

# 中国

## 商业地理学

陆大壮 主编

ZHONG  
GUO

SHANG  
YE

LI

DI

XUE

中国财政经济出版社

# 中国商业地理学

陆大壮 主编

中国财政经济出版社

回京书报社日期上士博士

**中国商业地理学**

陆大壮 主编

\*

中国财经出版社出版

(北京东城大佛寺东街8号)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

通县觅子店印刷厂印刷

\*

850×1168毫米 32开 15.25印张 插页3 364000字

1991年4月第1版 1991年4月北京第1次印刷

印数：1—3000 定价：8.30元

ISBN 7-5005-1175-2/F·1104

F 72

9

1367615

## 编者的话

党的十一届三中全会以来，在坚持四项基本原则的基础上实行改革开放，商品经济的活跃促进了生产迅速发展，流通明显改善和市场空前繁荣。但也经历了反差相当大的起伏，如1988年的市场抢购风和1989年下半年以后一个时期的市场疲软。流通领域出现的环节过多过滥、倒爷猖獗等严重问题，起了败坏党风和社会风气的恶劣作用。党中央决定治理整顿和深化改革，以消除消极因素，清除腐败，理顺经济关系，实行长期持续、稳定、协调地发展经济的方针。近年来的社会实践表明，商品经济已经相当深入地进入中国人民的经济生活，并且还在继续深入。必须发展有计划的商品经济，在国家法律、法规的规范和制约，国家计划的引导和适时、适度的宏观调控下，根据不同情况，因时、因地地把计划经济和市场调节适当结合起来，充分发挥市场的活力，才能长期持续、稳定、协调地发展经济。

商品经济本质是流通的，尤其要在地区间流通，因而需要商业地理知识。开拓市场，组织货源，根据市场需求组织生产以及选择流通方式和线路，都离不开商业地理知识。近现代西方商业地理学就是适应资产阶级开拓市场、争夺市场的需要发展起来的。然而，在中国，本世纪的头30多年和80年代，中国商业地理学著作几乎都是学校教材，没有受到企业界应有的重视。在调查某些商品产销时，常会得到“产品销往全国各地，货源来自全国各地”这类可说是没有答案的答案。这就不能利用产销的地理差

别和地理分工来提高经济效益和社会效益，也就不能很好地选择流通方式和线路来加快流通速度和降低流通费用。我们殷切期望中国商业地理能为企业界服务，为提高经济效益和社会效益尽一分力。

作为教材，本书的分量较重，这是为了扩展学生的知识领域，也是试图适应多方面的社会需要，使用时宜于有重点地讲授，着重于培养学生分析问题的能力，还有必要结合专业有所侧重。

编写本书时，参考并引用了有关的多种年鉴，特别是《中国经济年鉴》和《中国统计年鉴》；参考并引用了多种报刊资料，特别是《经济日报》和《经济参考》发表的报道和评论，难以一一注明，特此表示感谢。编写时还学习和借鉴了已出版的中国商业地理著作，对此也表示谢意。

本书由中国人民大学陆大壮教授主编。参加编写的人员有：东北财经大学黄刚教授（第三章、第五章的七、十、十一、十二节）、福建省厦门商业学校高级讲师张亨祥（第五章的三、五节、第六章）、福建泉州商业学校讲师李洋（第十、十一章），陆大壮同志编写了其余章节。平静同志绘制了全部插图。

