

因此,目前全球经济的现实情况是,传统国际劳动分工和新国际劳动分工相重叠。这种劳动分工的空间格局必然比新国际劳动分工理论下简单的核心—边缘理论更为复杂。



图 8.6 泰国南部罗勇府的汽车产业集群

资料来源:Martin Hess, 经允许转载。

最后,随着跨国公司的生产网络在同一地区的不同国家间扩展,可能促进广泛的大区域一体化的形成。在此过程中,企业间的密切联系将区域内不同的经济活动地点“串联”起来。专栏 8.3 描述了东南亚地区跨国公司生产网络对该地区大区域经济一体化过程的影响。

专栏 8.3 东南亚的跨国公司生产网络和大区域一体化

243

大多数全球经济评论家都认为,跨国公司活动的全球化正使全球生产体系日益分散化、全球贸易体系日益一体化。但是,进一步考察可以发现,许多跨国公司显然越来越倾向于在全球经济中的特定大区域组织生产活动。全球经济的大区域化发展可以用三个相互关联的因素解释。首先,许多跨国公司的业务领域和复杂结构意味着要在一个大区域尺度而非真正的全球尺度来协调和整合公司活动。第二,劳动力、资金和技术等经济资源在特定区域(如欧盟)范围内的流动性越来越高了。第三,随着全球化进程的加快,大区域范围内自由贸易协定的数量和重要性都有所提升(参见专栏 7.4)。

我们可以通过东南亚大区域一体化的例子来阐释这种动态机制,该区域主要包括东南亚国家联盟所在的区域,一体化过程的主要动力来自日本跨国公司,以及近来的韩国跨国公司。20 世纪 90 年代中期以来,东盟自由贸易协定开始实施,从而进一步推动了这一进程。大区域化的进程尤其表现在两个产业(UNCTAD,2004):

- 汽车和汽车零部件产业:日本和其他汽车制造商正在巩固东南亚的生产基地,并采用了大区域生产网络战略与工厂专业化战略,以服务于东南亚自由贸易区市场。例如,丰田和日产在东盟不同国家内设立了不同职能的部门(如区域总部、金融、培训、零部件和组装部门),从而建立起区域化的运营网络。福特也采用了专业化的区域战略来服务于东盟市场,泰国的福特汽车工厂生产皮卡,菲律宾的福特公司生产轿车。

- 电子产业:电子行业中也出现了类似的发展趋势。例如,三星(韩国)已经在东盟建立了广泛的大区域生产网络。三星康宁(马来西亚)主要为马来西亚生产彩色显像管的三星电管厂提供玻璃管,还向三星电子(泰国)及其在印度尼西亚(彩电)、马来西亚(计算机显示器)和越南(彩电)的附属企业销售中间产品和零部件。日本索尼公司也为生产电子产品建立了类似的区域生产网络。

简言之,通过生产和供应关系,以及同一区域内企业之间关键零部件的采购活动,这些生产网络促进了大区域一体化的进程。

244

战略联盟和合资

在转包关系之外,企业间联系还可以表现为跨国公司与其他企业形成战略联盟和合资关系(图 8.1)。这两种组织形式与并购(M&As)不同。企业参与战略联盟和合资不需要进行所

有权的转变,因而在联盟或合资关系中保持各自的独立性。与此不同,参与并购的企业要经历所有权的转化。1998年德国的戴姆勒-奔驰汽车与美国的克莱斯勒公司兼并形成戴姆勒-克莱斯勒公司,原来的两个跨国公司都不复存在了,取而代之的是一个称为戴姆勒-克莱斯勒的新跨国公司。同样由兼并而产生的跨国公司还有皇家荷兰壳牌(石油)、富士施乐(电子)、葛兰素史克(制药)以及美国在线—时代华纳(媒体与娱乐)。

在一些竞争激烈的产业,企业倾向于参与一种非常专业化的企业间合作方式——战略联盟。战略联盟具有特定职能,可能只涉及企业的部分业务,而不涉及新的股本或资本。这种通过合作来竞争的方式可以称为“合作竞争”(coopetition),即合作和竞争的复合体。例如,在半导体和制药行业,由于竞争激烈、研发成本较高、技术更新速度快等因素,战略联盟的存在非常普遍。这两个行业的投资风险超过了任何单独的跨国公司的金融能力,因此战略联盟合作是进行全球竞争的最有效方式。在这些战略联盟中,许多跨国公司在一些产品领域是竞争者,而在另一些产品领域则是同盟。

在服务行业,针对特定职能的战略联盟也很普遍。例如,许多主要航空公司都可能参加下列战略联盟中的一个:星空联盟、寰宇一家联盟或天合联盟。通过这些联盟,参与的航空公司可以在电子预定系统实现代码共享,从而允许交叉负载乘客,以减少单个航空公司的空座率。

如果两个或多个企业决定为某个特定目标而建立一个单独的企业实体,通常选择的方式是联盟式合资企业。在此,参与企业需要向合资实体注入新的资本。在某些情况下,参与企业可能用其他资产(如土地和信誉)来代替资本注入,这通常称为合作型合资企业。建立合资企业的目的是为各参与方分散金融风险、从企业间的协同中获益、共同开发新产品和市场等,因此也是一种在大多数行业内常见的企业间联系。在许多发展中国家,政府管制要求东道国公民或企业必须在外资企业中持有最低股份,这也进一步促使外资跨国公司在进入一国市场时,倾向于采用资本合资或合作合资企业的形式。显然,许多跨国汽车制造公司相互之间也结成合资关系。在南美、非洲、东欧和亚洲,实体合资企业是外资汽车制造商进入和开发新市场时普遍采用的形式。

与国际转包一样,国际战略联盟和合资的空间影响也是多方面的。我们看到,在许多存在战略联盟的行业中,以项目为基础的团队合作正在兴起(专栏 5.6)。这些项目团队内部的面对面交流通常在不同国家的城市和科研中心进行,因此,某些地点之间的联系变得非常紧密,而其他地点则相对被排除在外。例如在半导体行业,台湾新竹和美国硅谷之间存在着密集的跨国交流和联系(9.4节)。由于这些联盟和合资组织的大多数活动是发展型和高附加值的,因此这些活动所在的地点变得越来越繁荣和有竞争力(如欧洲和北美的研发集群)。空间发展的不均衡由此进一步加剧了。

特许经营和合作协议

特许经营是一种商业组织形式,即拥有注册商标或知识产权的跨国公司同意让一个特许经销商(通常位于母国之外)在遵循其指导原则和要求的情况下使用该商标或产权。因此,这是一种建立在特许权拥有人(跨国公司)和特许经销商(本地企业)之间的企业间联系。麦当劳、肯德基和汉堡大王等快餐店(图 8.7),星巴克咖啡连锁店(专栏 4.1)和 7-11 便利店等都是



图 8.7 加勒比海地区的快餐连锁店

资料来源:本书作者。

很常见的特许经营的例子。由于这些跨国公司普遍采用特许经营的方式进行国际化,因此这些注册商标的全球性已经广为人知。但是,在许多国家,特许连锁店不一定由这些跨国公司所有,而通常是由本地特许经销商经营的。

这种企业间联系的形式在服务业非常流行,主要有两个原因。首先,许多服务型跨国公司可能没有足够资金,或不愿意将巨额资金同时投入多个地方市场的开发,而这却通常是零售业和快餐业的特点。其次,一些服务型跨国公司可能不愿意承担对本地文化、社会关系和地方顾客行为不熟悉的风险,而特许经销商可能是非常熟悉东道国市场的本地企业,因此成为了服务型跨国公司开拓本地市场的方便且低成本的选择。

另一方面,合作协议涵盖了非常广泛的企业间联系,包括从许可协议到非资本形式的合作。这些协议在制造业和服务业都可以找到。在制造业中,一个跨国公司可以通过其专利技术的授权获得版权收入。例如,拥有 DVD 格式版权的飞利浦(荷兰)、索尼(日本)、先锋(日本)和 LG(韩国)通过授权,可以从获得许可的制造商所生产的每个 DVD 播放器中收取版权税 247 (<http://www.licensing.philips.com>, 2006 年 2 月 15 日访问)。在服务业中,如旅馆业,两个企业可以达成一个培训合作协议,联合培训为雇员提供联合人力资源开发培训项目。由此,两个企业(旅馆)都可以从联合人力资源项目中获益。

通过特许经营和合作协议,跨国公司可以迅速开拓国际市场并促进产品和服务在东道国市场的消费(关于消费的更多内容见第十章)。在零售和餐饮业,一些餐饮业连锁店(如麦当劳和肯德基)和消费产品(如可口可乐)的全球普及通常被视为经济活动全球化的直接证据,因而又被称为“麦当劳化”或“可口可乐化”。标志性的特许经营活动在全球各地普遍存在,从而提出了一个显而易见的问题:跨国公司的全球扩张是否存在任何障碍? 这使我们进入本章倒数第二节关于全球扩张限制的讨论。

8.6 全球扩张的限制

我们主要讨论了生产网络中跨国公司的企业逻辑及其国际化扩张中采取的不同组织结构和战略。表 8.2 总结了我们所讨论的不同组织形式的成本和收益。我们的观点是,跨国公司并不是通常所认为的全能经济机构。在当前高度竞争的世界经济中,它们的全球扩张是有显著限制的,这些限制远远超出了巴林银行案例中所反映的大量内部组织限制。跨国公司的全球扩张主要存在三种限制:竞争带来的时间和空间的压缩,反全球化运动的高涨,以及社会和文化障碍。

表 8.2 不同跨国运营组织形式的成本和收益

组织形式	跨国公司的成本	跨国公司的收益	空间影响
1. 全资所有的分公司	<ul style="list-style-type: none"> • 高资本投资 • 与东道国政府和当地企业存在潜在冲突 • 面临更多的跨境管理和组织问题 	<ul style="list-style-type: none"> • 完全的组织控制 • 对商业机密和自有技术的保护较完善 • 生产和市场服务的…致性 	<ul style="list-style-type: none"> • 通过外溢和技术转移给本地经济带来潜在收益 • 组织文化的空间转移
2. 国际转包	<ul style="list-style-type: none"> • 供应链易受影响 • 自有技术和知识产权可能外泄 • 对生产缺乏直接管理控制 	<ul style="list-style-type: none"> • 具备成本竞争力 • 库存管理的灵活性 • 降低投资风险 	<ul style="list-style-type: none"> • 发展中国家出口加工区的发展 • 新国际劳动分工的兴起 • 一些东道国区域的潜在升级
3. 战略联盟和合资	<ul style="list-style-type: none"> • 对技术和知识产权缺乏控制 • 管理合作的问题 	<ul style="list-style-type: none"> • 风险共担 • 可获得合作者的技术和知识 	<ul style="list-style-type: none"> • 本地经济联系加深 • 超出本地网络联系的发展
4. 特许经营和合作协议	<ul style="list-style-type: none"> • 潜在的知识产权侵权 • 监管特许经营机构和管理链的成本 	<ul style="list-style-type: none"> • 资本投资要求低或无要求 • 快速的市场进入和扩张 • 对商标、品牌和知识产权的财务回报 	<ul style="list-style-type: none"> • 特许经营连锁的空间发展迅速 • 特许经营文化形态和行为的扩散 • 消费的同质化

首先,全球竞争加剧导致了时间和空间的“压缩”:新产品和服务开发的速度大幅提高,“远方”的竞争者不再遥远(Harvey, 1989)。这种时空压缩(time-space compression)已经影响了跨国公司活动的空间范围。正如我们在第五章所看到的,这使空间集群成为必需,从而对跨国公司生产活动全球扩张形成限制。例如在石化产业(图 8.8),上游提炼产业和下游专业化工设施服务产业集群降低了供应中断的可能性,提高了生产效率——这些竞争战略都是为了缩短最终产品进入市场的时间。而且,许多产品型的跨国公司已经采用了即时生产方式(JIT)以提高效率、培养市场反应能力以及创新能力(见表 5.2)。在汽车行业,即时生产使主要供应商必须邻近主要汽车制造商。例如,日本电装株式会社(Denso),作为一个日本汽车主要供应商,不得不分别在几个东亚和东南亚国家复制其制造职能,其在澳大利亚、印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、中国台湾和泰国的子公司都参与了为本地和外国汽车制造商制造空调系统的工作。这种关键零部件的本地生产对于其主要客户是非常重要的。有意思的是,时空压缩可能使跨国公司在产品和服务销售方面实现全球扩张,同时凸显了在全球尺度之下的国家尺度和

大区域尺度进行组织活动的要求。正如我们将在下一章所看到的,目前跨国公司生产系统内在的复杂性以及即时生产的“脆弱”联系使它们越来越容易受到工人/工会活动的冲击。



图 8.8 新加坡吉戎岛的化工产业集群

资料来源:本书作者。

其次,近些年跨国公司的全球扩张已经面临越来越严重的有组织的抵抗。自 1999 年的西雅图世界贸易组织部长会议以来,反全球化运动的势头日渐强劲,并推动了在布拉格(2000)、魁北克城(2001)和日内瓦(2001)等城市的反全球化、反全球资本主义和反全球公司的有组织示威游行。作为对“全球经济论坛”这个由企业和政治领导人组成的专业跨国公司组织的重要反击,2001 年“全球社会论坛”兴起,与支持跨国公司的商界和政界组织“全球经济论坛”针锋相对,使得跨国公司全球化的政治性进一步凸显。这些组织运动已经对跨国公司的全球扩张施加了反向压力,这种压力的程度是前所未有的。因此,跨国公司越来越小心谨慎,以免成为这些运动的攻击目标。耐克公司就是一个很好的例子。由于受到社会和劳工运动对其转包工厂工作环境的猛烈攻击,耐克已经开发了对转包商的广泛监管和评估系统。通过加盟全球工人和社区联盟,耐克力图通过定时实地考察和有目标的访谈来提高其合同工厂工人的话语权。但是,正如我们在第四章看到的,人们对这些做法能否有效改善工人的工作环境,依然存在许多疑虑。

最后,跨国公司活动全球化的社会和文化障碍依然很显著。显然,全球经济的概念掩盖了文化形态和社会行为模式的巨大差异。例如,依然活跃的地方文化、消费方式以及不同形态的亲缘/社会关系,都会对跨国公司的全球化提出挑战。耐克在 2004 年 12 月的全球广告运动中未能重视地方文化就是一个生动的例子。该广告显示的是克利夫兰骑士队的篮球明星勒布朗·詹姆斯打败了一个中国功夫高手、一对中国龙以及两个身穿中国传统服装的妇女。这个

原本被认为是一个时髦且活力十足的广告,讲述的是一场身着耐克运动衣的现代篮球手与中国古代文化元素的比赛对抗,但在中国人看来,这无疑是具有侮辱性的。对耐克而言,这种缺乏文化敏感性的成本是巨大的,因为该广告引起了负面效应,在中国被禁止播放,而中国又是耐克产品的主要市场之一。这是一个很典型的例子。其他一些跨国公司因未能充分理解社会和文化差异,而没能处理好与合资伙伴、供应商、市场等关系的例子屡见不鲜(更多分析见第十一章)。相反,那些能理解并能有效适应地方差异的跨国公司能从中获益。例如,英国乐购连锁零售商在韩国获得成功,在很大程度上是由于有效的本地化使之可以满足韩国消费者的特殊需要(Coe and Lee,2006)。

251 8.7 小结

本章对跨国公司(被新古典经济学看作“黑箱”)进行了系统的分析。我们可以将跨国公司看作同时拥有内部(企业内)和外部(企业间)生产网络的系统。以该方法解读跨国公司有许多好处。首先,这使我们能更好地理解由旗舰型跨国公司主导的全球生产系统组织的多样性和差异性。分析表明,这些企业内和企业间的网络可以通过各种方式组织。其次,这种方法显示了不同的空间和地点是如何被纳入跨越不同国家和大区域形态的全球生产网络中的。该方法使我们敏感地发现全球经济中的地理多样性,而这又是跨国公司全球战略的原因和结果。该方法还解释了全球生产网络的不同地点是如何制造、留存、维护和获取价值的。最后,从概念上,传统经济学方法只关注企业和工人,而网络方法将各种经济主体和利益相关者都包括进来。我们将在随后的几章内系统分析这些主体。

跨国公司在组织形态、生产空间以及实际利益相关者方面存在很大的多样性,那么跨国公司如何将各个方面统合在一起?本章认为,有效的全球化对跨国公司而言并非易事。为建立向外扩展的全球运营体系,跨国公司必须将基于地方的自然、政治、经济、社会文化差异考虑在内。随着跨国公司进入全球经济的不同区域,这些地理差异将进一步被强化,并形成组织与合法性方面的挑战。这反过来也增加了跨国公司在罢工活动、恶意破坏、消费者抵制、处罚性管制、金融曝光、物流瓶颈等方面的一系列风险。这些风险在很大程度上是与全球扩张相联系的,也超出了任何一个跨国公司的单独控制范围。

此外,尽管许多跨国公司强调全球化的重要性,但仍有一些跨国公司非常重视大区域化和本地化的战略发展。在大区域和本地尺度上组织生产链对许多跨国公司而言也是重要的战略考虑。跨国公司加强对不同区域和地点特殊性的重视,不仅出于扩大产品本地市场份额和减少有关经营风险的考虑,同样重要的是,这还与具体跨国公司的人力资源结构有关。这就是下一章我们要讨论的主题:劳动者及其影响。

延伸阅读材料

- 迪肯(Dicken, 2003)从经济地理角度为跨国公司作为全球经济的推动者和塑造者提供了非常权威的解释。
- 对全球市场网络的详细论述,见汉德森等(Henderson et al., 2002)和寇等(Coe et al., 2004)的论著。
- 杨(Yeung, 2000)和格罗伯(Grabher, 2006)对关于网络和组织的地理学文献提供了详细评述。
- 对于近期汽车工业方面的地理研究,见迪肯(2003: Chapter 11)、帕克(Park, 2003)、德普纳和巴特尔特(Depner and Bathelt, 2005)的论著。服务业方面的例子,见里格利等(Wrigley et al., 2005)、寇与李(Coe and Lee, 2006)对零售跨国公司的分析。
- 巴林银行倒闭的详细叙述见提克尔(Tickell, 1996)。

问答题

- 为什么不同行业 and 不同东道国(地区)的跨国公司组织跨国活动的方式不同?
- 地理布局在跨国公司生产链全球构造中的独特作用是什么?
- 决定一个跨国公司进行公司间联系的因素是什么?
- 可能限制跨国公司全球扩张的因素有哪些?

延伸学习资源

- <http://www.unctad.org/wir>: 世界投资报告网站,包括许多跨国公司全球扩展方面最准确的数据和最详细的分析。
- <http://www.hsbc.com>: 汇丰全球公司网站给了“全球的本地银行”一个很好的阐释。
- <http://www.bmwgroup.com>: 宝马公司的网站,包含了其全球生产网络的很有价值的信息。
- <http://globalization.about.com>: 该网站提供了关于反全球化组织、机构和个人非常有用的信息和链接。
- <http://www.sed.manchester.ac.uk/geography/research/gpn>: 曼彻斯特大学的全球生产网络网站,包含了该章讨论所涉及的相关研究论文。

(马丽译,刘卫东校)

参考文献

Coe, N. M., Hess, M., Yeung, H. W-C., Dicken, P. and Henderson, J. (2004) 'Globalizing' regional develop-

- ment: a global production networks perspective, *Transactions of the Institute of British Geographers*, NS, 29:468-84.
- Coe, N. M. and Lee, Y. S. (2006) The strategic localization of transnational retailers: the case of Samsung-Tesco in South Korea, *Economic Geography*, 82:61-88.
- Depner, H. and Bathelt, H. (2005) Exporting the German model: the establishment of a new automobile industry cluster in Shanghai, *Economic Geography*, 81:53-81.
- Dicken, P. (2000) Places and flows: situating international investment, in G. L. Clark, M. A. Feldman and M. S. Gertler (eds) *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford: Oxford University Press, pp. 275-91.
- Dicken, P. (2003) *Global Shift*, 4th edn, London: Sage.
- Donaghu, M. T. and Barff, R. (1990) Nike just did it: international subcontracting and flexibility in athletic footwear production, *Regional Studies*, 24:537-52.
- Fröbel, F., Heinrichs, J. and Kreye, O. (1980) *The New International Division of Labour*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Grabher, G. (2006) Trading routes, bypasses, and risky intersections: mapping the travels of 'networks' between economic sociology and economic geography, *Progress in Human Geography*, 30:163-89.
- Harvey, D. (1989) *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford: Basil Blackwell.
- Henderson, J., Dicken, P., Hess, M., Coe, N. M. and Yeung, H. W-C. (2002) Global production networks and the analysis of economic development, *Review of International Political Economy*, 9:436-64.
- Mair, A. (1994) *Honda's Global Local Corporation*, New York: St. Martin's Press.
- Park, B-G. (2003) Politics of scale and the globalization of the South Korean automobile industry, *Economic Geography*, 79:173-94.
- Tickell, A. T. (1996) Making a melodrama out of a crisis: reinterpreting the collapse of Barings Bank, *Environment and Planning D: Society and Space*, 14:5-33.
- UNCTAD (2004) *World Investment Report 2003*, Geneva: United Nations.
- Wrigley, N., Coe, N. M. and Currah, A. (2005) Globalizing retail: conceptualizing the distribution-based transnational corporation (TNC), *Progress in Human Geography*, 29:437-57.
- Yang, Y-R. and Hsia, C-J. (2007) Spatial clustering and organizational dynamics of trans-border production networks: a case study of Taiwanese IT companies in the Greater Suzhou Area, China, *Environment and Planning A*, 39, in press.
- Yeung, H. W-C. (2000) Organising 'the firm' in industrial geography I: networks, institutions and regional development, *Progress in Human Geography*, 24:301-15.

第九章 劳动者的力量：工人们 能否塑造经济地理？

目 标

- 认识流动性如何使资本比劳动力具有更强的议价能力
- 评价各国政府和企业的劳工管制制度
- 理解工人为改善自身处境可能运用的各种地理策略
- 思考形成其他的/非资本主义式的劳动地理格局的可能性

9.1 引言

在 90 年代中期,阿根廷的经济被作为一个成功范例广为称道。阿根廷于 1989 年开始了一系列经济改革,实行对外开放和国有产业私有化,并将本国货币与美元保持固定汇率。改革使得外国投资大量涌入,其经济增长率在 90 年代早期保持在 8%左右。但是到 2001 年下半年,形势急转直下。固定汇率制度成为了不利因素,因为这使阿根廷出口商品价格过高,贫困人口比例达到了历史高点,失业率据估计高达 30%。阿根廷政府艰难地偿还私营部门的债务,但到 2002 年 11 月 14 日,阿根廷宣布无力偿还世界银行的一笔贷款。当时,它偿还了贷款利息——大约为 8000 万美元,但是无力偿还约为 8 亿美元的贷款本金。阿根廷在政治和经济上都处于动荡不安的状态。

就在这种纷乱的局势之中,一场新的社会运动日益凸显。全国各地的工人们开始接管摇摇欲坠或者已被遗弃的工厂,开始重新运营。2001 年 10 月份,赞农陶瓷公司的工厂被下岗工人占领。另一个例子可能最广为人知:2001 年 12 月,位于阿根廷首都布宜诺斯艾利斯的布鲁克曼服装厂被厂主遗弃后,由其工人接管。这种接管有些是和平地实现的,但还有一些引发了与当局的冲突。在上述的布鲁克曼事例中,工人们在 2003 年 4 月份被警方强行赶走,直到当年年底才回到工厂。到 2004 年年中,据估计,全阿根廷大约有 200 家工厂由工人管理,其所属行业从烤面包到金属熔铸,涵盖甚广。有一些例子是非常成功的,工厂的销售额和利润增长了,工人的工资也有了大幅提高。但是这种运动的未来局势尚不十分明朗——有一些工人接

255-

256

管的工厂已经确立了工人合作社的正式身份,但还有一些在法律上仍未被认可,在法律地位上受到前任厂主和当地政府的挑战。一些合作社开始了相互联合,成为拉丁美洲广大范围内运动的一部分。到2004年中期,据估计,这样的工厂在巴西有100个,在乌拉圭有20个。在巴西,从1994年起,这些工厂通过全国工人管理企业联合会(ANTEAG)正式地组织起来。以阿根廷的运动为蓝本,纳奥米·克林(Naomi Klein,著名的反全球化人士、作家和记者)和艾维·刘易斯(Avi Lewis)于2004年创作了广受评论界称赞的纪录片《接管:占领、抵抗、生产》(*The Take: Occupy, Resist, Produce*)(图9.1)。

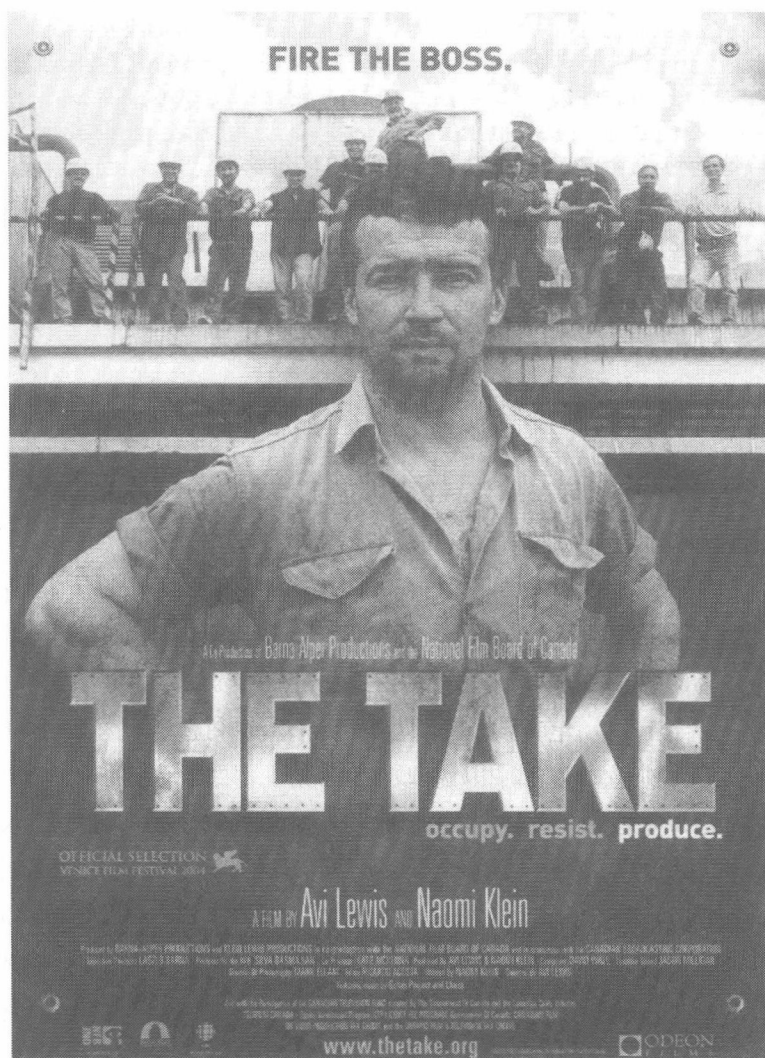


图9.1 接管

资料来源:艾维·刘易斯与纳奥米·克林执导的纪录片《接管:占领、抵抗、生产》(©2004)。

这个例子说明了贯穿本章的几个论点。首先,它展现了一个地方的工人如何日益受到全球化竞争、政府政策和跨国公司的多重压力。然而,这些工厂的工人运动表明,即使是在全球化资本主义经济制度的限制下,工人仍然有能力干预和改变事态的发展轨迹。其次,阿根廷工厂联合组织的出现,以及巴西更为正式的此类组织的形成,表明工人团体能够在各个地域尺度上组织行动,而不仅仅局限于工作地点和当地。最后,这种由工人所有和管理工厂的形式出现,提示我们除了资本主义制度下固有的雇主—雇员关系之外,还可以有其他形式的劳动组织。

围绕上述论点,本章分为四个小节进行论述。下一节,我们将探讨现代社会关于资本空间流动性的一般理论,即相对于受地域约束的劳动工人,流动的资本如何获得了很强的议价能力(9.2节)。这种说法有很大的真实性,但是对事态进程的描述过于简单化。然后,我们讨论企业和国家政府用来使工人服从或妥协的各种制度和政策(9.3节)。这些劳工管制措施源自不同地方,有截然不同的形式,也有不同的结果。在第三小节,我们不再以消极被动的眼光看待劳动者,转而探讨工人们在经济活动中的积极作用(9.4节)。我们将观察劳动者应用一系列具有地方性质的策略来捍卫自身利益的一些事例:在不同地点间的流动,在特定地点的工人运动,以及跨越地域的联合。第四,我们将探讨不是以市场自由交换与薪酬劳动为基础的另类工作方式的可能性(9.5节)。本章的中心论点是,通过集体努力,劳动者能够成为现代经济地理的重要的、积极的塑造力量。

9.2 全球化的资本,地方性的劳动力

257

我们先来回顾有关全球化资本主义制度下劳动者地位的流行观点。其基本论点是,现代资本主义的一个基本特征,是资本比劳动力更具有地理流动性。这一特点使得资本同劳动力议价时有更大的话语权。特别是,公司动辄以改变生产地点相威胁,由此获得决定雇员的工资、福利、合同、投资策略等的主动权。因此,跨国公司在全球范围内的活动重组,成为了与工人以及地方利益集团谈判的关键性工具(第八章)。相对而言,工人们被迫在某一特定地点维护自己的利益,且在此过程中,可能与其他地方力图保住自己工作岗位的工人形成直接竞争。这种地区间的竞争导致劳工利益的逐步削减,因为流动性的资本总是要寻找最高的收益率,这种过程有时被称为“逐底竞争”(race to the bottom)。

这种竞争可能发生在国家之间,也可能发生在一国内部各地区之间。例如,当日本汽车制造商准备在欧洲设立一个新工厂以服务欧洲市场时,英国和西班牙可能会为争当这个新工厂的东道国而形成竞争。同样,一个国家内的几个地方也会因吸引投资而彼此间形成竞争。国家、区域以及地方的各级政府都可能卷入这种竞争,利用纳税人的钱提供种种激励和便利,以确保中标和吸引投资。例如,1993年美国阿拉巴马州政府对当时的梅塞德斯-奔驰公司提供

价值 2 500 万美元的优惠激励,以吸引其在阿拉巴马州设立新工厂,从而在与南方其他州的竞争中胜出。算下来,这家工厂每个新增工作岗位花费了 16.7 万美元的政府补贴。这种为就业机会而实行的竞争举措,后来成为政坛左右两翼论争的焦点事例之一。从新古典经济学的角度看,这种竞争驱动型的体制能通过全球化提升效率,从而为所有人创造利益。而从更具批判性的马克思主义的角度看,这是新自由主义经济的一部分,使得劳动者从属于雇主,劳动者的工作条件和工资水平不断受到损害。(见专栏 9.1 中针对劳动者与劳动市场的各种观点)。

这种认为资本流动性高于劳动力的普遍观点是有一定说服力的。在过去几十年中,由于多重因素作用的结果,资本的地域流动性明显增强。监管放松具体表现为国际间贸易和外国直接投资的门槛降低,使商品和生产要素(即原材料、技术、人员、资本)的转移更加便利(第七章)。而生产、运输和通讯技术飞速进步,也促进了复杂的生产地域分布的形成和金融资本的全球化快速流转(第五章和第八章)。因此,监管放松和科技进步共同加重了地区间的激烈竞争。例如,科技进步使生产率大大提高,甚至超过了市场本身的扩展,从而强化了成本竞争。另一方面,监管放松降低了外国公司的准入门槛,从而加剧了本土市场上的竞争,同时也为本国企业到国外发展提供了机会。

258

专栏 9.1 关于劳动力与劳动市场的不同观点

这里列出理解劳动力和劳动市场的三种宽泛的观点。应当指出的是,这里的每一种观点其实都是一组相关联的研究方法,而不是同质化的观点。当代经济地理学倾向于对新古典主义世界观提出批评,而综合马克思主义和制度学派的观点和方法(详见 Martin, 2000):

1. 新古典经济学方法论:强调自由市场是实现劳动力供给平衡的关键机制,同其他“商品”没有差别。在这种理想化的世界里,工人们仅仅向雇主们出售其服务。雇主们在确定的时间段里受益于工人的劳动能力,而工人们则得到工资,用以购买维持生存和发展所需的商品。通过价格调整和基本供求规律,最终达到一种均衡的劳动力市场“出清”(clear)状态(即每个人都找到了工作)。然而,并不是所有工人都是平等的。例如,不同的技能水平对应着由公开市场决定的不同工资水平。当劳动力市场不能平衡时,市场缺陷(如失业和职位空缺)被归咎于各种妨碍劳动市场有效运转的障碍因素(如政府干预)。与此同时,工人被视为理性的个体,努力从雇主那里争取最好待遇。

2. 马克思主义方法论:对新古典经济学观点高度批判。马克思主义观点强调,无监管和不涉及政治的劳动力市场是极其不现实的。在资本主义制度下,雇佣关系至少在原则上是一种对抗性关系。劳动力市场是斗争的场所,而不是自由交换的场地。基于此,马克思主义认为资本主义是一种本质上不公平的体系,利润来自于工人制造的价值高出他们得到的薪酬部分的商品。这意味着新古典主义将市场看作一种中立交换的方式,掩盖了每天发生

在工作场所的剥削,并且很少提及社会中的权力与抗争。在马克思主义者看来,无论是在理论上还是在实践中,剥削都将工人们摆到了资本家的对立面。与新古典主义个人自主买卖劳动力的看法完全不同,马克思主义者看到的是劳动者的集体政治学,即阶级利益决定个人的利益和行为。

3. 制度学派:关注各种制度在经济生活中的作用。这一学派认为,无论是在新古典主义还是马克思主义的经济学中,尤其是前者,经济生活都是从社会—政治和文化的背景中抽象出来的。制度可以被看作一些普遍接受的影响人们行为的规则和制度,其制定者可能是个人,也可能是某种外部权威。这有助于区别制度环境(规则、习惯、惯例,等等)与制度安排(例如市场、企业、协会等组织形式)。由此,劳动力市场可以被看作一套社会制度,其性质随地点不同而变化——这一点对经济地理学者而言非常重要——因为各地的雇佣惯例、工作场所模式、工作文化和劳工传统都有种种差异。这一领域的研究旨在揭示本地制度和非本地制度如何交互影响,从而塑造本地的就业、工资和福利条件。

259

与此同时,我们考虑一下工作与劳动力被约束在某一特定地方的一些情形:

- 每日通勤:大多数工人没有时间或者财力长途旅行去工作。虽然在发达资本主义国家,每人每天平均上下班通勤达到100公里甚至更多,但世界上绝大多数劳动者都生活在距离其工作地点比较近的地方。简单地说,“劳动者必须每晚回家”(Harvey, 1989:19)。

- 劳动力再生产:劳动力再生产也必然是本地化的。日常生活的各种机构和社团,如家庭、教堂、学校、俱乐部,等等,都是经过一段时间在特定地点形成的。

- 地区依恋:与其他商品不同,劳动力具有地区依恋或者地区认知的倾向。“家”(home-place)这个地方维度概念对很多人而言,代表了自我感知和身份认同。特定地方可以变成熟悉、习惯、感情和友谊等各种体验的承载地。这种对某地的情感联系可能很难被打破。

260

- 生产场所:所有的生产活动都必须在“本地”进行。对于绝大多数被雇佣的工人来说,生产都是发生在固定的场所。例如,即使是最大的跨国公司,相对于绝大多数小企业来说其可移动性较大,但仍然需要在特定工作场所将劳动力、材料和技术进行结合。

- 监管:对工人的监管总是在“本地”实现的,即使监管机构是全国性的(例如某个全国贸易联合会)或者是国际性的(例如欧盟和北美自由贸易协定),其监管机制最终还是在地方尺度上发挥效力。

总之,与资本的流动性增强的情形相反,工人及其家庭显然存在强烈的地方依恋性。

但是,我们在本章其余部分要论证的是,这一普遍的观点在某种程度上被夸大了。将其作为现代资本主义制度下所有工人的总体特征存在两个问题。第一,它抹煞了上述情况发生的

空间差异与社会差异。从社会方面说,我们可以想到行业部门间的差异。如果说服装制造业确实存在基于工资水平的地区间激烈竞争,那么律师行业的情况就完全不同了。即使是在个体公司内部或者在同一商品链内部,通常也只有特定类型的工人(如制造业工人和日常管理人员)才会面临那样的竞争。从空间上说,我们可以考虑不同地理尺度所存在的差异。在大区域尺度上,各区域性机构保护劳工权益的制度各有不同。例如,在这方面欧盟被认为比北美自由贸易协定更为先进。在国家尺度上,由于文化与制度历史不同,劳动制度对工人的保护也有很大差异。表 9.1 对比了放松管制的新自由主义的美国模式,与给予工人和工人组织较多支持的日本和欧洲模式进行了对比。以雇佣制度为例,我们可以看到既存在外部竞争性市场背景下形成的短期雇佣关系(美国方式),也存在以公司内部缓慢晋升为主的长期雇佣关系(日本方式)。在同一国家的不同地方,劳资关系的特征也存在着相当大的区域差异。地方是特有的公司、工人及制度机构的结合体,没有两个地方的劳动力市场是完全一样的,因此,工人们所面对的问题和机遇也相应地不同。这种普遍观点存在的第二个问题是,它抹杀了工人参与和干预全球化经济的潜能,这个问题我们稍后讨论。

261

表 9.1 不同国家的劳动条件:三种理想化的模式

	美国模式	日本模式	欧洲模式
经济结构	低技能水平,价格竞争; 由于受国际竞争和成本敏感因素的影响,工资有下降的压力	灵活的体系; 兼具范围经济与规模经济; 高水平,但又是公司特有的技能	高技能水平、高工资的经济体,基于非价格性竞争的商品与服务; 大量的人力资本投资
就业模式	短期雇佣关系; 以市场为基础,通过外部劳动力市场进行调整的就业关系;个体及竞争性的雇佣关系	长期雇佣关系; 将骨干员工留在内部劳动力市场; 缓慢的、内部化的劳动力市场调整	中期雇佣关系; 高标准的就业保障; 就业水平的宏观经济稳定性
经济与社会模式	“市场化”的工作道德; 工作时间增加,而劳动生产率增长放慢,对人力资本的投资下降; 劳动力市场高度不平等	“公司化”的工作道德; 接受较长的工作时间; 服从公司权威; 社会默认的管理者主导的规则	“社会化”工作伦理; 工作时间缩减; 不平等现象较少; 普遍的基本收入水平
产业关系	以市场为基础的个人主义观念; 去工会化的人力资源管理(HRM)模式	对文化和制度的深入信任; 合作和遵从的思想观念; 企业设立工会	国家对经济和政治关系的监管; 制度化的就业权利; 工会享有社会公共地位

资料来源:节选自 Peck(1996:246-247)。

9.3 劳动力的地理:在压力下工作

尽管我们对劳动力市场的各种情形进行了讨论,但是有一点是毋庸置疑的:在现代资本主义制度下,工人面临着广泛的劳工管制。这些劳工管制威胁或损害工人的工作待遇和条件,甚至可能剥夺工人的工作机会。本节中,我们分析公司和国家用于控制劳工的各种手段,然后进一步分析这些机制在东南亚各地的实际应用。

公司和国家的劳工控制策略

对工人利益造成最大损害的往往是企业的调整或重组。为追求利润,企业需要对其员工进行战略性管理。正如我们在第三章中看到的,通过劳动力的空间分工,公司通常会选择在特定地区开展业务,以利用当地特定类型的劳动力。在这一决策过程中,主要考虑的因素包括劳动力价格、技能水平和生产效率、战斗性以及集体团结性,等等。例如在呼叫中心这个行业,雇主们通常在相对边缘化的地区寻找大量廉价的、组织程度低的女性工人(我们将在第十二章基于更广的模式进行详细讨论)。有些情况下,移民工人群体易受剥削,因为他们在当地缺少社会联系并且急需工作。

在某些情况下,企业的重组策略是调整在特定区域的经营规模。最明显的例子是,企业决定把生产活动转移到别的地方去。作为广泛的全球化进程的一部分,生产日益变得离岸化。那些失业工人在当地寻求类似工资水平和劳动条件的工作时,可能会遇到产业变迁带来的挑战——比如从制造业岗位转向服务业岗位——可能出现工人技能与当地经济需求不匹配的情况。但在现实世界中,很少有企业会采取“拔腿走人”的政策,彻底离开一个地方。相反,他们更多的是调整在某地的业务规模,或者是在公司下设多家工厂的情况下,调整各地工厂的经营活动比重。而且这种调整性的决策也越来越多地是在全球尺度上做出的。

企业还可能用另外一种方式来削减在某地的业务规模,即将一些业务活动“外部化”,由供应商或分包商提供。在这种情形下,由于供应商之间的竞争,工人工资水平和工作条件可能下降。在某些行业中,比如无论是发达国家还是发展中国家的服装制造业,可能出现一些落后的、缺乏监管的劳工组织形式,如家庭作坊式工作和非正式工作。

还有一些企业策略涉及改变某地业务经营的性质。如第五章中提到的,技术变革在这方面发挥了关键作用。新的生产技术可能取代人工从而导致工作岗位的减少(如流水线作业的自动化),或者改变工人的工作程序(例如,由文书处理转变为计算机处理)。有人对此持正面观点,认为技术变革减少了重复性劳动,创造出技能性的新岗位。但也有批评者指出,有些新技术只是有利于以更苛刻的方式对工人进行监管和监视。例如呼叫中心的员工与顾客的电话

交谈经常会被录音,作为对工作的监控。与应用新技术密切相关的是,企业会以其他方式提高雇员们的劳动强度。例如采用新的值班制度、延长加班时间、降低或者取消不同工作岗位间的区分(被称为多技能),还使用各种弹性雇佣形式如兼职、短期工、临时工等。

除了技术变革与提高劳动强度的策略之外,企业还可能在工作地点限制工会活动。雇主可能在工作地完全禁止工会组织;或者只允许在工作地组建一家而非多家工会组织;也可能要求只与各工作场所的工人分别进行劳资谈判和争议仲裁,而不同意在更大的空间尺度上进行集体谈判;还可能在工作地成立工人管理委员会来取代会组织。更甚者,他们在与工人及工人团体谈判时,可能会采取让步性协商策略,要求冻结工资增长,或者在某些情况下降低工资报酬。在此过程中,企业谈判的一个重要策略就是强调全球化背景下成本竞争的压力,或据此威胁将生产经营迁移到别处。“精益生产”(Lean Production)所描述的生产系统体现了所有这些机制的本质(专栏 9.2)。

在这些重组和重构进程中,企业可能会得到,也可能得不到各层级国家或准国家机构的支持。如我们在第七章中展示的,在对全球资本主义制度的任何分析中,国家政府都是极其重要和关键的因素。有些策略涉及政府对经济的监管方式,很多情况下放松监管是主流趋势。如我们前面提到的,国家或准国家机构(如世贸组织和国际货币基金组织)可消除或降低对贸易、外国直接投资以及人员、技术、资本流动的一些监管性壁垒,从而为资本的国际间流动创造条件。同时,经济活动的空间调整和生产地的市场化选择,将影响到次国家级及地方层级的政府活动(第七章中有说明),这意味着一国内部的各个地方经常会为吸引投资而相互竞争。

专栏 9.2 精益生产

现实中,各种不同的手段被结合起来控制劳动力。这些策略的联合使用产生了一种新的生产形式,通常称为精益生产(Lean Production)。精益生产最早出现于二战后的日本,随后广泛扩散。其核心就是通过各种灵活做法,将规模经济与范围经济结合起来。精益生产的灵活性有三种类型。首先,(岗位)职能(functional)灵活性,即员工轮岗和多技能化的程度提高。其次,(员工)数量(numerical)灵活性,即更多地使用签约外包及兼职员工和临时工。最后,(工作)时间(temporal)灵活性,即实行新的值班制(如24小时工作制)和加班模式。这些新的工作模式通常还与最新的生产技术相结合。精益生产模式的拥护者强调,这些革新增强了产品和流程的创新;而批评者则声称,采用这些灵活性方法的最主要目的是降低成本。尽管这种模式有很多正面的形容词,如“质量管理”、“团队工作”等,但这些革新并非简单地为工人赋予权力,而是对工人的时间和举动进行微观管理,因此,这一体系可以描述为“压力式管理”(Moody, 1997: 87)。将工人进行群组划分,形成团队、工作流程圈等,初衷是为了提高工人们对于生产过程的投入程度,但实际上可能达到架空工会甚至完全抑制

工会的效果。在某些情形下,工人及其代表被迫提出降低成本、改进质量的建议,从而与其他工厂竞争。精益生产的结果通常是工作岗位减少,劳动力在工作量、工作时长方面的压力增加。更多介绍参见穆迪的相关著作(Moody,1997)。

更具体而言,各国政府可能改变对劳动力市场的监管干预措施。举个例子,政府可以通过取消限制劳动力在不同工作岗位之间流动的规定,或者通过更加严格的立法来限制工会的活动,从而提高劳动力市场的灵活性。另一个提高劳动力市场灵活性的手段是改变对失业人员的支持方式。一些工业化国家如美国和英国,其社会福利制度正在逐渐被所谓的“工作福利”(workfare)制度取代,即失业者需要参加一些短期培训项目和从事一些低端工作才能获得救助性津贴,从而提高得到长期工作的机会。

最后,我们要牢记一个事实,即大多数的国家政府都是大雇主,这有三个方面的影响。第一,任何削减公共部门的举动都可能导致人员失业(如公务员队伍的调整)。第二,将某些业务(如餐饮、保安和IT服务)外包给私营供应商所带来的影响,与之前分析的公司业务外包是一样的。第三,将某些原为政府所有的产业(如供水、煤气和电力)进行整体私有化,同样会使工人面临公司之间的竞争。

265

实施中的劳动控制:东南亚的新兴工业化地区

工人们在全球化经济中努力谋生时,面对着公司和政府的各种各样的管制策略。图9.2总结了各种互相交叠的动态因素及其对工人和劳动力市场的影响。但是这些因素是如何互动而发挥作用的?这个问题只有从经济地理的角度才能找到满意的答案。地理的重要性在此体现为两方面。第一,就如我们马上能看到的,劳动管制概念本身就具有空间特性,并且是在多重空间尺度上实施的。第二,不同策略在特定地方以特定方式组合在一起,形成当地特有的劳动力控制体系(专栏9.3)。位于东南亚的三个产业园区和出口加工区的劳动控制,可以很好地证明这两点重要性(Kelly,2002)。

专栏9.3 本地劳动力控制体系

本地劳动力控制体系(Local Labour Control Regime,简称LLCR)这一概念有助于理解经济活动的一个固有特性,即经济活动总是在一定地方开展的。LLCR的发展是受资本主义的一个基本矛盾驱动的结果,即一方面是诸多企业空间移动的潜力和与之俱来的议价能力;另一方面是企业需要从特定地点的具体投资中获取利润,而这需要有一定的区位稳定性。LLCR是一组在特定时间和地点条件下的机制性组合——包括社会关系、模式、规则和习惯等,这

266

些因素共同协调着特定地点的生产、工作、消费和再生产之间的关系(Jonas,1996)。重要的是,这种关系超出了工作场所,将消费领域(居住、娱乐、家庭消费等)和再生产领域(教育、培训、医疗卫生、福利等)也包含进来。因此,LLCR的构建过程中自然会涉及(或者说至少是可能会涉及)包括工人、家庭、企业、民间团体和政府机构等在内的一系列相关因素。在一定程度上,LLCR是由特定地方的企业、工人、工会和监管机构之间构成的一组特定关系,正是这些关系使工人成为生产系统的一部分。同时,LLCR也是由多个尺度上的多种过程共同塑造而成的,其特性受非本地工人、雇主与外部监管联系的影响。换句话说,每一地方性的LLCR都位于更大尺度的LLCR之内,后者会影响但并非决定特定地方的雇主—工人关系的性质。特别重要的一点是LLCR以何种方式融入国家和国际尺度的生产体系,资本主义的全球生产体系一直力图从各种体制之间的差异中获益(例如劳动力成本、技能、工会化程度等方面的差异)。全球化资本主义经济特征之一是存在各种各样的LLCR。即使是在同一国家的同一行业内,这种差异也可能相当大。例如在美国的计算机行业中,加利福尼亚州硅谷的灵活性和创新性的劳动力体制,与马萨诸塞州波士顿附近第128大道地区那种由大公司主导的体制有显著不同(第十一章)。由于这种巨大的差异性,工人们面对的问题和可能性也随着地点的不同而差异颇大。毕竟,只有特定类型的经济活动会从地区间的投资流动和积极的空间重构中受益。更多的经济活动则是积极地融入LLCR以追求长期利益。

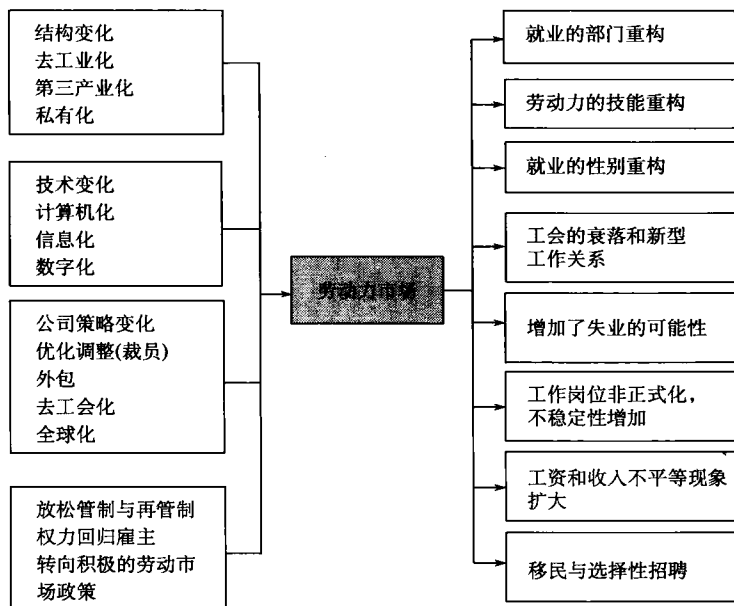


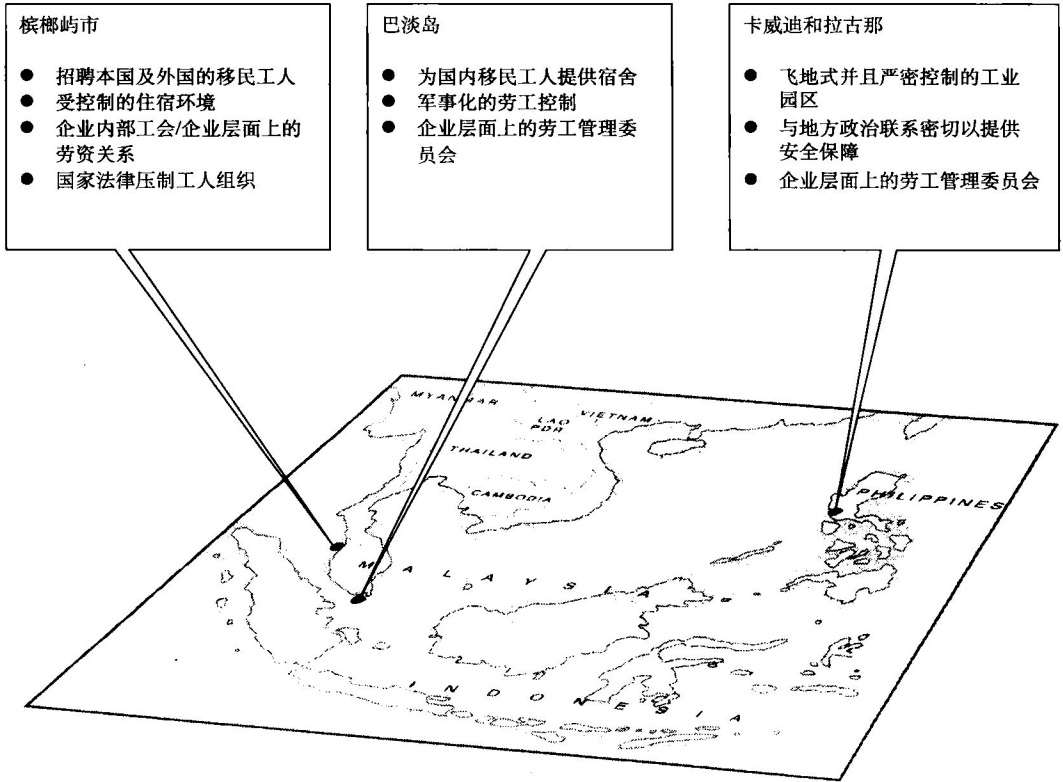
图 9.2 劳动力市场重构的各种力量

资料来源:根据 Martin and Morrison(2003), Figure 1.1 改编。

卡威迪和拉古那(属菲律宾)、槟榔屿市(属马来西亚)与巴淡岛(属印度尼西亚)有几个重要的共同特点:女工比例高,工作岗位为电子业和服装业的轻工制造和流水线装配作业;来自北美、西欧及发达的东亚、东南亚国家的外商直接投资很多;国家政策方面对外资落地办厂以及出口型产业提供强有力的激励政策;工会组织很少。在这些工业化进程的地区,有五种明显空间性质的劳工控制策略:首先,劳工控制在个体层次上很明显。这表现在雇主努力与工人们建立个人关系,而不与工人的集体组织(如工会)打交道。同时雇主还用集体宿舍和招待所的方式,提供咨询服务和宗教、教育和体育活动等,以此严格控制和管理员工的非工作场所。其次,工作地点也是控制的劳工场所。虽然允许有劳动集体组织,但主要是以厂内工会和工人管理委员会的方式,使工人组织仅限于本厂。这样就防止了跨公司、跨工作地点的独立工会活动,也就防止了工人之间互相比较工资和工作条件。

