

# 中国商业地理



中国商业地理编写组编

# 中国商业地理

江苏工业学院图书馆  
藏书章

中国商业地理编写组编  
广西商业学校出版

## 前 言

《中国商业地理》是为适应商业中专教材需要而组织编写的。它既可供作中专教材也可作为干部学校教学和广大职工自学参考用书。

《中国商业地理》是在一九八三年一月中南、西南各省区商业（财贸）学校学科协作会议期间，由广西商业学校倡议，经过个别协商，自愿结合组成编写小组进行编写的。编写组的成员是：尹公权（湖北省商业学校）、陈福义（湖南省商业学校）、朱汝葆（贵州省商业学校）宋成厚、陈佳骆（原武汉市财贸学校）、张亨祥（广西商业学校）等六位同志。由朱汝葆、张亨祥同志负责全书的修改总纂工作。广西商业学校有关领导对全书内容进行了审核和文字修改。本书的地图编绘工作由范保宁（湖南省商业学校）同志主要负责，陈福义、张亨祥等同志协助完成。本书编写组织和出版发行工作由广西商业学校负责。

本书编写过程中，自始至终得到商业部教育局、教材处和部属有关专业司、局、处和专业公司的大力支持与具体指导。《经济地理》编辑部、北京财贸学院，以及各省（区）三十七所商业、供销、财贸学校的四十四位同志参加了本书初稿的讨论，提出了许多宝贵的意见，给予了热情的帮助。在此，一并表示

感谢。

密切结合商业实际编写地理教材，还是一种新的尝试。在编写过程中，我们力图突出地理学科的学科特性，又注意密切结合我国商业业务实际。但奈于我们学识浅薄，实际经验不够，编写时间又十分短促，是在做一件力不胜任的工作。因此，本书疏漏很多，体系不尽完善，错误也在所难免，恳切希望同志们批评指教。

### 《中国商业地理》编写组

一九八三年六月

( 87 )	.....	第一策
( 18 )	.....	第二策
( 88 )	.....	第三策
( 10 )	.....	第四策
绪 论	.....	第五策
第一节	中国商业地理的研究对象和特性.....	( 1 )
第二节	中国商业地理的任务.....	( 6 )
( 101 )	.....	第一策
<b>第一章</b>	<b>我国地理环境对商业的影响</b> .....	第二策
( 8 )	第一节 我国自然环境对商业的影响.....	( 10 )
( 1 )	第二节 我国社会经济环境对商业的影响.....	( 17 )
( 111 )	.....	第五策
<b>第二章</b>	<b>我国商品产销的地域分布 (一)</b> .....	第六策
( 1 )	第一节 国民经济结构和商品供求.....	( 26 )
( 4 )	第二节 粮食.....	( 29 )
	第三节 食用油.....	( 34 )
	第四节 畜、禽.....	( 41 )
( )	第五节 水产品.....	( 44 )
( 0 )	第六节 食盐.....	( 48 )
( 81 )	.....	第三策
<b>第三章</b>	<b>我国商品产销的地域分布 (二)</b> .....	第四策
	第一节 茶叶.....	( 50 )
	第二节 糖料和食糖.....	( 56 )
( 0 )	第三节 烟草和卷烟.....	( 61 )
( )	第四节 酒.....	( 66 )
( 8 )	第五节 鲜果和干果.....	( 72 )
( 0 )	第六节 干菜和调味料.....	( 75 )
( 111 )	.....	第五策
<b>第四章</b>	<b>我国商品产销的地域分布 (三)</b> .....	第六策

第一节	棉花和棉纺织品	( 78 )
第二节	麻和麻纺织品	( 84 )
第三节	蚕茧和丝织品	( 88 )
第四节	毛纺织品	( 94 )
第五节	化学纤维和化学纤维纺织品	( 97 )

## 第五章 我国商品产销的地域分布 (四)

第一节	日用百货	( 101 )
第二节	纸张	( 104 )
第三节	耐用消费品	( 106 )
第四节	家用电器	( 111 )
第五节	日用陶瓷	( 116 )
第六节	玻璃、塑料、染料	( 119 )
第七节	生漆、桐油	( 121 )
第八节	工艺美术品	( 124 )

## 第六章 我国商品产销的地域分布 (五)

第一节	主要石油制品	( 127 )
第二节	煤炭	( 130 )
第三节	化肥	( 135 )
第四节	商业机械	( 138 )

## 第七章 我国交通邮电网和商业货流

第一节	交通运输网的商业利用	( 140 )
第二节	陆上商品运输	( 153 )
第三节	水上商品运输	( 163 )
第四节	航空和管道商品运输	( 175 )
第五节	商品流向	( 177 )
第六节	邮电网的商业利用	( 187 )

