

微区位研究

白光润

(上海师范大学 城市与旅游学院, 上海 200234)

摘要: 提出区位研究的空间尺度问题,对宏观区位、中观区位、微观区位的主体和对象进行了界定,探讨了微区位的研究内容、方法论和研究意义. 指出微区位研究要特别重视 GIS 手段对城市自然、社会、经济背景的分析,重视微环境、空间意象、行为偏好的研究.

关键词: 微区位; 尺度; 微环境; 空间意象

中图分类号: F119.9 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-5137(2003)03-0079-04

区位理论自 1850 年杜能提出农业区位论以来已有 150 多年的历史,首先是在经济学界,其次是在地理学界产生巨大影响,尤其是在 20 世纪 60,70 年代现代地理学计量革命、理论革命兴盛的时期备受重视. 进入信息时代,学术界有人提出“无重量经济”、“距离死亡”等说法,传统的以距离、运费为核心的区位理论遇到了挑战,环境因素(自然环境、人文环境)越来越受到重视. 除此之外,还有一个非常值得重视的问题,那就是忽视区位的尺度观,只重视结构关系的分析,脱离时空条件去分析区位,采用物理主义方法论,陷入“一点世界”的局限,给区位论的实际应用带来困难. 本文试图从空间尺度入手,探讨微区位、应用区位的理论与方法,探讨区位理论与实践相结合的问题.

1 区位的尺度观

任何事物都有其时间和空间的属性,区位问题也不例外. 区位大体上可以分为宏观、中观、微观三个尺度.

不同尺度的区位其主体、对象空间范围和影响因素、制约机制都有很大差异,因而,研究方法也相应有所不同.

1.1 宏观尺度

区位选择对象的空间范围是国家或具有有别于所属国家的体制,能自主行使对外贸易权利的地区(如中国的台湾、香港、澳门); 区位选择的主体是跨国公司.

宏观尺度的区位问题主要的制约因素包括国家或地区的政治体制; 经济政策特别是贸易政策; 国际经济联系,在世界经济格局中的地位,所属区域经济集团; 资源条件,特别是土地、矿产资源状况; 经济社会发展水平; 劳动力状况; 文化背景等.

1.2 中观区位

区位选择对象的空间范围是城市和城市所辖的区域,区位选择的主体是国家的经济管理部门,企业集团和大型企业.

中观尺度的区位问题主要的制约因素包括城市的位置; 城市在国家中的地位、规模; 城市的社会经

收稿日期: 2003-06-02

作者简介: 白光润(1944-),男,上海师范大学城市与旅游学院教授.

济状况;城市与周边地区及其他城市的空间联系;城市基础设施;产业结构,城市地价水平;城市的环境状况;劳动力资源的潜力和劳动力价格、劳动力素质;城市的文化背景等。

1.3 微观区位

区位选择对象的空间范围是城市或城镇的街区;区位选择的主体是城市公共事业管理部门、企业、居民个人等。

微观尺度的区位问题主要的制约因素包括城市规划制约、人文环境、生态环境,产业事业关联、市内交通、街区地价、道路结构等。

微观区位还可以进行更细的划分,如街区位置确中更细的位置关系,如上坡还是下坡,左边还是右边,朝阳还是朝阴,弯路还是直路,道路内侧还是外侧,大型商场入口还是中间,等等。建筑物高度等,可以称得上微微区位。这些条件看上去很细琐,与传统区位的距离因素几乎不发生关系,但实际意义很大,商家、房地产商在这方面积累了丰富的经验。最近孙鹏、王兴中(2002)介绍了西方这方面的研究成果^[1]。笔者认为,总的看这也属于微区位范畴。

1.4 不同尺度区位之间的联系

微区位是事物的最后落脚点,任何区位都要落实到空间的具体地点,即某个国家或地区的某个城市的具体街区。中观、宏观区位是确定微区位的背景框架依据。例如麦当劳要进驻中国,首先要考虑中国的投资环境是否可行,然后再考虑在哪些城市布点,最后决定具体的店面设在城市的什么地方。从宏观、中观区位来讲,可能只考虑企业或事业布局于哪个国家、哪个城市,布局有多大数量。至于更具体在城市的哪个具体地方,这一般由下属企业去操作,下属企业的区位选择则不可能摆脱宏观、中观所确定的框架。