书既问世，就要接受世人评说。热诚欢迎读者提出批评指正

编者

1990年4月

# 目 录

<b>第一章 结论</b> .....	( 1 )
第一节 商业地理学的研究对象.....	( 1 )
第二节 中国商业地理学的形成与发展.....	( 5 )
第三节 社会主义现代化建设与中国商业地理学.....	( 9 )
<b>第二章 中国国内市场地理</b> .....	( 13 )
第一节 市场地理概述.....	( 13 )
第二节 国内生活资料市场地理.....	( 18 )
第三节 国内生产资料市场地理.....	( 34 )
<b>第三章 中国对外经济贸易关系和进出口商品市场地理</b> .....	( 37 )
第一节 国外市场及其分布的特点和开拓.....	( 37 )
第二节 中国对外经济关系.....	( 39 )
第三节 中国进出口商品市场及其地区构成.....	( 47 )
第四节 中国对外贸易发展战略.....	( 56 )
<b>第四章 中国商业地理的交通运输、邮电信息条件</b> .....	( 68 )
第一节 商品地区流通和交通运输、邮电信息的关系.....	( 68 )
第二节 中国交通运输地理的发展.....	( 72 )
第三节 中国的主要交通干线和运输枢纽.....	( 79 )
第四节 中国邮电信息业的发展和布局.....	( 94 )
第五节 中国交通运输、邮电信息发展和布局的趋势.....	( 101 )

第六节	组织商品合理运输·····	(105)
<b>第五章</b>	<b>商业中心城市及其辐射经济区域·····</b>	<b>(111)</b>
第一节	商业中心城市与其辐射经济区域的关系·····	(111)
第二节	上海经济区的主要商业中心城市·····	(119)
第三节	武汉、沙市·····	(137)
第四节	西南地区主要商业中心城市·····	(143)
第五节	广州、长沙、梧州·····	(153)
第六节	华北地区及宁夏的商业中心城市·····	(161)
第七节	东北经济区的主要商业中心城市·····	(170)
第八节	陇海、兰新经济带的的主要商业中心城市·····	(182)
第九节	济南、青岛·····	(190)
第十节	经济特区和边境贸易城市·····	(193)
第十一节	香港、澳门·····	(208)
第十二节	台湾省·····	(218)
<b>第六章</b>	<b>商业区位布局·····</b>	<b>(225)</b>
第一节	商业区位布局及其指向性原则·····	(225)
第二节	城市商业网点布局·····	(234)
第三节	中国商业网的布局·····	(262)
第四节	中国饮食业和社会服务业网点布局·····	(270)
第五节	中国商业网点布局的发展展望·····	(282)
<b>第七章</b>	<b>中国食物商业地理·····</b>	<b>(285)</b>
第一节	概述·····	(285)
第二节	粮油·····	(291)
第三节	蔬菜·····	(302)
第四节	动物性食物·····	(306)
第五节	调味品·····	(316)
第六节	干鲜果·····	(320)
第七节	饮料·····	(323)

第八节	卷烟	·····	(327)
<b>第八章</b>	<b>中国衣着商业地理</b>	·····	(329)
第一节	概述	·····	(329)
第二节	服装	·····	(334)
第三节	纺织品	·····	(331)
<b>第九章</b>	<b>中国日用工业品和文教用品商业地理</b>	·····	(348)
第一节	一般日用工业品	·····	(348)
第二节	日用机电商品	·····	(359)
第三节	文教用品	·····	(372)
<b>第十章</b>	<b>中国燃料商业地理</b>	·····	(383)
第一节	概述	·····	(383)
第二节	煤炭	·····	(389)
第三节	石油	·····	(399)
<b>第十一章</b>	<b>中国农业生产资料流通地理</b>	·····	(407)
第一节	概述	·····	(407)
第二节	化学肥料	·····	(408)
第三节	化学农药	·····	(415)
第四节	农用机具	·····	(420)
第五节	农用薄膜	·····	(425)
第六节	化肥、农药、农膜实行专营	·····	(426)
第七节	役畜	·····	(427)
<b>第十二章</b>	<b>中国工业生产资料流通地理</b>	·····	(429)
第一节	概述	·····	(429)
第二节	钢材流通地理	·····	(438)
第三节	铝、铜及其加工材流通地理	·····	(447)
第四节	主要建筑材料流通地理	·····	(452)
第五节	木材流通地理	·····	(463)
第六节	生产用机电产品流通地理	·····	(469)