## **第八章 我国的商业中心**

- 第一节 我国市场分布概况…………… (192)
- 第二节 我国的商业中心…………… (199)
- 第三节 我国主要商业中心的分布…………… (203)

## **第九章 我国商业经营网的布局**

- 第一节 我国批发商业网的布局…………… (220)
- 第二节 我国零售商业网的布局…………… (224)
- 第三节 我国饮食服务业网的布局…………… (226)

## **第十章 我国旅游商业网的布局**

- 第一节 旅游业与商业的关系…………… (233)
- 第二节 我国旅游商业网的布局…………… (238)

## **第十一章 我国商业经济区域和商品调拨区划**

- 第一节 商业经济区域及其划分…………… (246)
- 第二节 商品调拨区划…………… (249)

## 绪论

### 第一节 中国商业地理的研究对象和特性

#### 一、中国商业地理的研究对象

商业地理是研究商业经济活动与地理环境关系的学说，即是研究商业经济活动的地域分布和组合规律的科学。中国商业地理只研究中国商业经济活动在我国的地域分布和组合的规律。

商业是商品交换发展了的一种形式，是专门从事商品流通的经济部门。商业经济活动是社会经济活动的重要组成部分。社会经济活动包括社会再生产的整个过程：生产、交换、分配和消费四个环节。生产为起点，消费是终点，交换和分配是中介。商业经济活动，它一般不属于生产领域，却紧密联系着生产，商品交换离开生产就成为无源之水。它也不属于消费领域，却又离不开消费，商品流通不与消费紧密相联系，商品就会流而不通。这就使商业具有与工业、农业、交通运输等经济活动不同的特点，并在地域分布与组合上表现出来。商业经济活动的地域分布和组合就是商业在地理上的空间组织形式。研究它的地域分布和组合，认识其特殊规律性，是商业地理的内容。

在我国，商业经济活动，既包括商品交换的物质贸易，也包括商业劳务服务。但不论是何种形式的商业经济活动，都必须占有一定的地域，以一定的空间组织形式存在，没有不占有地域空间而独立存在的商业经济活动。我国从事商品流通的商业经济活动，其主要内容包括购、销、调、存四个环节。购进商品是商业经济活动的开始，销售是最后环节。为了商品购销活



动的需要，商业部门建立了各种商业批发和零售企业网点，它的每个企业在空间形式上都表现为大小各异的点。商品的调运和存储，是联结商品购销活动的流通纽带，它借助各种交通运输工具、线路和相应数量的仓库来实现。它们在空间形式上除表现为一定数量的点以外，更多地表现为是联结各个点间的线。我国商业经济活动表现为众多的点线衔接，既互相联系与制约，也互相交错，综合构成商业经济活动网络。这种网络所占据的地理空间组织形式，就是我们商业经济活动的地域分布和组合。

商业经济活动是人们的一种经济行为，受到人们主观意志的影响，人们按照自身的愿望与目的来组织商业经济活动的网络，尽管在不同社会制度下的组合目的不一样，但是任何社会组织商业经济网络，都是赋有人们意志的行为，都企图通过合理组织商品流通，尽可能达到自己的目的。因此，我国布局商业经济网络时，必须综合考察多因素的影响，使其在地域分布上形成有机组合，成为一个有效的经济网络。

商业经济活动不是孤立的经济活动，它的活动受到自然与社会诸因素的影响，研究我国商业经济活动的地域分布和组合，必须把它作为社会经济活动的一个组成部分，与其它相关连的诸因素进行综合研究。影响商业经济活动的因素，可以概括为两方面：其一是自然地理环境，它对商业经济活动具有长远的影响。自然地理环境的形成，是经历着漫长的历史时期，一旦形成就具有相对稳定性。由于各地区自然地理环境不同，形成了商品生产的地域差异，它是商品流通的自然基础。

我国不同地区的自然条件迥异，生产的商品也不同，商品流通就有南来北往、东去西来，集中产而分散销、分散产而集中销、一地产全国销、国内产国外销、国外产国内销等，使商业经济活动具有繁杂多样的商品流通渠道和经营方式。研究我国商业经济活动的地域分布和组合的规律，必须和自然地理环

境联系起来进行，才能找出其规律性。其二是社会经济环境，它对商业经济活动具有决定性的影响。商业经济活动是行为经济活动，受到社会经济制度决定性的制约。在任何社会制度下的商业经济活动，都不可避免的带有社会的时代的烙印。

