

---

# 中国公司地理研究进展及特色凝练

李小建<sup>1, 2</sup> 胡雪瑶<sup>11</sup>

(1. 河南大学黄河文明与可持续发展研究中心/地理与环境学院,

中国河南 开封 475001; 2. 河南财经政法大学城乡协调发展河南省协同创新中心/

河南省城乡空间数据挖掘院士工作站, 中国河南 郑州 450046)

**【摘要】:** 中国改革开放后, 公司在经济活动中的作用越来越重要。1990 年代学者引入公司地理研究并不断深入。文章基于 1990—2020 年 CNKI 数据库中文核心期刊论文, 从研究作者、研究范式、研究内容等方面梳理了国内公司地理的发展, 总结了相关研究特点。30 年来在公司地理研究范式上, 形成研究主体多元化、研究层次多尺度化和研究方法多样化的特征。研究内容侧重于公司区位选择与迁移、公司空间增长与扩张、公司空间网络和公司—区域关系等四个公司空间发展的关键问题。在研究中, 注重中国实际, 在公司空间格局的政府影响、人际关系效应、农村工业企业发展、地理环境影响差异等方面形成中国特色。公司地理取得的丰富成果来源于相关学者和研究团队的不懈努力, 然而作者之间的合作网络呈现总体分散、局部集中的状态, “学缘”关系下的合作较为突出。在未来研究中, 公司地理研究要基于新发展理念与时俱进, 进一步突出中国发展特色, 强化在经验研究基础上的理论凝练, 注重研究方法的多样化, 尤其注重大公司的案例解剖。

**【关键词】:** 企业 公司地理 中国特色 研究进展 CiteSpace

**【中图分类号】:** F276.6 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 1000-8462 (2021) 10-0033-09

20 世纪前半叶, 经济地理学注重规范性的区位分析。这种研究主要从经济活动区位选择中的一些基本命题出发, 演绎推理出结果。由于经济人及其他理论假设与现实有一定的差距, 伴随着 1960 年代行为主义地理学兴起, 学者们开始关注决策者行为对区位的影响。这种对公司个体决策的关注及 1950 年代以后大型公司、跨国公司的快速增长, 促成了 1960 年有关学者在论文中提出公司地理相关概念<sup>[1]</sup>。

公司地理 (Geography of Firms) 早期也被称作企业地理 (Geography of Enterprise)。之后, 为了强调与传统工业区位研究中的单区位企业的不同, 学者们开始注重多区位公司的研究。我们认为, 早期的区位论研究已经涉及单工厂企业的区位问题, 多区位企业常以公司形式出现, 公司地理比企业地理更突出了现代多区位及跨国公司的新地理特征。此外, 公司作为重要的现代企业组织形式, 在区域经济发展、技术创新、制度创新等方向起着非常重要的作用。因此, 我们倾向用“公司地理” (Corporate Geography) 概念。

---

<sup>1</sup>**作者简介:** 李小建 (1954-), 男, 河南孟津人, 教授, 博士生导师, 国际欧亚科学院院士, 研究方向为经济地理学。E-mail: xjli@henu.edu.cn; 胡雪瑶 (1993-), 女, 河南滑县人, 博士研究生, 研究方向为人文地理。E-mail: dilihxy@163.com  
**基金项目:** 国家自然科学基金项目 (41971223); 黄河文明省部共建协同创新中心/黄河文明与可持续发展研究中心重大项目 (2020M18)

1980年代后期,国内一些从事经济地理工作的人开始关注公司地理。1990年李小建在博士论文中论述了公司活动与区域工业发展关系<sup>[2]</sup>,之后两年,王缉慈<sup>[3]</sup>、费洪平<sup>[4]</sup>等从不同角度对公司地理做了介绍和研究。随着中国市场体制的不断改革,公司地理逐渐得到国内相关学者的广泛关注,并开展了结合中国实际的公司地理研究,包括跨国公司、乡镇企业、国有公司、外商投资公司等各种类型公司的发展过程及空间格局、公司在城市化与区域发展中的作用、人际关系和政策等对公司行为的影响等相关研究,且研究内容逐渐深入。这些研究丰富了国际公司地理研究内容,同时对公司发展及区域政策制定具有实践意义。进入21世纪,随着中国市场经济发展,公司自主性不断提高,在经济活动中的地位越来越重要,公司地理研究案例日益多样,研究内容展现出了许多新的变化,中国特色的研究逐渐突出。为此,本文结合CiteSpace对中国公司地理相关文献进行统计,分析中国公司地理发展特点,总结主要研究内容,突出中国研究特色,期望为后续公司地理研究提供借鉴和启示。

## 1 研究方法与数据来源

CiteSpace是用于数据挖掘和可视化的工具,通过关键词共现、作者和研究机构合作网络、聚类等功能实现文献的计量分析,直观呈现相关领域研究热点和文献之间潜在的知识联系<sup>[5]</sup>。2007年被引入国内,在地理各分支领域得到广泛运用,如旅游、金融、乡村等领域。本文利用CiteSpace对作者和关键词共现分析,结合文献,总结公司地理发展特点和研究主题。

本文统计数据来源于中国知网,由于公开发表的成果始于1990年,确定检索时间范围为1990—2020年。鉴于国内研究中并没有将“公司”与“企业”严格区分开来,有些刊物论文公司研究仍以“企业”为主题词,故检索中将“企业”也列入,检索主题词为“公司”or“企业”。选择《地理学报》《地理研究》《地理科学》《经济地理》《人文地理》等35种核心期刊。在文献选择中剔除书评、会议介绍及不相关文献,得到2201篇研究论文。