# 第一章 绪 论

## 第一节 商业地理学的研究对象

### 一、商业地理学的研究对象及其与相邻学科的关系

商业地理学是经济地理学的分支学科。它以商品的地区流通为研究对象，探索、揭示商品地区流通变化发展的规律性，借以促进商品在地区间顺利流通，避免不合理的地区流通。中国商业地理学联系中国和世界各国、各地区之间的商品流通，研究中国国土上的商品地区流通，探索、揭示其变化发展的规律性，为促进中国社会主义现代化建设服务。

社会生产作为连续不断的过程，是由生产、分配、交换（流通）、消费四个环节所组成的。生产是起点，消费是终点，分配和交换是中间环节。消费又反过来作用于起点，并且重新引起整个过程。在地区方面，生产和消费分别表现为生产地和消费地，分配和交换（流通）常常表现为以交换（流通）中心地为枢纽的地区联系。经济地理学研究整个社会生产过程中各个环节在地域方面的分布、区域结构和地区联系，而以生产的地区分布、区域结构和地区联系（可称为生产地理）为重点，因为生产在整个过程中居于支配地位。作为经济地理学的一门分支学科，商业地理学密切联系商品的生产分布（生产地理）和消费分布（消费地理），而以商品的地区流通为研究对象。从分析商品消费市场地理及其

变化发展的规律性入手，根据商品生产分布及其变化发展的规律性，研究商品在销区和产区之间流通变化发展的规律性，探讨实现货畅其流，产销协调的途径，并且根据商品的市场要求和流通条件对生产布局提出调整要求。

解放以来，在旧的经济体制下，通常把商品交换(流通)活动概括为购、销、调、存四个环节。为了适应有计划商品经济发展的需要，在计划经济的调控下充分而又合理地发挥市场调节的作用，实行多种经济成分、多条流通渠道、多种经济形式的商品流通，“调”改为“通”比较适当。计划调拨在地区流通中当然还有重大的，有时是关键性的作用。从地区布局方面协调“购”(与商品生产分布相联系)，“销”(与商品消费市场分布紧密结合)，“通”(与信息、交通、交易场所分布直接关联)的关系(“存”依附于这三个环节)，依托经济中心城镇，组成商业“点”(收购、存储、交易、批发、零售等，集中于不同层次、不同规模的商业中心城镇)“线”(多条流通渠道)相互衔接、信息灵敏、交易便利、货畅其流、供应及时、促进生产、方便生活、改善分配的商品流通网络。这种网络乃是商业地理学所要研究的基础环节，也是商品地区流通的载体。各种商品的地区流通，则是研究的具体内容。它们同商品流通网络的关系，犹如客货流和交通运输线路及枢纽的关系。

商业经济学的研究对象，是商品流通领域中以商业为媒介的经济关系及其发展规律。市场学以消费者对商品的需求为中心的商品流通领域为研究对象。商业地理学的研究对象同这两门学科有共同点，因而关系相当密切。由于要从分析商品的消费市场地理及其变化发展趋势入手，同市场学的关系更为密切。但是，商业地理学的研究对象以其地区性为特点，分析商品市场变化发展趋势总是结合地区条件，并且是以地区流通为中心，联系商品生产的

地区分布，因而同这两门学科有着明显的区别。

## 二、商品地区流通的作用和动力

早在1848年，马克思、恩格斯在《共产党宣言》中，就论述了资本主义商品地区流通不断扩大促进生产力迅猛发展的历史进程：不断扩大产品销路的需要，驱使资产阶级奔走于全球各地，开拓世界市场，从而在它的不到100年的阶级统治中所创造的生产力，比过去一切世代创造的全部生产力还要多，还要大。

马克思在1857年论述交换和流通时指出：“交换的深度、广度和方式都是由生产的发展和结构决定的。”然而，“当市场扩大，即交换范围扩大时，生产的规模也就增大，生产也就分得更细。”<sup>①</sup>

近百年来，世界市场空前扩大，促使生产飞速增长的历史进程，特别是第二次世界大战以后，世界市场扩大和变化促进和制约生产力发展的历史事实，进一步证实了马克思、恩格斯的论断。一个国家，一个地区，商品流通阻塞，生产必然停滞，文化必然闭塞。古今中外，概莫能外。可见，发展商品地区交换（流通）和国际交换（流通），不仅关系到国家经济的盛衰，而且关系到民族的荣辱存亡，是个不容忽视的重大问题。