社会经济环境包括很多方面，主要是指社会经济制度，经济技术发展水平，人口条件，历史因素等，但其中最重要的是社会经济制度、经济技术发展水平和人口条件。社会经济制度在一定程度上决定了整个社会经济的结构、体系，经济技术发展水平密切关系着社会商品生产的布局，生产力与社会购买力水平，人口条件直接影响到社会消费的需求与消费结构。商业经济活动不仅直接受到上述各方面的制约，而且在与各产业部门的横向联系中，也受到明显的影响。解放后，我国建立了社会主义制度，改变了旧中国殖民地的畸形经济结构，调整了不合理的生产布局与人口布局，商品生产基地也有较大的变动，直接影响我国商业经济活动中的商品购销状况与流转方向。我国经济结构的改变，使商品品种结构与数量、质量发生了变化，从而对商业经济活动地域上分布与组合，也进行了大幅度调整和重新布局。全国如此，地区亦然。由此可知，研究中国商业地理必须与全国各区域社会经济环境相联系来进行考察。也就是说，必须结合中国的经济地理、人口地理、历史地理、城市地理、旅游地理等学科进行研究，才能从中探索其自身发展的规律。

## 二、中国商业地理的性质及其特性

科学的性质决定于它的研究对象。从中国商业地理研究的对象是商业经济活动的地域分布和组合规律来看，矛盾的主导方面是我国的商业经济活动方面，但它与商业经济学不同，商业经济学是从生产关系及其相互关系来研究我国商业经济活动

规律。中国商业地理是从商业经济活动的我国地理环境，来研究我国商业经济活动分布与组合的规律。因此，中国商业地理是一门与自然科学有密切关系的社会经济科学。中国商业地理的研究对象和性质，决定了它具有下列主要特性：

(一) 地域性：这是地理学科的共性，它对社会科学，又是地理学科的特性。中国商业地理的地域性，主要表现在商业经济活动的分布和组合，取决于全国各地区的地域所能提供的自然条件和社会经济条件。全国各地都各自占据地球表壳的一部分，这就是全国各地区的地域。地域就是地理空间，是布局商业经济活动的自然基础。地域不同，条件不一，自然条件的地形地貌、气候河流和物产矿藏等各有差异；在社会经济环境中的社会经济制度、经济技术发展水平和人口条件等也不尽同。因此要因地制宜，对不同地域的商业经济活动，采取相适应的布局形式。只有正确认识中国商业地理的地域性，比较全国各地区的地域优劣条件，趋利避害，择优去劣，才能合理地本地区的商业经济活动布局搞好，充分发挥地区优势，取得最良好的经济效益。

(二) 综合性：中国商业地理与大多业数学科一，都具有综合性的特性。因为自然界与社会上的一样切现商豈不是孤立存在，而是相互联系，相互制约的。由于各个业义深究对象不同，事物的矛盾有各自的特点，事物之间的相互，商有别。中国商业地理的综合性，主要表现在中国社会主的研科经济活动布局既受自然条件的制约，也受经济环境的制约象都。是商品流通发展了的形式，它既与我国商品生产布局紧密相联系，也与我国的商品消费密切相联系。它在联系我国商品生产布局方面，有了商品生产才可能有商品流通，商品生产布局越合理，商品率就越高，商品流通也就越发展，而在它联系着消费方面，我国社会消费结构和消费水平，直接关联着商品流通中销售环

节，而商品销售速度又决定了商品流通速度，也必然影响到商品生产发展速度，此外，我国商品流通更直接取决于我国交通运输技术条件和人口发展状况等多因素。所以，研究中国商业地理，合理布局商业经济活动，必须坚持综合的观点和方法，全面地研究各种复杂的关系和诸因素的影响，才能使布局科学化，促进我国社会主义的商品流通。

(三) 社会性：社会性是一切社会经济科学所共有的特性，但在不同学科表现的形式不尽相同。中国商业地理由于它的研究对象和性质的决定，其社会性主要表现在二方面：其一是指在任何社会制度下，商业经济活动的布局都是直接受社会生产关系的制约，服从社会各阶级的经济利益。历史上占统治地位的剥削阶级，为了本阶级的利益，使商业经济活动的布局，紧紧围绕本阶级的需要而进行。由于剥削阶级的局限性，使以往各种布局形式都具有其不合理的片面性，甚至畸形性，它使商品流通不可能按照自身客观规律合理的流转。我国社会主义经济制度的建立，消灭了剥削阶级，社会生产与消费的需要，与广大人民利益相一致，合理地布局商业经济活动网络，才具有可能性与现实性。所以说，研究中国商业经济活动的分布与组合，是离不开时代背景，否则就无法正确认识其发展规律。其二是指商业经济活动的分布与组合，在任何社会，都是整个国民经济总体活动组成部分。它所处的中介纽带地位，使它对整个社会经济活动，具有极其重要的促进和牵制作用。它比其它产业部门的经济活动，具有更广泛的社会联系，更加直接关系到社会人民生活利益。商业连着万户千家。古谚语说“开门七件事，柴、米、油、盐、酱、醋、茶”，项项都与商业经济活动的分布紧密相关。在新中国研究合理组织商业经济活动的分布，是与社会息息相关的，结合国情，把人民的衣食住行都考虑进去，具有重要的社会意义。

