

技工学校商品经营专业教改教材

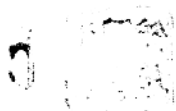
商业地理

中国劳动出版社

本书是根据技工学校三类教改教材编审委员会组织审订的《商业地理教学大纲》编写,供两年制技工学校商品经营专业学生使用。主要内容包括:地理环境与商业活动、商业企业布局、主要商品地理、经济特区及边贸口岸、主要商业中心、商品运输地理、信息与商业活动、商业经济区、港澳台地理。

本书也适于职业高中教学、商业企业职工培训及青年自学用书。

本书由王慧君、魏金荣编写,王慧君主编,张静宜审稿。



前 言

大力发展职业教育是我国长期的战略性任务。最近颁布的《中华人民共和国劳动法》规定：“国家通过各种途径，采取各种措施，发展职业培训事业，开发劳动者的职业技能，提高劳动者的素质，增强劳动者的就业能力和工作能力。”我们要树立这样的目标，即要逐步做到使大多数新生劳动力基本上能够受到适应从业岗位需要的、最基本的职业技术训练，从事技术工种的劳动者，上岗前必须经过培训。技工学校是培养工人后备力量的专门学校，是职业技术教育的重要组成部分。我国工人队伍中的骨干力量，大多是技工学校培养的。因此，技工学校的办学质量，直接影响我国工人队伍的素质。教材作为办学的基本要素，对提高学生素质有着重要的影响。随着职业教育的发展，教材建设的任务十分繁重。为了更好地完成这一任务，需要制定出近期和长远的规划，要逐步建成适合技工学校使用的、品种多、配套全的教材系列，为发展我国技工教育服务。

加快发展第三产业，是我国社会主义经济发展过程中的一项具有重大战略意义的决策。加快第三产业的发展，是生产力提高和社会进步的必然结果；加快第三产业的发展，可以促进市场充分发育，是适应社会主义市场经济的需要；加快第三产业的发展，是缓解经济生活中深层次矛盾和促进经济发展的有效途径；加快第三产业的发展，是缓解我国日益严峻的就业压力的重要出路；加快第三产业的发展，可以促进社会主义物质和精神文明建设。技工学校为了贯彻中央加快发展第三产业的决定，纷纷调整专业方向。中国劳动出版社为了适应这一新形势，及时调整了出版力量，不失时机

地组织编写了商品经营、中式烹调、饭店服务等三个专业的教材。这批教材的问世,对技工学校的专业调整,无疑是一个有力的支持。

九十年代,我国每年都将有大批新成长的劳动力和从第一、第二产业转移出来的劳动力需要安置。第三产业行业多,门类广,劳动密集、技术密集、知识密集行业并存,能够吸纳大量的劳动力。为了使大批劳动者能够适应第三产业的各个行业需要,必须大力发展有关的各种职业技术教育。除大力兴办技工学校外,还要举办短期和中长期的专业培训。我们应当适应这种形势,大力开发第三产业的教材,充分满足各种培训的需要。这是出版为劳动工作服务的最佳形式。

教材建设,必须始终注重质量,要牢固树立质量第一的观念,要严格按照新闻出版署的质量标准,以严肃认真的态度,抓好教材质量。要搞出高质量的教材,决非一朝一夕所能做到的,必须下苦功夫,常抓不懈。中国劳动出版社应当集中力量,有计划、有步骤地编写出一批内容好、质量高的技校教材,以满足技工学校教学的需要。

编写技工学校教材,要特别注意对广大技工学校学生加强党的基本路线教育,爱国主义教育,集体主义和社会主义思想教育,近代史、现代史教育和国情教育,引导学生运用马克思主义的立场、观点、方法认识现实问题。要注意改革教育内容和教学方法,要按照现代科学技术文化发展的新成果和社会主义现代化建设的实际需要,更新教学内容,调整课程结构,加强基本知识、基本理论和基本技能的培养和训练,重视培养学生分析问题和解决问题的能力,注重职业道德和实际能力的培养。这些原则是评价教材质量的重要依据。

开发职业培训教材,是关系到提高劳动者素质的大事。十多年来,中国劳动出版社已出版了数百种各类职业培训教材,对发展我

国职业培训事业起了积极的作用,得到了社会的承认。希望今后能开发更多的、符合我国国情的、适用性强的、受大家欢迎的新教材。在此,对参加这批教材编审工作的同志顺致谢意。