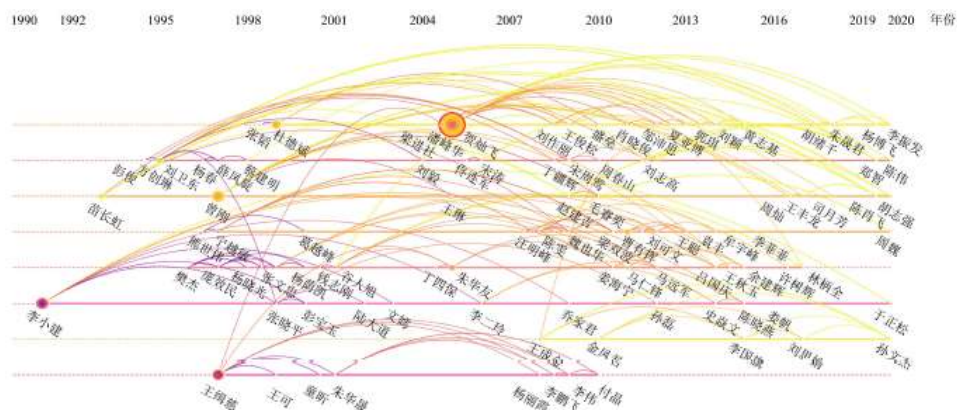
## 2 公司地理研究特征

### 2.1 研究作者分布

运用CiteSpace对获取的文献进行作者共现分析,分析时间为1990—2020年,时间切片为3a,阈值设为top30,可得到国内公司地理研究作者共现网络时间线图(图1)。

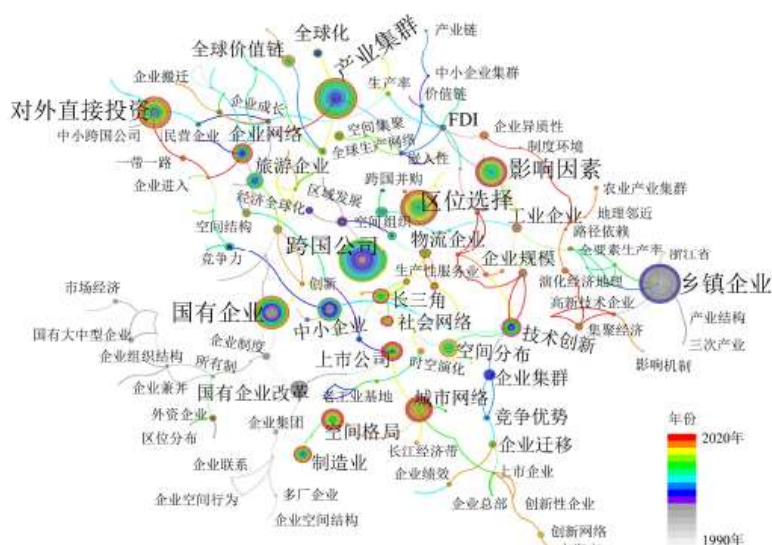
自公司地理被引入国内后,其研究取得了丰富的成果,这离不开相关学者和研究团队的不懈努力。从节点大小可以看出,贺灿飞、曾刚、李小建、王缉慈等是公司地理研究的核心作者。从时间线看,李小建是国内公司地理研究最早的学者。李小建1990年的博士论文及1991年的系列成果系统地分析了公司地理与工业地理的关系,公司地理研究特点和内容以及我国开展公司地理研究的重要意义,将公司地理引入国内研究领域<sup>[2,6,7,8,9]</sup>。他在后续研究中关注中国特色的公司地理研究,出版专门著作,提出公司扩张的“通道扩张”模式和“企业组织—区域”研究理论<sup>[10]</sup>。与此同时,王缉慈团队在教学和研究工作中也开始关注企业(公司)的行为,探讨了企业的集聚、扩散、衍生以及异地发展等<sup>[11,12,13]</sup>。曾刚团队关注于高新技术企业、电子信息与生物医药企业、装备制造业企业等各种类型企业创新网络、企业集聚效应、企业网络组织等<sup>[14,15,16]</sup>。贺灿飞团队主要关注于从新经济地理学和演化经济地理学视角分析公司扩张、区位选择、跨国并购等空间行为以及与区域发展的关系<sup>[17,18,19]</sup>。

总体而言,依据导师与学生之间、同事之间和同学之间的“学缘”关系,作者之间的合作较为密集,而依据跨区域、跨机构的“地缘”关系,作者之间的合作联系较少。公司地理研究作者合作网络呈现总体分散、局部集中的状态。重视跨区域和跨团队的学者之间的交流与合作,不论对团队突破自身发展还是对丰富公司地理研究领域都具有很大必要性。



## 2.2 研究范式的转变

为了分析 1990 年以来中国公司地理研究特点,运用 CiteSpace 对获取的文献进行关键词共现分析,分析时间 1990—2020 年,时间切片为 1a,阈值设为 top50,可得到国内公司地理关键词共现图谱(图 2)。由图 2 可知,公司地理作为研究的微观主体,关键词呈现多样化,并且随着时间的变化研究特点也发生改变,本文从研究主体、研究尺度和研究方法三个方面具体阐述公司地理研究范式的转变。