2 微区位的主要制约机制

2.1 结构机制

指微区位对象与更高层次区位的空间联系,如跨国公司某企业与跨国公司总部、本公司其他企业空间联系,分布是否均衡,供、产、销关系是否合理;某工厂、商店、事务所,在整个企业集团中,空间关系是否合理等等。

2.2 集聚机制

指微区位对象对所在空间的同类或相关企业(单位)的集中程度、规模效应,如商店布局在商业中心、商店街与布局在一般住宅区差异很大,高校布局在大学区与孤立布局其办学效益也有巨大差别。

2.3 关联机制

指微区位对象与相邻其他行业或事业单位的关系,是主从关系还是互补关系?是替代排斥关系还是相互依赖关系。这一点是传统区位论最容易忽视的,对微区研究却是最重要的。如日常生活经常遇到的鲜花店、水果店与医院的关联,文具店、书店与学校的关联,交通枢纽与宾馆、饮食店的关联,交通干道与汽车、汽配、汽修行业的关联等等。

3 微区位研究的任务

微区位研究可以分为两个方面:其一,任何微区位都是在城市这个平台上进行的,城市的空间、环境的结构、场势是所有微区位研究的背景基础,这是共性部分。其二,任何区位都与主体的自身性质有关,即商业区位、工业区位、住宅区位、办公区位各自不同,对微区位的个性研究是微区位研究的重要组成部分。

3.1 城市空间和环境背景研究

城市空间、环境背景研究包括4个方面:

(1) 城市的经济场势研究,如地价场势、居民收入场势,产业结构及其布局等。如最近许学强等(2002)运用GIS手段分析了集聚性、交通状况、人口分布等方面对广州市大型零售商业布局的影响^[2]。

(2) 社会文化分异研究,如职业、文化差异,种族、民族差异等。如穆尔迪(1995)从消费文化差异角度对商业空间分布进行研究。

(3) 环境分异研究,如生态环境差异,地貌、小气候,绿化程度差异,环境质量差异、水网、临海、亲水程度等。在住宅区位、办公区位的研究中尤为重要。

(4) 城市规划制约与限制。

上述研究可以应用GIS手段使之系统化、效率化。

3.2 区位个性研究

区位个性研究包括行业性质,行业在城市中的发展走势;行业的门槛限制、行业规模;行业自身的结构和相关市场结构,行业的地域关联(如文化产业与高校的联系,花店与医院的联系);区位主体的行为偏好(如城市上层人士对高品位商店的偏爱)等。从现今的微区位个性研究看,对零售商业微区位研究最多,对工业微区位、住宅区位的研究也有一定数量,但对其他方面微区位研究尚显不足。

4 微区位研究方法论

4.1 生态主义和环境主义

微区位是微观尺度上的研究,距离的意义明显淡化,环境的意义表现突出。周边的生态环境、景观、环境质量对区位选择影响巨大。另外,人文环境也具有突出意义,知识的集聚程度,文化素质、种族、民族特性、收入水平、消费水平;交通环境、商业环境等都对微区位选择具有重要意义。微区位研究对距离、对处于远距离的其他关联环节的联系并不重视,这一方面是生态、环境在现今的空间选择中其价值越来越重要,另一方面是这些问题在宏观、中观层次上已经得到了解决。

4.2 结构主义

微区位不仅受局部环境影响,更受深层次的城市地域结构影响、产业结构影响和行业内部结构影响。在结构中分析微区位的影响机制是微区位研究的重要方面。如贝里(1963)就提出中心、带状、专业化地域的商业区位地域类型;赫夫(1964)提出商业引力模式;戴维斯(1972)提出中心商业地区空间融合模型;森川杨(1981)提出商圈理论。现今,主要集中在中心商业区的结构研究,对其他类型商业结构研究明显不足。