商品地区流通的经济效益和社会效益，在于通过货畅其流，突破地域限制，优化生产要素组合，疏通各地生产和消费的联系，促进物尽其用，地（包括气候、土地、水资源和矿物资源）尽其利；促使人尽其才，扩大就业，并且通过市场竞争，提高产品的质量和劳动生产率；这也有利于方便人民生活，扩大消费领域，促进生活质量的提高。而且，商品地区流通和文化交流是相辅相成、互相促进的，因而也关系到精神文明建设。

---

① 《马克思恩格斯选集》第2卷，人民出版社1972年版，第102页。

同商品的生产一样，商品的地区流通也是在价值规律的支配下存在和发展的。流通的经济动力，是商品的地区差价。地区差价的形成，是由于商品产、需的地区差异：有些是由于此地有，彼地无但却有需求（如那些由于自然条件的限制只能在特定地区生产的矿产品和农产品，那些由于技术条件的限制只在某些地区生产的商品）；有些是由于此地供过于求，彼地供不应求；有些是由于商品质量的地区差别。归根到底，是由于各地的劳动生产力不同，也是由于各地对各类商品数量和质量的需求不同，还同各地交通运输的便利程度有关。生产力要素和它们的组合在各地是不同的，因而各地生产的同一商品的价值量也不相同。商品需求的地区差别，取决于各地的生产发展和生产结构、经济发展水平和消费构成、社会文化背景和生活习惯以及自然条件等。商品的地区差价受到运价的重要影响。因为“在其他条件不变的情况下，由运输追加到商品中去的绝对价值量，和运输业的生产率成正比，和运输的距离成反比”<sup>①</sup>。利用价值规律的作用，利用地区差价来发展商品的地区流通，一般是从劳动生产率高，因而商品量多、质优、价廉、供过于求的地区向劳动生产率低，因而商品量少、质差、价高、供不应求的地区流通，以调剂地区之间的商品余缺。

在社会主义条件下，价值规律的作用必然要服从和服务于社会主义基本经济规律的主导作用，也要受到国民经济按比例发展规律作用的制约。然而，只有依据和利用价值规律的作用，利用地区差价推动商品的地区流通，才能促使劳动生产率不断提高，实现社会主义基本经济规律的要求；才能发挥国民经济按比例发展规律的作用，使国民经济在劳动生产率不断提高的基础上，各部门、各地区大体上按比例地协调发展。忽视以至人为地抑制价值

---

① 《马克思恩格斯全集》第24卷，人民出版社1972年版，第169页。

规律的作用，不适当地控制商品地区差价，不利于货畅其流，阻碍劳动生产力的提高，因而不利于社会主义现代化建设。

社会主义建设实践已经证明：处理好依靠和利用价值规律同依靠和利用社会主义基本经济规律与国民经济按比例发展规律的关系，充分利用价值规律的作用，关系重大。这对于促进而不是抑制商品的地区流通，促进而不是抑制社会主义统一市场的形成和发展，更是具有决定性的作用。价值规律充分发挥作用，必须有适当的市场环境。因此必须充分注意市场环境的建设。

## 第二节 中国商业地理学的形成与发展

### 一、古代中国商业地理思想的形成和发展

早在公元前几百年，我国的一些古籍就提出了某些商业地理思想。这些思想充分肯定了发展商品地区交换（流通）的作用，甚至颂之为圣王治理天下之道。《易经·系辞下》认为：“神农氏作……日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”西汉时的《淮南子·齐俗训》指出：“尧之治天下也，水处者渔，山处者木，谷处者牧，陆处者农，地宜其事，事宜其械，械宜其用，用宜其人，泽皋织网，陵阪耕田，得以所有易其所无，以所工易所拙。”这些论述充分肯定了发展商品地区流通的作用：不仅可以互通有无，还可以扬长避短，以当地擅长生产因而质优的商品换取不善于生产或不能生产的物品；又能以市为中心，广泛招徕各地人民交往，扩大经济和社会交流。又据《尸子》所述：舜“顿丘买贵，于是贩于顿丘；传虚卖贱，于是债于传虚。”顿丘在今河南浚县，传虚在今山西解虞。这里指出了利用商品地区差价进行商业活动的商业地理学的一条基本原则。舜又很重视发挥