### 2.2.1 研究主体多元化

1990 年代以来,随着国内市场化程度提高和更多的公司(企业)参与到全球生产网络中,公司兼并、投资、控股等活动日益活跃,通过横向联合或纵向延伸发展迅速,成立了越来越多的各种形式、各种规模的企业集团或企业群体,成为驱动社会经济发展的重要力量。同时,公司地理对公司行为主体的研究也逐步深化和多元化,除以前侧重的国有企业、乡镇企业研究外,集体

企业、民营企业、中外合资企业、跨国公司研究日益增多（图 2）。从类型上看，公司地理研究初期主要侧重对大型生产公司如钢铁、汽车等公司的研究。进入 21 世纪，商业、服务业等领域成为学者们的关注对象，肯德基、麦当劳、星巴克等跨国餐饮公司，连锁超市、大型购物中心等新型零售业公司以及金融、快递物流、会展业、酒店等新型服务业类公司都成为研究主题。近年来，现代电子交易手段凭借强大的便利性能已被人们普遍认识和接受<sup>[20]</sup>，美团、当当等各种网络平台公司成为重要研究对象。各种类型公司的空间行为特点、空间区位与布局、增长的空间差异性和演变机制以及公司间的联系等有效地拓宽了公司地理的研究范围。

### 2.2.2 研究层次多尺度

公司作为微观主体在经济地理格局塑造中发挥着重要作用，许多经济地理学者以公司为研究对象，反映所在区域的社会经济发展特征与规律，研究尺度不断拓宽，从区域内转向区域间，从单一尺度转向多尺度研究。主要表现在全球、国家、区域、省域、城市等尺度：(1) 全球范围内的跨国公司投资、国家间的产业转移和合作带来的公司区位选择和迁移、依据全球生产网络以及全球生产链和价值链的公司行为研究、国内企业的境外投资等成为全球尺度范围内公司地理研究的主要内容。(2) 国家尺度上，主要关注产业集群、国家范围内某行业类型公司的空间组织、公司发展的路径依赖和演化。(3) 在区域尺度上，城市群范围成为研究的热点区域，主要集中在长三角、珠三角和京津冀等经济圈。研究的公司主要属于金融、物流等高级生产者服务业以及高新技术产业、战略新兴产业等高效产业类型。(4) 省域范围内不同行业类型公司的空间分布与集聚、省域范围内的公司迁移、中小企业区位选择等。(5) 城市尺度上，关注公司的植根性、城市内部产业园区和开发区公司发展情况以及基于公司联系的企业网络研究等。

### 2.2.3 研究方法多样化

1990 年代初期，中国公司地理主要关注于引入和介绍国外公司地理有关理论。1990 年代中期以来，一方面，GIS 和遥感技术的广泛运用，尤其是近年来大数据等数据来源多样化，定量分析得到许多地理学者的青睐；另一方面，行为分析、制度环境和社会文化分析等定性研究又重新被重视。这使得公司地理研究方法呈现多样化、综合化和不同观点之间的有益交流。主要表现在：(1) 基于 GIS 的空间自相关、核密度估计、地理加权回归等空间分析方法测度公司的空间分布、集聚与扩张等经济地理现象和过程。(2) 运用模型分析或模拟公司活动的结果、过程及运行机理。Logistic 回归模型、泊松模型、双重差分估计模型、指数随机图模型等模型算法得到运用。(3) 引入社会学、物理学等学科研究方法。如将社会网络分析方法运用到公司网络研究当中。(4) 另外，由图 2 可知，公司地理研究还受演化经济地理学和新经济地理学的影响，有学者以相关理论为出发点设计自己的研究思路和框架，如公司发展的嵌入性、路径依赖性等。

## 3 公司地理基本内容研究进展

公司地理研究中，有一些核心理论问题，如公司扩张和迁移中如何选择区位，公司从发源地向外扩展中遵循什么规律？多区位公司发展与所在区域发展交错关系的本质及其共赢策略；公司内、公司间联系网络的变化及趋势，等等。这些也是近 30 年中国公司地理研究的关键问题。

### 3.1 公司区位选择与迁移

公司地理是公司区位决策的综合体现<sup>[21]</sup>。按照传统观点，公司进行区位决策时需要权衡生产成本、市场占有、公司整体策略等各项因素，以尽可能实现公司自身效用的最大化为目标。按照这一原则，邻近资源、劳动力和土地等成本因素、市场规模和增长潜力、集聚经济、制度因素等方面成为影响公司决策的重要因素。然而，随着信息和通讯技术的运用，传统因素对区位选择影响力有所下降<sup>[22]</sup>，信息、社会和文化等因素使得区位因子呈现“软化”趋势<sup>[23]</sup>。如个人关系、语言和文化背景在港澳投资区位选择中扮演着重要角色<sup>[24]</sup>。具体到不同行业企业看，除涉及到制造业、资本密集型企业、互联网公司、上市公司等<sup>[25, 26, 27, 28]</sup>类型的

区位研究外,生产性服务业企业区位研究逐渐增多,如商务会展、快递物流等该类企业通常选择在内外交通便利的枢纽或节点区位<sup>[29,30]</sup>。近几年,新的经济业态形式层出不穷,网络技术和创新的倡导带来的网络零售企业、新创企业等成为研究的对象<sup>[31,32,33]</sup>。学者们注意到,随着公司内部策略的调整和越来越多参与到全球生产网络中,为寻求最佳区位和谋求新发展空间进行的公司迁移活动越来越频繁<sup>[34]</sup>。公司迁移的影响因素,包括公司发展、政府政策、环境变化及社会经济因素<sup>[35]</sup>以及公司区位迁移对公司自身和地区带来的效应都是公司区位迁移的重要研究方向<sup>[36,37]</sup>。