中华人民共和国劳动部副部长 张左己
一九九四年七月十四日

目 录

绪论	(1)
第一章 地理环境与商业活动	(5)
§ 1—1 自然地理环境与商业活动	(5)
§ 1—2 人文地理环境与商业活动	(13)
第二章 商业企业布局	(21)
§ 2—1 商业企业布局因素	(21)
§ 2—2 商业企业布局理论及模式	(24)
第三章 主要商品地理	(35)
§ 3—1 食品产销分布	(35)
§ 3—2 食用土特产品产销分布	(51)
§ 3—3 纺织品的产销分布	(55)
§ 3—4 日用工业品分布与产销	(59)
第四章 经济特区及边贸口岸	(68)
§ 4—1 经济特区	(68)
§ 4—2 边贸口岸	(76)
第五章 主要商业中心	(83)
§ 5—1 商业中心形成的主要因素	(83)
§ 5—2 主要商业中心的分布	(85)
第六章 商品运输地理	(95)
§ 6—1 铁路运输	(95)
§ 6—2 水路运输	(100)

§ 6—3	公路运输	(108)
§ 6—4	航空运输	(110)
第七章	信息与商业活动	(112)
§ 7—1	信息概念	(112)
§ 7—2	运用信息的原则	(113)
§ 7—3	信息与经营决策	(114)
§ 7—4	信息的传播	(116)
第八章	商业经济区	(119)
§ 8—1	商业经济区	(119)
§ 8—2	我国各大商业经济区概述	(120)
第九章	港、澳、台地理	(128)
§ 9—1	香港	(128)
§ 9—2	澳门	(133)
§ 9—3	台湾	(135)

绪 论

一、商业地理学的产生与发展

1. 交换活动的发展

在原始社会母系氏族公社初期,人们的生产活动带有自然的性质,生产力水平低下,共同劳动的产品共同消费,没有剩余,也没有产品交换。到了距今六、七千年,我们的祖先进入了母系氏族公社的繁盛时期。在农业有了初步发展的情况下,人类社会出现了第一次社会大分工——畜牧业和农业的分工。由于各氏族部落所在地区的历史条件、地理环境等不同,它们的经济生活及其产品也就各不相同。这种自然的差别,在氏族部落相互接触时产生了交换的最初形态——偶然的物物交换,这就是商业的原始萌芽。随着经济的发展和人类社会第二次大分工——农业和手工业的分工的产生,交换也有了发展,而且范围不断扩大。

随着商品交换的发展和文字的产生,人类开始有了有关商业地理资料的记载。不过,早期的记载比较零星。到了奴隶社会末期和封建社会的早、中期,系统地记述各地商业活动和市场交易的作品相继问世。

2. 古代商业地理资料的记载。

《易经·系辞下》中有“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”的记载,西汉时的《淮南子·齐俗训》记载:“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,得以其有易其所无,以所工易所拙。”这些描述既说明了当时因

地制宜的社会分工有了一定的发展,又说明了因自然条件不同而形成的生产方式、生活方式和产品的差异,以及人类早期交换活动的发展。春秋时代的《尚书·禹贡》一书将当时我国分为九州,对各处山川、水利、植物、土壤、田赋、物产、交通等情况都有记述。这是我国最早的有关经济和商业地理知识的著作。西汉司马迁在《史记·货殖列传》中更进一步阐述了商业地理资料和商业思想,其记载已和近代的区域商业志相近。在此之后的历代史籍和地方志以及一些艺术作品中有很多有关物产、贸易、城市和商路的内容。如北宋名画“清明上河图”呈现了京城市肆商贾云集的繁荣景象;明末顾炎武编著的《天下郡国利病书》,也从地理分工的观点出发论及了商品流通的区域差异。

在其他国家,古代商业的记载大多同地理作品结合在一起。如公元初的罗马时代,厄利特里海的《环游记》就详细记载了红海和阿拉伯湾沿岸的商业,而且远及印度、斯里兰卡和中国,是典型的商业指南式的地理著作。

3. 近代商业地理学科的发展

鸦片战争后,西方商业地理学逐渐传入我国,如1889年英国学者奇硕姆(G. Chisholm)的《商业地理学手册》,本世纪30年代初德国学者克利斯泰勒(W. Christaller)的《德国南部的中心地》等。我国第一本研究商业销售环境的专著——《商业现场记》是1911年在上海出版的。在这之后,一系列的研究商业地理的教科书和专著陆续出版,如1933年出版的《商业地理》;1936年,胡焕庸在《地理学报》上发表了《中国商业地理大纲》;1943年又出版了吴传钧编著的《中国粮食地理》。这些著述基本上是对一些商业地理现象进行描述,并在此基础上作一定分析,没有形成完整的理论体系,并很少在实践中加以运用。