4.3 人本主义与个性研究

不同行业的微区位有各自的特性,空间特征以主体不同而不同,不存在超脱于主体的共同的区位理论。区域环境、空间研究只不过是提供微区位的研究背景,不能代替具体的区位研究。个性研究仍没有失去它的价值光辉。通过众多实际案例研究的积累,提高微区位的研究水平,这是研究的主体路线。近年来兴起的MBA,MPA教育与研究,充分显示了个性方法论的魅力。以往用物理学方法研究的工业、农业、城市区位模型,虽然在总体上、宏观上仍不失其指导意义,但对于微区位来说则与实践脱节、实用性差,需要大量个性研究补充。尤其是因为区位主体的行为偏好不同,对区位的选择不同,重视人的区位选择的研究,成为微区位研究的重要方面。如住宅区位研究,忽视个人行为偏好研究是难以得出符合实际的结论的。西方国家在微区位研究上重视空间行为感知分析^[1],提出兴趣引力(吸引力、新奇性、方便性)的问题。奥克里(1981)研究出行行为对高订货和低订货购买的影响^[1],这些都表现为区位研究的人本主义倾向。

5 微区位研究的意义

区位选择是企业、政府、城市管理部门乃至居民个人行为的重要组成部分,在现实生活中几乎每一

天都在发生,但是这些行为都是建筑在经验之上,缺乏理论指导和系统研究,甚至至于风水福荫说盛行,充斥封建迷信的糟粕。微区位研究就是应用区位研究,尤其是在信息化的今天,3S技术的发展更为城市背景平台研究提供可能。

5.1 使区位选择行为从经验提升到理论,实现区位研究的科学化、效率化、系统化

通过应用区位理论的研究和3S技术,使城市背景平台与区位有关的经济场势、文化分异、社会分异、生态环境分异、基础设施网络体系更为清晰、明确,建立微区位信息系统,为具体的微区位选择提供普遍的共同的依据,使之科学、系统,并更富有效率。

5.2 为城市经营提供依据

区位本身就具有价值。现代城市管理就是通过对城市的科学经营,运用规划、事业诱导等手段,创造优越的区位,不断地盘活土地,提高城市土地利用的科学性,提高土地、空间的经济价值,为城市发展注入活力。改革开放以来,各种各样的开发区、商业街、住宅区的规划与开发,极大地推动了城市的发展,微区位的研究对城市的科学经营和城市的公共管理具有实际意义。

5.3 促进地理学的应用化

区位论原发于经济学,中心地学说诞生以后,地理学家在这一领域也有了自己的贡献,但是这些理论还是局限于对产业分布规律的说明,由于重视一般过程研究忽视空间尺度研究,运用的方法论多为逻辑实证主义的物理学方法,缺乏鲜活实际例证,在应用上,特别在企业、行业具体选址上缺乏有说服力的可操作性的理论指导,因而一直停留在一般的理论层面上。微区位研究与实际的各式各样的行业、企业、甚至居民个人日常的选址行为相联系,可以直接为社会生活服务,这将大大提高地理学,特别是经济地理学的社会应用价值,也必将大大丰富地理科学。它可以形成一个学科——应用区位学,推动一项社会事业——城市中的选址咨询事业。事实上在上海、香港、广州这样的经济比较发达的大城市,这类行业已经初见端倪,并有规模越来越大的趋势。

参考文献:

- [1] 孙鹏,王兴中. 西方国家社区环境中零售业为区位论的一些规律[J]. 人文地理,2002,17(2):4.
- [2] 许学强,周素红,林耿. 广州市大型零售商店布局分析[J]. 城市规划,2002,26(7).
- [3] 许宗卿,柴彦威. 商业活动与城市商业空间结构研究[J]. 青年地理学家,1999,10(1).
- [4] 曹嵘,白光润. 交通影响下城市零售商业微区位探析[J]. 经济地理,2003,23(2).
- [5] 张文忠. 城市居民住宅区位选择的因子分析[J]. 地理科学进展,2001,20(3):9.
- [6] 杨新举,陈传康. 风水观念现代化与地段地理学研究[J]. 1999,10(1).
- [7] The new century : Lessons learned from Singapore's shopping sector during the 1990's[J]. Reginal Sciencel 2001,35.

On Micro-Location

BAI Guang-run

(College of City and Tourism, Shanghai Normal University, Shanghai 200234, China)

Abstract: This paper put forward the problem of location with distinctive spatial scales. It defined, both subjectively and objectively, macro-location, medium-location and micro-location with emphasis laying on the latter, including the contents, significance and methology in its research. The paper also pointed out that in the study of micro-location one should give priority to GIS technology in terms of analyzing natural, social and economical urban background. Finally, the study of micro-environment, space-imagio and behavioral partiality were stressed.

Key words: micro-location; scale; micro-environment; space imagio