### 3.2 公司空间增长与扩张

公司通过内部发展和外部兼并等策略,实现规模的增长,使公司向多厂、多区位方向演变,这过程中常常伴随着公司空间范围的扩张<sup>[6,38]</sup>。公司空间扩张既是一种经济现象,又是一个组织行为,依赖于组织的决策行为、内外网络发展和整体战略<sup>[39]</sup>。国外的学者研究认为,地理现象存在接触扩散和等级扩散的特点,公司空间扩张也遵循这两个规律<sup>[1]</sup>。基于此,中国学者也结合具体案例进行了许多的实证研究,然而,中国环境下公司呈现的特殊扩张规律更值得关注。学者们对中国“一拖”、上海大众等公司进行研究,发现中国公司沿着产业联系、人际关系、体制根植形成的“通道”进行空间扩张,进而提出了“通道扩张”模式<sup>[10]</sup>。

公司经营范围的扩张是实现规模经济、降低经营风险的重要公司行为<sup>[40]</sup>。在扩张过程上,不同所有制及不同行业类型的公司表现出相异的格局和演进轨迹<sup>[41]</sup>。随着市场化程度的提高,上市公司、金融公司、快递公司、网上零售企业等研究主体日益呈现多样,甚至不再仅仅局限于本国国内的扩张,开始研究本国公司在国际上的扩张<sup>[42]</sup>。这些研究,既有利于掌握转型期公司空间布局的现实需求,也有利于丰富公司空间扩张的案例研究。近年来,信息技术、交通的革新带来了时空距离的压缩和要素的重构,更加刺激了公司的空间扩张<sup>[43]</sup>。

### 3.3 公司空间网络

全球化、信息化背景下,公司(企业)网络成为公司空间组织联系的新形式之一<sup>[44]</sup>,是一种介于市场和等级组织之间的中介形态,可通过改变交易成本、信息不对称状态以及网络结构影响地域空间结构<sup>[45]</sup>。随着数字信息时代的到来,网络关系逐渐成为企业获取信息和技术的重要渠道<sup>[46]</sup>,同时也是企业获取集聚竞争优势的重要来源之一<sup>[47]</sup>。1990年代中后期,公司及其根植的网络关系成为公司空间组织研究的重要领域<sup>[48]</sup>。主要研究内容体现在公司网络组织、公司网络与城市网络、公司网络与全球化—地方化关系等。

公司网络组织聚焦于网络类型与发育程度、网络结构及影响因素等方面。例如,在物流行业中,公司网络由企业组分网络和物流运营网络组成<sup>[49]</sup>,网络紧密度随着省—市—县尺度的减小而下降,网络组织的互惠性、扩张性、传递性、中介性及闭合性等推动了网络结构的复杂化<sup>[50]</sup>。在城市网络研究方面,大量的研究通过公司网络揭示城市网络格局。有学者根据上市公司500强企业网络研究发现,近10年中国城市网络关联度显著增强,经济规模、政治权力、知识资本、网络设施积极促进了中国城市网络空间结构的演化<sup>[51]</sup>。此外,相关研究认为经济全球化背景下,以企业为主导的地方生产网络是全球化力量和地方化力量共同作用的结果<sup>[52]</sup>。如有学者认为农业企业受到本地网络和全球网络的双重嵌入,而且全球网络能够加强嵌入企业的关联强度、网络构建能力和网络协同能力<sup>[53]</sup>。

### 3.4 公司—区域关系

经济地理学肯定空间和位置在塑造经济活动转变中的重要作用,这种转变会对地方、区域、国家甚至全球范围内产生广泛的影响<sup>[54]</sup>。然而在具体研究中常常将这两者割裂开,要么关注于特定的企业经济活动要么关注于特定的区域。李小建认为从两者的关系入手才能够更好地解决经济活动和地域之间的相互联系。基于此思路,1991年,他提出了“企业组织—区域”研究视角,即将区域视为一个整体,先揭示区域变化,然后分析引起区域发生变化的公司变化,最后揭示公司行为与工业结构和区域变化的

关联<sup>[8]</sup>。随后，费洪平基于公司内部组织结构与外部环境的相互关系，总结归纳了公司不同功能单元的区位模式<sup>[55]</sup>。

公司的进步或衰退在一定程度上会影响或改变区域发展状况。1978 年实施国有企业改革以来，中国“一拖”的成功改革增强了对所在地区经济发展的作用<sup>[56]</sup>。而企业自我发展能力弱成为导致东北老工业基地产业空洞化的因素之一<sup>[57]</sup>。同样，公司处于动态变化的区域环境中，更易受到环境力量的作用。例如，上海在承接跨国公司投资时，由于经济实力强于其他地区，在与跨国公司讨价还价时的能力也强于其他地区，随着时间的推移，跨国公司的持续投资和本地化程度不断提高，使上海成为最受欢迎的外国投资地点之一，反过来又增强了上海的经济实力<sup>[58]</sup>。

## 4 中国特色的公司地理研究

在公司地理研究中，学者们逐渐立足中国实际，解释中国特殊的公司地理现象，如政府对公司区位选择和迁移的影响，人际关系在公司投资等行为的特殊作用，中国乡村工业企业的发展转型以及不同环境影响下公司发展差异等方面。