4. 当代我国商业地理学的发展

新中国成立以来的一段时期,我国商业地理学科发展缓慢。十

十一届三中全会以后,随着改革开放的不断深入以及国民经济的高速发展,商业地理学的研究日益受到人们的重视,商业地理学理论得以不断完善。目前,我国已出版的商业地理学就有10余种版本。如杨吾杨的《商业地理学——理论基础与中国商业地理》。此外,有关部门还组织成立了全国商业地理研究会。这些都推动了我国商业地理学的发展。

二、商业地理学的研究对象和任务

1. 研究对象

商业地理学是经济地理学的一个分支,它是研究商业活动地域分布规律的科学。一般地说,购、销、调、存是商业活动的四大环节,商业地理学就是研究这些活动的地区差异。中国商业地理学是研究我国商业活动地域分布规律的科学。

2. 学科性质与体系

商业地理学的学科性质与体系是由它的研究对象决定的,商业地理学是研究商业经济活动地域分布规律的科学,因此是社会经济学。

商业地理学的学科体系由以下几部分组成:部门商业地理、区域商业地理、城镇商业地理和商业地理学原理,其中商业地理学原理是整个学科的理论基础,它研究商业活动空间组织的基本模式。部门商业地理学从商业和服务业部门的角度,探讨商业地理具体的布局类型,它是连接一般理论和部门研究的纽带;城镇商业地理是学科理论和应用的结合点,它是对具体的商业点、线、网的研究;区域商业地理学对一些区域的商业活动进行综合研究,向人们提供各地区商业分布的全貌,揭示商业发展的特点和布局条件。这四部分存在着相互交融的关系,因此不能孤立地研究某一部分。

3. 商业地理学这门课程的任务

(1)研究商品流通地域分布及其组合规律的理论,为确定合理的商业经济区域和加强地域间商品交换提供科学依据。

(2)揭示地理环境对商业经济活动分布规律的制约作用,为商业网络的合理布局提供科学依据。

(3)为培养商业经营、管理人才奠定基础。

随着市场经济的发展,商业活动将有更进一步的发展,因而需要大批具有一定商业地理知识的商业经营者和管理者,才能使商品在购、销、调、存各环节畅通无阻,取得良好的经济效益和社会效益。因此,商业地理是商业经营者和管理者的必修课之一。

第一章 地理环境与商业活动

§ 1-1 自然地理环境与商业活动

自然地理环境是指人们赖以生存的周围自然界,它是由自然要素构成的物质空间。地球表面各地自然条件是不同的,即存在着自然条件的地域差异。自然地理环境与商业活动有着密切的联系。

一、自然条件对商品生产的影响

1. 自然条件是劳动地域分工的自然基础

自然条件是人类赖以生存的物质基础,地球表面自然条件的地理差异,直接影响着劳动地域分工和产业分布的格局。例如橡胶、油棕、金鸡纳、胡椒、木棉等喜高温的经济作物在东南亚生长良好;稻谷主要生长在热带、亚热带季风区,小麦普遍生长在温带草原区;常绿阔叶林在热带地区生机勃勃,落叶阔叶林在温带地区叶繁叶落,而针叶林在寒温带土地上展露风骨。再如矿产资源由于受地质成矿规律的限制,而只存于特定地区,在世界范围内矿产资源有矿带、矿田或矿点等的集中分布形式。如中国、前苏联、波兰(西里西亚)、德国(鲁尔区)、美国等的大煤田带;中东、前苏联、北非、西非、北海地区、加勒比地区、印度尼西亚及中国的油气田区;前苏联、巴西、澳大利亚、印度、瑞典等国的铁矿石基地;南非与前苏联的金及铂族金属;扎伊尔、赞比亚及智利的铜;东南亚的锡等。这些矿产资源分布的特点构成了世界范围产业分布格局的自然物质基础,直接影响着世界劳动地域分工,也直接决定着世界范围内的大

