

向于选择竞争者较少的区域。

上述三种效应产生两种性质的作用力，即聚集力和分散力。市场接近效应使得厂商向市场规模较大的区域集中，这种效应产生的力量就是聚集力；生活成本效应使得消费者或者说劳动力向厂商数量较多的区域聚集，这种效应产生的力量也是聚集力。第三种效应即市场拥挤效应产生的力量则正好相反，它抑制厂商向经济活动密度大的区域集中，这种力量就是分散力。如果某一区位的聚集力大于分散力，则会发生经济活动的空间聚集；如果聚集力小于分散力，则会发生经济活动的空间分散。

## 五、区位理论评述

由农业区位论、工业区位论构成的古典区位理论是古典经济理论的一个组成部分，它出现于 19 世纪初到 20 世纪初的 100 年里，与马克思主义理论的产生和发展的时间大体上相同。马克思在研究了杜能的“孤立国”理论后认为，虽然他和杜能存在着重大分歧，但杜能的确是当时德国经济学家中十分少见的独立的、客观的研究者。<sup>①</sup> 市场区位理论作为一种区位理论，在从古典区位理论发展到现代区位理论的过程中，发挥了桥梁的作用。现代的新经济地理学的区位理论，则代表了区位理论的当代的发展。

从马克思主义基本原理出发，区位理论的应用在以下几个方面对今天有借鉴意义。

第一，经济活动的区位选择。区位理论在论述区位选择时，突出强调需要根据经济活动对自然条件和社会经济条件的具体要求，将经济活动落实到一定空间范围，同时强调遵循自然条件和社会经济条件对经济活动的影响规律。区位理论这种唯物主义的观点，可以说符合马克思主义的基本原理，在马克思主义基本原理指导下，可以把区位论的研究和规划方法，具体应用到我国的经济发展当中。

第二，经济活动的空间组织。区位理论强调通过对在区域空间中运行的区域经济进行组织和调控，使区位条件能够更好地满足区域经济发展的需要。杜能的农业圈、韦伯的区位三角形都具有这方面的特点。这些理论的出发点，与马克思的经济活动协作理论和列宁的工业发展“普遍沸腾”理论是相一致的，在我国今天的西部大开发、东北振兴和中部崛起等战略中具有很大的应用价值。

第三，经济活动空间聚集机制。新经济地理学的区位理论揭示了经济活动空间聚集与分散的基本机制。市场接近效应和生活（生产）成本效应产生经济活动向某一空间聚集的聚集力，市场拥挤效应产生经济活动空间分散的分散力，这两

<sup>①</sup> 《马克思恩格斯全集》第 34 卷，人民出版社 1972 年版，第 143 页。