### 4.1 政府对公司空间格局的影响

中国政府与公司活动区位关系为公司地理研究提供了独特的视角。各地政府的竞争使公司扩张和区位选择成为政府和市场共同作用的行为<sup>[59]</sup>。计划经济时期，政府基于国防安全和扶持内陆发展考虑，先后在“三线”地区兴建一大批工业企业，但是多数企业效率较低，对区域经济发展带动能力有限<sup>[60]</sup>。改革开放后，企业为了发展需求，纷纷向东部地区搬迁，如上海大众原本部分的供应商分布在贵州山区，为了满足即时供货的需要，纷纷向上海及周边地区迁移和聚集<sup>[61]</sup>。在计划经济时，国有企业对区域经济发展具有十分重要的作用。但改革开放后其影响不断减弱，为此，围绕着市场纷纷进行国有企业改革，并产生不同区域经济效益<sup>[62]</sup>。政府与其他大型企业关系中，研究表明政府强有力的支持决定了富士康的投资区位选择<sup>[63]</sup>。同样，中国企业在进行对外投资中，发展中国家政策及制度供给是企业 R&D 投资考虑的主要因素<sup>[64]</sup>。

### 4.2 人际关系效应

中国公司投资、区位选择等行为常常会受到个人、公司、国家等多方面社会关系的影响。香港对大陆初始投资区位主要集中在广东，这是由于在初始区位决定中通过亲属、朋友和熟人关系了解当地有利的区位因素，减少交易成本<sup>[24]</sup>。在集群创新中，集群企业及各创新主体间组成的邻近关系网络对蔬菜产业集群创新作用强于地理邻近作用，且多元关系邻近有利于消除过度的地理邻近、单一关系邻近造成的创新锁定<sup>[65]</sup>。关系效应在公司整个发展过程中都具有较为重要的作用。如上海服装企业中的宁波籍“红帮师傅”利用关系网络，为宁波乡镇服装企业带来了大量的加工业务和技术指导，成为上海服装企业把加工业务向外转移给宁波服装企业的关键因素<sup>[66]</sup>。关系影响下的公司经济活动使得中国在对外投资时也呈现了特殊的二元性，在进行顺向对外投资时，中国企业依然主要利用传统优势进行海外投资，而在进行逆向投资时，中国企业通常会选择利用与竞争对手、政府、供应商和分销商等的关系优势来弥补在投资过程中的劣势条件<sup>[67]</sup>。

### 4.3 农村工业企业发展与转型

改革开放初期，农村工业企业布局在农村社区，利用“制度区位”优势降低企业生产和经营成本<sup>[68]</sup>。企业间通过资源—加工联系、农产品—加工联系、零部件与半成品联系、资金联系以及技术联系等，有效促进了农村工业发展<sup>[69]</sup>，到 1990 年代初期，已经成为中国农村经济发展的主体力量，并且在政府的主导下呈现集聚趋势<sup>[70]</sup>。数量很少的一部分企业壮大成为大型集团公司，逐渐向大城市集聚；而大量的中小企业则倾向于布局在生产条件好的城镇或工业小区，形成中小企业集群<sup>[68]</sup>。中小企业集群作为企业集群的一种，除了具有规模经济、分工经济和网络联系等共性的竞争优势来源外，也具有一些特殊性的竞争优势来源<sup>[71]</sup>。偶然因素<sup>[72]</sup>、人情化的非正式联系<sup>[73]</sup>、企业根植性<sup>[74]</sup>等在企业集群提高竞争实力中也起到非常重要的作用。许多学者认为，浙江省是农村工业企业带动经济发展的典型案例，其乡镇企业虽然从事的主要是轻工、小商品等行业，但依靠产业集群，具有很强的产

业竞争力<sup>[75]</sup>，在经济全球化背景下，由于对市场的快速适应和对客户的全方位满足为产业集群螺旋式升级到更高层次提供了机遇<sup>[76]</sup>。

#### 4.4 地理环境影响差异

由于中国人口和资源环境区域差别较大，而不同类型的公司对资源环境的依赖程度不同，这为公司地理提供了特殊背景。总的来说，高新技术企业、上市企业等对资金、技术依赖性较高的企业倾向于分布在经济发展水平高的东部沿海地区<sup>[77,78]</sup>，而资源密集型、劳动力密集型等企业主要分布在中西部地区<sup>[79]</sup>。地区的社会发展传统、资源禀赋等因素成为企业空间布局的重要因素。如农业龙头企业更多地分布在农业规模较大的省域，如山东、河南、四川和河北等省培育了更多的龙头企业<sup>[80]</sup>。中华老字号企业主要集中在华北和东部沿海地区，其中资源禀赋与发展基础起着基础性影响<sup>[81]</sup>。更普遍地，中国企业的空间分布、产业转移与人口分布、流动有密切关系。全国尺度下，中国 A 级物流企业主要分布在人口密度较高的“胡焕庸线”东南地区，且呈现东中西“梯度化”减少的特征<sup>[82]</sup>。制造业中，产业转移重心与人口迁移重心方向由偏离转向趋同，其中技术密集型制造业与迁入人口重心距离最近，其次是劳动密集型和资本密集型制造业<sup>[83]</sup>。