市场的作用，“作什器于寿邱，就时于负夏。”（《史记·五帝本记》）寿邱在“鲁东门之北”今曲阜；负夏是卫地，在今河南省安阳以东地区，处于当时的交通要冲。以后干脆把都城迁到负夏。

西汉司马迁所著的《史记·货殖列传》，以西汉以前的经济环境为背景，以实业家的活动为主线，论述了我国最早的商业地理和丰富的商业地理思想（注）。

第一，认为商业的作用在于流通，尤其是地区流通。这是社会生产分工中必要的组成部分。应当按照生产分工、商品交换和自然规律办事，不应横加干涉。司马迁在概述了各地物产以后指出：这些“皆中国人民所喜好，谣俗被服饮食奉生送死之具也。故待农而食之，虞（矿物山泽资源开采）而出之，工而成之，商而通之。此宁有政教发征期会哉（哪有国家政令教化的定期协调配合）。人各任其能，竭其力，以得所欲。故物贱之征贵，贵之征贱（物价上涨象征着将要降价，降价象征着将要涨价。因为物价上涨，必然刺激生产，抑制消费，吸引外地货物流入，导致降价。降价刺激消费，抑制生产，引起货物外流，导致涨价）各劝其业，乐其事，若水之趋下，日夜无休时，不召而自来，不求而民出之。岂非道之所符，而自然之验邪？”

---

注：成书于战国时代的《禹贡》是我国最早的经济地理著作。它依据“随山浚川，任土作贡”的要求把全国划分为以州命名的九个区，简要地论述了各州的水流、土壤、田土和赋的等级，主要贡物和通往帝都的交通线路。学术价值很高。但《禹贡》记述的是各地的“贡”及其生产地理条件和向帝都纳献的路线，并不是“商品”的地理分布及其地区流通，所以它并不是商业地理。这表明，在我国，为封建国家征收运送贡赋服务的经济地理著作先于商业地理著作。商业地理学在我国并不是经济地理学的前身。

第二，分区论述各地地理环境、社会风气、经济发展和物产。论述中相当重视地区之间的往来和都会的作用。各经济区都有一个或几个都会发挥商业中心作用。这些论述构成《货殖列传》中商业地理的主要内容。

第三，倡导因地制宜地发展畜牧业、水产业、林业、果树、经济作物和经济林、蔬菜、加工等以致富。由于当时的交通条件，“百里不贩樵，千里不贩粟”，首先要就地解决吃粮烧柴的问题。“居之一岁，种之以谷”；环境问题也不能忽视，“十岁，树之以木，百岁，来之以德。”

第四，最重要的还是人的素质，也要注意利用地理条件。《货殖列传》在结论中强调指出：“能者辐凑（集聚财货），不肖者瓦解。”司马迁所论述的各行各业致富的实业家中，经商致富的范蠡和子贡，就分别利用了陶、卫的地理条件。陶在今山东定陶县附近，为当时的“天下之中，诸侯四通，货物所交易也。”卫在今河南濮阳，条件与陶相近。

以后的历代史籍和地方志，虽然包括有大量的商业地理资料，但都未能继承司马迁及其前人重视商品地区流通的思想。作为地方志的指导思想，《隋书·地理志》地理类总叙引用《礼记·王制》“广川大谷异制，人居其间异俗”的观点后指出：“五方土地风气所生，刚柔轻重，饮食衣服，各有其性，不可变迁。是故疆理天下，物其土宜，知其利害，达其志而通其欲，齐其政而修其教。”（参见王庸：《中国地理学史》，第三章，地志史）它强调了因地制宜的必要性，但是没有指出区域间交易的必要性。成书于唐代的《元和郡县志》，是流传至今的比较完整的最早的一部全国地理总志。它以疆域政区为纲，每州都记有“贡赋”一项，反映出各地物产分布，记录了各地特产、矿物、手工业及水利设施，记载有各地户口，但很少涉及商品地区流通。以后历代地理总志，如宋《太平