宗物资的流量和流向。

我国是一个地大物博的国家,自然条件丰富多样,千差万别,这就决定了我国商品的地域分工有着明显的差异。如我国东半部分有利的农业自然条件,自北向南形成了杂粮、麦棉、稻棉、亚热带与热带经济作物分布带;西部分的草场资源丰富,出现了“风吹草低见牛羊”的优美画面;山西、内蒙古、山东与东北则蕴藏着被称为“乌金”的煤;而东北、华北与西北有我国的大油田;南方的有色金属和稀有金属资源;辽宁、海南岛、内蒙古、四川、安徽等省的铁矿石基地;西南、中南和西北的水能资源等。这些资源分布构成了我国产业布局的自然物质基础,我国各地劳动地域分工无不受到上述分布格局的影响。因此说自然条件是劳动分工的自然基础。

2. 自然条件影响产品质量

自然条件对商品的质量有普遍性的影响,特别是对农产品和以农产品为原料的加工工业产品质量的影响更大。气候、土壤的不同,矿产品位的差异,都直接影响农产品、矿产品和加工业产品的质量。如澳大利亚独特的气候和草场资源,饲养的羊个大、毛长,为纺织工业提供了优质原料;寒温带的气候有利于甜菜糖分的积累,所以在我国北纬 40° 以北的吉林、内蒙古、黑龙江、新疆为我国甜菜的主要产区,生产出的甜菜个大、含糖量高;山西的阳泉煤矿是全国最大的无烟煤矿,煤质硫分低,发热量高,是优质的民用煤及制造合成氨的原料;酒类的生产除了原料外,也离不开水,因而水质的优劣对酿酒工业有着不可忽视的作用。茅台酒之所以居全国名酒之冠,除了采用了贵州省茅台镇所产的优质酿酒原料——薄皮高粮外,还与茅台河水质纯洁,含少量矿物质密切相关,所以酒液清亮透明,入口醇香。

3. 自然条件影响劳动生产率

劳动生产率的高低与自然条件优劣关系密切。如果抛开社会生产力水平和人本身的自然特性,则农业劳动生产率的高低主要

取决于土地的优或劣,即土壤的肥沃程度,热量与水分的适宜状况。肥沃的土壤、适宜的热量与水分条件,比贫瘠的土壤,不适宜的水热组合状况,会生产出更多的农产品。工业生产也是一样,可再生资源的可利用程度,不可再生资源数量的多少与质量的优劣程度,直接或间接地影响工业劳动生产率的高低。如矿产资源储量多、品位高,会比储量少、品位低的矿产加工生产出更多的工业品等。

4. 自然条件影响商品生产规模

自然条件的优劣对商品生产规模的影响也是不容忽视的。生产规模与资源的丰饶度有关,如平原地区可建立大规模的农业基地,储量丰富的矿区、油田可建立大型采矿、冶炼及采油、炼油企业。

总之,自然条件不同的地区为商品生产提供的物质基础千差万别,从而商品生产的发展方向也就各具特色,这就体现了商品生产的地域分工。而且自然环境越复杂,自然环境差异越大,商品的地域分工就越明显、细致和深入。自然条件优越的地区对商品生产的吸引力大,并且商品生产水平和商品率也高,所提供的商品量也大。

但是,自然条件毕竟是商品生产的自然基础,而不是唯一条件,能否利用主要取决于社会生产的需要、生产力发展水平和技术状况。

二、自然条件对商品消费的影响

自然地理环境对消费的需求、结构及习惯影响十分深刻。自然地理环境不但是人类生产的物质基础,也是人类生活的必备条件,离开了它,人类就无法进行生产和生活。在不同的自然地理环境中,人们的消费具有明显的地域差异。

1. 从衣着方面看

处在不同自然环境中的人们服饰具有明显的差异。如居住在寒冷高山地区的人们,需要保暖性强的皮、毛、羽绒、棉等衣着用品,所以皮衣、羽绒服、皮帽、毡靴等衣着用品在此颇受青睐;而在气温较高、潮湿多雨的南方和平原地区,轻巧、薄爽、透气性强、易干、防雨的服装用品为人们所喜爱,如雨衣、雨伞、蚊帐等;在西北干旱地区,由于日照强、风沙大,所以对太阳帽、风衣、风镜等消费量很大。

2. 从饮食上看

人们的饮食由于自然环境不同而各具特色。如我国北方天气比较寒冷,居民喜欢含脂肪、蛋白质等高热量食品,多饮白酒、红茶之类饮料,同时由于冬季较长,还要贮存土豆、白菜、萝卜之类的蔬菜。而居住在热带、亚热带地区的人们则喜欢含热量低的清淡食品和清凉饮料,因而在南方主要销售汽水、黄酒、果露酒、亚热带水果等,并可一年四季吃到新鲜蔬菜。