## 5 结论与展望

### 5.1 结论

本文基于 CNKI 数据库中文核心期刊论文，分析了 1990 年代以来国内公司地理的发展，总结了研究的特点，并利用 CiteSpace 进行了可视化分析，得出以下主要结论：(1) 公司地理研究取得了丰富的成果离不开相关学者和研究团队的不懈努力，贺灿飞、曾刚、李小建、王缉慈等是公司地理研究的主要核心作者，形成各具特色的研究。总体上，作者之间的合作网络呈现总体分散、局部集中的状态，依据导师与学生之间、同事之间和同学之间的“学缘”关系，作者之间的合作较为密集，而依据跨区域、跨机构间的“地缘”关系，作者之间的合作联系较少。(2) 公司地理作为研究的微观主体，并且随着时间的变化研究范式也发生改变。研究主体上逐步深化和多元化，从侧重国有企业、乡镇企业研究到集体企业、民营企业、中外合资企业、跨国公司、网络平台公司等多样化主体；研究尺度上不断拓宽，从区域内转向区域间，从单一尺度向多尺度研究进发，全球、国家、区域、省域、城市等多尺度呈现；研究方法上，GIS 空间分析手段、地学建模、社会网络、行为分析等多样化方法得到广泛运用。(3) 基本研究内容丰富，侧重于公司区位选择与迁移、公司空间增长与扩张、公司空间网络和公司—区域关系四个方面，为公司和区域发展提供了实践支持。(4) 在公司地理研究过程中，一些学者立足中国特色视角，关注中国特色经济发展背景下公司的行为，在政府影响、关系效应、农村工业和环境影响差异等方面获得了一些有价值的研究成果，丰富了国际上关于公司地理研究的内容。公司研究的具体成果，对国家、企业政策制定，尤其是对企业发展战略，具有重要参考作用。这些持续研究，逐渐形成了经济地理学中的公司地理方向。通过研究领域向公司和企业拓展，也扩大了经济地理学人才培养的范围。

### 5.2 展望

1990 年代以来，我国经济地理工作者与时俱进地对不同类型的公司进行了较为深入的研究，包括国有企业、乡镇企业、跨国公司、制造业公司、快递服务公司等。这些研究成果不仅在实践上为公司空间拓展和国家决策提供参考意见，而且在相关理论上也取得了相应的创新，丰富了国际上公司地理的研究，显示了学者对中国公司独特发展的洞察力和解释力。在此过程中，以 GIS 为主的空间实证分析仍是主流方法，且已形成自身特色；结构分析、人本分析、质化研究等定性方法也逐步获得运用。然而，也有以下几方面值得我们思考：首先，中国公司地理发展背景具有独特性，如政府政策、人际关系在公司发展过程中的特殊影响。中国公司地理研究学者需突出中国特色公司地理研究角度，加强国际交流，逐步培育中国流派。其次，国内公司地理仍然是偏实证轻理论，基于不同尺度和不同类型公司的研究得出的结果相对分散，很难形成普适共性的结论，需突出理论凝练、总结一般规律，进一步提高理论水平。最后，在研究方法方面，尽管我们看到越来越多的方法被接受和运用，但学术期刊依然偏重模型分析的文章，为能够使研究贴近现实，反映公司行为机理，在研究中应该重视尤其是大公司案例的细致剖析。

---

## 参考文献:

- [1] 李小建. 公司地理论[M]. 北京: 科学出版社, 1999.
- [2] 李小建. 工业变化与公司活动: 澳大利亚工业地理研究[D]. 天津: 南开大学, 1990.
- [3] 王缉慈. 关于企业地理学研究价值的探讨[J]. 经济地理, 1992, 12(4): 11-14.
- [4] 费洪平. 企业地理研究综述[J]. 地理研究, 1993, 12(1): 111-119.
- [5] 陈悦, 陈超美, 刘则渊, 等. CiteSpace 知识图谱的方法论功能[J]. 科学学研究, 2015, 33(2): 242-253.
- [6] 李小建. 公司地理的发展与主要理论浅析[J]. 地域研究与开发, 1991, 10(4): 14-16.
- [7] 李小建. 关于公司地理研究的几个问题[J]. 经济地理, 1991, 11(3): 42-46.
- [8] 李小建. 论工业变化的综合研究——以澳大利亚制造业为例[J]. 地理学报, 1991, 46(3): 289-299.
- [9] 李小建. 工业变化与公司活动的空间分析[M]. 北京: 科学出版社, 1991.
- [10] 李小建. 经济地理学的微观研究[J]. 经济地理, 2011, 31(6): 881-887.
- [11] 王缉慈, 宋向辉, 李光宇. 北京中关村高新技术企业的集聚与扩散[J]. 地理学报, 1996, 51(6): 481-488.
- [12] 王缉慈, 邓鸥. 从企业地理角度研究我国区域发展的一个分析构架[J]. 地域研究与开发, 1996, 15(4): 10-14.
- [13] 王缉慈, 宋向辉, 李光宇. 企业衍生: 北京新技术集聚体形成的重要特征[J]. 中国高新技术企业评价, 1995(6): 8-13.
- [14] 曹贤忠, 曾刚, 朱贻文. 上海高新技术企业创新结网影响因子实证分析[J]. 地理科学, 2018, 38(8): 1301-1309.
- [15] 王琳, 肖勤, 曾刚. 上海浦东新区电子信息与生物医药企业创新合作网络比较研究[J]. 地域研究与开发, 2005, 24(5): 34-37.
- [16] 叶琴, 曾刚, 陈弘挺. 中国装备制造企业合作创新伙伴选择——基于 2013 年中国工博会 249 家参展企业的问卷调查分析[J]. 地理科学进展, 2015, 34(5): 648-656.
- [17] 贺灿飞, 任卓然. 地方嵌入对在华外资企业出口市场多元化的影响[J]. 地理科学, 2021, 41(3): 369-379.
- [18] 贺灿飞, 肖晓俊. 跨国公司功能区位实证研究[J]. 地理学报, 2011, 66(12): 1669-1681.
- [19] 贺灿飞, 李振发, 陈航航. 区域一体化与制度距离作用下的中国企业跨境并购[J]. 地理科学进展, 2019, 38(10): 1501-1513.

