

根据假设，消费者均匀地分布在线性市场上；产品是同质产品，故厂商经营成本相同；运输成本与距离呈线性关系；交易价格等于出厂价和运输成本之和。图 2-5 (a) 中的  $p_0$  表示厂商所在区位的产品价格，也就是出厂价，不包括运输成本。 $p_1$  表示离厂商  $d_1$  距离处的消费者所面临的交易价格，故  $p_1-p_0$  就是运输成本。在图 2-5 (a) 中，交易价格曲线的斜率由运费率决定。如果横坐标的度量单位为千米，那么每千米的单位产品运输成本就是运费率。图 2-5 (b) 中的曲线表示代表性消费者的需求曲线（也就是需求曲线  $D$ ），我们假定市场上所有消费者的需求曲线都相同。图 2-5 (a) 中的曲线  $p_1$  延伸到图 2-5 (b) 并与需求曲线相交，则可以得出  $d_1$  处需求量为  $q_1$ 。利用图 2-5 (d) 中的 45° 线把图 2-5 (b) 的横坐标转换成图 2-5 (c) 中的纵坐标，则可以画出需求量与距离之间的曲线（图 2-5 (c) 中的粗实线）。该图形说明了需求量与离厂商距离之间的关系，靠近厂商的消费者购买  $q_0$  数量的商品，离厂商  $d_1$  距离处的消费者的需求量为  $q_1$ ，但交易价格达到  $p_2$  时，消费者不再对该产品产生需求。因此与出厂价格  $p_0$  相对应的市场范围就是以  $d_2$  为半径圈定出来的圆形区域，这说明运输成本限定企业销售其产品或提供服务的市场范围。

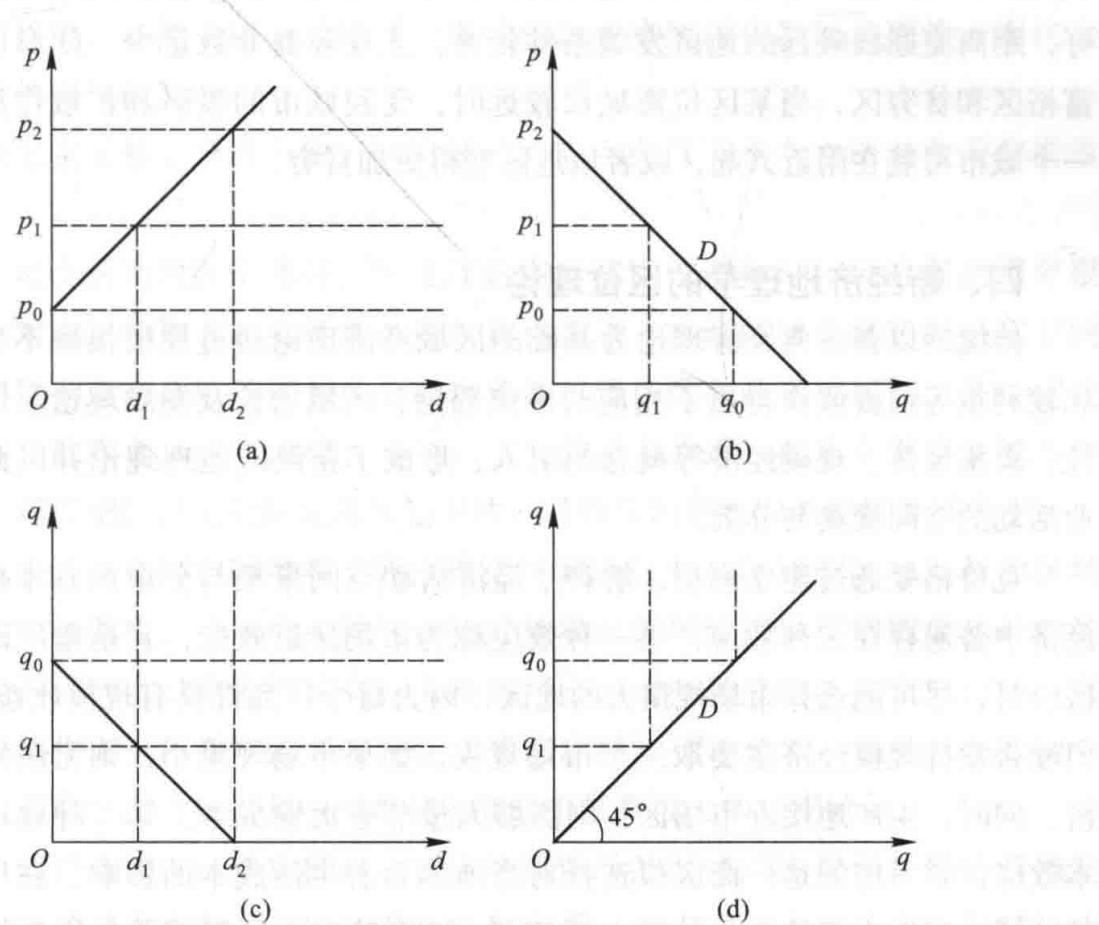


图 2-5 运输成本、运输距离和空间需求曲线

现在把线性情况进一步拓展，使得在任何方向上都有类似于图 2-5 (c) 的距离—需求曲线，所有这类距离—需求曲线的集合便构成了空间需求圆锥体，