第三,产业园区又是一道劳工控制层级。管理园区的公司为租户公司提供的服务不限于基础设施条件,还包括严格的保安,并建立和维护员工身份信息数据库,以确认工人的非工会成员身份,承担劳资之间的居中调解,并帮助与当地政客建立往来关系。通过这些方式,园区管理公司积极确保其辖区内无工会活动。第四,如之前所描述的,国家监管政策也可通过行业公会立法等方式来限制工人组织。这并不是说在法律上直接禁止成立工会,更有可能的是,通过种种繁复的官僚手段和根据行业区分的注册程序,给工人组织的组建造成实际上的障碍。第五,雇主们可以选择不同类型的移民,从而增加劳动力的灵活性和顺从性。通过雇用来自国内其他地区甚至来自国外的工人可以达到这种目的,因为这些工人不易换工作(或者其工作签证的条件本来就不允许换工作),而且他们与家庭和社会生活分隔开了,没有相关的干扰。这些工人或许一心就想挣钱、寄钱回家。总之,在这些地方,公司和国家的劳工控制策略的结合运用,造就了一支驯服的劳动力大军。

然而,上述种种劳工控制策略的具体组合,在这三个地方都有其各自的特点,从而解释了我们所提到的劳工控制的第二个地理维度(图 9.3)。在槟榔屿市(属马来西亚),公司普遍雇用本国和国外的移民工人,并且他们都住在严格控制下的宿舍里。厂内工会和工厂范围内的劳资关系共同将纠纷控制在工厂尺度上;同时,国家立法对大范围的工人组织设置了强大的障碍。在巴淡岛(属印度尼西亚),以军事化管理方式为本国的移民工人提供住宿以防止出现工人组织,成为了一种有效的劳工控制手段(图 9.4)。在卡威迪和拉古那(属菲律宾),对劳工的控制不是依靠雇用移民工人、提供集体宿舍和利用国家立法这些手段,而是通过对产业园区实施严格控制使其具有飞地性质,同时与当地政治集团建立战略性的利益联系来实现的。因此,上述各地所采用的劳工控制策略具有地域多样性。墨西哥、中国、印度等国的出口加工区的劳工控制策略也各不相同。认识和理解这些差异是深入理解劳动力在全球化经济中发挥作用的第一步。接下来,我们就来讨论劳动力的作用这一主题。



267-
268

图 9.3 东南亚的劳动力控制体系



269

图 9.4 印度尼西亚巴淡岛的工人宿舍

资料来源：本书作者。

9.4 劳动地理学:工人是变革的力量

我们首先要做的是思维转换,从“地理学中的劳动力”(研究工人在空间中的分布以及如何受到经济全球化的影响)转向“劳动地理学”——不仅仅将工人视为与资本、设备和原材料无异的生产要素,而且考虑到他们是有思考能力的人,能通过参与行为来积极地塑造经济地理(Herod, 1997)。这并不是说工人是塑造现代经济地理的唯一力量,看看前面讲过的公司和政府运用的各种劳工控制手段,就知道这种说法是无稽之谈。但我们要看到的是,工人们确实有能力来改善他们的相对地位,并且积极地重塑我们周围的经济地理。

的确,现代资本主义制度的两个固有特性使工人的参与活动变得可行。首先,尽管从理论上说资本具有流动性,但实际上所有的经济活动最终都要落实到某一具体工作地点,如果公司要离开原经营地点,就会产生一些难以接受的成本(如解雇工人需要支付的解约金和养老金,放弃不可移动的厂房和设备造成的损失等)。其次,世界经济的特点之一是各地之间存在多种多样的相互关联和相互依赖,新的信息技术和通讯技术的应用,使得有些关系对时间、空间高度敏感。因此,在某些情况下,雇主可能会处于意想不到的被动境地,这为工人们采取地理方面的行动提供了可能。在本节的其余部分,我们将展示劳动者的四种不同的空间策略:积极主动移民,工作场所内的对抗,在当地进行独立或联合行动,以及工人的跨地区移动。

270

人在旅途:积极主动的移民策略

为改善自身的工作和生活条件,工人们可采用的策略之一是移民。移民有多种形式:暂时性移民或永久移民,同一国家内部移民或者跨国移民,合法移民或非法移民,技术移民或无专业技能的移民,主动移民或被动移民,等等。在此,我们重点关注现代全球经济中一种突出的移民形式,即专业技能人士自愿的(或者说积极主动的)、时间长短不一的跨国移动(我们将在第十三章分析其他形式的国际移民)。作为全球化进程的一部分,过去20年中这种专业技术移民迅速增加(图9.5)。在有些情况下,这种移民是跨国公司内部有组织的海外派驻轮岗工作计划的反映,比如这种情形在金融业就特别常见。在另外一些情况下,移民是个人或家庭生活策略的选择结果,有时还与寻求国外教育机会有关。

我们通过环太平洋区域信息技术产业的情况,来分析不同形式的专业移民。在加利福尼亚州硅谷的经济发展中,有专业技能的移民发挥着日益显著的作用:目前硅谷高科技劳动力中的科学家和工程师有超过1/3的人在国外出生,其中大多数是亚裔(Saxenian, 1999)。1998年,移民经营的科技公司(始于1980年)的销售额达168亿美元,创造工作岗位58 000个。其中由华裔经理领导的公司有2 001个,由印度裔经理领导的有774个,这两类合计占到了全部

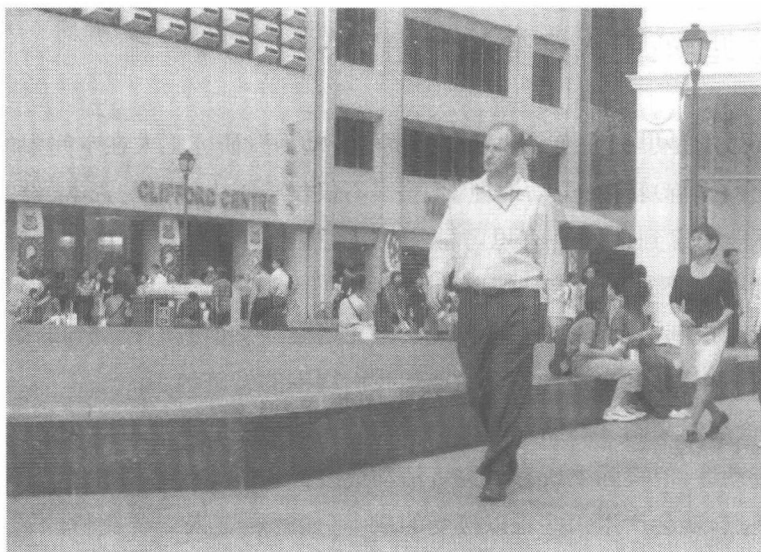


图 9.5 专业技术移民:新加坡金融区的“外来人才”

资料来源:本书作者。

271

公司数量的 24%。因此,硅谷的持续成功和动力日益依赖于跨太平洋的有专业技能的移民——特别是来自中国台湾、印度和中国大陆的移民,以及相比之下略少的来自越南、菲律宾、日本和韩国的移民。他们或担任工程师和企业家,从而对经济发展做出直接贡献;或担任贸易商与中介商,将加利福尼亚与亚洲的科技先进地区联结起来,从而对经济发展做出间接贡献。亚洲移民在硅谷的成功,部分原因在于他们能使自己融入本地的技术与商业网络,而硅谷当地的族裔网络也持续进行着“全球化”。很多移民创办的新公司从一开始就是“全球化”的商业主体,有能力运用其族裔网络关系获得来自亚洲的资本、发展技能和市场等资源。

272

这种联系在硅谷与台湾新竹科技园的技术社区中尤为明显(Hsu and Saxenian, 2000)。这个社区中的关键人物是一群在美国受过教育的台湾工程师,他们的经历和语言能力足以有效地在硅谷和新竹两地开展业务。这个社区由三股移民潮流汇集而成:第一波移民潮是台湾人不断流向美国,特别是硅谷,以寻求教育和经济机遇;第二波移民潮是越来越多的台湾人从美国返回台湾,成为新竹科技产业的重要组成部分。这些移民回台湾创业,同时仍与美国硅谷的旧同事或老同学保持着密切的联系。移民回归的浪潮在 20 世纪 80 年代有所增长(平均每年有 200 名工程师和科学家回归),到 90 年代回归加速(90 年代中期达每年 1 000 人)。第三波移民潮指的是往返于两地间工作的人或者称“空中飞人”,其数量与日俱增。这些工程师的家人安置在太平洋某一侧——出于生活方式的考虑通常安家在美国加利福尼亚——工程师们每月一两次穿梭旅行于两地

间。这些人包括台湾的“天使”投资人和创业者,还有业务分跨两地的公司经理和工程师。永久、临时和摆渡型的高专业技能国际移民共同构建了硅谷与新竹之间的“桥梁”。

“办公室政治”:工作场所的行动

劳动者影响力的某些表现形式是通过个体工人(或同一工作场所的工人群体)表现出来的,并且受到工人家族成员或家庭结构特点的影响。雇主和劳工在很多问题上存在固有矛盾,包括工人的自主权、培训与技能发展、工资、工作时间、提升机会、工作保障、工作地位、非工资福利,以及工作场地设施条件等。之前我们已经描述了雇主力图使工人让步的各种策略,但是工人们也有自己的相应策略,来支持或对抗雇主。这些策略主要体现在三个不同方面。首先,可以主动对雇主发起抗争,也可以对雇主的某种行动做出应对性措施;其次,可以是正式的,也可以是非正式的,取决于是否得到劳资关系制度和法律的许可;最后,可以是具体行动(如罢工或者按章怠工),也可以是非具体行动(如使用说服和谈判方式)。在多数情况下,正如公司与政府将多种劳工控制策略加以组合利用,工人们也会同时运用几种抵制性策略。

牙买加信息处理产业中的女工们所采用的应对策略,是这类活动的典型例子(Mulling, 1999)。该产业运用信息技术和通信技术出口一系列信息类服务,包括信息采集、传送、储存、加工等,客户主要在美国。这些产业通常位于金斯顿和蒙特哥湾的出口加工区,由牙买加分包商承担各项工作内容,包括从简单的杂志订户数据录入到软件本地化等。这个产业在牙买加以及其他加勒比地区国家增长的动力主要是劳动力非常廉价。使用牙买加的数据录入员、秘书和电话接线员可比美国员工节省90%以上的工资。劳动力中约有90%为女性,主要集中在数据录入岗位而不是管理层,平均年龄仅25岁。简而言之,牙买加的信息加工产业使用了一大批无工会组织、低工资的女性工人。与前面讲过的东南亚的事例一样,牙买加的工厂也使用劳工控制策略,具体做法包括场地的建筑设计使工人们位于公众视线之外从而避免与外界接触,对工人上厕所和喝水的时间加以严格限制,使用电子手段监控工人劳动生产率和工作精确度等。

273

在这种情形下,工人与管理层之间的关系显然时刻都处于紧张状态。虽然很少有工人公开地抵制工作条件,但很多人在日常工作中做手脚,例如旷工,按章怠工,绝不加班或多做,“拉扯手指”(一种怠工形式,在满足基本工作要求标准的前提下有意放慢工作速度),以妨碍公司按合同期限完成客户任务。这些行为会降低工人们实际得到的工资,并且危及他们在此行业的工作岗位。这种策略的可行性以及工人们这么做的心理动机,只能通过牙买加社会以大家庭(extended family)为主的组织的特点来理解。在这个例子中,当地特有的家庭组织形式这一地理因素影响了工人行动。女工们从信息加工企业挣到的基本工资不敷家用,因

此很多家庭依靠其他各种资源过活：海外家族成员的汇款(即海外汇款)、其他正式工资、本家族内成员之间或各家族之间无现金付酬的劳务互换等。这种集体式的家庭经济体(另见第十三章)帮助工人们缓解了信息加工产业的低工资和苛刻的工作纪律的影响,使工作场所发生的乍一看不合情理的抵制活动和应对策略成为了可能。

保卫地盘：当地工人运动

274 尽管资本有全球流动的能力,但在某些特定地方,工人们仍然有很大的潜力来保护自己的工作和生计。实际上,大型公司的空间分布和地理分散性可能使他们更容易受到某些类型工人行动冲击的影响。当地工人运动的一个典型事例,就是1998年密歇根州弗林特地区通用汽车工厂事件(Herod,2000)。弗林特与其他被称为“铁锈地带”的地区一样,在上世纪80年代和90年代失去了几千个制造业工作岗位,对当地居民造成很大压力。留在当地的几个大公司谋求在其工厂内实行更具弹性的精益生产(专栏9.2),这通常对工人的劳动条件、加班薪酬和值班方式带来负面影响。特别要指出的是,公司还谋求建立一种低库存的“即时”(just-in-time)生产系统(第五章),以削减成本、提高效率。位于弗林特的两家通用汽车工厂的工人们不满厂方的这些调整,同时还不满足于通用汽车公司对工厂的低水平投资,因此决定采取罢工行动。这次罢工行动是地方性的,这对该地工人所属的全美汽车工人工会(UAW)来说十分关键:如果举行全国性的罢工则违反了美国的有关劳工法律,将使UAW为通用汽车公司遭受的损失承担责任。因此,UAW从一开始就明确表示这次罢工行动仅关系到地方性的工作条款和条件。

第一次罢工是在1998年6月5日,弗林特金属冲压厂的大约3400名工人停止了工作。6天之后,即6月11日,弗林特德尔福汽车工厂的5800名工人也同样罢工。这家工厂是北美地区唯一一家生产某种部件的工厂。就在两周之内,通用汽车公司在北美洲的27家工厂中有超过19万名工人被疏散回家——因为无工可做。不仅如此,另外117家通用汽车分公司所有的零部件供应商工厂也关门或减产。这场罢工浪潮的影响超越国界,通用汽车公司在墨西哥和新加坡的生产工厂都受到影响。数天之内,通用汽车公司在北美地区高度复杂的“即时”生产系统受到重创(图9.6)。通用汽车公司受到的冲击是非常严重的——大约减产了50万辆汽车,其在1998年第二和第三财务季度的亏损高达23亿美元。到罢工结束时,当地工人已经迫使雇主在保留现有工作组织形式、对金属加工厂增加投资以提高生产率、放弃对UAW采取法律行动等一系列问题上做出让步,并确保了厂方对弗林特两家工厂的短期和中期投资。

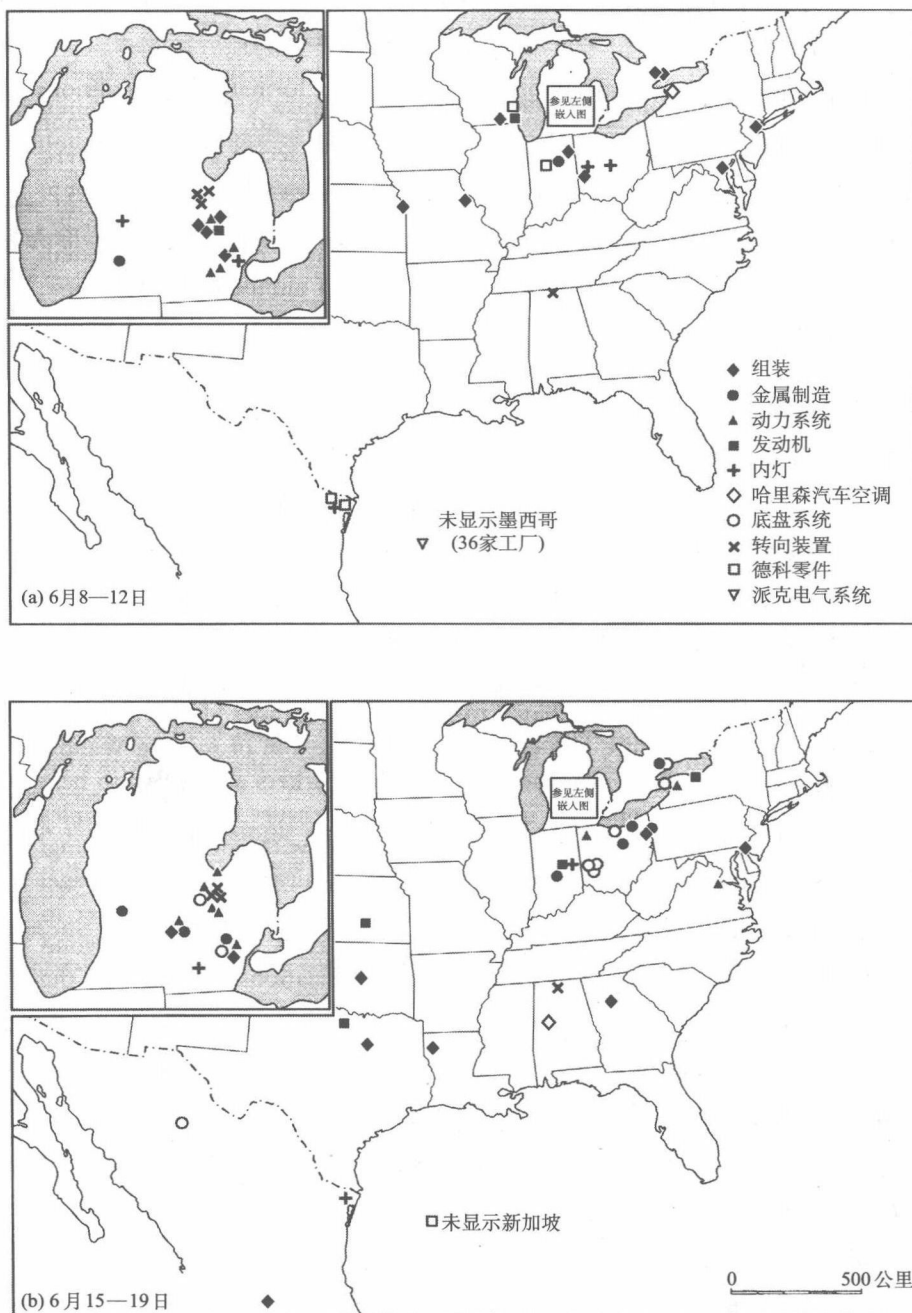


图 9.6 通用公司全美汽车工人工会浪潮的扩展

资料来源：根据 Herod(2000), Figure 1 and Figure 2 重绘。经 Blackwell 出版社许可。

这个例子表明,处于特定地方的工人如何采取行动并达成很好的效果。通过战略性地选择通用汽车公司全球生产网络上的重要节点,并强调罢工背后的地方性因素,UAW 占据了上风并且迫使通用公司在随后的谈判中切实让步。不过,工人及工人团体独立采取行动并非当地情形下的唯一可选方案。工人们也可以建立跨阶级联盟或者社区结盟(community unionism)与当地其他利益团体合作。跨阶级联盟是指工人与当地雇主和政府协力合作,捍卫某一地区的现有投资或努力吸引新投资。在工业化国家的城市中,此类联盟被称为增长机器(growth machines)。社区结盟则是指工人们与当地非工作性团体合作以达到某个特定目标(有关社区结盟的更多情况见专栏 9.4)。

276

专栏 9.4 社区结盟

社区结盟也称为互惠结盟,指的是工会与非劳工团体进行合作以达到共同目标,例如为公共部门的服务工人争取最低生活工资。换句话说,即工会与其他团体结为盟友,这些团体可以是宗教、种族、性别、残疾、环保主义、社区或性别团体等各种类型的组织。发起社区同盟是为了达到一系列目标。首先,通过组织更大规模的活动,组织者可以处理超出特定工作场所范围的经济公平问题。其次,通过与社区团体共同工作,工会可以接触传统上处于非工会环境的工人们。第三,工会可以将那些分散在大量小型工作场所的工人们组织起来(例如保安、保洁工人)。第四,与当地社区建立广泛的联系以帮助工会捍卫员工在传统工作场所中的工作条件和待遇。社区结盟的先行范例之一是伦敦西南部的巴特西-旺兹沃思工会联合会(Battersea and Wandsworth Trade Union Council, BWTUC)。BWTUC 是由附属于全国行业公会联合会(TUC)的本地多个工会代表组成的多工会组织。1999年,该会成立了一个中心,目标是使旺兹沃思成为“受尊重的工作地”。中心的工人们被派去帮助组织旺兹沃思的非工会工人,以确保对工人们有利的五个主要原则得到支持:(1)地位——一份稳定的并且有适当培训的工作;(2)体面——工人对工作的未来有话语权;(3)公平——合理的工资;(4)平等;(5)公正——工作场所安全而健康。为达到这一目标,BWTUC 在工会内部及外部建立了多种联系,与各种各样的组织一同努力,与外部合作的组织包括西伦敦商业链(一个支持当地中小企业的组织)、公民建议局(CAB)、本地继续教育学院、课外俱乐部、当地环保主义者,等等。这些多样化的联系使 BWTUC 接触到当地大量群众,据估计,该中心在开展运动后的头两年里至少带领 3 500 人加入工会。处于工会薄弱环节的行业——如零售业、快餐业和私营制造企业中的工人们是该运动特别关注的对象。更多信息见威尔斯(Wills, 2001)和网站 <http://www.respectatwork.org.uk/>。

工人运动的范围升级：跨地域组织起来

本章要考察的最后一种地理性策略是劳动者的跨地域组织，或者称为工人运动的跨地域升级。这种升级可以发生在不同的空间尺度上：既可以是相邻城镇的工人之间，也可以是同一地区或国家内地理相距较远的工人之间，甚至可能是不同国家的工人之间的跨国联系。同样，这种运动既可以是由地方性、全国性或国际性行业工会正式组织的，也可以是工人之间相对朴素的、草根性的、非正式的跨地域联系所发起的。这种跨地区的运动有多种优势：地区之间的工人合作可以避免由于地区差异而导致运动地区的工人被解雇；其次，更多工人参加运动，人多力量大；第三，如果有国家或国际性机构加入，则可动用的资源更加雄厚。在很多国家，成立全国性的行业工会（例如以职业或行业为基础）通常是组织工人、协调工人运动的首要途径。然而，随着近年来全球化步伐的加快，在公司和政府的双重压力下，全国性劳动协议和工会的覆盖率有所下降，国际性的工人运动——即在国际尺度上协调工人运动以对抗公司和资本的全球性势力——的重要性日益凸显。

下面来看一个全球性工人运动的突出例子：美国钢铁工人联合会（USWA）第 5668 分会的 1 700 名会员，与身家数十亿美元、从事金属交易的跨国金融大鳄马克·里奇，进行了一场长达 20 个月的斗争（Herod, 1995）。纠纷始于 1989 年，当时西弗吉尼亚州雷文斯伍德市附近的一家铝厂被投资者收购，更名为雷文斯伍德铝业公司（简称 RAC）。收购完成之后，RAC 立即解雇了 100 名工人，加快了工厂的工作节奏，解散了一个工人与经理人合作的安全委员会。此后的 18 个月里，雷文斯伍德工厂发生了 5 名工人丧生和数名工人受伤的事故。到 1990 年 9 月，当 USWA 在雷文斯伍德的分支机构（5668 分会）与 RAC 谈判其会员的合同时，劳资关系进一步恶化了。到 10 月下旬，RAC 中止了谈判并且雇用了 1 700 名非工会工人来顶替工作，声称 5668 分会在拖延谈判，实际上等于罢工。工会工人被关在工厂大门外不得进入。于是，工人们决定通过 USWA 和美国全国总工会——即美国劳工联合会—产业联盟大会（劳联—产联）——来发动斗争。

当 5668 分会发现了谁是 RAC 的所有者与股东时，这场斗争的声势更大了。最重要的是，为首的投资者是马克·里奇，一个臭名昭著的金融家，居住在瑞士，在美国因税务欺诈受到指控和通缉。掌握了这些信息之后，为了寻求劳工法律裁决的支持，美国钢铁工人联合会和美国劳联—产联组织了一场公开的跨国运动，要求为雷文斯伍德的工会工人们恢复职位。首先，这两大工会在全世界范围内游说 300 多家 RAC 金属产品的终端用户，要求他们停止购买 RAC 的产品。其次，这两家工会大力揭露马克·里奇与雷文斯伍德事态之间的关系。西欧的工会组织也采取了相关的行动，设法阻断里奇参与的各种经济交易。例如，在国际食品联盟与工人联合会的组织下，大约 2 万名工会活动者为抗议里奇收购布加

勒斯特一家豪华酒店的计划而举行示威活动。到1992年春天,反对里奇的活动在五大洲的大约28个国家组织开展。到1992年6月,RAC被迫认输,同意5668分会的工人们复职,这一活动才告结束。在这一案例中,美国两大工会协调行动,追踪里奇商业帝国的各种跨国业务动向,组织了数千名分散在世界各地的工人,共同为他们在雷文斯伍德的同事们争取一个有利的结果。这一案例说明,至少在某些情形下,通过工人运动的空间升级及不同地点间的联合,是可以挑战公司势力的。

9.5 劳资对抗之外:另类工作方式

到目前为止,本章探讨的都是资本主义制度下工人所扮演的角色。但是,可以想象,还有多种非资本主义的或者说另类的经济体系,其中的工作性质与主流资本主义体系中的是不同的。如我们在之前的牙买加信息处理产业案例中看到的,经济地理学者必须了解世界各地的各种社区中维持生计的各种不同工作方式。对于工人们而言,目前有两种与现代资本主义经济传统下的就业不同的另类就业空间(Leyshon et al., 2003):

- 另类的正式就业空间:新出现的“第三部门”中由社区所有并管理的企业——如保健中心、少儿中心和艺术中心等,旨在弥补国家和私营部门所提供的福利保障系统的缺陷或空缺(专栏9.5介绍了一个著名的工人合作社案例:西班牙的蒙德拉贡合作公司)。

279

专栏 9.5 蒙德拉贡合作公司

蒙德拉贡合作公司(Mondragon Cooperative Corporation, MCC)于1955年建于西班牙的巴斯克地区。神父何塞·玛丽亚·阿里门迪亚里塔不满于西班牙内战后大企业与企业之间的紧密关系,创办了第一个合作公司,以期使本地区达到一定程度的经济和政治独立。从其创建以来,该合作公司发展壮大,到目前已经包含200多个公司和机构,分为三大实业集团,还有一系列研究与培训中心(包括一所大学)。到2003年,MCC雇用的员工超过68 000名——其中49%在巴斯克地区,39%在西班牙其他地区,12%在国外——其总资产达到163亿欧元,年销售额达到96亿欧元。合作公司的经营有十项指导原则:

1. 开放式加入;
2. 民主化组织;
3. 工人行使主导权;
4. 资本仅有工具和附属的性质;
5. 参与式管理;
6. 薪酬一致,即公平的、平等的工资;

7. 合作社之间的合作;
8. 社会改造,即再投资于社区;
9. 全球性,参与国际组织;
10. 教育和终身学习的重要性。

从创立到 90 年代早期,MCC 通过这些原则构建起了一种得到广泛好评的经济增长模式。但在此后,受全球化竞争压力的驱动,MCC 经历了一个扩张和重组的过程,其最初的创建原则受到了挑战,从而反映出要构建一种真正的“非资本主义”的工作形式是很难的。传统的劳动密集型生产方式逐渐被新技术所取代。不仅如此,MCC 还将它的增长策略扩大到合资企业——通常是与非合作社企业合资——以及离岸生产和海外市场。到 2003 年,MCC 拥有 38 家海外工厂,出口额达 25 亿欧元。总体来说,现在只有刚超过一半的雇员是合作社成员。虽然在巴斯克地区这个比重达到 80%,但在西班牙其他地区却低得多,而在海外则微不足道。另一个标志性的变化是,MCC 不得不放松有关最高工资与最低工资比例不得超过 3:1 的规定。总而言之,与全球化市场的日益接轨逐渐冲淡了 MCC 的理念。MCC 的经理们陷入与其他商业企业相似的两难困境,比如说,是将生产工厂保留在工资水平高的巴斯克地区,从而承受裁员和工厂倒闭的风险,还是到工资水平低的地区建立合资企业(Clamp, 2000)? 更多情况,请参见 <http://mondragon.mcc.es/ing/index.asp>。

280

- 另类的非正式就业空间:包括各种各样非正式的、非市场的工作,既有可能是有薪酬但避开国家管制的工作(如建屋者直接付现金工资以避税),也可能是不计薪酬的家务性工作(如照料小孩和居宅清扫),或者是为其他家庭所做的无薪酬工作(如家族成员关系网内部的互助换工)。

这些另类工作方式的重要性存在着显著的空间和社会差异。在许多发达社会中,这些工作方式只是主流资本主义活动方式的补充,处于边缘位置。但在发展中国家,它们可能是大多数人口日常经济活动的主要方式。例如,有人估算在拉丁美洲、非洲和亚洲的城市中,总就业岗位的大约 40%—60%都是非正式性质的。

当然,并不能简单地,另类经济活动是没有缺陷的经济形式,只要从事的人多了,就可以取代资本主义体系。实际上,经济地理学者面临双重挑战:首先,必须要探讨这些另类经济活动在不同地理条件下的普遍性和重要性的差异,探讨它们与主流资本主义制度方式之间的相互关联和相互作用。其次,要考虑到这些另类工作方式可以作为一个重要的关注领域,研究资本主义模式下的劳动关系是如何被抵制、被挑战,甚至被改变的——即使是逐渐地、部分地改变。但在现实研究工作中发现,这些另类工作方式一方面具有改造资本主义体制的潜力,但另

一方面又与资本主义体制难以分离。例如蒙德拉贡合作公司的案例(专栏 9.5)就表明,成功的合作社与全球化市场的结合存在本质性问题。同样地,一些“第三部门”计划也可能是由政府发起的,目的是弥补正规的政府福利系统的缺陷。另类的经济地理看起来很容易被资本主义方式的经济所吸收合并,同时它们仅在概念上独立于主流方式,实际上是主流经济方式的补充,甚至可以说它们支持了主流方式而非对其主导地位构成挑战。因此,需要用批判的态度来理解另类经济,同时也要正视存在不同的生活和工作方式这一事实。如果经济地理学者相信资本主义制度是可以向前进步的,那么就必须重视和研究这些活动,在正式工资劳动方式的基础之上,完善对劳动地理学的理解。

281 9.6 小结

本章从讨论被动的劳动地理,转向讨论主动的劳动地理。在前一主题下,我们回顾了在本国相对于劳动力流动性较高的全球化经济背景下,公司和国家政府为压制工人而使用的各种机制与控制手段。但这并不意味着工人们毫无反抗能力。通过考察劳动者的影响力,我们探讨了工人可用以抵制和改变全球资本主义体制的一些空间性策略。工人们可以独自行动,也可以与社会的其他团体联合行动;可以在某一特定地方行动,也可以在各地间移动,或者是联结不同地域来行动。文中列举了各种实例来说明这些不同行动策略的特点和效果。本章最后探讨了非资本主义的另类工作方式的可能性,它们也是处于全球资本主义体系框架之内的。

回到本章的主题——工人们能否塑造经济地理?——我们给出的是理直气壮的肯定回答。如第三章中所指出的,资本主义制度是一个依赖于工人活动,同时努力从工人身上获取利润的经济系统。此外,这个经济系统依靠各地方内部以及各地方之间的复杂关联。我们已经看到的这两个特点使工人们有可能通过各种活动发挥影响力。但更重要的是,工人的行动能力因空间、社会形态而异。在某些工作地点或者行业可行的做法,到别处可能行不通。经济地理学者的任务就是要揭示这种因地制宜的复杂性和相应的影响。但有一点很清楚,即工人们与国家政府、公司们一起,在全球经济空间中都是极其重要的变革力量。

延伸阅读材料

- 卡斯特里等(Castree et al., 2004)对劳动者的研究提供了明确易懂的地理研究方法。
- 海罗德(Herod, 2001)用图表显示了从地理中的劳动力向劳动地理学转变的趋势,并且为后者提供了很多极有说服力的事例。
- 乔纳斯(Jonas, 1996)提供了有关地方性劳工控制制度以及资本必须落脚在某个地点的一些具有挑战性但很有启发的概念。
- 凯利(Kelly, 2002)、马林斯(Mullings, 1999)、塞克森尼安(Saxenian, 1999)、海罗德

(Herod, 1995; 2000)、威尔斯(Wills, 2001)对本章提到的几个案例有更加详细的介绍。

- 雷尚等(Leyshon et al., 2003)描述并评估了不同“工作方式”的多个例子。

问答题

282

- 企业和政府实行的劳动力控制机制是如何相互结合的?
- 不同地域间的劳动力控制机制有何不同? 为什么?
- 工人如何组织社区的其他人一起努力来实现自己的目标?
- 劳动者发挥影响力以实现自己目标的主要地理策略有哪些?
- 工人们跨国组织起来的可能性和限制性因素有哪些?

延伸学习资源

- <http://www.ilo.org>: 国际劳工组织网站, 联合国的一个机构, 提供了大量有关世界各地劳工信息和工作条件的信息资料。
- <http://www.icftu.org/default.asp?Language=EN>: 国际自由工会联盟(ICFTU), 最重要的国际工会联合组织之一(参见世界工会联盟:<http://www.wftucentral.org/>)。
- <http://www.labornotes.org/>: “劳工记录”的主页——世界劳工运动定期报告。
- <http://www.unglobalcompact.org/>: “全球化冲击”网站, 由联合国倡议发起, 旨在将公司、工人以及民间社团联合起来提高劳动、人权、环境、反腐败等领域的统一原则。
- <http://www.etui-rehs.org/>: 欧洲工会联合会(ETUC)内设研究机构, 提供有关欧洲劳工问题的多种报告和信息。
- <http://www.labourstart.org/>: 一个工会网站, 其中有世界各地工人斗争的最新事件。

(刘志高、康力译, 丁瑛瑛校)

参考文献

- Castree, N., Coe, N. M., Ward, K. and Samers, M. (2004) *Spaces of Work: Global Capitalism and the Geographies of Labour*, London: Sage.
- Clamp, C. (2000) The internationalization of Mondragon, *Annals of Public and Cooperative Economics*, 71: 557-77.
- Harvey, D. (1989) *The Urban Experience*, Oxford: Blackwell.
- Herod, A. (1995) The practice of international labor solidarity and the geography of the world economy, *Economic Geography*, 71: 341-63.
- Herod, A. (1997) From a geography of labor to a labor geography: labor's spatial fix and the geography of capitalism, *Antipode*, 29(1): 1-31.
- Herod, A. (2000) Implications of just-in-time production for union strategy: lessons from the 1998 General

283

- Motors-United Auto Workers dispute, *Annals of the American Geographers*, 90:521-47.
- Herod, A. (2001) *Labor Geographies*, New York: Guilford Press.
- Hsu, J-Y. and Saxenian, A. (2000) The limits of guanxi capitalism: transnational collaboration between Taiwan and the USA, *Environment and Planning A*, 32:1991-2005.
- Jonas, A. E. G. (1996) Local labour control regimes: uneven development and the social regulation of production, *Regional Studies*, 30:323-38.
- Kelly, P. F. (2002) Spaces of labour control: comparative perspectives from Southeast Asia, *Transactions of the Institute of British Geographers*, 27:395-411.
- Leyshon, A., Lee, R. and Williams, C. C. (eds) (2003) *Alternative Economic Spaces*, London: Sage.
- Martin, R. L. (2000) Local labour markets, in G. Clark, M. Feldman and M. Gertler (eds) *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford: Oxford University Press, pp. 455-76.
- Martin, R. L. and Morrison, P. S. (eds) (2003) *Geographies of Labour Market Inequality*, London: Routledge.
- Moody, K. (1997) *Workers in a Lean World*, London: Verso.
- Mullings, B. (1999) Sides of the same coin? Coping and resistance among Jamaican data-entry operators, *Annals of the American Geographers*, 89:290-311.
- Peck, J. (1996) *Work-place*, New York: Guilford Press.
- Saxenian, A. (1999) *Silicon Valley's New Immigrant Entrepreneurs*, San Francisco: Public Policy Institute of California.
- Wills, J. (2001) Community unionism and trade union renewal in the UK: moving beyond the fragments at last? *Transactions of the Institute of British Geographers*, 26:465-83.

第十章 消费：消费者总是对的吗？

目 标

- 了解资本主义制度下消费过程的地位和重要意义
- 认识变化着的消费地理特别是零售业地理
- 理解消费空间是如何被主动设计和应用的
- 思考消费、地点与身份之间是如何相互关联的

10.1 引言

在英国听说过“唐翰比”(dunnhumby)这个名字的人不多。这是由克利夫·翰比与爱德温·唐于1989年创办的一家市场调研公司。到2005年，这家公司在英国、爱尔兰和美国等地共有雇员400名，年营业额达到13亿英镑。唐翰比公司在收集与分析消费者及其消费模式的信息方面，已成为市场领先者。该公司运用这些信息为客户就如何以新的方式与消费者互动并提高“品牌价值”提供建议。相反，几乎每个在英国居住的人都听说过，并实际拜访过唐翰比公司的大股东也是其主要客户——食品零售巨头特易购公司的店铺。从1995年开始，两家公司合作推出了特易购会员卡，通过这个会员卡的顾客忠诚计划来掌握顾客购物的规律。作为回报，持卡者在特易购店铺消费可得1%的让利。这项计划吸引了大约1200万购物者成为稳定会员，被公认在过去十年中推动了这家零售公司的爆炸式增长。看一看目前特易购公司的地位和规模，即可知此项计划的非凡效果。英国1/8的零售业销售额、日常品1/3的零售销售额是通过特易购店实现的。2004年，特易购的年营业额为370亿英镑，利润达20亿英镑，在英国拥有1800家店铺，雇用员工25万名；在12个海外地区市场拥有600家店铺，雇用员工10万人。

285

唐翰比公司最新设计的克鲁西布(Crucible)数据库，对英国每一个消费者的消费模式都有记录，无论他们是否在特易购消费。这一数据库将来自各种渠道的消费者信息进行组合，按照各种变量指标进行分类，如按个人财富、旅行方式、信用等级、闲暇时间的多少、生活方式、环保理念、慈善付出，以及对推销活动和新产品的敏感与接受程度等。例如，公司推介材料中介绍了一位“潘姆金太太”，这一类型的购物者谨慎精明，通常使用现金付账，所购买物品比较固

定,但也会尝试新产品,购物时间不定,会买一些环保性产品,参加慈善捐助活动,很少旅行,喜欢买促销活动中的产品(*The Guardian*,2005)。将消费者如此详细的信息与其会员卡购物数据结合起来,特易购公司就能开发出针对特定群体的促销计划和消费刺激计划。当然,这些信息还可按地理因素来分析。首先,将某地的社会、经济特征与数据库中存储的更广泛的消费者特征进行对比,零售商就可以找出最适合开设新店的地点。其次,它们根据空间与时间因地制宜地调整自己的商品组合。例如,伦敦布里斯通区的主要居民是来自加勒比国家的移民,特易购在此出售一种特别好吃的香蕉——大蕉。而特易购在伦敦城中心区的店铺就不出售这种商品,而是主要针对那些办公室职员类型的客户,中午出售三明治,晚上出售打理好的快餐食品。简而言之,会员卡与数据库这些技术手段,使零售公司将“乡村小店掌握本地情况的优势与跨国公司在采购和物流方面的规模经济优势结合起来了”(The Economist,2005:23)。

286 唐翰比与特易购的例子为我们展示了现代消费动态的几个重要方面。仅仅是特易购公司店铺的数量与覆盖区域就说明了一个事实:同生产活动相比,消费活动的地域更加广阔;同时还表明,跨国公司式的大零售商对消费者购买商品的品种范围,以及在何处能买得到何种商品等具有越来越大的影响力。这一事例还反映出,零售商的能力在一定程度上来自他们掌握了消费者如何购物、在哪里购物等极其细节化的信息,也解释了为什么世界上许多国家会出现零售商全球化并发展出大致相似的零售方式。但正如特易购在布里斯通区与在伦敦城中心区两家店铺的差异对比所表明的,即使是在同一公司、同一城市的两家店铺,消费过程仍然是具有很大的地域差异的。消费空间(如超市等)是由其所属的经济、社会和文化空间塑造而成的。本章不仅试图探讨消费的地理分布模式,还要思考塑造这些空间的力量何在——消费者的消费空间和消费决策是已经被设定好的,还是“顾客总是对的”也即由消费者决定的呢?

讨论分为四个阶段。首先,我们思考对消费行为控制力的不同理解,主张重视公司和消费者两方面的作用(第 10.2 节)。其次,我们考察当前持续变化着的消费地理,特别关注零售业活动格局的变化(第 10.3 节)。第三,我们深入观察一些特定的消费空间——商店、购物中心、主题公园等——是如何被设计和使用的(第 10.4 节)。第四,我们将焦点转移到消费者如何通过所购买的商品来建立自己具有地理特性的身份特征。总之,本章旨在揭示,消费与生产过程一样呈现着地理的差异性和复杂性。

10.2 消费的过程

当我们谈论消费时,“消费”到底指什么?如我们在第四章已经看到的,商品链概念表明,消费是一系列物质转换和价值增加活动的最后一步。重要的是,消费指的是商品的出售、购买和使用。这不仅关系到商品和服务的出售者与商品及服务的购买者之间的接触,还关系到购

买商品完毕后的使用。由此,消费的含义不仅仅是在销售终端发生的经济交易,而且是一个过程,涵盖了商品及其使用的社会文化特征,包括一系列的活动:采购、选买、使用、弃置、回收、重复使用、穿着、洗涤、吃喝、休闲、旅游、家居物资、房屋装修,等等。因此,支撑消费的经济活动也有很多,如商店、饭店、旅店等场所,以及修理、保养、清洁和回收等活动,本身都是重要的经济行业。

消费过程的本质决定了消费和生产过程的经济地理是不同的。举一个简单的例子:并不是每个大城市都有汽车制造厂或者塑料加工厂,但每个大城市都会有超市、电影院、洗衣店、饭店,等等。由于我们对这些服务的使用很频繁,而且由于消费行为的特性,消费活动的地理特征必然比生产链的其他环节更加广阔、更具差异性。因此,我们的关键任务之一,就是要理解消费过程的经济地理是如何被各种资本主义企业塑造以实现其盈利的根本目的的。同样,我们还要了解社会、文化等因素是如何影响消费的特性并导致地理性差异的。在这方面持续的研究,已成为20世纪90年代中期以来“新”经济地理学的关键特征(专栏1.2)。

287

首先来考虑一下生产链中消费的重要性。最终消费者对生产链及其生产特点的塑造起到了什么作用?显然,消费和生产是经济活动相互依存的两个方面,但到底是谁驱动谁呢?我们要从三个角度来分析这个问题。首先是消费者自主权(consumer sovereignty)的观点。这一观点强调消费者个人的能力和自由意愿。从新古典经济学的角度,消费被视为一种基于价格决策的市场交易。理性的消费者将根据各种产品及其价格的相关信息采取行动,合理地决策购买何种商品。这种消费者的个人自主决定,不受社会及其各种规范、期望的影响。反过来,某种商品畅销的市场信息通过零售商反馈到制造商,消费即对生产过程产生影响。简而言之,消费者拥有相当大的自主权,可以选择是否购买待售商品,从而可以对经济系统整体具有很大的控制力。从这个角度可以说消费者永远是正确的!

与之对立的是消费者易受骗(consumer-as-dupes)的观点。这一观点强调生产在经济系统整体中占据主导地位。从这个角度看,消费被视为生产过程变化的结果。消费者通过付费换取享受,但本质上是消极被动的。消费者被诱骗而付钱,从而为生产商提供利润,从而维持了第三章中所描述的资本主义系统的运转。稍后我们在本章还将看到,这种观点可以进一步延伸,体现在某些特定的消费空间——如购物中心——通过精心设计以诱使消费者尽可能多地花钱。近几十年来,零售业资本的崛起使情况更加复杂,即消费日益受到零售商而非生产商的主导。消费者易受骗理论的核心是:资本主义公司而非消费者控制着消费过程和消费空间。

第三种角度我们可以称之为文化主义(culturalist)观点,强调消费者通过消费活动来积极地建立自己的身份特征。这一观点关注身份认知中几个相互交叉的因素——如种族、年龄和性别(见第十二、十三章)等,以及消费者如何有意识地购买某些商品或使用某些商品来积极构

建自身的身份特征。但这里所说的构建身份特征的消费过程,与消费者自主权论点不同,不是个体化的,而是社会力量与潮流的一部分(如青少年的时尚)。在此过程中,消费者与商业公司之间的互动是复杂的、双向的。消费过程显然受到制造商和零售商及其所提供商品的影响,但是消费者会有选择、有意识地购买其中一些产品,同时公司也会对社会中新出现的消费动向做出反应。我们稍后会看到,这种角度的分析可以使消费地理模式凸显出来,因为身份构建的过程是显著地因地而异的。这一学说还表明,在某些特定消费场所,消费者很清楚消费空间的设计就是为了诱导消费。

在过去几十年中,消费的性质发生了改变,这一点是很清楚的。与我们之前在第五章讨论的“后福特主义”的“生产体系”相对应,可以用“后福特主义”的“消费”一词来表现其主要特征(表 10.1)。一般来说,福特时代的特点是大规模批量化生产有限品种的标准化产品(起源于最著名的福特 T 型轿车,按亨利·福特的说法,客户想要什么样的车都有,只要是黑色的)。这种体系的驱动力在于规模经济和低价格,使得多种家用和个人商品得以广泛地消费。相比之下,后福特时代出现了更加细分的消费格局,为多种类型的客户群体或细分(小众)市场提供了高度差异化的产品。这种消费模式的主要驱动力不是商品的功能和价格,而是它们带给消费者的审美和象征价值。虽然评论家们对于这些变化的性质所持意见基本一致,但是这些变化应当如何解释?有人认为,这些变化是由于福特主义生产系统变换为更加灵活的后福特式生产系统而导致。换句话说,后福特式消费只是资本主义更加精细微妙的生产方式的一种反映形式,但仍然是由生产驱动的。但另一种观点认为,后福特式消费可以看成是由终端消费者创造出来的,这些消费者摆脱了大众消费的束缚,更具策略性也更有知识。

表 10.1 大众消费与后福特式消费的比较

大众消费的特征	后福特式消费的特征
集体性消费	日益增长的市场细分
顾客要求熟悉度高的商品	消费者的爱好更加易变
无差异的产品/服务	高度差异化的产品/服务
大规模的标准化生产	对非大众化生产的商品更加青睐
低价格	购买时除价格外还有其他多种考虑因素,如质量、设计等
固定产品,使用周期长	新产品迅速推出,使用周期短
大量的消费者	多种小众市场
功能性消费	不单纯注重“功能性”,而更注重“审美性”
	消费者运动增加,如“有选择的消费”和“道德消费”

毫无疑问,当代发达工业社会中后福特社会的特点之一是与消费相关的就业的重要性日益增长。专栏 10.1 指出了此类工作的一些特点,并非都是正面的。

本章试图将消费者易受骗观点与文化主义观点结合起来。正如第一章所讲过的,我们认为新古典经济学的假定分析方法用处有限。因此,消费显然既不是完全由公司决定,也不是完全由消费者决定,而是两个群体之间一种复杂的互动过程。更具体地说,本章的观点是,生产商/零售商和消费者分别对消费过程的影响力,是根据具体商品的性质和空间/地理条件的不同而变化的。例如前面提到的,在英国,消费者很难避开食品零售业三大连锁品牌——特易购、Sainsburys 和阿斯达——的强大影响力。但在其他集中化程度稍弱的食品零售市场,消费者就可以有更多的选择,从而有更大的自主权。对于一些其他类型的商业——例如全球大都市中的高级餐厅或高级时装店——消费者的选择对于商家能否继续经营是至关重要的。因此,这些商店的供选货品会根据顾客评论与业内声誉的改变而急剧变动。然而,最终的结论仍然是,大型零售商公司对消费过程的影响力和控制力越来越大。因此,我们接下来将考察零售商为塑造消费地理而做的努力。在这一过程中,我们可以看到,零售业地理已经远远地超越了经济地理学量化阶段使用数学模型测算城区内部与城区之间零售店铺分布的做法(专栏 10.2)。

专栏 10.1 消费行业的工作

290

在发达工业国家,后福特时代的另一个重要特征是,越来越多的人在消费行业工作,包括零售、餐馆、旅游和娱乐等。例如特易购在英国拥有 25 万名雇员,使它成为了英国最大的私营企业雇主。与此同时,随着这类工作岗位的迅速增长,人们对这类工作的质量和从业人员的满意度提出了疑问。这些疑虑促使经济地理学者(以及其他社会科学家)对工作场所内部情况和工作性质进行了深入了解和分析。研究发现,消费行业的工作通常有下列某些或者全部特点:

- 社会地位低下(例如女招待、空姐、收银员),并且工资水平较低;
- 集体权益代言或者工会参与水平较低,或者说实际上完全没有;
- 主要是短时工或者临时性工作,而非全日制岗位。在某些情况下(如旅游业)就业机会会有显著的季节性差异;
- 使用技术手段来监督员工,一方面是为了督促工作(如监听销售电话,测量快餐操作工的劳动生产率),另一方面是为了更有效率地部署人手(如确认超市中收银员的合适数量);

- 基本上都是劳动密集型的重复式工作任务,不能由科技来替代(如餐饮服务、理发等);
- 有一定的表演成分,即员工们被要求表现出某种特定的角色或气质。这种情况既可能发生在面对面场合(例如快餐店员工的工作要求),也可能发生在有技术媒介的场合(例如印度呼叫中心的员工们与客户交谈都必须用英文名字)。这种表演可能与工人们的真实身份和意识相抵触,并导致压力增加;
- 很多此类工作被社会认为是专属女性的(如空姐),并且这种认知通过招聘惯例被强化;
- 很多此类工作被社会认为是专属年轻人的(如快餐店工人、酒吧和夜总会服务生),并且这种认知通过招聘惯例被强化;
- 为满足与顾客之间带表演性质接触的要求,招聘时在个人特质上——种族、体貌、体重、个人卫生、衣着风格、人际交往技能等——有选择。

专栏 10.2 中心区位理论

中心区位理论的发展是经济地理学量化模型方法的标志,在上世纪五六十年代的英国和美国占据主导地位(见专栏 1.2)。中心区位简单地说就是集中出售一种或多种货物的地方。这一理论通过模型开发来描述零售业活动对城市居民区规模与分布的影响。也许最著名的就是由德国经济地理学家瓦尔特·克里斯塔勒(Walter Christaller)于 20 世纪 30 年代开发的那个模型——但是被译成英文是在 20 世纪 60 年代。他的模型基于两个基本变量:消费者为购买某一特定商品(或者一系列商品)愿意接受的距离,以及某一零售商愿意提供某一特定商品的最低业务量(某一商品的门槛销售量)。这些变量用于将零售设施进行类别和序列的划分。在推导每一序列的地理区位时,克里斯塔勒认为,零售商会将其店铺设置得尽可能地靠近其顾客,以使运输成本最小化而营业额最大化。他的分析揭示出,对中心位置的需求将导致店铺在中心区域形成有序的六边形空间网络,这反映出一个事实,即六边形是能够最有效地扩大面积而无重叠的几何图形(图 10.1)。当全部七种序列的分布相交时,就产生出一个假设的城市等级结构,其中序列最低端的店铺在各个位置都有,而较高端的店铺只有在序列较高级别的地方才有。虽然这一模型很有影响力并且在实际生活的历史中得到了应用,但它对复杂的现实世界的表述过于简单化。在当今世界中,交通系统高效廉价、零售商实力雄厚,监管和规划框架变化多样,财富分配在空间上极不均衡,这些因素导致这一模型的适用性是极其有限的。

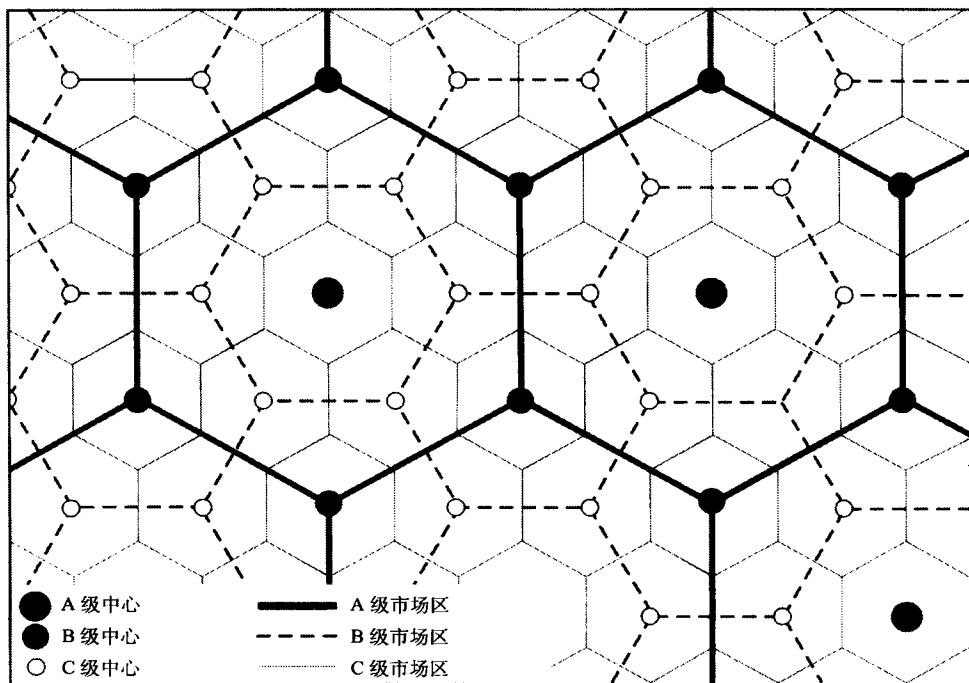


图 10.1 克里斯塔勒中心区位理论的六边形格局

资料来源:Stutz and Warf(2005),Figure 10.10。

293

10.3 变化中的零售地理格局

实力雄厚、利润丰厚的大型零售商的发展对消费过程的影响具有重大意义。这些公司对所出售商品的种类、出售地点、出售方式、出售价格等方面具有强大的影响力,从而影响现代消费的地理格局和特性。本节中,我们将分三个阶段考察现代零售业的地理格局变化。首先,我们勾画出零售业活动的持续全球化及其对消费格局的影响。其次,我们探讨一国内部零售地理格局的变革,特别是城市尺度上的变化情况。最后,我们超出正式的零售空间,考虑各种非正式零售方式的重要性。