- 
- [20]汪明峰, 卢姗. B2C 电子商务发展的路径依赖: 跨国比较分析[J]. 经济地理, 2009, 29(11): 1861-1866.
- [21]李小建, 王惠. 大公司投资区位的扩张演变规律[J]. 地域研究与开发, 2000, 19(1): 1-4.
- [22]邵挺. 经济地理与外资企业的区位选择[J]. 经济管理, 2010, 32(6): 39-46.
- [23]张林, 刘继生. 信息时代区位论发展的新趋势[J]. 经济地理, 2006, 26(2): 181-185.
- [24]李小建. 香港对大陆投资的区位变化与公司空间行为[J]. 地理学报, 1996, 51(3): 213-223.
- [25]曹宗平, 朱勤丰. 广东省制造业集聚与转移及其影响因素[J]. 经济地理, 2017, 37(9): 111-117.
- [26]王丹, 方斌, 陈正富. 基于社区尺度的互联网企业空间格局与演化——以扬州市区为例[J]. 经济地理, 2018, 38(6): 133-141.
- [27]吕卫国, 陈雯. 制造业企业区位选择与南京城市空间重构[J]. 地理学报, 2009, 64(2): 142-152.
- [28]吴波, 郝云宏, 魏立春. 中国上市公司总部迁移的动向与动因研究[J]. 经济地理, 2012, 32(12): 8-14.
- [29]千庆兰, 陈颖彪, 李雁, 等. 广州市物流企业空间布局特征及其影响因素[J]. 地理研究, 2011, 30(7): 1254-1261.
- [30]方忠权, 郭思茵, 王章郡. 会展企业微观集聚研究——以广州市流花地区为例[J]. 经济地理, 2013, 33(8): 91-96.
- [31]杨遴杰. 零售型电子商务企业配送中心选址模拟研究[J]. 经济地理, 2003, 23(1): 97-101.
- [32]段吕晗, 杜德斌, 黄筱箴. 上海互联网新创企业的时空演化及影响因素[J]. 地理科学进展, 2019, 38(3): 383-394.
- [33]陈肖飞, 韩腾腾, 栾俊婉, 等. 新创企业的时空分异与区位选择——基于中国汽车制造业的实证研究[J]. 地理研究, 2021, 40(6): 1749-1767.
- [34]张杰, 唐根年. 浙江省制造业企业时空迁移特征及驱动机理——基于县域尺度[J]. 经济地理, 2019, 39(6): 118-126.
- [35]梁育填, 李文涛, 姜超, 等. 基于多智能体方法的企业迁移空间决策机理的研究框架[J]. 经济地理, 2014, 34(4): 112-118.
- [36]朱华晟, 王缉慈, 李鹏飞, 等. 基于多重动力机制的集群企业迁移及区域影响——以温州灯具企业迁移中山古镇为例[J]. 地理科学进展, 2009, 28(3): 329-336.
- [37]李俊峰, 陶世杰, 高凌宇. 跨江发展下杭州市企业迁移空间模式及影响机制[J]. 地理科学, 2018, 38(1): 87-96.
- [38]费洪平. 多厂企业空间演化模式研究[J]. 地理科学, 1993, 13(4): 322-330.
- [39]李小建. 经济地理学(第三版)[M]. 北京: 高等教育出版社, 2019.

- 
- [40] 林柄全, 谷人旭, 孟浩, 等. 不同所有制整车企业空间扩张的对比研究——以华东地区为例[J]. 经济地理, 2019, 39(2):30-39.
- [41] 刘可文, 袁丰, 潘坤友. 长江三角洲不同所有制企业空间组织网络演化分析[J]. 地理科学, 2017, 37(5):651-660.
- [42] 胡国建, 陈传明, 陈丽娟, 等. 企业跨区域投资格局及其影响因素——以福建上市企业为例[J]. 经济地理, 2018, 38(9):138-146.
- [43] 王金杰, 李启航, 刘金铃. 高铁开通与企业经营空间的地理扩张——基于 2004—2018 年上市公司子公司地理信息的实证分析[J]. 经济地理, 2020, 40(8):114-122.
- [44] 刘艳艳. 西方企业网络理论研究综述[J]. 经济地理, 2011, 31(3):437-442.
- [45] 曾菊新, 罗静. 经济全球化的空间效应——论基于企业网络的地域空间结构重组[J]. 经济地理, 2002, 22(3):257-261.
- [46] 孙浦阳, 刘伊黎. 企业客户贸易网络、议价能力与技术追赶——基于贸易网络视角的理论与实证检验[J]. 经济研究, 2020, 55(7):106-122.
- [47] 郭思, 曾刚, 李刚. 基于企业网络组织的上海临港装备制造业集聚效应研究[J]. 经济地理, 2011, 31(2):277-283.
- [48] 李小建. 经济地理学中的企业网络研究[J]. 经济地理, 2002, 22(5):516-520.
- [49] 王成金. 中国物流企业的空间组织网络[J]. 地理学报, 2008, 63(2):135-146.
- [50] 周建平, 刘程军, 徐维祥, 等. 电子商务背景下快递企业物流网络结构及自组织效应——以中通快递为例[J]. 经济地理, 2021, 41(2):103-112.
- [51] 盛科荣, 王云靓, 樊杰. 中国城市网络空间结构的演化特征及机理研究——基于上市公司 500 强企业网络视角[J]. 经济地理, 2019, 39(11):84-93.
- [52] 马丽, 刘卫东, 刘毅. 经济全球化下地方生产网络模式演变分析——以中国为例[J]. 地理研究, 2004, 23(1):87-96.
- [53] 李飞星, 胡振华. 国际化农业企业全球网络嵌入、本地网络嵌入及竞争力之间的影响[J]. 经济地理, 2016, 36(7):122-131.
- [54] Dicken P, Malmberg A. Firms in territories:A relational perspective[J]. *Economic Geography*, 2001, 77(4):345-363.
- [55] 费洪平. 大型企业集团(公司)的空间组织研究[J]. 地理学与国土研究, 1995, 11(3):17-24.
- [56] Li X. The changing spatial networks of large state-owned enterprises in reform-era China:A company case study[J]. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 2002, 93(4):383-396.