(四) 专业性：专业性是指商业地理具有不同于其它专业

地理学科的研究特性。这主要表现为与商业经济活动紧密联系。商业地理的专业性决定了它研究产业地理的生产布局，不是研究如何组织生产布局，而是研究如何从生产布局现状取得商品的供应。它研究消费地理的消费特性，却不是研究如何去组织消费，而是研究如何组织商业网点，来保证消费需要的商品供应。它也研究交通运输业地理的交通运输网的分布，但不是研究如何去组织交通运输网的布局，而是研究交通运输网现状的商业利用。它虽然也研究旅游业地理，但不是研究旅游资源的分布和利用，而只研究如何组织旅游商业网的布局，以满足旅游消费的需求。可以说，商业地理由于受到商业专业的制约，使其具有其特有的专业性以区别于其它学科。

## 第二节 中国商业地理的任务

### 一、中国商业地理的任务

中国商业地理研究我国的商业地理特征，是一门实践性很强的科学。它是通过对我国商业经济活动布局诸因素的分析、研究，探索其布局规律，以便正确认识商业经济活动布局和社会经济发展的相互关系，为更合理地安排好我国商业经济活动的布局，提供理论和实践的科学依据，使其更好地为社会主义建设服务。

其具体任务有下列几点：

(一) 结合我国国情，从理论上研究如何合理组织商业经济活动的布局。对商业经济活动的各个部分：包括商品产、供、销的地域分布和组合；商业经营网点的布局；交通运输和邮电网的商业利用；经济区域和商品调拨区划的确定；商业中心的地域分布，和以它为依托所形成的商业经济网络的组合；旅游商业网布局等等，进行全面考察分析，并联系其相互关系来研究，找出其规律，为目前经济调整工作和今后发展商业经济

活动，提供理论上的科学依据。

(二) 总结建国以来，我国商业经济活动布局的正反两方面经验，探索适合我国环境的布局规律。从实践活动中，找出指导我国商业经济活动布局的原则、方法和经验，为合理组织商品流转和企业布局，商业区域规划等，提供实践的依据。

(三) 分析我国商业经济活动布局的条件，进行经济效益比较。紧密联系商业经济的发展，围绕着提高经济效益原则，综合分析影响我国商业经济活动布局的自然条件和社会经济环境的特点，进行经济效益比较。从而对一些不合理的布局，进行调整与改造，使其适应我国经济建设发展的需要。

还有，它必须经常研究如何合理组织商品的地理空间转移及其影响因素，以解决商品流通过程中转环节过多的问题，及时制订商品流转区划，使商品按合理流向进行运动，做到货畅其流，加快商品由产地到销地、生产领域到消费领域的空间转移，以提高我国商业经济效益。

## 二、学习中国商业地理的目的

在商业学校开设中国商业地理课程，不仅是专业教学的需要，也是为开发商业智力资源，为发展我国商业培养人材的需要。其具体目的如下：

(一) 商业地理是一门专业基础学科，它是从商业经济活动布局这个侧面来研究商业经济活动，填补了商业专业教学所不便涉及的方面，为更好地学习商业专业知识打下基础。

(二) 商业地理课对商业经济活动的研究，是从它与自然和社会经济环境的关系，和它的总体布局方面来分析考察。与商业管理专业课程不同，它更多的是从宏观经济效益来研究商业经济活动的发展，与专业课程的微观分析密切配合，互相补充，这对开阔学生视野，提高学生思维能力，开发商业智力资源，能得到很好的效益，使他们在今后实践工作中能适应商业

市场千变万化的发展形势，去分析问题与解决问题。

(三) 通过对商业地理的学习，能使学生了解我国丰富的商品资源和发展商业的前景、条件。它不仅可增强对祖国的热爱，更有利于加深对所学专业的了解，增强对商业工作的热爱，了解商业事业的复杂性，和做好商业工作的艰巨性。使学生充分认识到做好商业工作，是需要有丰富的科学知识，否则就难以适应商业发展的需要，从而激发起学习的热情。