零售业的全球化

从某种意义上说,零售业资本崛起所产生的最重要的地理格局是过去 10—15 年中零售业的急剧全球化。这一过程是随着零售业资本将本国市场的所获利润在新的地域找到投资机会而发生的(Coe,2004)。上世纪 90 年代初之后,出现了一批跨国零售公司,通过积极的并购以

及随后的迅速扩张,它们在一些国家占据了市场领先地位。表 10.2 按其国外营业额详细列出了最大的几家跨国零售公司。从这些数据中我们可以观察到一些重要情况。首先,从国际零售业务的规模看,2005 年这 15 家零售商的国外市场营业额都超过了 100 亿美元。其次,从国际零售业的地域范围看,这些大公司中很多都在 20—30 个国家设有连锁店,这种国际扩张程度堪比许多制造产业。第三,可以看到,国际领先的零售商都是西欧国家的公司,更准确地说 是英国、法国、荷兰、德国、比利时和瑞典公司——唯一显著的例外是,全球最大的零售商沃尔玛来自美国。其实世界上最大的零售公司很多在美国,但是它们主要依靠在本国的业务达到这样的规模,而国外业务并不多。第四,这张表还表明,很多领先的跨国零售公司都经销食品 和一般性商品,而非专业商品(如玩具、计算机等)。

那么近几年零售业扩张浪潮的地理态势有何特点呢?零售业的全球化并非新现象,早在 19 世纪晚期就出现了。但是海外扩张的真正起飞是在上世纪 60 年代,但直到 90 年代,基本上都是北美、西欧、日本的领先经济体之间的相互投资。然而,从上世纪 90 年代中期开始,这种扩张呈现出了一种全新的地理特征。图 10.2 列出了特易购全球连锁店的分布情况,就 能说明问题。特易购除了在英国、爱尔兰本土的店铺之外,还在 5 个东欧市场、6 个东亚市场 开设了连锁店。目前的趋势是,跨国零售商巨头们的国际零售投资瞄准了所谓的新兴地区国家, 即拉丁美洲、中美洲、东亚和东欧的国家。

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

排序	公司名称	来源国	国际销售额(亿美元)	国际销售比重(%)	开展业务的国家数量
1	沃尔玛(Wal-Mart)	美国	627.00	20	15
2	家乐福(Carrefour)	法国	500.50	52	29
3	阿霍德(Ahold)	荷兰	453.52	82	5
4	麦德龙(Metro)	德国	385.02	54	30
5	阿尔迪(Aldi)	德国	20.119	45	12
6	利德-施瓦茨 (Lidl-Schwarz)	德国	198.32	43	19
7	特易购(Tesco)	英国	196.40	24	12
8	欧尚(Auchan)	法国	195.35	45	12
9	德尔海兹(Delhaize)	比利时	188.93	79	9
10	宜家(IKEA)	瑞典	188.68	96	33
11	腾格曼(Tengelmann)	德国	167.06	51	16
12	瑞威(Rewe)	德国	152.07	31	14

续表

排序	公司名称	来源国	国际销售额(亿美元)	国际销售比重(%)	开展业务的国家数量
13	伊藤洋华堂 (Ito-Yokado)	日本	120.10	34	4
14	卡西诺 (Casino)	法国	118.49	42	19
15	巴黎春天(Pinault)	法国	117.75	46	29

资料来源:Deloitte/Stores, 2006 Global Powers of Retailing。

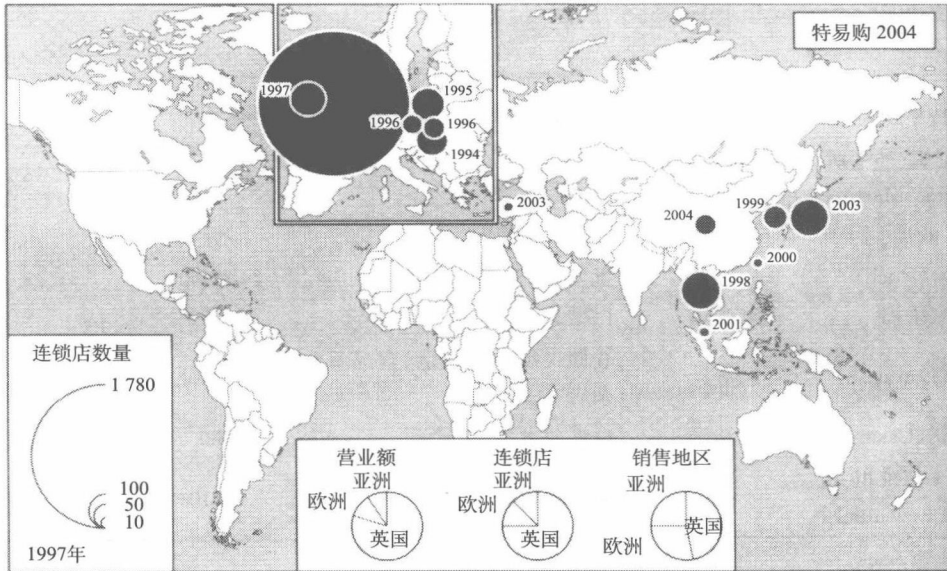


图 10.2 2004 年特易购连锁店的全球分布

资料来源:特易购公司报告。

最新的零售业全球化还具有另外三个更深一层的标志性特征。第一,国际扩张的速度非常惊人。据调查,1990 年阿霍德(Ahold)公司只在荷兰和美国有连锁店,家乐福只在法国以外的 5 个国家有连锁店,而沃尔玛和特易购仅在其本国开店。而到了 2004 年,阿霍德在 21 个国家设有连锁店(在美国经营着 Stop and Shop 和 Tops 等品牌),家乐福在 30 个国家、沃尔玛在 10 个国家、特易购在 13 个国家均有业务。第二,当前的投资规模也是史无前例的。表 10.2 和图 10.2 是静态“抓拍”,或许还不足以体现这一现象的真实规模。1994—2004 年,特易购从没有一家海外店铺发展到全部店铺的 53% 位于海外市场。通过这样的大规模扩张,大型零售企业海外业务规模的比重达到了史无前例的高度。第三,这种扩张对东道国的零售业结构造成巨大冲击。表 10.3 表明了 2004 年波兰的零售业结构,前 10 大零售商中的 6 个(以及前 5 大

零售商中的4个)为外国公司,更具体地说,是西欧公司。在超级市场/购物中心行业中,外国公司的主导地位更加突出,特易购、欧尚、麦德龙、家乐福和卡西诺合计占据了波兰全国市场的81%。东欧、拉美和东亚其他发展较快的国家也出现了相似的情况。

表 10.3 2004 年波兰最大的十家零售商

公司	所有者 (公司来源国)	形式	店铺数量 (2004年9月)	2004年度 销售额(亿欧元)
麦德龙	德国	巨型超市、仓储式现购自运店、专卖店	85	26.4
斯伯兰(Spolem)	波兰	食品日杂店、折扣店、超市	约4 800	16.1
特易购	英国	巨型超市、超市	70	9.5
热罗尼姆-马丁斯 (Jeronimo Martins)	葡萄牙	折扣店	700	9.1
欧尚	法国	巨型超市、超市	31	8.9
鲁治(Ruch)	波兰	批发店、摊档店、食品日杂店	约37 000	8.4
家乐福	法国	巨型超市、超市	85	8.2
欧金(Eurocash)	波兰	仓储式现购自运店、食品日杂店	1 930	8.0
卡西诺(Casino)	法国	巨型超市、折扣店	160	7.5
PSH 拉维坦 (PSH Lewiatan)	波兰	食品日杂店	1 610	6.6

资料来源:www.retailpoland.com, 2005年10月25日访问。

295 通过上述过程,跨国零售巨头的经营网络日益扩张,遍布全球各地。但是要提醒的一点是,不能由这些趋势推论出世界各地的零售空间正变得相同这样的结论。这种趋势显然是存在的,例如,某个公司店铺的格局或公司标志中的某些元素在各地市场上都是通行的。一个英国人在布拉格(属捷克共和国)或曼谷(属泰国)走进一家特易购店铺时,很快会知道自己是在一家特易购店,因为商店的设计元素与英国的很相似。不过,购物者同样也会注意到店内待售商品品种、摆放形式、店铺的具体结构存在很大差异。比如,布拉格市中心的特易购店是一家百货商店,占据几个楼层;而在曼谷,特易购超市位于大型多功能建筑群中,旁边还有其他的饮食、零售和休闲店铺(图 10.3)。这两者都不同于英国常见的那种独立建筑物中的单层超市店。还有很重要的一点是,各跨国零售商对海外市场店铺的标准化程度要求也各不相同。有些公司,如沃尔玛和宜家,店铺经营风格是高度集中化和一致化的;而另一些公司则执行“联邦式”策略,各海外市场的下属机构有相对的自主权,由各分公司分别运营。



图 10.3 曼谷的一家特易购巨型超市店

资料来源:本书作者。

296

从市中心到市郊,然后又卷土重来?

认识到现代化零售业全球化过程的重要性之后,我们接下来考虑城市尺度上的零售业地理格局及其变化。在此,我们关注的重点是零售业投资从城市中心和闹市区转向市郊边缘地点,以及之后的反向变化,并揭示零售业资本是如何在城市格局及消费形态的持续重塑中发挥核心作用的。

直到上世纪 50 年代之前,零售业一直主要位于中心城区。二战后零售业逐渐呈现郊区化的趋势,城市中心区的零售业日渐衰落,这一趋势可以说是在美国率先出现的,而且在美国最为明显。以美国伊利诺伊州芝加哥市 1950—1975 年城市内部与周边地区的发展概况为例,就可清楚地看到这种动态变化的规模及意义(Wrigley and Lowe, 2002)。上世纪 50 年代末,芝加哥的百货商店集团认识到将重心转向迅速扩张的中产阶级郊区的好处,于是城市边缘地区出现了 4 个大型露天购物中心,并有充裕的停车位(图 10.4)。20 世纪 60 年代,在城市高速公路网扩展的影响下,芝加哥外围出现了一条环形的购物中心带。到 60 年代末,共有 11 家郊区购物中心,合计营业额与芝加哥中心区相当。到 1974 年,郊区购物中心的数量增长到 15 家,围绕芝加哥的第二个“环”开始形成。这些新生的郊区购物中心的一些租户,正是那些曾雄踞

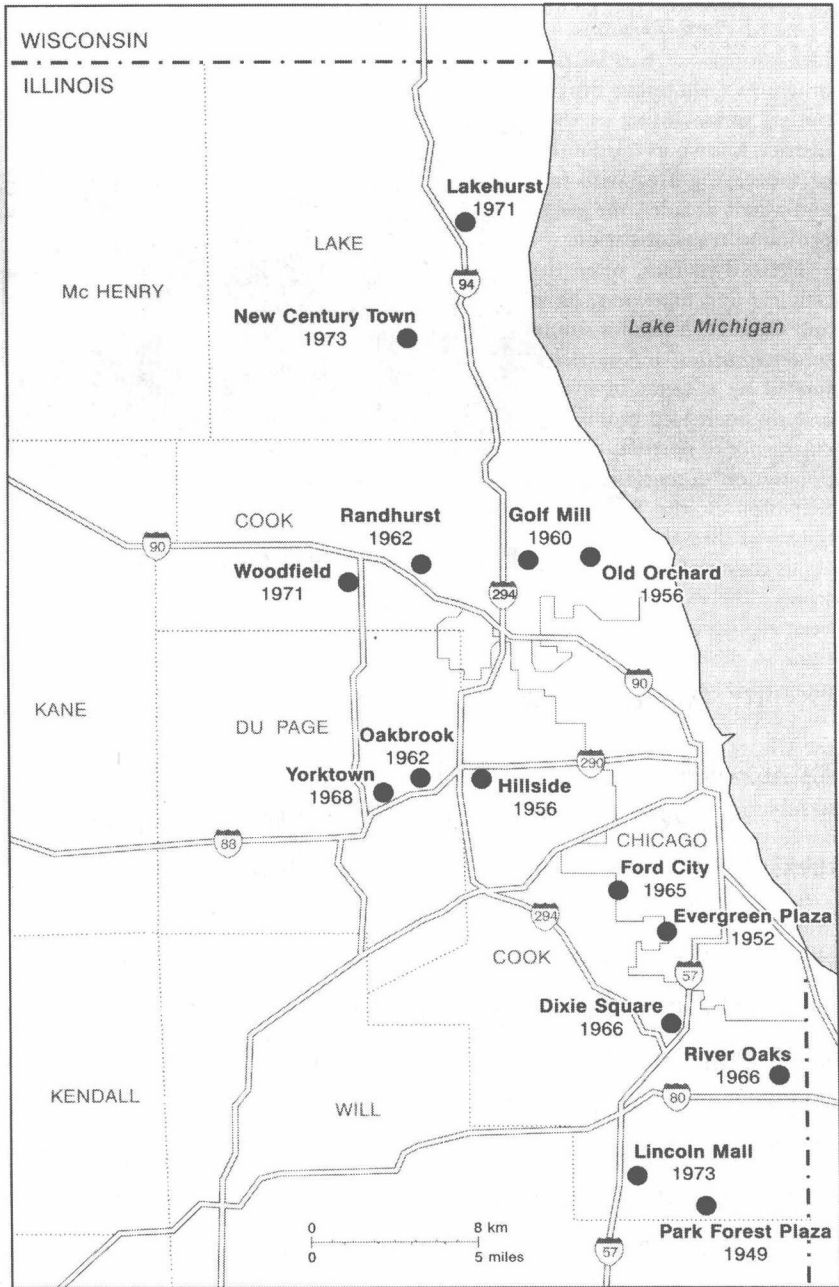


图 10.4 芝加哥市郊购物中心的发展,1949—1974

资料来源:根据 Berry et al. (1976), Figure 22 改绘。

闹市购物区的百货公司,如西尔斯罗巴克(Sears Roebuck)和 J. C. 潘尼(J. C. Penney)。与此同时,中心城区和内城区的零售业店铺纷纷关闭。芝加哥最有名的内城购物区 63 街与 Halsted 区,受到了沉重打击。到 90 年代初期,随着内城逐渐成为收入相对较低群体的聚居区,内城零售业营业额大幅下降。仅在 25 年左右的时间内,芝加哥的零售业地理格局就发生了深刻的变化。

这些变化通常是在地产开发商、零售商和金融家的强大联盟推动下形成的,在美国和加拿大各地数百个城市重复上演。其他许多国家也出现了类似的零售业郊区化现象,特别是在西欧。这种趋势还随着后福特时代的几个相互关联的特征而得到强化:汽车保有率提高和消费者流动性增强;大批高收入人群出现;人口分布由城区向郊区分散;劳动力中女性人数增加,驱动了对更快更高效购物方式的需求(如一站式购物商店);以及零售商通过提供更大和更便捷的店铺来实现规模经济的增长。北美的零售业郊区化扩张的趋势能在多大程度上在其他国家复制,取决于各个国家的规划监管力量。比如,大多数欧洲国家都比美国更抵制郊区的开发。监管法规也对郊区化进程有关键性影响。例如在英国,20 世纪 80 年代到 90 年代早期,政府的规划政策对郊区开发比较有利,因而出现了城外食品超级店铺的开发建设热潮。到了 90 年代中期,这种趋势引发人们对“食品荒漠”(food deserts)的担忧,即英国城市内城中低收入地区普遍缺少食品零售服务,或者服务水平很低。

在大多数国家,郊区零售园区已经成为现代消费形态的固定组成部分。在英国,最初的外城食品超级店铺建设热潮之后,经历了城外开发营建的三个阶段(Fernie,1995)。第一阶段是家居用品零售园区热,例如家装维护,地毯、家具和电器商店,这类商品体积大,适合在城外交通方便的地点出售。第二阶段与上述发生在美国的市中心零售业大规模郊区化的情况相反,由于规划因素对移址的限制,包括前面提到的食品商和家居商等只能移址到一些大型区域性购物中心(为除市中心之外的消费者服务)。如图 10.5 所显示,这些区域性购物中心较为均匀地分布在全国各地,其中的先行者如 Brent Cross 和 Metro Centre 等,基本上都是在 90 年代建成的。以曼彻斯特西郊的 Trafford 中心为例,这个零售中心占地约 12 万平方米,包括 3 万平方米的餐饮休闲空间和 1 万个停车位,容纳了 280 家店铺,其中 6 家大型“锚基”(anchor)店铺、36 家餐馆、有 1 600 个座位的美食广场、20 个放映厅的电影院,还有其他一些休闲场所,员工达到 6 000 人。第三个阶段,也就是郊区零售业的最近发展趋势,是出现了工厂店购物中心,即以折扣价出售服装制造商的超量存货。同样,由于规划限制和房地产市场等因素,这种工厂店的扩张速度大大低于预期。总而言之,我们要认识到,零售业的郊区化存在多种类型和多种形式,并且在不同国家的不同监管环境下有着很大差异。



图 10.5 英国的区域性购物中心

资料来源:根据 Lowe(2000), Figure 1 改绘。

虽然郊区化对零售业地理产生了重大而深远的影响,但是我们也要注意近年出现的一些反向趋势。虽然这些趋势的性质与程度也随着环境的不同而各有差异,但可以简要归纳出三种正在发生的变化类型。第一种类型以美国为例。在美国,零售业的郊区化在70年代中期达到顶点。在此之后,零售者们做出了多种努力重振美国城市中心区的零售业。其中一个突出形式是“节日集市场”,是受1976年开办的波士顿范尼尔厅市场(Faneuil Hall Marketplace)成功事例启发而产生,核心思想是综合利用建筑、文化展览、音乐会和民族节日来吸引人们光顾专卖店、大市场、餐馆等。一种与此相关的营建形式是将闹市区的零售业复兴与多功能建筑结合起来,使零售业与写字楼、旅馆酒店、休闲营业店和会议中心等在多功能建筑中并存。随后,世界其他城市也出现了类似的发展趋势,包括一些零售业郊区化并不突出的城市。第二种类型是在某些发达国家的后工业化城市(如纽约、曼彻斯特)的内城区出现了中产阶级化进程(gentrification),在此过程中年轻的中产阶级专业人士重返内城区,居住在新建或者翻修的公寓住宅中,由此产生了一些高收入地区,吸引着商店、餐馆和夜总会等商家,促进了内城零售业的复兴。这个过程在某些发展中国家城市中更为明显,如上海。第三种类型在英国比较有代表性。在内城中产阶级化进程的推动下,大型食品零售商开始重返内城区,例如特易购和Sainsburys已经建立了新的小超市和便利店,以经营这些城区市场。不过这些商家尚处于零星分布状态,并不能完全解决之前提到的“食品荒漠”问题。

从正式零售空间到非正式零售空间

到目前为止,我们的注意力集中在正式的零售空间上,因为这可能是资本主义社会最普遍和最重要的消费空间。但是,我们还应认识到在正式零售空间以外,还有广泛多样的非正式交易和交换,即非正式零售空间。其中有一些是过渡性和临时性的(如街头流动摊贩和街边市场),还有一些是永久性建筑中的特色营业(如慈善商店和古董店)。有些是完全合法的经营,有些则行走在法律边缘,甚至属非法经营。这些非正式消费空间的重要性及其特征随着所在地的不同而有很大差异,如下面的例子所示。

发达国家社会中非正式零售空间的一个有趣例子是英国的汽车后备箱市场(car boot sales)——一种跳蚤市场。更多情况参见克鲁和格雷格森(Crewe and Gregson, 1998)的著作。汽车后备箱市场最早出现在上世纪70年代晚期,盛行于90年代,据估计每周有1500个这样的市场,参与的买家与卖家合计超过100人。这种市场作为二手货交换的临时的和非正式的场所,与旧物义卖、跳蚤市场、后院甩卖、车房甩卖等等大体相同,特点是家庭及个人将待售的旧货用自家车运来,摆放在车的后备箱里或附近出售。这种市场通常设在市区边缘的绿地、停车场或者其他场所,通常作为筹款活动的一部分,由私人或者学校、教堂等

机构发起。这种交易市场与正式零售空间在几个方面都是截然不同的。首先,价格未经事先设定,而是通过商讨或者讨价还价来达成的。从这种意义上说,消费者在这种市场上的影响力比在零售商构建的标准化购物商店中更大。其次,汽车后备箱市场中的不可预知因素更多,即购买者事先不知道会有什么样的商品,也不知道价格。购物经历是逐步展开的,成为一种令人兴奋、高度互动(亲身参与)的探索和讨价还价的过程。最后,汽车后备箱市场是一种更加社会化的零售环境,买家与卖家之间的讨价还价是这个过程的固有组成部分。因此,这种非正式的零售空间可以在发达市场背景下发展起来,但通常只是在主流的正式零售业的边缘进行。

在发展中国家,城市中的非正式零售空间具有更突出的地位,甚至可能比正式零售场所更重要。虽然非正式经济活动的定义和衡量还存在很多问题,但仍然可以看出其整体的重要地位。例如,据估算,发展中国家大约有 37% 的就业量由非正式经济活动提供(低者如拉丁美洲,为 33%;高者如非洲,为 54%),而在高收入国家,这一数字仅为 3%(Daniels, 2004)。由于农村人口大量向城市移民,往往使得城市人口的增长远远超过正式的就业岗位的增长,非正式经济活动所提供的就业机会主要集中于城市地区。例如在非洲城市中,大约 2/3 的城市就业机会是由非正式工作岗位提供。就业岗位中的一小部分由制造业提供,而相当大的部分由非正式的零售活动提供。

以拉丁美洲的城市基多(厄瓜多尔首都)为例,可以说明这些非正式零售活动的规模及差异性(Bromley, 1998)。过去数十年,基多市的非正式零售业一直在增长,并占据了城市中央地区的各种空间。依据其地点、时间与合法性,可区分出不同类型的非正式零售活动。按地点区分有三类:市场建筑内(mercado)、露天市场(plataforma)、街上。市场建筑是日常使用的永久性建筑,露天市场使用时间不固定,这两类通常是合法的零售形式。街头贩卖活动又可分为有固定摊位的摊贩,和通常为非法的流动叫卖。在 20 世纪 90 年代中期,基多市的历史名胜中心有 15 个每日市场,其中交易摊位共 4 500 个(而 1976 年仅为 2 400 个)。除此之外,每天有 3 400 名街头贩卖者,其中 2 800 人已经建立了某种短期性档位或场所,另外 600 人随身携带其商品不断流动。据某一日的统计,两条主要的中心街道(智利街和春卡街)上各有 666 名和 411 名街道零售者在营业。近年来,基多中心区的非正式零售业的范围之广、密度之大引发了人们对于卫生和拥堵的忧虑,认为可能损害当地打造旅游胜地并吸引富裕旅游者的规划。市政当局的对策是将这些市场活动分散到中心区的边缘,将这些非正式零售活动清理出主要的历史名胜地。这样看来,即使是非正式零售活动地理的塑造也离不开当地监管当局的影响。

总而言之,本节的观点是,零售业的地理规划在永不停息的变化之中。在正式零售业中,这些变动反映出零售商日益增长的规模与实力,以及更大背景下的社会变化,如城市衰

落与复兴的格局变化,以及人口中高收入群体的移动等。由于零售业对政府规划和监管条件十分敏感,这些变动的时点、性质与范围也因所处地点的不同而有较大差异。与正式的零售经营并存的,是多种多样的非正式零售活动。非正式零售活动的重要性在地理上的差异是很明显的:在某些社会背景下它们相对并不重要,仅仅为庞大的正式零售行业提供作为特殊市场空间的补充;而在另一些社会背景下它们则构成城市经济的主体,代表着数百万城市贫民的唯一谋生手段。

10.4 变化中的消费空间

前一章我们勾勒出现代社会中消费地理的一些关键性变化,现在我们讨论各种消费空间的内部,研究零售业消费空间的设计者和策划者们是如何操纵这些空间的布局以刺激消费的。地理的重要性在此体现为两方面:首先是不同消费场所的空间管理,其次是设计策略在不同地点的运用方式(再次强化了第一章所描述的地点的重要性)。在这一分析过程中,一个更深入的主题是公共空间与私人空间的对立——换句话说,各种消费空间究竟在多大程度上是真正开放、可自由进入和使用的空间;在多大程度上又是受到企业利益的密切监控和管束的。为此我们依次考察四种有管理的消费空间:商店、街道、购物中心和主题公园(Wrigley and Rowe, 2002)。

商店

正如我们在本章已经看到的,在现代资本主义社会中,商店绝对是最重要的消费空间。零售商们在商店中以两种方式积极运用空间概念以刺激消费。首先,商店的内部进行布局 and 空间设计以达到提高销售水平的目的。标准化超市中使用的很多空间技巧现在已是众所周知:将吸引人的新鲜产品放在入口附近;用新鲜面包或烤鸡的香味引诱顾客进店;重要的商品摆放在视线易达之处,促销商品放在走道尽头;使用特别的标志吸引顾客关注某一特定商品;将功能相关的商品成组摆放(如将蔬菜与炒蔬菜用的酱油放在一起);将“冲动型”商品(如甜点、杂志)放在收银台附近,诸如此类。其他商店也都使用了一些相似的技巧:例如,服装店的橱窗布置是确定目标客户的关键。这些做法表明,零售商为提高销售额而有意识地对商店环境进行微观管理。更进一步说,如我们前文中提到的,商店中的具体商品种类也是按照所在地区的社会与人口特征来决定的,与当地特点保持一致。更广义地说,商店的内外部设计是零售商们力图在竞争之中脱颖而出并树立品牌形象以吸引某一消费群体的一种策略。

304 其次,商店的内部环境有意引发对于特定地点、空间的联想。这可以星巴克咖啡连锁店为例(Smith,1996;并参见专栏4.1)。星巴克店铺中普遍使用的设计元素可以唤起一种特定的空间感觉。其设计结合了欧洲咖啡屋与酒吧,以及北美“太平洋西北岸”休闲户外活动的生活格调(后者反映了该连锁店起源于华盛顿州的西雅图市)。这种结合在设计上表现为简单的绿色与褐色加金属饰边的装饰样式,顾客可以看见所用的器械并体验咖啡制作过程,店中突出有关咖啡及其起源的知识性信息,设置了大玻璃窗户和酒吧式的椅子,使消费者可以欣赏眼前的街景。制造一种特别的空间感觉——即便是一种混合风格的空间体验——是星巴克大众市场策略的核心。另一个有意思的例子是英属印度公司(BritishIndia),这是一家1994年创办于马来西亚的东南亚零售连锁店,所销售的服装和家具使人回想起19世纪的英属印度。该公司的产品强调舒适、优雅和高质量,意在吸引中产阶级和侨民人群。商店中布置有老照片和其他“英属”印度的纪念物,制造一种殖民地感觉。这就是一个极有代表性的事例,体现了地理概念(实际上还有时代概念)在当代零售业店铺中的运用:一家后殖民时代的东南亚零售商,使用亚洲另一个地区已往殖民时代的有关形象,形成了清晰的品牌标识。

街道

多少世纪以来,街道在城市的公共生活和经济生活中扮演着关键的角色。正如简·雅各布(Jane Jacobs,1961:29)的著名评论:“街道及人行道是城市中最具公共性的地方,是最要紧的机体。想到一个城市时,你的脑海中会浮现怎样的印象?你会想到它的街道。如果一个城市的街道很有趣,则这个城市很有趣;如果一个城市的街道很沉闷,则这个城市很沉闷。”而我们在此感兴趣的是街道与零售业的关系。即便不是所有城市,大多数城市的主要街道均具有零售功能。这并非偶然。想一想伦敦的牛津街和摄政街,纽约的麦迪逊街和第五大道,新加坡的兰花街,就是几个具有代表性的例子。尽管零售业发生了从市中心到郊区的分散化过程(如我们在上文中描述的),并且这些城市中心区的地产价格和租金是世界各地中最贵的,但这些街道作为零售中心的地位依然没有改变。主要街道与主要零售商之间的这种联系是经年累月发展起来的,反映出人类历史上大多数时间内零售业的都市性本质。这种特性在当代社会中通过市政规划而得到加强,旨在通过保持重要的零售区域来吸引国内外游客。此外,这些“主街”的重要性超出其容纳的店铺群体,它们已经成为国家乃至国际通用的现代化活动的象征。零售商们在这些“主街”开店的成本相对较高,但可获得较大的顾客流和声誉方面的收益。

305 特定中心城区街道对零售业的重要意义具有一般性,此外还有一种倾向,即特定类型的店铺或餐馆会聚集在城区的特定街道和街区。这样做的部分原因是聚集经济效应(第五章)。但

是正如刚描述过的“主街”现象,它们聚集到特定地点还有一些无形的原因,与特定形象、声誉和特定地点的综合吸引力相关。通过这种方式,某些特定街道与某些特定消费形式关联起来。例如,外国时装设计师作品专卖店(如 Ralph Lauren、Calvin Klein 等)大量聚集在伦敦的邦德街(五月花广场附近)和斯洛恩街(骑士桥附近)。这样,不仅店铺本身是消费空间,整条街也是一个特定的消费空间。因此,有人认为街道本身实际上已经获得了自身特有的品牌。从较为平常的方面看,街道作为进行日常零售和消费的场所,在几乎所有城市中都具有重要意义。街道基本上由两大群体的力量共同塑造而成:首先是城市规划者们决定城市的哪些地带可用于零售业,哪些地带不可用;其次是房地产开发商与零售商对城市建筑环境进行投资。

举例来说,零售商对于开设店铺的地点选择是高度策略性的,这样才有助于在竞争者中凸显自己。这个问题可以从两个方面看,以英国的高级女士服装零售商基戈索、曼休妮和奥诗裳为例(Crewe and Lowe, 1995)。首先,在上世纪 90 年代,由于这些品牌尚处于发展的早期阶段,零售商对于开店的地址是十分挑剔的,除了伦敦的主要店铺之外,还倾向于在本国富裕的东南地区的中型和大型城镇选址设店。其次,在这一时期内,这些品牌对城镇区域内具体地点的选择也有特殊要求,倾向于避开闹市区和大型购物中心,而选在中央城区边缘或是中产阶级聚居地区,以树立一种少数派、与众不同的形象。在这一重要的早期扩张的基础上,这三家公司都已发展成为全国性知名品牌,店铺地址类型也扩展到了闹市区、购物中心等。这个简要事例说明,零售商们采用各种策略积极塑造自身在城区街道零售格局中的定位。

购物中心

在某些情况下,街道的概念可以混合到我们要讲的下一个消费场所,即购物中心。例如,新加坡的武吉士街区(Bigus Junction)是一个室内的、有空调的街道,是购物中心的一部分。许多购物中心都有类似的街道设计。重要的是,购物中心是封闭的、私营的、比街道更受控制的空间。要真正了解购物中心,必须超越“购物中心奇迹”(参见 Goss; 1993, 1999)的表面光环,通过探讨购物中心的形式、功能和含义理解开发商、零售商和购物中心的设计者们如何积极鼓励人们购买商品和服务。首先,购物中心很多看似平淡无奇的设计的意图是鼓励消费者花钱,包括:

- 通过引人注目的特色设计来吸引特定方向的购物者,然后引导他们走向更多的店铺;
- 自动滚梯、卫生间及出口等位置的设计是策略性的,是为了让消费者走过尽可能多的店铺门面;

- 避免长而直的路,以便消费者意识不到走过的距离;
- 使用标志和展示品以鼓励消费者继续往前走;
- 为疲倦的消费者提供休息区和座椅;
- 使用植物和摊贩式花车来鼓励消费者们在步行道上游逛;
- 使用柔和的灯光或遮挡自然光线,有助于模糊购物者的时间感;
- 使用镜子和反射玻璃来制造空间幻觉;
- 控制商场内的温度;
- 使用“抚慰性”背景音乐来诱导消费;
- 店铺分布是分门别类的,以吸引不同类型、阶层的顾客;
- 保安人员随时可见,以加强环境的安全感;
- 持续有规律地打扫,以加强环境的清洁感。

总之,乍一看很平常的购物中心实际上是一个高度设计和策略化的空间,反映出所有者、设计者及店铺租户的影响力。

联系到第四章的观点,各种商品与现实的生产系统之间的联系被精心地分离开来,并被重新安置在引起时空联想的建筑、设计、主题等制造出的愉快、梦幻、奇迹的世界中。位于明尼苏达州美尼亚波里斯的巨大的美国购物中心(Mall of America)就是一个强有力的事例。这个购物中心于1992年开业,占地400万平方英尺,内有520家专卖店、4家百货商场、30家快餐店、20家正式餐馆、带14个放映厅的电影院,还有其他许多休闲设施和场所,包括一个7英亩的室内主题公园——史努比营地。这个美国购物中心通过精心设计,努力营造一种公共空间、集市空间和节日空间的感觉,在各个店铺和休闲去处,重复唤起人们对旅行、自然、原始(通过有关美洲土著人的提示)、童年和传承的联想。例如,雨林咖啡厅提供包括护照在内的一整套“Safari”(非洲语“旅行”)式的用餐体验。除此之外,还有很多“目的地”式餐馆,如加利福尼亚咖啡厅、穆齐上校得州烧烤店、小东京、夏威夷风格甜果汁和纳帕谷烤肉。各种节目的演出(如时装表演、文化展示、儿童娱乐等)和各种各样便利消费的服务(如美食广场、为小孩提供的托儿服务等),都是鼓励消费者安心掏钱这一总体策略的必要组成部分。总之,如格罗斯(Gross, 1993: 40)所指出的,“购物中心装扮成它其实不是商业场所。它表现为一个公共的、市民的空间,而实际上它是私有的、营利性的空间;它提供了一个交往和娱乐的地方,与此同时,它觊觎着零售收入;它借来其他地方和时代的标志,以掩饰它深植于现代资本主义的根系。”

主题公园

主题公园提供了一种独特的,甚至越来越无处不在的消费体验模式(Shaw and Williams, 2004)。消费者付费并非仅为了坐一次车或者看一场表演,而是为进入整个建筑群。因此,消费目的是体验整个主题公园的环境,特别是其建筑及有关的象征性事物。因此,主题公园的设计极其精细,其内部空间的管控非常严格且具有舞台艺术性质。在很多情况下,它们被明确设计成与日常生活的嘈杂空间相对的、安全的、无车辆干扰的环境,在这里,娱乐活动是互动的而非被动的。主题公园消费模式的核心是多重感觉体验的消费,体验内容包括模拟的环境(如自然的、文化的、历史的或者是科技的);通过现场讲解、评论、表演等手段(例如历史事件的重现)使这些环境人性化;精妙高超的技术装置(如电影、乘车旅行、游戏等);主题展示和餐饮场所等。通常,这些体验还辅以高质量的游客服务(商店、厕所、为残障人士提供的设施条件,等等);体验过程也是精心设计的,以防止信息过量(路线图、建议日程表等)。此外,公园还经常大幅改造和升级设施,以吸引游客再次光临。通过这一系列方法和手段,主题公园成为了比商店和购物中心管理程度更高的消费空间,其设计宗旨就是提供一种独特的结构化的消费体验。简而言之,它同购物中心一样,是个“由影响力塑造的景观”(Zukin, 1993: 221)。

在主题公园的空间里,地理标识与地理主题的使用是无所不在的。以巴黎的迪斯尼乐园为例。这是一个特别有意思的例子,因为迪斯尼创作的梦幻世界通常来源于欧洲的民间故事,而这个主题公园又将它带回到了欧洲(Warren, 1999)。和其他迪斯尼乐园一样,游客们一进门就置身于“美国主街”,即一个复制的20世纪初期的美国城镇。在“梦幻世界”园区,游客可以看到睡美人城堡,这是迪斯尼受德国童话启发而创作的,原型在加利福尼亚的阿娜海姆,而这里是法国版的。“冒险世界”园区有加勒比海盗游乐项目,“边疆世界”园区则有“蛮荒西部”风格的康斯托克堡和牛仔野餐烧烤。“发现世界”园区是巴黎迪斯尼乐园唯一一处特有的园区,设有一系列的游乐项目——例如飞越太空山过山车等——其构想均来自法国科幻作家儒勒·凡尔纳。于2005年开业的香港迪斯尼乐园也有极其相似的结构和布局,不同之处是它没有“边疆世界”园区,而“发现世界”园区也由“明天世界”园区所取代,后者在美国的迪斯尼主题公园里都有。这些例子要说明的是,空间表征的运用——无论是真实的还是幻想的,历史的或者未来的——是主题公园体验的核心。

总而言之,本节介绍了商业公司——特别是零售商和房地产开发商——是如何通过控制和设计建筑环境以刺激消费支出并获取高额利润的。在过去几十年中,大型零售商、购物中心

及主题公园的地位在不断上升,意味着这些零售模式尽管还存在争议,但已成为越来越强有力的当代消费活动的塑造力量。在某些高度依赖此类经济活动的地方——如拉斯维加斯(专栏 10.3)——可以将整个城市看作一个主题化的消费环境。但是我们不能不加批判地接受前面提到的“消费者易受骗”的说法。因此,在下一节即本章的最后一节,我们将继续探讨特定空间、消费活动与消费者身份的关系,以及消费者——个人或者群体——用来改变消费空间设定意图的方法。

专栏 10.3 万岁!拉斯维加斯

很难想出比美国内华达州的拉斯维加斯更具有消费空间象征意义的地方了。这个著名的城市建于1905年,原本是一个荒漠铁路线上的农业小镇,到2004年已经是一个有187万人口的城市。众所周知,该城市现已发展成为庞大的赌博、休闲、娱乐和零售业的中心,每年吸引大约3740万游客,其中11%来自美国以外,这些游客仅在赌博一项上就花了87亿美元。事实上,据说拉斯维加斯已经成为世界上第二受欢迎的旅游胜地,仅次于佛罗里达州的迪斯尼乐园。该城市的就业结构清楚地反映出对消费活动的依赖,到2005年9月,有26.7万名员工(占总量的31%)直接受雇于休闲和旅游类行业,而其他很多人则受雇于相关和辅助性产业如政府、医疗、教育、商业服务和建筑业等。另一方面,制造业仅雇用了2.5万人(占总量的3%)。这显然是一个建立在消费基础之上并由消费维持着的庞大城市经济体。从20世纪70年代中期到90年代中期的这段时间里,拉斯维加斯从美国的一个赌博乐园转变为世界旅游名胜,在这一转型过程中,国家和地方监管条件均发挥了积极作用——有关规划和工程开发的要求得到了迅速批准。图10.6显示出该城“条形地带”上最有名的几处主题公园、零售业和赌场(同时参见图10.7);同时也表现出城中的很多地点是主题化的,通过将游客带到另外的时空而增强了吸引力。除了幻想性(如宝藏岛)和历史性(如希腊、罗马时代)的景观之外,还可能让人联想到很多遥远的地方,如法国、威尼斯、埃及、波利尼西亚等。在米高梅城中,有一个有5000间客房的旅馆,有赌场、娱乐设施,其中一个剧场有17000个座位,而其主题就是米高梅公司自己在好莱坞的摄制场!总而言之,拉斯维加斯的例子既说明了消费对于某个特定地方的经济的重要性,也说明将消费地赋予主题是诱导消费者花钱的一种策略,而在拉斯维加斯的这个例子中,诱导的消费方式就是赌博。

资料来源:<http://www.lasvegasnevada.gov/>,2005年10月27日访问;以及肖和威廉(Shaw and William,2004)的有关著作。

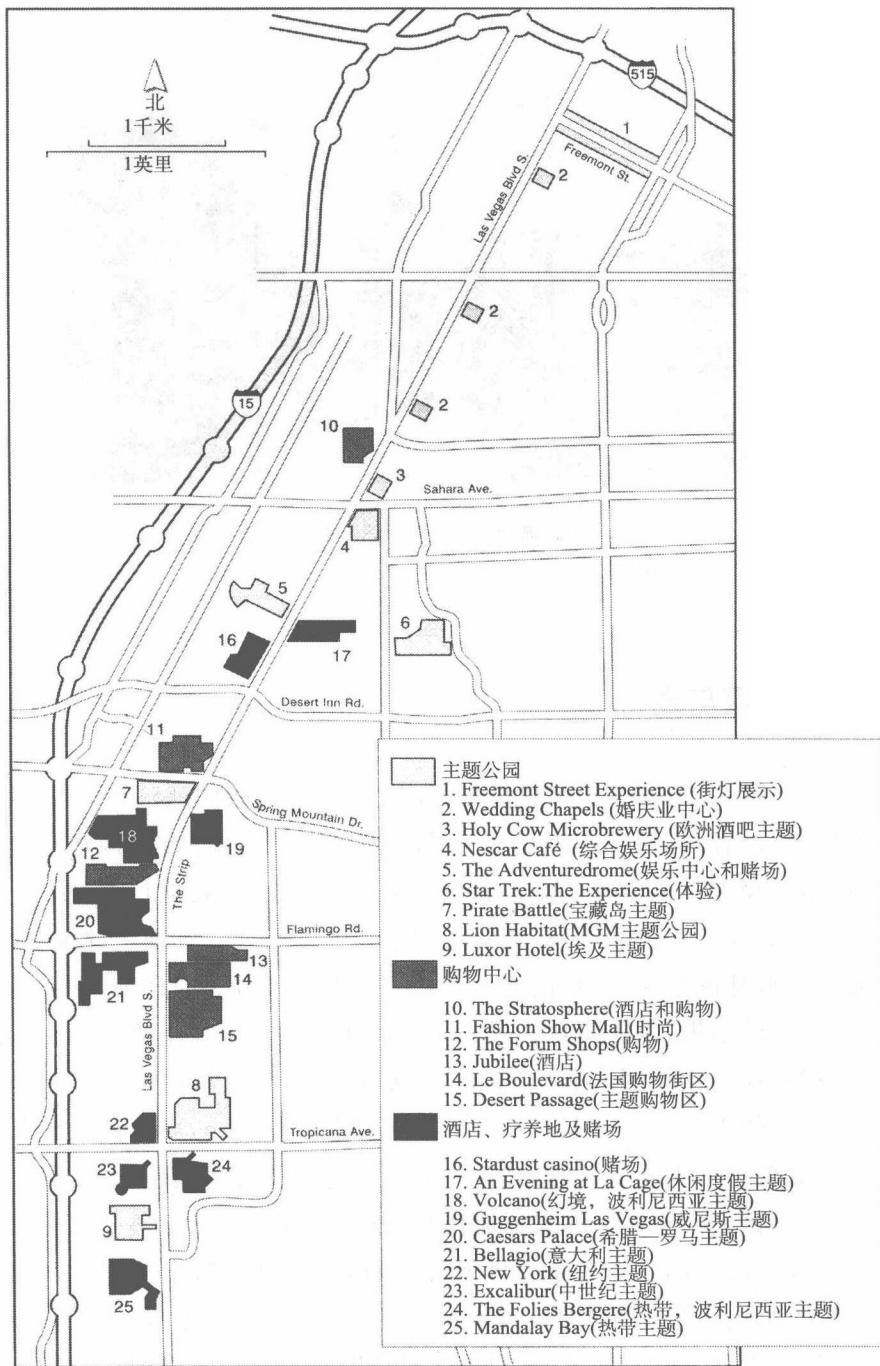


图 10.6 拉斯维加斯的主要主题和景点

资料来源:根据 Shaw and Willians(2004), Figure 10.1 改绘。



310

图 10.7 主题城市景观:内华达州的拉斯维加斯

资料来源:本书作者。

311 10.5 消费、地点与身份

如果以为消费者完全受公司利益的支配,公司卖什么他们就消费什么,那就错了。消费者是积极的行动者,会深思熟虑地做出决策来购买某些商品,以构建自己特殊的身份。有些商品本身就是符号性的,标志着消费者在社会中所处地位或立场——例如衣服、首饰和汽车等。在这些商品领域,消费者的选择尤为重要。其他一些消费性活动,如对餐馆、酒吧和度假地的选择,也是消费者选择过程的一部分。同样地,购买行为也可以作为一种身份差异的标识,以表明自己对非主流的认同或者走在主流边缘(例如,买植物油动力的汽车或者穿式样特别的衣服)。但是应当认识到,顾客们采取这种方式消费的能力随社会和空间的不同会有很大差异。从社会因素看,总人口中可能只有某些特定群体,特别是拥有必要的可支配收入的人群,才能参与这种符号式消费。从空间因素看,这种类型的消费在富裕国家比贫穷国家更加普遍。在贫穷国家,满足最基本的需求(水、食物、住所,等等)才是唯一的头等大事。即使在比较富裕的国家,对于那些贫困的城市居民或农村居民而言,由于收入水平低、当地零售设施差、交通不便等原因,可能也被排除在符号式商品消费之外。简而言之,我们要认识到消费者的影响力因社会和空间的不同而存在显著差异。

不仅如此，消费行为与消费者身份之间的关系也随地点的不同而呈现不同特点——换句话说，具有地域特定性。这是因为消费活动（如购物和用餐等）具有社会和文化特性（图 10.8 和专栏 10.4）。在很多地方，由于零售商、房地产开发商、酒店的全球化经营，消费空间明显同质化，但这些空间的具体消费方式是不一样的。这种差异可以反映出客户的独特个性，以及某

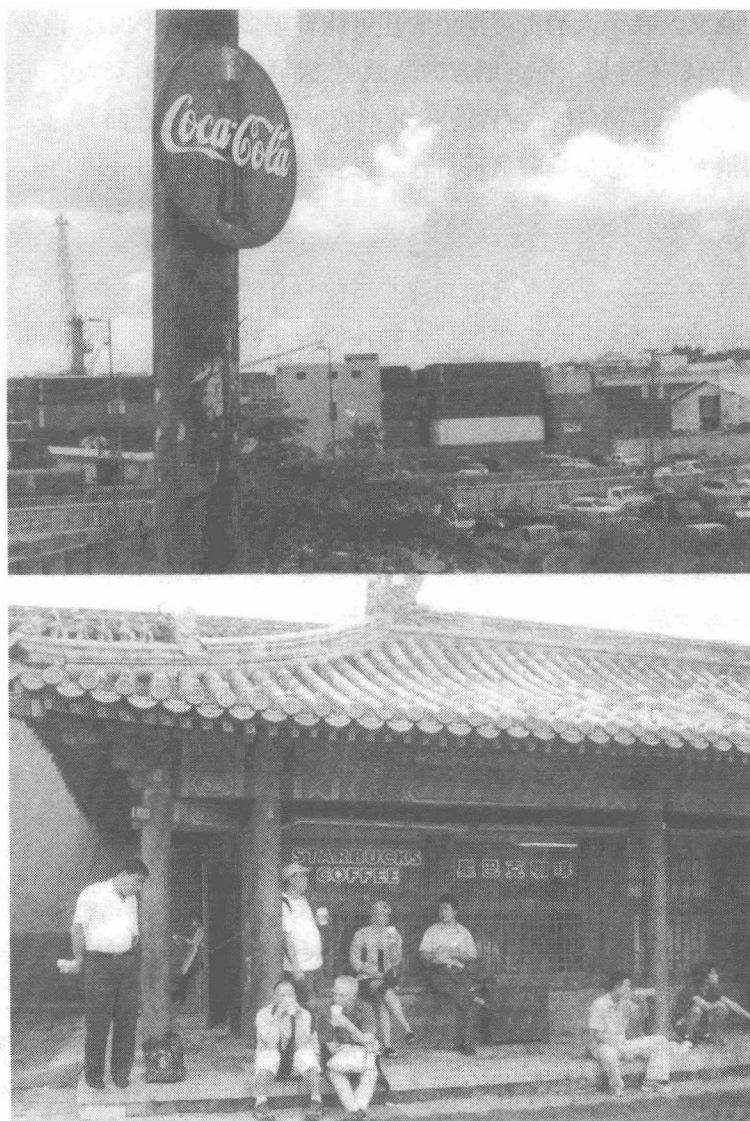


图 10.8 世界各地都是一样的吗？——加勒比海地区圣路西亚的可口可乐招牌和北京紫禁城中的星巴克

资料来源：本书作者。

一特定阶层的身份(如青年人或者民族文化),或是他们在某一特定区域甚至国家文化内部的地位。以图 10.9 中的卡通人物为例。图片以戏谑的方式描绘了新加坡社会中的两类代表性人物——“大都市人”和“内地人”——的消费偏好,以及由此所反映的他们在新加坡甚至更广大的世界中的地位状况。他们的服饰、体貌外观、佩戴的饰物和偏好的报纸全都作为标志物,凸显出特定的、具有地域特色的社会角色和阶层。然而,同样的消费习惯在另一种地理背景下可能具有不同的意义。在个人消费习惯中的还可能有更多的地理因素。消费者把所购商品进行组合后,可以用于表现对某一特定地方的骄傲感、关联感(例如国家服装元素),或者是作为本人游历过的地方的标志物(如旅游者的 T 恤衫或家中摆设的纪念品)。总之,我们作为消费者个人所进行的消费活动总是具有地理特性的,这是其本质使然。

313 专栏 10.4 购物

显然,购物行为远不只是对零售商和购物中心设计者安排的种种刺激做出机械性的反应。实际上,消费被认为是具有文化和社会特性的一系列行为。购物既是简单的商品交换,同时也是一种社会活动,比如说,这涉及与商店售货员的互动,在购买行为之前和之后与朋友们讨论商品的相对优点和缺点,等等。在消费过程中,家庭内部的社会关系尤为重要,因为很多时候,人们是为家庭中的其他成员买东西。同时购物又是日常活动,这意味着消费者不会经常反思自己是如何及为何购物。但是购物确实需要一些技巧(比如,如何在超市中找到目标,如何挑选商品等),这些技巧是在一定的社会—文化背景下习得的。另一方面,购物又不是完全不假思索的条件反射。消费者会根据社会上的一些讨论和权衡,如关于什么是“道德的”和“环保的”消费,来做出自己的决策。购物也与地点和身份有关,与身份的各种维度有关——如家庭、阶层、种族和性别等,这些通过消费者所光顾的特定的购物空间也有所体现。

基于对购物行为的细致分析和理解,我们来回顾一下对于购物中心的讨论。可以概括为三点。首先,认识到购物中心的普遍设计很重要,但这不意味着所有的购物中心都是相同的。每一个购物中心都有自己独特的历史、独特的吸引物搭配和地域特点,而消费者们也相应地在不同购物中心之间做出选择。其次,购物中心是为一般的、普遍的消费而设计的。现实生活中,各种各样的消费者以各种各样的方式来使用购物中心。比如说,并非所有的消费者都怀着休闲的心情逛街采购。很多人可能并不喜欢这种体验,而是想尽快买到计划好的东西后就出去。第三点,要结合特定社会中的其他零售形式(例如家庭、旧货市场、城市中心的零售业等)来看待购物中心。同样地,不同的购物者会有不同的购物选择,购物中心只是其中一部分。

资料来源:Miller et al., 1998。

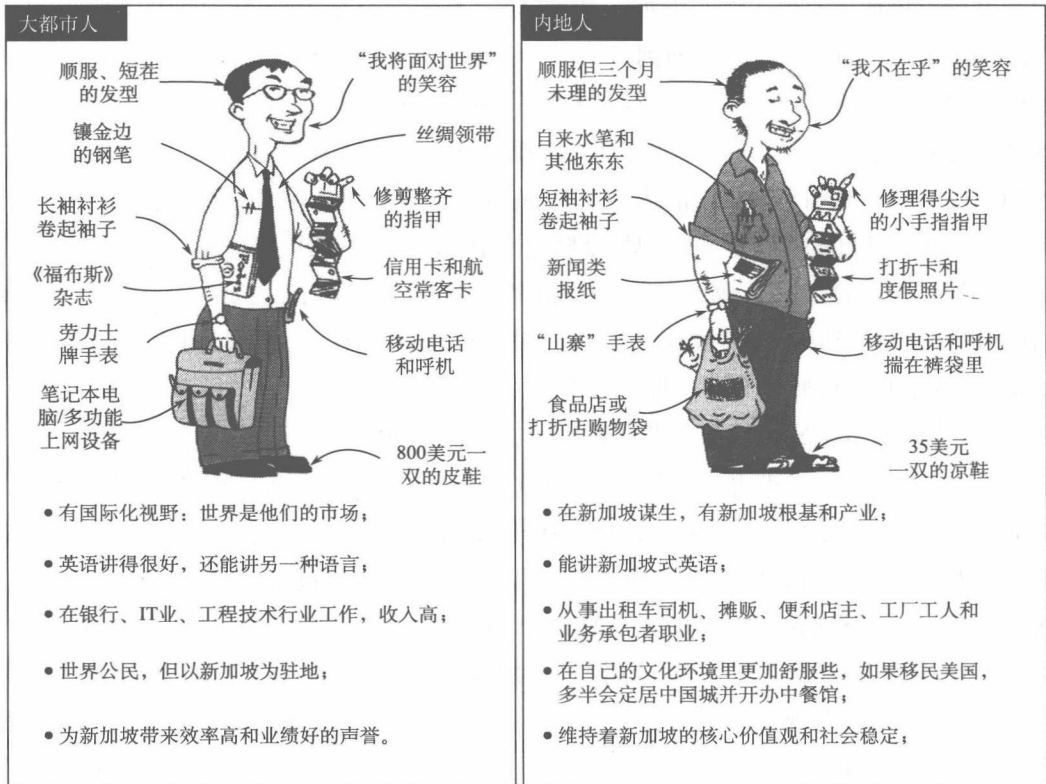


图 10.9 新加坡的“大都市人”和“内地人”

资料来源: 摘编自《海峡时报》, 1999 年第 29 期。

我们可以用具体的事例来说明这些观点。例如, 尽管可口可乐是一种不可否认的“全球化”商品, 但其消费和体验总是发生在某一具体地点。在加勒比的特里尼达, 可口可乐的消费方式很特殊, 实际上几乎把可口可乐变成了一种特里尼达饮品。特里尼达的全国性饮料是兰姆酒, 兰姆酒饮用时总要加入一种调和性饮料, 而这个调和性饮料几乎总是可口可乐。因此, 可口可乐已经成为特里尼达特色饮料的一部分。同样地, 可乐并不怎么被看作美国品牌, 而是被看成同“红色”甜饮相比更有城市感觉和档次感觉的黑色饮料中的一种。这种特点又与白种和黑种特里尼达人(偏好黑色甜饮)以及东印度种族人口(偏好红色甜饮)消费风格的差异关联起来。

20 世纪 90 年代以来, 麦当劳在东亚地区的扩张也是一个很好的例证(Watson, 1997)。这个扩张过程并非简单地将美国快餐模式复制到亚洲背景中, 而是一种可归纳为双向“本地化”的过程。一方面, 麦当劳对当地饮食习惯发生了影响, 特别是对年轻人。最初作为一种外国风味——美国口味——的食品, 逐渐演变为一部分人群的日常食品。一旦被社会广泛接受, 连锁

314-

315

零售商就可以更加迅速地扩张。例如在韩国,第一家麦当劳是1988年开业的,到1990年有22家店铺,1995年有58家店铺,而到了2005年,这一数字增长到243家。为促进这种扩张,麦当劳公司改变了所推出的产品类型,并根据不同国家背景开发了特别的产品(例如为菲律宾市场开发的麦香意面,以及为新加坡与马来西亚市场开发的清真食品等)。另一方面,消费者通过消费麦当劳产品和采用店内消费的方式,使麦当劳变成了一家本地化的商家。尽管麦当劳体系的一些特性已经被接受——例如排队、自助服务——但其快餐概念已经被调整了。食物供应仍然是很快的,但其消费并不快,年轻消费者将本地的麦当劳变成了休闲中心或者俱乐部,在此进行社交活动和消磨时光,而不是简单用餐。我们再次看到,通过具有地域特性的消费活动,全球化的商品被赋予了本地化的含义。

最后,我们来考察家居产品消费在英国、加拿大和美国等市场的迅速扩张(Leslie与Reimer,1999),进而讨论消费活动固有的个人特性。尽管我们买下的大多数商品都要带回家,但是有一类商品,即家居品(如家具、帘帷、床单、油漆、地毯地板等),是用于在家中制造特别的环境和空间。家居装修装饰与维护的过程与身份形成的过程紧密相关。在现代社会对家居装修日益重视的推动下,出现了宜家、爱必居等专业家具零售商场,百安居、家得宝等家居产品连锁店,还出现了《Elle家居》、《富丽家居》、《革新风格》、《墙纸》和《内饰世界》等专业的家居杂志,电视节目也推出了如“交换房间”、“房产阶梯”、“自己动手”和“地面力量”等家具装修节目。

因此,家变成了表达创造力和个性的场所,而消费者每次走进家居店都会增强这种意识。但即使是在这个事例中,我们也不能忽视消费活动背后的公司利益驱动。虽然消费者对家具商品的选择具有高度的独特性和私人性,但仍然在一定程度上回应了零售商和媒体提供的各种“激励”。比如说,家具零售商经常变换“时尚的”颜色式样,并且努力降低产品的耐久性。在家居品和装修的丰富多彩的消费者个性体验背后,也隐藏着资本主义的谋利动机。

316 10.6 小结

本章分析了消费过程中固有的各种地理因素和观念。首先,我们探讨了消费场所地理格局的变化,这种变化日益由大型零售公司所塑造,其中最重要的一个变化是,现代社会郊区购物区已经崛起,并挑战城市中心作为主要消费地点的地位。其次,我们考察了特定消费空间如商店和购物中心等场所的内部,以探讨这些场所如何被设计和操控以诱导消费。这些做法不仅包括有形空间的塑造,还包括在建筑环境中使用多种具有地理提示意义的设计和形象。最后,我们描述了消费和身份构建过程中不可避免的地域特定性,而且商品在不同的社会文化背景下有不同的体现形式。一个贯穿全章的核心问题是,消费的动态变化究竟是由公司利益如

零售商和地产开发商的赢利行为塑造的,还是由消费者的行为塑造的。尽管在现代社会中零售商的力量与影响几乎无处不在,但消费者还是可以在不同程度上自由地发挥自己的作用,这种作用的程度随社会与空间的不同而有很大差异。

以上对消费活动和过程的分析清楚地揭示了,要了解资本主义制度到底是如何运行的,就必须认真考虑各地社会和文化方面的差异。为此,我们将进入本书的下一个部分,讨论公司和国家的经济文化,以及性别和族裔特性是如何塑造和影响经济关系的。

延伸阅读资料

• 里格利和劳(Wrigley and Lowe, 2002)、曼斯维特(Mansvelt, 2005)和珍(Jayne, 2006)对于零售和消费的最佳地理学提供了学生易懂的评介。

• 寇(Coe, 2004)从经济地理学的视角提供了零售业全球化的概扩介绍。

• 肖和威廉(Shaw and Williams, 2004)提供了有关旅游业和休闲场所变化的全面介绍。

• 布罗姆利(Bromley, 1998)、克鲁和格雷格森(Crewe and Gregson, 1998)、丹尼尔(Daniels, 2004)提供了有关非正式消费空间的更多概念性和实证性材料。

• 两项有难度但很有收获的阅读:针对现代购物中心,请读高斯(Goss, 1993; 1999)的著作;针对主题公园,请读祖金(Zukin, 1993: Chapter 8)和沃伦(Warren, 1999)的论著。

• 有关可口可乐在特里尼达、麦当劳在东亚和家居品行业在西方等案例的更多材料,请分别参阅米勒(Miller, 1998)、沃特森(Watson, 1997)、莱斯利与赖默(Leslie and Reimer, 1999)的论著。

317

问答题

• 为什么消费是一种因地理而异的过程?