寰宇记》，元、明、清《一统志》等，都继承了它的体制，都是为封建国家征收贡赋服务，很少记述商品地区流通。总之，由于自给、半自给经济在我国的大部分地区长期占据主导地位，由于封建国家长期实行抑商政策和明、清两代大部分时间的对外闭关锁国政策，商业地理一直停滞在分散记述（有许多是私人笔记）的水平上，未能形成系统的中国商业地理学，也缺少卓越的商业地理思想。空剩下一幅表达商业活动和商业地理密不可分的对联：“生意兴隆通四海，财源茂盛达三江”，在民间商号到处悬挂。

## 二、近代中国商业地理学的发展

近代以来，西方商业地理学逐渐传入中国。1911年，在上海出版了我国第一本研究商业销售环境的专著：《商业现场记》。1922年，曾庸编著了《商业地理》，作为高级中学商科教科书由商务印书馆出版。1925年，该馆又出版了苏继庾编辑的《商业地理》，作为高级学校教科书。1933年和1936年，武培干和侯厚培分别编写的《商业地理》先后出版。这两本书都认为商业地理学是经济地理学的最重要的一个分科。认为要明了各种环境下商品的流通，先要研究商品的要求和生产分布及其条件。他们都把中国放在世界市场中进行论述。它们的体系是，先论述地理环境与商业的关系（侯书还论述了人类相互间关系与商业，概述了世界贸易和商港的地理分布），接着论述世界商业交通和邮电，然后论述世界主要商品的生产分布和贸易，最后分区论述世界商业区域和商业都市。对于地理环境各要素与物产及商业的关系，对于都市、商港与商业的关系，进行了一定程度的理论概括。武书对“国际政治经济上发生的种种纠纷问题，也很想用商业地理学的眼光来解释它，以便养成学者有世界经济分析的眼光。”1936年，胡焕庸在《地理学报》第3卷第3期发表了《中国商业地理大纲》。

他根据海关中外贸易统计年刊提供的资料，对我国主要商埠的进出口贸易进行了系统分析，编制了大量的地图和表。这一时期还发表了一些城市发挥商业中心作用的调查报告和论文。1943年初版的吴传钧编著的《中国粮食地理》，对这种主要商品的国内运销和对外贸易进行了地理分析。此外，还出版了一些外国人编著的中国商业地理。总的说来，基本上是在描述商业地理现象的基础上进行一定的分析，没有形成完整系统的理论体系。尤其值得注意的是，没有受到企业家应有的重视，出版著作主要是教材。

### 第三节 社会主义现代化建设 与中国商业地理学

解放以来，在马克思列宁主义的指导下，密切联系中国社会主义建设实际，我国的经济地理学有了相当大的发展。尤其是调查分析研究社会主义建设中的生产布局问题，成绩比较显著。从实际出发进行理论概括，编写中国经济地理、外国经济地理教材等方面成果也很可观。尤其是培育了理论联系实际的良好学风。但是，由于经济建设中长期地忽视流通环节，自给、半自给经济和与之相适应的思想观念广泛存在，商业地理学没有受到应有的重视，在经济地理学的研究中几乎成为空白。直到党的十一届三中全会以后，商业地理和商业地理学的研究才逐步受到重视。1983年开始，一些商业院校和财贸干部院校开始出版中国商业地理和国际贸易地理教材。介绍国外商业地理学理论和区域商业地理，探讨中国商业地理学理论和区域商业地理的论著逐渐增多，中国商业地理学开始步入空前繁荣的历史新时期。但是，出版的著作也都是教材，仍然没有引起企业界应有的重视。

1984年10月，党的十二届三中全会分析了我国的经济和政治