### 三、学习中国商业地理的方法

商业地理既是一门科学，那么要学好它、掌握它，除了要有正确的学习目的外，还必须掌握一定的学习方法，概括地说有以下几点要注意：

(一) 坚持辩证唯物主义和历史唯物主义的观点，是学好商业地理的关键。方法论既是指某一门科学所采用的研究方法，同时也是指研究和学习这门科学的方法。中国商业地理是一门社会经济科学，它是以马列主义理论作为研究基础的，因此，研究和学习它，必须坚持用辩证唯物主义和历史唯物主义观点，才能使学科的研究体系和学习、研究它的方法相统一。

再者，商业经济活动是受社会经济环境发展变化和自然地理环境的差异的影响。因此任何静止的、孤立的、形而上学的观点，都无法正确认识它的发展规律，必须坚持辩证唯物主义和历史唯物主义的发展和变化观点，才有可能真正掌握这门学科的知识。

(二) 要关心商业经济形势的发展变化，时刻注意收集新资料。商业经济是市场经济活动，变化多端，不论是生产布局或城市布局，人口发展动态，以及国家或地方经济计划的变动，都可以引起市场形势的变化。特别是在我国，政府对市场经济活动制定了一系列方针、政策，指导着经济活动的开展。市场经济随着国家的方针、政策的变化而出现新情况，因此，在学

习中国商业地理时，要密切注意市场经济形势的新发展，经常关心国家各项经济建设的新成就，了解国家对经济发展的方针、政策，收集各项新资料，不断更新和补充教材中过时的或缺少的资料，并运用教材中的原理和方法，对新资料进行分析研究，使学习更加深入，获益更大。

(三) 树立牢固的空间概念。商业地理是部门地理。要学好它，必须树立牢固的空间概念，学会运用地理学科中基本的填绘地图和读图等基础知识和技能。商业地理使用的主要是专门地图，多为社会经济图中的物产分布图、交通运输图、商品流转图等。通过填绘地图能将地球表面的社会经济现象，投影到地图上，以各种不同图式符号，在平面纸上缩小成概括的地理分布。在学习过程中，一定要认真填绘好作业用的暗射图(即空白地图)，以巩固课堂教学知识，也帮助树立牢固的空间概念。

(四) 重视定性研究的同时，要加强定量的研究。商业地理与其它经济理论基础学科，在定性研究与定量研究方法上的侧重点有所不同。一般经济理论多侧重于定性分析，抽象出事物的本质，进行定性研究。而商业地理不但要注重定性分析，还要重视定量研究，通过具体数量计数来研究它的现状和发展。只有这样才能使所学的知识比较完整。

### 商业地理的教学原则

商业地理的教学原则，是指在教学过程中，应遵循的规律。商业地理的教学原则，应根据商业地理的特点，结合我国的具体情况，制定出来。商业地理的教学原则，应遵循以下原则：(一) 理论联系实际原则。(二) 循序渐进原则。(三) 启发式教学原则。(四) 因材施教原则。(五) 注重实践原则。(六) 注重定量分析原则。(七) 注重空间概念的培养原则。(八) 注重培养学生的地理思维能力原则。(九) 注重培养学生的地理学习兴趣原则。(十) 注重培养学生的地理实践能力原则。



## 第一章 我国地理环境对商业的影响

地理环境包括自然环境和社会经济环境两方面。自然环境是商业经济活动的自然物质基础；社会经济环境是商业经济活动的社会基础。研究中国商业地理，必须密切联系我国地理环境的这两个方面来进行。

商业的职能是组织商品流通，而任何商品的运动都离不开一定的地域空间，并受其影响。我国特定的地理环境，和商业经济活动有着十分密切的关系，直接影响着商业经济的发展。

### 第一节 我国自然环境对商业的影响

各地自然条件是商业经济活动的自然基础。从疆域、位置、地貌、气象和自然资源等自然条件的地域差异，形成各地商品生产的特殊性，也产生了劳动的地域分工差异性，正因如此，商品流通才具有现实意义。无论社会经济发展水平如何，自然条件的差异，都直接影响着各地商品生产的品种、数量、质量和商品率的不同，也密切关系着商业经济活动的地域分布和组合。充分认识与利用我国自然环境所提供的各种条件，对发展我国商业经济是十分重要的。

#### 一、我国的疆域和地形对商业的影响

疆域是表示一个国家在地球上所占的地域空间面积。我国陆疆二万二千八百公里，占有领土九百六十万平方公里。东西宽五千多公里，约跨经度六十二度；南北长五千五百多公里，约跨纬度四十九度。约占世界陆地面积的十四分之一。领土面积居世界各国前列。海疆一万八千公里，领海二十二万八千平