• 谁在控制消费? 公司还是消费者?

• 在过去 30 年中,消费地理格局发生了什么样的变化? 为什么?

• 各种消费空间是如何被操控以诱导消费者购买的?

• 消费者可以使用什么方式来主动对抗和削弱消费空间的原本设计意图?

延伸阅读资源

• 一些世界领先零售商的网站,如(特易购)Tesco(<http://www.tesco.com>)、(沃尔玛)Wal Mart(<http://walmartstores.com>)和(星巴克)Starbucks(<http://starbucks.com>),提供了关于其全球店铺运营的大量信息。

• 类似的还有一些地区性或者称“巨型”购物中心的网站,例如曼彻斯特的特拉福中心(Trafford Centre)(<http://www.traffordcentre.co.uk>),美尼亚波里斯的美国购物中心(Mall of America)(<http://www.mallofamerica.com>),以及东京迪斯尼游乐场(http://tokyodisneyresort.co.jp/index_e.html)等主题公园网站,可使我们大致了解这些场所提供的各

种服务。

- 著名的购物街如伦敦的牛津街(<http://www.oxfordstreet.co.uk/home.html>)和纽约的麦迪逊大街(<http://www.madisonavenuenyc.com/>),也在努力提升其各自购物体验的品牌地位。

- <http://www.consume.bbk.ac.uk/index.html> 是由伦敦大学伯贝克学院主办的消费文化网站,提供了有关世界范围内消费变化运动的很多前沿研究材料。

(刘志高、康力译,丁瑛瑛校)

参考文献

- Berry, B. J. L., Cutler, I., Draine, E. H., Kiang, Y.-C., Tocalis, T. R. and de Vise, P. (1976) *Chicago: Transformations of an Urban System*, Cambridge, MA: Ballinger.
- Bromley, R. D. F. (1998) Informal commerce, expansion and exclusion in the historic centre of the Latin American city, *International Journal of Urban and Regional Research*, 22:245-63.
- 318 Coe, N. M. (2004) The internationalization/globalization of retailing: towards an economic-geographical research agenda, *Environment and Planning A*, 36:1571-94.
- Crewe, L. and Gregson, N. (1998) Tales of the unexpected: exploring car boot sales as marginal spaces of contemporary consumption, *Transactions of the Institute of British Geographers*, 23:39-53.
- Crewe, L. and Lowe, M. (1995) Gap on the map? Towards a geography of consumption and identity, *Environment and Planning A*, 27:1877-98.
- Daniels, P. W. (2004) Urban challenges: the formal and informal economies in mega-cities, *Cities*, 21:501-11.
- Deloitte (2006) 2006 Global powers of retailing (downloaded from www.deloitte.com, 20 June 2006) *Economist*, The (2005) This sceptered aisle, 6 August, p. 23.
- Fernie, J. (1995) The coming of the fourth wave: new forms of retail out-of-town development, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 23:4-11.
- Goss, J. (1993) The 'magic of the mall': an analysis of the form, function, and meaning in the contemporary retail built environments, *Annals of the Association of American Geographers*, 83:18-47.
- Goss, J. (1999) Once-upon-a-time in the commodity world: an unofficial guide to the Mall of America, *Annals of the Association of American Geographers*, 89:45-75.
- Guardian*, The (2005) Tesco stocks up on inside knowledge of shoppers' lives, 20 September, p. 23.
- Jacobs, J. (1961) *The Death and Life of the Great American Cities*, New York: Vintage Books.
- Jayne, M. (2006) *Cities and Consumption*, London: Routledge.
- Leslie, D. and Reimer, S. (1999) Spatializing commodity chains, *Progress in Human Geography*, 23: 401-20.
- Lowe, M. (2000) Britain's regional shopping centres: new urban forms? *Urban Studies*, 37:261-74.
- Mansvelt, J. (2005) *Geographies of Consumption*, London: Sage.
- Miller, D. (1998) Coca-cola: a black sweet drink from Trinidad, in D. Miller (ed.) *Material Cultures: Why*

Some Things Matter, London:UCL Press, pp. 169-87.

Miller, D., Jackson, P., Thrift, N., Holbrook, B. and Rowlands, M. (1998) *Shopping, Place and Identity*, London:Routledge.

Shaw, G. and Williams, A. M. (2004) *Tourism and Tourist Spaces*, London:Sage.

Smith, M. D. (1996) The empire filters back:consumption, production, and the politics of Starbucks coffee, *Urban Geography*, 17:502-24.

Straits Times, The (1999) Cosmopolitans and heartlanders, 23 August, p. 29.

Stutz, F. P. and Warf, B. (2005) *The World Economy*, 4th edn, New Jersey:Pearson.

Warren, S. (1999) Cultural contestation at Disneyland Paris, in D. Crouch (ed.) *Leisure/tourism Geographies*, London:Routledge, pp. 109-25.

Watson, J. L. (ed.) (1997) *Golden Arches East:McDonald's in East Asia*, Stanford,CA:Stanford University Press.

Wrigley, N. and Lowe, M. (2002) *Reading Retail:A Geographical Perspective on Retailing and Consumption Spaces*, London:Arnold.

Zukin, S. (1993) *Landscapes of Power:From Detroit to Disney World*, Berkeley, CA:University of California Press.

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？

321

目 标

- 理解各地企业有何不同以及不同的原因
- 评估地理因素在塑造企业文化和行为方面的重要性
- 揭示企业文化为何会对其业绩有很大影响
- 探讨国家和地区是否发展了自身的经济文化

11.1 引言

福特、宝马和丰田都是世界上知名的跨国汽车制造商。2004年，它们的销售额和销售收入超过了大多数单个国家的GDP。三家公司中最大的是福特，其2004年的销售收入达1716亿美元，丰田和宝马分别为1542亿美元（净收入）和535亿美元（销售额）。对于这些日进斗金的汽车巨头来说，每件事都是全球化的——从产品推出到生产选址，到员工劳动力及股东的构成。我们或许可以因此认为，这些全球化的公司在公司运作和商业文化方面大体相似。但是仔细考察后会发现，它们并不是同质化的全球化公司——相反，它们仍然深深植根于本国的文化。

这三家公司在创办初期都是家族企业，分别属于美国的亨利·福特及其家人、德国巴伐利亚的匡特家族，以及日本的丰田家族。到今天，这三家企业中仍然有家族成员参与业务。2005年，福特家族的两名成员（Edsel B. Ford II and William Clay Ford, Jr.）进入了福特公司董事会，匡特家族的一名成员（Stefan Quandt）担任宝马公司监事会的副主席，而丰田家族有两名成员（丰田章一郎和丰田章男）进入了丰田公司的董事会和高级管理层。同时，福特公司董事会成员大多数是美国人，宝马公司监事会和管理委员会的几乎所有成员都是德国人，而丰田公司的董事会和高级管理层全是日本人。显然，至少在所有权和管理者方面，这三家公司都是深深植根于其本土的。

322

但是，福特、宝马和丰田是否有不同的经济文化？福特公司继承了基于市场的价格竞

争这一美国文化,对待供应商的态度是敌对性的;而其日本竞争对手丰田公司则寻求与商业交易方保持合作性关系——体现为日本式的合作群体关系学观念(Womack et al., 1990)。在公司内部关系方面,它们对跨国管理的观念也有很大差异。福特公司对雇用国际性高管人员来管理世界各地的业务持开放的态度,而丰田公司在国际业务中仍然偏重于任用日本人,对其国内业务更加如此。它在北美的销售总裁和制造总裁都是从日本派出的“总公司的人”。在这一方面,宝马公司兼具敌对性竞争与合作性伙伴两类公司文化特征,而宝马最鲜明的企业文化是对卓越工艺的追求,这一文化来源于德国对工艺精良和实力的“全民性”追求,这甚至体现在其慕尼黑总部大楼的外观上——以其著名的四缸发动机为原型(图 11.1)。宝马公司赶在 1972 年慕尼黑奥运会前建成了它的新总部大楼,象征着“繁荣、自主与技术完美,还有一点乌托邦意味”。这种具有国家特性和公司特性的对工艺卓越的追求,在福特公司和丰田公司的生产和销售策略中就不太明显了。无独有偶,其他德国汽车行业的大公司也都以其工艺水平而著称。



图 11.1 宝马公司德国慕尼黑总部大楼

资料来源:本书作者。

显然,这些公司的“全球化”仅仅表现在其产品的市场广度或者零部件的供应来源上。按照不同的起源、历史发展和管理结构来说,它们仍然是国家性的公司,其公司运转和管理流程表现出鲜明的国家特点。在此,地理因素发挥了作用,其发源国——通过所谓的“母国效应”——塑造了特定公司内外关系的不同特色。这些公司层面及国家层面的差异可以用经济文化的概念来归纳。文化是一个宽泛复杂的概念,难以精确定义。在此,文化指的是一系列广泛共有的做法和模式,如专栏 11.1 中所解释的。

本章是全书最后一部分——“经济生活的社会化”的开篇。在这最后的三章里,我们力图展示,本书所讨论的经济过程总是,而且不可避免地是由社会和文化力量塑造而成。本章我们关注的主要问题是文化对经济过程产生的直接影响。尽管到目前为止我们关注的案例都与企业间或国家间的差异相关,但这些文化模式的差异可能还体现在公司内的部门间或公司整体上,体现在有多个独立企业的地区尺度上,以及体现在国家尺度上。因此,在考察经济文化时,要解析其复杂的地理情况。在之后的两章中,我们将更深入地考察性别和族裔的各自作用,以及它们与经济关系的相互交融和影响。由此,本书最后这一部分要明确应对第一章所列出的挑战——具体来说,就是在理解经济过程时要看到传统意义上经济要素以外的东西。

专栏 11.1 什么是文化？一种简单的方法

文化是共同分享的理念体系(例如语言、宗教、风俗、传统,或者有关地点的概念)。分享同一文化的人属于同一社会圈子、群体或者国家。文化是人们理解世界或者世界意义的工具,并使人们藉此在日常生活中再现自己。文化体现在实物(如建筑物)和社会性事物(如迷信和故事)中,是动态的而不是静止的。换言之,文化是一种过程而不是一个静止的东西。

文化是由社会决定的,与权力密切相关:占统治地位的群体通常将自身的文化强加于他人,并受到其他群体和次文化的挑战。文化是一种关于“我们是谁”和“我们属于哪里”的理念体系,是个人构建自己身份认证的主要手段之一。

总而言之,“文化”概念有三个明确的要素:

- 某一社会中的成员或者社会中某一群体的生活方式或者做法(如穿着、婚姻风俗、家庭生活、工作模式、宗教仪式、业余追求,等等);
- 社会成员/群体所持的价值观(抽象理想);
- 人们普遍接受的行为规范(原则或规则)。

本章的结构如下:下一节我们重点分析关于公司行为基础的一个普遍误解——即认为公司在世界各地的运转都是遵循着共同逻辑和同一套做法的,因此经济过程是“非文化性”的。我们通过 4 节相关联的内容来批驳这一错误观点。首先,11.3 节集中考察公司这一层面。通过解析一个典型公司,展示公司的文化及次文化如何在不同的地点和背景下塑造公司行为。

其次,探索的层面从公司转向国家商业体系。11.4节展示了不同国家商业体系中的公司具有不同的运转方式和管理结构。最后,在某些国家尺度内,经济文化还存在区域间的重大差异,从而对区域繁荣和地理发展格局带来显著影响(第11.5节)。最后,在11.6节,我们提出必须整合多重文化因素和多重尺度因素来理解当今全球化经济下的资本主义公司。在此,我们展示了经济文化在国际化 and 全球化的过程中是如何跨越空间而融合、变化和演变的。

325 11.2 各地企业都相同,真的吗?

在大多数经济学家看来,企业只是一系列对竞争动向和成本变化做出回应的生产单位的集合。换句话说,企业就是个“黑箱”,按照特定的生产功能和市场需求将投入转变为产出。微观经济学教科书中很少(哪怕用一章的文字)解释企业的构成。原因很简单:将企业的理论定义剥离了地理和社会背景,对企业的经济分析就是一项直截了当的技术操作。因此,在各种传统的经济思维中,企业仅仅作为需求与供给之间的一个媒介而存在。

而我们的观点是,正是由于这种“理所当然”的假设,产生了对企业的很多误解,并且这些误解流传广泛。首先,企业被认为是资本主义利润最大化这一逻辑的体现,这已经成为了一种根深蒂固的“常识”,以至于人们普遍认为这就是企业管理者所有决策背后的驱动力。大多数人会想当然地接受这一观点,认为企业至少是在无意识地遵循资本主义逻辑而行动。这种逻辑认为,企业必须使其利润最大化才能保持竞争力并得以生存。然而,如专栏11.2所示,其实这一逻辑在真实世界中存在重大缺陷。

其次,如果企业只是一个“黑箱”,就没有有力的理由来解释为什么不同地方以及不同地理背景下的公司各有不同。毕竟,人们普遍假定公司只是简单地对市场信号和成本变化做出反应。这种“各地企业都相同”的说法是随着所谓的“全球化企业话语”(参见8.2节)的兴起而流行起来的。根据这一观点,商业权威人士和咨询师们都否认具体地点对企业的形成和行为可能产生的任何影响。例如,大前研一在其著名的《无国界世界》(*The Borderless World*)一书中宣称,“起源于哪国不重要。总部设在哪里不重要。你为之负责的产品和你服务的公司没有国籍”(1990:116)。尽管大前研一本人是一位商业大师并且非常熟悉日本商业机构的鲜明日式文化,但是他这种夸张的说法是误导性的。

326 最后,媒体经常宣称企业界运营方式全球趋同是一种自然现象。这种误解的核心思想其实很简单:全球化竞争促使全球化公司在商业运转方面越来越相似,对于不同地区和国家的企业,没有什么能阻挡全球化的潮流——所有“不规则的”和“非正统的”商业做法或者是组织做法都要被淘汰掉。简单地说,只有标准化的和有效率的商业组织形式才能在全球化竞争中生存下来。

专栏 11.2 受质疑的竞争力

埃里卡·舒塞贝加(Erica Schoenberger,1998)指出,在资本主义经济体中,很难反驳竞争力对于一个人、一家企业或者一个地区至关重要这一看法。实际上,这一概念在经济发展和战略讨论中无处不在,以至于没有人觉得有必要去追究。但与此同时,它常被用于为一些与实际竞争情况略有关联的行为辩护。竞争力概念认为,促进人类利益的最好的方式是通过市场中的选择过程。这种过程,如舒塞贝加所指出的,是一种弱者或者说竞争力不足者“活该死掉”的过程。

舒塞贝加指出,竞争力概念的权威就在于其不允许任何反驳。竞争力被当作是不可避免的、天然的、常识性的东西。但她指出,跳出这个框架来思考就会有惊人的结果。人们通常认为,像耐克这样的公司为了保持其竞争力就只能给发展中世界那些缝制跑鞋的工人们支付极低的工资。印度尼西亚工厂的一名工人每制作一双鞋可能只得到几美分,而这双鞋的零售价格是100多美元。舒塞贝加声称,虽然给亚洲工人大幅度提薪会降低耐克公司的利润率,但是公司仍然是可以赢利的,并且这样做并不影响商品的价格。那么,我们应当如何看待耐克必须压低工资以保持竞争力这种说法呢?而事实上,它只是为运动鞋商品链各环节的价值分配做辩护的一个相当空洞的理由。

在本章接下来的部分,我们将通过探讨企业文化的多样性和重要性来对这类说法进行批判。其实世界各地企业的经营活动所遵循的远不只是利润最大化的冷酷逻辑。事实上,企业是差别显著的文化主体,其内部有流派、分割和矛盾。企业经营所在的地点也有其具体的经济文化特征。在某些情况下,正是这种经济文化导致了企业经营的成功或失败。

11.3 解构企业:企业文化与话语

327

如本章引言已经指出的,一般而言,企业之间最主要的区别在于各自不同的、具有特性的运营方式和行为模式,即通常归纳为企业文化的东西。要突破新古典经济学关于企业“黑箱”的概念,我们需要从两个方面来理解企业文化。首先,我们可以考察企业如何因企业文化不同而差异。例如,即使在大多数消费者都认为相似的零售业巨头之间(企业间),如美国的沃尔玛和好事多,它们对待顾客和员工的方式也有很大差别(Herbst,2005)。其次,我们可以对企业进行解析,不是将其视为一个“黑箱”,而是看成一个组织,其内部成分混杂且各种利益群体互相竞争。这些群体和参与者各自的实力和可动用的资源各不相同,代表着企业的各个部分以及各种次文化。

值得注意的是,企业越来越有兴趣用文化和次文化行为的概念来进行自我理解。实际上,自我理解在企业管理中日益变得重要——专栏 11.3 描述了这种被称为软资本主义(soft capital-

ism)的现象对于理解企业文化与次文化对现代企业的发展和竞争的影响正变得越来越重要。

328 专栏 11.3 20 世纪后期“软资本主义”的兴起

卡尔·马克思用“工业资本主义”一词描述了他在 19 世纪英格兰工厂中所见到的情景。现代的经济组织是否与那个年代的相同? 答案当然是否定的。现代资本主义更加以知识为驱动力, 不仅指那些作为商品来出售的知识或者信息, 还指企业管理者们的自我认知或者称反思性知识(reflexive knowledge)。企业管理者们希望更好地了解自己和所处的工作系统。反思性知识是在思里夫特(Thrift, 1998)称为“软资本主义”的时代作为企业与对手竞争的核心工具而出现的。在竞争中, 企业文化成为了一个关键武器。其中部分原因在于, 在当今全球化经济背景下经济过程变得更加不确定和更加复杂, 因此企业及其管理者们面对的经营环境也更加有挑战性(Thrift, 2000a)。他们需要某种稳定剂——组织惯例和企业文化, 来理解这种不确定性和复杂性, 并在不断变化的外界环境下保持企业结构中一定程度的凝聚力。

然而, 企业文化对管理者的重要性还不止于此。在电子交易(如股票、大宗商品和债券等)等高度变动的市场中, 价格会因交易者的直觉和情绪而变动。一个典型的例子就是 2006 年 5 月出现的每桶 75 美元的天价石油, 更多地反映了商品交易者的情绪而非原油供需的实际状况。由于大多数交易者估计 2006 年冬季油价会上升, 许多人开始接受更高的远期交付价格, 而这样做就使价格上涨成为了现实。类似的“羊群效应”也会出现在世界股票市场中。例如在 2006 年 5 月至 6 月期间, 由于投资者担忧美国的利率可能提高, 全世界股票市场出现了一个月之久的下跌, 导致 2 万亿美元的股票市值蒸发。同样地, 引起这次下跌的很大一部分原因是交易者的忧虑、情绪、估计和本能。由此看来, 在交易圈中共享的理念与模式即其文化, 是至关重要的。

329 企业文化

世界各地的企业文化和传统可能各有不同。有时候, 企业的传统文化会导致企业做出不理性或具有方向性错误的决策, 最终损害其自身利益——这种过失被称为“企业的文化危机”(Schoenberger, 1997)。因此, 理解企业文化与传统文化具有很重要的意义。

那么, 企业文化到底是什么? 我们如何明确某一企业组织具体的文化特征? 我们可以从四个途径看待企业文化的作用(这里我们引用 Schoenberger, 1997):

1. 思维方式: 即一家具体公司中思维被限制、引导或聚焦的方式。随着时间的推移, 企业组织不可避免地发展出“群体思维”元素, 即对某些想法和做法会不加批评地接受。同长期处于某种环境中的人相比, 局外人或者是新来的人反而更容易发现这些元素。例如某些汽车制造企业可能会非常强调设计与制造工艺的创新态度, 而其他企业可能更强调市场份额和易为大众接受

的价格。在金融行业，一些银行将自己看作“安全”的机构，从事保守的投资和贷款；而另一些金融机构则可能更乐于追求较高收益而承担较高风险。再举一个其他方面的例子，某些雇主把其与雇员之间的关系看成是纯粹功能性、合同性的；而另一些雇主可能更重视其雇员的忠诚、职业发展，甚至家庭生活。尽管这些差别难以准确指明，但是从雇员、客户以及消费者的角度来比较各家公司，确实能揭示各家公司内部主导性思维方式的许多差别。

2. 具体做法：当思维方式转化为行动，企业文化就体现在日常的业务行为中。简单地说，就是企业应当做什么和应当怎样做。这是由具体企业和具体工作场所的很多活动决定的，包括交谈、开会、工作任务、劳动分工、生产流程、服务供应，等等。日复一日，一些做法变成了常规和固定的，并且被不假思索地接受下来，成为做事方式的“自然的”一部分；但是不同组织可能会有极为不同的做法。例如，在某些公司中，新的提议会被传阅以供评论与修改；而在另外一些公司中则可能作为一项命令被逐级下达。在某些工作场所，工作日制度得到严格遵守，上班下班时间都被明确规定，工间休息也有固定时间；而在另一些企业，对待工作时间的态度就比较灵活。这还可以延伸到企业对其所生产产品的态度——一家将自己严格定义为打字机制造商并以产品质量为荣的企业，很可能会关门。但是如果一家打字机制造商对自己的产品持灵活态度，并且能及时转向计算机键盘或者喷墨打印机的生产，则可能继续成功经营。

3. 社会关系：即在思维方式和具体做法中暗含着存在于企业内部和雇员之间的种种关系。人们如何共事？如何相处？如何回应上级的命令和下级的建议？这些关系形成社会的“胶水”，使企业成为一个整体并且使复杂的劳动分工能顺利进行。可采用的模式是多种多样的——从非正式的关系和友谊，团队精神和同事义气，一直到竞争、刻板的等级制度和相互仇视。企业内关系的不同文化影响到分配工作、履行义务、执行命令、实现策略的方式。这些差异会明显地影响到企业的业务——影响到雇员们对工作的积极性，影响到出色创意的交流和采纳；还可能决定着雇员的跳槽率。企业内部的社会关系一经制度化和共同接受，就会成为理所当然的传统并持续下去。

4. 权力关系：企业文化的这一维度源自企业内部的社会关系，涉及企业的权力分配和行使的方式。显然，任何企业，即使是一家很小的仅有几名雇员的企业，都有等级制度，一些人做决策，而另一些人主要听令行事或者按事先制定的工作规程行事。在大企业中，这些权力关系较为复杂并且形成了长长的指挥链。但是，各企业的权力配置和行使的方式都不一样。在某些企业，等级结构很明确，存在着强有力的垂直指挥链。而在另一些企业，可能建立了比较灵活和扁平化的职责体系。所采用的权力结构类型会对企业的内部沟通有很大影响——如果是在一家等级结构扁平的企业，一个业务员就能与高层经理互动，则很可能出现很多“草根”型的创新设想。但另一方面，具有严格等级制度的企业可能对新机遇做出迅速的行动回应。除了这种权力关系之外，企业文化还决定着员工对命令的反应态度——是不做任何质疑地服从，还

是有权讨论和谈判？这一点同样会影响到一家企业内部有多大程度的“草根”创新。

总之，上述四个维度提供了认识企业文化特点的一种方法，并且强调了日常商业做法是如何作为一套传统而稳定下来的。这些传统因企业而异。我们可以就此提出有趣的经济地理问题：企业文化如何涉及具体地域并表现出路径依赖的倾向——在此过程中，已往的行为如何引导现在和未来的决策(5.2节)？

要回答这两个问题，我们先来仔细地考察一个例子：某家曾雄踞市场数十年、实力强大的美国公司，是如何逐渐被外国竞争对手超越并挤出市场(Schoenberger, 1997)的。这是一个关于施乐公司和佳能公司的例子，前者是复印成像行业的美国巨头，后者是其日本挑战者。施乐公司于1949年第一个引进静电影印机(图11.2)，到60年代已经成为拥有数十亿美元的大公司；然而到了80年代初期，它却身处破产边缘，其复印机市场份额从70年代初的90%以上缩减到70年代末的15%以下。而这个过程中的主要受益者是日本竞争者，如佳能公司、理光公司和夏普公司。早在70年代，佳能公司就开发出可使用普通纸张的复印机NP-1100以避免施乐公司的复印技术专利(图11.3)。1971年，在一些明智之士的建议下，施乐公司曾接洽佳能公司，提出为佳能的复印机技术提供特许权，但是施乐公司的技术专家们——所谓的施乐公司里最了解情况的人——坚持认为这种合作不可能，是向一家劣等的竞争者出卖自家利益。因此这一建议被搁置了。

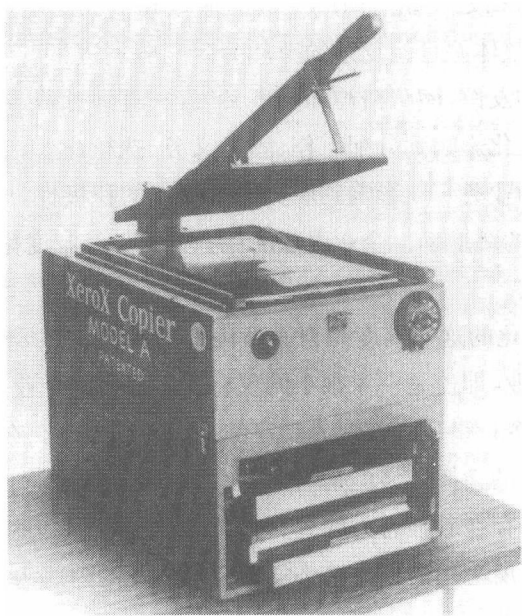


图 11.2 施乐公司在 1949 年的第一台复印机

资料来源：施乐公司友情提供。

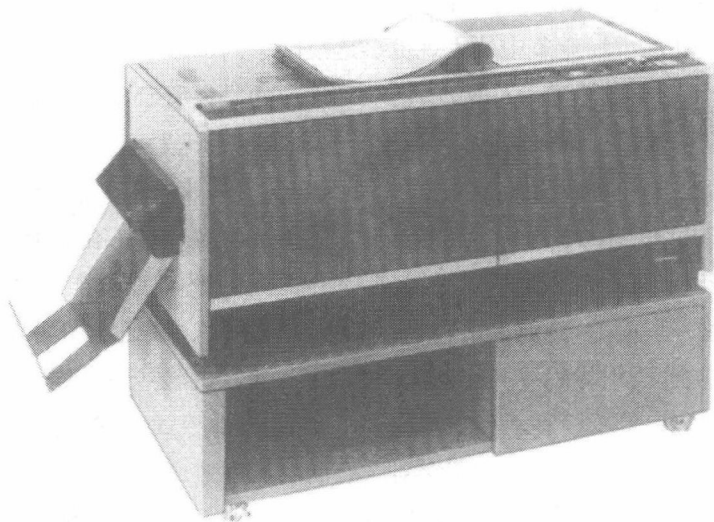


图 11.3 佳能公司在 1970 年的第一台复印机

资料来源：佳能公司友情提供。

就在日本竞争者们全力开发小型、低速、简单、便宜而性能可靠的复印机时，“（施乐公司）对这一块市场却毫无兴趣，甚至可以说是完全忽略了。（施乐公司）的主导文化注重大型、快速、技术上优雅并且利润率高的（机器），并且由于市场上没有其他同类产品可供选择，所以这种文化没有受到任何挑战”（Schoenberger, 1997: 195）。施乐公司经理们的注意力集中于其美国竞争对手（柯达和 IBM）及其相似的竞争方式，以至于忽视且未能及时应对“外来者”的新型挑战。对于施乐公司而言，日本的竞争无足轻重，并且来自“错误的”地方，因此对其采取“视而不见”的态度。施乐公司企业文化的主要特点体现出一种狭隘的思维方式，在这种思维方式下，只能看到来自美国同行公司的竞争。除此之外，施乐公司关注的就是为企业型用户生产大型、技术先进的复印机。这与佳能公司的态度恰好相反，后者专注于为更广泛的客户生产简单的机器。另外，施乐公司的企业社会关系和权力关系决定了技术专家们地位较高，而这些人认为佳能及其产品差得远。而在另一种不同的企业文化中，销售专家们可能有更强的话语权，可能最后做出不同的决策。简而言之，施乐公司的企业文化中的各种元素都阻碍了企业的行动，使它没有看清明显的客观事实——来自新产品和新生产商的严重竞争挑战。结果，它为此付出沉重代价：施乐公司几乎被挤出了它当初参与创始的复印机行业。

企业次文化

施乐公司的案例表明，不同公司的企业文化各不相同。而就在同一公司内部，不同部门也

会对企业文化存有争议。实际上企业并非一个内部一致的、同质化的、按照预设的逻辑来行动的“黑箱”。企业在外部市场竞争中的表现更多地反映了内部不同群体之间谈判的结果。通常而言,企业文化的定义至关重要——例如,占主导地位的是科研专家还是工程人员?做决策的是财务人员还是营销人员?或者,一个区域性分支机构是否优先于另一个分支机构?

333 在所有这些情况下,企业内部谈判的目的都是为了定义企业内部文化的话语。我们在第二章中提到,所谓话语,指的是有助于理解世界和解释所发生事物的一系列语言、概念和做法。企业话语即企业理解自身以及所在经营环境的途径。它提供了一种世界观以培养一定的企业文化。

在公司内部这一层面上,企业话语如“激烈的全球竞争”、“缺乏竞争力”、“成本压力”等概念的提法很普遍,被作为引导思维和行动的信条。企业的董事会可能要求调整机构设置,因为他们感觉企业的(盈亏)“底线”在恶化或者出现了新的“商业模式”。但是“竞争力”这个问题有时根本不至于对企业存亡——甚至也不会对企业的利润率造成致命威胁(见专栏 11.2 有关耐克的案例)。但是企业内部一个群体提出的话语架构,可能不为其他群体接受。工会组织可能会提出一个有关“剥削”的反面话语来揭穿“竞争力话语”(参见第九章)。即使在一家企业的管理层内部,也会提出不同意见或者说法,以争夺定义公司宗旨和自身形象的话语权。所以,企业远非经济学理论中假设的那样是同质的、单一的主体,实际上可能是本质上不协调、不稳定、相互竞争的多种利益与多种观点的集合。

这种观点可以通过澳大利亚的矿业与钢铁集团公司必和必拓(BHP)的例子来进一步说明。该公司在 1982 年威胁要关闭其在悉尼以北的纽卡斯尔地区的一家钢厂(O'Neill and Gibson-Graham, 1999)。澳大利亚左翼批评人士认为,这是企业追求利润最大化的精明算计的又一例证,没有人性,完全不顾工人们和社区的 need。但是在 BHP 内部人看来,事情并不是这样简单。企业内部很多人对裁员与关闭工厂有截然不同的看法。其中一人——罗伯特·钱纳里——成为这一事件中的关键性人物。罗伯特·钱纳里于 1981 年进入纽卡斯尔钢厂担任总经理助理,当时为应对澳大利亚地区业务利润率下降,必和必拓的财务部门决定对炼钢部门实施优化重组。罗伯特·钱纳里与自己的顶头上司总经理杰克·瑞斯贝进行了艰苦斗争,力求保住工厂不关门,而他也不知道优化重组后在员工仅剩一半的情况下工厂如何运转。到最后,出人意料的是,纽卡斯尔的钢厂得到了 1983 年实施的全国钢铁产业计划公共资金的注入,从而得以避免关闭。钱纳里回忆道:

墨尔本(必和必拓的总部)说要关掉它。说减少钢厂对必和必拓有好处。这个没有疑问。为什么要设两个钢厂?但是……突然间纽卡斯尔厂盈利了。突然间不必关闭纽卡斯尔厂了。突然间他们批准了一个高炉重装项目,我想那将有 2 600 万美元的投资,这样实际上使我们的一个小高炉实现了现代化。

(O'Neill and Gibson-Graham, 1999:19)

这一案例有何重要意义呢？从某些方面看，企业内部的各种争论可以被看成是背景噪音而已——有些讨论到最后不可避免地会按着资本主义逐利动机的指引去得到解决。但是这个例子表明企业内部的讨论还不止于此——有关讨论可能确实改变了该公司原打算关闭钢厂的计划。这些讨论还使我们认识到，企业实际上与传统经济学理论所描述的不同，是更为脆弱、内部有矛盾、易受影响的实体。事实上，这为使用政治策略应对企业活动打开了一扇可能性之窗，例如，使有关利益相关方——环保团体、土著民族、失业工人，等等——获得合理的话语权。

综上所述，对企业文化的讨论对 11.2 节中描述的“商业行为全球趋同”的观点提出了挑战。这表明即使某一企业设定了明确的全球化标准和方案，也可能由于企业内部缺乏一致性(lack of coherence)而无法实施。要使企业的各部分统一行动是很困难的，因为企业内部的不同群体有不同的意图和目标，其中有一些是与公司设定的规划相对立的。随着一家企业发展壮大和进一步扩张，这种内部的多样性和对立性也可能随之增强。正如第九章中几个案例所表明的，同一企业中不同部门的工人可以联合起来对抗企业的组织变化，而管理者们也可能被拉到不同的立场上。

11.4 国家企业体系

到目前为止，我们主要集中从企业的地理尺度进行了考察，但很少涉及企业的起源国。我们已经讨论了，同一行业中的企业可以有不同的经济文化，并且在很多情况下企业的主导文化受到其内部各种次文化的挑战。随着我们进入更高地理层面，国家文化和地区文化如何塑造企业的策略和行为呢？如果我们将企业放在其特定的国家和地区背景下来研究，会有什么发现？在本章引言中我们着重介绍了三家汽车巨头企业经营模式中存在的国家性差异——美式(福特)、德式(宝马)和日式(丰田)。我们如何解释企业与其起源国之间存在的这种“内在的”关系？为回答这个问题，我们使用组织社会学发展出来的“企业系统”(business system)方法(Whitley, 1999)概念，将其应用于国家尺度的地理背景中。简单地说，这种方法认为在不同国家的经济体中，企业行为有显著差异，并且随着时间演变，这些企业行为体系成为了这些国家

所有权形式与公司治理

区分不同国家企业体系的一个最显而易见的方法，就是考察其公司治理机构——即所有权与控制机制。公司治理结构多种多样，从在证券交易所交易的上市公司，到国有企业、家族企业、合作社和私人公司，等等。在某些国家(如英国和美国)，大多数公司的股东们并不直接

管理企业,而是将管理事务交给职业经理人。在另一些国家中(如斯堪的纳维亚国家与南美洲国家),公司的主要股东或家族成员会直接参与管理控制。在有些国家,政府可能介入而发展出占主导地位的国有企业或政府关联企业(如委内瑞拉、沙特阿拉伯和新加坡)。

现在我们来查看体现不同所有制和控制结构的两个截然不同的例子。图 11.4 和图 11.5 分别展示了世界上最富有的两个亿万富翁——微软公司的比尔·盖茨和长江实业的李嘉诚——

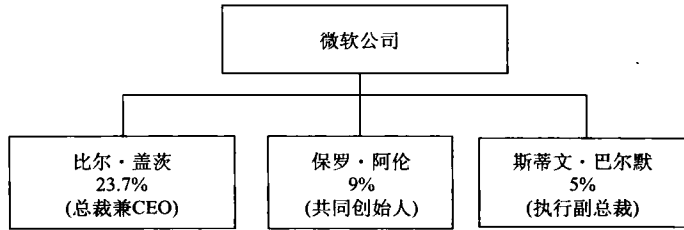


图 11.4 比尔·盖茨与微软公司,1996

资料来源:根据 La Porta et al. (1999), Figure1 改绘。

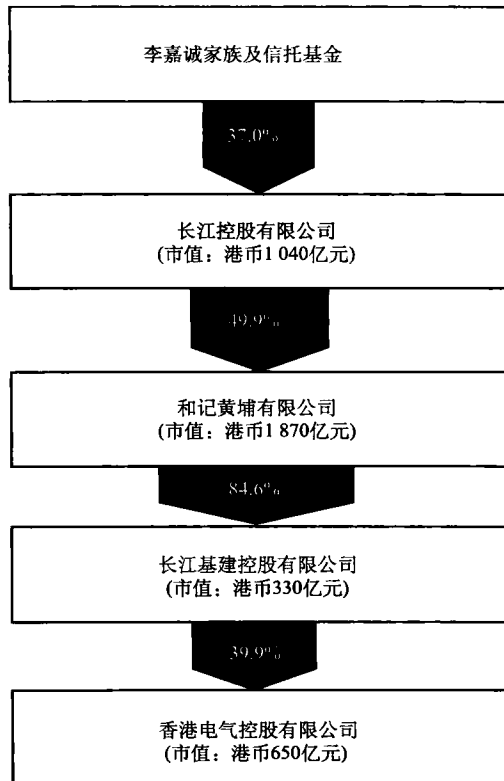


图 11.5 李嘉诚与长江集团,2003 年 3 月 25 日

资料来源:Yeung(2004), Figure5. 2.

所拥有企业的所有权结构。2005年,比尔·盖茨以其465亿美元的净资产排在《财富》的世界富人榜首位,而李嘉诚以130亿美元排在这张名单的第22位。虽然这二人在其旗舰企业中的持股比例都不超过40%,但他们对公司治理的态度却差别很大。

早在1996年,微软公司中除比尔·盖茨以外的其他股东就已经参与了公司治理,包括共同创始人保罗·阿伦和斯蒂文·巴尔默(自2000年1月起担任首席执行官)。到2005年,微软麾下已经集聚了一批更加多样化的高管人员。2006年6月,比尔·盖茨公开宣布,他将把微软公司的执行权杖传给继任者并专注于自己的慈善工作。这种所有权与管理执行权之间的分离是美国“管理革命”的标志,极大地增强了微软等美国公司的竞争力。这是因为有能力的职业经理人能代表股东利益管理好公司,他们的动力来自于提升、财务奖励等形式的激励。我们之后将进一步解释,这种公司治理形式在美国占主导地位,还因为美国有一套独特的资本市场与雇佣关系,这是当代资本主义制度的定义性特点。

另一方面,香港的李嘉诚则保持了对家族公司帝国的严密控制。如图11.5所示,他采用一种金字塔式的所有权结构来控制在香港证券交易所上市交易的四家大型公司。这种金字塔结构使最上层母公司的控制性股东能对下层子公司实施有效控制,而无须为取得绝对多数股权付出较大投资。作为长江(控股)公司的控制性股东,李嘉诚及其家族成员可以并确实对其主要子公司和记黄埔(世界最大的港口运营公司)以及所有权链条下方的另外两家上市公司实施有效的管理控制。与比尔·盖茨早在2000年1月就让出首席执行官职务并将管理控制权给斯蒂文·巴尔默不同,李嘉诚仍然以长江(控股)公司董事长身份牢牢控制着公司。他的长子李泽钜担任副董事长和执行董事,他的妹夫是副执行董事。李氏家族这三名成员同时还占据着这四家上市公司的所有最高职位。这种家族成员强势参与上市公司管理的方式主要在大多数亚洲经济体中盛行,这一地区的公司治理一般是基于家族的,并且资本市场也相对不发达(Yeung, 2004)。有人甚至认为,华人天生具有家族所有权和企业控制的文化倾向——如一位分析家所称的“华人资本主义精神”(Redding, 1990)。但在实际生活中,这种所有权的传统是在不同的制度背景下产生的,如我们下面将要介绍的。

337

商业模式与管理过程

在具有高度竞争性市场的国家(如美国和英国),企业通常由私人企业家创办。在这种背景下创办的企业一般严格遵守市场规则,并与顾客和供应商处于对立的关系。在这些国家中,金融市场的高度发展和成熟对企业高管们造成很大的压力,使得他们强调短期收益率并实行以财务为中心的公司策略。与之相对,在一些“合作性资本主义”的国家(如德国和日本),银行、企业和政府之间长期稳定的关系鼓励公司管理者们进行战略性、长期性的投资,将更多资源投向可望产生未来收益的活动中。管理者不那么关注财务收益本身,而更多关注管理的自主权。

338 至于具体例子,让我们来看看全球金融业并考察德国养老金机构与英美养老金机构的模式有何不同。德国模式为集体决策型,可以理解为一种从国家到地区,从行业到企业无处不在的社会伙伴关系,构成一种互相依赖的管理系统,在此系统中,每个重要利益相关方都有发言权。例如,在宝马汽车公司的案例中,从监事会到管理委员会都参与决策。这种双层管理架构使德国公司(例如银行和养老金机构)的利益相关方和合作方可以通过监事会参与公司管理,同时企业管理层也可以通过管理委员会寻求利益相关方与合作方的合作与支持,从而形成了德国的金融体系、劳工、退休收入机制之间的一种协调关系。

德国的这种相对稳定的管理模式和养老金体系与美国的体系形成鲜明对照。很多美国企业,特别是制造企业,对工会和无工会组织的工人们提供养老金福利计划。但是与德国企业不同,美国企业的董事会中没有养老金机构参与。在美国,私人养老金和退休福利体系由美国金融服务业承担——而不是像德国那样由银行和制造商承担。虽然美国的养老金机构也是这些制造企业的利益相关方,但它们不像德国养老金机构那样普遍享有社会合作伙伴的地位。不仅如此,美国的制造商企业使用了一种更激进的投资策略——例如利用投资银行的服务——来管理养老金,以便实质上减少应当承担的养老金支付。在美国,金融业高度创新且十分发达,有无数种金融工具和金融中介机构可以帮助企业实现养老金资产的收益最大化。简而言之,养老金体系的管理与运作体现了显著的国家间差异。

工作与雇佣关系

在不同国家的企业体系中,诸如将责任权限下放给熟练工、工作场所各项职能的分工界定,也会有很大差异。例如在英国,工作场所最主要的分工是统筹全局的高层经理与专职于某一方面管理专家,以及技术工人与非技术性作业员之间的区分。在美国,最主要的分工是受过大学教育的经理们与体力工人之间的分工。在日本,则是男性、核心骨干员工与女性、短期员工之间的区分(表 9.1 列出了劳动实践中的国家差异)。不同国家的企业体系会培养出雇主与雇员之间、同一工作场所不同雇员之间的不同关系。

339 有一项有关工作场所生产机器做法的有趣研究,显示出工作文化中的国家差异(Gertler, 2004)。这个例子涉及在加拿大的工作场所使用来自德国的先进技术。一般来说,加拿大企业认为技术就是完整存在于机器中的物理特性和设计中的某种东西,机器应当由某个雇员来操作,但整个复杂机器的保养和调试应当是某个专业技师的工作。这种产业文化在很大程度上是福特主义生产方式的传统,在福特生产方式下,生产过程细化和劳动分工加深,使工人们失去了技能(见第五章有关福特主义和第九章有关技能的丧失)。

因此,英美国家的员工使用先进机器时,往往忽视现场培训和学习的重要性,反而强调生产过程中的分工界定。与此形成对照,德国和日本两国企业的产业文化倾向于采取一种

更加合作、更加协同一致的态度。在这样的产业文化中,德日两国工人和技师一般都有较高的技能水平,就业环境相当稳定,通常会参与决策,并且很重视培训。结果是,德国和日本设计制造的机器需要员工有相当好的技能经验才能安装成功(完整的对比列表见表 11.1)。

表 11.1 对立的文化? 德国人与北美人使用德国先进机器

	德国用户	北美用户
购买做法	生产经理和车间工人会参与对供货商和具体机器的挑选、个性化定制和设计的过程	生产经理购买机器,定下规格
签约流程	通常是非正式的,基于握手相识、声誉和信任	总是正式的、符合法律的、全套的、明确的合同
回收期	很长,10—20 年是常态	非常短,大多数是在 1—3 年
培训和工作做法	从购买时起要求供货商提供少量的培训	从购买时起就要求供货商提供广泛的培训,并且以后重复要求培训
操作手册	一般性描述足矣	要求详细的、穷尽的机器操作描述和故障解决方案
售后服务	不要求	期望每周 7 天每天 24 小时式迅速回应
保养做法	为机器保养不惜花钱;操作者负责保养	对定期的、预防型保养不重视;不愿花钱
作业效果	故障不多;可靠性和产品质量较高	经常出现长时间的故障停机;抱怨机器“太复杂”和“过度工程化”

资料来源:Gertler(2004), Table 4. 1. 经牛津大学出版社允许复制。

根据某数据库中加拿大安大略地区关于机械技术安装的 407 个案例材料,可以发现加拿大工厂采用外国生产的机械设备比采用本国生产的机械设备更加困难。简单地说,加拿大生产的机器设备与本地工作场所的文化相一致,即机器的制造者提供服务及其产品安装,而不依靠最终使用机器的工人们。而外国生产的机器是按照另一种产业文化来设计的。有趣的是,这导致了在同一省份内,加拿大企业比外国企业与机器制造商保持更加密切的关系。

因此,通过各种各样的途径,可以明确界定各个国家的企业体系。不同的所有权与管理模式可能超出国界,通常是由开展业务的机构设置造成的(或者是由于历史因素)。不仅如此,不同国家的企业对利益相关方的参与可能持截然不同的态度,从而导致这些公司在管理方法和监督方面显著不同。最后,各国之间广义的工作文化有很大差异,因而企业员工在各方面的期望值也存在很大的差异。

11.5 区域性文化

340

前一节假定国家层级上的企业体系是相当协调紧密以及同质化的。从区域层级上看,企业做法的不同文化可能共存于同一个国家的内部。这一点引起特别关注,因为它可能影响创新水平和企业家精神。关于社会与文化因素是地区经济成功的核心因素,“制度厚度”(institutional thickness)这个说法是最好的概括(Amin and Thrift, 1994)。制度一词指的是塑造我们每日生活的持久性的社会结构与过程。制度涵盖范围很广,从教育与卫生机构(如学校和医院),到政治与经济机构(如政府和中央银行)。有些地区似乎得天独厚,它的一些制度综合起来产生了有利于经济增长的文化以及强大的区域创新能力(Storper, 1977)。制度组合的厚度取决于下面四个元素:

- 某一地区有利于增长的制度的强度与广度(即质量与数量);
- 当地各制度之间合作与协调一致,产生共同的规则、惯例与知识的程度;
- 出现进步性的当地权力架构或者是集体代言形式,可以使这个地区与国家政权或者国家以上层级的权力当局进行讨价还价;
- 制度网络中的成员形成一种意识,即他们共同致力于共同的事业。

在最理想的情形下,制度厚度的结果是形成以动态灵活的制度、创新、高度信任和有效知识流通等为特征的区域经济。有些地理学者用“学习型地区”来描述这些创新与生产成功组合的地区。地区中一些重要的机构形式包括研究中心和大学,其他教育和培训机构,当地生产者联合会、商会、商业协会,以及技术推广机构。这些制度力量通常会产有地区特色的一套产业惯例和企业文化。

341

这种区域文化可以通过比较研究加利福尼亚的硅谷和波士顿附近的 128 号公路的例子得到说明(Saxenian, 1994)。最关键的问题是为什么在上世纪 80 年代到 90 年代早期,一些产业部门(特别是软件业和电子业)在加利福尼亚州的硅谷繁荣起来,而在马萨诸塞州的 128 号公路沿线却衰落了。尽管上述两个地区有相似的历史和技术水平,但是硅谷发展出了分散而合作性的产业体系,而 128 号公路的公司却大多是独立的、自给自足的。处于同一国家内部的这两个地区显然具有不同的地域文化,其特点在硅谷是更加合作性的公司间关系,而在 128 号公路却是高度依赖公司内部的垂直整合。

早在上世纪 40 年代,马萨诸塞州的波士顿地区就有相当多的电子行业制造商。与此同时,加利福尼亚州的圣克拉拉山谷(即今天的硅谷)还是以农业为主的地区,其杏果和胡桃兰比较有名。在接下来的 40 年中发生了天翻地覆的变化,拥有多家世界一流教育机构如哈佛大学、麻省理工学院的马萨诸塞州,到 80 年代竟然将电子业世界领先地位的位置拱手让给了硅

谷!简单说来,硅谷的工程师及其他专业人员更有企业家文化。在硅谷的文化环境下,频繁换工作或者辞职创办新公司都被看作是正常的。而在马萨诸塞州,其产业文化是以大企业为中心的,工程师和专业人员被期望留在那些雇用和培养了他们的大公司里继续工作。从一家公司跳槽到另一家公司或者离职开办自己的企业通常被看作是不忠和忘恩负义的。

上述地区文化差异的结果,使硅谷的企业比马萨诸塞州的同行们更能彼此合作共事。硅谷企业可以正式或非正式地彼此共事,可以发展出联盟,将零部件或服务项目外包,或者仅仅是共享信息。不同企业的员工们经常会在当地的商业性或者社交性聚会中融合共处。相反地,马萨诸塞州的企业高度保密和固步自封,员工们很少有本企业之外的交往。硅谷的产业文化对于信息和技能的分享持宽松态度;而马萨诸塞州的企业则千方百计要保护它们的知识产权,严禁企业之间分享信息和知识。硅谷的风险投资资本家也对企业间的技能和知识转移起到了关键性作用;而在波士顿,融资来源是比较传统的融资方式,那些银行仅能提供资金,却不具备技术方面的专业知识,不能为创业者提供咨询建议及其他帮助。

总而言之,硅谷与128号公路之间的对比显示出不同的地区会产生不同的企业文化,也就意味着拥有不同的企业家精神和创新水平。这些相反的特征随时间的流逝而逐步出现,最终形成这两个地区在知识流通与支持本地小企业网络方面的显著差异。一旦这些差异性做法牢固树立起来,就会继续保留下去,而硅谷的这一类成功故事成为其他地方努力赶超的榜样。实际上,培养一种创新和学习的地区文化已经成为许多地方政府大事张扬的事业。

11.6 多重文化,多重尺度

有时会出现一种将文化看作某种固定事物的倾向——认为我们内在的一些特点规定了我们会如何行止,因此有“青少年文化”、“华人文化”或“科学家文化”等说法。根据这些说法,一个人的行止被认为产生于此人“青少年”或“华人”或“科学家”的身份基础之上。本章中我们避开对文化的这种理解;相反,我们使用这个概念指的是共享的做法、模式和传统习俗,而不是其内在的一些特点。文化并不决定做法,相反地,文化体现于做法之中。这是个微妙的区分,但是很重要。它可以使我们将一种说法“德国人做生意有其特定的方式”与另一种说法“我们在德国发现特定的做生意的方式”相互区别开来。第一种说法暗示采用特定方式是因为做事的人是德国人。第二种说法只是意味着我们发现德国的做法有某些共同之处,至于为什么会这样原因尚不明确,有待继续探讨。这样会使我们避免走入一种死胡同,即认为有某种身份的人一定属于某种文化群体,从而一定会有某种方式的行为举止。

持这样一种文化观可使我们以一种更加复杂的方式来分析经济做法。首先,它使我们得以在大量的日常行为与做法中找出文化。我们可以考虑管理文化、工作文化、风险文化、所有

权文化、创新文化、团队文化——商业行为的任何方面都可以被看作一种文化元素。

其次,如上面指出的,将文化视为一系列做法可以使我们避免一种暗示,即某一群体的所有成员都会分享相同的经济文化。很显然,有关德国人或日本人或美国人如何做生意的归纳,一定要考虑这样一种可能性,即这些地方的很多个人或企业并不符合所描述的一般情形。这些国家内部商业做法之间的差别可能与国家之间的差别一样多。按照文化包括一系列做法的理解,我们留出了这样的可能性,即同属某一特定文化的各种做法之间既有共通之处又有差异。

第三,通过在企业的做法中寻找文化,我们就避免了将文化定义固定在某一层级上。这样我们就可以讨论公司内部、地区内部、国家内部等层级上出现的文化。因此,任何给定的做法的组合都是多重层级上的影响力复杂混合后的产物。企业内部会有次文化,同时一个具体企业会有—种主导性世界观,并培养出鲜明的企业文化。但是也有一些做法是地区或国家商业文化的产物。由此可见,为总结经济文化的特征我们必须有多层级的视野。

经济文化的第四个维度使情况更加复杂。从时间角度来看,文化既不固定也非必然,而是会变化和自我调整。领导人变换、一段危机经历或者仅仅是岁月流逝,都可能使企业做事的方式发生变化。或许改变企业文化的最有作用的力量,就是不同做法的地理邻近。随着企业将其业务扩展到全世界或者雇用来自其他地方的个人,就必然会发生一个跨文化的学习和调整的过程。

东亚和东南亚社会中的华人企业案例,说明了经济文化可能发生变化的情况(Yeung, 2004)。随着这个地区的企业向世界其他地方扩展,并随着外国企业增加在本地区的业务活动,华人企业的做法发生了种种变化。特别引起我们注意的变化是企业中出现非家族成员的职业经理人,华人商业网扩大到包含非华人成员,以及越来越多的华人精英参与到非华人商业网里。这些过程代表着华人资本主义在全球化背景下向杂文化迈出了重要步伐。由此产生的华人企业体系,其形式既不像其早期的以家族为核心的生意机构,也不像由职业经理人驱动的英美经济文化形式。相反,一种混合的商业行为文化日益形成。这种新文化包含着某些早期华人生意做法的元素(家族成员在所有权和管理中的持续地位),以及新元素如职业化和以知识为基础的决策流程,这是通过在不同的国际商业环境中跨国界学习而发展起来的。

在德国企业和英美养老金体系之间也发生了相似的文化杂交过程(11.4节)。随着德国企业在国际市场上积极学习英美体系中通行的一些财务管理的做法,它们开始部分地将这样的做法传输回自己的祖国,并在德国养老金体系的演变中发挥了积极的作用。这些做法包括建立新式养老金机构、在与企业养老金计划有关的财务报表中采纳国际会计准则。通过股票市场定价提高创造财富的重要性、广泛采用英美式的为经理人提供包括奖金和股票选择权在内的综合薪酬。但这不一定会导致养老金管理方式的全球趋同;相反地,这些新做法将与主流

的德国体系并存,并且会在经过一段时间后改变后者,使之成为一种混合的、杂交的体系(Clark et al., 2002)。本例和华人商业网例子中的要点就是,当不同的文化互动时,所发生的情况不是简单地一种文化压倒另一种文化,而是通过混合的过程产生一种新的、杂交的经济文化。

11.7 小结

我们可以明确地回答本章标题提出的问题:国家和公司确实有经济文化。世界各地的企业尽管有同样的资本主义逻辑,但并非以同样的方式行事。相反,按照我们对于经济文化即是一系列做法与模式的理解,可以看到各种差异分明的经济文化。企业文化是在不同层级上形成的,因此经济文化的面貌更加复杂——如我们所看到的那样,即使一家企业的文化也不是单一且毫无争议的。所以,一方面,从企业、地区、国家的商业做法中可以看到共同之处,另一方面,也可以看到其中有很多的差异。确定商业文化是一项复杂的任务。

这种复杂性一方面使我们更加重视经济文化中存在的多样性,另一方面,在某种程度上意味着我们距离经济文化的世界趋同还很远。一方面,企业确实日益进入全球层级的竞争;另一方面,这并不意味着它们必然会走向同一种商业做法模式。全球化进程引发融合、并行和跨国界的学习,如我们所看到的,从而产生一种经济文化的杂交。

延伸阅读资料

- 舒塞贝加(Schoenberger, 1997)提供了关于经济地理学中企业文化的经典研究。
- 关于反对“全球化企业是同质化现象”的一般性论点,参见迪肯(Dicken, 2003)的著作。
- 格特勒(Gertler, 2004)和塞克森尼安(Saxenian, 1994)提供了关于地区性/国家性产业文化重要性的精彩论证。
- 思里夫特和奥兹(Thrift and Olds, 1996)、李和威尔斯(Lee and Wills, 1997)、思里夫特(2006b)提供了经济地理学中所谓“文化转向”的先驱性著作。
- 杨(Yeung, 2005)提供了精彩的评论,从经济地理学角度考察企业的社会网络。

问答题

- 经济文化在不同公司和国家有什么不一样?
- 经济文化的地理学基础是什么?
- 企业文化与国家企业体系之间有什么差异?
- 同一国家企业体系中为什么会出现不同的区域性文化?
- 全球化意味着各地的经济文化必然会越来越相似吗?