3. 从居住方式看

人们的住所也是和自然地理环境密切相关的。不同地区的人们根据当地的自然条件,建起了适于当地环境的住所,所以我国各地房屋建筑异彩纷呈。如在黄河上游缺雨的黄土高原地带,由于当地缺少木材、石料,再加上黄土具有一定的胶结力,气候干旱,因而人们从古代起就开挖了具有陕北特色的窑洞居住;而在云南,由于竹子多,且雨量大、风力小,因而人们为了通风和防雨,盖起了别致的竹楼。再如我国华北的屋顶是平的,而华南的屋顶倾斜度很大,这是因为华北雨量小,华南雨量大的缘故。

4. 从日常用品方面看

人们日常用品也无不体现了自然环境对它的影响。如优质轻便型自行车在平原地区消费量大,而结实耐用的载重自行车则在交通不变的山区成为畅销品。我国南方的家庭常备有电风扇、电冰箱,而气候较寒冷的北方,对这些商品的要求不是很迫切的,需要

的是电炉、火炉、电褥子等一些取暖设备。

可见，生活在不同自然地理环境的人们，商品的消费特点差别很大，我们在组织商品供应时必须注意到这一点，只有这样，才能适销对路。当然在实际中不要绝对化，要具体问题，具体分析。

三、自然条件与商品流通

一个地区商品流通范围的大小，是与该地交通运输条件密不可分的，而交通运输条件优越与否又是和当地自然地理环境息息相关的。像我国东部地区，地势平坦，江河湖泊密布，公路、铁路、水路四通八达，因而商品运输能力强，流通范围广。而在西部广大地区，高原耸立，群山迭宕，沙漠浩瀚，交通落后，制约了当地物产的运出和所需商品的运进，因而阻碍了商品经济的发展。所以，要想扩大商品的流通范围，就必须克服不利的自然条件，大力发展交通运输业。这样才能缩短商品流通时间，提高商品流量促进商品经济的发展。

四、影响商业活动的自然因素

自然条件的综合差别形成了不同的自然区域，这种自然条件的区域差异是形成社会劳动分工的初始原因。自然环境各要素影响着商品生产的数量、质量、品种以及流通、分配的各个环节的全过程，但这种影响不是决定性的，它只是对商品生产、流通和消费起着加速、延缓或阻碍的作用。具体来说，影响商业活动的自然因素主要有：

1. 地形

地形的变化是形成自然环境地域差异的主要标志。我国地形总的特点及其与商业活动的关系表现在：

(1)地势西高东低，呈三级阶梯状分布 我国阶梯形地势，使得我国几条大江大河自西而东奔腾入海，形成商品东西流通的重

要水上通道，为沿海和内陆之间的经济联系奠定了优越的基础，对早期的商品生产和当代的经济发展都起了重要的作用。目前，我国一些重要的商品集散地都分布在沿江、临海地区。此外，我国东部地区处于第三阶梯，多平原，土壤肥沃，商品经济发达，已逐步成为我国商品生产的重要基地，加之这里人口稠密，商品消费量大，又成为重要的商品消费区，而西部地区则相反。

(2)山地面积广 我国是个多山的国家，山地面积广大，约占总面积的三分之二，这就使得我国生物资源、矿产资源以及水力资源都很丰富。山区发展多种经营的条件比平原地区优越，商品经济发展的潜力巨大。

(3)地形种类复杂多样 我国地形复杂多样，高原、平原、山地、丘陵和盆地类型齐全，使得自然环境丰富多彩，为发展农、林、牧、水产和多种土特产品的经营提供了有利条件。我国东部和南部，平原和低山丘陵广布，我国粮棉和其他农作物的商品基地集中在这里。西北部有广阔的草场，为发展畜牧业提供了优越的自然条件。东南部海域辽阔，是发展渔业的优良场所。

应该认识到，地形条件对商业活动的影响也有不利的一面。例如地形条件的差异，造成山区的农业生产远比平原复杂；地面起伏较大，坡度较陡，会影响种植业的发展；如果过度垦荒又会引起大面积的水土流失；山高阻隔，给交通带来不便，给商品流通造成困难。

2. 气候

气候是指一个地方多年的天气特征，包括日照长短、温度高低、降水量多少、湿度大小、风力强弱等。气候对商品生产、流通和消费有很大的影响，它制约着商品生产的地域分布和商业网络的形成。我国气候为大陆性季风气候，并且复杂多样。这种气候特征对我国的商品生产影响很深，具体表现在：

(1)气候的季节变化决定了农业生产具有季节性，进而间接影