- 
- [57]韩军, 李明珠, 黄宁辉. 东北老工业基地产业空洞化的形成机理[J]. 经济地理, 2005, 25(1):52-55.
- [58]Yeung Y, Li X. Bargaining with transnational corporations: The case of Shanghai[J]. International Journal of Urban and Regional Research, 1999, 23(3):513-533.
- [59]李小建. 中国特色经济地理学探索[M]. 北京: 科学出版社, 2016.
- [60]刘静. 我国企业区位选择与区域布局问题探讨[J]. 当代经济研究, 2010(7):54-57.
- [61]Li X, Yeung Y. Inter-firm linkages and regional impact of transnational corporations: Company case studies from Shanghai, China[J]. Geografiska Annaler B, 1999, 81(2):61-72.
- [62]李小建. 国有企业改革对区域经济发展的影响——以河南为例[J]. 经济地理, 1998, 18(3):1-7.
- [63]娄帆, 李小建, 陈晓燕. 大型劳动密集型企业快速扩张的区位分析——以富士康为例[J]. 经济地理, 2016, 36(2):102-108.
- [64]胡曙虹, 杜德斌, 范蓓蕾. 中国企业 R&D 国际化: 时空格局与区位选择影响因素[J]. 地理研究, 2019, 38(7):1733-1748.
- [65]史焱文, 李二玲, 李小建. 地理邻近、关系邻近对农业产业集群创新影响——基于山东省寿光蔬菜产业集群实证研究[J]. 地理科学, 2016, 36(5):751-759.
- [66]谭文柱. 社会关系嵌入与产业转移的区位选择——宁波服装业案例研究[J]. 地理科学, 2012, 32(7):835-839.
- [67]杨博飞, 朱晟君, 高菠阳. 基于文献视角的海外对华投资和中国对外投资的比较[J]. 经济地理, 2021, 41(5):122-133.
- [68]杨晓光, 樊杰. 20 世纪 90 年代中国乡镇企业变革及其地方效应[J]. 地理学报, 2008, 63(12):1268-1276.
- [69]李小建. 产业联系与农村工业化的企业分析[J]. 经济地理, 1993, 13(2):35-40.
- [70]乔家君, 许家伟. 社会物理学视角下中国农村工业时空演化——以河南省芝田村为例[J]. 地理研究, 2010, 29(11):2045-2058.
- [71]李小建, 李二玲. 中国中部农区企业集群的竞争优势研究——以河南省虞城县南庄村钢卷尺企业集群为例[J]. 地理科学, 2004, 24(2):136-143.
- [72]李小建, 葛震远, 乔家君. 偶然因素对区域经济发展的影响——以河南虞城县稍岗乡为例[J]. 人文地理, 2000, 15(6):1-4.
- [73]文嫣, 李小建. 非正式因素影响下的中小企业网络学习与区域发展[J]. 人文地理, 2003, 18(3):73-76.
- [74]朱磊. 浙江温岭市的中小企业群落研究[J]. 经济地理, 2002, 22(5):602-606.

- 
- [75]徐晓虹. 浙江经济发展奇迹及其原因探索[J]. 经济地理, 2012, 32(10):21-27.
- [76]江青虎, 颜清阳, 张慧. 全球化背景下产业集群的升级——以浙江慈溪、义乌、桐乡典型产业集群为例[J]. 经济地理, 2007, 27(1):41-45.
- [77]潘峰华, 刘作丽, 夏亚博, 等. 中国上市企业总部的区位分布和集聚特征[J]. 地理研究, 2013, 32(9):1721-1736.
- [78]肖凡, 任建造, 伍敏冬, 等. 21 世纪以来中国高新技术企业的时空分布和影响机制[J]. 经济地理, 2018, 38(2):27-35.
- [79]史进, 贺灿飞. 中国新企业成立空间差异的影响因素——以金属制品业为例[J]. 地理研究, 2018, 37(7):1282-1296.
- [80]熊友云, 张明军, 刘园园, 等. 中国农业产业化龙头企业空间分布特征——以国家级重点龙头企业为例[J]. 地理科学进展, 2009, 28(6):991-997.
- [81]马斌斌, 陈兴鹏, 陈芳婷, 等. 中华老字号企业空间分异及影响因素研究[J]. 地理研究, 2020, 39(10):2313-2329.
- [82]潘方杰, 万庆, 冯兵, 等. 中国物流企业空间格局及多尺度特征分析[J]. 经济地理, 2021, 41(6):97-106.
- [83]王国霞, 李曼. 省际人口迁移与制造业转移空间交互响应研究[J]. 地理科学, 2019, 39(2):183-194.