延伸学习资源

- <http://www.thinkinmanagers.com>: 这个网络由爱德华·德·波诺(Edward de Bono)和罗伯特·海勒(Robert Heller)创建, 包含了许多关于企业文化和次文化的颇有见地的文章。

- <http://www.xerox.com> 和 <http://www.canon.com/about/history>: 施乐公司网站, 提供了施乐复印机的起源和发展的精彩历史。佳能公司网站也提供了该公司挑战施乐公司主导地位的历史。

- <http://www.ecgi.org>: 欧盟企业治理研究所的官方网站, 包含了世界范围内企业治理的非常丰富的信息和文献。

- <http://microsoft.com> 和 <http://www.ckh.com.hk>: 这两个企业网站包含了关于微软公司和长江公司的更多信息。

(刘志高、康力译, 丁琰琰校)

参考文献

- Amin, A. and Thrift, N. (eds) (1994) *Globalization, Institutions, and Regional Development in Europe*, Oxford: Oxford University Press.
- Clark, G. L., Mansfield, D. and Tickell, A. (2002) Global finance and the German model; German corporations, market incentives, and the management of employer-sponsored pension institutions, *Transactions of the Institute of British Geographers*, 27: 91-110.
- Clark, G. L., Thrift, N. and Tickell, A. (2004) Performing finance; the industry, the media and its image, *Review of International Political Economy*, 11: 289-310.
- 347 Dicken, P. (2003) 'Placing' firms; grounding the debate on the 'global' corporation', in J. Peck and H. W. C. Yeung (eds) *Remaking the Global Economy: Economic-Geographical Perspectives*, London: Sage, pp. 27-44.
- Gertler, M. S. (2004) *Manufacturing Culture: The Institutional Geography of Industrial Practice*, Oxford: Oxford University Press.
- Herbst, M. (2005) The Costco challenge: an alternative to Wal-Martization?, <http://www.laborresearch.org/print.php?id=391>, accessed 15 August 2005.
- La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F. and Shleifer, A. (1999) Corporate ownership around the world, *Journal of Finance*, 54: 471-517.
- Lee, R. and Wills, J. (eds) (1997) *Geographies of Economies*, London: Arnold.
- Ohmae, K. (1990) *The Borderless World: Power and Strategy in the Interlinked Economy*, London: Collins.
- O'Neill, P. and Gibson-Graham, J. K. (1999) Enterprise discourse and executive talk; stories that destabilize the company, *Transactions of the Institute of British Geographers*, 24(1): 11-22.

- Redding, S. G. (1990) *The Spirit of Chinese Capitalism*, Berlin:De Gruyter.
- Saxenian, A. (1994) *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*, Cambridge, MA:Harvard University Press.
- Schoenberger, E. (1997) *The Cultural Crisis of the Firm*, Oxford:Basil Blackwell.
- Schoenberger, E. (1998) Discourse and practice in human geography, *Progress in Human Geography*, 22:1-14.
- Storper, M. (1997) *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy*, New York:Guilford Press.
- Thrift, N. (1998) The rise of soft capitalism, in A. Herod, G. Ó. Tuathail and S. M. Roberts (eds) *An Unruly World: Globalization, Governance and Geography*, London:Routledge, pp. 25-71.
- Thrift, N. (2000a) Performing cultures in the new economy, *Annals of the Association of American Geographers*, 90:674-692.
- Thrift, N. (2000b) Pandora's box? cultural geographies of economies, in G. L. Clark, M. A. Feldman and M. S. Gertler (eds) *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford:Oxford University Press, pp. 689-704.
- Thrift, N. and Olds, K. (1996) Refiguring the economic in economic geography, *Progress in Human Geography*, 20: pp. 311-337.
- Whitley, R. (1999) *Divergent Capitalisms: The Social Structuring and Change of Business Systems*, New York:Oxford University Press.
- Womack, J. P. , Jones, D. T. and Roos, D. (1990) *The Machines that Changed the World*, New York:Rawson Associates.
- Yeung, H. W.-C. (2004) *Chinese Capitalism in a Global Era: Towards Hybrid Capitalism*, London:Routledge.
- Yeung, H. W.-C. (2005) The firm as social networks; an organizational perspective, *Growth and Change*, 36: pp. 307-28.

第十二章 有性别特色的经济地理： 性别能否塑造经济生活？

目 标

- 揭示某些特定类型的工作如何被排除在传统经济分析之外
- 论述劳动力的性别属性
- 探讨某些特定的工作和工作场所是如何被“女性化”或者“男性化”了的
- 揭示工作场所与家庭的复杂关系

12.1 引言

2004年,在伦敦一家大投资银行任高级经理的斯蒂芬妮·维洛巴(Stephanie Villalba)起诉雇主并索赔2000万美元,声称自己受到了侮辱,薪酬低于其他同等条件的男同事,并且因性别原因被解雇。维洛巴女士在美林银行工作了17年,她向就业仲裁委员会讲述了一件事:在乘坐公司包机时,她被要求给其他男同事们上饮料,并且被安排坐在空姐的座位。这个案子发生时,美林银行正好刚通过调解解决了一起持续十余年、涉及1000名美国女性雇员的劳资纠纷,这些女雇员们指责这家公司有歧视女性的文化。美林公司并非唯一受到性别歧视、性骚扰和不公平薪酬指控的银行。在1999年至2004年之间,伦敦和纽约出现了一系列纠纷诉讼丑闻,被称为“都市中的性别歧视”。这些案子有些胜诉了,有些败诉了,但是所有案子都反映出城市中实力雄厚的金融界和法律界流行着男性化、进攻性和性别歧视的文化。在另一个事例中,一名女性银行家在休产假时被解雇了。还有一个例子发生在纽约,一名44岁的瑞士联合银行(欧洲最大的一家银行)女董事被一位男性高管人员告知,自己因“太老太丑”而不适合这份工作。她提供的证据表明,一位男性上司曾邀请她去脱衣舞夜总会,而且男性同事们与客户出游打高尔夫时将她排斥在外。为此,她获得了1550万美元的赔偿。

349

这些案件上了报纸头条,有的还上了法庭,因为涉及的是高薪酬的精英人士——她们请得起律师(有些当事人本身就是律师)。但是这些案例还反映了更广泛的问题,即性别对个人经济生活经历的影响,特别是对工作场所经历的影响。首先,一些案例反映了工作时间与雇员生

活,特别是养育子女和其他家庭职责之间的矛盾。当涉及产假和弹性工作时间时,这一矛盾尤为突出。然而,提出这方面诉求的几乎全部是女性,反映了家庭职责仍然主要由为人妻者为人母者承担。重要的是,这还反映出家庭职责通常是“隐形”的,被看作是对真正工作中生产性活动的干扰。传统经济学分析划了一条清晰的界线,一边是生产性经济体在公共空间中进行的生产性、增值性的工作,另一边是非经济空间中进行的私人性质的再生产活动。

“都市中的性别歧视”案件中体现的另一个问题是劳动力市场对男性和女性进行性别化的工作分配。有些工作专为男性设置,另一些则专为女性设置,因此在特定职业中男女比例很不均衡。上述得到关注的案件中的女性并不寻常,因为她们在男性占绝对优势的行业中登上了专业人士和管理者的位置。简单地说,银行业,特别是投资银行业,基本上仍然是为“男人”而设的。金融业的情况不仅反映了男性在特定职业和行业中的比例过高,而且还反映了由此产生的工作场所的男性化。在微观层面上,这使得某一工作岗位倾向于定位于某一性别。不仅如此,性别化的工作场所还要求性别化的角色扮演:要与工作环境的文化保持一致,就需要雇员表现出特定类型的男性化或女性化的特点。

本章分为六节。首先,我们探讨为什么主流经济学可以分析劳动力市场的人力资本理论以及用以分析生产活动的传统经济计算方法都将一些特定类型的工作排除在外了(12.2节)。随后,我们分析世界范围内更多女性加入有薪劳动力队伍的情况(12.3节)——正如家务劳动价值被贬低一样,女性有薪工作的价值也经常被贬低。之后,我们探讨劳动力市场中的性别因素,这些因素决定了女性能获得什么样的工作,以及工作场所对女性员工的要求(12.4节)。350 基于这些观点,我们来考虑职业女性经常面临的职业生活与家庭责任的冲突,并力图解释这种家庭—工作关系的地理特性(12.5节)。本章大部分内容扩展了我们对地理空间中经济活动的考察,并探讨了性别差异是理解生产性经济与所谓非经济领域的关键。结尾部分,我们考察了从女性主义的经济地理视角出发,不仅可能注意到经济世界的性别差异,而且实际上可能会以不同的方式看待这个世界(12.6节)。

12.2 在经济中看待性别问题

本章接下来的部分将更加详细地讨论男性和女性在经济生活中的不同经历和体验。但是首先值得注意的是传统经济学对性别差异的看法。我们将通过两个途径来考察这一问题:首先了解主流经济学对经济主体(作为工人的男人和女人)的理解;其次探讨传统经济分析方法如何在实际上将女性的大量工作排除在外了。

性别化的经济主体

传统的劳动力市场学说认为,劳动力,无论其性别如何,都仅仅是生产过程中的劳动投入。工人们可能会因其性别而具备某些优势(如体力优势),使一些工作更适合男人而另一些工作更适合女人,但这仅仅是个“体力问题”而非“性别问题”。

在大多数情形下,很难用生物学差异来解释为何某些工作主要由男性或者女性来做。比如,小学教师大多数为女性,而电工大多数为男性,这一现象很难以基本的生物学差异来解释。在这些事例中,主流的经济分析,也称为人力资本理论(Becker,1993),认为性别集聚现象是由“供给方”驱动的——由于这样或那样的原因,有更多的男性(或者女性)胜任、申请某特定类型的工作。如果某一类型工作岗位上的男性比女性多(或者女性比男性多),那么这个挑选过程是发生在劳动力市场之外的。换句话说,这超出了经济范畴,属于社会文化范畴。这种观点认为,如果有更多的男孩选择当工程师或者建筑师,而更多的女孩选择当秘书或者护士,那么责任不在劳动力市场的理性与客观机制。

351 如果市场机制在性别问题是公平客观的,那么就可以假定男性和女性都是作为理性经济决策者而行动的(第一章)。在新古典经济学传统中,个人被假定在寻找工作时与其社会背景无关,而仅考虑经济动机。他们被看作理性的经济主体,对于工作机会、薪水可获得足够信息,并有能力有效地分析这些信息。这一假定认为,当某一工作能提供可接受的工资水平时,或者说当继续找其他工作似乎不值得时,找工作的人就会理性地接受这一标工作。换句话说,找工作纯粹是一种经济计算。

偏爱、成见、歧视、期望、希望、不稳定,所有这些因素都被看作劳动力市场以外的因素。这些因素可能会影响到个人对自己在劳动力市场地位的看法,但是主流经济学不认为这些因素是劳动力市场造成或复制的。例如,当养育小孩的职责主要落在女性身上并使她中断工作时,传统经济学分析认为女性倾向于寻找短期的、离职的财务成本最低的工作。至于经济体系中是否存在不利于女性的偏见,传统分析方法是不予考虑的。

这种分析方法得出的结论是很不全面的。首先,人们并不能获得劳动力市场完全的就业机会信息。他们的选择受所能获得的信息网络的限制。我们随后还会看到,就业信息网络对于男性和女性通常是非常不同的(还存在地理差异)。其次,传统经济学理论认为男性和女性是可以相互代替的。但是在日常生活中,男性和女性分别负有不同的文化期望。在许多社会中,家庭领域被看作是“女人的地方”——女人们的工作场所主要是家庭,家务工作也主要是女人的工作。这种根深蒂固的观念对劳动力市场上的女性有很大影响。

性别化的经济

我们已经看到,传统经济分析倾向于将“经济的”(理性、客观的计算和公平的经济机制)和“非经济的”(日常生活中的社会和文化维度)领域相区别。这种对经济与非经济范畴的区分使我们回想起第二章的讨论,即经济被看作一台自给自足的机器,在人群参与的社会生活和文化生活以外运转。但是这种观点忽视了男人和女人之间不同的经济生活体验。我们现在来更加详细地考察传统经济学方法论是如何界定和定义经济的。

352

忽视性别待遇差异的重要根源之一来自于计算和分析经济的方式。对经济体进行衡量时,普遍的方法是计算总产出的货币价值,即国内生产总值(GDP)。但是正如第二章所指出的,这一指标遗漏了很多。简而言之,我们生活中无法计量的各个方面就不能计算在内。诸如清扫居室、装修房屋、保养汽车、照料小孩、照料老人、洗衣做饭,等等,除非有货币交易,否则根本不计算在内。

假如整个国家都使用职业化的房屋清扫员而不是自家人,或者都去洗衣店熨洗衣物而非自己完成,国家经济将显著增长,但对于人们在多出的时间里是否从事其他生产性活动并不加以考虑。近几十年来,越来越多的无薪工作转为有薪工作(如幼托服务),由此产生了一种总产出增加的假象。即使没有增加新的生产活动,GDP也会将家庭经济转化为市场经济的部分计算为经济增长。据估计,在工业化国家中,这种因无偿工作转变为有偿工作而导致的GDP虚增每年达到0.8%(可能存在重大的误差,因为很多工业化国家的年均增长率只有2%—4%)(http://www.gpiatlantic.org/ab_housework.shtml, 2006年3月17日访问)。

需要明确的是,国民收入核算中的计入项目与排除项目有明显的地理性。私人家庭空间被忽略了,而公共的、非私人范畴的空间被认真核算了。这种计算本身似乎与性别无关,但是根据事实上大多数社会中通行的性别体制,家庭范畴主要是女性空间,而公共范畴主要是男性领地。因此,核算中的计入与排除就与性别有关了。未被计算的那部分经济活动基本上都是女性在家中做的工作。

英国国家统计局办公室对这种现象进行了详细的项目研究。2000年,统计学家们进行了家庭调查,以了解家务活由谁来做,价值多少。首先,调查要求人们认真地叙述自己为家庭做了哪些工作,用了多长的时间。所做的工作类型见表12.1。该研究项目的作者们仔细区分了家务与单纯的休闲活动——比如说,当一个人可以选择乘公交车或者开车到某个地方时却选择了步行,可以计入家庭生产;而单纯的散步不计算在内。

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

	照料小孩	准备食物	交通	居室清扫	租赁服务	衣物熨洗	照料成人	制衣	合计
1. 时间 (百万小时)	61 884	25 030	20 374	13 276	4 101	3 998	3 264	1 071	132 999
2. 净增加值 (百万英镑)	220 494	64 936	101 444	148 593	45 904	35 720	10 566	709	628 366
3. 男性贡献	42%	32%	54%	43%	39%	15%	43%	5%	41%
4. 女性贡献	58%	68%	46%	57%	61%	85%	57%	95%	59%

资料来源:英国国家统计办公室(K National Statistics Office),家庭卫星账户(Household Satellite Account),<http://www.statistics.gov.uk/hhsa/hhsa/Index.html>。2006年7月21日访问。

针对无偿工作的主要类型,表 12.1 的第一行列出了估算出的英国人花在各类工作上的小时数。很明显,照料小孩在一年中超过 600 亿小时,是最大的一项家务劳动,占到了“家庭生产”总量的将近一半。下一步的分析工作是试图确定这些工作的货币价值。此项研究中使用的方法是,计算假如这些工作全部交给计酬的服务员和商家需要支付多少钱,例如雇一个住家保姆的费用就代表着照料孩子的价值。经过这样的仔细推算,可以算出所有无偿工作的价值,如表 12.1 的第二行所列出的。最终结果是,这些工作合计价值达到 6 280 亿英镑以上。考虑到当年英国的正式经济产出为 8 920 亿英镑,可以说隐形经济非同小可——这是由无偿工作形成的影子经济,其规模地位与正式经济相当。

我们在此更关心的是无偿工作的性别分布情况(见表 12.1 中的第三行和第四行)。总的来说,无偿工作价值总量中由女性完成的部分占 59%,而男性完成的部分仅占 41%。只有在交通服务方面男性的贡献超过女性,而在其他一些职责上(如衣物熨洗和制衣)几乎所有的工作都是女性做的。在食物准备方面,女性的工作量是男性的两倍多。

354 劳动的性别化分工并非全世界都一样——不同文化对性别角色的设定各有差异(同一文化内的不同家庭间当然也有差异)。但是通过考察家庭内部并分析家庭成员的不同角色,可以看到传统经济计量忽略了一大块工作量,而这些工作量是在男人和女人之间不均衡分配的。那么问题的关键是,如何将私人的家庭空间纳入公共的、可计量的经济空间?这里所说的“空间”并非仅是隐喻而是确实存在的,因为通常而言,人们的确将家庭界定在正式经济以外。这样的看法产生了两重影响:一是影响经济活动的界定,二是影响人们对经济中权力关系的理解。对家庭空间的忽视使得劳动和资本等因素被认为是经济过程的驱动力。而当我们仔细考察家庭领域时,可以看到很多工作量是在“经济范畴”之外完成的,并且决定谁来做这些工作、如何计算这些工作价值的权力关系也并未包含在资本—劳动体系中。相反,认识这一权力关系需要理解另一套体系,即所谓的父权制度(patriarchy)(专栏 12.1)。

专栏 12.1 父权制度

父权制度指的是一种认为男性高于女性并且对女性具有权威的体系。关于父权制度究竟是完全独立于资本主义制度的另一种统治与控制系统,还是两者互生互长,一直有很多争议。对于寻找温顺且易控制的雇员的资本主义企业而言,女性的从属地位是十分有利的,在世界各出口加工区内的生产线上作业的工人,3/4 都是女工。对于父权制度究竟是普遍现象还是某些地域性文化特色,也存在着很多争议。女性主义社会学者西尔维亚·沃尔比(Sylvia Walby;引自 McDowell,1999)归纳了父权制度的六种结构:

- 家庭生产:这种劳动分工使家庭生活中的无薪工作大部分由女性完成;
- 有薪工作:女性们被分选到特定的工作岗位,例如秘书、护士和小学教师等;
- 政府:男性在政府机构占主导地位,并且制定出有性别倾向的立法与政策;
- 对女性的暴力:包括身体和精神上的暴力;
- 性:男性对女性的身体实施控制,例如许多司法区域有关流产的立法;
- 文化制度:父权制度的其他各种形式被各种文化制度所复制,例如反映在媒体以及媒体的社会报道中。

因此,父权制度既存在于公共领域,反映为对男性有利的机构和法律制度;也存在于私人领域,反映为男性与女性之间的关系。显然,这两个领域的父权制度是密切相关的。

无论我们以何种方式定义父权制度的概念及其与资本主义的关系,我们都确立了一个重要的出发点,可以扩展我们对经济活动所存在的空间的考察视野——不仅包括工厂、田间和购物中心,而且包括花园、厨房和家庭游戏室。这一点很重要,因为女性与家庭空间和家务劳动的关系密切,这一关联对女性在家庭之外的工作体验有很大影响,这一点我们稍后就会看到。而且这一观点还提出了经济活动的女性主义解释,即在人们通常认定的生产活动空间之外,也有工作——并且是技能性工作——在进行着。我们在本章的最后一节再回到这个观点上来。现在我们还是先转向正式经济,来看看女性是如何被纳入劳动者队伍的。

355

12.3 从私人空间到公共空间:女性进入劳动者队伍

女性在家庭范畴的无偿工作中所担当的主要角色,其意义远远超出了家庭范畴。首先,最明显的影响是婚姻和生育责任对女性造成的限制——这种责任经常会使她们根本不进入劳动力队伍。这种责任在不同文化中有所不同,但即使是在自认为思想最解放的社会里,也是毫无异议地真实存在的(如我们看到的英国的案例),即家中的“大家长”和“家务工人”都是性别化的。在图 12.1 中也可以明显地看出这一点:世界各国女性参加工作的比重普遍低于男性,尽

管具体差距幅度在不同国家存在很大不同(如瑞典与巴基斯坦的对比)。参加工作的比重被定义为参加有薪劳动者队伍(无论是已经受雇的还是正在寻找工作的)的女性数量占工作年龄段全部女性人口数量的比重。

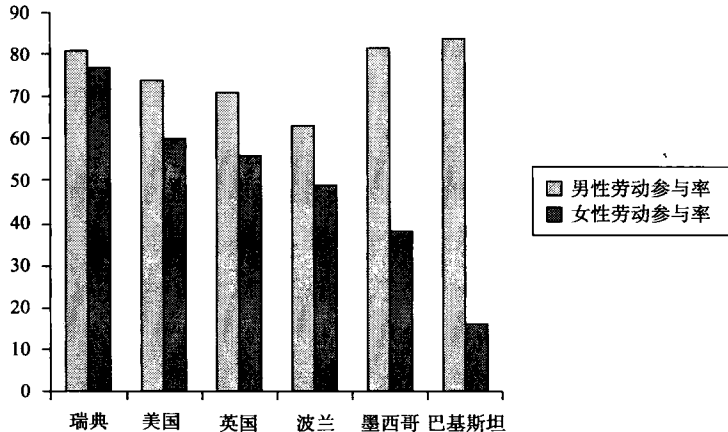


图 12.1 几个样本国家的劳动参与率

资料来源:基于国际劳工办公室(International Labour Office)的数据,LABORSTA 数据库,
<http://laborsta.ilo.org/>,2005年11月17日访问。

356 尽管从全球范围来看,整体的格局是女性参加有薪劳动者队伍的比重低于男性,但过去几十年中的趋势是这一比重一直在提高。在发达工业化国家,从20世纪中期开始,女性参加工作的比率稳步提升。而在新兴工业化国家,女性参加工作比率的提高幅度很大。例如马来西亚在1957年脱离英国殖民统治成为独立国家时,女性参加工作的比率仅为30%多一点;而上个世纪之交,这一数字已达47%。不仅如此,女性参加工作比率的提高不是因为更多女性进入了小学教师等传统女性职业,而是由于该国在70年代和80年代经历的出口导向型服装产业和电子产业的迅速发展,使大批年轻的农村女性走进了装配工厂,从而极大地提高了女性参加工作的比率。

这种变化趋势在全球的南方国家和北方国家都出现了。这些变化的性质各异,但最终成为了同一个进程。该进程的关键因素是近几十年来全球化经济的重构(如第三章中指出的,这是不安定的资本主义形态的一部分)。在这一重构过程中,北方国家出现了去工业化和就业向服务业集中的结构性转移。由于这一变化,福特时代的安稳、厚薪的工业性工作岗位,以及由此支撑的由男人挣钱养家和全职母亲的格局大部分都消失了。由于工资水平下降,工作岗位不再安稳,双职工家庭日益成为发达国家的常规模式,并且有更多的人就业于兼职和临时性的工作岗位。这一变化恰好与60年代以来更广泛的女性社会角色的

变化几乎同步发生,即女性更多地参与公共范畴,并且可以获得更高水平的教育。随着这一变化出现了晚婚晚育的趋势(并且社会对于不婚不育者也更能接受),这种趋势与上述变化在一定程度上是互为因果的。



图 12.2 印尼宾坦岛上工厂的女工返回宿舍

资料来源:本书作者。

357

与此同时,某些制造业工作岗位从北方国家转移到了墨西哥、中国、巴基斯坦、印度、印度尼西亚及其他发展中国家。在这些岗位中,产业劳动力队伍的主力军是女性。在世界各地生产服装、玩具、电器和计算机的许多工业园区中,劳动者队伍中至少 3/4 是女性(图 12.2)。如果询及原因,不同的人可能给出不同的答案。工厂经理们会指出女性的一些明显特点,而这些特点在特定生产过程中有利于厂方:女性通常能忍受高度枯燥、重复性的工作;动作灵巧精确(恶名远扬的“灵活手指”);服从上级,即年长的或者是男性的管理人员。而对发展中国家劳工条件的批评人士则指出,将男(父)权制度应用于工作场所作为纪律机制,目的是为了保持对劳工们的严密控制。他们还指出,通常女工们得到的工资很低,甚至低到难以支付其基本生活开支。雇主们之所以这样做,很大程度上是因为这些女工们年轻单身,没有家庭需要供养。事实上,很多情况下是农村的家庭为产业女工提供了经济支持,而不是相反。这些对立观点引发了很多争论,即发展中国家里年轻女性到工厂就业究竟是一种解放,还是进一步的被剥削和压迫(表 12.2)。

表 12.2 关于企业雇佣是否有助于女性解放的对立观点

女性到企业工作是解放女性	女性到企业工作是受压迫
<ul style="list-style-type: none"> • 工作时间和工作条件都好于农业劳动和家务劳动。 • 就当地购买力而言的工资水平不错。 • 一些雇主寻求雇员的长期服务并且为员工提供技能发展机会。 • 工作使她们能参与当地社会并且得到尊重,同时有机会与其他女性交往。 • 收入使她们有更高的社会地位,得到家庭的尊重,并且在推迟结婚生育等问题上有更多的控制权。 	<ul style="list-style-type: none"> • 工资和福利低,有时低到不足以维持生存。 • 工作条件往往是不健康或者危险的,工厂纪律严苛。 • 就业不稳定——工作岗位可能由于国际形势变化而消失;女性员工可能由于结婚生育而被解雇。 • 向上升迁或者技能提升的机会很少。 • 妇女们被固定在特定类型的工作岗位上,特别是那些重复、单调、手工型的岗位。 • 工厂内部通常复制了父权制度的统治和管束。 • 有薪工作未必能减少家务责任,而工资收入可能归男性家长所有。

最后要说明的一点是,随着越来越多女性参加工作,她们的家务劳动通常并不是由男性接手,而是由其他女性接手。许多女性参加工作比重提高的国家也出现了移民流入,低成本的家务工人替工作母亲来履行家居清扫和育儿职责。这些家务女工的工作价值尤其被贬低了。总而言之,我们看到全世界都出现了女性参加工作比率提高的趋势。但是在发展中世界,女性参与的工作角色是特别低等的。如专栏 11.2 所表明的那样,在对工作进行价值评定时,性别、民族和国籍等因素会有一个重要的交叉点。人们曾经认为女性进入劳动市场是性别平等的标志,但是现在人们认识到,女性的性别因素,通常还加上族裔和国籍等因素,经常在工作场所中被用来贬低工作的价值。

专栏 12.2 “第三世界女性”的贬值

在当代全球经济中,制造业、旅游业和休闲业的国际投资者似乎特别喜欢在发展中国家雇用女性工人。发达国家也似乎喜欢雇用她们做保姆和佣人,来完成那些参加有薪工作女性们留下的家务劳动。例如,在世界各地,特别是新加坡、中国香港、中东、北美和欧洲一些国家里,菲律宾女性被雇用为家务小时工、仆佣及保姆。事实上,“菲佣”一词在某些地方几乎变成了家务仆佣的同义词。但是“喜欢雇佣”并不等于“看重价值”——她们通常薪酬微薄,并且被看作非技术工人,在某些案例中她们被看作“不能从事”技能型工作。这些例子反映出族裔、性别、国籍等各种因素相结合,产生了很强的成见。这些成见认为,某些群体的女性可以从事繁重的、重复的工作而无怨言,可以认真仔细地工作,顺从管理者的控制而不会有男性那种抵触和骄傲的情绪。

这种价值贬低在墨西哥北部边境工厂,即所谓的免税工厂(参见专栏 8.1)中明显可见。上世纪 90 年代,在边境小镇奎达华勒斯周围的沙漠中,5 年之内发现了约 200 具女尸,该地由此恶名远扬。有观点认为,这些谋杀事件反映出在本地区的工厂中,这些女性的身体、生命和工作都被看得不值钱。在工厂中,她们被看作无技能的、难以培训的、温顺的,但是劳动密集型装配线工人中女性数量却占到 70% 左右。经理和工头们自认为是操作工作流程的“大脑”,而认为女工们不过是机器人般的体力工人。因此,厂方认为没有理由培训女工,认为她们很容易辞职或者跳槽,培训她们不值得。最关键的是,墨西哥女工被看作完全可弃置的、可替换的东西——她们像工厂的设备一样逐渐损坏(手指僵硬、视力疲劳、脊背疼痛)并被报废处理。在这些工厂之外,新式的独立女性通常被看作行为放荡、危险的自由主义分子,与妓女没什么两样,而这个小城本身就是以妓女闻名的。由此,有观点认为奎达华勒斯事件反映出的是墨西哥女性普遍遭遇的价值贬低,而不仅仅是工厂雇员这一特定群体的遭遇。工厂女工们工资低、工作条件恶劣、缺乏上升发展的机会,只是墨西哥女性普遍遭遇的价值贬低的一部分。当企业需要“可任意弃置”的工人时,北部墨西哥成为一个理想的地点。更多情况见怀特(Wright,1999)的论著。

12.4 工作岗位和场所的性别化

360

我们在 12.2 节中已经看到,女性通常承担了家务劳动的主要职责。然而在家庭以外,往往也存在将特定类型的工作分配给男性或女性的现象。有时这是家务劳动的一种延伸。例如,托幼类工作、小学教育、护理和清洁通常都被定性为“女人的工作”:这些工作在家庭空间里与女性的联系,被传递到劳动力市场的公共空间中来。本节中我们将考察这种传递过程的一些证据,以及对女性工资的影响。我们还要探讨在家庭范畴中的一些有薪工作(如某些育儿服务)是如何被贬低价值的。然而,不仅家庭空间以及与家庭空间相关的工作被打上了性别标记,而且工作场所也可以是非常男性化或者女性化的环境,并产生排斥异性的氛围。在此,我们来考察工作场所如何具备了性别化的特征。

工作岗位的性别化

如我们在图 12.1 中所看到的,英国女性参加工作的比率较高。可是,当我们细看一些特定职业,就会发现即使男人和女人都可获得某项工作,性别仍然造成很大差别。举例来说,伦敦到 1976 年才雇用了第一个女巴士司机,到 2003 年,伦敦的巴士司机中只有 5.7% 是女性(<http://metroline.co.uk/180804.html>, 于 2006 年 3 月 17 日访问)。显然这个工作仍然主

要是“男人的工作”，在表 12.1 中，“交通”是唯一一项大多由男人而非女人完成的家务劳动，也恐非偶然。与此同时，伦敦的护士中大约只有 10% 是男性，又反映出这种类型的活动被认为是“女人的工作”（对应了家庭中的哺育和照料的角色）。

361 专栏 12.3 劳动力市场分割理论

所谓劳动力市场分割(Labour market segmentation)就是指劳动力市场被划分为不同部分的过程。这种分割可以指地理上的分隔，但这个词更常见的含义是描述不同的工作岗位类型，并且通常分为工资水平高且工作稳定型与不甚理想的职业类型。个人一旦被配置到劳动力市场的不同部分，通常很难换到其他部分的职业。如果说人群是随机地分配到不同的就业岗位，那么我们或许预期，某一特定职业中人群的特征即反映出总体人群的特征。但显然情况不是这样。造成劳动力境遇差别的三大主要因素是性别、民族、移民身份，即妇女、少数民族和外来移民超比例地从事着劳动力市场中的低端工作。劳动力市场分割理论的目的是解释这种超高比例或超低比例格局的原因。这一理论拒绝所谓工作岗位分配是考虑求工者技能、资格和经验(即人力资本)的结果。相反地，该理论认为，每一分割部位都有一套清楚的规则，决定着如何能进入该部位、在该部位内部如何流动等。因此，一个劳动力市场的历史、机构和地理背景要比个人的人力资本基础更加重要。早期的分割理论将劳动力市场划分为一级市场和二级市场，前者的特征为工作稳定、工资水平较高，通常由白人男性占据；后者则工作不稳定，工资水平低且内部升迁希望不大。近年来，分割理论变得更加精细，超越了这种二元化的劳动市场结构而考虑到更加多重的部位。除此之外，还更加关注雇员自身的身份、他们所从事职业的类型。由此可见家庭、学校、社区等有关背景——劳动力进行社会再生产所处的各种环境因素——对于劳动力的就业结果具有重大决定作用。由于这些原因，劳动力市场的地区差异极其显著，不仅社会关系具有地方性，综合的行政控制(包括市级、地区级、国家级甚至国际级)对劳动力市场的管理监控方式也是因地制宜的。更多介绍，参见派克(Peck, 1996)及汉森和普拉特(Hanson and Pratt, 1995)的著作。

并非所有的工作岗位都像巴士司机和护士那样有清晰的性别定位，但是整个劳动力市场上还是存在着清楚的劳动力分选或者分割，一些人被选派到所谓男性工作岗位上，另一些人被选派到所谓女性工作岗位上(有关分割的更多情况见专栏 12.3)。如我们所看到的，有些工作的性别定位是因为它们属于所谓“天然的”女性家务劳动的延伸。另外一些工作的性别定位是因为它们要求特定的男性或女性气质。这一点特别符合那些需要与顾客或客户进行社交互动的工作岗位(专栏 10.1)。这类岗位在服务型经济体中日益广泛，所需要的不仅是技术能力，还要求员工本人体现出某种特征。在特征清单上最先列出的就是性别和性特征，与此关联的有身高、体重、肤色、修饰、衣着、举止、口音、谈吐、感情表达，等等；换句话说，就是个人在社会

交往互动中所展现的一系列特性。

本章引言部分提到的“都市中的性别歧视”案件,涉及一名银行女董事被形容为“太老太丑”而不适合这份工作。这句话很清楚地表明,某种特定的女性气质是可以接受的,而其他类型的气质就不行。很多其他事例也表明,特定工作“要求”特定的性别身份和性特征。对伦敦城内的商业银行进行细致观察即可发现工作场所中的性别身份在各种维度上的不同表现形式(McDowell,1997)。有些业务例如债券交易,被认为要求从业人员具备迅速、进取、竞争力这些品质,体现为年轻男雇员勇猛、阳刚的男人气质。即使某一女性职员努力像男人一样行动,其女性气质仍可能被视为异类。公司财务部门的冷静世界要求沉稳、自信、理性和智力过人的特性,而与这些品质关联的形象是头发灰白、戴眼镜、带有贵族式可靠气质的男性高管。其他工作岗位如文秘工作,则需要服从、关注细节、组织和一心多用等被认为与女性相关的品质。并不是说女性职员不能做到进取和竞争,但是这样做的女性会被看作不太正常、不太可亲并且被认定是不够女人味儿的。麦克道尔提出的关键论点是,工作场所中要求按性别身份和性别特征行事。这些行事方式为男性和女性分别创造了一些角色,而这些行事方式的界线是很难逾越的。

在大多数工作岗位上,岗位要求并非仅仅是广义上的男性或者女性气质,而是某种特定类型的男性或者女性气质。这些特定要求是通过选择性招聘、培训、考评和提拔,以及确保员工遵循组织正常模式的其他微妙途径来实现的。服务提供者的举止,包括其性别和特征,是如此关键而重要,实际上已经成为“产品”的一个基本部分了。例如,自20世纪70年代



图 12.3 “新加坡姑娘”:女性的工作形象

资料来源:新加坡航空公司,经许可转载。

早期以来,新加坡航空公司使用了这样的营销口号:“新加坡姑娘,有你相伴的飞行太棒了!”,从而强调其空乘人员殷勤、细致的服务(图 12.3)。在商业银行业和航空业是如此,在不动产经纪人、酒吧服务员、律师、医生以及学术界等——凡是要求互动因素的工作岗位,也都如此。

对性别化工作的价值评定

在明确了工作岗位被赋予性别定位的几种方式后,我们现在来考察女性在劳动力市场的就业格局。可以看到,正如女性在家庭中的工作通常是隐性的和被忽视的一样,劳动者队伍中传统的女性工作岗位也通常是低工资、低地位的。

表 12.3 列出了美国职业女性就业比重最大的前十个职业。这里列出的几种职业都是女性占主导地位,女性从业人员比重超过 80%。其中一些行业,如秘书、中小学校教师、注册护士等,女性比重达到 90% 以上。这种格局在世界其他地方也很普遍:即女性倾向于在以女性为主的职业中就业。虽然这样的工作环境中也有男性职员,但是与她们地位相当、工作性质相同的员工主要还是女性。这些工作岗位呈现的另一种格局是普遍的低薪酬。表 12.3 的十种职业中只有两种(注册护士和中小学教师)女性周薪中数超过了男性整体周薪中数(713 美元)。最后,通过该表格最后两列数据我们可以看出,即使是在同样的工作岗位上,整体而言女性的薪酬也显著低于男性。在这张十大职业表格中,只有一种职业(前台接待员与问讯处职员)的女性周薪中数高于男性。可见,即使是在低薪酬、以女性为主的职业中,男性仍然得到较高的薪酬。我们如何解释这种格局?首先,如我们已经注意到的,表 12.3 中的工作岗位很多是家庭领域传统的女性工作的延伸——例如教学、护理和文秘助理。在家庭领域中,完成这些工作没有任何财务酬劳,这些工作的价值贬低延续到了公共领域。这一观点的特别有力的例证之一就是育儿服务工作,如专栏 12.4 中所讨论的。

表 12.3 2004 年美国全职就业妇女的前十大职业

职业	女性比重%	女性平均周薪(美元)	男性平均周薪(美元)
学前班及幼儿园教师	97.7	515	
秘书与行政助理	96.7	550	598
中小学教师	96.7	776	917
前台接待员与问讯处职员	93.9	463	454
注册护士	91.8	895	1 031
助教	91.7	373	
簿记、会计与审计职员	91.2	542	563
仆佣与家务清洁工	89.7	324	402

续表

职业	女性比重%	女性平均周薪(美元)	男性平均周薪(美元)
护理、心理及家庭保健救护	88.3	383	420
办公室文员	83.8	499	523
16岁及以上有薪全职工作者	43.7	573	713

资料来源:美国劳工部(Department of Labor)、劳工统计局(Bureau of Labor Statistics),2004年年度平均数据,http://www.dol.gov,2005年11月24日访问。

专栏 12.4 什么原因使育儿服务很便宜?

365

近年来,关于为人父母的电视节目在世界范围内掀起了热潮。例如,“超级保姆”和“保姆911”等节目展现了在家里管束和教育幼儿的技巧。节目中介绍了“淘气椅子”和“时间到”等各种游戏和技巧,但是却并未触及育儿服务真正的必需技能——从卫生、营养、心理,到谈判、艺术创造力和无穷的耐心。照料小孩是一个矛盾的工作。一方面,我们很容易指出这种工作所需的技能;另一方面,一旦此事变成某人的有薪工作,却又被普遍看作非技能、地位低下、不稳定的职业,工资水平可想而知。有薪育儿服务者的待遇直接反映了对家庭范畴工作的核心观点。首先,这类工作被看作女人的工作,无论是由孩子妈妈来做还是由拿薪酬的保姆做,都是女人的工作。需要指出的一点是,尽管有越来越多的女性参加工作,但这并不意味着照料孩子的工作不再由女性承担,无论是在家里还是在日间托儿所。其次,由于家庭内部的劳作很少得到关注,照料小孩的工作通常与其他家务劳动视为一体——清洗、熨衣、烹饪,等等。这些活计所需的技能水平差异很大,但是它们通常被合并称为“家务活”。如果一家会计师事务所或一家工厂对各项工作职能不加区分,会令人惊讶。但在家庭范畴内的工作情况确是如此。第三,照料小孩的工作还经常被认为是消遣性的——因为经常要“哄小孩”或者“做游戏”,就很容易被混淆为“找开心”。第四,由于在照料小孩这个领域里没有什么事业前景,这个职业就被视为没有出息的、非专业性的,因而也就是短期型的工作。第五,由于这种工作主要在家中完成,因此被看作不受正常工作场所管理制度的约束。最后一点,在发达国家的许多地方,在家庭中照料小孩的工作主要由移民女性承担。这些女性在工作地国家没有稳定的公民身份,而且“南方”与“北方”之间的收入差距使她们很“便宜”。但是,也并不是所有地方都如此。例如在北美洲,英国保姆与菲律宾保姆所得待遇是相差甚远的。在此,保姆的族裔与性别一样,都是决定她们“价值”的重要因素。更多介绍,参见英格兰(England,1996)和普拉特(Pratt,2003)的论著。

正如照料小孩这一例证所显示的,导致女性工作价值被贬低的第二个原因来自所涉及的技能评估(以及如何为这些技能付酬)。这里所谓的“技能”概念也大有问题,因为在大多数工作中,都很难给工作任务的相应技能排序。不过总体来说,凡是与家庭相关的任务(“每个人”

都能做)都被看作不需要多少技能的。机器技术的使用被特别地看作区分技能性与非技能性工作的关键基础,但是实际情况并非总是这样。工作场所也有重要意义。厄瓜多尔服装产业中按性别的劳动分工就很好地表明了这一点(Lawson,1999)。在该国的首都基多市,服装行业内存在着一种按性别进行的劳动分工,男性被称为“裁缝师”,而女性被称为“缝衣工”。在空间布局上,这两种职业也是分隔开的,裁缝师们通常在服装厂或店内工作,而缝衣工们在自己家里工作。裁缝师们可以受到社会的认可,并有行业公会,因此,裁缝师被认为是一种技能性的“专业人士”,而缝衣工“只是干活”。这还导致在服装行业工作的女性们在多方面处于劣势地位,包括缺少工会组织、缺少福利、缺少工资底线、工作岗位无保障等。这一事例反映了两种扭曲现象:其一,服装产业面临的重组和竞争压力使雇用低工资、无保障、在家工作的缝衣工更为有利。其二,女性对工作的认同与男性不同。裁缝师们重视的是其专业水平、男性权威以及工作的社会地位,而女性更倾向从家庭职责和名声的角度来看待工作——扮演好妻子、好母亲和姐妹的角色是更重要的。从这种角度说,家庭领域并不一定导致了女性的束缚和边缘化,而是为女性们提供自豪和身份价值。事实上,女性认为自己是家庭范畴内行使权力。

366 还有一些情况,女性和男性所做的工作是相同的,但女性的薪酬比男性低。这引出了贬低女性工作价值的第三个原因:有观点认为女性参加工作是为了给家中“挣外快”,她们的收入是次要的,因此女性不像男性那样需要从有薪工作中获得成就感、职业尊严或身份认证。在某些社会环境中,仍然非常明确地认为只有男性才是家庭的主要收入来源。例如在新加坡,男性被公认为是一家之主,是家庭的主要经济支柱。因此,新加坡的公务员系统中,家庭成员的医疗健康福利是通过男性雇员发放的,女性雇员被可以通过其丈夫获得此类福利。在另一些社会中,认为女性的收入是次要的、补充性的观点可能表现得相对不那么明显。但总体而言,在这种观点的影响下,女性即使从事和与男性同样的具有技术性的工作,拿到的工资也相对较低。因此,我们看到,与通常认为女性从事的工作技术性较低的观点不同,这种观点认为女性工作处于从属地位,原因就在于做这些工作的人是女性。

本节展示了某些具体类型的工作是如何被贬低价值的:或者是因为这些工作与家庭劳动相关联,或者是因为对这些工作的技能衡量方式具有歧视性,或者仅仅是因为女性从事的工作被认为在家庭中处于从属地位。

性别化的工作场所

本章的引言已经指出,工作的性别化设定还随着工作场所的性别化氛围而强化。有专门的研究考察男性化工作场所以及对女性的排挤。让我们再次回到伦敦的银行业看一个例子(McDowell,1997)。商业银行的某些工作岗位被看作男性化的或者女性化的,这种观点深刻地体现在金融区及银行业的工作环境中。董事办公室总是大理石地面和黑木家具,历任男性

领导人炯炯有神的画像挂在墙壁高处。即使是在新的办公楼，都有各种特色标志提示着这种商业场所是老绅士俱乐部——提醒女性们，她们历来被排除在外。在工作场所的社交活动中，有关吸引力、体态和服装的评论、闲言或者玩笑都对女性有着特定期望，限定她们如何能成为被团体接受的一员。特别是年轻的女性，被不断地提醒，自己是男性环境中的性对象。

讨论工作问题时，经常使用军事性（例如“遭遇了炮火”）、体育性（“做个好队员”）或性行为的隐喻，由此产生了一种排挤性的语言。即使是看似好意的一些表态，比如因为“在女士面前”说了粗话而道歉，也仍然是某种形式的文化排挤（意味着女士们离开后仍然可以继续这种交流互动）。除了工作场所关系之外，男人们还通过足球队、酒吧及其他男性活动结成联系和网络，通常把女人排除在外。他们会说，在男性世界中的女人是不自然的、打破惯例的闯入者，除非她们扮演附属角色，例如秘书。

另一个例子来自高科技产业（Massey, 1994）。在大学的科学园（例如著名的英国剑桥大学科学园）和其他科研密集型工作场所，存在着一种与商业银行不同的男性氛围，但其排异的程度并不逊色。玛西注意到，高科技研究机构有一种“修道院”式的氛围，对科技的尊敬就如同对待现实世界中的神明。在许多高科技园，90%以上的高级科技人员和科学家都是男人。由此，办公室生活中的各个日常维度如语言、幽默、同事之间的互动都是极其男性化的。除了这种氛围，工作文化也要求每天长时间的投入。因此，满足这种工作需要的前提条件是：“这种工作的总体设计思路要求雇员们不能承担生育和照料他人的任务；实际上还意味着，最好是他们本身有人照顾。”（Massey, 1994: 190）。这里同时存在着工作场所的男性化以及高要求的工作任务，从而需要家庭中有妻子来承担生活中育养小孩的工作。

本节主要关注的是以男性为主的父权制结构如何排挤女性并贬低其工作价值。但是需要指出的重要的一点是，经济生活对于劳动力市场中的男性已经不再总是舒适快乐的经历。曾经有一段时间，大多数年轻男性可望获得一份稳定可靠的工作，但是发达世界中的经济重组使得这种昔日传统的工作岗位越来越多地流失掉了。专栏 12.5 对英国的这种现象进行了详细介绍。

专栏 12.5 多余的男性气质

在发达国家中，城市劳动力市场极端分化的现象越来越明显。一端是地位高、工资高、科技含量高的工作，通常被称为“知识经济”。这些工作通常要求从业人员受过较高水平的正式教育，并且是在商业服务行业中就业，如法律、会计、营销和各种咨询服务；以及创意型就业，如设计、娱乐、广告和新闻等。公共部门的高级官僚型岗位也具有这样的优势。尽管这些行业对于女性还存在着一些障碍，如我们在本章中已经看到的，但它们正在更加平等地对男性和女性开放（至少在入门阶段）。另一端是一些工资低、地位低、不稳定的工作岗位，大多是在服务业，包括零售业、文员工作、餐饮业、清洁和休闲业等岗位。在这些岗位上工作

367-

368

通常必须接触公众,这类工作大多被视为女性工作岗位(参见专栏 10.1)。而青年男性的正常男性气质事实上妨碍他们进入这类工作岗位。同时,因为全球产业结构调整,制造业和采掘业的就业岗位被转移到国外劳动力成本较低的地方,使传统男性工作岗位数量减少。在西方国家,年轻男性很难在工厂、矿山或者造纸厂这类地方稳定就业。其结果是,以当今英国为例,对于正式教育程度较低的工人阶层出身的男青年来说,很难找到传统的就业机会。而随着传统工作岗位的减少,对男性气质的工作需求也在下降。年轻男性不仅发现自己是多余的人(即没有工作),而且他们用以构建自尊和自我的“小伙子式”的男人气质也日益变成多余的了(即过时了)。对某些人来说,这意味着他们将“组合式就业”,从一份短期工作跳到另一份短期工作。对相当多的人来说,这意味着男性气质不再来自于他们所从事的工作,而更多地来自于他们的消费决策——他们的服饰特征、爱听的音乐、需喝的饮料等。简单地说,经济结构调整一方面使女性进入劳动力市场的一些低端岗位,另一方面又排挤了男性青年,并且削弱了男性气质的传统基础。更多介绍参见麦克道尔(McDowell,2003)的论著。

12.5 家、工作与劳动力市场的空间因素

我们已经看到,家务角色与女性的关联使一些工作成为“女人的工作”,而另一些工作场所成为了排异性的男性化环境。我们也认识到,女性承担着家庭劳作的大部分重担。这意味着要理解女性如何参加劳动力队伍,就必须分析家庭与工作之间存在的联系。在女性的日常生活中,她们要努力完成各种有偿的或无偿的工作任务时,就产生了这种关键性联系。

在家庭责任与有薪酬的工作的结合中,地理方面的因素具有重大的影响。例如,在马萨诸塞州的伍斯特镇,90年代初期女性寻找有薪酬的工作时,必须保证在孩子放学时自己回到家中,或者必须接送孩子上下学,或者当天工作之余还要顺便购物或者完成其他活动,因此能找工作的地理范围很有限(Hanson and Pratt,1995)。她们无法远距离上下班,由此也就限制了她们能找到的工作的类型。不仅如此,女性倾向于使用个人关系网络来找工作,而男人更依赖于正式的渠道,例如报纸广告和职业介绍所等。此外,女性的信息网络大部分成员仍然是女性,而男人则从其他男人那里获得工作信息。由于女性的社交网络主要基于邻里关系,这种网络所能提供的工作机会也就高度本地化和有限了(图 12.4)。通过这些方式,女性集中在特定的几种工作岗位就业,并且工作地点在离家不远的半径范围内,有性别特色的社交网络进一步强化了这种现象。还有另外一个重要的方面,伍斯特的女性们通常是在家庭决定了居住地点之后才开始找工作,而家庭居住地点取决于丈夫的就业情况。因此,这些女性通常是要找到居住地附近的工作,但又不能根据当地的就业机会多少来选择居住地点。

伍斯特劳动力市场的另一个重要特点是,女性们集聚到某些类型的工作岗位上并非仅仅出于她们自己的决定。雇主们也很了解这种劳动力的特点,并且为了利用这些劳动力资源而专门将工厂开设在某些社区。事实上,雇主们甚至设计出吸引特定类型员工的工作模式——比如针对有小孩的已婚妇女。雇主们还可以通过现有的员工有倾向地招募新人,或者在社区报纸上登广告以确保一支由当地居民组成的员工队伍。这些方法都强化了雇员们居住地和 workplace 集中的现象。在有些情况下这是一种商业策略,可以确保劳动力队伍稳定、容易满足和不反抗。

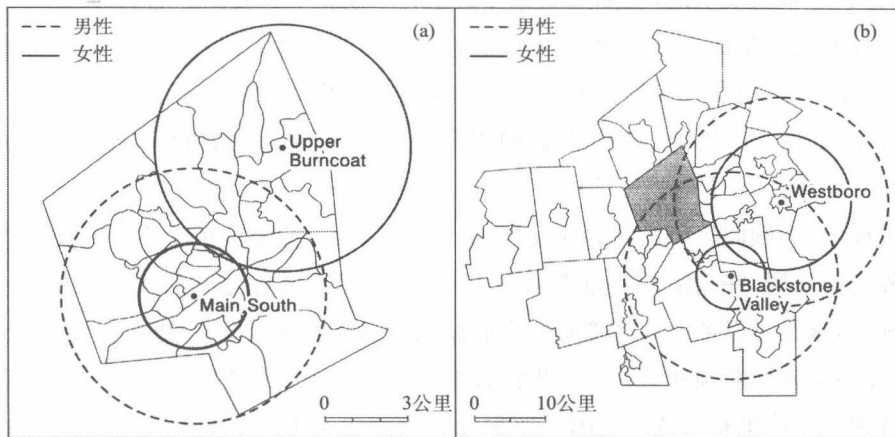


图 12.4 马萨诸塞州伍斯特市四个地区的男性与女性平均上班距离(a) 伍斯特市区,(b) 伍斯特及周边地区
资料来源:Hanson and Pratt(1995),Figure 4.2. 经 Routledge 出版公司许可转载。

在大城市郊区,特别是美国的大城市郊区,出现了所谓的“粉领聚居区”。服务行业的工作岗位被转移到郊区,目的是利用那些已婚的白人女性劳动力。这些劳动力的特点是她们需要同时应对家庭职责和工作要求。由此,对近处工作的优先选择导致她们被束缚在本地的工作岗位上。举个例子,在澳大利亚的悉尼,郊区女性们受到的束缚一方面来自需要开车去公共交通不便的地区上班,另一方面来自强大的文化性期望,即“好母亲”应当孩子放学后接送他们参加一些邻里活动(Dowling et al., 1999)。然而,关于女性们受这种空间束缚的证据,却是非常混杂的。谈到女性的家庭与工作之间的相互影响时,似乎有非常多的因素都在起作用。例如,如果有一位能帮忙的邻居或者亲戚,她们就可能到比较远的地方去上班;另一方面,对某个雇主的忠诚或者取得比较高层的职位,都会鼓励员工忍受远程上班的费用,而不是换成附近的工作(England, 1993)。

当女性们由于种族特性而受到差别化对待时,情况就更加复杂了。例如,在纽约市区,女性上班的平均距离小于男性,但是黑人女性(特别是那些移民)的上班路程却大大超过白人女

性和男性(Preston et al., 1998)。我们在第十三章中将解释,这是因为工作岗位所在地与员工居住地不匹配造成的。少数民族人群居住在城区中心,而就业郊区化使他们需要长途上班。但是应当补充说明,这种白人和富人住在郊区、少数民族居住在城区中央的情形,是美国独有的城市社会地理形象,并且这种格局也在逐渐变化。

371 虽然女性受到束缚的证据很复杂,但重要的一点是,就业是男性和女性日常活动、需求和职责中的一部分。由于女性是家务劳动职责的主要承担者,她们即使参加一些无性别差异的工作也面临一些障碍。她们需要设法处理好“经济性”工作与繁重、复杂的家务责任之间的关系。当然,正如本章所展现的,实际上工作和家庭两个领域不是彼此分隔的,而是紧密相连的。当女性找工作和决定参加工作时,她们考虑的远不止纯粹理性的经济计算,还要考虑工作时间是否灵活、离家多远,以及工作的各方面要求是否与她们的生活相容。在这个意义上说,“经济活动的边界不限于工作场所,社会因素的界限也不限于家庭和社区”(Hanson and Pratt, 1992:398)。

在此之前,我们倾向于将家庭看作女性的“锚点”——家庭空间的诸多责任束缚着女性,使她们相互隔离而聚居,并且使她们边缘化。但是对于家庭与工作之间的联系也有其他的观点。在某些情况下,家庭可以帮助女性抵制雇主们使用的劳工控制手段。例如在第九章中已经介绍过的,在牙买加的金斯顿和蒙特哥湾担任数据录入人员和电话推销员的女工们就得到了家庭的支持。特别是家族里有亲戚在美国或加拿大的,给女工们以关键性的支撑,使她们可以调整自己的工作强度,甚至冒险反抗工作场所的纪律。从这个角度看,家庭也是潜在的反抗据点。这对于前面讨论过的束缚主题是一个有趣的扭转。

但是我们还可以走得更远。如果我们认为家务劳动被低估价值从而需要重新计算,并且从根本上寻找另一种价值体系,那么家务劳动就获得了全新的意义。本章最后一节我们来看看女性主义者解读经济并且重新定义价值的方法论。

12.6 走向女性主义的经济地理学

到目前为止,我们在本章中的方法论是力图在经济分析中,特别是在劳动力市场的分析中,认识和容纳性别的作用。这可以归纳为加法式的或者计入式的方法论,即我们试图认识家庭中主要由女性完成的工作,并且在考察劳动力市场的工作分配时将性别作为一个变量考虑进去(Cameron and Gibson-Graham, 2003)。

加法式的方法论涉及对于整体经济中家庭或者说再生产领域作用的认识。如果不理解资本主义经济中劳动力是如何日复一日、一代又一代地再生产的,我们就不能真正理解这个系统的整体。一旦以这种方式增加了对家庭领域的认识,那么一系列的过程就变成了经济的一部

分:照料家人的工作、易物式交换、合作性或者相互性的协助、自给型农业、循环利用、自愿性社区工作、礼物赠送,等等。

372

计入式的方法论就是要将至今为止都没有计量的女性所做的工作努力进行量化。这种方法论取得了一些进展,但仍有很大的局限性。例如我们在表 12.1 中看到的英国数据,就是试图对女性在家中所做工作进行计算的一个例子,但是这一做法对官方来说仍然是试验性的,在正式计算和公布英国经济统计数字时没有任何形式的体现。因此,各项政策的制订仍然取决于它们能否对官方的发展和福利指标产生影响。

加法式和计入式这两种方法都没有质疑一个观点,即整体经济是可以界定和量化的(如第二章中讨论过的)。它们并未对“经济”概念本身提出问题,而是试图从女性主义的视角去修正和扩展。但有些人走得更远,提出一种明显不同的女性主义的经济地理学——不仅仅是从女性主义的角度看经济,而且用一种女性主义的方法论,彻底颠覆我们研究经济时所依赖的支点,颠覆我们想要改变的东西。换句话说,他们不仅仅用不同的方式分析经济,而且设想出了一种全然不同的经济。

这样的方法论是怎样的呢?这意味着不只是简单地承认女性的经济生活,而且发展出一种“另类”的经济伦理,以完全不同的方式看待一切经济活动。这意味着我们对经济的认知方式要进行“改版”,由此,那些传统的女性活动如“养育、合作、分享、赠予、关心他人、照管大自然,等等”被提升到经济的中间位置并得到充分评价,而不仅仅处于经济的边缘(Cameron and Gibson-Graham, 2003:153)。

这一论点后面是一个更为广泛的论题,即女性主义的经济方法论将超越资本主义的强大势力。这种方法论并不采用一种以资本为中心的经济观,相反,一些人提出多元化的经济关系和多元化的主体位置——男性和女性除了参与资本主义生产、劳动和交换关系的各种方式外,还拥有多元化的生活维度(以及身份维度)(Gibson - Graham, 1996)。在宣扬另类的、多元化的经济形式方面,这种理论与我们在第二章和第九章中讨论过的关于另类经济的一些设想有很多共通之处。

这种方法论的引申之一,是可能出现全新的家庭领域劳动价值计算方式。关于这一点,我们可以回到先前讨论过的厄瓜多尔基多市的裁缝师与缝衣工的例子来说明。在那里,人们注意到缝衣工们并不将家庭看成一个限制和压制女性的地方,而是她们在受敬重和获得家政权力的基础上构建自尊的地方(Lawson, 1999)。由此,通过采取不同的经济理解角度,对什么是好的、什么是不好的、什么是价值,就可以有不同的理解。并非每个人都会将家庭看作赋予女性权力的空间,但是宽泛地说,一种另类的、女性主义的经济观开启了对“抵偿”、“价值”的多种解释的可能性。

373

12.7 小结

本章我们从人力资本理论的观点开始,这种观点将人看作理性的经济角色,并且将经济领域看作与社会和文化、家庭和社区完全分隔开的。然后我们继续观察家庭中的工作是如何高度性别化的,这为我们随后的讨论提供了重要基础。在探讨世界各地的女性越来越多地参加有薪劳动者队伍现象的同时,我们看到在很多情形下,父权制度的权威在工作场所得到了复制,并且这种父权势力还与因族裔差异而来的价值贬低相结合。

随后,我们仔细考察了女性们通常从事的工作类型。在很多情形下,工作岗位是性别化的,并且那些通常由女性来做也被认为更适合女性的工作,大多数是家庭劳作的延伸。即使女性所做的工作与男性相似,也会被看作非技能性的、不专业的,其地位从属于“挣钱养家”的男性配偶。因此她们工资较低。我们还注意到,工作场所也同工作岗位一样具有性别化的特点。商业银行中霸道男性的例子也许是极端的,但是服务业工作的“互动”性质日益加强,要求员工们不仅做这项工作,还要体现独特的服务品质。由此,性别成了判断某人是否适合某一工作岗位的基本条件。

我们看到,工作岗位的性别化不仅包括将女性与特定类型的工作相关联以某种方式展现女性气质,还包括将女性工作与家庭的双重职能联系起来。女性需要将“经济”职能与传统认为的“非经济”职能整合,这意味着她们找工作的范围和就业可能经常受限制。

之后我们运用女性主义的经济地理方法论,考察了父权制社会对女性与男性的区别对待——这种区别对待首先是在家庭中,但也延伸到了其他社会空间。我们也看到,女性主义方法论试图颠覆对经济世界的很多传统的两分式界定:经济的与非经济的、结构变化与生活体验、生产与再生产,等等;最终则是研究社会进程与力求对此加以改变的政治行动。在本章的最后一节,我们探讨了一种另类女性主义经济地理的可能性,在这种方法论之下,整个经济世界不仅有不同的计量方式,而且还做出不同的价值评定。

374 延伸阅读资料

- 麦克道尔(McDowell, 1999)、道莫西和西格(Domosh and Seager, 2001)提供了关于女性地理学的精彩介绍。

- 加拿大育儿服务及保姆业被贬值的有关情况,参见普拉特(Pratt, 2004)、英格兰和斯蒂尔(England and Stiel, 1997)的论著;新加坡的有关情况,参见杨和黄(Yeoh and Huang, 1999)的论著;英国的有关情况,参见格雷格森和劳(Gregson and Lowe, 1994)的论著。英格兰(England, 1996)的汇编文献中包含了妇女如何协调工作和育儿的内容。

- 关于“第三世界妇女被贬低价值”的更多介绍,见赖特(Wright, 1999)和克莱威(Cra-

vey, 1998)关于墨西哥的著作,创尔特和麦克韦恩(Chant and McIlwaine, 1995)关于菲律宾的著作,以及希尔维(Silvey, 2003)关于印度尼西亚的著作。

- 作为与女性经济地理学相对应的另一领域,麦克道尔(McDowell, 1997)对伦敦金融业的研究非常有见地,马林斯(Mullings, 2005)关于加勒比海地区的近期研究在一种完全不同的背景下考察了银行业的性别和族裔因素。

- 在本章中我们屡次指出了各地性别因素的差异。更详细的内容见玛西(Massey, 1984)《劳动的地理分工》(*Spatial Division of Labour*)第三章。

问答题

- 女性更容易进入有薪劳动力市场,是否意味着女性从父权制度中解放出来了?
- 工作场所如何成为了男性化或者女性化的环境?
- 家务劳动分工的传统如何影响到女性在有薪工作中的经历?
- 考虑到世界的“南北”之分,当代经济结构是否使男性比女性更有优势?

延伸学习资源

- <http://www.ex.ac.uk/RDavies/arian/scandals/behaviour.html>: 该网站名为“银行家们的不良行为”,包含了与“城市中的性别歧视”有关的报道和相关事件。

- <http://www.statistics.gov.uk/hhsa/hhsa/index.html>: 英国国家数据办公室家庭卫星账户网站,包含了英国家庭服务的有关数据。

- <http://www.maguilasolidarity.org/>: Maquila 介绍劳工维权组织发起的一系列运动,并提供了世界范围内女性在出口加工厂工作的有关信息。 375

(康力译,丁琰琰校)

参考文献

- Becker, G. S. (1993) *Human Capital A Theoretical and Empirical Analysis*, 3rd edn, Chicago: University of Chicago Press.
- Cameron, J. and Gibson-Graham, J. K. (2003) Feminising the economy: metaphors, strategies, politics, *Gender, Place and Culture*, 10: 145-57.
- Chant, S. and McIlwaine, C. (1995) *Women of a Lesser Cost: Female Labour, Foreign Exchange and Philippine Development*, London: Pluto Press.
- Cravey, A. (1998) *Women and Work in Mexico's Maquiladoras*, Oxford: Rowman and Littlefield.
- Domosh, M. and Seager, J. K. (2001) *Putting Women in Place: Feminist Geographers Make Sense of the World*, New York: Guilford Press.
- Dowling, R., Gollner, A. and O'Dwyer, B. (1999) A gender perspective on urban car use: a qualitative case

- study, *Urban Policy and Research*, 17: 101-10.
- England, K. (1993) Suburban pink collar ghettos: the spatial entrapment of women? *Annals of the Association of American Geographers*, 83: 225-42.
- England, K. (ed.) (1996) *Who Will Mind the Baby? Geographies of Child-care and Working Mothers*, New York: Routledge.
- England, K. and Stiell, B. (1997) They think you're as stupid as your English is': Constructing foreign domestic workers in Toronto, *Environment and Planning A*, 29: 195-215.
- Gibson-Graham, J. K. (1996) *The End of Capitalism (As We Knew It): A Feminist Critique of Political Economy*, Oxford: Blackwell.
- Gregson, N. and Lowe, M. (1994) *Servicing the Middle Classes: Class, Gender and Waged Domestic Labour in Contemporary Britain*, London: Routledge.
- Hanson, S. and Pratt, G. (1992) Dynamic dependencies: a geographic investigation of local labor markets, *Economic Geography*, 68: 373-405.
- Hanson, S. and Pratt, G. (1995) *Gender, Work and Space*, London: Routledge.
- Lawson, V. (1999) Tailoring is a profession; seamstressing is just work!, *Environment and Planning A*, 30: 209-27.
- Massey, D. (1984) *Spatial Divisions of Labour*, Basingstoke: Macmillan.
- Massey, D. (1994) *Space, Place and Gender*, Cambridge: Polity Press.
- McDowell, L. (1997) *Capital Culture: Gender at Work in the City*, Oxford: Blackwell.
- McDowell, L. (1999) *Gender, Identity and Place: Understanding Feminist Geographies*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- McDowell, L. (2003) *Redundant Masculinities? Employment Change and White Working Class Youth*, Oxford: Blackwell.
- Mullings, B. (2005) Women rule? Globalization and the feminization of managerial and professional workspaces in the Caribbean, *Gender, Place and Culture*, 12: 1-27.
- Peck, J. (1996) *Workplace: The Social Regulation of Labor Markets*, New York: Guilford Press.
- Pratt, G. (2003) Valuing childcare: troubles in suburbia, *Antipode*, 35(3): 581-602.
- Pratt, G. (2004) *Working Feminism*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Preston, V., McLafferty, S. and Liu, X. F. (1998) Geographical barriers to employment for American-born and immigrant workers, *Urban Studies*, 35: 529-55.
- 376 Silvey, R. (2003) Spaces of protest; gendered migration, social networks, and labor protest in West Java, Indonesia, *Political Geography*, 22: 129-57.
- Wright, M. (1999) The politics of relocation: gender, nationality and value in the Maquiladoras, *Environment and Planning A*, 31: 1601-17.
- Yeoh, B. S. A. and Huang, S. (1999) Spaces at the margins; migrant domestic workers and the development of civil society in Singapore, *Environment and Planning A*, 31: 1149-67.

第十三章 族裔经济：文化有经济性吗？

目 标

- 探讨族裔身份对个人就业经历的影响
- 探寻移民城市中出现的族裔经济的发展轨迹
- 观察国际尺度上族裔企业的做法
- 考察族裔身份作为一个变量对经济生活的影响

13.1 引言

根据多伦多自我宣传的一个口号，多伦多是一个“容纳世界的城市”。尽管这是一种提升自身形象的说法，但是这个称号的确有一定道理。整个大多伦多地区包括从安大略湖北岸到安大略省南部的丘陵农田区，有 450 万人口，是加拿大的金融业、制造业、服务业、艺术和学术的中心，也是来自几乎世界所有地方的移民及其后代的家园——其他城市很少有如此高比例的国外出生公民（2001 年为 44%），并且来源如此多元化；其他城市也很少有如此高比例的“看得见的少数族裔”人口（36.5%）。

多伦多城市社会的这一特色，任何来访者一抵达佩尔森国际机场就会注意到。出港旅客（还有等候他们的亲戚们）形形色色，很难找到比这里更加多元化的地方。而游客在多伦多停留期间接触到的服务业人员也是多元化的。然而在这种多元化中，观察力强的游客可能会看出其中一些格局。几乎所有的机场出租车司机都是南亚人，与司机短暂交谈后会发现他们有工程学硕士学位，来自印度北部的旁遮普邦。到达旅馆后，服务员似乎总是菲律宾妇女或者加勒比地区的黑人妇女。出去买份报纸，会发现街角小店是韩国夫妇开的，再往两边走几个街区，会发现所有便利小店都是这样的。去郊区购物中心很少听到有人讲英语，所有的招牌都是中文的，反映出卖家和绝大部分买家的族裔特性。这些现象表明，在这个多元化的大都市里，人群在不同工作岗位、不同行业 and 不同社区的分布绝非随机和偶然的，而是存在着一种明显的格局，即劳动者队伍中特定的群体会分配到特定的工作岗位，或者特定的族裔群体会从事特定的商业活动并居住在特定的居民区。多伦多并非特例，在世界上所有大型且多元化的城

市里,族裔属性似乎对人们的工作经历,对商业地貌,以及更广泛地说对经济,都起着一定的影响。

这些现象及其影响从根本上说是“地理性”的。将不同的族裔群体分配到不同的劳动力市场岗位通常反映出其居住地或来源地的特性,或者说反映出从族裔聚居地到就业岗位的地理性挑战。某些城市内部出现的族裔性商业圈——中国城(唐人街)、小意大利、小印度,等等——清晰地反映了经济活动的空间格局,对当地居民的经济生活同时产生正面和负面的影响。最后还有一点,进入这些城市的国际移民群体成为这些城市与移民来源地之间的社会和经济纽带,带动了世界上不同地区家庭之间可观的资金流动。在某些情况下,移民还建立起跨国商业机构,这些商业机构(即使是某种明确的资本主义组织)也具有鲜明的族裔特色。

针对上述种种现象,我们认为,族裔属性对经济生活的地理格局有很大影响。但是在13.2节中,我们首先看一看认为经济过程和经济逻辑与族裔差异无关的观点。然后我们来观察族裔属性对劳动力差异化(13.3节)和族裔特色经济(13.4节)的影响。在13.5节中,我们考察移民社区中日益增长的(但不一定是新生的)跨国主义现象,并且探讨其经济意义。最后我们提出一个问题:族裔经济是否存在特殊形式的商业做法(甚至是一种有特色的资本主义)?

13.2 “无视肤色”的经济学

379 上述多伦多的例子显示了族裔特性对于塑造城市经济地理所发挥重要作用的两种途径:首先,劳动力中的族裔分层使某些族裔群体集聚在某些类型的工作岗位上;其次,城市社区分布格局使某些族群的商业机构集中在某些社区,并且由此影响这些族裔人口的经济生活。在更详尽地讨论这些过程的地理意义之前,我们先考察一下针对这些现象的传统经济学分析为什么没有任何族裔身份因素。

在第十二章中,我们注意到传统人力资本理论对于劳动力市场中女性经历而言是很狭隘的理论。对于少数族裔而言,传统人力资本理论同样是很狭隘的。传统经济学分析很少考虑族裔的多元化;相反地,个体在劳动力市场中的位置,即能得到什么样的工作和工资,被看作个体人力资本的反映——即个人进入劳动力市场时的全部技能、资格和经验。从理论上说,劳动力市场对个体可能表现出来的体貌和文化上的差异是视而不见的;但是日常经验表明,这种假设是不符合实际的。本章将表明,关于劳动力市场中什么人能得到什么样的工作,族裔属性是一个关键性的变量因素。

同样地,传统经济学方法论也没有明确阐述个人创办或资助创办公司的社会和文化动机,而是强调利润激励,认为这些行为是为了获得利润而向市场提供某些特定商品或者服务,并且

由价格机制来驱动。在这种技术分析之下,经济生活变成了普遍的和理性的过程,并不考虑个人纽带、社会关系、忠诚、歧视或者文化特色的影响。这种观点认为现代资本主义扫除了经济行为的个人情感因素,这些情感因素被看作“传统”小型或者农业型社会的残留。但在现实生活中,我们却看到少数族裔群体创办企业往往是出于少数群体被主流社会边缘化而做出的反应。

经济活动的地理选择也被看作理性决策的结果。在零售经济学以及经济地理学以往对选址理论的研究中,一家企业的选址总是从明确的理性和逻辑出发。这种逻辑基于利润最大化和价格最低化,实现这一目标的方式包括使零售商的客户群体最大化,以及使顾客行程最小化等。这种观点体现为中心区位理论(专栏 10.2),该理论试图用模型计算出零售业特别是服务行业的理想选址。为得到最大的市场区域,一个零售商会选址在尽可能地远离其他同类零售商,同时尽可能地接近客户群的地方。而客户会去最近的商店购物,以使自己的行路成本最小化。但是城市商业地貌呈现出的却是更加复杂和“不理性”的情况。对于任何生意来说,与同类企业靠拢在一起或许是有利的(如我们在第五章中讨论过的),而很多城市的社会地理状况显示出的格局是,不仅相似的企业会在空间上聚集,而且族裔背景相同的人开办和光顾的企业都会紧凑分布。显然,这其中有些过程在起作用,经济逻辑或者比较深奥的集聚经济效益都无法解释。

380

主流经济学通常忽视的另一个因素是全球化城市中的移民与世界其他地区的经济纽带。本地的劳动力市场通常被看作就是本地的。分析个人或家庭的决策时假定他们是按照本地的机遇、障碍、技能和资格背景来做出决策的。然而,现实生活中的实际经历要复杂得多。国际化大城市中的很多移民要助养远在中国、菲律宾、印度、加纳、墨西哥等地方的家人。有时,这种情况迫使他们同时打几份工以便多挣些钱满足远方亲人的需要。移民们找工作时,往往依赖家人、族裔同胞这些通常在他们到达之前就形成的网络关系,而不是求助于劳动力市场等“客观”信息来源。这种国际尺度的族裔联系和家庭纽带是移民经济生活的关键部分。

显然,对这些超出经济逻辑的种种经济过程进行考察时,需要考虑文化身份、归属和习惯做法。文化身份及其与经济过程之间的种种交叉联系有很多维度(例如,可以探讨青少年文化或者同性恋文化),但是这里我们仅关注族裔问题,将其作为一个关键变量。专栏 13.1 对族裔概念进行更加详细的解释。

专栏 13.1 族裔是什么?

381

族裔概念指的是各种显性或隐性的差异。因此,当谈到华人的创业精神时,我们通常并不仅限于谈论中国本国的企业,而且包括世界各地华人企业的做法。华人族裔特性仅在与不同群体并列时才有意义。以这个意义上说,族裔永远是一种关系性概念,并且作为一种集

体身份,同时具有包容性和排斥性。族裔是以共同的(可以是真实的也可以是想象出来的)历史经验、祖先传承或者文化共性(例如共同的语言或者宗教)为基础的。

族裔不是仅指少数族裔群体,尽管这个词经常被做此种理解。有族裔特点也并不是说游离于主流之外或者说是反常。事实上,每个人都有其族裔特点。从这个意义上说,英国侨民在曼谷开的一家英式酒吧,与泰国族裔在伦敦开的一家泰式餐馆,两者同为族裔企业。

族裔身份也不一定是稳定不变的。不同的环境可能将族裔身份中的不同侧面凸显出来,而且族裔身份的影响力可能要经过一段时间才能体现。例如20世纪来到北美的意大利移民,他们最初的族裔忠诚情感是在一个较低层次上的,指向自己故乡的村庄和宗教。但是来到北美以后,他们就发展出了意大利族裔的身份。

要注意区分“族裔”(ethnicity)与“种族”(race)这两个概念。种族指的是人类个体明显可见的特征(毛发、肤色、骨骼结构等),但是这个概念无助于深入分析,因为大多数“种族”划分并未考虑其内在的种种差异。“种族”这一概念通常用于划分有某种特定外貌特征的人群——也就是说,由其他人群来划分、命名并归纳出该人群的某些特征。正是出于这个原因,“种族”通常被理解为社会性的建构,并且要加上双引号。

382 13.3 劳动者队伍中的族裔分层

劳动力市场与其他任何市场都不一样。如我们在第九章中看到的那样,劳动力的交易并不像其他商品买卖那么简单。当雇员们被雇用、解雇或者升职时,劳动力的交易过程进一步复杂化了。“劳动力”是人的一种特性,而人是完整和复杂的个体,除了要在工作场所完成特定的职能之外,还有很多的特点。他们有性别、族裔、阶层、居住地以及其他各种身份,不幸的是,这些身份通常决定了他们会得到什么样的工作。

为了说明这一点,我们来细看大都市中不同群体在劳动力市场上经历的一个例子。表13.1提供了洛杉矶大都市区的就业数据,显示出美国平等就业机会委员会所定义的四大族裔一种族群体(白人、亚裔人、黑人、西班牙语裔人)的就业分布情况。表13.1列出了各种职业类型以及所对应的就业人数。针对每一职业类型还列出了“集中度指数”,即某一给定职业中特定群体占全部就业者的百分比。举个例子,“官员与经理”这一职业类型中白人雇员的集中度指数为1.6,这表明在这一职业类型中白人的比例过高——相当于不同人群在所有职业中平均分配情况下的1.6倍。

表中的阴影部分表示集中度过高或者过低的情况,仔细查看后我们可以发现某种格局。最引人注意的是,白人雇员集中在经理类和专业类职业中,而亚裔人集中在专业类和技术类职

业中,这两类人在那些工资较低的低端工作中(例如体力工人和服务员)所占的比例较低。而对于黑人和西班牙语裔人而言,就业格局正好相反,即高级的经理和专业类岗位较少而低端职业的比例较高。

表 13.1 各种职业中族裔一种族分布情况,洛杉矶,2003

	全体雇员	白人	亚裔	黑人	西班牙语裔
官员与经理	136 783	90 509	15 326	9 292	21 047
集中度指数		1.6	0.8	0.7	0.4
专业人士	207 824	117 670	50 261	14 428	24 594
集中度指数		1.4	1.8	0.7	0.3
机师技术员	64 094	25 400	14 424	6 718	17 166
集中度指数		1.0	1.7	1.0	0.8
销售工作者	157 166	70 286	14 072	17 958	53 884
集中度指数		1.1	0.7	1.1	1.0
办公室文员	199 603	73 039	28 816	29 799	66 914
集中度指数		0.9	1.1	1.4	0.9
手艺工作者	68 203	26 336	5 804	5 161	30 446
集中度指数		1.0	0.6	0.7	1.3
操作人员	111 102	22 480	8 909	11 381	67 741
集中度指数		0.5	0.6	1.0	1.7
体力工作者	78 377	11 471	3 824	7 113	55 664
集中度指数		0.4	0.4	0.9	2.0
服务人员	142 354	32 357	13 473	20 169	75 707
集中度指数		0.6	0.7	1.4	1.5
全部就业	1 165 506	469 548	154 909	122 019	413 123

资料来源:根据美国平等就业机会委员会(Equal Employment Opportunity Commission)数据计算得出,网址:<http://www.eeoc.gov/stats/jobpat/2003/pmsa/4480.html>,2006年7月20日访问。

注:这里仅基于私营企业的就业情况,公共部门雇员数字未包括在内。所使用的族裔一种族分类为美国平等就业机会委员会所使用的分类方法。

还可以对这些数字进行更深入的分析。在某些情况下,这些数字掩盖了第十二章中讨论过的性别不平等情况,并且各种工作内部也存在很大的族裔差异。例如,“亚裔美国人”这个概念既适用于来自台湾地区的软件工程师,也适用于来自越南的难民。但在宏观上有一种比较清晰的格局——黑人和西班牙语裔人在劳动力市场的低级岗位中所占的比例过高。与此类似的情况还有少数族裔人口(在某些情况下,但在不是所有的情况下,移民)在劳动力市场中被边缘化,这一现象在世界上很多大都市中普遍存在(见专栏 12.3 中有关劳动力市场的分析)。一个关键性的问题是:为什么劳动者队伍出现了这种分层?为什么某些群体的人会集中在某些

岗位?为什么某些雇主主要超比例地录用某些族裔群体的雇员,并且明显地排斥其他族裔的人?为什么某一族裔群体会持续地集中在某种不理想的工作岗位上?导致这一现象有很多种因素,每个因素都有各自重要的空间维度:

- 资质和技能:正统经济学认为,工人们是按其资质和技能被分配到工作岗位的。因此,如果一个群体整体的受教育水平相对较低,那么只能得到劳动力市场中低等的位置。这种观点的假定前提是,获得教育的水平反映了人们的自身能力。然而在实际生活中,获得教育的水平通常反映了不同族裔群体之间及其内部的财富与收入分配的不平等,从而导致父母支持孩子学习的财力方面和智力方面的能力不平等,因此存在着受教育水平高低程度的世代重复性,并且是一个很强的过程。可以说,不同的受教育水平是社会关系的产物。不仅如此,这还是一个地域性很强的因素:如果你生长在一个工人阶层的社区里,周围很少有年轻人上大学,那么你上大学的几率是非常小的;但是如果换一种环境,你上大学的可能性就不同了。而且,即使我们接受所谓教育是内在技能的反映这一说法,仍然不能解释它与就业机会之间的关联。来到温哥华、洛杉矶、伦敦和悉尼这些城市的移民所受的教育通常好于当地人。可是这些移民仍然超比例地聚集在地位低、工资低、不稳定的工作岗位中,因为他们的资质得不到新环境的认可,或者他们的既定技能只适合特定的社会—文化背景。教师、记者、建筑师、美术设计者或者推销员很难顺利地融入新环境和新工作。从这一点来说,与教育或者专业经验相关联的人力资本跨越国际空间时会极大地贬值。这表明了跨越空间的文化差异以及制度性障碍。

384 • 制度性障碍:我们注意到,很多少数族裔的移民可能具备某种资质,但是却与当地雇主所要求的资质不匹配。在很多劳动力市场上,某些权威性机构管理着某些行业,在其权限内决定着什么样的人可以得到执业资格——比如医师协会、律师协会、专业工程师行会,诸如此类。这些机构通常不承认外国资质,或者要求移民们花很多钱来完成提升性课程,那么这些移民或许就注定要放弃专业。在某些情况下,某些移民项目规划限制了个人提升其资质或进入其专业领域的的能力。例如在加拿大,很多菲律宾妇女是通过某一移民计划入境的,该计划规定她们只有在当地某个雇主家完成两年的家务工作后才可完全移民。这种限制性规定意味着即使女性护士、教师和会计可以进入这项计划,但是完成这项计划之后,她们通常也只能从事医疗保健行业或者个人服务类行业中的低工资工作(Pratt, 2004)。在美国,来自墨西哥和萨尔瓦多等国家的非法移民通常别无选择,只能接受那些不稳定、低工资并且有时是危险性的工作。在这些事例中,无论是专业性管理机构、移民计划还是非法移民,有关制度都在管理着特定地域的劳动力市场,对地理上具有流动性的人口向上流动设置了障碍。由此可见,要理解移民在劳动力市场中的地位,需要仔细分析本地化的制度性结构。

- 歧视和成见:当今世界主要的移民接收国(例如美国、加拿大、澳大利亚)都自称是多文化的、宽容的社会,并且有各种法律来防止因族裔身份而引起的歧视和不公正待遇。但

是在涉及雇佣和提拔的决策过程中,雇主和经理们有一套既定的文化理念和思路,法律很难对这些方面进行监管。例如,在过去的几十年中,几十万菲律宾妇女出国从事家务、保姆、护士等工作。很多国家(包括亚洲和其他地区的国家)出现了一种成见,即认为菲律宾人的能力仅限于从事养育、照料或者家务之类的工作。不仅如此,在医院、养老院等工作场所,菲律宾人通常也是工作在床护之类岗位上,而不是做管理、督控、指导类型的工作。这种就业模式不是由于菲律宾人的内在族裔特征缺乏有关的技能,而是因为(至少部分是)劳动力市场存在着对菲律宾人身份的成见。这是一种先入为主的成见,将特定的族裔—国家与劳动力市场特定的就业关联了起来。这种成见还会以其他更加本地化的形式表现出来。例如在得克萨斯州的圣安东尼奥城,雇主们对于一些特定的居民区,特别是那些西班牙语裔年轻人聚居的居民区,产生了一种成见,认为这些居民只能提供某些类型的(低劣且不可靠的)劳动(Bauder, 2001)。那么就存在这样一种可能性,即本地化的居民区对劳动力市场的就业分配产生影响,且某一少数族裔群体在城市社会中越是与其他社区隔离而群居,产生这种影响的可能性就越大。

• 家庭—工作联系:在某些城市里,族裔分隔居住的现象非常突出。某些居民区与某一特定族裔群体的联系非常紧密。在这种情况下(例如在美国的某些大城市里),通常需要解决从家出发去上班这样一个地理问题。对于很多有色族裔移民而言,这可能意味着上下班的路程会比条件相当的白人和非移民远得多——这一现象被称为空间不匹配(Preston and McLafferty, 1999)。但是,这种不匹配也存在限度。如果大城市中族裔聚居区距离“好”工作岗位较多的城市中心区或者郊区相当远,就会使得家中必须至少有一个成年人工作在离家较远的地方,负责接送小孩上学以及其他事务(见第十二章中有关此类角色的性别定位)。由此,族裔居住地的分隔就会转换成职业分割——努力减少上下班的在途时间会导致可选择工作的地理范围受到限制。工作岗位的地理位置也可能变化:随着制造业或者服务业迁移到郊区地带(这种现象在美国城市中尤为明显),通常也远离了城市中心区的少数族裔居民聚居区。

• 社会资本与找工作:对族裔居住分隔现象的解释还需要考虑劳动力市场的一个特点,即找工作过程中社会关系网络的作用。“劳动力市场”这一概念假定劳动力的买卖双方(即雇主与其雇员)对于可选工作、当前市场工资行情等所有情况都了解。然而在现实生活中,劳动力市场是不易把握的——很多人获得工作是因为他们认识雇主,或者是熟人说服他们接受这一工作,或者有人告诉了他们有关的招聘信息。特别是对于新到的移民来说,社会网络对于他们进入劳动力市场发挥了关键性作用,否则他们很难知道从何入手去找工作。而这些网络又有其清晰的地理特性。这些网络通常是以居民区为基础的,正如我们在第十二章中看到的那样,有证据表明,对于女性而言更是如此。当少数族裔表现出居住分隔的特征时,他们非常倾向于利用居民区和同族裔内的关系网络。这种地理过程有两个重要影响。第一,某一族群聚

集在某一类型工作岗位上的现象会持续下去。第二,这种同族人关系网络帮助介绍工作的方式,通常适用于低端工作岗位,例如厨房、旅馆或者工厂中的工作岗位;而经理类型的工作岗位则需要一套完全不同的关系网络。因此,对族裔关系网络的依赖,通常会使得少数族裔人群停留在某些行业以及某些行业中的某些岗位上。要突破这些特定的行业和特定的聚居区,是非常困难的。

386 可见,确实存在多重因素的影响,将特定的群体引向特定的职业岗位或者说劳动力市场的特定位置。但是,在各种情形下,这些因素都有重要的地理特性。首先,地理空间因素对于一个人将何种技能带入劳动力市场是非常重要的,而当地雇主对外来移民的来源地可能早有成见。其次,由此引申出特定的族裔—国家身份,比如菲律宾人,会发现自己在国际劳动力市场上的形象或者说身份认知已经有既定的模式。第三,本地的行政管理和机构制度阻碍移民进入某些专业领域,而移民们在离开某一区域的机构制度进入另一种制度环境时,往往在此过程中放弃了专业。第四,工人们需要在地理空间上“平衡”工作和家庭生活,这也会导致就业机会受限,特别是族裔群体在城市中聚居的情况下。最后,在找工作中发挥重大作用的社会关系网络通常具有本地性和基于地点的特性,也将人们引向了特定类型的工作岗位。

13.4 族裔企业与集群

我们已经看到,族裔群体(其中很多是移民)在城市劳动力市场上被分选到不同类型的工作岗位上。在某些情况下,少数族裔为应对劳动力市场上的边缘化地位而建立起自己的生意以及商业区,我们接下来要对此进行考察。这种创业过程有着悠久的历史传统。例如,世界主要城市华人和犹太人商业区的历史,可以追溯到几个世纪以前。到20世纪的最后25年,随着移民流动规模的增大,这一现象变得更加普遍。目前主要的移民城市都有特色鲜明的中国城、韩国城、小印度、小东京、希腊城、小意大利、葡萄牙村,等等(图13.1展现了新加坡“小印度”的部分情景)。本节中我们要讨论两个问题:族裔群体进行创业的原因,以及可能导致这类企业在城市空间中出现集聚的一些因素。

族裔企业家精神

很多少数族裔群体,特别是移民们,已将自我雇佣(Self-employment)作为谋生手段。事实上,与那些“东道主”社会中的人们相比,移民们更倾向于进行创业。这些自雇佣商业形式最显而易见并且有族裔特色的,就是餐馆、杂货店、音像品租赁店和旅行代办社——它们在城市景观中是很容易看到的。如图13.2所示,有些商业形式可能结合了多种活动——例如多伦多的这家菲律宾人开设的店铺,经营杂货及一般物品,同时兼营音像品租赁、现金汇兑代办以及

速食外卖的生意。除了这些活动,族裔企业还发展到其他不太显而易见的行业,包括银行业、房地产业、建筑业和制造业,等等。 387

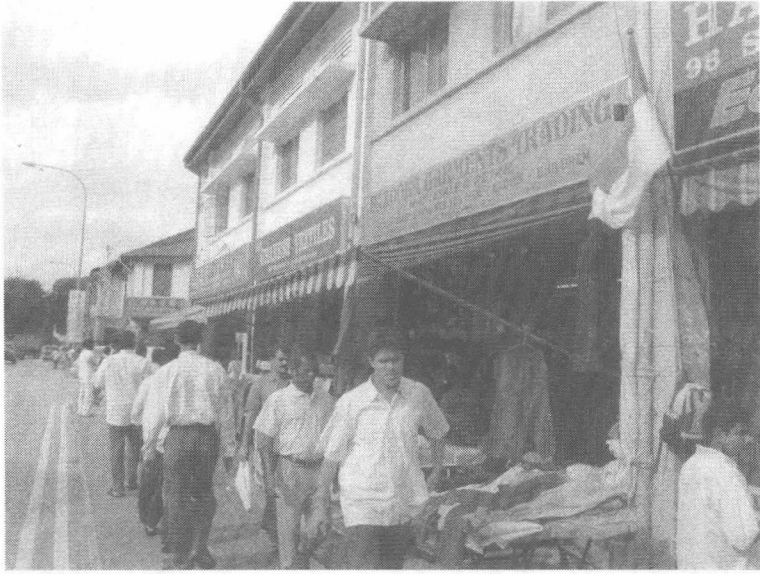


图 13.1 新加坡的“小印度”

资料来源:本书作者。

不同的族裔群体在其东道国社会中的创业倾向也有所不同。某些移民群体会迅速地融入正式的工薪劳动者队伍(例如来自英国、牙买加、菲律宾的,具备必要语言技能的移民),因而自我雇佣的水平普遍较低。但如果当地就业的文化障碍难以逾越,自我雇佣就会比较普遍。而当移民群体拥有足够的资本时,这一点就更加明显——例如近年移民到美国的韩国人和中国台湾人。事实上,族裔群体进行创业的资源通常来自族裔社会内部。同族裔的关系网络可以为新生企业提供资本金,在其经营期间也提供信用支持,提供重要的信息以引导企业在创建过程中绕过官僚机构的障碍,提供市场情报以发现商机,还提供新企业所需的供货商、消费者和雇员,等等。专栏 13.2 讲述了加拿大安大略市一个韩国便利店店主的故事,凸显出这些族裔资源的重要性。 388

但是如果东道主社会的“机会结构”对创办企业不利,这些族裔资源就可能一筹莫展。这与东道国社会的机遇与障碍有关。例如,政府可能对某些行业创办企业有一定的政策规定。总体经济是否景气也会影响到小企业的成长壮大。此外,某一族裔社群的规模及其空间分布,也会决定所建立的企业是否仅为同族人提供服务。

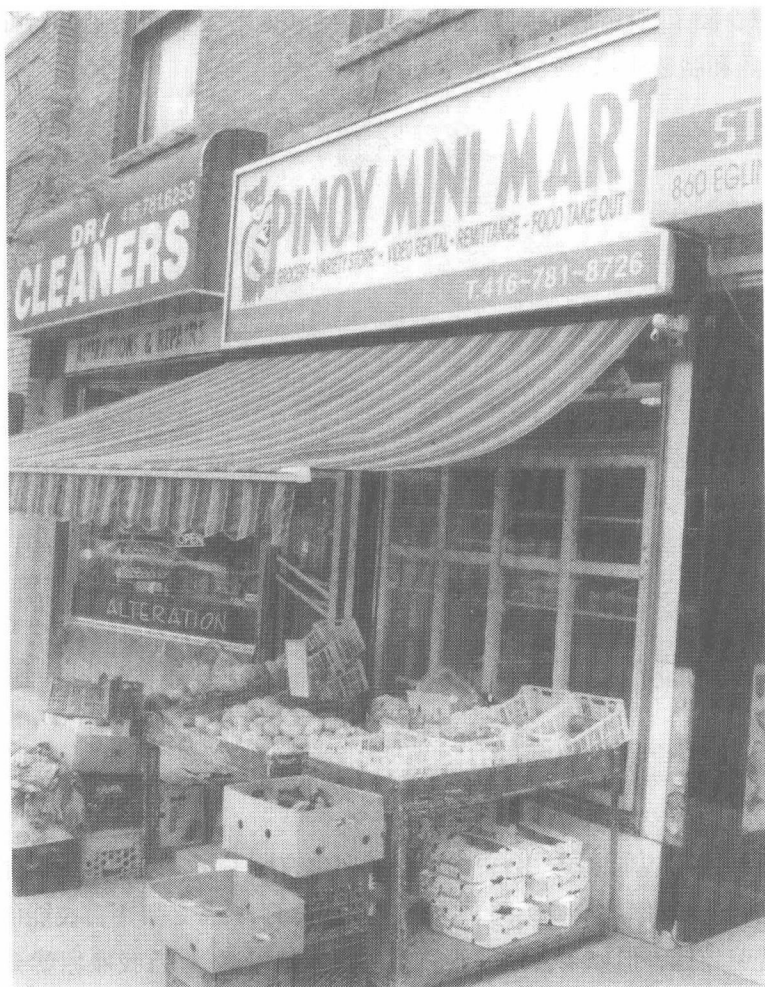


图 13.2 多伦多的一家菲律宾杂货店

资料来源：本书作者。

389 专栏 13.2 安大略的韩国人便利店

1967 年以前，移民到加拿大的韩国人极少，但加拿大新的移民法规使得移民程序不再偏重于欧洲白人。从上世纪 70 年代早期开始，韩国移民陆续进入加拿大，但是直到 90 年代才形成显著的移民潮。到 2001 年，已有 71 000 韩国人居住在加拿大，其中移民时间不满 5 年的人口几乎占一半——这反映出 90 年代后期韩国在经历金融危机后移民大幅增长的趋势。值得注意的是，进入劳动力市场的韩国移民中的自营业主达 36%（而本地生长的加拿大人仅为 11%）。这一事实说明，90 年代的韩国移民中将近一半是通过商业移民计划进入

加拿大的。这些韩国企业家们很多人开办了音像租赁店、餐馆、干洗店,特别是开办了很多便利店。到2005年,仅安大略省就有3200家韩国人经营的便利店。

为什么会有这么多的韩国人开设便利店?一方面,80年代后期零售业的重组导致一些连锁便利店的股东售出零售店面——恰好为到达当地的韩国商业移民提供了商业机会。另一方面,这种生意的规模也适合家庭经营,不需要特别的技术经验,能提供细水长流的现金收入,并且投资额正好与加拿大商业移民计划所要求的投资额差不多(30万—40万加元,因居住地而异)。但为什么是韩国人在做这种生意呢?一部分原因是韩国移民的英语水平相对较低——这限制了他们的商业机会。还有一个很重要的解释就是,韩国移民圈子给本族裔创业者提供了支持性网络。如我们在本章较早部分讲到的,当某一族群在本地经济或在劳动力市场中的某一特定行业立足以后,后来者受先行者的引导会进一步集中到这个行业中来。在关于韩国人的这个案例中,这种引导通过安大略市韩国商人联合会(OKBA)而制度化了。韩国商人联合会始建于1973年,后来变成帮助韩国新移民进入零售行业的一个主要机构——为便利店店主们提供信息、信贷、批发等服务。同时,OKBA无形中创造了一种社会氛围,使其成员相互团结并得到尊敬——这使得那些放弃专业来到新文化环境中的移民们增强了自尊和自信(详见 Kwak, 2002)。

在某些情况下,少数族裔群体可能是被迫从事某些类型的商业活动。例如在20世纪早期,北美的华人移民开办餐馆和洗衣店,是因为他们在正规的劳动力市场中普遍受到排斥,只好从事最辛苦的工作。这种由于受阻而进行的自我雇佣,其动力通常被称为流动性受阻理论(blocked mobility thesis)。在菲律宾,华裔商人已经定居了几百年,却不能取得当地国籍,直到上世纪50年代的立法还明确禁止非本国公民拥有土地或者从事任何形式的零售生意。这迫使很多华人进入批发业、银行业和制造业。具有讽刺意味的是,接下来的几十年却证明,这些行业的利润更高且更具活力(Yeung, 2004)。对于北美洲及世界其他地方的犹太移民也是一样——因为被欧洲的技术工人行会排斥并且不能拥有土地,很多犹太企业家被迫进入“中间人”、店主和放贷者等行业。

到20世纪晚期,这种机构制度化的族裔主义已经不那么普遍,但是族裔差异(例如语言和宗教等方面的差异)仍然会导致移民接受社会中的某些群体边缘化。除此之外,几个主要移民目的地国都设置了“商务移民”计划,给予有企业经营经历和大量可投资资本的个人以居住权和公民身份。例如,在加拿大和澳大利亚,很多来自中国香港和台湾的华人通过这些计划进行移民,因此有义务创办企业。这类移民计划为东道国带来了大量资金,但是这些企业家自身却未必能获得成功。虽然这些商务移民必须证明自己此前在商务活动中有能力和有成就,但现实情况是,在新的文化和制度背景下很多人却未必能成功。有些是因为存在语言障碍,有些则

是因为不了解劳工做法、税务法则,不了解商务过程中难以明确的文化因素。因此,商务能力在某种程度上是有地域局限的,企业家在一地的成功并不说明这是一种通用能力,在不同的地理环境下也能成功(这一现象也回应了第十一章中有关国家商业文化的观点)。

族裔工商业集群

391 我们已经指出了少数族裔(特别是新到一个国家的少数族裔移民)倾向于创办自雇佣企业的一些理由。在很多情形下,这些工商企业的另一特征是以空间集群的形式出现,形成独具特色的工商业区,如“中国城”或“小印度”。由此可见,空间对于族裔经济的形成起着重要作用。主要包括以下几个方面(Kaplan and Li, 2006)。

首先,族裔工商业集群通常位于同一族裔群体的居住区中心。居住区的居民成为雇员的来源。有些人正是因为这里的族裔企业提供了就业机会从而前来居住。对于新移民们来说,与主流劳动力市场相比,在这里就业的好处是不存在语言限制、资质不被认可、歧视等问题(如第 13.3 节中指出的)。特别是当一项商业活动是以同族人为目标顾客时(例如音像品租赁店和杂货店),就会极大地受惠于潜在客户集中这一地理因素。即使族裔生意群不处于族裔聚居区的中心,只要形成了公认的族裔商业区,就自然会有需要商品和服务的族群成员光临,有时他们仅仅是想在母语环境中逛一逛。

其次,可能会有一种聚集经济效应(在第五章中有介绍),使得相互邻近的商铺共同受益。例如,民族特色餐馆可以通过靠近出售所需原料的杂货店而集体受益。当顾客(特别是那些来自其他族裔群体的顾客)来此消费是受到这一商业区整体的吸引而不是受其中个别店铺或餐馆的吸引时,各商铺都会受益。例如在纽约、旧金山和悉尼,当地的中国城本身已经成为了旅游名胜,在这一区域内开设店铺更能够接近富裕的旅游者。同样,英国伦敦市“砖头街”以及曼彻斯特市罗西姆“咖喱街”上的印度和巴基斯坦餐馆都因聚集效应而受益。

第三,族裔商铺通过群集可以更好地获取之前提到的族裔资源。关系网可以提供资金、经验窍门和市场信息,而这些信息通常建立在面对面互动的基础上,这就要求空间上的接近。在一些少数族裔创业成功的案例中,这些关系网被证明起到了关键作用,而这些网络要有效地发挥作用,相关的企业群集经常是一个必要的前提条件。

最后,飞地的实际状况对形成、培养和维护个体的族裔身份认知提供了基础。族裔聚居地内的建筑、口头语、所售商品,甚至是商铺群中看到的面孔,都使这种身份认知得到肯定和强化。换句话说,当一个华人在中国城中,他自己的华人身份经常会被提醒,这反过来又增强了此人持续需求中式商品和服务的可能性。因此,族裔企业在城市族裔地区的显眼存在使它们集体受益。

392 通过一系列的过程,空间集聚以及在族裔地区的分布成为了族裔经济的重要元素(见图

13.1 和图 13.2)。空间集群的效应在某种程度上也增强了族裔经济的封闭性,即经济体由同族裔群体成员运作、为同族裔成员服务而形成排他性。在最极端的情况下,一个族裔飞地式经济体中的经济关系完全是族裔内部的,各经济行业的企业所有者、管理者、受雇工作者、顾客和供货商,等等,全部来自同一族裔群体。但在实际生活中,这种情况比较少见。在大多数情况下,族裔经济体中的各种角色包括族裔内外的参与者。事实上,族裔企业与主流企业之间的界线是模糊的。但是,一旦族裔生意群集,并且分隔式居住格局清晰,即一个族裔性社会群体的生活、工作、购物都在同一个居民区内,那么形成飞地的可能性就增加了。

主要移民接收城市的族裔群体出现空间集群和形成飞地,对其利弊存在诸多争议。持正面意见者认为,族裔经济为新移民提供了机遇——一片特殊的市场舞台,一种相互支持的机制。而持负面意见者则认为,族裔经济是边缘化的,所提供的工资水平和工作条件都较低劣,并且发展机遇极为有限。表 13.2 汇总了这些不同的观点立场。重要的一点是,不要假定电影中的族裔经济模式在所有情形下都是真实的。对于某些地区或某些群体而言,那种基于非正式合同关系、低技术含量、小生意低工资的工作岗位仍然是普遍存在的,但是现实情况则更加复杂。在那些最大的移民接收城市,很多族裔群体创立和发展了周密而正式的商业形式。1999 年,洛杉矶有 23 家华裔美国人银行总部,它们也许不像中式杂货店和中餐馆那么显眼,但是它们提供的金融服务对于族裔飞地经济体的形成起着实质性作用(Li et al., 2002)。

表 13.2 关于族裔企业的两方面观点

393

维度	正面	反面
创业的缘由	市场机遇 企业家的自主性	歧视 流动性障碍
网络与组织结构	族裔资源 族裔群体的组织能力 合作筹集资金	过度的内部竞争 依赖关系网络 族裔特色商品化
网络与劳动力	为移民们提供就业岗位 有效的员工招募 人工成本低的优势 人力资本的回报	族裔群体的局限与分割 工资微薄与工作条件的剥削性 人力资本回报低
网络与市场	可进入受保护的市場 成功的商业交易	局限在一个封闭的族裔市场内
总体结果	内部支持机制与社会流动性	剥削性质的劳资关系和广泛的结构性价边缘化 婚内剥削

资料来源:改编自 Walton-Roberts and Hiebert(1997), Table 1。

还应当指出,族裔经济已经被证明是充满活力和动态的现象。最近几年来,随着更为富裕的新一代移民的到来,一些城市除了城中心原有的族裔居民区外,又在郊区出现了新的族裔聚居区和商业区。有些学者将其称为族郊(ethnoburbs),这些地区通常并不是穷人聚居的边缘化空间,而是欣欣向荣的族裔商业聚集地,在很大程度上依赖本族银行为其发展提供资金。上面提到的洛杉矶的华人银行,通过按揭贷款和商业贷款,促进了华裔在特定居民区的聚集,包括城中心区的中国城,以及蒙特雷公园一带华裔族郊的发展。在旧金山湾地区也发生着同样的动态过程。在多伦多(以及温哥华),郊外居民区已经成为来自中国香港、台湾和大陆的通常比较富裕的新移民们的主要目的地。多伦多市中心的两处中国城现在已经是相对重要的华裔人口聚居区和商业区,并且在那里生活的更多的是越南等其他族裔群体。目前华人商业活动的主要中心是在这个城市的东北郊区,那里有大量的华人购物中心(图 13.3)。

我们从各方面都可以看到,如果经济分析无视文化和族裔差异的重要性,就将完全无法理解和估评族裔对商业布局的影响。族裔纽带促使这些商铺聚集在一起,部分原因是族裔纽带使得消费者和顾客倾向于惠顾那些提供熟悉环境的商业场所。商业集聚地区的形成本身又强化了这些纽带,即基于地域的族裔经济强化了不同于其他少数族裔的身份意识和差异意识。

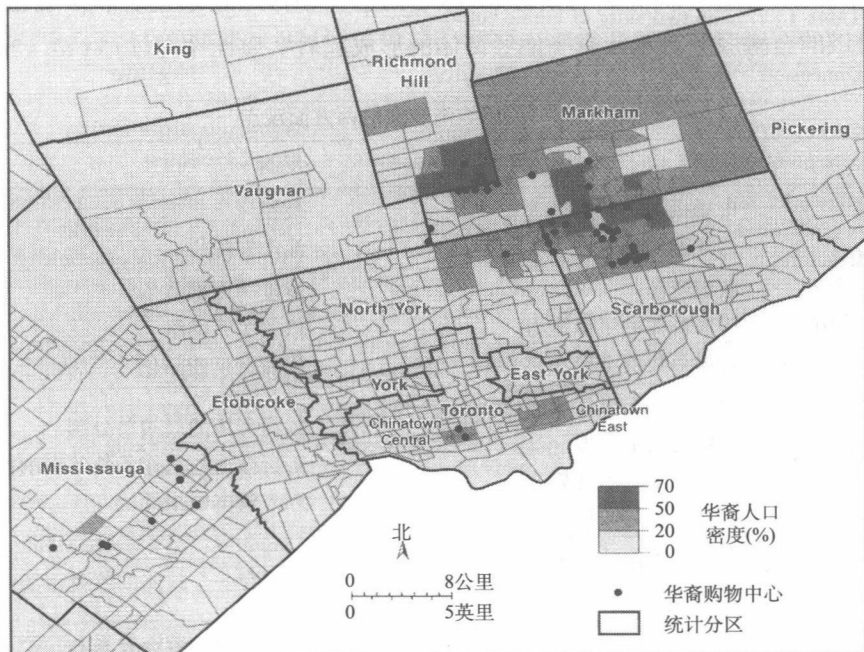


图 13.3 多伦多大都市区的华裔人口与购物中心分布

资料来源:Lo(2006), Figure 6.1. 经 Rowman & Littlefield 出版公司许可转载。

13.5 跨国主义的经济地理格局

在之前的章节中,我们考察了族裔企业与城市地理格局变化的多种联系。大多数地理分析停留在城市这一空间尺度上。族裔企业家和族裔经济体被理解为移民们融入并扎根于东道国社会过程的一部分。但是在过去 20 年中,越来越明显的事实表明,移民们(或者说任何一个族裔的人)并不仅仅是来到、定居并重新开始;相反地,他们与原来的国家保持着紧密的联系。这些联系的影响力是全球化的,并且被统称为跨国主义(transnationalism)(专栏 13.3)。本节我们将思考移民普遍建立起来的将来源国与东道国相联系的两种纽带。第一种纽带是向留在来源国的家庭成员寄回汇款。这些资金通常在国家尺度上对收款国产生很大的经济影响,同时也会改变那些收款家庭的生活。第二种纽带是植根于族裔关系和文化的跨国商务的发展。

专栏 13.3 跨国主义

从上世纪 90 年代早期开始,跨国主义这一概念即用于描述移民与故乡之间的多重联系。这些联系不一定是新事物。移民们总是与祖国在一定程度上保持着社会、文化、经济和政治等各方面的联系。但是近年来几种新的发展趋势强化了这些联系。首先,短期性与永久性移民的大幅增长,以及所涉及国家的多样性,导致居住在出生地以外国家的人数快速增加——从而使跨国联系的规模与范围都大幅上升。其次,科技进步使维持紧密纽带较前更加便利:电话费不再昂贵,电子邮件和手机短信普遍应用,甚至飞机票价打折,都有利于保持全球化的联系,其强度是史无前例的。最后,各层级机制结构越来越认可甚至鼓励跨国性活动——很多国家政府积极鼓励海外侨民投资,并且在法规上提供越来越多的支持,比如允许双重国籍、缺席投票等,以维持海外公民的联系。由此,以移民、汇款资金流、商品流、信息流为基础的纽带网络变得更加厚密。可以说,通过种种途径,当代跨国主义虽然不是新生事物,但是其范围和强度出现新的急剧增长却不容忽视。

395

跨国汇款

所有的移民都以某种形式与其祖国保持着联系。对于很多人来说,这种联系是经济上的,特别是短期合同工们,通过向国内汇款而与来源国保持着很强的经济联系。从全球层面看,2004 年移民们的跨国汇款达到了 1 600 亿美元——几乎相当于外国直接投资的总流量(1 660 亿美元)。在许多发展中国家,汇款正成为越来越重要的收入来源,如表 13.3 所示。虽然汇款收入绝对水平最高的是印度(2004 年为 220 亿美元)、中国(210 亿美元)、墨西哥(180 亿美元),但是表中显示出这种汇款对于各大洲的很多较小国家具有重大经济意义。所列出的全部

396 20个国家,汇款均超过其国民经济的10%。纵观全球发展中世界,汇款金额已达各种官方发展援助(即资助)的两倍以上。(图13.4)。

表 13.3 汇款收入国前二十名(按 2004 年汇款收入占 GDP 比重)

国家	GDP(百万美元)	汇款占 GDP 的比重(%)
汤加	213	31.1
摩尔多瓦	2 595	27.1
莱索托	1 312	25.8
海地	3 530	24.8
波斯尼亚与黑塞哥维那	8 533	22.5
约旦	11 515	20.4
牙买加	8 865	17.4
塞尔维亚与黑山	23 997	17.2
萨尔瓦多	15 824	16.2
洪都拉斯	7 371	15.5
菲律宾	84 567	13.5
多米尼加	18 673	13.2
黎巴嫩	21 768	12.4
萨摩亚	375	12.4
塔吉克斯坦	2 073	12.1
尼加拉瓜	4 555	11.9
阿尔巴尼亚	7 590	11.7
尼泊尔	6 707	11.7
基里巴斯	62	11.3
也门	12 834	10.0

资料来源:改编自 World Bank(2006:90), Figure 4.1。

显然,汇款对发展中国家的减贫有一定作用。而且,汇款资金与投资资金相比,不易受到经济和政治波动的影响——特别是菲律宾这样的国家,汇款是来自世界各地的。但是,对于汇款的好处仍有一些争议。批评者指出,最穷的人群根本不可能移民,所以汇款有可能加剧移民输出国内的不平等。同时,汇款通常仅用于购买商品(通常是进口的)或医疗教育等服务,而不是用于生产性投资。因此,海外汇款可能推高收入国的土地、住房、优质教育和其他商品的价格,以至于为了过上较好的生活就必须移民。大量的汇款还可能推高本国货币汇率,使本国出口品更为昂贵,从而进一步加深对移民的依赖。当然,这些仅仅是经济代价,为了创造这些汇款,特别是短期合同工的汇款,有多少家庭隔洋分离,有多少孩子不能与父母在一起,又有多少夫妻两地分居。这些又是很大的人道主义代价。

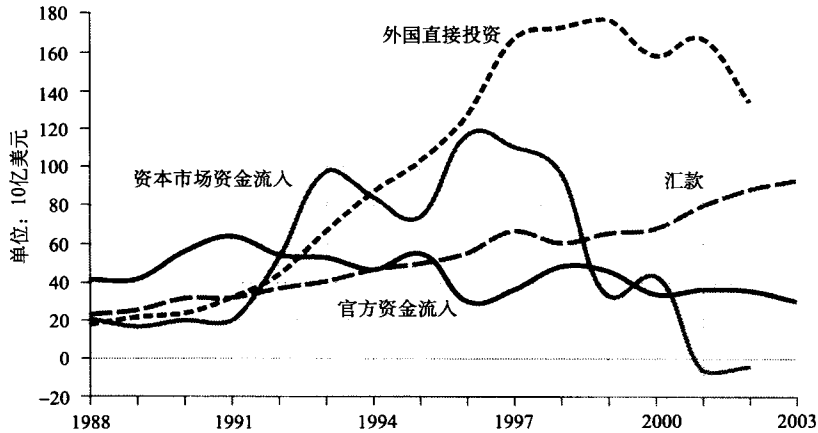


图 13.4 流向发展中国家的资金流

资料来源:改绘自 World Bank(2004:170), Figure A. 1.

397

但是,对此也有不同意见。当汇款用于儿童的教育和医疗保健时,就是对劳动者队伍远期素质(即生产力)产生了促进效用(比起经济效益,其人道主义方面的益处更加突出)。当汇款用于即时消费时,就进入了当地经济循环,并对当地经济产生乘数效应。在某些情况下,乡谊协会等组织的集体性汇款用于发展公共基础设施,如饮用水项目、医疗所、孤儿院和学校等。汇款也可能会有良好的文化影响——为宗教和仪式性活动提供资金,从而保留了传统;或者女性通过海外工作而成为主要的养家人,从而提高了家庭中女性的地位。

跨国的族裔企业

除了供给家庭开支以外,移民还促进了各种形式的族裔创业。这些并非第八章中讨论过的实力雄厚的跨国公司,而是那些规模较小但也跨越了国界的企业。这里可以列出四种类型的跨国移民企业(Landolt et al., 1999):

- 流通性企业,提供货物运输与汇款等服务,或者协助办理移民程序,例如各种招聘代办社;
- 文化性企业,从移民输出国进口杂志、音乐和影像等文化制品并销售;
- 族裔企业,向移居地与非移居地的城市市场供应来自输出国的食品、服装等商品;
- 归侨小企业,移民回到祖国利用其在国外建立的人脉关系创办的小型企业。

398

近年来,在德国的土耳其人创办的企业涵盖了上述各种类型,发展迅猛,改变了德国人与土耳其人之间的关系,以及居德土耳其人与其故乡之间的关系。专栏 13.4 对此现象有更加详细的介绍与分析。

专栏 13.4 德国的土耳其人

土耳其人最初在 20 世纪 60 年代早期以合同工人或称“客工”(Gastarbeiter)的身份移民到德国。很多人从此留下,到如今已经成为德国最大的少数族裔人群(也是欧洲各国最大的少数族裔人群之一),数量超过 200 万人。德国城镇中的土耳其店铺已经比比皆是。据估计,仅在柏林就有 5 000—6 000 家土裔德国人的企业。

60 年代初开办的商铺是为了满足“客工”们对土耳其式服务和产品的需求——流通性商铺和文化性企业有旅行社、翻译公司、餐馆和咖啡馆等。到了 70 年代,文化性企业扩大到提供服装、音乐、食杂等。目前,餐饮和食杂店仍占土裔德国人企业数量的 60% 以上。

进入 90 年代以后,这些企业中的绝大多数已经不再仅仅依赖土裔社会,而是同时面向德国本地的供货商和顾客。其中将近 1/3 的企业雇用非土裔的雇员。由此可见,土裔企业已从单纯的流通性或文化性企业转变为族裔企业,迎合了德国人日益增长的对族裔特色食品及其他产品的需求。我们现在还可以看到跨国归侨企业,即土裔德国人投资于土耳其的企业,包括在土耳其建立的为德国市场生产的服装加工厂,以及土裔德国人参与土耳其旅游业的活动等。详见佩库(Pecoud, 2002)的论著。

399

近年来,与跨国族裔企业相关的商务行为日益引人关注。华人企业的经营模式尤其令人惊叹,其中的部分原因是中国自身作为一股经济力量正在崛起,同时环太平洋地区以及世界其他地方的华人社会也取得了巨大成就。从悉尼到新加坡再到旧金山,华人移民社会(更准确地说是他们当中的部分群体)的经济蓬勃发展,一定程度上依赖于同族纽带的全球关系网络(Yeung, 2004)。

华人全球关系网络中许多特色鲜明的经营模式,在主流的英美市场经济中不一定都存在,但是这些模式在经过一定的调整后似乎很适应当代经济全球化形势下的竞争。这些模式强调社会与文化联系或者说“关系”在商务活动中的重要性,被称为中式、孔式或关系式资本主义。在华人族裔企业中,有五个特点被看作竞争优势:

- 家庭纽带是工商管理的重要部分,一些华人企业即使规模很大,也是由创业父辈的儿子、女婿、兄弟或侄子控制的(这些管理职位总体上来说只是男性亲属们的天地;见第十一章中香港李嘉诚家族的例子)。家族所有制的好处是可以在整个跨国组织中迅速决策。

- 家族圈以外的商务交易通常也是基于其他形式的文化亲缘——同为某一亲族成员、地域身份(籍贯)认同、语言相同等,从而使商务关系获得了一种社会性的基础,巩固了商务关系,使其超出简单的合同关系而变成互信互利的关系。当有国外合伙人参与合资企业时,就能建立一种互信的关系,这种互信往往是法律和合同协议不可取代的。中国台湾和香港制造商在中国大陆进行大量投资就是以此为基础的。

• 无论家庭关系还是文化关系,都凸显了商务行为中的声誉和信任的重要性。这也适用于竞争者之间、订购者与供应商之间、雇主与雇员之间的关系。商务关系中的信任约束能特别有效地确保合同的执行,即使合作方远在大洋彼岸。相比建立在法律合同之上的关系,建立在信任基础上的关系更容易“伸展”到全球范围。

• 通过非正式关系网络筹资创业具有极大的灵活性。当新项目需要资金时,不一定借助正规的银行或者股票市场等渠道,也可以向同族关系网络中的成员借贷。在华裔社会圈中,这种互助传统历史悠久,追其原因很大程度上是因为他们处于受歧视的环境中,难以进入正规的信用途径。在现代化的跨国商务活动中,这种借贷资源可以使得为新项目筹资变得相对容易且成本不高。

• 市场情报的交换:网络关系不仅可通过商业合作而得到加强,还可通过相互的人情往来而变得更加紧密——不是通过金钱交易,而是通过礼物、人情,也包括信息情报的交换。根据“礼物经济学”的文化理解,一份礼物永远不可能完全被“偿还”,从而建立了一种持续的关系。

本节中我们看到了家族或者文化纽带如何在更大尺度上发挥作用,而不仅仅限于族裔经济的社区层面。移民汇款体现了移民与移民输出国的家庭之间联系的一种形式,通常对收款家庭及收款国的经济都有重大意义。另一方面,跨国族裔企业体现了族裔纽带与资源的伸展,这种纽带和资源也创造了城市地区的商业群。在某些情况下,特别是在华人商业网络的案例中,这些纽带被证明很适应现代全球化经济中对灵活可靠的合作关系的需求。

13.6 族裔的局限

在本章中,我们强调了族裔在多个地理尺度的经济生活中的重要性。但在结束本章之前,还要指出重要的一点,即仅通过族裔视角去理解经济的各个维度存在一定的内在局限性。首先,在讨论族裔时,总是存在划分群体和类型的倾向,并假定这些划分都有意义,而所划定的群体都是同质的。换句话说,某种特性被假定对于某一族裔来说是实质性的,但是在现实生活中,族裔是一个复杂而矛盾的现象,不应假定某一族裔身份必然意味着某种特定的经济做法,或者表现出某种实质性特点(11.6节)。这一点也可通过一个华人社区的事例来说明。在大多伦多的里士满山郊区,20世纪90年代曾爆发过一场争议,有人提出要模仿香港的零售业环境新建一个购物中心——商场中有很多餐馆,室内气温恒定,还有非常宽裕的停车设施——这一切都与本地区的居民小区购物场所截然不同。这个购物中心开发计划的支持者和反对者陷入了激烈对峙。后来,商场的设计方案进行了部分修改才得以继续进行。特别有趣的一点是,支持者和反对者都是华裔加拿大人,其中一些人想要保存小区的原有特色,而另一部分人想搞新工程。所以,任何关于族裔群体是同质化的并且其经济行为倾向是可定义的假设,都有可能是

站不住脚的(Preston and Lo, 2000)。

这一点还适用于对某些族裔群体就业经历的统计分析——说到底,城市劳动力市场不存在在菲律宾人、韩国人、加纳人等等的“平均”就业经历。这些群体通常既表现出鲜明的特色又有很大的内部差异。例如,2001年共有12 903人从菲律宾移民到加拿大。其中约有3 000人是作为技术工人入境的,另有2 000多人通过之前提到的“住家保姆计划”而获得永久居留资格,还有33人通过商业移民计划入境。同时,有超过1 000名移民年龄在5岁以下,因此将会在加拿大完成他们的正规学校教育。所有这些人都是菲律宾人,但是他们的移民条件不同,仅这一点就会对他们在东道国的经济生活经历产生重大影响。简而言之,没有所谓“平均”的菲律宾移民。当使用族裔属性来概括一个群体或者来表达多元化个人的共同本质时,存在着这样一种危险,即在揭示某些共同特性时,抹杀了大量的个体特性。

还有一点,商务行为中的其他因素可能“压倒”族裔因素。例如,在台湾新竹高科技园区与加利福尼亚硅谷之间,存在着广泛的以同族裔关系为基础的社会网络。虽然同族纽带有利于转包、信息共享等商业联系,但是很多企业家在尊重同族纽带的同时也保持着警觉(Hsu and Saxenian, 2000)。合作中最注重的是技术和经济原则,而不是文化联系和所谓的“关系资本主义”。所谓的“关系”并非主导性的组织原则。曾经在硅谷招募了很多台湾技术工人的一家台湾电子制造商总裁说明了这种情况:

当然,我们寻找合格的华人精英,而且在大多数情况下如果应聘者是华人,我们就容易了解他们的信誉等信息。但是我们的目的不是招聘华人,我们是在找合格的工程师。在我们的评估过程中优先考虑的是这一点。如果仅仅因为某人是我这个圈子里的人就聘用他,那是很愚蠢的。我们招聘的标准是员工的能力而不是他们的关系或者族裔背景。族裔关系有助于我们迅速找到所需的人,但是它不意味着我们仅依赖“关系”本身。这里的关键问题是,我们聘用的都是专业工程师,而他们恰好是华人。

(Hsu and Saxenian, 2000: 202)

402

可见,“关系”只是企业体系中的润滑剂。技术能力和基于市场的理性才是最终的决定性因素。这就提醒我们不要过于强调文化因素而否认经济逻辑。文化和社会因素是经济运转过程的组成部分,但是它们不一定是决定性的。

13.7 小结

本章探讨了族裔身份与经济行为产生互动影响的几种形式,以及地理空间作为这种相互作用的不可缺少的部分。可以概括出几条重要的地理观点。在族裔多元化的劳动力市场上,

存在着劳动力的族裔分层,即特定族群的人被分配到特定类型的工作岗位上。这种现象可通过人力资本、机构制度、歧视以及家庭与工作的关联来解释。在每一种关联情形下,地理空间都是关键性的因素。在跨越国境时,劳动力的资质和专业经验的价值通常被贬低,而技能也可能只适用于特定的文化背景。因此,劳动力市场的本地机构制度与文化的规定性,就成为劳动力市场分隔的重要基础,特别是当移民者在彼此分隔的就业部门之间流动时,这种规定性显得尤为重要。同样,我们也不能忽视成见与歧视在劳动力市场分隔中所起的作用,这也经常体现出空间性质,即某些地方被视为必然提供某种类型的劳动力。关于家庭—工作之间的关联,也存在明确的空间属性,即居住地分隔可以导致职业分隔。

在探讨族裔企业时,我们看到了地理因素的重要性。对于很多商务活动来说,大城市某些地方形成的族裔聚居为同族内的融资、招徕顾客和招募雇员提供了方便,从而使经济得到了发展。城市中族裔地区的出现还加强了族裔身份认同。但是族裔居民区不是静态不变的。在很多情形下,新的工商业集群的出现,通常反映了新来的移民更加富裕的实际情况。族裔金融机构驱动了移民新郊区的开发,凸显出的一个事实就是,族裔生意更加多元化和高档化了,不再只是大众印象中的杂货店和餐馆了。

随后,我们分析了移民经济联系的跨国维度。例如,跨国性的家庭汇款近年来迅猛增长,对收款家庭和经济体产生了重大影响。我们也看到了跨国企业是如何将不同的地方性经济紧密联系在一起,其联系方式与我们在第八章中描述的跨国公司显著不同。这些企业的突出特色是具有族裔特性,与主流公司模式明显不同。在本章结束部分我们指出,在理解经济过程与行为时过于强调族裔因素,有导致多种失误的危险。

延伸阅读资料

- 关于北美城市劳动力市场中族裔差异的地理分析,参见埃利斯和赖特(Ellis and Wright, 2000)以及赫伯特(Hiebert, 1999)的论著。
- 美国社会学家们进行了有关族裔企业家和族裔经济的大量研究,其中具有突出影响力的是罗格·维尔汀格(Roger Waldinger)、艾利克斯·珀特斯(Alex Portes)、伊凡·赖特(Ivan Light)和爱德娜·波纳西茨(Edna Bonacich)。近年来,越来越多的地理学家对此产生了兴趣。凯普兰和李(Kaplan and Li, 2006)提供了有关这方面地理学论述的合集。
- 关于墨西哥的海外汇款经济,参见康韦和科亨(Conway and Cohen, 1998)的论著;关于印度的情况,参见沃顿-罗伯特(Walton-Roberts, 2004)的论著。
- 杰克森(Jackson et al., 2004)提供了跨国主义地理学论文的合集。
- 关于归国海外华人及其跨国商业网络的地理研究,参见杨和奥兹(Yeung and Olds, 2000)的论著,以及马和卡地亚(Ma and Cartier, 2003)的论著。

问答题

- 族裔特性如何影响劳动力市场的空间组织?
- 族裔企业集中在主要门户城市的主要原因是什么?
- 为什么族裔特性是分析跨国经济活动的一个因素?
- 在当今全球化的世界经济中,族裔经济有何发展动态?
- 描述并解释你所处经济体中的族裔特性。

延伸学习资源

• <http://users.fmg.uva.nl/jrath/imment.htm>: 该网站由阿姆斯特丹研究者简·拉思(Jan Rath)创建,其中包含了大量族裔创业的内容。

404

• <http://eeoc.gov/stats/jobpat/jobpat.html>: 美国公平就业机会委员会掌握所有美国城市和州的有关数据(如第三节中洛杉矶的数据)。[Http://www.cre.gov.uk/research/statistics_labour.html](http://www.cre.gov.uk/research/statistics_labour.html): 英国种族平等委员会也提供相关数据。

• <http://statcan.ca/english/estat/licence.htm>: 加拿大 E-stat 系统包括有关移民、族裔、劳动力市场等的大量数据。

• <http://www.migrationinformation.org/>: 移民政策研究院及其移民信息源包括全球移民、跨国主义和跨国汇款等丰富内容。

• http://www.wceckorea.org/en/wcec2005/about_wcec.asp: 两年一度的全球中国企业家大会(WCEC)2005年年会网站,提供了在全球范围内展示中国企业的一扇有趣的窗口。

(康力译,丁琰琰校)

参考文献

- Bauder, H. (2001) Culture in the labor market; segmentation theory and perspectives of place, *Progress in Human Geography*, 25(1): 37-52.
- Conway, D. and Cohen, J. (1998) Consequences of migration and remittances for Mexican transnational communities, *Economic Geography*, 74(1): 26-44.
- Ellis, M. and Wright, R. (2000) The ethnic and gender division of labor compared among immigrants to Los Angeles, *International Journal of Urban and Regional Research*, 24(3): 567-82.
- Hiebert, D. (1999) Local geographies of labor market segmentation: Montréal, Toronto, and Vancouver, 1991, *Economic Geography*, 75(4): 339-69.
- Hsu, J. Y. and Saxenian, A. (2000) The limits of guanxi capitalism: transnational collaboration between Taiwan and the USA, *Environment and Planning A*, 32(11): 1991-2005.
- Jackson, P., Crang, P. and Dwyer, C. (eds) (2004) *Transnational Spaces*, London: Routledge.

- Kaplan, D. and Li, W. (eds) (2006) *Landscapes of the Ethnic Economy*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Kwak, M. J. (2002) Work in family businesses and gender relations; a case study of recent Korean immigrant women, Master's thesis, Department of Geography, York University, Canada.
- Landolt, P., Autler, L. and Baires, S. (1999) From hermano lejano to hermano mayor: the dialectics of Salvadoran transnationalism, *Ethnic and Racial Studies*, 22(2): 290-315.
- Li, W., Dymski, G., Zhou, Y., Chee, M. and Aldana, C. (2002) Chinese American banking and community development in Los Angeles County, *Annals of Association of American Geographers*, 92(4): 777-96.
- Lo, L. (2006) Changing geography of Toronto's Chinese ethnic economy, in D. Kaplan and W. Li (eds) *Landscapes of the Ethnic Economy*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield, pp. 83-96.
- Ma, L. J. C. and Cartier, C. (eds) (2003) *The Chinese Diaspora: Space, Place, Mobility and Identity*, Boulder, CO: Rowman and Littlefield Publishers.
- Pecoud, A. (2002) 'Weltoffenheit schafft Jobs': Turkish entrepreneurship and multiculturalism in Berlin, *International Journal of Urban and Regional Research*, 26(3): 494-507.
- Pratt, G. (2004) *Working Feminism*, Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Preston, V. and Lo, L. (2000) Asian theme malls in suburban Toronto: land use conflict in Richmond Hill, *The Canadian Geographer*, 44: 86-94.
- Preston, V. and McLafferty, S. (1999) Spatial mismatch research in the 1990s: progress and potential? *Papers in Regional Science*, 78: 387-402.
- Walton-Roberts, M. (2004) Returning, remitting, reshaping: non-resident Indians and the transformation of society and space in Punjab, India, in P. Jackson, P. Crang, and C. Dwyer (eds) *Transnational Spaces*, London: Routledge, pp. 78-103.
- Walton-Roberts, M. and Hiebert, D. (1997) Immigration, entrepreneurship, and the family: Indo-Canadian enterprise in the construction industry of Greater Vancouver. *Canadian Journal of Regional Science*, 20 (1-2): 119-39.
- World Bank (2004) *Global Development Finance 2004: Harnessing Cyclical Gains for Development*, New York: World Bank.
- World Bank (2006) *Global Economic Prospects 2006: Economic Implications of Remittances and Migration*, New York: World Bank.
- Yeung, H. (2004) *Chinese Capitalism in a Global Era: Towards Hybrid Capitalism*, London: Routledge.
- Yeung, H. and Olds, K. (eds) (2000) *Globalization of Chinese Business Firms*, New York: Macmillan.

名词索引

(数字是英文原版页码,在本书中为边码)

- 7-Eleven 7-11 便利连锁店 245
- accounting, global standards in 全球会计准则 218
- accumulation by dispossession 剥夺式积累 83
- Acer 宏基电脑 197
- actor-network theory (ANT) 行动者—网络理论 177-180
- Adidas 阿迪达斯 102
- advertising 做广告 92,93
- after-Fordism 后福特主义 13,131,132,136
- agglomeration 集聚 137,138
consumption 消费 288-9
employment related to 与……相关的就业 290
suburbanization of retail capital 零售资本的郊区化 298
- agents of change, workers as (工人作为)变革的力量 269-70
“office politics”办公室政治 272-3
organizing across localities 跨地方组织 277-8
proactive migration strategies 积极的移民策略 270-2
workers actions in situ 当地工人运动 273-6
- agglomeration 集聚 120,148-52
commodity chains 商品链 100
consumption 消费 304-5
economic bases 经济基础 137-9
ethnic economies 族裔经济 380,386,390-4
female labour force participation 女性就业率 370
relational thinking 关系思维 145-8
social and cultural determinants 社会和文化因素 139-43
subcontracting 分包、转包 239
time-space compression of competition 竞争的时空压缩 247-8
traded and untraded interdependencies within clusters 集群内部可交易性与不可交易性互相依赖 136-45
typology 类型学 143-5
- Ahold 阿霍德(美国著名食品零售商) 294,295
- aid programmes 援助计划 4,5,7-8,9,15
- air travel and airlines 航空旅行与航空公司
as space-shrinking technology 作为空间压缩技术 125-6
strategic alliances 战略联盟 244
- Alburnus Maior 艾帕斯麦尔(罗马尼亚的一个非政府环保组织) 153,155
- alliance joint ventures 联盟式合资企业 244
- Amazon 亚马逊(美国著名网上购物企业) 120
- American Express 美国运通公司 130
- American Federation of Labor-Congress of Industrial Organizations(AFL-CIO) 美国劳工联盟,又称为美国全国总工会 277-8
- American labour conditions 美国劳工条件 260,261
- Andean Common Market (ANCOM) 安第斯共同体(拉丁美洲地区经济合作组织) 214
- anti-capitalist movement 反资本主义运动 66
- anti-globalization movement 反全球化运动 66,247,248

- anti-monopoly approach to market regulation 市场管制的反垄断方法 194
- Apple 苹果电脑公司 236,237-8
- architect of national economy, state as (国家作为) 民族经济的设计师 195-8
- Argentina 阿根廷 193,254-6
- Asda 阿斯达(沃尔玛旗下英国零售商) 104,109
- ASEAN Free Trade Agreement(AFTA) 东盟自由贸易协定 214,243
- Asian Newly Industrialized Economies 亚洲新兴工业化经济体
- economic policies 经济政策 197-8
- uneven development 不平衡的发展 73-4
- upgrading in global commodity chains 在全球商品链升级 99
- Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) 东南亚国家联盟 243
- Free Trade Area (AFTA) 自由贸易区 214,243
- AT&T 美国电报电话公司 194
- Atlantic Fordism 大西洋福特主义 132
- Auchan 欧尚(法国著名连锁超市) 88
- Auditors 审计师 113
- Australia 澳大利亚
- BHP 必和必拓 333-4
- Immigration; ethnic business clusters 移民:族裔企业集群 391
- ethnic entrepreneurship 族裔企业家精神 390
- regulation 管制 195
- nature and natural resources, ownership of 自然与自然资源(的所有权)
- suburban female workforce 郊区妇女劳动力 370
- automobile industry 汽车产业
- commodity chains 商品链 101
- transnational corporations 跨国公司
- agglomeration 聚集 239,249
- joint ventures 合资企业 245
- macro-regional integration 大区域整合 243
- transnational vertical integration 跨国垂直整合 235
- back-office services 后台办公服务
- outsourcing 外包 240
- space-shrinking technologies 空间压缩技术 129,130
- banana commodity chain 香蕉商品链 105
- B&Q 百安居 88
- Bank of America 美国银行 130
- Barings Bank 巴林银行 223-4
- Battersea and Wandsworth Trades Union Council (BWTUC)(位于英国伦敦的) 巴特西一旺兹沃思工会联合会 276
- behavioural approach to economic geography 经济地理的行为主义研究方法 12
- Beijing 北京 146
- benchmarks 基准 108
- Berlin 柏林 398,407
- BHP 必和必拓 333-4
- blocked mobility thesis 流动受阻理论 390
- BMW 宝马汽车公司 230,231,233-5,236
- culture 文化 321-2,337-8
- headquarters 总部 322,323
- border regulation, state role 边界监管, 国家职能 194-5
- boycotts 经济抵制 107-8
- branch plants 分厂 136
- branding 品牌化 102,111
- streets 街道 305
- Brazil 巴西 255
- British Airways 英国航空公司 130,199
- BritishIndia 英属印度(指英国在 1858 年到 1947 年间所统治的印度次大陆)
- British Rail 英国铁路公司 199
- Brukman (阿根廷) 布克曼制衣厂 199
- built environment 人工环境
- capitalism 资本主义 72,75-6,77
- consumption 消费 308
- retail capital 零售资本 296,305
- theme parks 主题公园 307
- Bureau Veritas (法国) 维里他斯船级社 110
- Burger King 汉堡大王(美国连锁汉堡快餐店)

- 245,246
- business cycles 商业周期 69-70,78
- business formation and management processes 企业形成与管理过程 337-8
- business media 商务媒体 217
- business service clusters 商务服务集群 144
- business system approach 企业系统研究方法 334-5
- business formation and management processes 企业形成与管理过程 337-8
- ownership patterns and corporate governance 所有权模式与公司治理 335-7
- work and employment relations 工作与就业的关系 338-9
- buyer-driven commodity chains 买方驱动的商品链 102
- Cafedirect 咖啡直达(英国著名热饮品牌) 111
- California 加利福尼亚
- agriculture 农业 162
- Hollywood 好莱坞 138-9
- Silicon Valley 硅谷
- uneven development 不均衡的发展 81-2
- call centres 呼叫中心 240
- labour 劳动力,劳工 262,263
- space-shrinking technologies 空间压缩技术 129,130
- 408 Canada 加拿大
- consumption; home furnishings 消费:家居用品 315
- suburbanization of retail capital 零售资本的郊区化 298,408
- culture 338-9,340 文化
- immigration 移民 377-8,384
- ethnic business clusters 族裔企业集群 392-3,394
- ethnic entrepreneurship 族裔企业家精神 386-7,388,389,390
- limits to ethnicity 族裔理论的局限性 400-1
- regulation 管制 195
- nature and natural resources 自然与自然资源 165-7
- forestry 林业 175
- government involvement 政府参与 165
- “oil sands”油砂 164
- ownership,167 所有权
- Canon 佳能 330-2
- capitalism 资本主义 13
- after-Fordist consumption 后福特式消费 289
- Chinese/Confucian/“guanxi” 中国人/儒家/“关系” 399-400,401-2
- commodity chains 商品链 89-94,112
- competitiveness questioned 质疑竞争力 326
- creative nature 创造性的本质 67-8
- dynamic nature (发展)动力的本质 67-8
- environmental degradation 环境恶化 171
- ethnic economies 少数族裔经济体 379
- exploitation of labour 劳工剥削 66,67,68
- feminist economic geography 女性主义地理学 372
- labour 劳动力,劳工 258,262,280
- patriarchy 父权制(社会或国家) 354,355
- profit orientation 利润导向 67,68,69
- property rights 产权 193
- soft 软的(资本主义) 327,328
- technology 技术 123,130
- uneven development 不平衡的发展 15,60,63,66,84
- contradictions 矛盾 68-72
- fundamentals 原理 66-8
- going beyond 超越 82-4
- and people 人 77-82
- placing and scaling 确定地点和尺度 72-7
- structure,结构 65-6
- carbon dioxide emissions 二氧化碳排放 172-3
- carbon trading 碳交易 172-3
- car boot sales 汽车后备箱市场(一种跳蚤市场) 301
- CARICOM (Caribbean Community) 加勒比共同体 214
- Carrefour 家乐福
- commodity chains 商品链 88,102

- international expansion 国际扩张 294
- cartels 卡特尔(垄断组织形式之一) 157
- catfish commodity chain 鲇鱼商品链 98,100
- Central and Eastern Europe 中欧与东欧
- emigration from 来自……的移民 19
- technology 技术 130
- transitional states 转型国家 207
- central place theory 中心地理理论 291,292,379
- certifications 证书
- commodity chains 商品链 113
- environmental protection 环境保护 173-7
- globalization 全球化 52
- Chad 乍得 128
- Cheung Kong 长江实业(香港公司) 335,336,337
- Chevron 雪佛龙(美国大型石油公司) 187,188,194
- Chicago 芝加哥 296-8
- Chicago Board of Trade 芝加哥期货交易所 156
- childcare and gender 儿童抚养与性别 352-3,365
- child labour 童工 114
- China 中国
- aluminium consumption 铝消费 157
- border regulation 边界管制 194-5
- commodity chains 商品链 87-8
- ISO 9000 国际质量管理标准 112
- Wal-Mart products 沃尔玛产品 87-8
- competition with Mexican maquiadoras 与墨西哥的
 边境加工区竞争 234
- culture 文化 337,344
- Dalian Commodity Exchange 大连商品交易
 所 156
- Dongguan 东莞 240
- emigrants 移民 390,391,393,394,399-401
- globalization discourse 全球化辩论 51
- Shanghai 上海 146,300
- state,origins 国家,起源 200-1
- public enterprises 国有企业,公有
 企业 198
- rescaling of economic governance 经济治理
 的尺度调整 216
- transitional state 转型国家 207
- technology 技术 130
- uneven development 不平衡的发展 74
- China National Offshore Oil Corporation 中海油公
 司(CNOOC) 187-8, 198
- Chinese capitalism (“guanxi” capitalism) 中国式资
 本主义(“关系”资本主义) 399-400,401-2
- Chinese Communist Party 中国共产党 207
- Chiquita 金吉达(美国香蕉业巨头) 105
- Christian Aid 基督徒互援会(英国传教和慈善活动
 组织) 109
- circuit firms 流通公司 398
- closure of ethnic economies 族裔经济的封
 闭性 392 409
- clustering 集聚,集群
- Coca-Cola 可口可乐 247,312,314
- codified knowledge 符号化知识 139-41
- co-ethnic networks 同族关系网 387-8,389,391,399-
 400
- coffee industry 咖啡业
- actor-network theory 行动者—网络理论 178-80
- commodity chains 商品链 90-1,93
- certified organic production 有机认证
 生产 113
- institutional contexts 制度背景 105-7
- Starbucks 星巴克 90,91
- value chain 价值链 95-6
- Cold War 冷战 50-1
- collective household economies 集体家庭经济 273
- collectivized economies 集体化经济 65
- colonialism 殖民主义
- commodity chains 商品链 90
- Niger 尼日尔 17
- uneven development 不均衡的发展 62,82-3
- commercial subcontracting 商业转包 237-8
- commodification of nature 大自然的商品化 163-
 7,170
- environmental degradation 环境退化 170-7
- commodities 商品 89-94
- labour 劳动力 66-7
- commodity chains 商品链 27,87-9,94-7,114-15
- capitalism, commodities and consumers 资本主
 义,商品与消费者 89-94

- consumption 消费 286, 287
- ethical intervention, limits to 道德干预, 对……的限制 112-14
 - institutional contexts 制度背景 104-7
 - management processes 管理过程 100-4
 - as material flows cycle 物质流循环 160
 - natural resources 自然资源 177
 - re-regulating 再管制 107-12
 - spatial structures 空间结构 97-100
 - technology 技术 125, 128
 - transnational corporations 跨国公司 226-8
- commodity exchanges 商品交易所 156-7
- commodity networks 商品网络 114, 115
- transnational corporations 跨国公司 228
 - inter-firm relationships 公司间关系 228, 229, 236-47
 - intra-firm relationships 公司内部关系 228-35
- common markets 共同市场 212
- communal access to natural resources 自然资源的共用权 167-8
- communications systems 通信系统 125, 127-8
- community unionism 社区结盟主义 274-6
- commuting 通勤 259
- ethnicity issues 族裔议题 385
 - gender issues 性别议题
- Compaq 康柏 135
- 410 Competition 竞争
- and equilibrium in economic orthodoxy 正统经济理论中的均衡 10
 - inter-place; commodity chains 地点间; 商品链 98-100
 - labour 劳动力 257-9
 - questioning competitiveness 质疑竞争力 326
 - time-space compression 时空压缩 247-9
- concentrated production chain configuration 集中式生产链的结构 227
- Confucian (“guanxi”) capitalism 儒家(“关系”)资本主义 399-400, 401-2
- Congo, Democratic Republic of 刚果民主共和国(简称民主刚果) 128
- consumers-as-dupes viewpoint 消费者受诱骗的观点 287, 289, 308
- consumer sovereignty viewpoint 消费者自主权的观点 287, 289, 308
- consumption 消费 27, 47-8, 284-6, 316-18
- changing spaces of 变化的空间 302-10
- commodity chains 商品链 89-94
- re-regulating 再管制 107-14
 - employment related to 与……相关的就业 289, 290
 - ethical 道德的 107-14
 - place and identity 地点和认同 311-15
 - process 过程 286-91
 - retailing, changing geographies of 零售业的地理变化 291-302
- containerization 集装箱化 126
- cooperative agreements, transnational corporations 合作协议, 跨国公司 236, 246-7, 248
- cooperative economies 合作经济 65
- cooperative joint ventures 合作型合资企业 244-5
- cooperatives 合作社 255, 278, 279-80
- core and periphery staples economies 以核心和边缘为特征的资源经济 166
- uneven development 不均衡的发展 82-4
- core competencies, and agglomeration 核心竞争力, 聚集 137, 410
- corporate campaigns 企业运动 108
- corporate cultures 企业文化 327-32
- multiple 多重的, 多样的 343, 344^{*}
 - subcultures 亚文化 332-4, 344
- corporate governance 公司治理 335-7
- corporate headquarters, transnational corporations 公司总部, 跨国公司 229, 230
- craft production clusters 手工生产集群 144
- creative centres 创意中心 140
- creative class 创意阶层 140
- creative destruction 创造性破坏 76
- crisis, and capitalism 危机, 与资本主义 68
- coping with 应对 70-2
 - inevitability 必然性 68-70
- cross-class alliances 跨阶层联盟 274
- cultural barriers to expansion 扩张的文化障碍

- 247,250
- cultural determinants of agglomeration 聚集的文化因素 139-43
- cultural enterprises 文化企业 398
- cultural proximity 文化相近性 147
- cultures 文化 27-8, 48, 321-6, 345-7, 380
- and capitalism 与资本主义 77-8
- consumption 消费 287-8, 289
- corporate 公司 327-34
- and gender 与性别 351, 353, 355
- multiple 多重的, 多样的 343-5
- national business systems 国家企业体系 334-9
- regional 区域的 339-43
- taken-for-granted economy 理所当然的经济 37, 45-6
- transnational corporations 跨国公司 224
- customization, mass 个别定制, 大众化的 134, 135
- customs unions 关税联盟 212
- Daimler-Benz 戴姆勒-奔驰 322
- DaimlerChrysler 戴姆勒-克莱斯勒 244
- Dalian Commodity Exchange 大连商品交易所 156
- Dell Computer 戴尔电脑公司 134-6
- Delta Air Lines 美国三角洲航空公司 130
- democracy, and generation of wealth and development 民主, 财富与发展的产生 63
- Democratic Republic of Congo 刚果民主共和国 128
- Denso (日本) 电装株式会社 249
- dependency and colonialism 依赖与殖民主义 83
- dependent states 附属国 202, 203, 207-8, 209
- deregulation 放松管制 257-9
- design-intensive craft production clusters 设计密集型手工生产集群 144
- devaluation 贬值
- and capitalism 资本主义 70
- California 加利福尼亚 81, 82
- of immigrants' qualifications and skills 移民者资格与技能 383
- of the "third world woman" "第三世界妇女" 358, 359
- development 发展
- discourse 话语, 论述 48-51
- developmental states 发展型国家 201, 202, 205-7
- development geography, xix 发展地理学
- diamond industry 钻石产业 164
- discourse 辩论, 论述 49
- corporate subcultures 公司亚文化 332-4
- development 发展 48-51
- globalization 全球化 49, 51-2
- discrimination 歧视
- ethnicity 族裔 384
- sexual 性 348-9, 360
- disk drives, commodity chain 磁盘驱动器, 商品链 97-8
- Disneyland Paris 巴黎迪斯尼主题公园 307
- dispersed production chain configuration 分散式生产链结构 227
- domestic sphere, and gender 家庭事务, 与性别 351, 352-4, 355, 365, 366
- feminist economic geography 女性主义经济地理 371-3
- home, work and space in the labour market 劳动力市场中的家庭、工作与空间 367-71
- downscaling of economic governance 经济管制的尺度下降 213-16
- Dunnhumby (英国) 唐翰比市场调研公司 284-5
- Dynamism 动力机制
- capitalism 资本主义 67-8
- commodity chains 商品链 98
- Eastern Europe, *see* Central and Eastern Europe 东欧, 参见中欧与东欧
- eBay 易趣(美国著名的网络商品交易网站) 119-20
- ecological modernization 生态现代化 171
- econometrics 经济计量学 43, 45
- economic archaeology 经济考古学 72
- economic bases of agglomeration 聚集的经济基础 137-9
- economic circumstances, and commodification of nature 经济形势, 大自然的商品化 163-4
- economic culture 经济文化 322, 344

- 411 economic discourse 关于经济的辩论 31-2,52-5
 expanding the economy beyond the economic 超越经济层面的经济扩张 45-8
 gendered economic actors 性别化的经济角色 350-1
 gendered economy 性别化的经济 351-5
 history 历史 38-45
 metaphors 隐喻 40,41,43-4
 representing economic processes 描绘经济过程 48-52
 taken-for-granted economy 理所当然的经济 32-8
- economic flows, state regulation of 国家对经济流动的管制 194-5
- economic governance, rescaling of 治理经济的尺度调整 210-16
- economic growth 经济增长 36-7,44
 and warfare 与战争 81
- economic institutions, organization of 经济机构的组织 203
- economic policies, state role 经济政治, 国家角色 195-8
- economic processes, representing 经济过程, 描绘 48-9
 development 发展 49-51
 globalization 全球化 51-2
- economic unions 经济联盟 212
- economies of scale 规模经济
 lean production 精益生产 264
 production process technologies 生产过程技术 131,132
 suburbanization of retail capital 零售资本的郊区化 298
 transnational corporations 跨国公司 226
- economies of scope 范围经济
 lean production 精益生产 264
 transnational corporations 跨国公司 226
- Ecuador 厄瓜多尔 302,364,372
- educational attainment, and ethnicity 教育成就, 族裔 383
- education services, state role 教育服务, 国家的作用 199
- efficient market hypothesis 有效市场假说 23-4
- electronic mass media 电子化大众传媒 128
- electronics industry 电子工业 243
- emigration 移民
- Emission Reduction Units (ERUs) (碳排放)减排单位 172
- employment relations 雇佣关系 338-9
- enclaves 飞地
 ethnic 族裔的 392
 export 出口 240,411
- England 英格兰
 ethnic business clusters 族裔商业集群 391
 Industrial Revolution 工业革命 38,39,61
 London; Battersea and Wandsworth Trades Union Council (BWTUC) 伦敦; 巴特西—旺兹沃思工会联合会 276
 ethnic business clusters 族裔商业集群 391
 financial sector 金融业 122-3,124-5
 global city 全球城市 146
 Motorsport Valley 赛车谷 141-3
 uneven development 不平衡的发展 61,72,73,75-7,78
 spatial divisions of labour 劳动地域分工 79
- Enron 安然公司 217
- entrapment of female labour force 女性劳动力的困境 370-1
- entrepreneurship, ethnic 企业家精神, 族裔 386-90
 transnational 跨国的 397-400
- environment, *see* nature and natural resources-environmental economics 环境, 参见自然及自然资源—环境经济学 157-9
- equilibrium and competition in economic orthodoxy 正统经济理论中的均衡与竞争 10
- Erak (土耳其) 伊拉肯服装公司 99
- ethical issues 道德议题
 commodity chains 商品链 107-14
- environmental protection 环境保护 171
- Ethical Trading Initiative (ETI) 道德交易倡议 108-10,111,112-13,114
- Ethiopia 埃塞俄比亚 90

- ethnic economies 族裔经济 27,28,47,377-8,402-5
 childcare 儿童抚养 365
 “colour-blind” economics 无种族歧视的经济学 378-80
- ethnic business clusters 族裔企业
 集群 386,390-4
- ethnic entrepreneurship 族裔企业家
 精神 386-90
- ethnic sorting in the workforce 劳动力中的族裔分层 380-6
 and gender 性别 370
 labour force segmentation 劳动力分割 361
 limits to ethnicity 族裔理论的局限性 400-2
 transnationalism 跨国主义 394-400
- ethnic enclave economies 族裔飞地经济 392
- ethnic enterprises 族裔企业 398
- ethnicity, nature of 族裔的本质 381
- ethnoburbs 郊区民族聚居区 392-3,400-1
- European Free Trade Association (EFTA) 欧洲自由贸易协会 214,412
- European Union (EU) 欧盟 212,213,214
 commodity chains, standards 商品链,标准 115
 environmental degradation 环境退化
 commodification of; Emissions Trading System (ETS) 商品化:排放权交易体系 172-3
 Kyoto Protocol《京都议定书》172
- expansion 扩张 215
 labour 劳动力 260,261
- evolutionary perspective, technological change 演化视角,技术变化 124-5
- exploitation and capitalism 剥削与资本主义 66,67,68,258
- export enclaves 出口飞地 240
- export-oriented industrialization (EOI) strategies 出口导向型工业化战略 206,207
- export policies 出口政策 196,197-8
 developmental states 发展型国家 206,207
- export processing zones (EPZs) 出口加工区
 gender 性别 354
 new international division of labour 新国际劳动分工 240
- production satellite clusters 卫星式生产集群 144
- externalized transactions, transnational corporations 外部化交易,跨国公司 228,229,236-47
- extractive industries 采掘业 164,165,167
 Canada 加拿大 166
 Exxon Mobil 埃克森美孚石油公司 194
- failed states 失败的政府 202,203,208
- Fair Labor Association (美国)公平劳工协会 109
- fair trade commissions 公平贸易委员会 194
- Fairtrade Foundation 公平贸易基金会 110-11
- fair trade movement 公平贸易运动
 actor-network theory 行动者—网络理论 178-80
 commodity chains 商品链 110-11
- family ties, Chinese capitalism 家族纽带,中国式资本主义 399
- famine, Niger 饥荒,尼日尔 3-21,162
- fast food industry 快餐业 314-15
 franchising 特许经营 245,246
- Federal Express(美国)联邦快递 126
- Femininity 女性气质
 feminist economic geography 女性主义经济地理 412
 理 372
- gendered economy 性别化经济 352,355
- gendered workplaces 性别化工作地 349
- gendering of jobs 职位的性别化 360-2,363
- gendering of workplaces 工作地点的性别化 360,366-7
- women entering the workforce 职场女性 356-7,358
- feminist economic geography 女性主义经济地理 371-3
- festival marketplaces 节假日集市 300
- feudal economies 封建经济体 65
- Fiat 菲亚特 198
- fibre optics 纤维光学 127
- financial crises, state role in 金融危机,政府的角色 192
- financial remittances, transnational 跨国金融汇兑

- 394-7, 400
- financial sector 金融行业
- hollowing out the state 国家空心化 217
- power, and uneven development 权力, 不均衡的发展 84
- technology: evolutionary perspective 技术: 演化的视角 124-5
- “placeless” production “无地点”生产, 或不受地点约束的生产 121-3
- flexible production 灵活生产 131, 133-4
- agglomeration 聚集 136, 137, 144
- hub-and-spoke clusters 轴辐式集群 144, 145
- lean production 精益生产 264
- flexibly specialized production 灵活专业化生产 131, 133
- agglomeration 聚集 136, 137
- flows across space 空间流 13, 14-15, 26-7
- food deserts 食物荒漠 298
- Fordism 福特主义 71, 131, 132, 133, 288-9
- gender issues 性别议题 356
- geographical configuration 地理结构 136
- industrial culture 产业文化 339
- Ford Motors 福特汽车
- commodity chains 商品链 101
- culture 文化 321-2
- macro-regional integration 大区域整合 243
- foreign direct investment policies 外商直接投资政策 196, 197
- forestry 林业 173-7
- Forest Stewardship Council (FSC) 森林管理委员会 173-5, 176-7
- formal employment spaces, alternative 正式就业空间, 其他的 278
- Mondragon Cooperative Corporation (西班牙) 蒙德拉贡合作公司 279-80
- formal institutional frameworks, commodity chains 正式制度框架, 商品链 104
- France 法国
- Disneyland Paris 巴黎迪斯尼乐园 307
- Paris 巴黎 146, 307
- state: public enterprises 国家: 公共企业 198
- welfare state 福利国家 205
- franchising 特许经营 236, 245-7, 248
- Frankfurt 法兰克福 146
- Free market 自由市场
- and generation of wealth and development 财富与发展的产生 63
- labour 劳动力 258
- free trade agreements (FTAs) 自由贸易协定 193, 212, 213
- functional upgrading in commodity chains 商品链中功能升级 99
- furniture retailing 家具零售 315
- G8 group of countries 八国集团 83
- Gabriel Resources (加拿大) 加布里埃尔资源公司 153-6
- Gap, The 杰普(英国服装品牌) 102, 109
- gendered economic actors 性别化经济角色 350-1
- gendered economic geographies 性别化经济地理 27, 28, 47, 348-50, 373-6
- capitalism 资本主义 78
- consumption 消费 298
- feminist economic geography 女性主义经济地理 371-3
- gendered economic actors 性别化经济角色 350-1
- gendered economy 性别化经济 351-5
- home, work and space in the labour market 劳动力市场中的家庭、工作与空间 367-71
- jobs, gendering of 职位的性别化 358-62
- valuing gendered work 性别化工作的估价 362-6
- labour control 劳工控制 267, 273
- maquiladora workforce 边境加工区的劳动力 234, 359
- measurable economy 可度量经济 35, 45
- women entering the workforce 职场女性 355-8
- workplaces, gendering of 工作地点的性别化 358-60, 366-7
- gendered economy 性别化经济 351-5

- General Agreement on Tariffs and Trade (GATT)
 关税与贸易总协定 212
See also World Trade Organization 又见世界贸易组织
- General Motors (GM) (美国)通用汽车公司 273-5
- generic technologies, emergence of 基因技术, 出现 123-4
- gentrification 绅士化, 中产阶级化 72
 retailing 零售业 305
 inner city 内城 300
- geographical approach to the economy 经济的地理学研究方法 3-6, 11, 28-30
 Niger 尼日尔 3-21
 place 地点 16-18
 poverty and economics 贫困与经济学 7-11
 representations of space, place, and scale 空间、地点和尺度的描绘 20-1
 scale 尺度, 空间层级 18-20
 space 空间 11-15
 Wall Street 华尔街 21-5
- geographical complexity of commodity chains 商品链的地理复杂性 93, 97-8
- geographical economics 地理经济学
- geopolitics, and location 地缘政治学, 区位 14
- Germany 德国
 culture 文化 322, 337-8, 339, 340, 344-5
 ethnic Turks 土耳其族裔 398
 Frankfurt 法兰克福 146
 Internet 互联网 127
 Munich 慕尼黑 230
 State: Deutsche Bahn 德国铁路股份公司 199
 downscaling 尺度下降 215-16
 welfare state 福利国家 205
 uneven development 不均衡的发展 73
- gift economy 礼品经济 400
- Global Alliance for Workers and Communities 全球工人与社区联盟 250
- global cities 全球城市 146, 147
 transnational corporations 跨国公司 230
- global commodity chains 全球商品链 97
 institutional contexts 制度背景 105-7
 management processes 管理过程 102-4
 spatial structures 空间结构 97-100
- global convergence in corporate practices 公司习惯的全球趋同 325-6, 334
- global corporation discourse 全球公司的辩论 325
- globalization 全球化
 discourse 辩论, 论述 49, 51-2
 labour: offshoring 劳工: 离岸化 262
 upscaling worker action 工人运动的尺度上升 277
 of retailing 零售业的 292-6
 state 国家 188
 border regulation 边境管制 194-5
 "globalization excuse" "全球化借口" 189-90, 191, 192
 public enterprises 公共企业 198
 reconfiguration 重构 210
 types 类型 203
 transnational corporations 跨国公司 226, 242
- globally concentrated production, transnational corporations 全球集中式生产, 跨国公司 231, 232
- global scale 全球性尺度 18, 19
 capitalism 资本主义 73-5
 commodity chains 商品链 94, 105-7
- global service centres 全球服务中心 146
- gold jewellery 金饰类珠宝
 commodity chains 商品链 92-3
 natural resources 自然资源 156
- Goldman Sachs 高盛公司 217
- gold mining 金矿业 153-6
- Google 谷歌 120
- Governance, commodity chains 商品链管治 97, 100-4, 107
 economic, rescaling of 经济, 尺度调整 210-16
- government 政府
- government-linked corporations (GLCs) 政府关联企业 198
- graduated sovereignty 分级主权 218-19
- Great Britain, colonialism 大不列颠, 殖民主义 83

- See also* England; United Kingdom; Wales 又见英格兰,英国,威尔士
- gross domestic product (GDP) 国内生产总值 34-5
 development 发展 44
 gender issues 性别议题 352
 “group think”集体思维 327-9
 growth machines 增长机器 274
 “guanxi”capitalism “关系”资本主义 399-400,401-2
 guarantor, state as ultimate 国家作为最终担保人 192-3
- hard disk drives, commodity chain 硬盘驱动器,商品链 97-8
 headquarters, transnational corporations 跨国公司总部 229,230
 health services, state role 健康服务,国家的角色 199
 Henderson Crosthwaite(英国)安得顺-克罗斯威特投资银行 223
 Hewlett Packard (HP) 惠普公司 228,232-3
 high-technology innovative clusters 高科技创新集群 144, 145
 hollowing out the state 国家空心化 216-18
 Hollywood 好莱坞 138-9
 home, *see* domestic sphere, and gender 家庭,见家庭氛围,及性别
 home-work linkages 家庭—工作联系
 home country effect 母国效应 322
 Home Depot 家得宝(美国家居维修用品连锁店) 88
 home furnishings 家居布置 315
 home-work linkages 家庭—工作联系
 ethnicity 族裔 384-5,386
 gender 性别 351-5,365,366,367-73
 homo economicus (economic man) assumption 经济人假设 10,36
- Honda 本田 239
 Hong Kong 香港
 border regulation 边境管制 194-5
 Disneyland 迪斯尼乐园 307-8
- emigrants 移民 390
 public housing programmes 公屋计划 199
 uneven development 不均衡的发展 73
 host-market production structures 东道国市场的生产结构
 transnational corporations 跨国公司 231-2
 housing 住宅
 economic archaeology 经济考古学 72
 state role 国家的角色 199
 HSBC(香港)汇丰银行 225
 Hugo Boss 波士(德国时装品牌) 99
 human capital theory 人力资本理论
 ethnic economies 族裔经济体 379
 gendered economic actors 性别化经济角色 350
 Hutchison Whampoa Ltd(香港)和记黄埔公司 337
 Hyundai(韩国)现代汽车公司 197
- identity 身份
 and consumption, 287-8,311-15 消费文化的 380
 and ethnicity 族裔 379,381,384,386
 ethnic business clusters 族裔商业集群 392,393
 transnationalism 跨国主义 399
 IKEA (瑞典)宜家家居
 commodity chains 商品链 88,102
 international expansion 国际扩张 295
 immigration, *see* ethnic economies; migration 迁入移民,见族裔经济学、迁出移民
 immigration status, and labour force segmentation 移民身份,和劳动力分割 361
 import policies 进口政策 196
 developmental states 发展型国家 206
 import-substitution industrialization (ISI) strategy 进口替代式工业化战略
 developmental states 发展型国家 206
 weak and dependent states 弱小及依赖性国家 208
 incremental innovations 渐进式创新 123
 India 印度

- Bangalore 班加罗尔 240
 offshore services 离岸服务 129-30
 uneven development 不均衡的发展 74
- indigenous cultures 本土文化
 Forestry Stewardship Council 森林管理委员会 174
 property rights 产权 45-6
 territorial claims 领域主张 167
- Indonesia 印度尼西亚
 female labour force 女性劳动力 357
 financial crisis 金融危机 193
 labour control 劳动控制 267, 268-9
 palm oil production 棕榈油生产 158, 159
 uneven development 不均衡的发展 61, 73
- industrial employment for women 为女性提供的工业就业 356-7, 358
- industrial estates, labour control in 工业园中的劳动控制 267, 268
- industrial policies 产业政策 196
 strategic 战略性的 197
- Industrial Revolution 工业革命 38-9, 44
 uneven development 不均衡的发展 61
- industrial subcontracting 产业分包 237, 238-9
- informal employment spaces, alternative 非正式就业空间, 其他的 278-80
- informal institutional frameworks 非正式制度框架
 commodity chains 商品链 104
- informal labour 非正式劳动力 263
- informal retailing spaces 非正式零售空间 300-2
- information technology, *see* technology 信息技术, 参见技术
- information technology services 信息技术服务 129, 130
- Infosys 信息系统 130
- infrastructure services, state role 基础设施服务, 国家的角色 199
- ING Group (荷兰)ING 国际集团 224
- inner city retailing 内城零售业 300
- innovation 创新
 agglomeration 聚集区 139, 143, 144, 147
 and capitalism 资本主义 68
 and corporate culture 企业文化 330
 and regional culture 区域文化 341-3
 technology 技术 123
 production process 生产过程 135
 space-shrinking 空间压缩 125-7
- input-output structure, commodity chains 投入产出结构, 商品链 97, 107
- in situ* worker actions 当地工人运动 273-6
- institutional approach to labour 劳动力的制度研究方法 258, 259
- institutional barriers to immigrants 移民的制度障碍 383-4, 386
- institutional contexts, commodity chains 制度背景, 商品链 97, 104-7
- institutional factors, commodification of nature 制度因素, 自然界的商品化 166
- institutional proximity 制度临近性 147
- institutional thickness 制度厚度 340-1
- institution of last resort, state as 国家作为最后的求助机构 192-3
- Intel 英特尔公司 145
- internalized transactions, transnational corporations 跨国公司的内部化交易 228-35
- International Accounting Standards Board (IASB) 国际会计准则理事会 218
- International Accounting Standards Committee (IASC) 国际会计准则委员会 218
- International Bank for Reconstruction and Development, *see* World Bank 国际复兴开发银行, 参见世界银行
- International Coffee Agreements (ICAs) 国际咖啡协定 105-6
- International Coffee Organization (ICO) 国际咖啡组织 105
- international economic treaties, state role in securing 国家在维护国际经济条约中的作用 193
- internationally integrated R&D laboratories 国际一体化研发实验室 231
- International Monetary Fund (IMF) 国际货币基金组织

- commodity chains 商品链 105
- economic governance 经济管治 211,212
- establishment 机构、企业 44,211
- Fordism 福特主义 132
- Niger's poverty 尼日尔的贫困 9
- structural adjustment programmes 结构调整计划 83, 204,208,209
- uneven development 不均衡的发展 63,83
- weak and dependent states 弱小及依赖性国家 207,208, 209
- International Organization for Standardization (ISO) 国际标准化组织 111
- commodity chains 大宗商品链 115
- ISO 9000 国际质量管理标准 111-12
- ISO 14000 国际环境管理标准 112
- international organizations 国际组织
- economic governance 经济管治 211-13
- hollowing out the state 国家空心化 217-18
- influences on 影响力 219-20
- International Union of Food and Allied Workers 国际食品劳工联合会 278
- Internet 互联网 120,124
- eBay 易趣(美国著名的网络商品交易网站) 119-20
- financial sector 金融行业 122
- production process technologies 生产过程技术 135
- as space-shrinking technology 空间压缩技术 127, 128
- inter-place competition 跨地点竞争
- commodity chains 商品链 98-100
- labour 劳动力 257-9
- 416 inter-sectoral upgrading in commodity chains 商品链中跨行业升级 99
- Ireland, Republic of 爱尔兰共和国
- Dublin 都柏林 240
- migration regulation 移民管制 195
- ISO 9000 国际质量管理标准 111-12
- ISO 14000 国际环境管理标准 112
- Italy 意大利
- ISO 9000 国际质量管理标准 112
- state 国家 198
- Itochu (日本)伊藤忠株式会社 103
- Jamaica 牙买加 272-3,278,371
- Japan 日本
- automobile manufacturers 汽车制造商 78,239
- commodity chains 商品链 102-3,112
- culture 文化 322,337,338,339
- ecological modernization 生态现代化 171
- flexible production system 灵活生产体制 133-4, 137
- geographical location 地理位置 14
- influence on international institutions 对国际组织的影响 219
- labour 劳动力 260,261
- lean production 精益生产 264
- Long Term Credit Bank 长期信用银行 192
- Ministry of International Trade and Industry (日本)通产省 205
- overseas manufactruing investment 海外制造业投资 78
- sogo shosha (日本)综合商社 102-3
- Tokyo 东京 146
- uneven development 不均衡的发展 62,77
- jewellery 珠宝业
- commodity chains 商品链 92-3
- natural resources 自然资源 156
- Jewish entrepreneurs 犹太企业家 390
- Jigsaw 基戈索(英国高级女装品牌) 305
- jobs 工作
- gendering of (职位的)性别化 358-62
- valuing gendered work 性别化工作的估价 362-6
- searching for; ethnicity 寻求(职位): 族裔 385,386
- gender 性别 369
- joint ventures 合资企业 236,244-5,248
- "just-in-case" systems "充分备料"系统/"以防万一"系统 133-4
- "just-in-time" (JIT) systems 即时生产系统 133-4
- agglomeration 集聚 137-144

- Dell Computer 戴尔电脑 135
 General Motors 通用汽车 274
 transnational corporations 跨国公司 249
- Kenya 肯尼亚 104
 KFC 肯德基 245,246
 knowledge transfer 知识转移 139-43,147,148
 Kondratiev long waves 康德拉涅夫长波(理论) 124
 transportation technologies 交通运输技术 125
- Kraft 卡夫食品 90
 Kyoto Protocol 京都议定书 172
- labour 劳动力,劳动 27,47,254-6,281-3
 as agents of change 作为变革的力量 269-70
 "office politics""办公室政治"272-3
 organizing across localities 跨地方组织 277-8
 proactive migration strategies 积极的移民战略 270-2
 worker actions in situ 当地工人运动 273-6
- alternative ways of working 另类工作方式 278-80
 consumption, employment related to 就业,与消费相关的 290
 informal work 非正式工作 301-2
 control 控制 262
 firm and state strategies 公司与国家的战略 262-5
 southeast Asia 东南亚 265-9
- division of (劳动)分工 38-9
 ethnic 族裔的 378-9
 Fordism 福特主义 132
 new international 新国际(劳动分工) 73-4, 240-1
 spatial 空间的 78-80
- ethnic economies 族裔经济体 377-9
 ethnic entrepreneurship 族裔企业家精神 386-90
- ethnic sorting in the workforce 劳动力的族裔分层 380-6
 gendered economic geographies 性别化经济地理(现象) 373
 feminist economic geography 女性主义经济地理 371-3
 gendered economic actors 性别化的经济角色 350-1
 gendered economy 性别化经济 353-4
 gendering jobs and workplaces 职位和工作地点的性别化 358-67
 home, work and space in the labour market 劳动力市场中的家庭、工作与空间 367-71
 "Sexism in the City"cases "城中性别歧视"丑闻 348-9
 women entering the workforce 职场女性 355-8
- global capital, local labour 全球资本,地方劳工 257-61
 global cities 全球城市 146
 Hollywood 好莱坞 139
 reproduction 再生产 259
- state: border regulation 国家:边境管制 194-5
 developmental states 发展型国家 207
 neoliberalism 新自由主义 203,205
 uneven development; capitalism 不均衡的发展, 资本主义 66-7, 68,69,77-82
 value creation 创造价值 64
- labour-intensive craft production clusters 劳动密集型手工生产集群 114
 labour market restructuring 劳动力市场重构 265
 labour market segmentation 劳动力市场分割 360,361
- labour unions 工会
 community unionism 社区结盟主义 274,276
 constraints 约束因素 263,267,268
 General Motors UAW dispute 通用汽车公司与汽车工会之争 274
 lean production 精益生产 264
 upscaling worker action 工人运动的尺度上升 417

- 277-8
- welfare states 福利国家 205
- laissez-faire economic policies 自由经济政策 204
- last resort, state as institution of 国家作为最后的求助机构 192-3
- Las Vegas 拉斯维加斯(美国的赌城) 308-10
- law, rule of 法律的规则 193
- laws in economic orthodoxy 正统经济学中的定律 10-11
- lean production 精益生产 263,264
General Motors 通用汽车公司 273-5
- learning regions 学习型区域 341-3
- legal regimes 法律制度 217
- LG (韩国)乐金电子/LG 电子 215,247
- licensing agreements, transnational corporations 许可协议,跨国公司 246-7
- Liverpool 利物浦 75-6,77
- localization economies 地方化经济 137,143
- local labour control regimes (LLCRs) 本地劳工控制制度 266,267
- locally integrated R & D laboratories 本地一体化研发实验室 231
- local scale 地方尺度 19-20
- location 区位 14,25-6,379
of production 生产的(区位) 131
- London 伦敦
Battersea and Wandsworth Trades Union Council (BWTUC) 巴特西—旺兹沃思工会联合会 276
ethnic business clusters 族裔商业集群 391
financial sector 金融行业 122-3,124-5
global city 全球城市 146
- London Metal Exchange 伦敦金属交易所 157
- Long Term Credit Bank of Japan 日本长期信贷银行 192
- Los Angeles 洛杉矶 380-3,392
- macro-economic management, and capitalism 宏观经济管理,资本主义 70-1
- macro-regional scale 大区域尺度 18-19
commodity chains 商品链 105
- economic governance 经济管治 211,212,213
- integrationx 一体化 241,242-3
- labour 劳动力 260
- Makor(意大利)马可公司(机械设备) 88
- Malaysia 马来西亚
female labour force participation 女性就业率 356
graduated sovereignty 分级主权 218-19
labour control 劳动控制 267,268-9
Multimedia Super Corridor 多媒体超级走廊(马来西亚) 219
palm oil production 棕榈油生产 158
Penang (马来西亚)槟榔屿市 219,240,267,268-9
uneven development 不均衡的发展 73
- malls 购物中心 296-8,305-7,313
- management processes, commodity chains 管理过程,商品链 97,100-4,107
- Manchester, England 英国曼彻斯特市 391
- maquiladoras (墨西哥)边境加工区 233,234,240,359
- marine resources 海洋资源 167,168
- market 市场 33-4
- metaphors 隐喻 40
regulation 管制 194
- Marubeni (日本)丸红株式会社 103
- Marxist political economy 马克思主义政治经济学 12-13
historical perspective 历史的角度 39
labour 劳动力 258
uneven development 不均衡的发展 15,64,66
- masculinity 男性/阳性
gendered economy 性别化经济 352
gendering of jobs 职位的性别化 360,362,364
gendering of workplaces 工作地点的性别化 349,360,366-7,368
redundant masculinities 阳性过度 368
- mass consumption 大众消费 288-9
- mass customization 大众定制 134,135

- mass media, electronic 大众媒体, 电子的 128
- material practices, corporate culture 实践, 公司文化
329, 332
- Mavi jeans 马威牛仔服装公司 99
- McDonald's 麦当劳 245, 247, 314-15
- men, *see* gendered economic geographies 男人, 见性别化的经济地理
- Mercedes-Benz 梅塞德斯-奔驰 257
- MERCOSUR 南方共同市场 214
- mergers and acquisitions (M&As) 并购 244
- Merrill Lynch (美国) 美林证券 348
- Metro 麦德龙 (欧洲连锁超市) 88
- Mexico 墨西哥
financial crisis 金融危机 193
maquiladoras 边境加工区 233, 234, 240, 359
- Microsoft 微软公司 335-6, 337
- migration 人口迁移
of childcare workers 儿童保育工作者 365
of domestic workers 国内工人 357-8
ethnic economies 族裔经济体 377-8, 380
ethnic sorting in the workplace 工作地点的族裔分层 383-4
transnationalism 跨国主义 394-40
government regulation 政府管制 194-5
labour control 劳工控制 367-8
proactive strategies 积极的战略 270-2
- Ministry of International Trade and Industry (Japan) (日本) 通产省 205
- Minvest 敏维斯特(罗马尼亚国有矿业公司) 154
- Mitsubishi(日本) 三菱株式会社 103
- Mitsui (日本) 三井财团 103
- mobile telecommunications 移动通信 127-8, 227
- modernization theory 现代化理论 63, 64
- Mondragon Cooperative Corporation (MCC) (西班牙) 孟拉贡合作社公司 278, 279-80
- Monsoon (英国) 季候风时装品牌 305
- Moscow 莫斯科 59-60
- Motorola (美国) 摩托罗拉公司 228
- motorsport industry 赛车产业 141-3
- multi-skilling 多技能的 263
- Munich 慕尼黑 230
- National Association of Worker-Managed Enterprises (ANTEAG, Brazil) (巴西) 工管企业全国联合会 255
- national business systems 国家商业体系 334-5, 344
business formation and management processes 企业形成与管理过程 337-8
ownership patterns and corporate governance 所有权模式与公司治理 335-7
work and employment relations 工作与就业的关系 338-9
- national champions(一个国家)最大的公司 197
developmental states 发展型国家 205, 207
- national economic instruments, state guarantee of 国家经济工具, 国家保证 193
- national scale 国家尺度 19
commodity chains 商品链 105-7
economy 经济 43, 44
labour 劳动力 260
state 政府 210
- nation-state *see* state 民族国家, 见国家
- nature and natural resources 自然与自然资源 27, 28, 47, 153-6, 180-3
actor-network theory 行动者—网络理论 177-80
dependent states 依赖性国家 208
incorporating 公司化, 法人化 159-63
commodification 商品化 163-7
ownership 所有权 167-70
uneven development 不平衡的发展 61-2, 64
valuing 价值化 170-1
certifying environmental pollution 环境污染许可 173-7
trading pollution 污染(权)交易 171-3
worth in economic thought 经济思维中的价值 156-9
- neoclassical approach to economic geography 经济地理的新古典研究方法 12
consumption 消费 287
labour 劳动力 257, 258

- gendered economic actors 性别化经济角色 351
- neoliberalism 新自由主义 71, 201, 202, 203-5, 208-9
- downscaling of nation-state 民族国家的尺度下降 213
- labour 劳动力, 劳工 257
- structural adjustment programmes 结构调整计划 204, 209
- Nestle 雀巢 90, 108
- Netherlands 荷兰 171
- New Deal strategy 新政战略(美国大萧条时期通过增加财政开支刺激经济增长的政策) 71
- new economic geography 新经济地理学 12, 13, 25
- consumption 消费 287
- place 地点 16
- new imperialism 新帝国主义 83
- new international division of labour 新国际劳动分工 73-4
- New York City 纽约市
- billionaires 亿万富翁 59
- ethnic business clusters 族裔商业集群 391
- global city 全球城市 146
- localization economies 本地化经济 143
- Wall Street 华尔街 22-5
- New York Mercantile Exchange 纽约商品交易所 157
- 419 New Zealand 新西兰 203, 204
- Niger 尼日尔 3-21, 162
- Nigeria 尼日利亚 62
- Nike 耐克
- advertising 广告 250
- campaign against 反对……的运动 108
- commodity chains 商品链 102, 108
- sports shoes 运动鞋 236, 238-9
- subcontracting 转包 238-9, 250
- wage levels 工资水平 326
- Nissan 日产汽车 239, 243
- Nissho-Iwai Nichimen (日本) 双日株式会社 103
- Nokia 诺基亚 226-7, 228, 236
- North American Free Trade Agreement (NAFTA) 北美自由贸易协定 212, 213, 214
- labour 劳动力 260
- transnational production 跨国生产 233, 234
- Oasis (英国) 绿洲(服装品牌) 305
- “office politics” “办公室政治” 272
- Offshoring 离岸化 129-30, 262
- ONDEO/Suez Lyonnaise des Eaux (法国) 苏伊士里昂水务公司 168
- Ontario (加拿大) 安大略省 288, 289
- Ontario Korean Businessmen's Association (OK-BA) 安大略省韩裔商人协会 389
- opportunity structure 机会结构 388
- optical fibre technology 光纤技术 127
- organic entity, economy as (经济作为) 有机体 33, 36, 40
- organizational form 组织形式 98
- organizational proximity 组织相似性 147-8
- Organization of Petroleum Exporting Countries (OPEC) 欧佩克(石油输出国组织) 157
- original design manufacturing (ODM) 原始设计制造
- functional upgrading in commodity chains 商品链中的功能升级 99
- transnational corporations 跨国公司 237, 238
- original equipment manufacturing (OEM) 贴牌生产
- functional upgrading in commodity chains 商品链中的功能升级 99
- transnational corporations 跨国公司 237, 238
- outlet shopping malls 工厂直销式购物中心 300
- outsourcing, *see* subcontracting/outsourcing 外包, 见转包/外包 69-72
- over-accumulation, crises of 过度积累, 危机
- overtime 加班 263
- own-brand manufacturing (OBM) 自有品牌生产 99
- owner of public enterprises, state as (国家作为) 公共企业的所有者 198
- ownership 所有制
- cultural issues 文化议题 45-6

- of firms 公司的 67
 national business systems 国家商业体系 335-7
 of nature 自然界的 167-70
 Oxfam 乐施会 109
- palm oil production 棕榈油生产 158-9
- Paris 巴黎
 Disneyland paris 巴黎迪斯尼乐园 307
 global city 全球城市 146
- part-time employment 兼职工作 263
 gender issues 性别议题 356
- path-dependency 路径依赖 125
- patriarchy 父权制 354-5, 357, 367
- peasant economies 小农经济 65
- pension institutions 养老金机构 337-8, 344-5
- periphery and core staples economies 以核心和边缘为特征的资源经济 166
 uneven development 不均衡的发展 82-4
- personal computers 个人电脑
 disk drives 磁盘驱动器 97-8
 transnational corpwrations 跨国公司 237-8
- Peru 秘鲁 178-80
- petrochemical industry 石油化工行业 247-8
- pharmaceutical industry 制药行业 244
- Philippines 菲律宾
 capitalism 资本主义 76
 labour control 劳动控制 267, 268-9
 migration (人口) 迁移 384, 386, 390, 396, 401
 technology 技术 129, 130
 transnational rimittances 跨国汇款 396
- Philips 飞利浦(荷兰) 246
- pink-collar ghettos 粉领贫民窟 370
- Pioneer (日本) 先锋公司 246
- place 地点 13, 16-18, 24, 25, 27
 attachments (labour) (劳动力) 地点依恋 259-60
 capitalism 资本主义 72-7
 consumption 消费 311-15
 representations 描绘 20-1
 "placeless" production "无地点"生产, 或不受地点约束的生产 121-3
- Poland 波兰 294-5
- political economy perspective 政治经济学视角 12-13
 historical aspect 历史的视角 39
 uneven development 不均衡的发展 15, 64, 66
- political governance systems 政治管治体系 203
- pollution 污染 160-1
 trading 交易, 贸易 171-3
- post-Fordism, *see* after-Fordism 后福特主义
- poverty 贫困
 Niger 尼日尔 7-21
 and transnational remittances 跨国汇款 396
- power 权力
 and corporate culture 企业文化 330, 332
 and uneven development 不均衡的发展 83
- practices, corporate culture 习惯, 企业文化 329, 332
- principles in economic orthodoxy 正统经济学原则 10-11
- private consumption spaces 私人消费空间 303
- privatization 私有化
 hollowing out the state 国家空心化 216
 labour 劳动力 265
 natural resources 自然资源 168-70
 UK: transportation 英国: 交通运输 199
 water 水 169-70
- process upgrading in commodity chains 商品链中的工艺升级 99
- Procter and Gamble 宝洁公司(美国) 90
- producer-driven commodity chains 生产者驱动型商品链 101-2
- production, grounding of 生产的落地 260
- production chains, *see* commodity chains 生产链, 参见商品链
- production networks, *see* commodity networks 生产网络, 参见商品网络
- production of nature thesis 自然界的生产理论 162
- production operations, transnational corporations 生产运营, 跨国公司 231-3
 BMW 宝马汽车 233-5
- production process technologies 生产工艺技术 123, 130-6

- production satellite clusters 卫星式生产集群 144
- product-specialization for a global or regional market
针对全球或区域市场的产品专业化 232-3
- product upgrading in commodity chains 商品链中的
产品升级 99
- profit maximization 利润最大化 325
- profit orientation of capitalism 资本主义的逐利本性
67, 68, 69
- Programme for Endorsement of Forest Certification
(PEFC) 森林认证的认可计划 175-7
- project working 项目工作(方式) 148, 149
- transnational corporations 跨国公司 245
- property rights 产权
cultural issues 文化议题 45-6
state role 国家的角色 193
- provider of public goods and services, state as (国家
作为)公共物品与服务的提供者 199-200
- public consumption spaces 公共消费空间 303
- public enterprises, state as owner of (国家作为)公
共企业的所有者 198
- 421 public goods and services, state as provider of 国家
作为公共物品与服务的提供者 199-200
- public sector, labour 公共部门, 劳动力 265
- qualifications, and ethnicity 资格, 族裔 383, 386
- quality assurance standards 质保标准 111-12
- QUANGOs 半自治的非政府组织 216
- Quanta 广达电脑(台湾) 238
- Quito 基多(厄瓜多尔共和国首都) 302, 364, 372
- race and ethnicity, distinction between 种族与族裔
的区别 381
- “race to the bottom”逐底竞争 257
- radical innovations 突变创新 123
- radio 无线电 128
- Rainforest Alliance 雨林联盟(非政府环保组
织) 175
- random walk theory 随机行走理论 23-4
- rationality in economic orthodoxy 正统经济学的理
性 10, 36, 41
- Ravenswood Aluminium Corporation (RAC) (美国
世纪铝业下属)瑞文斯沃德铝业公司 277-8
- reciprocal (community) unionism 互惠性(社团)结
盟 274, 276
- reflexive knowledge 自反性知识, 反思性知识 328
- regional cultures 区域文化 339-43, 344
- regional development policies 区域发展政策 197
- regional headquarters, transnational corporations 区
域总部, 跨国公司 229, 230
- regional scale 区域尺度 19
capitalism 资本主义 72-3
- regional shopping centres 区域购物中心 298-300
- regulation theory 管制理论 71
- regulator of economic activities, state as 国家作为经
济活动的管制者 194-5
- regulatory frameworks 管制框架
commodity chains 商品链 107-12
globalization 全球化 52, 190
labour 劳动力 260, 264, 267
state 国家 190, 194-5
suburbanization of retail capital 零售资本的郊
区化 298
- relational forms of governance 管治的关系
形式 104
- relational proximity 关系邻近性 148
- Renault (法国)雷诺汽车 198
- representations of space, place, and scale 空间、地点
和尺度的描绘 201-1, 28
- reputation, and Chinese capitalism 声誉, 中国式资
本主义 399
- re-regulating commodity chains 商品链的重新管制
107-12
- rescaling of economic governance 经济管理的尺度调
整 210-16
- research and development (R&D) 研究与开发(研
发)
facilities, transnational corporations 设施, 跨国
公司 229, 230-1
- residential segregation by ethnicity 族裔居住隔离
384-5
- resource endowment, and uneven development 资源
禀赋, 不均衡的发展 61-2, 64

retailing 零售业

- central place theory 中心地理论 291
- changing geographies, of 地理变化 289, 291-2
 - from centre to suburbs and back again 从城中心到郊区, 再回到城中心 296-300
 - from formal to informal spaces 从正式的到非正式的空间 300-2
 - globalization 全球化 292-6
- furniture 家具 315
- shopping 购物 313
- spaces: mall 空间; 购物中心 305-7
 - store 店铺 303-4
 - street 街道 304-5

retail parks 零售园 298

retail stores 零售店铺 303-4

return migrant micro-enterprises 归侨微小企业 398

Romania 罗马尼亚 153-6

Roosevelt administration 罗斯福政府 71

Route 128, Massachusetts 马萨诸塞州的 128 公路 341-3

Russia 俄罗斯

- graduated sovereignty 分级主权 219
- Karabash copper smelter 卡拉巴什炼铜厂 160-1
- Muscovite billionaires 莫斯科亿万富翁 59-60
- Uneven development 不均衡的发展 60

Sainsbury's (英国) 塞恩斯伯里公司(连锁店) 104, 300

St Lucia 圣卢西亚(拉丁美洲岛国) 105

Samsung (韩国)三星电子 197, 243

San Antonio, Texas 圣安东尼奥, 得克萨斯州 384

San Francisco 旧金山 391, 392

Sanyo (日本)三洋公司 228

Sara Lee (美国)莎莉集团(生活消费品零售商) 90

satellites 卫星城 127

scale 规模, 尺度 13, 18-20, 24, 27-8

capitalism 资本主义 72-7

commodity chain 商品链 105

economies of *see* economies of scale 参见规模经济

labour control 劳动控制 262

of production 生产(规模) 131

representations 描绘 20, 21

rescaling of economic governance 经济管治的尺度调整 210-16

scientific knowledge and commodification of nature 科学知识与大自然的商品化 163

scope, economies of 范围经济

Seagate Technology (美国)希捷科技 97, 98

segmentation theory (市场)分割理论 361

self-employment, ethnic entrepreneurship 自营职业, 族裔企业家精神 386-90

semiconductor industry 半导体行业 244, 245

service sector 服务业

commodity chains 商品链 100

gender issues 性别议题 356, 370

space-shrinking technologies 空间压缩技术 129-30

transnational corporations; host-market 跨国公司, 东道国市场

production structure 生产结构 231-2

inter-firm relationships 公司间关系 236, 241, 244, 245, 247

sexual discrimination 性别歧视 348-9, 360

Shanghai 上海 146, 300

shift systems 轮班系统 263

shopping 购物 313

short-term employment 短期就业 263

Siemens (德国)西门子公司 215

Silicon Valley (美国)硅谷 145, 245

culture 文化 341-3

and Hsinchu, Taiwan 台湾新竹 245, 271-2, 401-2

labour 劳动力, 劳动 270-2

Singapore 新加坡

consumption; and identity 消费: 与认同 311, 314

- shoppingmalls 购物中心 305
- 422 container port 集装箱港口 126
- gendered jobs 性别化职位 366
- haze(1997) 烟雾 158-9
- Little India (新加坡)小印度区 386,387
- public housing programmes 公屋计划 199
- State: free trade agreements 国家:自由贸易协定 193
- public goods and services 公共物品与服务 199
- uneven development 不均衡的发展 62,73
- Singapore Airline 新加坡航空公司 199,362,363
- skill levels 技能水平
- ethnicity issues 族裔议题 383
- gender issues 性别议题 363-5
- Sky Team Airline Alliance 天合联盟 244
- Slovakia 斯洛伐克 240
- Smartwood 精明木材(森林认证机构) 175
- social act, taken-for-granted economy 社会法令,理所当然的经济 37-8
- social barriers to expansion 扩张的社会障碍 247,250
- social determinants of agglomeration 聚集的社会因素 139-43
- socialist states, and capitalism crises 社会主义国家,资本主义危机 70
- social networks and interaction 社会网络与相互作用
- ethnicity 族裔 385,386,391,399-400
- gender 性别 369
- shopping 购物 313
- spatial decentralization of economic activity 经济活动的空间扩散 147
- social process, technological change as (技术革新作为)社会过程 123
- social relationships, and corporate culture 社会关系,企业文化 329-30,332
- social spaces, and capitalism 社会空间,资本主义 77-8,80
- society and place 社会与地点 17
- socio-nature 社会化自然界 161-3
- soft capitalism 软资本主义 327,328
- sogo shosha(日本)综合商社 102-3
- Sony 索尼 243,246
- South American newly industrializing economies 南美洲新兴工业化国家
- structural adjustment programmes 结构调整计划 209
- upgrading in global commodity chains 在全球商品链中升级 99
- Southeast Asia, labour control 东南亚,劳动控制 267-9
- see also Asian Newly Industrialized Economies 参见亚洲新兴工业化国家
- South Korea 韩国
- consumption; McDonald's 消费:麦当劳 315
- Tesco (英国)特易购(连锁零售商) 250
- financial crisis 金融危机 193
- geopolitical location 地缘政治区位 14
- state; Economic Planning Board 国家:经济规划委员会 205
- economic policies 经济政策 197,198
- uneven development 不均衡的发展 73
- sovereignty, graduated 分级主权 218-19
- space 空间 11-15,24,25-7
- commodity chains 商品链 97-100,107
- consumption 消费 302-3
- mall 购物中心 305-7
- store 商店 303-4
- street 街道 304-5
- theme park 主题公园 307-10
- representations 描绘 20,21
- uneven development 不均衡的发展 71-2
- space-shrinking technologies 空间压缩技术 123, 125-30
- agglomeration 聚集 147
- Spain 西班牙
- ISO 9000 国际质量管理标准 112
- Mondragon Cooperative Corporation (西班牙) 孟拉贡合作社公司 278,279-80
- spatial displacement of capital 资本的空间替代 71-2

- spatial division of labour 劳动地域分工 78-80
- spatial mismatch 空间不匹配 385
- Sri Lanka 斯里兰卡 83
- Standard & Poors 标准普尔 217
- Standard Oil (美国)标准石油公司 194
- standards 标准
- commodity chains 商品链 106,107-14
 - globalization 52 全球化
- Star Alliance 244 星空联盟
- Starbucks 星巴克 312
- commodity chains 商品链 90-1
 - design 设计 303-4
 - franchising 特许加盟 245
- state 国家 27,28,47,187-9,219-22
- beyond the 超越(国家) 218-19
 - capitalist development 资本主义发展 84
 - functions 功能 191-2
 - architect of national economy 民族经济的设计师 195-8
 - employment 就业 265
 - owner of public enterprises 公共企业所有者 198
 - provider of public goods and services 公共物品和服务提供者 199-200
 - regulator 管制者 194-5
 - ultimate guarantor 最终担保者 192-3
 - globalization discourse 全球化辩论 51,52
 - "globalization excuse" and the end of the nation-state? "全球化借口"与民族国家的终结? 189-90
 - labour control 劳动控制 263-5,267
 - nature: ownership 自然界:所有权 168,169
 - resource-based economies 以资源为基础的经济体 165
 - and place 地点 17
 - reconfiguring the 重构(国家) 210
 - hollowing out the state 国家空心化 216-18
 - rescaling economic governance 经济管治的尺度调整 210-16
 - types 类型 200-3
 - developmental states 发展型国家 205-7
 - failed states 失败的国家 208-10
 - neoliberal states 新自由化国家 203-5
 - transitional states 转型国家 207
 - weak and dependent states 弱小及依赖型国家 207-8
 - welfare states 福利国家 205
 - state-anchored clusters 国家主导的集群 144,145
 - state-owned enterprises (SOEs) 国有企业 198
 - developmental states 发展型国家 206
 - privatization 私有化 216
 - transitional states 转型国家 207
 - stereotypes of ethnic minorities (就业的)少数民族裔定式 384,386, 392
 - stores, retail 零售店铺 303-4
 - strategic alliances 战略联盟
 - commodity chains 商品链 98
 - transnational corporations 跨国公司 236,244-5,248
 - strategic economic policies 战略性经济政策 197
 - streets and retailing 街道与零售 302,304-5
 - street traders 街头小贩 302
 - strike action 罢工运动
 - General Motors UAW dispute 通用汽车与汽车工会之争 274,275
 - United Steelworkers of America 美国钢铁工人联合会 277-8
 - structural adjustment programmes 结构调整计划 209
 - neoliberalism 新自由主义 204,209
 - uneven development 不平衡的发展 83
 - weak and dependent states 弱小及依赖型国家 208
 - structural thinking, uneven development 结构性思考,不均衡的发展 65-6
 - subcontracting/outsourcing 转包/外包
 - commodity chains 商品链 98,101,102
 - labour 劳动力,劳动 262
 - transnational corporations 跨国公司 236, 237-43,248
 - sub-national scale 次国家尺度 19

- commodity chains 商品链 105
- suburbanization 郊区化
- female workforce 女性劳动力 370
- retail sector 零售业 296-300
- Sumitomo (日本)住友株式会社 103
- Sunderland (英国)桑德兰市 78
- support laboratories 支撑型实验室 231
- surplus value 剩余价值 67
- Sustainable Forests Initiative (SFI) 可持续森林倡议 175-7
- “sweatshops”血汗工厂 234
- 424 Sweden 瑞典
- migration regulation 移民管制 195
- television ownership 电视台所有权 128
- Swissair 瑞士航空公司 130
- Switzerland 瑞士 146
- Sydney 悉尼
- entrapment of female labour force 女性劳动力的困境 370
- ethnic business clusters 族裔商业集群 391
- symbolic consumption 符号化消费 311
- tacit knowledge 隐性知识 139-43,147,148
- Taiwan 台湾
- emigrants 侨民 390
- Hsinchu 新竹 245,271-2,401-2
- state 政府 198
- subcontracting to 转包给 237,238
- uneven development 不平衡的发展 73
- upgrading in electronics industry 在电子工业中升级 99
- taken-for-granted economy 被视为“理所当然”的经济 32-8
- Tata Consultancy (印度)塔塔咨询服务公司 130
- Tatung (台湾)大同公司 198
- Tchibo (德国)沏宝百货公司 90
- techno-economic paradigm, changes in 技术—经济范式的变化 124,131
- technology 技术 27,119-21,148-50
- commodity chains 商品链 98
- inter-place competition 地点之间的竞争 259
- labour 劳动力,劳动 263
- nature: commodification of 自然界:商品化 163,166
- environmental protection 环境保护 171
- “placeless”production “无地点”生产,或不受地点约束的生产 121-3
- relational thinking 关系思考 145-8
- traded and untraded interdependencies within clusters 集群中可交易性及不可交易性相互依赖 136-45
- understanding technological changes and their geographical impacts 理解技术革新及其地理影响 123-5
- production process technologies 生产工艺技术 130-6
- space-shrinking technologies 空间压缩技术 125-30
- technology system, changes in 技术系统的变化 123
- television 电视 128
- temporal displacement of capital 资本的时间替代 71
- temporary work 临时性工作 263
- gender issues 性别议题 356,365
- transnational remittances 跨国汇款 395,397
- territoriality and form 地域特性及其形式 11-14
- commodity chains 商品链 97-100,107
- Tesco (英国)特易购集团
- Clubcard 会员卡 284-5
- commodity chains 商品链 104
- Ethical Trading Initiative (英国)道德贸易组织 109
- fair trade brands 公平贸易品牌 111
- global distribution of stores 全球店铺分布 293-4
- inner city retailing 内城零售 300
- international expansion 国际扩张 294,295,296
- in South Korea 在韩国 250
- workforce 劳动力 290
- Thailand 泰国

- financial crisis 金融危机 193
- Rayong (泰国)罗勇府 240,242
- uneven development 不均衡的发展 240,242
- theme parks 主题公园 307-10
- theoretical perspectives in economic geography 经济地理学的理论视角 12-13
- thinking, ways of 思考方式 327-9, 332
- Tokyo 东京 146
- Tomen (日本)东棉株式会社 103
- Toronto 多伦多 377-8, 400-1
- ethnic business clusters 族裔企业集群 392-3, 394
- ethnic entrepreneurship 族裔企业家精神 386-7, 388
- tourism 旅游业 162
- Toyota (日本)丰田公司
- agglomeration 聚集 239
- commodity chains 商品链 101
- culture 文化 321-2
- macro-regional integration 大区域整合 243
- traded interdependencies within clusters 集群内的可交易性相互依赖 137-9, 143
- trade policies 贸易政策 196
- strategic 战略性 197
- Trades Union Congress (TUC) (英国)职工大会 276
- Traidcraft 三联工艺(英国公司,公平贸易的领导者之一) 111
- transitional states 转型国家 201, 202, 207
- transnational corporations (TNCs) 跨国公司 27, 28, 223-5, 251-3
- basic building blocks 基本组建单元 226-8
- commodity chains 商品链 101
- inter-firm relationships 公司间关系 236-47
- intra-firm relationships 公司内关系 228-35
- limits to global reach 全球扩张的局限 247-50
- myth of being every where, effortlessly 毫不费力地到任何地点的神话 225-6
- retailers 零售商 292-6
- state-owned enterprises 国有企业 198
- transnationalism 跨国主义 394,395
- and ethnicity 族裔 378,394-400
- enterprises 企业 395,397-400
- remittances 汇款 394-7,400
- transnational operating units 跨国经营单元 230
- transnational vertical integration 跨国垂直整合 232, 233
- BMW 宝马汽车 233-5
- transportation systems 运输系统
- space-shrinking technologies 空间压缩技术 125-7, 128
- state role 国家的角色 199
- Trinidad 特立尼达(加勒比海地区) 314
- trust, and Chinese capitalism 信任,中国式资本主义 399
- Turks in Germany 德国的土耳其裔人 398
- ultimate guarantor, state as 国家作为最终的担保者 192-3
- ultra-globalist position 超全球化主义者的观点 189-91,192
- unemployment 失业 264
- unequal exchange 不平等的交换 83
- uneven development 不均衡的发展 15,25-6,27, 59-61,84-6
- capitalism: contradictions 资本主义:矛盾 68-72
- fundamentals 原理 66-8
- going beyond 超越 82-4
- and people 人民 77-82
- placing and scaling 确定地点与尺度 72-7
- international financial organizations 国际金融组织 211-12
- Marxian approaches 马克思主义研究方法 63-6
- as natural 自然地 61-3
- state 国家 200
- strategic alliances and joint ventures 战略联盟与合资经营 245
- transportation developments 交通运输的发展 127

- Union Bank of Switzerland 瑞士联合银行 349
- Union Oil Company of California (Unocal) 加利福尼亚联合石油公司(优尼科公司) 187-8
- unions 工会
- United Auto Workers (UAW) 汽车工人联合会 274,275
- United Kingdom 英国
- commodity chains bananas 商品链香蕉 105
- Ethical Trading Initiative(英国)道德贸易组织 108-10, 111,112-13,114
- Fairtrade Foundation 公平贸易基金会 110-11
- imports from Kenya 从肯尼亚进口 104; 112
- ISO 9000 国际质量管理标准
- consumption: home furnishings 消费:家居饰品 315
- informal retailspaces 非正式的零售空间 301
- inner city retailing 内城零售 300
- spaces 空间 305
- suburbanization of retail capital 零售资本的郊区化 298-300
- culture 文化 337,338
- ethnic business clusters 族裔商业集群 391
- gender: female labour force participation 性别: 女性就业率 335,360
- jobs, gendering of 职位性别化 360
- redundant masculinities 过度阳性 368
- nature: actor-network theory 自然界:行动者—网络理论 178-80
- consumption of natural resources 自然资源消费 160
- Emissions Trading System 碳排放交易系统 172-3
- privatization of water supply 供水的私有化 169-70
- waste and pollution 废物与污染 160
- state: downscaling 国家:尺度降低 213-15,216
- migration regulation 移民管制 195
- neoliberalism 新自由主义 204
- public goods and services 公共物品与服务 199
- technology: Internet 技术:互联网 127
- offshoring 离岸化 130
- workfare system 工作福利系统 264
- See also England; Great Britain; Wales 参见英格兰、大不列颠、威尔士
- United Nations 联合国
- economic governance 经济管治 211
- failed states 失败的国家 208
- Framework Convention on Climate Change 气候变化框架条约 172
- United States of America 美国
- California, see California 加利福尼亚,见加利福尼亚
- consumption: home furnishings 消费:家居饰品 315
- inner city retailing 内城零售业 300
- Las Vegas 拉斯维加斯 308-10
- Mall of America 美国购物中心 306-7
- shopping malls 购物中心 296-8,306-7
- suburbanization of retail capital 零售业的郊区化 296-8
- creative class 创意阶层 140
- culture 文化 322,337,338
- Environmental Protection Agency's Acid Rain Program 环保局的酸雨计划 171-2
- environment degradation 环境退化
- commodification of 商品化 171-2
- ethnic economies: ethnic business clusters 族裔经济:族裔企业集群 391,392
- ethnic entrepreneurship 族裔企业家精神 387
- ethnic sorting in the workforce 劳动力中的种族分层 380-3
- home-work linkages 家庭与工作之间的联系 385
- illegal immigrants 非法移民 384
- stereotypes 定型,定式 384
- Fair Labor Association 公平劳动协会 109

- gendered work: home, work and space in the labour market 性别化工作:劳动力市场中的家庭、工作与空间 369-70
- valuing 估价 362-3,364
- Hollywood 好莱坞 138-9
- industrial restructuring(1970s) 产业重组 73
- influence on international institutions 对国际制度的影响 219
- Internet 互联网 127
- ISO 9000 国际质量管理标准 112
- labour 劳动力,劳动 260,261
- strike action 罢工行动 274, 277-8
- workfare system 工作福利系统 264
- New Deal strategy 新政战略 71
- New York City, *see* New York City 纽约市
- Route 128, Massachusetts 马萨诸塞州的 128 公路 341-3
- Silicon Valley, *see* Silicon Valley 硅谷
- State: CNOOC's bid for Unocal 国家:中海油收购加州联合石油公司 187-8
- downscaling 尺度降低 213,215-16
- economic policies 经济政策 197
- global economy, shaping of the 全球经济的塑造 191
- market regulation 市场管制 194
- Neoliberalism 新自由主义 203,204
- origins 原产地 200-1
- public goods and services 公共物品与服务 199
- Treasury Bills 短期国库券 193
- television coverage of Niger famine 对尼日尔饥荒的电视报道 3-5,7-8,11,20-1
- transnational corporations 跨国公司:
- agglomeration 聚集 239
- production in Mexico 在墨西哥生产 234
- uneven development 不均衡的发展 73,77,81-2
- Wall Street 华尔街 22-5
- United Steelworkers of America(USWA) 美国钢铁工人联合会 277-8
- United Students Against Sweatshops (USAS) 反血汗工厂学生联合会 108
- universalism in economic orthodoxy 正统经济学中的普适主义 10
- modernization theory 现代化理论 63
- Unocal (美国)优尼科公司(加利福尼亚联合石油公司) 187-8
- unpaid work, and gender 无报酬工作,性别 352-3,355
- untraded interdependencies within clusters 集群内不可交易性互相依赖 139-43
- upgrading strategies in global commodity chains 在全球商品链中的升级战略 98-9
- upscaling process, economic governance 经济管治的尺度上升 210-13
- upscaling worker action 工人运动的尺度上升 277-8
- urban entrepreneurialism 都市企业主义 215-16
- urbanization economies 城市化经济 137,143
- urban scale 城市规模
- capitalism 资本主义 72,75
- retailing 零售业 296-300
- Uruguay 乌拉圭 255
- utility, economic 经济效用 40
- value 价值
- of gendered work 性别化工作的 362-6
- geography of 地理 63-5
- capitalism 资本主义 66-7 69,75,82
- colonialism 殖民主义 82-3
- of natural resources 自然资源 163
- Vancouver 温哥华(加拿大) 392
- vertical disintegration 垂直解体 137,138
- vertical integration, transnational 跨国垂直整合 232,233
- BMW 宝马汽车 233-5
- Vivendi/Générale des Eaux (法国)威望迪水务公司 168
- Volkswagen 大众汽车 322
- wage levels, gender issues 工资水平,性别议题 357, 362-3, 365,366
- Wales 威尔士 79

- See also* Great Britain; United Kingdom 参见大不列颠, 英国
- Wall Street 华尔街 22-5
- Wal-Mart 沃尔玛
 commodity chains 商品链 87-8, 100, 102
 international expansion 国际扩张 294, 295
 size 规模 293
- warfare 战争 81
- Washington Consensus, *see* neoliberalism 华盛顿共识, 见新自由主义
- waste disposal 垃圾处理 160-1
- water privatization 水的私有化 168-70
- weak states 弱小国家 202, 203, 207-8, 209
- wealth generation 财富的生产 63-5
 capitalism 资本主义 66, 67, 69, 75, 82
- welfare states 福利国家 201, 202, 205
- Wipro (印度) 惠普罗公司 130
- women, *see* gendered economic geographies 妇女, 性别化的经济地理
- Worcester, Massachusetts 马萨诸塞州的伍斯特 369-70
- worker cooperatives 工人合作社 255
- worker-management councils 工人管理委员会 263
- workfare systems 工作福利系统 264
- workplace relations 职场关系 338-9
- workplaces, gendering of 职场的性别化 358-60, 366-7
- Word Bank 世界银行
 economic governance 经济管治 211-12
 establishment 机构 44, 50, 211
 Fordism 福特主义 132
 neoliberal states 新自由主义国家 204
 Niger's poverty 尼日尔的贫困 9
 uneven development 不均衡发展 63
 weak and dependent states 弱小及依赖型国家 207, 208, 209
- World Economic Forum 世界经济论坛 250
- World Social Forum 世界社会论坛 250
- World Trade Organization (WTO) 世界贸易组织
 anti-globalization movement 反全球化运动 250
 commodity chains 商品链 105
 economic governance 经济管治 212-13
 uneven development 不均衡的发展 63
- Xerox (美国) 施乐 330-2
- Yahoo (美国) 雅虎 120
- Yili Electronics Group (中国) 亿利电子集团 88
- Zambia 赞比亚 114
- Zanon Ceramics (阿根廷) 赞农陶瓷公司 255
- Zurich (瑞士) 苏黎世 146